

# Profilierungskonzept

## für das Stadtteilzentrum Pries-Friedrichsort

Gesamtbericht | 24.06.2024

Es werden Grafiken und Bildausschnitte zur besseren Darstellung von Kernaussagen verwendet. Eine öffentliche Nutzung bzw. Weitergabe, Vervielfältigung oder gar allgemeine Veröffentlichung kann jedoch Ansprüche der Rechteinhaber:innen auslösen. Wer diese Unterlagen deshalb in welcher Form auch immer weitergibt, vervielfältigt der veröffentlicht, übernimmt das volle Haftungsrisiko gegenüber den Inhaber:innen der Rechte. Stadt + Handel Beckmann und Föhler Stadtplaner GmbH wird mit der Verletzung dieser Untersagung zur Weitergabe und Veröffentlichung von allen Ansprüchen Dritter freigestellt. Die Verursacher:in dieser Verletzung oder heranzuziehende Verantwortliche hierfür trägt die Kosten der ggf. notwendigen Abwehr von solchen Ansprüchen.

#### **AUFTRAGGEBERIN**

**Landeshauptstadt Kiel**  
Referat für Wirtschaft  
Fleethörn 9  
24103 Kiel

#### **VERFASSER:INNEN**

**Dipl.-Ing. Marc Föhler**  
**Jens Nußbaum, M. A.**  
**Katharina Ruhr, M. Sc.**  
**Charlotte Möller, M. Sc.**  
Dortmund, 24.06.2024

#### **ENDFASSUNG**

#### **Stadt + Handel Beckmann und Föhler Stadtplaner GmbH**

[info@stadt-handel.de](mailto:info@stadt-handel.de)

[www.stadt-handel.de](http://www.stadt-handel.de)

Amtsgericht Dortmund,  
Handelsregisternummer HRB  
33826, Hauptsitz: Dortmund

#### **Standort Dortmund**

Hörder Hafenstraße 11  
44263 Dortmund  
Fon +49 231 86 26 890  
Fax +49 231 86 26 891

#### **Standort Hamburg**

Tibarg 21  
22459 Hamburg  
Fon +49 40 53 30 96 49  
Fax +49 40 53 30 96 47

#### **Standort Karlsruhe**

Beiertheimer Allee 22  
76137 Karlsruhe  
Fon +49 721 14 51 22 62  
Fax +49 721 14 51 22 63

#### **Standort Leipzig**

Markt 9  
04109 Leipzig  
Fon +49 341 92 72 39 42  
Fax +49 341 92 72 39 43

# Inhaltsverzeichnis

<b>Einführung</b>	<b>4</b>
<b>Räumliche und thematische Analyse des Status Quo</b>	<b>9</b>
<b>Pries-Friedrichsort im regionalen Wettbewerb</b>	<b>31</b>
<b>Wo stehen wir? – Ein Fazit</b>	<b>39</b>
<b>Zielgruppenbetrachtung</b>	<b>45</b>
<b>Zukunftsvision des Stadtteilzentrums</b>	<b>53</b>
<b>Entwicklungsstrategien</b>	<b>70</b>
<b>Aktionsplan</b>	<b>74</b>
<b>Kommunikationsleitlinien</b>	<b>88</b>
<b>Fazit und Ausblick</b>	<b>94</b>

# Einführung

# Einführung

## Ausgangssituation und Zielsetzung

Pries-Friedrichsort ist ein Stadtteilzentrum mit Potenzial. Als Wohn- und Lebensstandort und Stadtrandkern 1. Ordnung (Landesportal Schleswig-Holstein, 2024) übernimmt das Zentrum eine Versorgungsfunktion für den Kieler Norden. Allerdings zeigen sich in verschiedenen Lagebereichen deutliche Negativtrends und Defizite hinsichtlich deren Vitalität und Individualität. Mindernutzungen, Leerstände, fehlende Aufenthaltsmöglichkeiten sowie eine inadäquate Gestaltung des Stadtraums und seiner Angebote halten das Stadtteilzentrum davon zurück, sich attraktiv im Kieler Norden zu positionieren. Hinzu kommt die fehlende Profilierung und die Frage, mit welchen Angeboten sich das Stadtteilzentrum perspektivisch aufstellen kann und welche Zielgruppen im Fokus der Ansprache stehen sollten.

Innenstädte und Stadtteilzentren sind schon lange keine ausschließlichen Konsumräume mehr, sondern werden belebt durch ein Zusammenspiel von Vitalität und smarten Angeboten, Individualität und kreativen Räumen wie auch Mentalität und gemeinschaftlichen Aktivitäten. Diese DNA des Zentrums gilt es zu entdecken. Dazu erarbeitet das Büro Stadt + Handel über drei Phasen (s. Seite 6) hinweg einen Fahrplan für die perspektivische Zentrenentwicklung von Pries-Friedrichsort. Im Ergebnis steht ein Profilierungskonzept mit konkreten Handlungsempfehlungen.

Zunächst werden in dem vorliegenden Status-Report Stärken und Schwächen aber auch Chancen und Risiken des Stadtteilzentrums identifiziert. Der Status-Report bildet dabei die Grundlage für die anschließende Positionierungsphase, bei der die Alleinstellungsmerkmale herausgestellt, zukünftige Fokuszielgruppen definiert und

Entwicklungsperspektiven in einem Leitbild zusammengefasst werden. Weiter konkretisiert wird das Leitbild schließlich in der Profilierungsphase, in der passgenaue Handlungsansätze zum Erreichen der Zukunftsvision definiert werden.

Der mehrmonatige Erarbeitungsprozess wird als partizipativer Prozess gestaltet, um ein gemeinsames Bewusstsein der handelnden Akteur:innen zu schaffen und ein konsensual getragenes Zielprofil zu entwickeln. Um die Akteur:innen von Anfang an in den Prozess einzubinden, werden verschiedene Beteiligungsformate durchgeführt: Mal mit Breitenwirkung, mal in vertrauensvollen Arbeitsformaten. Den Auftakt in der ersten Phase bilden Speed-Datings, ein Fitness-Check-Workshop - inklusive Kinder- und Jugendbeteiligung - und ein Zentrenspaziergang. Die Ergebnisse dieser Dialogformate fließen maßgeblich in die Erstellung des Status-Reports ein.

# Einführung

## Prozessgestaltung



### STATUS QUO

Neue Perspektiven und frische Denkanstöße

Februar / März 2024



### POSITIONIERUNG

Ein Narrativ für das Stadtteilzentrum hinter dem sich alle vereinen

März / April 2024



### PROFILIERUNG

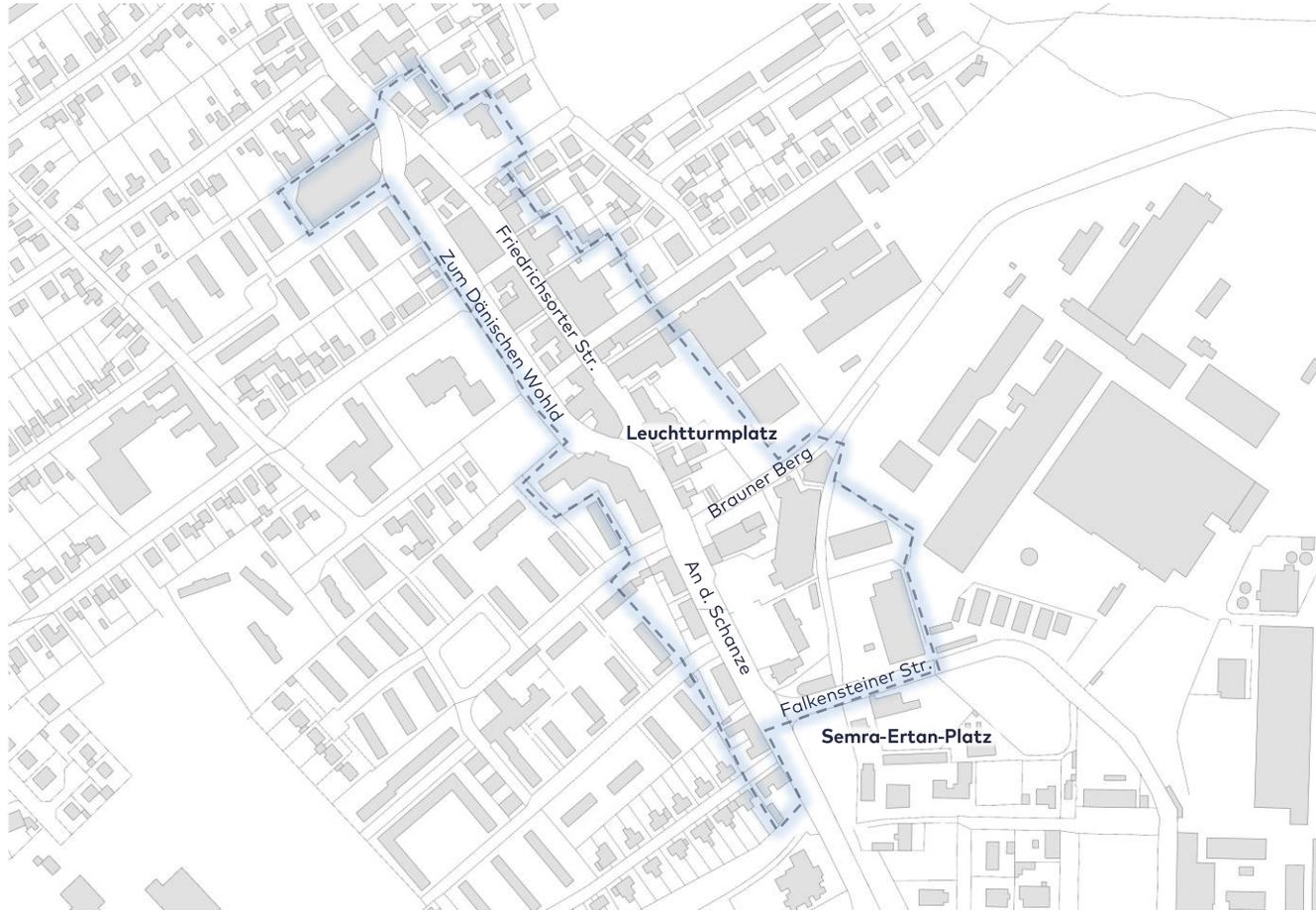
Eine Toolbox für das Stadtteilzentrum mit konkreten Handlungsansätzen

April / Mai 2024

# Einführung

## Untersuchungsraum „Stadtteilzentrum Pries-Friedrichsort“

 Untersuchungsgebiet



Die Abgrenzung des Untersuchungsgebiets **„Stadtteilzentrum Pries-Friedrichsort“** stammt aus dem Einzelhandels- und Zentrenkonzept von 2021 und orientiert sich an städtebaulichen Kanten sowie der wesentlichen innerstädtischen Agglomeration an Nutzungen aus den Bereichen Einzelhandel, Dienstleistungen, Gastronomie sowie Freizeit- und Kultur.

Dabei umfasst das Untersuchungsgebiet im Wesentlichen den Kernbereich des Stadtteils zwischen Friedrichsorter Straße im Norden und Falkensteiner Straße im Süden. Das Zentrum erstreckt sich bandartig entlang dieser Straßenzüge von Nord nach Süd und schließt darüber hinaus Zufahrtsstraßen wie u. a. den Braunen Berg ein.

Die Abgrenzung wird als „weiche“ Linie verstanden, die auch angrenzende Bereiche mit besonderer Bedeutung, wie dem Strand oder dem Industriegebiet StrandOrt berücksichtigt.

# Einführung

## Partizipationsformate

Baustein	Zeitraum	Methode	Inhalt/Ziel
<b>Speed-Datings</b>	02/2024	digitale Kennlerngespräche mit rund 20 Akteur:innen in 10-minütigen Zeitslots	Vorstellung des Projekts sowie des Projektteams, Kennenlernen von Zentrenaktivist:innen, Abfrage von Erwartungshaltungen und Rollen für die Zentrenentwicklung
<b>Fitness-Check-Workshop</b>	03/2024	Werkstattverfahren zum Status-Quo mit rund 30 Akteur:innen	Abfragen eines Stimmungsbildes zum Status Quo des Stadtteilzentrums hinsichtlich der Vitalität, Individualität und Mentalität
<b>Fitness-Check-Workshop Kinderbeteiligung</b>	03/2024	zielgerichtete Einbindung von rund 150 Grundschulkindern über einen Arbeitsbogen	Abfragen eines Stimmungsbildes zum Status Quo des Stadtteilzentrums hinsichtlich der Vitalität, Individualität und Mentalität
<b>Zentrenspaziergang</b>	03/2024	einstündiger Spaziergang durch das Stadtteilzentrum mit rund 20 Akteur:innen	Erfassung qualitativer Strukturmerkmale, Erfassung des „lokalen Wissens“ durch die Akteur:innen vor Ort, orts- und situationsbezogene Diskussion zu funktionalen und städtebaulichen Aspekten des Stadtteilzentrums
<b>Online-Beteiligung</b>	03-04/2024	digital abrufbare Befragung, Bewerbung über Online-Kanäle sowie Poster im Stadtraum	Einbindung der breiten Öffentlichkeit, Abfrage eines Stimmungsbildes und Wünschen für die Zentrenentwicklung
<b>Perspektiven-Werkstatt</b>	04/2024	Werkstattverfahren mit bis zu 30 Personen	gemeinsame Entwicklung von Zukunftsperspektiven für das Stadtteilzentrum mit den teilnehmenden Zentrenakteur:innen
<b>Prototyping-Atelier</b>	05/2024	Werkstattverfahren mit bis zu 30 Personen	Entwicklung konkreter Projekte, Handlungs- und Umsetzungsideen, die auf die zuvor entwickelte Profilierung einzahlen
<b>Prototyping-Atelier Kinderbeteiligung</b>	05/2024	zielgerichtete Einbindung von Grundschulkindern über einen Arbeitsbogen	Abfragen konkreter Ideen und Wünsche zur Weiterentwicklung des Stadtteilzentrums

Quelle: Darstellung Stadt + Handel.

# **Räumliche und thematische Analyse des Status Quo**

# Methodik

## Speed-Datings | 27. und 28. Februar 2024

Der erste, intensivere Kontakt zu den wesentlichen Stakeholdern erfolgte im Rahmen von digitalen Speed-Datings. Diese ermöglichen einen auf das Wesentliche konzentrierten, kurzweiligen und niedrigschwelligen Austausch mit rund 20 relevanten Akteur:innen des Stadtteilzentrums aus den Bereichen Einzelhandel, Gastronomie, Freizeit, Soziales, Kultur und Bildung. In kurzen, 10-minütigen Gesprächen mittels einer Videokonferenz konnte somit das erste Kennenlernen der Akteur:innen und des Projektteams stattfinden. Die Gesprächspartner:innen wurden hinsichtlich ihrer Rolle im Stadtteilzentrum von Pries-Friedrichsort sowie ihrer Erwartungshaltung an den beginnenden Prozess befragt. Darüber hinaus bestand die Möglichkeit, weitere für den Profilierungsprozess potenziell relevante Akteur:innen zu identifizieren.

Mit den Speed-Datings konnten zu Beginn des Prozesses folgende, wesentliche Erwartungen an den Prozess und die Zukunft des Stadtteilzentrums herausgefiltert werden:

- Belebung des Stadtteilzentrums und Erhöhung des Nutzungsmixes sowie Schaffen von generationsübergreifenden Begegnungsmöglichkeiten und sozialen Angeboten
- Steigerung der Sichtbarkeit bzw. Erreichbarkeit von Angeboten
- Herausstellen eines Alleinstellungsmerkmals und Schaffen von Ambiente und Charakter
- Steigerung der Aufenthaltsqualität und Attraktivierung des Erscheinungsbilds
- Etablieren des Stadtteilzentrums als attraktiven Lebens- und Wohnstandort

STADT+HANDEL

### Zeit für ein kurzes Date?

Einladung zum Speed-Dating | 27. und 28. Februar 2024

PROFILIERUNGSKONZEPT FÜR DAS STADTTEILZENTRUM PRIES-FRIEDRICHSORT

Liebe Macherinnen und Macher des Stadtteilzentrums in Pries-Friedrichsort,

vielleicht haben Sie es schon gehört oder gelesen: die **Stadt Kiel** und der **Kiel-Marketing e.V.** gestalten gemeinsam mit dem Büro **Stadt + Handel** einen **Zukunftsprozess** für das Zentrum von Pries-Friedrichsort in Form eines Profilierungskonzepts.

Direkt zu Beginn des Prozesses wollen wir der Frage auf den Grund gehen, wie vor dem Hintergrund aktueller Entwicklungen und absehbarer Herausforderungen die Zukunft des Zentrums aussieht. Wie ist ein lebendiges und wandlungsfähiges Zentrum neu zu justieren? Welche bisher gewohnten Nutzungen und Funktionen sind zu überdenken, welche neuen zu entwickeln? Und welche Strukturen braucht es dafür - jetzt und in Zukunft? Das wollen wir tun. Mutig, Ehrlich, Perspektivisch. Und vor allem: **gemeinsam mit Ihnen!**

Den Akteur:innen des Stadtteilzentrums von Pries-Friedrichsort kommt eine besondere Bedeutung zu. Denn nur in einem **engen Dialog** und mit **gemeinschaftlichem Handeln** kann das Ziel erreicht werden, eine möglichst breit getragene Strategie für die **zukünftige Entwicklung des Zentrums** herauszuarbeiten.

Um direkt zu Beginn des Prozesses mit Ihnen, den Menschen vor Ort und damit den Macher:innen des Zentrums, auf Tuchfühlung zu gehen und Sie sowie Ihre Sicht der Dinge kennenzulernen, **laden wir Sie zu einem digitalen Speed-Dating** mit uns ein. Dieses findet wahlweise statt am

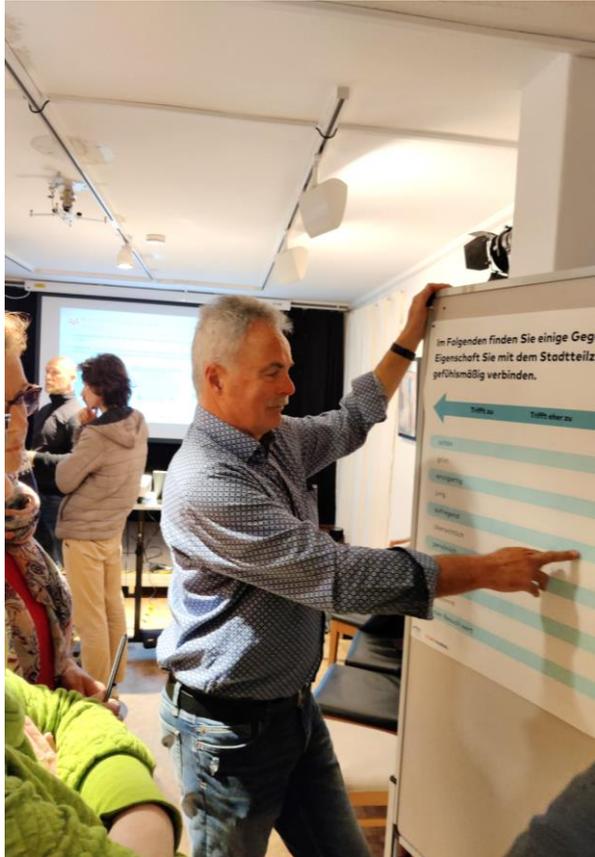
27. Februar 2024, nachmittags in der Zeit von 14 bis 17 Uhr oder

28. Februar 2024, vormittags in der Zeit von 9 bis 11 Uhr

Diese Gespräche begleiten wir seitens des Kiel-Marketing e.V. mit Quartiersmanager Michael Andres sowie mit Jaqueline Suchanek vom Büro Stadt + Handel.

# Methodik

## Fitness-Check-Workshop | 18. März 2024



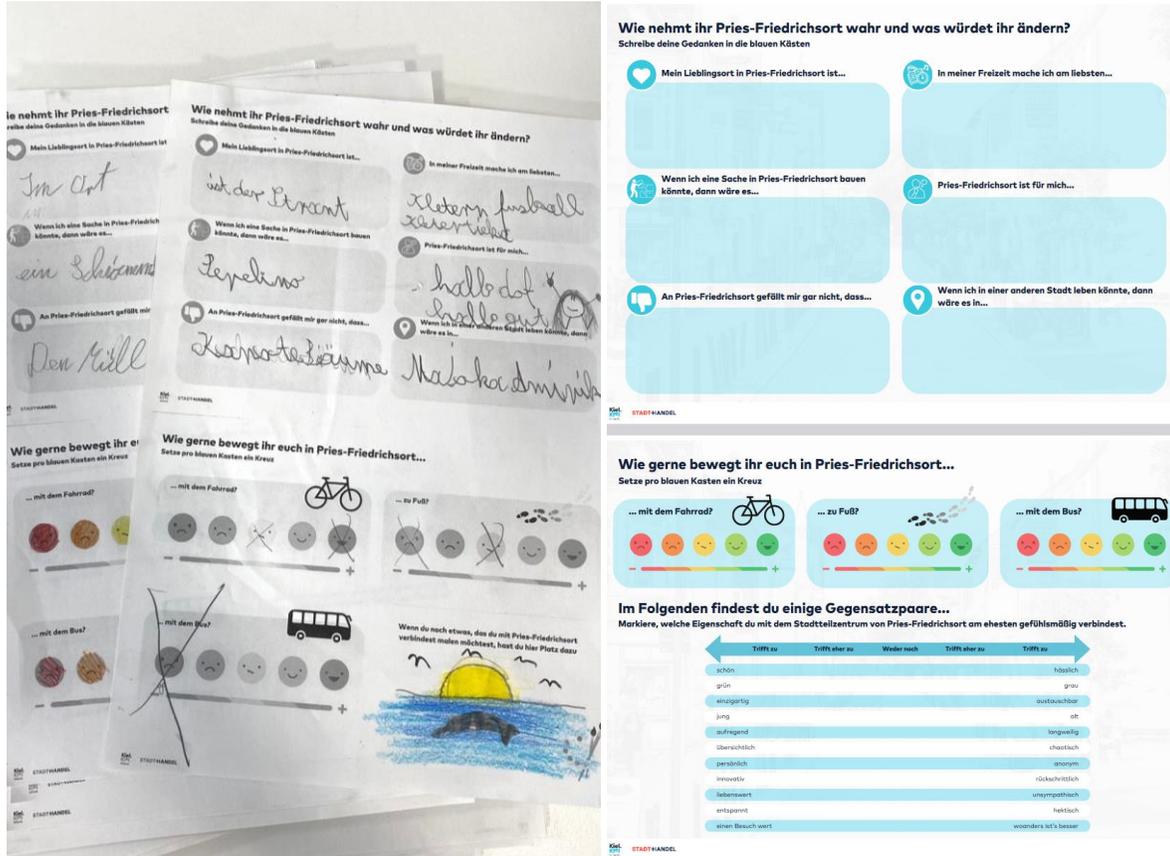
Mit rd. 30 Akteur:innen aus den Bereichen Anwohnende, Einzelhandel, Gastronomie, Kultur, Soziales sowie Bildung und Jugend wurde Mitte März der Fitness-Check-Workshop durchgeführt, um den Status Quo des Stadtteilzentrums durch die Expertise und Vor-Ort-Kenntnis der Zentrenakteur:innen themenspezifisch anzureichern. Dazu tauschten sich die Teilnehmenden in Kleingruppen zu den Untersuchungsschwerpunkten **VITALITÄT**, **INDIVIDUALITÄT** und **MENTALITÄT** aus.

An insgesamt acht Dialogstationen diskutierten die Kleingruppen über die Hauptanlaufstellen im Stadtteilzentrum und Angebotsdefizite, bewerteten die Erreichbarkeit und verorteten beliebte und unbeliebte Orte sowie empfehlenswerte Lagen für Besucher:innen. Dabei zeichnete sich an vielen Stellen ein einheitliches Bild zu den folgenden Handlungsbedarfen ab:

- Aufwertung des Stadtbildes und Erhöhung der Sauberkeit sowie Aufenthaltsqualität im gesamten Zentrum
- Leerstandsmanagement und aktive Eigentümer:innenansprache (Verbesserung der Mietkonditionen)
- Vernetzung der Initiativen des Stadtteilzentrums
- Schaffung kultureller und freizeittlicher Anreize für unterschiedliche Zielgruppen

# Methodik

## Fitness-Check-Workshop Kinderbeteiligung | März 2024



Um neben dem durchgeführten Fitness-Check-Workshop auch Kinder gezielt einzubinden, wurden die Aufgaben der Dialogstationen zielgruppen-gerecht in zwei Arbeitsbögen überführt, die in der Fritz-Reuter-Schule verteilt wurden.

Über den Fragebogen haben die Kinder ihre Lieblingsorte und Freizeitaktivitäten im Stadtteilzentrum beschrieben, die Bedeutung des Ortes für sie erläutert, die Erreichbarkeit des Stadtteilzentrums bewertet und ihre (Un)Zufriedenheit mit bestimmten Aspekten zum Ausdruck gebracht.

Von den rund 150 ausgefüllten Fragebögen der Grundschule waren zentrale Erkenntnisse:

- positive Erreichbarkeit mit dem Fahrrad oder zu Fuß, negativ bewertete Erreichbarkeit mit dem Bus
- als Lieblingsorte wurden primär der Strand und das Eiscafé genannt
- vermisst werden insbesondere Spielmöglichkeiten und Sportflächen

# Methodik

## Zentrenspaziergang | 19. März 2024



Im März fand darüber hinaus ein Zentrenspaziergang statt, um das „lokale Wissen“ der Akteur:innen vor Ort zu erfassen. Mit rd. 20 Akteur:innen, darunter Einzelhändler:innen, Kulturschaffende, Gastronom:innen, Anwohner:innen, sowie Vertreter:innen der Jugend, der Kirche und sozialen Einrichtungen, wurde die Bedeutung der unterschiedlichen Lagebereiche, die Wegführung, der öffentliche Raum sowie funktionale und städtebauliche Aspekte des Zentrums am „lebendigen Objekt“ diskutiert. Die Route führte von der Stadtteilbücherei im Norden durch die Fußgänger:innenzone über den Leuchtturmplatz und An der Schanze bis hin zum Semra-Ertan-Platz.

Folgende Bedarfe konnten im Rahmen des Spaziergangs identifiziert werden:

- Bespielung bzw. Aufwertung des öffentlichen Raums und der Plätze mit Sitzgelegenheiten, Spielgeräten und Begrünung
- Aufwertung und Stärkung der Nutzungsmischung im Zentrum mit neuen bzw. innovativen Konzepten
- Regelungsmöglichkeiten bzw. Ansprache von Eigentümer:innen zur Gestaltung von Fassaden, Schaufenstern und Schaffen von attraktiveren Mietkonditionen
- fehlende intuitive Wegführung und mangelnde Wahrnehmung der Fußgänger:innenzone als solche

# Zentrenanalyse

## bestehende Konzepte und Grundlagen

Quelle: Darstellung Stadt + Handel, Entwicklungspotentiale der Festung Friedrichsort, Landeshauptstadt Kiel 2014; Integriertes StadtTEILentwicklungskonzept Kiel Pries/ Friedrichsort Bericht 4 – Integriertes Handlungskonzept, petersen pörksen partner/ konsalt Gesellschaft für Stadt- und Regionalanalyse und Projektentwicklung mbH/ CIMA Beratung + Management GmbH 2015.



Das Stadtteilzentrum Pries-Friedrichsort ist bereits in vorangegangenen Gutachten und verschiedenen Stadtentwicklungskonzepten thematisiert worden.

Neben sektoralen Konzepten, die ein konkretes Handlungsfeld aufgreifen und Entwicklungsziele formulieren (z. B. Einzelhandels- und Zentrenkonzept oder Gewerbe- und Industrieflächenstrategie) wird die Entwicklung des Stadtteilzentrums Pries-Friedrichsort auch in übergreifenden Konzepten wie dem integrierten Stadtteilentwicklungskonzept thematisiert. Die nebenstehende Grafik zeigt, dass die verschiedenen Konzepte und Studien von unterschiedlicher Relevanz für die Zentrenentwicklung sind.

In jüngster Zeit hat die Entwicklung des Stadtteilzentrums hinsichtlich Stadtentwicklungsfragestellungen offensichtlich an Bedeutung gewonnen. Insbesondere die Kinder- und Jugendbeteiligung im Ortsbeirat ist als relevantes Dokument mit wichtigen Informationen zu den Anforderungen der perspektivischen Zentrenentwicklung einzuordnen.

Die zentralen Erkenntnisse der bestehenden Gutachten fließen in die räumliche und thematische Analyse des Status Quo auf den nachfolgenden Seiten ein.

Quelle: Darstellung Stadt + Handel, Gewerbe- und Industrieflächenstrategie StrandOrt Kiel, KiWi, 2022; Einzelhandels- und Zentrenkonzept (EZK) 2021 für die Landeshauptstadt Kiel, Stadt + Handel 2021; Lindenau Maritim-Park, Lindenau Coast Verwaltungsgesellschaft 2023; Rahmenplan „StandOrt Kiel“ Gestaltungsleitfaden, raumwerk, RMP/SLA 2022; Sozialbericht 2023, Landeshauptstadt Kiel 2023; Kinder- und Jugendbeteiligungsbeitrag, Ortsbeirat Friedrichsort 2023.

# Zentrenanalyse

## bestehende Konzepte und Grundlagen

### VITALITÄT

#### Frequenzen



#### Erreichbarkeit/Lesbarkeit



#### Angebotsportfolio



### INDIVIDUALITÄT

#### Stadtraumqualitäten



#### Nutzungsqualitäten



#### Immobilienqualitäten



### MENTALITÄT

#### Digitale Sichtbarkeit



#### Aktivitäten/Kooperation



#### Image/Marketing



Im Folgenden wird das Stadtteilzentrum Pries-Friedrichsort hinsichtlich seiner Vitalität, Individualität und Mentalität analysiert. Die Ergebnisse fußen auf Erkenntnissen bestehender Konzepte, eigener Vor-Ort-Analysen wie auch Auswertungen der durchgeführten Beteiligungstools. Eine pointierte SWOT-Analyse (Strengths (Stärken), Weaknesses (Schwächen), Opportunities (Chancen) und Threats (Risiken)) fasst die wesentlichen Erkenntnisse zusammen und bildet die Grundlage für den weiteren Prozess.

**VITALITÄT.** Zeigt auf, welche Angebote und Orte maßgeblich auf die Belebung des Zentrums einzahlen und welche Stadträume in welcher Intensität von Besucher:innen aufgesucht werden.

**INDIVIDUALITÄT.** Ermittelt, welche besonderen Charakteristika das Zentrum prägen. Dabei wird untersucht, wie die Gestaltung von Angeboten und Stadtraum sowie das Handeln der Akteur:innen besondere Erlebnisse für Besucher:innen schaffen.

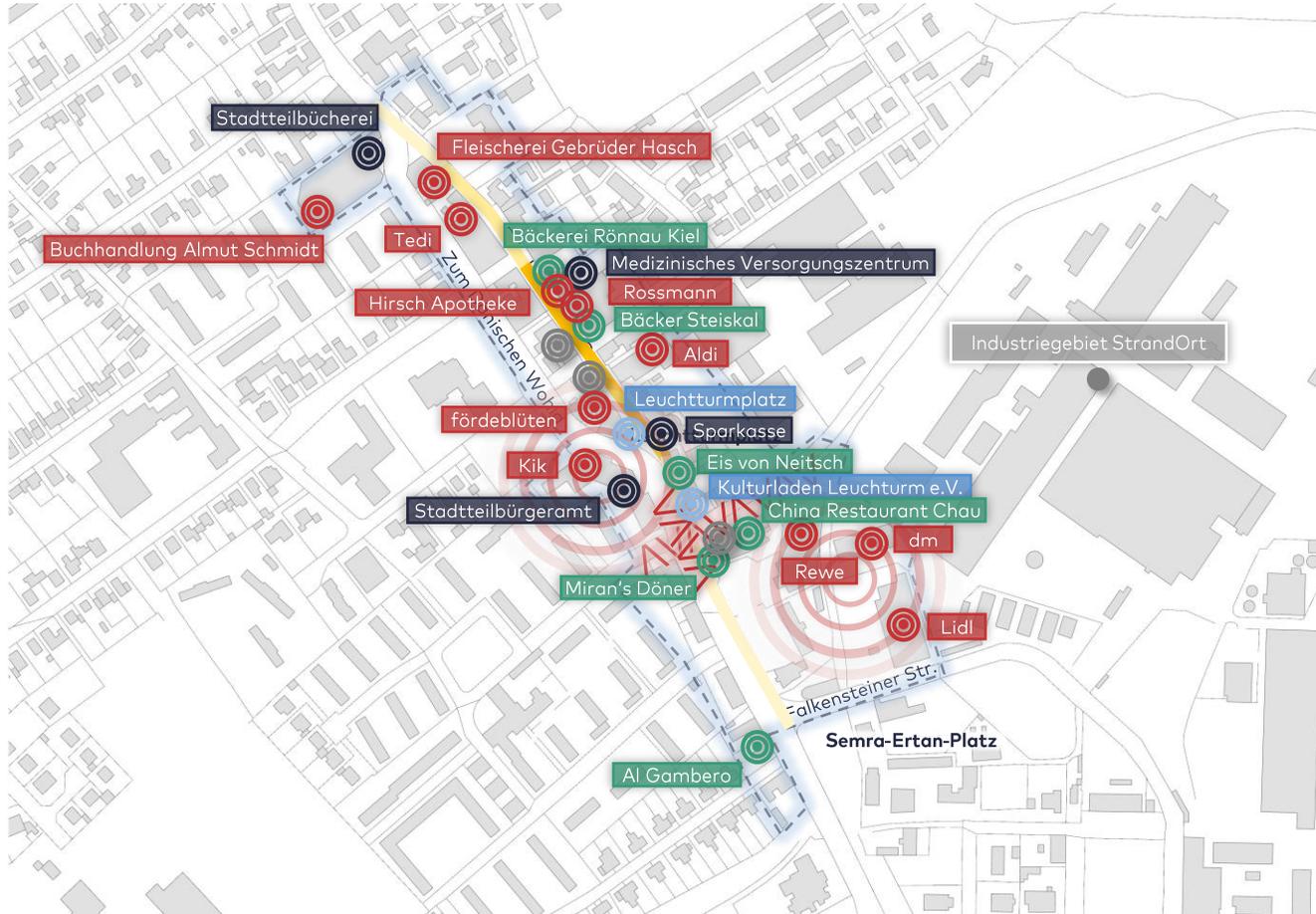
**MENTALITÄT.** Analysiert die bestehenden Akteursstrukturen, Kooperationen und das Image des Stadtteilzentrums wie auch die Offenheit hinsichtlich aktueller Trends und Herausforderungen.



# Frequenzen

## Legende

-  Untersuchungsgebiet
-  Passant:innenfrequenz
- Frequenzerzeugende Angebote**
-  Einzelhandel
-  Dienstleistung
-  Gastronomie
-  Freizeit und Kultur
-  Industrie
-  hochfrequentierter Bereich
- Frequenzhemmnisse**
-  Leerstand
-  Frequenzbarriere



Die verschiedenen Angebote und Orte des Zentrums zahlen in verschiedener Intensität auf die Belebung ein.

Gemäß der qualitativen Raumbeobachtungen vor Ort zeigt sich, dass die Bereiche der südlichen Friedrichsorter Straße und dem Einzelhandelsstandort an der Falkensteiner Straße die höchste Freqwentierung innerhalb des Untersuchungsgebiets aufweisen. Dies korrespondiert mit der Dichte an frequenzerzeugenden Nutzungen in dieser Lage. Neben den einzelnen (inhaber:innengeführten) Fachgeschäften prägen insbesondere die filialisierten Betriebe wie Rossmann, Aldi, Rewe, dm, Lidl und die Sparkasse - als den Einzelhandel arrondierende Dienstleistungsnutzung – die dortigen Frequenzen.

Eine deutlich geringere Dichte an frequenzintensiven Nutzungen und einen daraus resultierenden Rückgang an Frequenzen lässt sich in den nördlichen und südlichen Randbereichen des Untersuchungsgebiets feststellen. Hier weist das Stadtteilzentrum eine deutlich geringere Vitalität auf.

100 m

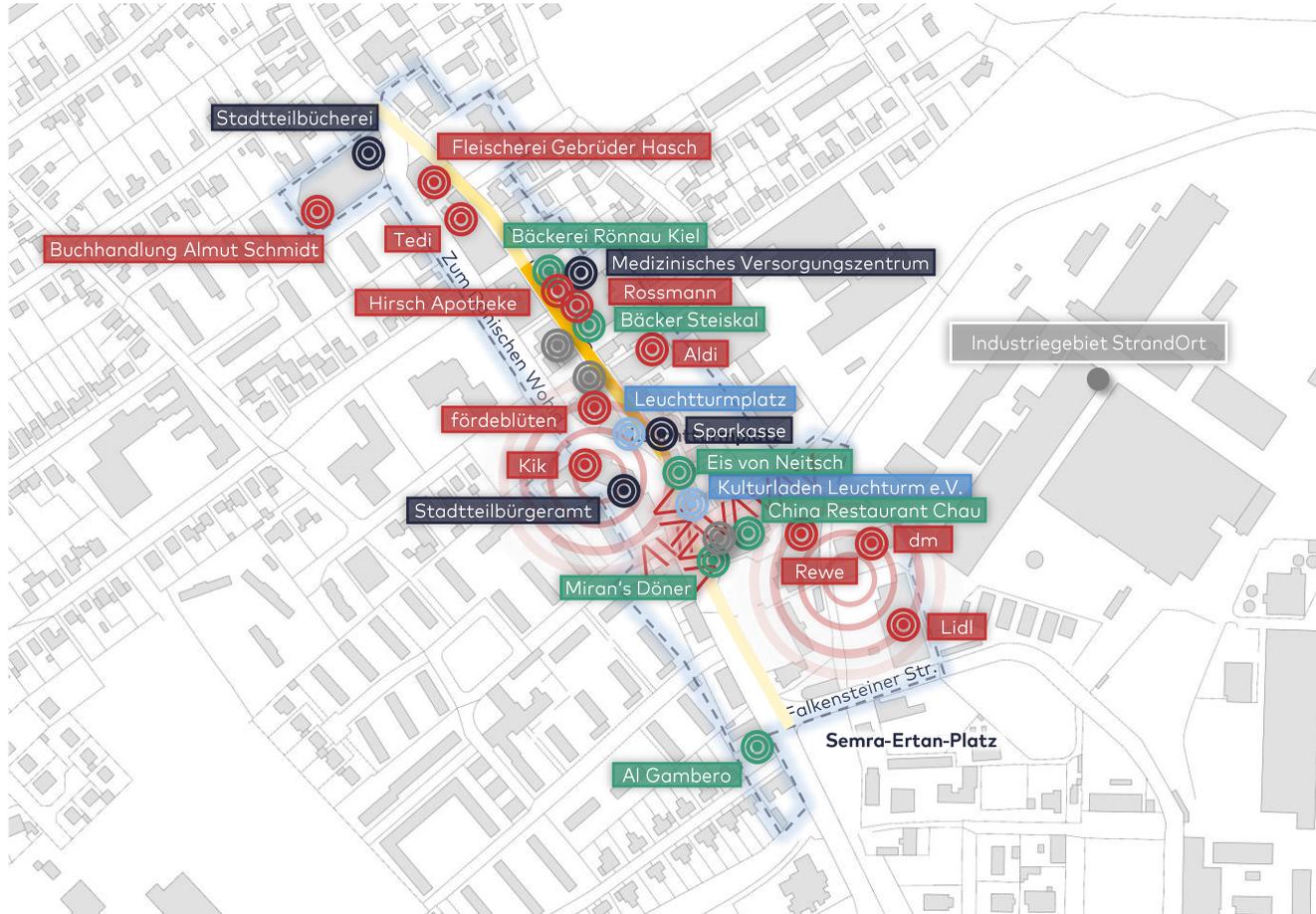
Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Kartengrundlage: Stadt Kiel.



# Frequenzen

## Legende

-  Untersuchungsgebiet
-  Passant:innenfrequenz
- Frequenzerzeugende Angebote**
-  Einzelhandel
-  Dienstleistung
-  Gastronomie
-  Freizeit und Kultur
-  Industrie
-  hochfrequentierter Bereich
- Frequenzhemmnisse**
-  Leerstand
-  Frequenzbarriere



Im Bereich der Fußgänger:innenzone, bzw. ihrem direkten Umfeld prägen vereinzelte temporäre bzw. langfristige Leerstände (z. B. Friedrichsorter Str. 14 bzw. An der Schanze 42 langfristig) den Stadtraum und wirken sich gleichzeitig frequenzhemmend auf die Vitalität des Zentrums aus.

Weitere Frequenzhemmnisse bilden der Braune Berg und An der Schanze als Verkehrsachsen. Die beiden höherfrequentierten Konzentrationsbereiche weisen dadurch Inseldynamiken auf und sind aufgrund mangelnder fußläufiger Kopplungseffekte funktional und städtebaulich nicht hinreichend miteinander verbunden.

100 m



# Frequenzen

## Legende

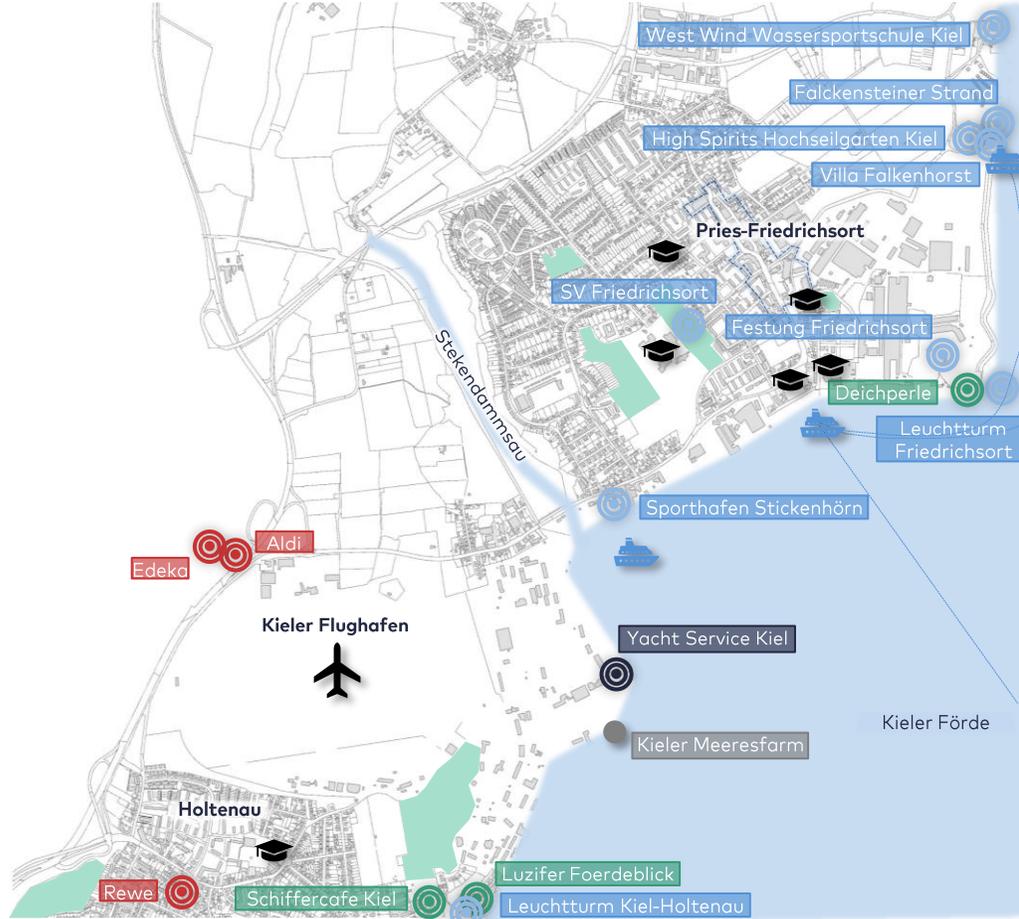
Untersuchungsgebiet

## Frequenzerzeugende Angebote

- Einzelhandel
- Dienstleistung
- Gastronomie
- Freizeit und Kultur
- Industrie

## Stadtraum

- Grünflächen
- Gewässer
- Flughafen
- Schiffsanleger
- Schule



Weitere frequenzbringende Anker nutzungen sind im Umfeld des Stadtteilzentrums zu finden.

Innerhalb des Stadtteils stellen der Falckensteiner Strand als Erholungsort sowie mit seiner Bedeutung für Wassersportler:innen, die Festung Friedrichsort und der Leuchtturm Friedrichsort als touristische Ankerpunkte besondere Anziehungspunkte dar. Auch das Restaurant Deichperle ist überregional bekannt und etabliert. Im Allgemeinen beeinflusst die Nähe zum Ufer der Kieler Förde die Frequenzen des Stadtteilzentrums abseits der „klassischen“ Zentrenutzungen. Allerdings werden Frequenzen vom Strand nicht optimal eingebunden und aufgegriffen.

Mit Blick auf die frequenzbringenden Anker nutzungen im Umfeld des Stadtteilzentrums Pries-Friedrichsort besteht perspektivisch die Möglichkeit, die Potenziale intensiver zu nutzen und die funktionale Verbindung zum Zentrum zu stärken. Hierbei spielen auch geplante Entwicklungen wie das Entwicklungskonzept Lindenau Maritim Park als Verbindung zwischen Pries-Friedrichsort und Holtenua eine Rolle.

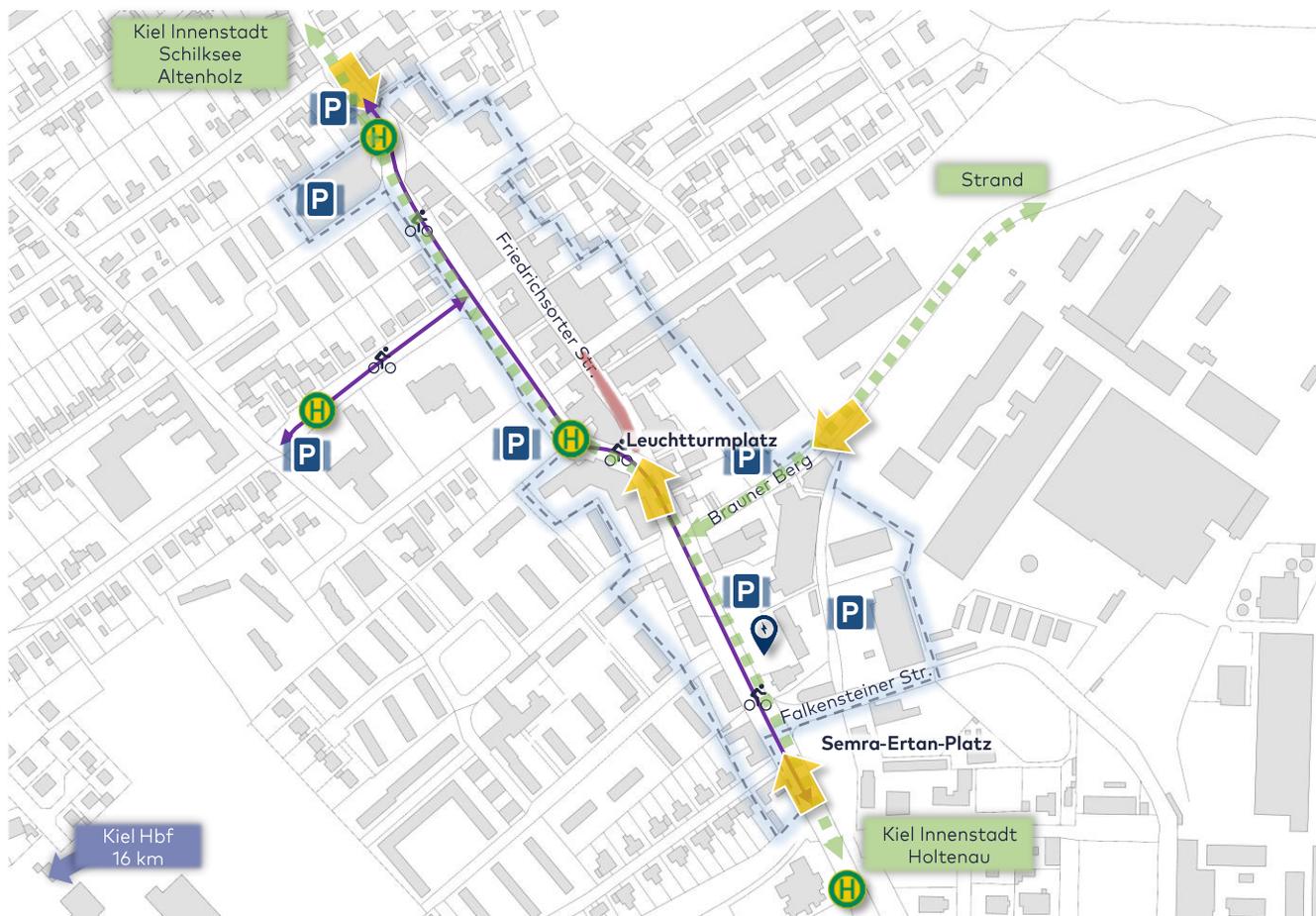
Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Kartengrundlage: Stadt Kiel.



# Erreichbarkeit

## Legende

- Untersuchungsgebiet
- Bushaltstellen
- großflächige Parkmöglichkeiten
- Fußgänger:innenzone
- Verbindungsachse
- Zentrale Eingangssituationen
- Radrouten
- E-Ladestationen



Das Stadtteilzentrum erstreckt sich von Norden nach Süden entlang der Hauptverbindungsachse Zum Dänischen Wohld / An der Schanz. Eine direkte Anbindung ans Schienennetz ist nicht vorhanden, der nächstgelegene Bahnhof befindet sich in der Kieler Innenstadt. Nutzer:innen des ÖPNVs können diesen und das Stadtteilzentrum über mehrere Bushaltstellen erreichen. Abgesehen von der Haltestelle Brauner Berg mit Echtzeit-Information sind die Haltestellen eher funktional und z. T. mit geringer Verweilqualität gestaltet. Quantitativ sind ausreichend Parkmöglichkeiten für den MIV vorhanden. Darüber hinaus sind die ausgewiesenen Parkflächen neben dem am Straßenrand vorhandenen ruhenden Verkehr räumlich gleichmäßig im Stadtteilzentrum verteilt. Die vorhandene E-Ladeinfrastruktur sollte perspektivisch erweitert werden. Zwar lassen sich vereinzelte Radrouten finden, dennoch ist die Radinfrastruktur im Zentrum generell als ausbaufähig zu bewerten. Der Radverkehr nimmt aktuell eine untergeordnete Rolle ein, da es an Radwegen sowie attraktiven und sicheren Abstellanlagen fehlt.

Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Kartengrundlage: Stadt Kiel.



# Lesbarkeit



Die bandartige Struktur des Stadtteilzentrums trägt zu einer intuitiven Wegeführung und Orientierung bei. Allerdings verläuft diese größtenteils nicht durch die Fußgänger:innenzone, sondern entlang der Hauptverkehrsachse Zum Dänischen Wohld / An der Schanze, da die Eingangssituationen am Jugendcafé sowie am Leuchtturmplatz nicht einladend gestaltet sind. Diese Entscheidung beeinflusst maßgeblich die Routenwahl der Besucher:innen innerhalb des Zentrums. Auch von außerhalb des Stadtteilzentrums ist dieses nicht ausreichend sichtbar. Dies gilt ebenso für die Sichtbarkeit der umliegenden Nutzungen vom Zentrum aus, was die Attraktivität und Zugänglichkeit des Ortes einschränken. Die Sichtbarkeit des Strandes und die Erlebbarkeit des Themas Wasser im Zentrum könnten – einhergehend mit einer Attraktivierung der Wegeverbindung zum Strand – die Nähe zum Meer als Alleinstellungsmerkmal hervorheben. Aktuell mangelt es insgesamt an Verbindungen und sichtbaren Wegebeziehungen, was zu einer suboptimalen Nutzung des Stadtteilzentrums führt, und die Besuchererfahrung beeinträchtigt. Ankommende des MIVs können auf ein Parkleitsystem zurückgreifen, welches auf die großflächigen Parkplätze verweist. Die Schilder zeigen allerdings zum größten Teil ein wartungsbedürftiges Erscheinungsbild auf. Ein weiterer Mangel liegt in der fehlenden Bereitstellung von Informationen oder Anreizen darüber, was Besucher:innen im Zentrum erwartet. Das Fehlen von Hinweisen auf Attraktionen, Geschäfte oder andere Einrichtungen kann dazu führen, dass Besucher:innen sich desorientiert oder nicht informiert fühlen, was letztendlich die Frequenzen und die Vitalität des Stadtteilzentrums beeinträchtigen kann. Die vorhandenen Kundenstopper der einzelnen Gewerbetreibenden tragen zu einem ungeordneten Erscheinungsbild bei und weisen in den meisten Fällen gestalterische Aufwertungsbedarfe auf.

Quelle: Fotos Stadt + Handel.



# Angebotsportfolio



Das Stadtteilzentrum „hat alles, was man braucht“ (Teilnehmer:in des Speed-Datings). Die Vitalität des Zentrums wird maßgeblich geprägt durch die großflächigen filialisierten Einzelhandelsnutzungen im südlichen Bereich des Untersuchungsgebiets. Neben den Discountern und Supermärkten bestimmen auch die beiden Drogeriemärkte dm und Rossmann das Angebotsportfolio des Zentrums. Pries-Friedrichsort nimmt dabei eine Versorgungsfunktion für Angebote des täglichen Bedarfs auch für die umliegenden Ortsteile ein. Als übergeordnetes Ziel des integrierten Stadtteilentwicklungskonzeptes von 2015 wird daher „die Sicherung und Entwicklung des Stadtteilzentrums als Nahversorgungszentrum, um so Pries/Friedrichsort als Wohn-, Arbeits- und Freizeitstandort zu stärken und weiterhin durch die Versorgungsfunktion die Bedeutung als „Mitte im Norden“ in Kooperation mit den umliegenden Stadtteilen zu halten“ (Integriertes StadtTEILentwicklungskonzept Kiel Pries/ Friedrichsort, S.17) als eines der übergeordneten Ziele definiert. Im niedrigpreisigen Segment schafft der Tedi im nördlichen Teil des Untersuchungsgebiets Frequenzen und spricht insbesondere jüngere Zielgruppen an. Vereinzelt inhaber:innengeführte Geschäfte wie ein Juwelier, ein Herrenausstatter oder zwei Blumengeschäfte ergänzen das filialisierte Angebot um individuelle Einzelhandelsnutzungen. Neben der Sparkasse wird das Dienstleistungsangebot primär durch Nutzungen im Gesundheitswesen mit medizinischen Dienstleistungen sowie Apotheken geprägt. Das gastronomische Angebot des Stadtteilzentrums ist aktuell weitestgehend auf Mitnahmegastronomie ausgerichtet. Neben den beiden Bäckereien, einem Eiscafé und zwei Restaurants, bestimmen Imbisse das Stadtbild. Angebotslücken lassen sich hier im Bereich der Bistros, sowie der Schankwirtschaft feststellen.

Quelle: Fotos Stadt + Handel.



# Stadtraumqualitäten

## Legende

-  Untersuchungsgebiet
-  Fußgänger:innenzone
-  großflächige Parkmöglichkeiten
-  Grünflächen
-  Plätze
-  fehlende Aufenthaltsqualität (u. a. durch Fassadengestaltung, fehlende Begrünung, hohen Versiegelungsgrad, ausbaufähige Werbegestaltung)
-  stadtbildprägender Gebäudebestand
-  Kirche
-  Stadtteilbürgeramt



Innerhalb der bandartigen Struktur des Stadtteilzentrums bildet nur der rund 90 Meter lange Teil der Friedrichsorter Straße zwischen Leuchtturmplatz und Heckstraße die Fußgänger:innenzone. Der Leuchtturmplatz ist die zentrale und einzige Platzsituation des Stadtteilzentrums. Neben vereinzelt Stadtmobiliar und temporär stattfindenden Veranstaltungen wie dem Leuchtturmfest oder dem Laternenumzug weist dieser allerdings Aufenthaltsqualitäten auf, die hinsichtlich seiner Bespielung sowie Gestaltung, Pflege und Begrünung aktuell nicht den Anforderungen der Zielgruppen entsprechen. Im Allgemeinen ist das Stadtteilzentrum durch einen hohen Versiegelungsgrad geprägt. Neben dem Friedhof nordöstlich des Untersuchungsgebiets lässt sich lediglich die Grünfläche am Semra-Ertan-Platz südlich der Falkensteiner Straße identifizieren, allerdings auch hier mit einer ausbaufähigen Verweilqualität. Straßenbegleitgrün wertet die Hauptverbindungsachsen zum Dänischen Wohld und An der Schanze auf.

Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Kartengrundlage: Stadt Kiel.



# Stadtraumqualitäten



Hinsichtlich der Gestaltung des Stadtraums präsentiert sich das Zentrum aktuell nur wenig einladend. Neben dem zuvor bereits genannten hohen Versiegelungsgrad lassen sich im Stadtraum keine bzw. kaum Spiel- und Aufenthaltsmöglichkeiten finden. Bestehendes Stadtmobiliar, wie die Poller entlang der Hauptverkehrsachsen Zum Dänischen Wohld / An der Schanze sowie der Friedrichsorter Straße befinden sich zu einem Großteil in einem ungepflegten und teils beschädigten Zustand. Durch die Bemühungen des bestehenden Quartiersmanagements konnten in einer Bepflanzungsaktion eine Vielzahl an Begrünerkästen in Kooperation mit den Gewerbetreibenden aufgestellt werden. Davon abgesehen wirkt die Gestaltung des öffentlichen Raums nur wenig identitätsstiftend. Großes identitätsstiftendes Potenzial ist vom Leuchtturmplatz ausgehend. Neben seiner Lage als zentraler Platz des Zentrums wirkt der Leuchtturm hier gleichzeitig als Landmarke. Sowohl die Gestaltung des Platzes als auch die Instandhaltung sind allerdings aktuell noch nicht hinreichend einladend. Neben dem Leuchtturmplatz befindet sich auch am nördlichen Eingang zum Stadtteilzentrum eine Platzsituation, welche allerdings aktuell stark durch unrechtmäßig ruhenden Verkehr blockiert wird. Neben dem Leuchtturmplatz im Zentrum und dem Semra-Ertan-Platz im Süden besteht hier großes Potenzial die Plätze in einem Dreiklang zu attraktivieren. Die Attraktivierung des nördlichen Bereiches um Umfeld des Jugendcafés war auch ein zentrales Ergebnis der Kinder- und Jugendbeteiligung im Ortsbeirat von 2023.

In weiten Teilen weist der Stadtraum oftmals eine mangelnde Sauberkeit aufgrund herumliegenden Mülls auf. Besonders deutlich zeigt sich dies an der kleinen Passage zwischen Friedrichsorter Straße und An der Schanze sowie am Semra-Ertan-Platz.

Quelle: Fotos Stadt + Handel.



# Nutzungsqualitäten



Die Gestaltung der Angebote, Fassaden und Schaufenster des Stadtteilzentrums stellt sich zum Großteil als sehr standardisiert und nur wenig einladend oder identitätsstiftend dar. In weiten Teilen lassen sich Modernisierungspotenziale der Werbegestaltung feststellen.

Aufgrund der vorhandenen Mindernutzungen sowie der funktionalen Gestaltung zeichnen sich im Umfeld des Leuchtturmplatzes, in der nördlichen Friedrichsorter Straße und im Bereich Brauner Berg eindeutige Handlungsbedarfe hinsichtlich der Gestaltung des öffentlichen Raums und seiner Nutzungsqualitäten ab.

Die wenigen auf längere Verweildauer ausgerichteten gastronomischen Angebote bieten nur wenige Sitzmöglichkeiten für Außen- gastronomie an. Fehlende konsumfreie Verweilmöglichkeiten im Stadtraum verringern darüber hinaus die Verweilqualität des Zentrums.

Im Allgemeinen befinden sich die meisten Nutzungen in erster Reihe der Häuserfront und sind unmittelbar vom Straßenraum einsehbar. Ein Großteil der Ladenlokale weist allerdings eine mangelnde Barrierefreiheit und Treppenstufen an den Eingängen auf, weshalb die Zugänglichkeit in Teilen eingeschränkt ist.

Quelle: Fotos Stadt + Handel.



# Immobilienqualitäten



In weiten Teilen weisen die Immobilien des Stadtteilzentrums eine augenscheinlich adäquate Bausubstanz auf. Entlang der Hauptverkehrsachse Zum Dänischen Wohld / An der Schanze weist ein Großteil der Bebauung Fassaden aus Tonziegeln auf, die ein homogenes Erscheinungsbild erzeugen. Im Bereich der Friedrichsorter Straße bricht diese Homogenität auf, hier zeigen sich deutliche Unterschiede in der Qualität der Immobilien und deren Fassadengestaltung. Neben Putzfassaden und Bebauung der Nachkriegszeit wirken punktuelle Gebäude im Jugendstil als architektonische Highlights.

Demgegenüber zeichnet sich hier allerdings auch großer Handlungsbedarf bei der Instandhaltung von Leerständen und der Pflege von Fassaden ab. Neben Graffiti und Beschmierung wirken sich insbesondere Verwahrlosung von leerstehenden Schaufenstern, Investitionsstaus und unklare Renovierungsabsichten von Eigentümer:innen (Friedrichsorter Str. 7) negativ auf das Stadtbild aus. Die Immobilienqualitäten gehen hier zum Großteil einher mit den jeweiligen Nutzungsqualitäten. Niedrigpreisige Angebote und Mindernutzungen wirken sich also unmittelbar auch auf die Mindernutzung des Stadtraums und dessen Immobilienqualitäten aus.

Neben der Friedrichsorter Straße weist auch der Knotenpunkt Brauner Berg / An der Schanze Handlungsbedarfe hinsichtlich Immobilienqualitäten auf. Die Immobilie An der Schanze 42 bildet hier eine wichtige Raumkante und Eingangssituation ins Zentrum. Langfristiger Leerstand und wartungsbedürftige Fassadengestaltung prägen das Stadtbild hier negativ.



# Aktivitäten/Kooperation

## Bestehende Netzwerke

Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Fotos: Kulturladen Leuchtturm e.V., Kiel-Marketing e.V., Kiel-Friedrichsort e.V., Aufstehen gegen Rassismus Schleswig-Holstein,

**Spieleabend**  
 Seit November 2022 geht unser beliebter Spieleabend jeden Mittwoch im Monat um 19:30 Uhr an den Start (außer Juli, Dezember 2022 Pausen).  
 In gemütlicher Runde gemeinsam spielen! Egal, ob Brett- oder Kartenspiele, Strategiespiele, Quizspiele oder Partyspiele – es ist für jeden etwas mit dabei.  
 Es können gerne auch eigene Spiele mitgebracht werden.  
 Eintritt frei, ohne Anmeldung, herzlich Willkommen!

**Freitags ist Waffeltag!**  
 Freitag 15.05.-17.05.2019  
 Keine Ausrede – Zeit zum Können – Treffen mit Bekannten – Neue Bekanntschaften schließen – Eine gute Gelegenheit zum Handeln in Goodwillität.

**Öffentliche Sprechzeiten**  
 im Kulturladen Leuchtturm e.V.  
 An der Schanze 44 | 24159 Kiel  
 Montags 14:00 – 16:00 Uhr

Sprechen Sie uns gerne jederzeit zu folgenden Themen an:  
 Zukunftsideen für die Belebung des Stadtteilzentrums, Anmietung eines Ladenlokals, Zwischennutzungen, Pop Up Konzepte, Start-ups Vor Ort engagieren – eine Gemeinschaft der Händler\*innen und Anrainer\*innen entsteht

Ihr Ansprechpartner  
 Michael Andres  
 Quartiersmanager  
 Pries-Friedrichsort  
 Telefon: 0431 6791036  
 Mobil: 0278 2858647  
 E-Mail: michael@kiel-marketing.de

Gefördert durch:  
**Kiel**

**Der Runde Tisch gegen rechte Ecken**  
**Pries Friedrichsort lädt ein: Stammtischkämpfer\*innenausbildung**

15:30 – 18:30  
 Februar 17, 2019

Da in letzter Zeit wieder Nazischmierereien im Kieler Ortsteil Friedrichsort auftauchen, wollen wir dem etwas entgegensetzen.

Gemeinsam werden der Runde Tisch gegen rechte Ecken und Aufstehen gegen Rassismus ein "StammtischkämpferInnenseminar" in Pries-Friedrichsort durchzuführen.

Wir möchten rechten Sprüchen im Bekanntenkreis, unter KollegInnen, von MitschülerInnen oder im Sportverein schlagfertig begegnen. Das üben wir gemeinsam in diesem Seminar.

Wir laden alle ein, Verantwortung zu übernehmen für ein tolerantes, weltoffenes und menschenfreundliches Pries-Friedrichsort.

Info und Anmeldung nur über [kontakt@runder-tisch-friedrichsort.de](mailto:kontakt@runder-tisch-friedrichsort.de)

Kulturladen Friedrichsort  
 Friedrichsorter Str.  
 Kiel 24159

Alle Meldungen | Mediengalerie | Veranstaltungen | Kontakt

Mit tatkräftiger Unterstützung setzen sich Kiel-Marketing und lokale Gewerbetreibende für die Begrüßung Pries-Friedrichsort ein.

PRESEMITTEILUNG - 11. MAI 2023 14:21

**Das Zentrum von Pries-Friedrichsort blüht auf**

Facebook | Instagram | Twitter

Zentrenbezogene Themen werden federführend durch das Quartiersmanagement von Kiel Marketing e.V. koordiniert. Mit dem Kulturladen Leuchtturm e.V. als zentrale Anlaufstelle ist Michael Andres im Quartier verankert und stärkt das Netzwerk der Gewerbetreibenden und Akteur:innen des Stadtteilzentrums durch gemeinschaftliche Events wie Begrünnungsaktionen. Die Durchführung verschiedener solcher Projekte zeigt den Erfolg des Quartiersmanagements als koordinierende Instanz und das grundlegend vorhandene Engagement zur Mitgestaltung der Akteur:innen

Auch aus der Stadtgesellschaft heraus ergeben sich immer wieder Netzwerke zur Stärkung des Stadtteilzentrums. So war neben einem Handels- und Gewerbeverband auch der Stadtteilinitiative PFIFF e.V. lange Jahre aktiv, um Aktionen zu organisieren und Informationen zu bündeln. Seit Ende 2022 lässt sich jedoch keine Aktivität des Vereins mehr feststellen. Weitere sektorale Zusammenschlüsse bilden beispielsweise der Verein der Freunde der Festung Friedrichsort e. V. zum Erhalt der Zugänglichkeit der Festung für die Öffentlichkeit, oder der Runde Tisch gegen Rassismus.



# Aktivitäten/Kooperation

## Größere Veranstaltungen & Festivitäten im Stadtteilzentrum

Kulturladen Leuchtturm in Kiel Start Programm Kurse Eindrücke Über uns Kontakt

### Eindrücke

Eindrücke aus unserem Kulturleben!



#### Neue Weihnachtsbeleuchtung und Laternenumzug im Stadtteilzentrum

Auf Initiative der ansässigen Gewerbetreibenden hat das Quartiermanagement in diesem Jahr eine neue Weihnachtsbeleuchtung angeschafft und installiert. Die aus recyceltem Kunststoff hergestellten Beleuchtungselemente sollen das gesamte Stadtteilzentrum verbinden und in ein weihnachtliches Gewand hüllen. Parallel zur Beleuchtung der Leuchtturmspitze wurde der Weihnachtsbaum auf dem Leuchtturmplatz von Kindern der Fritz-Reuter-Schule und der Lernwerk mit selbst gebastetem Baumschmuck verschönert. Zur Einweihung der neuen Beleuchtung im Stadtteilzentrum fand ein schöner Laternenumzug statt, der mit einem Punschtrinken auf dem Leuchtturmplatz endete.



Im Veranstaltungskalender der Stadt Kiel lassen sich verschiedene Veranstaltungen finden, die themenspezifisch unterschiedliche Zielgruppen ansprechen. Als Referenz wurden die durchgeführten Veranstaltungen von 2023 herangezogen.

Insbesondere in den Sommermonaten bis September richten sich Veranstaltungen wie die Kieler Woche, das Lighthouse Swim, das Leuchtturmfest oder das Festival am kleinen Strand insbesondere an Wassersportler:innen sowie Familien (mit Kindern). Die gut besuchten Veranstaltungen schaffen für das Stadtteilzentrum eine temporäre Vitalität, von der auch die permanenten Nutzungen des Zentrums aufgrund gesteigerter Frequenzen sowie verstärkter Sichtbarkeit profitieren.

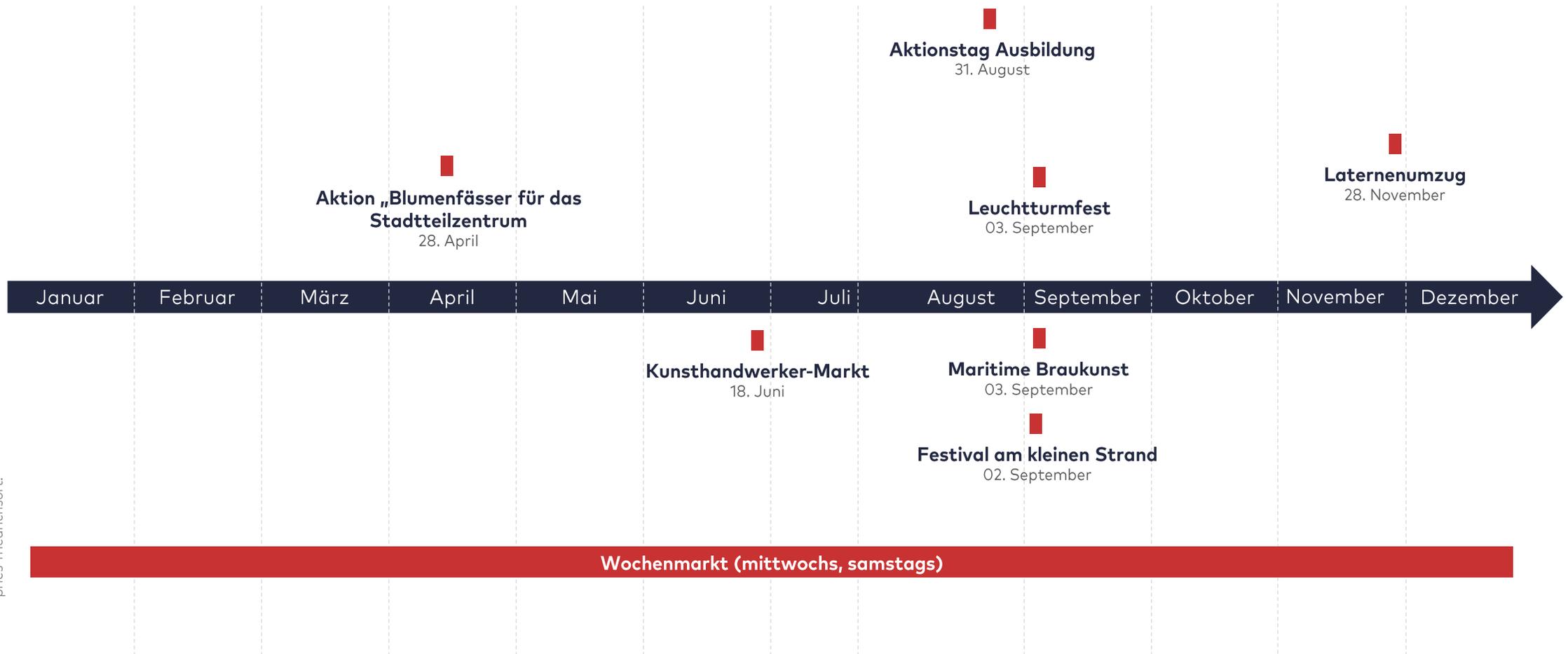
Organisiert werden die Veranstaltungen federführend durch Kiel Marketing e.V. Allerdings bieten auch andere Einrichtungen, wie der Kulturladen Leuchtturm e.V. oder die Buchhandlung Almut Schmidt niedrigschwellige Veranstaltungen an.

Die nachfolgende Seite stellt das thematische Veranstaltungsprogramm über das Jahr verteilt dar. Eine Angebotslücke lässt sich im Jahres- und Frühjahrsbeginn sowie den Sommermonaten feststellen. Ein ausbaufähiges Angebot lässt sich darüber hinaus im Bereich der Jugendlichen und jungen Erwachsenen sowie Begegnungsmöglichkeiten und Veranstaltungen für Senior:innen feststellen.



# Aktivitäten/Kooperation

## Größere Veranstaltungen & Festivitäten im Stadtteilzentrum 2023



Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Veranstaltungsjahreskalender für das Jahr 2023 der Landeshauptstadt Kiel, Quelle: <https://kiel-sailing-city.de/veranstaltungen/>; <https://www.kielerleben.de/news/was-geht-friedrichsort-10026661.html>; <https://kiel.de/veranstaltungen/leuchtturmfest-mit-sonntagsoeffnung-am-3-september-2023-pries-friedrichsort>.



# Digitale Sichtbarkeit

Kiel. Sailing. City.

Worach suchen Sie?

Für Mitglieder & Partner Über uns Zusammenarbeit Downloads Presse Webcam

Startseite > Kiel & Zukunft > Stadtteile > Pries / Friedrichsort



Vorlesen

## Ortsteil Pries / Friedrichsort

Der Kieler Norden hat viel Geschichte und viel Produktivität. Hier gibt es Industrie seit mehr als 150 Jahren. Hier wachsen Gewerbe, Produktion und Digitalisierung zusammen.

Festung und Alt-Friedrichsort sind für Kiel ein einzigartiges Gebiet. Und das Industriegebiet direkt am Wasser mit seiner langen Technologiegeschichte wird zu einem hochmodernen Standort in der Landeshauptstadt. Am Flughafen entstehen zwei neue Gewerbegebiete, das MFG-S-Gelände direkt an der Kieler Förde wird zum hochmodernen, vernetzten Stadtteil.

### SCHNELL GEFUNDEN

- Sanierung & Sperrung Schusterkrug
- Mobil sein & bleiben in Pries / Friedrichsort

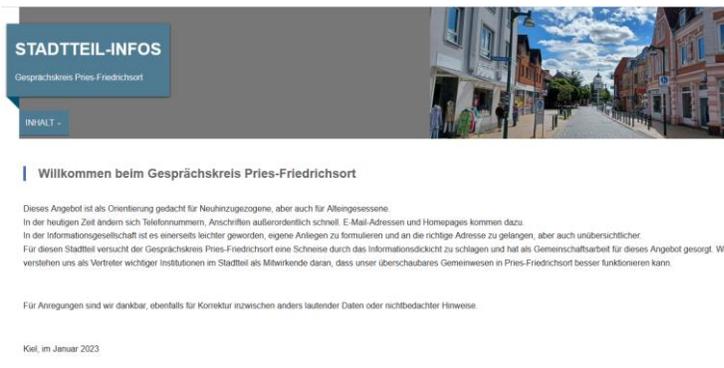
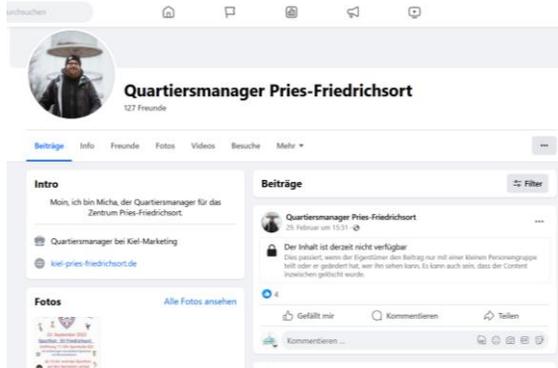
### AUCH INTERESSANT

- Ortsbeirat Pries / Friedrichsort

## Herzlich willkommen beim Quartiersmanagement Pries-Friedrichsort!

Pries-Friedrichsort ist maritim, ein Kieler Stadtteil mit Geschichte direkt am Meer. Tradition mischt sich mit Lust auf Innovation, Naherholung trifft auf inhabergeführten Handel, Handwerk, Werft und Industrie. Lebendig und kunterbunt hat Pries-Friedrichsort einiges zu bieten – von kulturellem Angebot, vielfältigen Freizeit- und Sportmöglichkeiten bis zu einer ausgezeichneten städtischen Infrastruktur.

Das Herz des Stadtteils bildet der Ortskern mit der Einkaufsstraße. Hier setzt Kiel-Marketing mit dem Quartiersmanagement an, um das Stadtteilzentrum zu beleben und das Herz Pries-Friedrichsorts wieder höher schlagen zu lassen. Der Wirkungsbereich ist in der unten angeführten Grafik dargestellt. Zur Belebung und Attraktivierung des Zentrums fokussiert sich das Quartiersmanagement darauf, wieder Leben in Leerstände zu bringen, eine Quartiersgemeinschaft für eine nachhaltige Zusammenarbeit zu etablieren und langfristig eine Profilierungsstrategie zu erarbeiten, die das Quartier und somit den ganzen Stadtteil zukunftsfähig aufstellt.



Das Stadtteilzentrum Pries-Friedrichsort ist digital über verschiedene Kanäle sichtbar. So wird sie hauptsächlich über die Website der Stadt Kiel, der Website von Kiel-Marketing e.V. mit einer eigenen Rubrik für das Quartiersmanagement Pries-Friedrichsort vermarktet. Hier werden Themen rund um den Ortsbeirat, Informationen zur Festung Friedrichsort und Alt-Friedrichsort sowie die Gewerbegebiete ausgewiesen. Außerdem werden aktuelle Projektvorhaben, sowie (touristische) Freizeitangebote und allgemeine Informationen bereitgestellt.

Ergänzend dazu platziert der Quartiersmanager Michael Andres auf der eigenen Facebook-Seite „Quartiersmanager Pries-Friedrichsort“ Informationen zu Veranstaltungen und Aktionen und hat dort nach aktuellem Stand (12.03.2024) ein digitales Netzwerk von rund 130 Personen aufgebaut. Eine Erhöhung der Regelmäßigkeit könnte die digitale Sichtbarkeit weiter verstärken.

Aus der Stadtgesellschaft heraus hat sich die digitale Informationsplattform Gesprächskreis Pries-Friedrichsort gebildet, die „als Orientierung [...] für Neuhinzugezogene, aber auch für Alteingesessene [gedacht ist]“ (Gesprächskreis Pries-Friedrichsort 2023). Die Website listet Einrichtungen in Pries-Friedrichsort gegliedert nach Bereichen auf und informiert über jeweilige Kontaktmöglichkeiten.

Im Allgemeinen ist die digitale Vermarktung des Stadtteilzentrums als durchschnittlich zu bewerten. Insbesondere jüngere Zielgruppen werden aktuell noch nicht hinreichend erreicht. Hier kann eine Ausweitung der digitalen Präsenz auf weitere soziale Medien die Sichtbarkeit des Zentrums erhöhen.



# Image/Marketing

## + Pries-Friedrichsort: Die Jugend verschafft sich Gehör



▶ Artikel anhören • 3 Minuten

Was wünschen sich Kinder und Jugendliche für ihren Stadtteil Pries-

Der Kieler Norden hat viel Geschichte und viel Produktivität. Hier gibt es Industrie seit mehr als 150 Jahren. Hier wachsen Gewerbe, Produktion und Digitalisierung zusammen.

Festung und Alt-Friedrichsort sind für Kiel ein einzigartiges Gebiet. Und das Industriegebiet direkt am Wasser mit seiner langen Technologiegeschichte wird zu einem hochmodernen Standort in der Landeshauptstadt. Am Flughafen entstehen zwei neue Gewerbegebiete, das MFG-5-Gelände direkt an der Kieler Förde wird zum hochmodernen, vernetzten Stadtteil.

## + Wohnen in Kiel: Warum Pries-Friedrichsort so reizvoll ist



Mit den Stränden Schilksee und Falckenstein hat der Kieler Norden einen hohen Freizeitwert und gilt als Naherholungsgebiet für die Stadt. Für Pastor

Obwohl Pries-Friedrichsort digital sichtbar ist, fehlt es an einer klaren Marketingstrategie, welche die Alleinstellungsmerkmale des Stadtteilzentrums hervorhebt. Die Webseite der Stadt Kiel erwähnt das Zusammenspiel von Geschichte und Industrie, vermarktet dies allerdings nicht hinreichend als Aushängeschild für das Stadtteilzentrum.

Auch hinsichtlich einer Zielgruppenansprache weist die Vermarktung des Stadtteilzentrums Handlungsbedarfe auf. Unterstrichen wird dies durch Ergebnisse der Speed-Datings, bei denen vermehrt der Wunsch nach einer klaren Marke des Zentrums mit Alleinstellungsmerkmalen und einer Zielgruppenansprache gewünscht wurde.

In der Presse ist die Berichterstattung über das Stadtteilzentrum als überwiegend positiv und informativ zu bewerten.



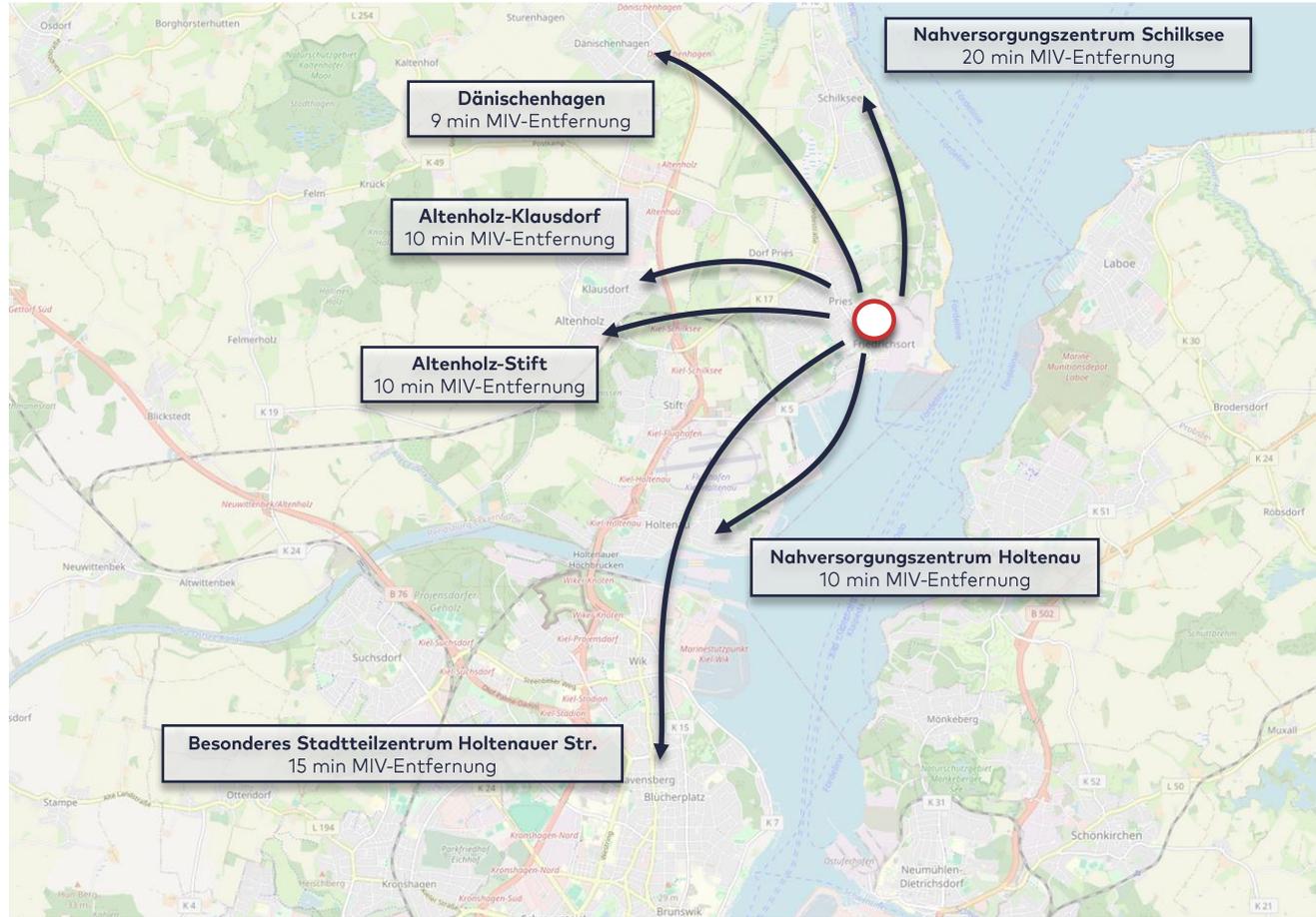
# **Pries-Friedrichsort im regionalen Wettbewerb**

# Regionales Wettbewerbsumfeld

## Übersicht

### Legende

 Pries-Friedrichsort



Um vorgenannter Ergebnisse hinsichtlich ihrer Relevanz einordnen zu können, wird nachfolgend ein Blick auf das regionale Wettbewerbsumfeld von Pries-Friedrichsort gelegt. Dieses wird primär durch die nächstgelegenen Zentren Kiels Schilksee und Holtenau, das Besondere Stadtteilzentrum Holtenauer Straße sowie die Ortsteile Altenholz-Stift, Altenholz-Klausdorf und Dänischenhagen geprägt.

Die Abgrenzung der Wettbewerbszentren orientiert sich dabei zum einen an der räumlichen Nähe zum Stadtteilzentrum und zum anderen an dem Versorgungsauftrag, den die ausgewählten Zentren einnehmen.

Die nachfolgenden Folien betrachten die Wettbewerbsbeziehung dieser Zentren hinsichtlich ihrer verkehrlichen Erreichbarkeit, ihrem Angebotsportfolio, der Zielgruppenfokussierung sowie funktionaler und städtebaulicher Besonderheiten.

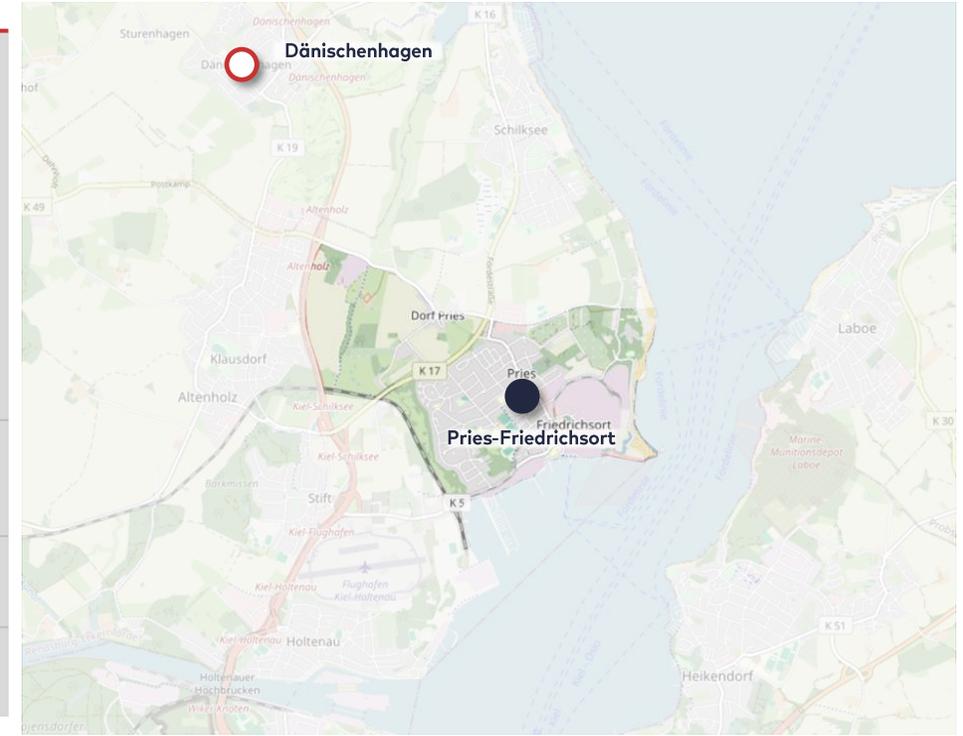
Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Kartengrundlage: GeoBasis-DE/BKG (Daten verändert); OpenStreetMap – veröffentlicht unter ODbL.

# Regionales Wettbewerbsumfeld

## Dänischenhagen

Quelle: Darstellung Stadt + Handel, Kartengrundlage: GeoBasis-DE/BKG (Daten verändert), OpenStreetMap – veröffentlicht unter ODbL, Amt Dänischen Hagen.

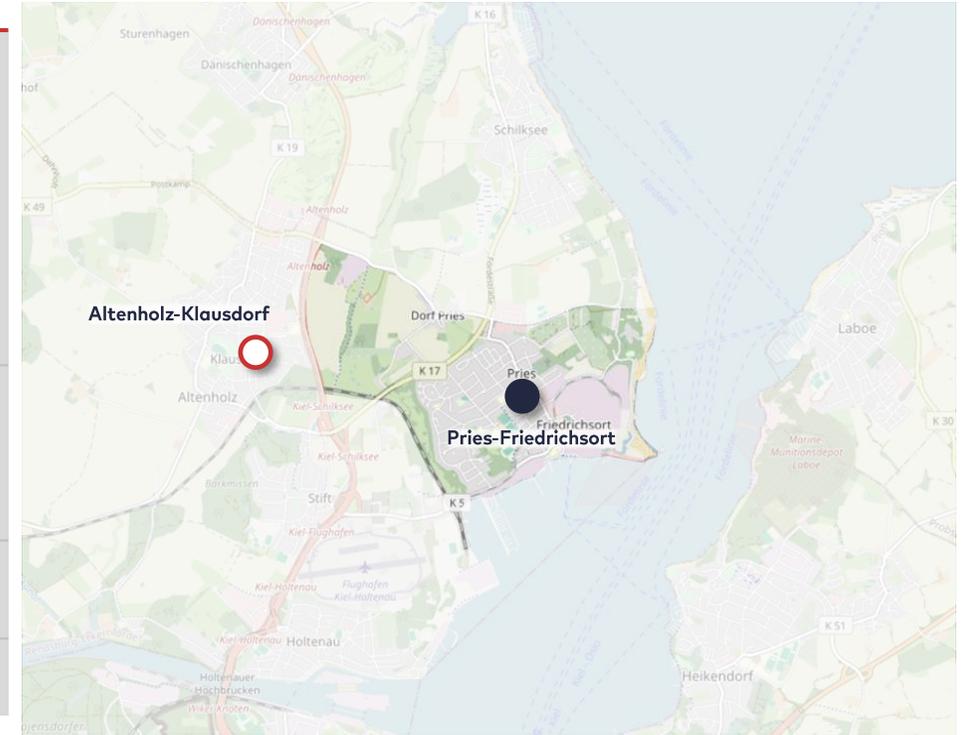
Merkmale	Ausprägungen	Wettbewerb zu Pries-Friedrichsort
Zentralörtliche Funktion	Grundzentrum	
Vitalität	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ direkte Anbindung an die B503 in Richtung Kiel; direkte ÖPNV-Anbindung nach Altenholz, dem Flughafen und der Kieler Innenstadt sowie dem ZOB und Hbf</li> <li>➤ geringe Anzahl an Versorgungsangeboten entlang der Scharnhagener Straße (Bäckerei, Volksbank); Markant-Markt als einziger Versorgungsmarkt; vereinzelte inhabergeführte Betriebe; vorhandene Bildungsstätten und Sportvereine</li> <li>➤ familienfreundliche Umgebung und attraktiver Wohn- und Lebensort; Golfplatz, Sportvereine und Kirchengemeinde als Magnet</li> </ul>	■ ■ □
Individualität	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ kleinteilige Bebauungsstruktur; vorhandene Gewerbeflächen</li> </ul>	■ □ □
Mentalität	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ keine bestimmte Zielgruppenansprache</li> </ul>	□ □ □
Wettbewerbsbeziehung	<p><b>mittlere Konkurrenz aufgrund Ausrichtung auf Wohn- und Lebensstandort;</b>  <b>schwache Konkurrenz hinsichtlich Angebotsvielfalt</b></p>	<b>mittel</b>



# Regionales Wettbewerbsumfeld

## Altenholz-Klausdorf

Merkmale	Ausprägungen	Wettbewerb zu Pries-Friedrichsort
Zentralörtliche Funktion	Grundzentrum	
Vitalität	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ direkte Anbindung an die B503 Richtung Kiel; gute ÖPNV-Verbindung über Holtenuau nach Kiel ZOB und Hbf; vorhandene Fahrradstraßen</li> <li>➤ Angebote größtenteils auf den gesamten Stadtteil verteilt, einzelne zentrale Bereiche mit stärkerer Verdichtung; Angebotsmix aus Einzelhandel entlang des Uhlenhorster Wegs; vorhandene inhaber:innengeführte Geschäfte; breite Auswahl an gastronomischen Angeboten im gesamten Stadtteil von niedrigem bis mittleren Preisniveau</li> <li>➤ Mix aus inhaber:innen geführten und filialisierten Betrieben; vorhandene Naherholungsmöglichkeiten aufgrund hoher Anzahl an Parks und Wäldern; gut ausgebaut soziale sowie technische Infrastruktur</li> </ul>	■ ■ □
Individualität	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ kleinteilige Stadtstruktur; geprägt von Wohngebäuden; Stadtteil umgeben von vielen Grünflächen</li> </ul>	■ ■ □
Mentalität	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ keine bestimmte Zielgruppenansprache</li> </ul>	□ □ □
Wettbewerbsbeziehung	Angebotskonkurrenz hinsichtlich Angebotsvielfalt im Einzelhandel- und Gastronomiebereich sowie Freizeitaktivitäten	<b>mittel</b>



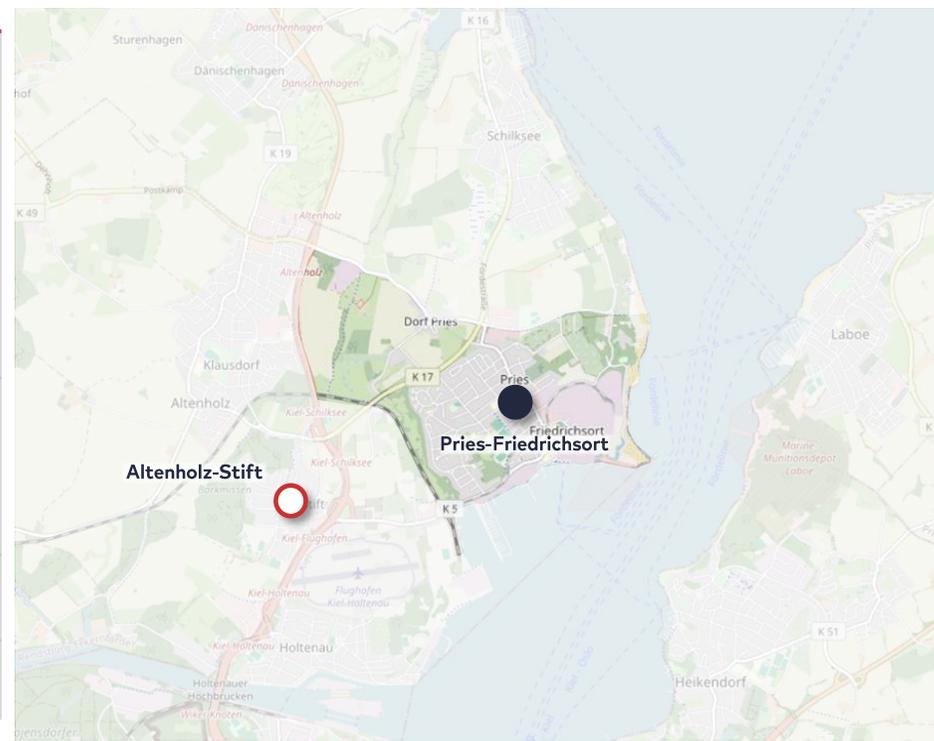
Quelle: Darstellung Stadt + Handel, Kartengrundlage: GeoBasis-DE/BKG (Daten verändert), OpenStreetMap – veröffentlicht unter ODbL, Gemeinde Altenholz.

# Regionales Wettbewerbsumfeld

## Altenholz-Stift

Quelle: Darstellung Stadt + Handel, Kartengrundlage: GeoBasis-DE/BKG (Daten verändert), OpenStreetMap – veröffentlicht unter ODbL, Gemeinde Altenholz.

Merkmale	Ausprägungen	Wettbewerb zu Pries-Friedrichsort
Zentralörtliche Funktion	Grundzentrum	
Vitalität	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ direkte Anbindung an die B503 Richtung Kiel; ÖPNV-Verbindung über Holtenau nach Kiel ZOB und Hbf; vorhandene Fahrradstraßen und Verbindung zum Stadtteil Altenholz-Klausdorf; direkte Anbindung an den Kieler Flughafen und ÖPNV-Anbindung zum Hamburger Flughafen</li> <li>➤ vorhandene Auswahl an Einzelhandelsgeschäften; Angebote sind über den Stadtteil hinweg verteilt; Magnetbetriebe wie Edeka und Aldi in zentraler Lage; vorhandene inhaber:innengeführte Geschäfte; adäquate soziale Infrastruktur (Kindergärten, Schulen, Weiterbildungszentrum, Vereine)</li> <li>➤ Grünflächen und Naherholungsmöglichkeiten; Vielzahl an Bildungseinrichtungen im südlichen Teil</li> </ul>	■■■
Individualität	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ kleinteilige Stadtstruktur; Stadtteil mit kurzen Wegen; Stadtteil durch viel Grün gekennzeichnet; Parkanlage Harmspark als zentraler Bestandteil des Stadtteils</li> </ul>	■■■
Mentalität	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ keine bestimmte Zielgruppenansprache</li> </ul>	□□□
Wettbewerbsbeziehung	Angebotskonkurrenz hinsichtlich Magnetbetriebe im Einzelhandel sowie Zielgruppenausrichtung und Bedeutung als Lebens- und Wohnstandort	stark

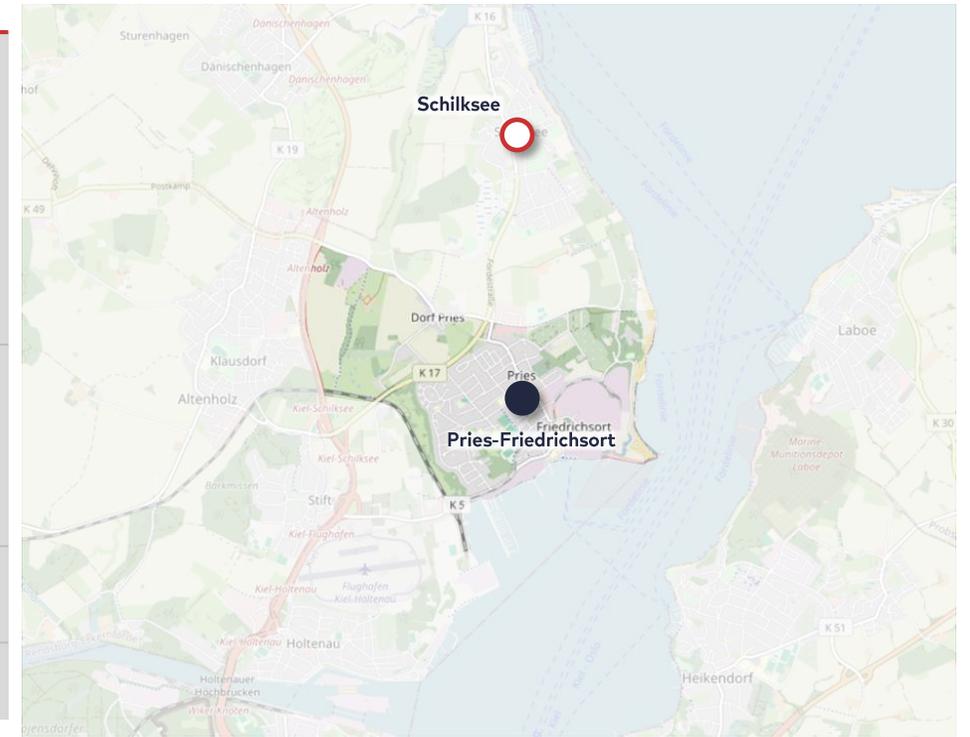


# Regionales Wettbewerbsumfeld

## Nahversorgungszentrum Schilksee

Quelle: Darstellung Stadt + Handel, Kartengrundlage: GeoBasis-DE/BKG (Daten verändert), OpenStreetMap – veröffentlicht unter ODbL, Einzelhandels- und Zentrenkonzept (EZK) 2021 für die Landeshauptstadt Kiel – Fortschreibung des Konzeptes von 2011.

Merkmale	Ausprägungen	Wettbewerb zu Pries-Friedrichsort
Zentralörtliche Funktion	Grundzentrum	
Vitalität	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ MIV-Anbindung an die Kreisstraße Fördestraße; ÖPNV-Anbindung über Holtenau an das südliche Kieler Stadtgebiet; Fahrradabstellanlagen und Parkmöglichkeiten vorhanden</li> <li>➤ geringer Anteil an zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimenten; geringes Angebot in der kurzfristigen Bedarfsstufe; gastronomische Angebote am Hafen vorhanden (insbesondere im Bereich der Mitnahmegastronomie)</li> <li>➤ starke Bedeutung des historischen Olympiazentrums und dem größten Yachthafens der deutschen Ostsee; Tourismusmagnet; Strandpromenade</li> </ul>	■ ■ □
Individualität	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ kompakte städtebauliche Struktur des Zentrums; kleinteilige Platzsituationen</li> </ul>	■ ■ □
Mentalität	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Ansprache der Zielgruppen Familien; Tourist:innen; Wassersportler:innen</li> </ul>	■ ■ □
Wettbewerbsbeziehung	<b>schwache Angebotskonkurrenz hinsichtlich Angebotsvielfalt im Einzelhandel- und Gastronomiebereich; starke Konkurrenz im Tourismusbereich</b>	<b>mittel</b>

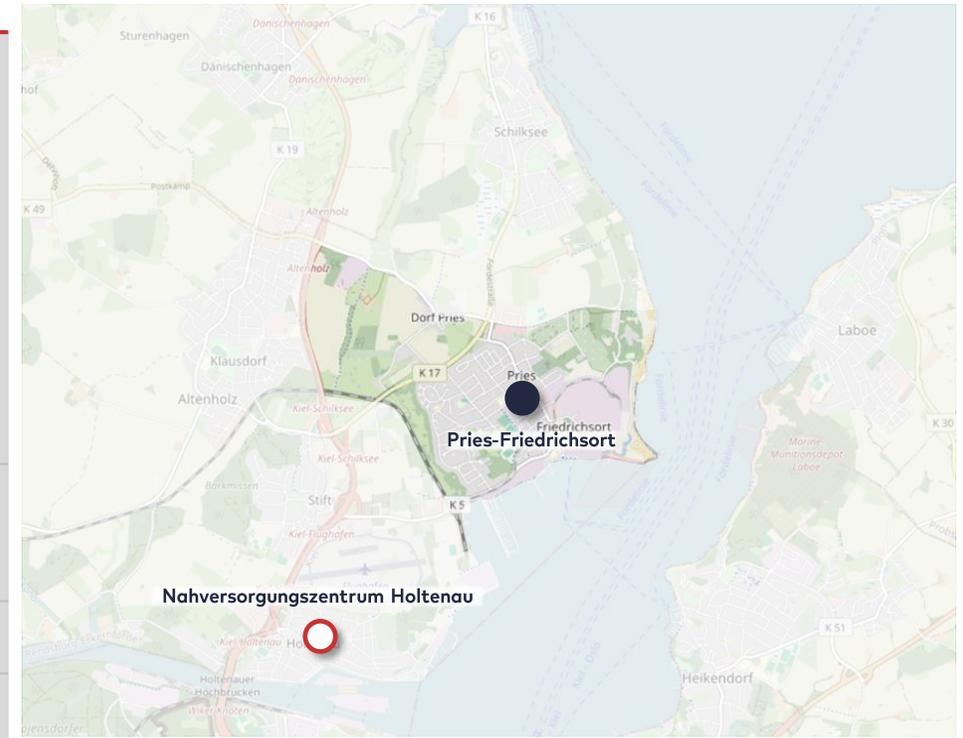


# Regionales Wettbewerbsumfeld

## Nahversorgungszentrum Holtenau

Quelle: Darstellung Stadt + Handel, Kartengrundlage: GeoBasis-DE/BKG (Daten verändert), OpenStreetMap – veröffentlicht unter ODbL; Einzelhandels- und Zentrenkonzept (EZK) 2021 für die Landeshauptstadt Kiel – Fortschreibung des Konzeptes von 2011.

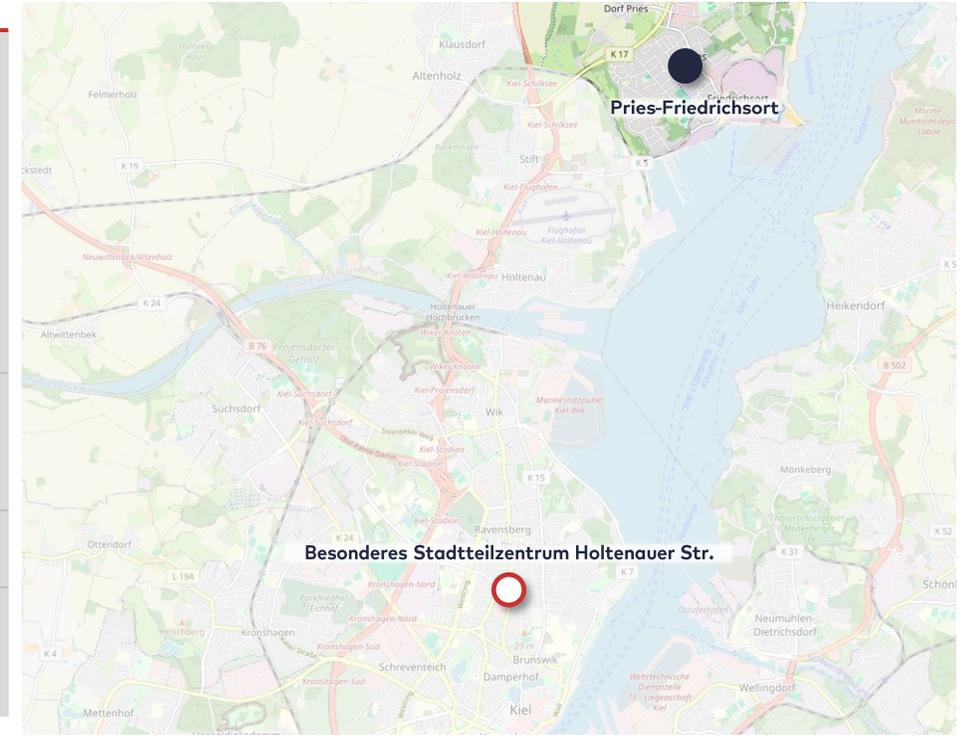
Merkmale	Ausprägungen	Wettbewerb zu Pries-Friedrichsort
Zentralörtliche Funktion	Grundzentrum	
Vitalität	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ MIV-Anbindung über die B503 Richtung Kiel; direkte Anbindung an den Kieler Flughafen; Flughafen-Shuttle schafft Verbindung zum Kieler ZOB und dem Hamburger Flughafen; Erreichbarkeit durch den ÖPNV nach Pries-Friedrichsort und Kieler Hbf; Personenfähre verbindet Holtenau mit dem Stadtteil Wik</li> <li>➤ überwiegend kleinteilig strukturierter Einzelhandelsbesatz, gleichzeitig großflächiger Nahversorger als Magnetbetrieb; Magnetbetriebe im Süden (Rewe) und im Nord/West (Aldi); hoher Anteil an Verkaufsflächen insb. im Bereich Nahrungs- und Genussmittel; südlicher Bereich stark durch gastronomische Angebote geprägt, Angebotslücken insb. im Bereich der Drogeriewaren</li> <li>➤ Bedeutung für Tourist:innen; unmittelbar angrenzend an Kieler Flughafen; kompaktes Nahversorgungszentrum</li> </ul>	■ ■ ■
Individualität	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Leuchtturm Kiel-Holtenau; Schleusen Kiel-Holtenau und Promenade an der Kieler Förde</li> </ul>	■ ■ ■
Mentalität	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Ansprache der Zielgruppen Tourist:innen; Wassersportler:innen</li> </ul>	■ □ □
Wettbewerbsbeziehung	<b>mittlere Angebotskonkurrenz hinsichtlich Angebotsvielfalt im Einzelhandel- und Gastronomiebereich</b>	<b>mittel</b>



# Regionales Wettbewerbsumfeld

## Besonderes Stadtteilzentrum Holtenauer Str.

Merkmale	Ausprägungen	Wettbewerb zu Pries-Friedrichsort
Zentralörtliche Funktion	Grundzentrum	
Vitalität	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ direkte Anbindung an die Kieler Innenstadt; Hauptverkehrsachse für Ankommende vom Kieler Hbf nach Pries-Friedrichsort</li> <li>➤ hohe Urbanität und starker Angebotsmix aus sowohl filialisierten als auch inhaber:innengeführten Angeboten mit hohen Nutzungsqualitäten; Magnetbetriebe des Einzelhandels mit überregionaler Bedeutung; vielfältiges gastronomisches Angebot sowohl im Mitnahmebereich als auch zum längeren Verweilen</li> <li>➤ starke Bedeutung zur täglichen Versorgung sowie der Freizeitgestaltung (z. B. Schauspielhaus Kiel, Metro-Kino)</li> </ul>	■■■
Individualität	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ bandartige Struktur und intuitive Wegeführung; hoher Versiegelungsgrad und Verkehrsbelastung; z. T. durch Außengastronomie bespielte Flächen am Fahrbahnrand</li> </ul>	■■■□
Mentalität	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Ansprache verschiedener Zielgruppen; insbesondere im mittleren bis höheren Preissegment</li> </ul>	■■■□
Wettbewerbsbeziehung	<b>starke Angebotskonkurrenz aufgrund des Angebotsmix, der Versorgungsfunktion und den Magnetbetrieben in den Bereichen Einzelhandel, Gastronomie, Dienstleistungen sowie Freizeit und Kultur</b>	<b>stark</b>



Quelle: Darstellung Stadt + Handel, Kartengrundlage: GeoBasis-DE/BKG (Daten verändert), OpenStreetMap – veröffentlicht unter ODbL; Einzelhandels- und Zentrenkonzept (EZK) 2021 für die Landeshauptstadt Kiel – Fortschreibung des Konzeptes von 2011.

# **Wo stehen wir?**

## **– Ein Fazit**

# Räumliche und thematische Analyse des Status Quo

## Wo stehen wir? – Ein Fazit

Hervorgehend aus der Analyse der einzelnen Handlungsfelder sowie der Auswertung verschiedener Beteiligungsformate können im Folgenden wesentliche **Stärken** und **Schwächen** sowie **Chancen** und **Risiken** für das Stadtteilzentrum Pries-Friedrichsort identifiziert werden. Die Anordnung der Nennungen stellt keine Gewichtung der Inhalte dar.

### Stärken

- Angebotsmix und vorhandene Einzelhandelsangebote zur täglichen Versorgung → Versorgungsfunktion des Stadtteilzentrums für umliegende Ortszentren
- vorhandene Nutzungen des Pflege- und Gesundheitswesens sowie Dienstleistungen zur (wohnortnahen) Versorgung
- temporäre Events sorgen für überregionale Bekanntheit (Kieler Woche / Leuchtturmfest)
- hohe Aktualität bestehender Konzepte (Einzelhandels- und Zentrenkonzept) sowie Planungen neuer Entwicklungen (Rahmenplan StrandOrt / Entwicklungskonzept Lindenau Maritim Park)
- vorhandene Anbindung an Tourismusrouten (Rad- und Wanderwege) sowie Freizeitangebote (räumliche Nähe zur Ostsee und der Kieler Förde sowie zum Strandzugang)
- räumliche Nähe zu kulturellen und stadtbildprägenden Bauwerken (Festung Friedrichsort, Leuchtturm Friedrichsort)
- vorhandene zentralgelegene großflächige Parkmöglichkeiten sowie Parkleitsystem
- hohe digitale Präsenz durch Stadt Kiel und Kiel Marketing e.V sowie Öffentlichkeitsarbeit im Rahmen des Prozesses
- vorhandenes Quartiersmanagement mit gemeinschaftsstärkender und belebender Netzwerkarbeit
- vorhandenes Engagement aus der Stadtgesellschaft → vorhandene Netzwerke und Austauschformate sowie Publikationen von Stadtteilinfos

### Schwächen

- bestehende Angebotslücken im Bereich der Kultur sowie Angebote für Jugendliche und junge Erwachsene
- fehlende soziale Angebote und generationsübergreifende Begegnungsmöglichkeiten
- mangelnde Sichtbarkeit von Angeboten, ungeordnetes und ausbaufähiges Erscheinungsbild der vorhandenen Kundenstopper sowie fehlende Verknüpfung zu umliegenden Nutzungen
- geringe Bespielung von Platzsituationen und des öffentlichen Raums mit Sitz- und Spielmöglichkeiten sowie Grünelementen
- fehlende Radabstellanlagen (trotz des hohen Potenzials hinsichtlich des Radtourismus) und z. T. ausbaufähige Qualität der Radinfrastruktur
- starke Verkehrsbelastung am Zum Dänischen Wohld und An der Schanze sowie z. T. Schwerlasttransport und fehlende Querungshilfen für Fußgänger:innen
- teilw. sanierungsbedürftige Immobilien und langfristig leerstehende Ladenlokale (z. B. in der Friedrichsorter Str. / An der Schanze) sowie z. T. ausbaufähige Eigentümer:innenkommunikation
- hoher Versiegelungsgrad des Zentrums, fehlende Spielangebote für Kinder und Treffpunkte für Jugendliche
- ausbaufähiges Ambiente und Vermarktung eines Alleinstellungsmerkmals inklusiver Zielgruppenansprache
- fehlende Spürbarkeit des maritimen Flairs und fehlende Sichtbarkeit der Nähe zum Wasser

# Räumliche und thematische Analyse des Status Quo

## Wo stehen wir? – Ein Fazit

### Chancen

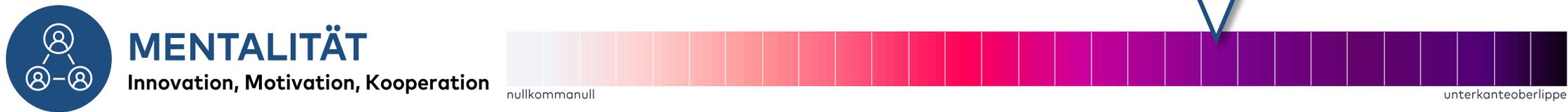
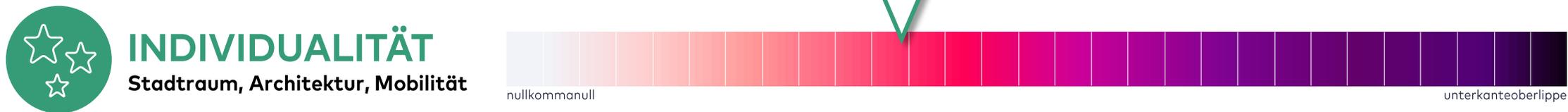
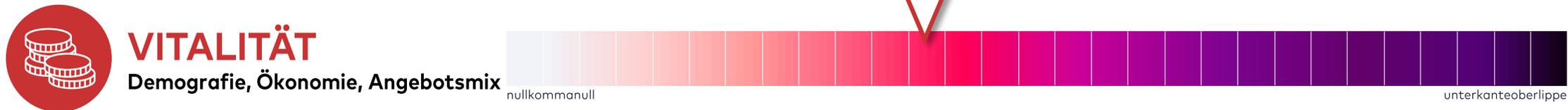
- Entwicklungen im Umfeld (z. B. StrandOrt / Lindenau Maritim Park) setzen Impulse für das gesamte Stadtteilzentrum und bieten Möglichkeiten für Kooperationen und Netzwerke. Die Gewerbeparks stärken die Bedeutung Pries-Friedrichsort als Wohn- und Arbeitsstandort.
- Durch passende Ansprache hinsichtlich der Stadtgestaltung und Angebote können Arbeitnehmende der Industrie- und Gewerbebetriebe als Besucher:innen des Zentrums gebunden werden und so zur Vitalität beitragen.
- Zielgruppenspezifische Angebote können den Stadtteil als Wohn- und Lebensort für Studierende der nahegelegenen Hochschule Kiel attraktiv machen.
- Die durchschnittlich junge Bevölkerung und bestehende Entwicklungsflächen ermöglichen Innovationen und Neugründungen im Stadtteilzentrum.
- Eine Stärkung der Originalität und Individualität der Angebote steigert die Erlebnisorientierung des Zentrums und spiegelt die Historie sowie topographischen Besonderheiten wider.
- Pries-Friedrichsort wird zu einem attraktiven Zentrum abseits des Großstadtturbels, indem Alltagserledigungen mit Erholung verknüpft werden. Die Lage am Meer als Gesundheitsfaktor mit hohem Freizeit- und Erholungswert bestimmt das Flair des Zentrums.
- Die Erlebbarkeit des Wassers ist auch im Zentrum spürbar und sorgt insbesondere an Sommertagen für ein angenehmes Klima und Aufenthaltsqualität.
- Durch die aktive Ansprache von Neubürger:innen und die Lage im Speckgürtel Kiels mit attraktiver Preisdifferenz zur Innenstadt und der Holtenauer Straße wächst die Bedeutung des Zentrums als Wohnstandort.

### Risiken

- Aufgrund der Nachfolgeproblematik und dem Fachkräftemangel kommt es zu vermehrten Ladenschließungen und sich ausweitenden Trading-Down-Prozessen. Die abnehmende Vitalität führt zu Unwirtschaftlichkeit und einer Abwärtsspirale im gesamten Zentrum mit sich ausbreitenden Mindernutzungen.
- Die langfristig leerstehenden Ladenlokale und die Resignation privater Immobilieneigentümer:innen sowie Investitionsstaus führen zu einer Verödung des Zentrums.
- Langfristig kommt es verstärkt zu Frequenzrückgängen und einem Bedeutungsverlust des Zentrums aufgrund fehlender Angebote für Jugendliche und veralteter Strukturen des Zentrums, die den Anforderungen der jüngeren Zielgruppen nicht nachkommen.
- Der demografische Wandel stellt neue Herausforderungen an die Angebotsstruktur und städtebauliche Struktur des Zentrums. Aufgrund mangelnder Barrierefreiheit suchen Ältere oder eingeschränkte Akteursgruppen das Zentrum nicht mehr auf.
- Aufgrund fehlender Klimafolgeanpassungsmaßnahmen ist das Zentrum anfälliger für das steigende Risiko von Hochwasserereignissen.
- Die umliegenden Zentren und Städte gewinnen durch ihre Angebotsbreite an Attraktivität. Kunden- und Besucherströme fließen insbesondere nach Altenholz-Stift oder in die Holtenauer Straße ab.

# Räumliche und thematische Analyse des Status Quo

## Wo stehen wir? – Ein Fazit



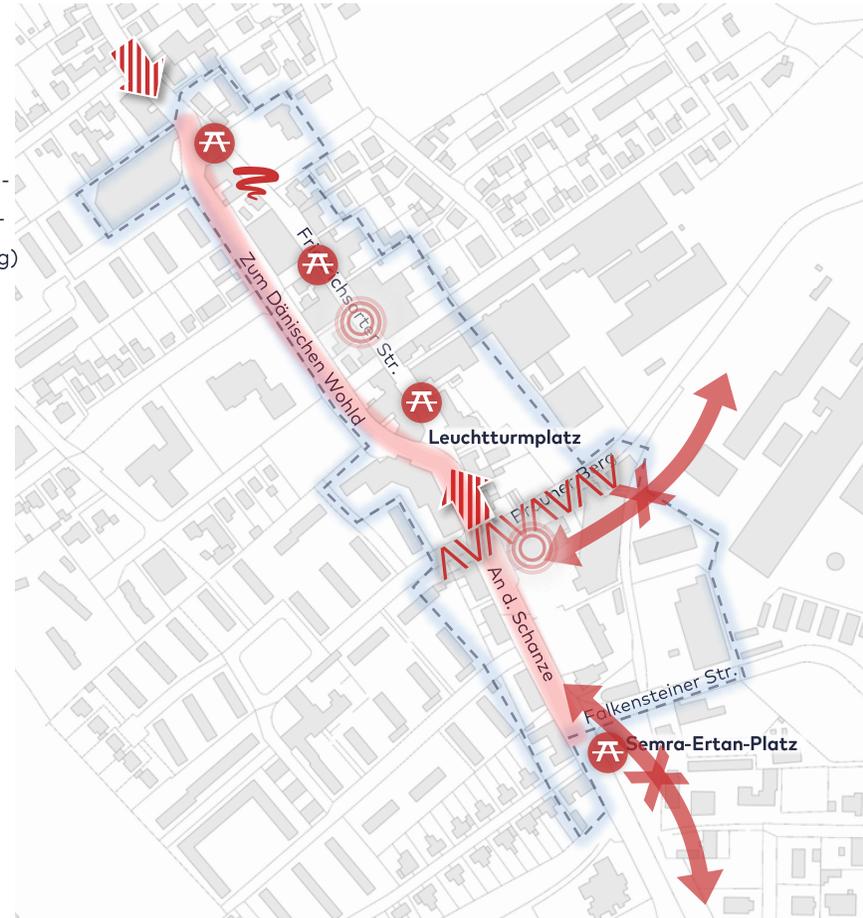
Quelle: Darstellung Stadt + Handel.

# Räumliche und thematische Analyse des Status Quo

## Wo stehen wir? – Schwächen-Risiken-Plan

### Legende

- Untersuchungsgebiet
- mangelnde Verknüpfung
- fehlende Aufenthaltsqualität (u. a. durch Fassadengestaltung, fehlende Begrünung, hohen Versiegelungsgrad, ausbaufähige Werbegestaltung)
- stadtbildprägender Leerstand
- Trading-Down-Tendenzen
- Verkehrsbelastung
- Eingangssituation mit gestalterischen Mängeln
- Frequenzbarriere



Der Defizite-Risiken- und Stärken-Chancen-Plan fassen die Ergebnisse der räumlichen und thematischen Zentrenanalyse kartografisch zusammen.

Das Stadtteilzentrum Pries-Friedrichsort wird primär über die beiden Eingangssituationen im Norden sowie im Süden des Untersuchungsgebiets erreicht. Aufgrund gestalterischer Mängel sowie fehlender intuitiver Wegeführung und Informationen im Stadtraum kommen diese Eingänge allerdings aktuell ihrer Funktion nur bedingt nach. Im Bereich der Friedrichsorter Straße lassen sich ausbaufähige Aufenthaltsqualitäten durch sanierungsbedürftige Fassaden und Leerstände, fehlende Begrünung sowie fehlende Verweilmöglichkeiten und Stadtmobiliar feststellen. Bestehende städtebauliche und funktionale Missstände können hier das Risiko einer Ausweitung von Trading-Down-Tendenzen auslösen. Erste Ansätze eines solchen Trends lässt sich durch die Präsenz niedrigpreisiger Einzelhandelsnutzungen und Imbisse bereits zum Teil identifizieren. Die Fußgänger:innenzone im Zentrum des Untersuchungsgebiets und der Einzelhandelsstandort an der Falkensteiner Straße im Süden des Untersuchungsgebiets werden durch den Braunen Berg als Frequenzbarriere funktional voneinander getrennt. Verknüpfungen zwischen den beiden Bereichen sind aktuell noch nicht optimal ausgebaut. Auch die Verbindung zwischen Stadtteilzentrum und Kieler Förde südlich des Untersuchungsgebiets ist durch mangelnde Erlebbarkeit des Themas Wasser in der Stadt als entwicklungsfähig zu bewerten.

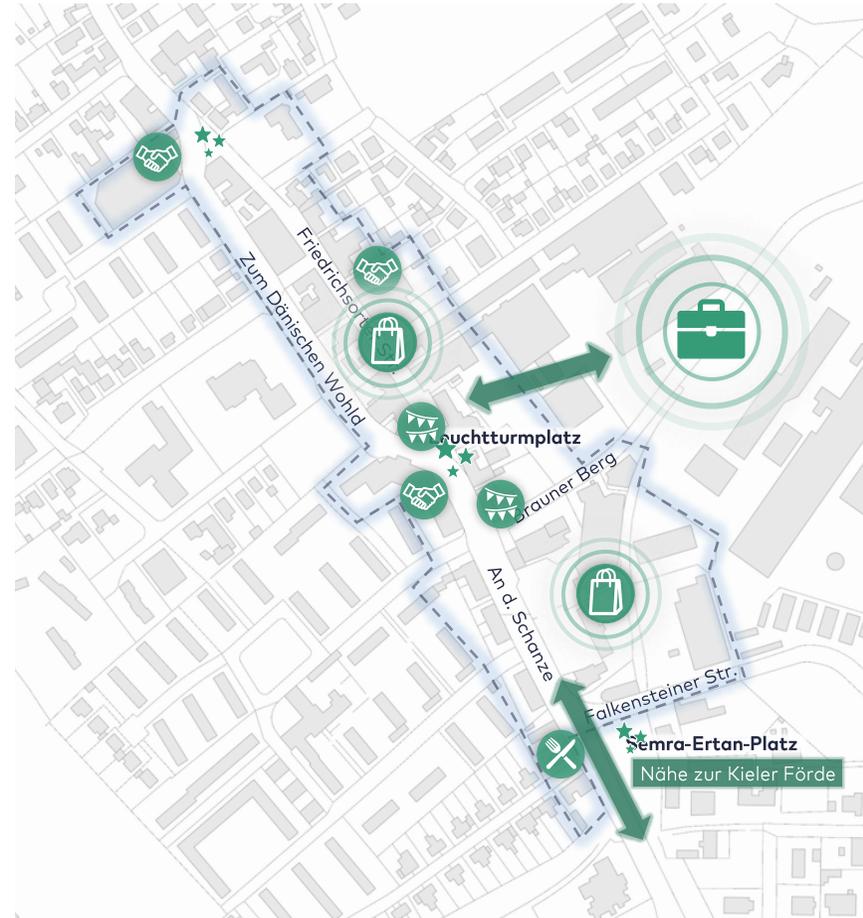
Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Kartengrundlage: Stadt Kiel.

# Räumliche und thematische Analyse des Status Quo

## Wo stehen wir? – Stärken-Chancen-Plan

### Legende

- Untersuchungsgebiet
- Impulsgeber Industriegebiet StrandOrt
- Aufenthaltspotenzial
- Kristallisationspunkt Einzelhandel
- Kristallisationspunkt Dienstleistung
- Kristallisationspunkt Gastronomie
- Kristallisationspunkt Freizeit und Kultur
- Kopplungspotenzial



Zu den städtebaulichen Stärken, die gleichzeitig Aufenthaltspotenzial ausstrahlen, zählt insbesondere der Leuchtturmplatz mit dem Leuchtturm als Landmarke. Dieser bildet zwar durch gestalterische Aufwertung und Installation von Stadtmobiliar bereits eine gute Grundlage für Aufenthaltspotenziale, dennoch ist er als zentraler Eingang in die Fußgänger:innenzone funktional aktuell noch als entwicklungsfähig zu beschreiben. Potenziale ergeben sich hier beispielsweise durch das Veranlassen niedrighwelliger Events und Aktionen oder dem Bespielen durch ausgeweitete Außengastronomieflächen im direkten Umfeld des Platzes.

Funktional wird das Zentrum durch die verschiedenen Kristallisationspunkte des Einzelhandels, der Dienstleistungen, der Gastronomie sowie der Freizeit und Kultur geprägt, die sich im Wesentlichen entlang der Friedrichsorter Straße und am Einzelhandelsstandort an der Falkensteiner Straße konzentrieren. Besonders hervorzuheben ist die Bedeutung des Industrie- und Gewerbestandorts StrandOrt, der als wichtiger Arbeitsstandort direkte Impulse auf das Stadtteilzentrum und Kopplungspotenziale ausübt.

Das Stadtteilzentrum nimmt eine Scharnierfunktion zwischen Industrie und Naherholung am Wasser ein, was sich perspektivisch im regionalen Wettbewerb noch weiter zu einem Alleinstellungsmerkmal von Pries-Friedrichsort entwickeln kann. Hierfür gilt es, aufbauend auf den Analyseergebnissen, ein klares Profil und eine Vision für die zukünftige Entwicklung des Zentrums zu erarbeiten.

Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Kartengrundlage: Stadt Kiel.

# Zielgruppen- betrachtung

# Methodik

## Perspektiven-Werkstatt | 29. April 2024



Ende April kamen Akteur:innen aus den Bereichen Einzelhandel, Gastronomie, der Kulturwirtschaft, dem Sozialen sowie der Bürgerschaft zusammen, um in einem kreativen Werkstattformat das Stadtteilzentrum der Zukunft aus der Perspektive verschiedener Zielgruppen zu betrachten. Einleitend wurden die bisherigen Analyseergebnisse aus der Status-Quo-Phase vorgestellt. In zwei Arbeitsphasen setzten sich die Teilnehmenden mit der Frage auseinander, wie das Stadtteilzentrum von Pries-Friedrichsort 2035 genutzt und wahrgenommen werden kann und insbesondere welche Fokuszielgruppen das Stadtteilzentrum der Zukunft anspricht. Dazu wurde eine Auswahl an zielgruppenspezifischen Personas bereitgestellt, deren Visitor-Journey es in den Arbeitsgruppen zu konkretisieren galt. Verschiedene Orientierungsfragen unterstützten die Teilnehmenden dabei: Was hat in mir einen Besuchsimpuls ausgelöst? Wie sieht mein Weg ins Zentrum aus? Wo ist mein Lieblingsort im Zentrum? Was erlebe ich im Zentrum? Welche Gründe lassen mich meinen Besuch wiederholen?

Die Ergebnisse der Werkstatt zeigen, dass das Stadtteilzentrum perspektivisch zielgruppenübergreifend als lebenswert, offen und familiär charakterisiert wird. Dabei spielen die vier unterschiedlichen Fokuszielgruppen der Jugendlichen, der Familien mit Kindern, der Berufstätigen und der Senior:innen eine besondere Rolle. In der Diskussion der Ergebnisse wird deutlich, dass Aktivitäten, Veranstaltungen sowie die Gestaltung des öffentlichen Raums zielgruppenübergreifend eine hohe Relevanz haben und Aufenthaltsbereiche und Treffpunkte innerhalb des Stadtteilzentrums wertgeschätzt werden.

# Zielgruppenbetrachtung

## Perspektivische Fokuszielgruppen des Stadtteilzentrums Pries-Friedrichsort

	Jugendliche	Familien (mit Kindern)	Berufstätige	Senior:innen
<b>Wohnort</b>	in Pries-Friedrichsort, im Elternhaus, in einer Wohnung/einem Haus, außerhalb des Zentrenbereichs	in Pries-Friedrichsort, im Zentrum, zentrumsnah oder in Randlagen, in einer Wohnung/einem Haus	in Pries-Friedrichsort, umliegende Stadtteile, ggf. temporäre Wohnungen,	innerhalb von Pries-Friedrichsort sowie andere Stadtteile die gut angebunden sind, senior:innengerechte, barrierefreie Wohnungen
<b>Charakteristika</b>	unternehmungslustig, aufgeweckt, cool, wissbegierig, aufgeschlossen, sportbegeistert, technikaffin	unternehmungslustig, aktiv, technikaffin, kommunikativ/sozial, bodenständig, organisiert, gesundheits- und umweltbewusst, familienorientiert, naturverbunden	mobilitätsaffin, zeiteffizient, praktisch veranlagt, modern	gemeinschafts- und heimatverbunden, gesundheitsbewusst, zeitlich flexibel jedoch mobil eingeschränkt, interessiert
<b>Ansprüche an das Zentrum</b>	moderne, ansprechende Bildungs-, Gastronomie-, Sport- und Freizeitangebote; Angebote im unteren Preisniveau; (konsumfreie) Aufenthaltsorte; ansprechendes, zum Aufenthalt einladendes Stadtbild; Sicherheit bei Tag und Nacht; coole Veranstaltungen	moderne, familienfreundliche Einzelhandels-, Gastronomie-, Dienstleistungs-, Bildungs- und Freizeitangebote im mittleren Preisniveau; kurze (barrierefreie) Wege; familienfreundliche (konsumfreie) Aufenthaltsorte; Treffpunkte für Familien; familiengerechtes Wohnen; Veranstaltungen für Klein und Groß; Angebote und Öffnungszeiten nach dem Feierabend	praktische, zeiteffiziente Einzelhandels-, Dienstleistungsangebote für den täglichen Bedarf und (Außen-) Gastronomieangebote für die Mittagspause und/oder den Feierabend; Angebote im unteren bis mittleren Preisniveau; kurze Wege; lange Öffnungszeiten; (konsumfreie) Aufenthaltsorte; temporäres Wohnen	Stadtteil der kurzen Wege; medizinische Angebote und ausgebaute Gesundheitsversorgung wohnortnah; senior:innenfreundlich und barrierefrei; sicher und sauber; Einzelhandels-, Gastronomie-, Dienstleistungsangebote im niedrigen Preisniveau; Stadtteilzentrum als sozialen Treffpunkt
<b>Mobilitätsverhalten</b>	ÖPNV, Fahrrad, alternative Mobilitätsformen (u. a. Skateboard, E-Roller), Fußverkehr	ÖPNV, PKW, E-Mobilität, (Lasten-) Fahrrad, familienfreundliche Sharing-Angebote, (barrierefreier) Fußverkehr	ÖPNV, PKW, E-Mobilität, Sharing-Angebote, Fußverkehr	ÖPNV, Shuttle-Service, (barrierefreier) Fußverkehr, kurze Wege

# Zielgruppenbetrachtung

## Visitor Journey perspektivischer Fokuszielgruppen



Jugendliche



### Impuls

Jugendliche kommen insbesondere nach der Schule oder in Freistunden ins Stadtteilzentrum. Sie wollen ihre Neugier und Energie durch die verschiedenen Bildungs- und Freizeitangebote stillen. Die Jugendlichen treibt es auch in die Abendstunden in das Stadtteilzentrum, wo sie sich mit Freund:innen treffen oder Sportangebote aufsuchen. Während den Freistunden oder am Wochenende halten sie sich mit ihren Freund:innen an konsumfreien Aufenthaltsplätzen auf und genießen die Zeit zusammen.



### Information

Die Jugendlichen informieren sich über Social-Media-Kanäle. Durch ihr technisches Können tauschen sie sich über aktuelle Veranstaltungen und die neusten Trends mit ihren Freund:innen aus und teilen Fotos ihrer Erlebnisse auf ihrem eigenen Social-Media-Account. Das digitale, hybride Angebot im Stadtteilzentrum führt dazu, dass sich die Jugendliche wohl und eingebunden fühlen.



### Besuch

Die Jugendlichen profitieren von einer Vielzahl an Mobilitätsangeboten, um das Stadtteilzentrum zu erreichen. Hauptsächlich nutzen sie den ÖPNV, in den wärmeren Monaten greifen sie auf ihre Fahrräder zurück, um in ihrer Freizeit die attraktiven Plätze im Stadtteilzentrum zu besuchen und die sportlichen Aktivitäten in der Nähe des Stadtteilzentrums zu nutzen. Jugendliche fahren in ihrer Freizeit gerne zur Kieler Förde, genießen den Strand und die Freizeitangebote im Zentrum.



### Erlebnis

Das Stadtteilzentrum bietet eine Vielzahl von interessanten Angeboten in den Bereichen Bildung, Freizeit, Gastronomie und Sport an. Besonders gerne halten sie sich im Zentrum am Leuchtturmplatz oder in der nördlichen Friedrichsorter Straße mit dem neu gestalteten Platz auf. Hier fühlen sie sich wohl und genießen die moderne, individuelle, sichere und saubere Atmosphäre. Den Jugendlichen stehen offene Co-Working-Spaces für Hausaufgaben, konsumfreie Aufenthaltsbereiche, und (gastronomische) Pop-Up-Läden zur Verfügung. Vereinzelt Gemeinschaftsaktionen in Kooperation mit den Bildungs- und Jugendeinrichtungen lassen sie am Stadtgeschehen teilhaben.



### Bindung

Die Angebote, Erlebnisse und Erinnerungen, die im Stadtteilzentrum geschaffen werden, kommen den unternehmungslustigen und bewegungsfreudigen Jugendlichen entgegen. Das Stadtteilzentrum bietet alles, was die Jugendlichen zur Alltags- und Freizeitgestaltung brauchen. Insbesondere an Tagen, wo die Jugendlichen nicht bis in die Kieler Innenstadt fahren möchten, schätzen sie die Angebote und Qualitäten des Stadtteilzentrums und verabreden sich hier auch beim nächsten Mal mit ihren Freund:innen.

# Zielgruppenbetrachtung

## Visitor Journey perspektivischer Fokuszielgruppen



Familien (mit Kindern)



**Impuls**

Das Stadtteilzentrum der kurzen Wege ist für Familien mit Kindern ein Ort der Bedarfsdeckung und Freizeitgestaltung. Neben den täglichen Besorgungen ist das Stadtteilzentrum auch Anlaufstelle für familienfreundliche Aufenthaltsorte inmitten des Einkaufs- und Versorgungsgebietes. Einzelne Orte im Stadtteilzentrum eignen sich besonders als Treffpunkt für Familien mit Kindern, wo die Aspekte Alltag und Erholung ineinander fließen.



**Information**

Um sich über Angebote und familienfreundliche Öffnungszeiten zu informieren, nutzen Familien Suchmaschinen, Social-Media-Kanäle und Infoterminals vor Ort. Die familienfreundliche Gestaltung des Stadtteilzentrums zeigt sich durch ansprechend gestaltete Informationstafeln im Stadtraum. Durch digitale Möglichkeiten der Vorabinformation ist eine reibungslose Informationsbeschaffung möglich.



**Besuch**

Es werden eine Vielzahl von Verkehrsmitteln genutzt, um das Stadtteilzentrum zu erreichen, darunter das eigene Auto und ÖPNV-Angebote. Familien schätzen das Car-Sharing-Angebot, welches vermehrt an den Einkaufsstandorten im Süden des Stadtteilzentrums zu finden ist. Geschätzt werden kurze, barrierefreie und verkehrssichere Wege, insbesondere für Personen, die mit Kinderwagen oder Laufrädern unterwegs sind. Familien konzentrieren sich am nördlichen Eingang zu der Fußgängerzone mit familienfreundlichen Angeboten und entlang der Friedrichsorter Str. sowie am Leuchtturmplatz mit kindgerecht gestalteten Grünflächen und Spielmöglichkeiten.



**Erlebnis**

Familien mit Kindern schätzen am Stadtteilzentrum die kurzen Wege und die familienfreundliche Gestaltung sowie die Sauberkeit und Sicherheit, die zu einer angenehmen Atmosphäre beitragen. Die Verkehrsberuhigung am Leuchtturmplatz machen das Zusammenspiel von Außengastronomie und Spielflächen zu einem schönen Erlebnis. Die ruhigen und kinderfreundlichen Bereiche sowie umweltbewusste Angebote machen das Stadtteilzentrum zu einem beliebten Treffpunkt für Familien. Veranstaltungen für Groß und Klein sorgen für positive Erlebnisse.



**Bindung**

Das Stadtteilzentrum zeichnet sich durch Familienfreundlichkeit, Persönlichkeit und ein vielfältiges Angebot aus, das es zu einem einladenden Lebensmittelpunkt für Familien mit Kindern macht. Dem Stadtteilzentrum gelingt es, Groß und Klein mit maßgeschneiderten, themenbezogenen Angeboten zu begeistern – und das spricht sich in den Familienkreisen schnell herum.

# Zielgruppenbetrachtung

## Visitor Journey perspektivischer Fokuszielgruppen



Berufstätige



### Impuls

Berufstätige, egal ob wohnhaft im Stadtteilzentrum oder von außerhalb einpendelnd, sehen das Zentrum, als praktischen Ort zur Versorgung in der Mittagspause oder nach der Arbeit. Dabei schätzen sie insbesondere die kurzen Wege und die gute Erreichbarkeit der Angebote. Der Aufenthaltsort rund um den Leuchtturm bildet dabei eine zentrale Anlaufstelle - ob als Treffpunkt mit Kolleg:innen, als Ruheort oder nach der Arbeit mit der Familie.



### Information

Berufstätige informieren sich zeiteffizient vorab online über die Angebote und Aktivitäten des Stadtteilzentrums. Sie nutzen digitale Kanäle wie gängige Suchmaschinen und das Quartiersmanagement zur Informationsbeschaffung. Zusätzlich erhalten sie Informationen durch ihre Kolleg:innen oder über das Unternehmen. Besonders interessant sind für sie gastronomische Angebote und Informationen über Geschäfte mit langen Öffnungszeiten. Berufstätige, die nicht direkt im Stadtteilzentrum wohnen können sich außerdem digital oder durch unternehmensinterne Kanäle über temporäre Wohnungen informieren.



### Besuch

Das Stadtteilzentrum ist für alle Berufstätige der ideale Ort für die Mittagspause und für schnelle Erledigungen nach dem Feierabend. Die kurzen Wege werden als Vorteil gesehen, sodass sie ihr Auto an einem der zentral gelegenen Parkplätze parken und von dort aus alle Punkte gut erreichen. Das Stadtteilzentrum wird auch als Entspannungsort für spontane After-Work-Events und kulturelle Veranstaltungen mit Kolleg:innen genutzt.



### Erlebnis

Insbesondere wegen der unkomplizierten Erreichbarkeit bietet das Stadtteilzentrum eine ideale Arbeitsumgebung. Während in der Mittagspause die Mitnahmegastronomie schnell und bequem genutzt wird, werden die Abendstunden am Wasser zum Ausklang des Arbeitstages genutzt. Auf dem Heimweg können noch ausstehende Einkäufe erledigt oder sonstige Dinge erledigt werden.

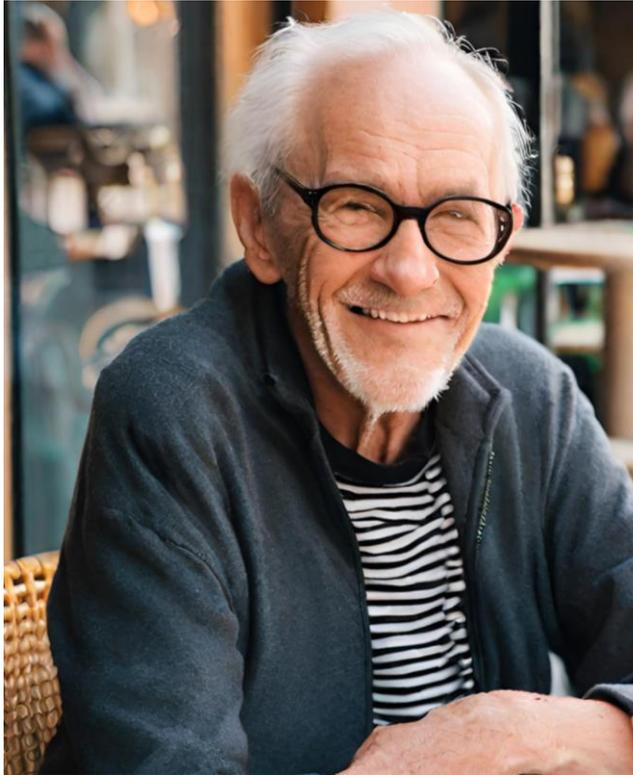


### Bindung

Das Stadtteilzentrum und die umliegenden Bereiche sind ein beliebter Arbeitsplatz unter den Berufstätigen. Neben den Möglichkeiten der digitalen und schnellen Informationsbeschaffung, machen die guten und vielfältigen Angebote in der Mittagspause und die angenehme Atmosphäre das Arbeiten im und um das Stadtteilzentrum zu einem positiven Erlebnis. Die gute Verkehrsanbindung und die Parkplatzsituation vereinfachen das Pendeln für einige Berufstätige aus dem Umland.

# Zielgruppenbetrachtung

## Visitor Journey perspektivischer Fokuszielgruppen



Senior:innen

	<b>Impuls</b>	Für Senior:innen ist das Stadtteilzentrum ein Ort zum Aufsuchen medizinischer Dienstleistungen und zur Grundversorgung sowie für soziale Zusammenkünfte. Hier treffen sie auf alte Bekannte und können auch im Alter ein aktiver Teil der Gesellschaft bleiben.
	<b>Information</b>	Über interessante Veranstaltungen und Neuigkeiten aus dem Stadtteilzentrum sowie die besten ÖPNV-Verbindungen informieren sich Senior:innen im Vorfeld über analoge Kanäle wie die Tageszeitung, das Radio oder Aushänge in den senior:innengerechten Wohneinheiten. Auch vor Ort werden die Informationsmaterialien im Stadtteilzentrum in Kooperation mit dem Quartiersmanagement und dem Kulturladen e.V. gerne genutzt.
	<b>Besuch</b>	Durch die kurzen Wege, die verkehrsberuhigte Fußgängerzone und den sicheren und barrierefreien Zugang zum ÖPNV-Angebot können die Senior:innen die unterschiedlichen Bereiche des Stadtteilzentrums bequem und sorgenfrei erreichen und den Arztbesuch mit dem Versorgungseinkauf und der Pflege sozialer Kontakte verbinden. Die einzelnen Nutzungen sind durch die barrierefreien Zugänge weiterhin gut erreichbar.
	<b>Erlebnis</b>	Insbesondere die Fußgänger:innenzone und der Leuchtturmplatz mit seiner ruhigen Atmosphäre und dem Café mit Außengastronomie laden die Senior:innen zu einer Tasse Kaffee und einem Stück Kuchen ein. Während gemeinschaftlicher Aktionen im Stadtteilzentrum können sich Senior:innen gut integrieren und ihre Zeit vertreiben. Die im Stadtteilzentrum verteilten Sitzgelegenheiten bieten konsumfreie Treffpunkte und Ruheorte.
	<b>Bindung</b>	Die Senior:innen schätzen an Pries-Friedrichsort insbesondere das Heimatgefühl, den generationsübergreifenden Zusammenhalt sowie die Sauberkeit und Sicherheit. Sie profitieren von der guten Gesundheitsversorgung, blicken positiv in die Zukunft und leben gerne in dem sich wandelnden Stadtteilzentrum.

Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Foto Canva – KI-generiert.

# Zielgruppenbetrachtung

## Querschnittsthemen und Zusammenfassung

Nach detaillierter Darstellung der Visitor Journey der vier perspektivischen Fokuszielgruppen für das Jahr 2035 werden bestimmte zielgruppenübergreifende Themen deutlich. Für alle Zielgruppen ...

- spielt die Nachfrage nach **(konsumfreien) Aufenthaltsräumen** als Treffpunkte eine wichtige Rolle,
- sollte das Stadtteilzentrum **Sport- und Freizeitangebote sowie zielgruppenspezifische Veranstaltungen und Aktionen** bereitstellen,
- sind **vielfältige Angebote** zur täglichen Versorgung ein Muss,
- sollte die **Erreichbarkeit** des Zentrums auch ohne PKW gesichert sein, sodass alternative Mobilitätsformen, wie z. B. der ÖPNV oder das Fahrrad, in Anspruch genommen werden können.

Darüber hinaus gibt es Themen, die manche Zielgruppen oder einzelne Personen stärker betreffen als andere, die jedoch für die Zentrengesellschaft im Allgemeinen von Bedeutung sind und im weiteren Profilierungsprozess berücksichtigt werden sollten.

Zu diesen Themen zählt die **Barrierefreiheit**. Eine barrierefreie Stadtgestaltung ist nicht nur relevant für ältere Generationen, auch jüngere Generationen sind darauf angewiesen und profitieren von einer inklusiven Gestaltung. Dazu zählen nicht nur barrierefreie Zugänge zu den einzelnen Nutzungen und barrierearme

Orientierungssysteme, sondern u. a. auch barrierefreie Internetseiten (z. B. mit Vorlese-Funktion) oder inklusive Spiel- und Sportgeräte.

Ein weiteres Thema, was es zu beachten gilt, ist die gegenseitige **Akzeptanz** einzelner Zielgruppen und Kulturen untereinander. Unterschiedliche Menschen haben verschiedene Ansprüche an die das Stadtteilzentrum und nutzen dieses divers. Abweichende Nutzungsformen und Ansprüche können zu Konflikten führen und das Miteinander auf die Probe stellen. Die Akzeptanz verschiedener Personengruppen sollte sich auch in einer entsprechenden Kommunikation und einem Marketing sowie in den Angebotsstrukturen widerspiegeln.

Auch wenn vorab konkrete Fokuszielgruppen benannt werden, soll dies nicht den Ausschluss anderer Zielgruppen implizieren. Im Sinne einer eindeutigen und zielgerichteten Positionierungsstrategie des Stadtteilzentrums Pries-Friedrichsort ist die Definition der perspektivischen Fokuszielgruppen unabdingbar, um im Nachfolgenden konkrete Entwicklungsstrategien ableiten zu können.

Im weiteren Verlauf wird auf Grundlage der Ansprüche der Fokuszielgruppen eine konkrete Zukunftsvision für das Stadtteilzentrum formuliert und Entwicklungsstrategien identifiziert, die auf das Erreichen dieser Zukunftsvision einzahlen.

# **Zukunftsvision des Stadtteilzentrums**

# Methodik

## Online-Beteiligung | März / April 2024

Online-Beteiligung  
DIE ZUKUNFT VON PRIES-FRIEDRICHSORT  
BRINGEN SIE IHRE IDEEN ZUR ENTWICKLUNG DES STADTTEILZENTRUMS EIN!  
**JETZT MITMACHEN!**

Hier geht's zur Umfrage

Wie soll **IHR** Pries-Friedrichsort der Zukunft aussehen?

<https://befragung-stadt-handel.de/s3/Online-Befragung-Pries-Friedrichsort>

Kiel Sailing City STADT+HANDEL

### STADT+HANDEL

Kiel Sailing City

#### 4. Welche Branchen/Angebote fehlen Ihnen derzeit im Zentrum von Pries-Friedrichsort?

Einzelhandel: und zwar:

Dienstleistung: und zwar:

Gastronomie: und zwar:

Freizeit: und zwar:

Soziales: und zwar:

Sonstiges:

[Datenschutzerklärung einsehen](#)

[zurück](#) [weiter](#)

#### 5. Nachfolgend finden Sie verschiedene Entwicklungsszenarien für das Zentrum Pries-Friedrichsort. Bitte bewerten Sie die Aussagen!

	◀ unwichtig	◀ eher unwichtig	unentschieden	▶ eher wichtig	▶ wichtig
Digitalisierung: Im Stadtteilzentrum verschimmt online und offline zu dem digitalsten Ort des Nordens.	<input type="radio"/>				
Kulturelle Fluten! Das reichhaltige Kulturangebot und die Kreativität in Pries-Friedrichsort spiegeln dessen Vielfalt wider.	<input type="radio"/>				
Die Naherholung lebe - Naherholungsangebote bereichern das städtische Leben.	<input type="radio"/>				
Handel war gestern - von wegen! In dem Stadtteilzentrum wird weiterhin alles auf den Handel gesetzt.	<input type="radio"/>				
Im Stadtteilzentrum Pries-Friedrichsort fühlen sich Tourist:innen wohl und verbringen ihre Zeit.	<input type="radio"/>				
Pries-Friedrichsort ist ein Industrie- und Arbeitsstandort. Hier kommen verschiedene Schwerpunkte zusammen und schaffen ein einzigartiges Arbeitsumfeld, das Innovation und Vielfalt fördert.	<input type="radio"/>				
Pries-Friedrichsort ein ein attraktiver Wohnstandort, der einen hohen Wohlfühlfaktor bietet.	<input type="radio"/>				
Junges Pries-Friedrichsort! Hier bietet nicht nur das Stadtteilzentrum, sondern der gesamte Stadtteil zahlreiche Angebote für Jugendliche und junge Erwachsene und spiegelt dessen Lebensfreude wider.	<input type="radio"/>				
Der Begegnungsort an der Förde: Im Stadtteilzentrum treffen Jung und Alt zusammen. Hier entsteht ein generationsübergreifender Austausch, der die Vielfalt der Gemeinschaft stärkt.	<input type="radio"/>				

Um eine Breitenwirkung für den Gesamtprozess zu generieren und die Öffentlichkeit einzubeziehen, wurde eine Online-Beteiligung durchgeführt. Die Online-Beteiligung diente dazu, Erkenntnisse zu räumlichen Schwerpunkten und zu primären Anlaufstellen, Alleinstellungsmerkmalen sowie fehlenden Nutzungen zu gewinnen. Darüber hinaus konnten die Teilnehmenden die Entwicklungsperspektiven des Stadtteilzentrums mit Hilfe von Auswahlkriterien und formulierten Thesen bewerten und Wünsche für die perspektivische Entwicklung nennen. Die Online-Beteiligung erstreckte sich von Ende März bis Mitte April über drei Wochen und konnte eine Gesamtbeteiligung von rund 250 Teilnehmenden erreichen. Die Ergebnisse fließen im weiteren Prozessverlauf insbesondere in die Formulierung des Leitbilds für das Stadtteilzentrum ein. Wesentliche Erkenntnisse der Online-Beteiligung:

- Mehr als die Hälfte der Befragten war zwischen 41-65 Jahre alt (54%), fast ein Drittel war zwischen 28-40 Jahre alt (27%).
- Die am häufigsten aufgesuchte Orte bilden das Umfeld des Leuchtturmplatzes, die Fußgänger:innenzone sowie die Einzelhandelsagglomeration an der Falkensteiner Straße.
- Die Befragten vermissen primär Grün- und Aufenthaltsflächen, Einzelhandelsangebote sowie gastronomische Angebote.
- Entwicklungspotenzial wird in der Sicherung und Entwicklung des Stadtteilzentrums als Wohn- und Naherholungsstandort mit Angeboten für Jugendliche und junge Erwachsene gesehen.

# Zukunftsvision des Stadtteilzentrums

## Die DNA des Stadtteilzentrums entdecken.



Im Zuge des Status-Reports wurde das Stadtteilzentrum Pries-Friedrichsort hinsichtlich seiner Vitalität, Individualität und Mentalität analysiert und eingeordnet:

**VITALITÄT.** Inwiefern verfügt das Zentrum über eine gesunde Ökonomie? Wie sind die Frequenzen im Zentrum zu bewerten? Prägen moderne und smarte Angebote die Funktionsstruktur des Zentrums?

**INDIVIDUALITÄT.** Funktioniert der Stadtraum des Zentrums als grüne Oase, als Spielzimmer für die Kleinen, als Erholungsort für die Älteren, als Eye-catcher? Wird Kreativität und Individualität im Zentrum gelebt?

**MENTALITÄT.** Welche Akteursstrukturen bestehen im Zentrum? Findet ein Umdenken, angepasst an die aktuellen Trends und Herausforderungen der Zentrenentwicklung, statt? Welches Image hat das Zentrum?

Um das Stadtteilzentrum Pries-Friedrichsort zukunftsorientiert zu entwickeln, gilt es, Zielperspektiven für die einzelnen Bausteine zu definieren. Dabei müssen nicht alle Aspekte im Zentrum in gleicher Ausprägung avisiert werden. Vielmehr muss ein konsistentes Gesamtkonzept formuliert werden, das bestmöglich auf das Erreichen der Zielversion einzahlt. Zur Definition der jeweiligen Zielperspektiven werden auch die auf den nachfolgenden Seiten dargestellten Ergebnisse der Online-Beteiligung herangezogen.

# Zukunftsvision des Stadtteilzentrums

## Was das Stadtteilzentrum besonders macht – Ergebnisse der Online-Beteiligung



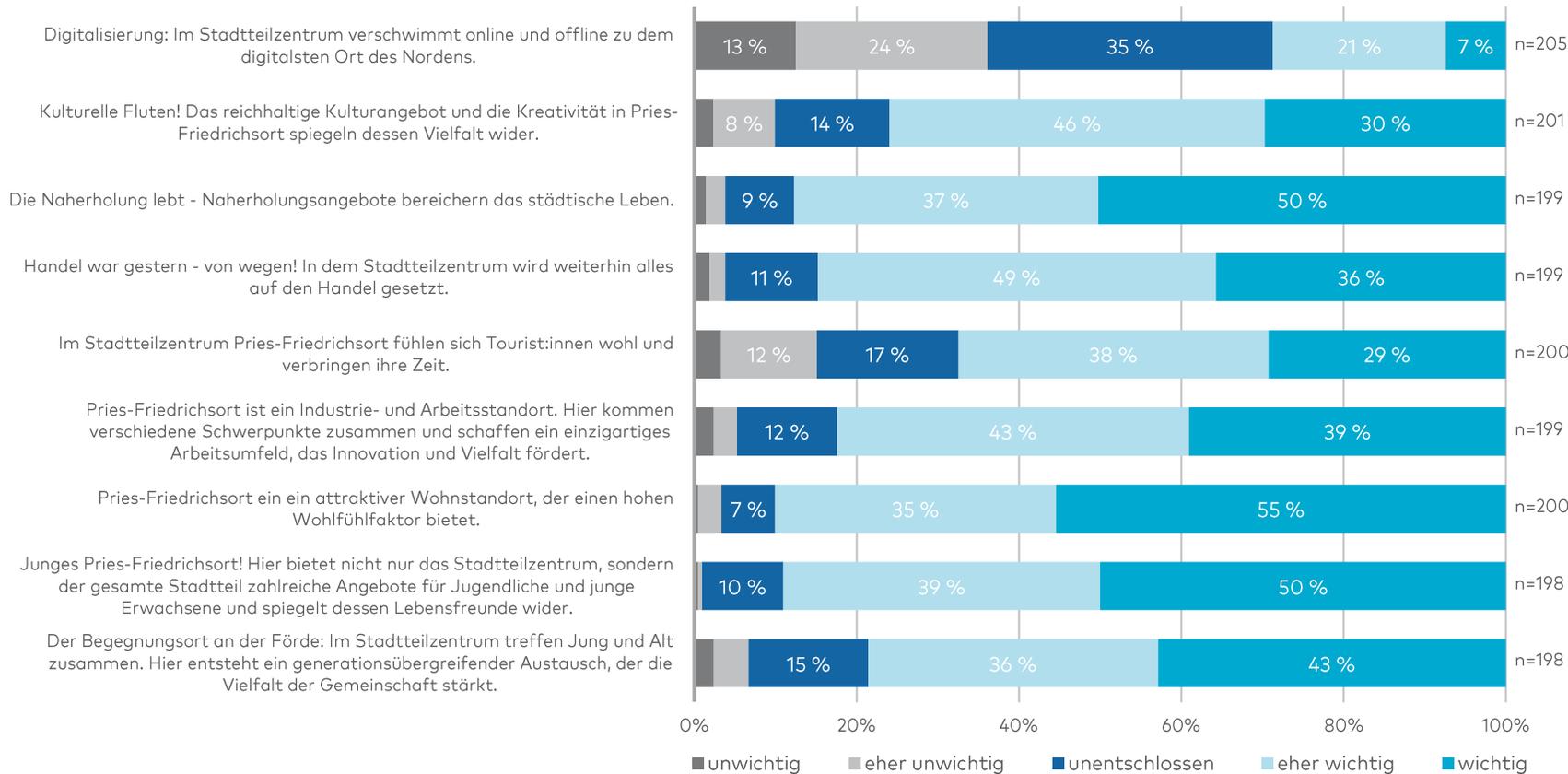
Die Zukunftsvision des Stadtteilzentrums Pries-Friedrichsort soll an die bereits vorhandenen Stärken anknüpfen und die vorhandenen Potenziale weiter ausbauen. Neben der im Status-Report vorangestellten SWOT-Analyse bewerteten auch die Teilnehmenden der Online-Beteiligung die aktuellen Alleinstellungsmerkmale von Pries-Friedrichsort.

Im Vordergrund steht hierbei das Zusammenspiel von Alltagsversorgung und Erholung. Die vorhandene Angebotsvielfalt im Einzelhandels- und (medizinischen) Dienstleistungsbereich prägt das Stadtteilzentrum in seinem Versorgungsrolle für die gesamte Region. Demgegenüber tragen die Strand- und Meeresnähe und die spürbare Persönlichkeit zu dem hohen Erholungswert des Stadtteilzentrums bei.

Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Daten: Haushaltsbefragung Stadt + Handel 03/2024-04/2024; n = 294 (mehrfachantworten möglich).

# Zukunftsvision des Stadtteilzentrums

## Entwicklungsszenarien der Online-Beteiligung



Um die vorhandenen Potenziale bestmöglich einzuordnen und die Zielperspektiven der Bausteine Vitalität, Individualität und Mentalität bestimmen zu können, wurden verschiedene Entwicklungsszenarien formuliert.

Aus dieser Auswahl verschiedener Entwicklungsszenarien wurden innerhalb der Online-Beteiligung zielgruppenübergreifend die Themen der Naherholungsangebote, der Persönlichkeit und der Bedeutung als Wohnstandort sowie die jungen Angebote und Multifunktionalität als am wichtigsten bewertet. Gleichzeitig spielen nach Meinung der Befragten auch der Handel und Pries-Friedrichsort als Versorgungszentrum perspektivisch weiterhin eine große Rolle. Eine auffallend nebensächliche Bedeutung kommt der Digitalisierung des Stadtteilzentrums zu.

Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Daten: Haushaltsbefragung Stadt + Handel 03/2024-04/2024; n=205 (mehrfachantworten möglich).

# Zukunftsvision des Stadtteilzentrums

## Entwicklungsszenarien der Online-Beteiligung

Auf den nachfolgenden Seiten sind die Entwicklungsszenarien nach Altersgruppen differenziert dargestellt, um zielgruppenspezifische Unterschiede und Prioritäten herausstellen zu können. Wesentliche Erkenntnisse dieser Kreuzauswertung zeigen:

- Die Altersgruppen der 28 bis 40-Jährigen und 41 bis 65-Jährigen unterscheiden sich in der Bewertung der Entwicklungsszenarien nicht maßgeblich.
- Die Entwicklung Pries-Friedrichsorts zum Stadtteilzentrum mit Begegnungsorten wird von der Altersgruppe der 66 bis 80-Jährigen als besonders wichtig empfunden.
- Während die jüngeren Altersgruppen und dabei insbesondere die unter 18-Jährige, die 28 bis 40-Jährigen und die 41 bis 65-Jährigen den Handel im Stadtteilzentrum auch perspektivisch als wichtig betrachten, wird dieser bei den 66 bis 80-Jährigen als eher unwichtig bewertet.
- Das Entwicklungsszenario zum digitalen Stadtteilzentrum wird von allen Altersgruppen als eher unwichtig bewertet, am unwichtigsten allerdings von der Altersgruppe der unter 18-Jährigen.



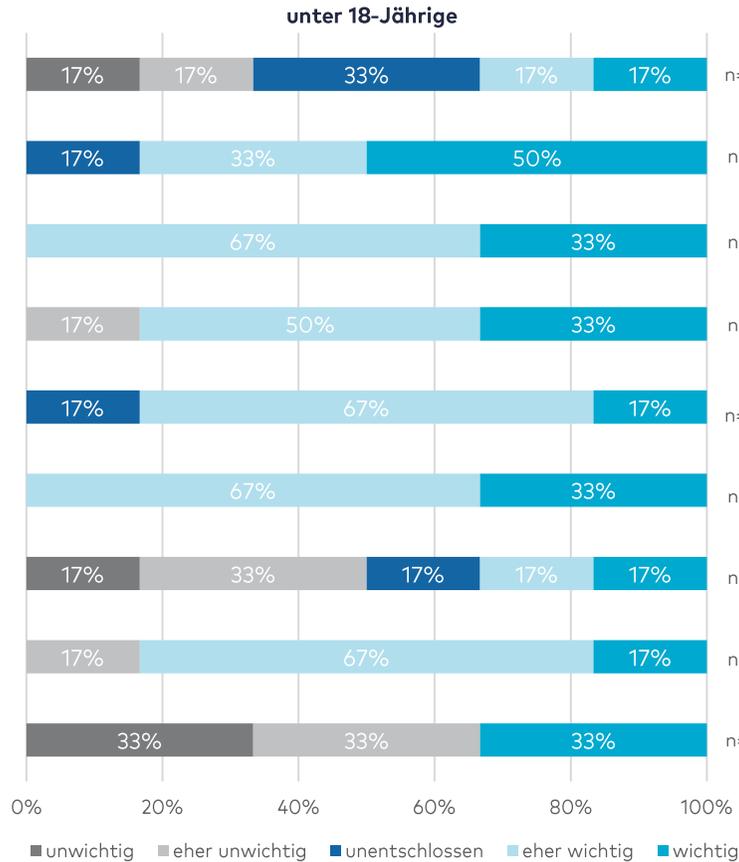
# Zukunftsvision des Stadtteilzentrums

## Entwicklungsszenarien der Online-Beteiligung nach Altersgruppen

„Nachfolgend finden Sie verschiedene Entwicklungsszenarien für das Zentrum Pries-Friedrichsort. Bitte bewerten Sie die Aussagen!“



Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Daten: Haushaltsbefragung Stadt + Handel 03/2024-04/2024; n=6 (links), n=13 (rechts) (mehrfachantworten möglich).



Der Begegnungsort an der Förde: Im Stadtteilzentrum treffen Jung und Alt zusammen. Hier entsteht ein generationsübergreifender Austausch, der die Vielfalt der Gemeinschaft stärkt.

Junges Pries-Friedrichsort! Hier bietet nicht nur das Stadtteilzentrum, sondern der gesamte Stadtteil zahlreiche Angebote für Jugendliche und junge Erwachsene und spiegelt dessen Lebensfreunde wider.

Pries-Friedrichsort ein ein attraktiver Wohnstandort, der einen hohen Wohlfühlfaktor bietet.

Pries-Friedrichsort ist ein Industrie- und Arbeitsstandort. Hier kommen verschiedene Schwerpunkte zusammen und schaffen ein einzigartiges Arbeitsumfeld, das Innovation und Vielfalt fördert.

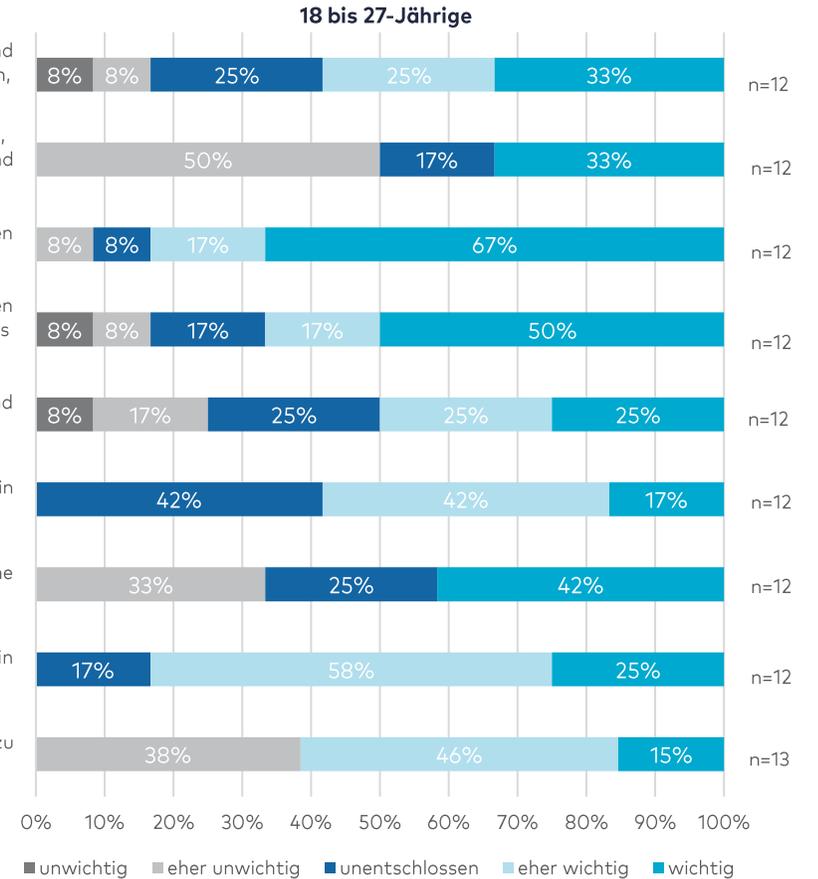
Im Stadtteilzentrum Pries-Friedrichsort fühlen sich Touristinnen wohl und verbringen ihre Zeit.

Handel war gestern - von wegen! In dem Stadtteilzentrum wird weiterhin alles auf den Handel gesetzt.

Die Naherholung lebt - Naherholungsangebote bereichern das städtische Leben.

Kulturelle Fluten! Das reichhaltige Kulturangebot und die Kreativität in Pries-Friedrichsort spiegeln dessen Vielfalt wider.

Digitalisierung: Im Stadtteilzentrum schwimmt online und offline zu dem digitalsten Ort des Nordens.



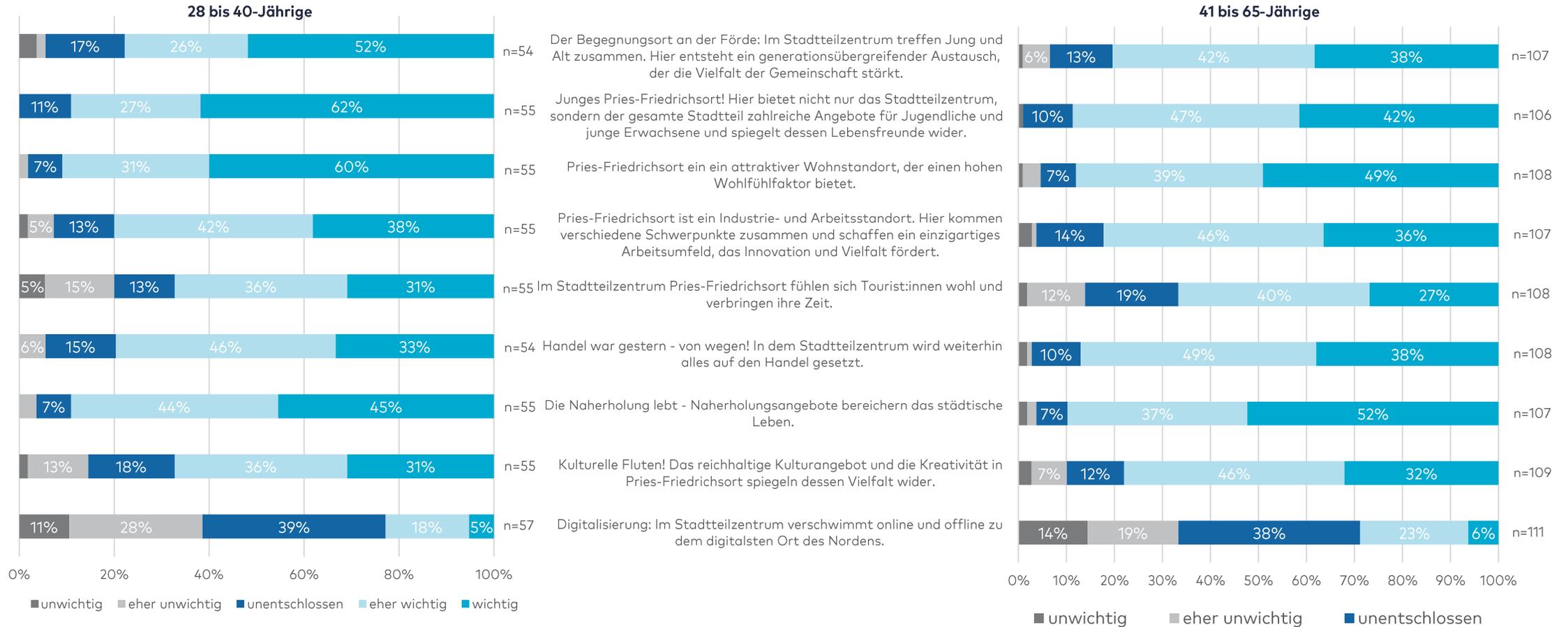
# Zukunftsvision des Stadtteilzentrums

## Entwicklungsszenarien der Online-Beteiligung nach Altersgruppen

„Nachfolgend finden Sie verschiedene Entwicklungsszenarien für das Zentrum Pries-Friedrichsort. Bitte bewerten Sie die Aussagen!“



Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Daten: Haushaltsbefragung Stadt + Handel 03/2024-04/2024; n=57 (links), n=111 (rechts) (mehrfachantworten möglich).



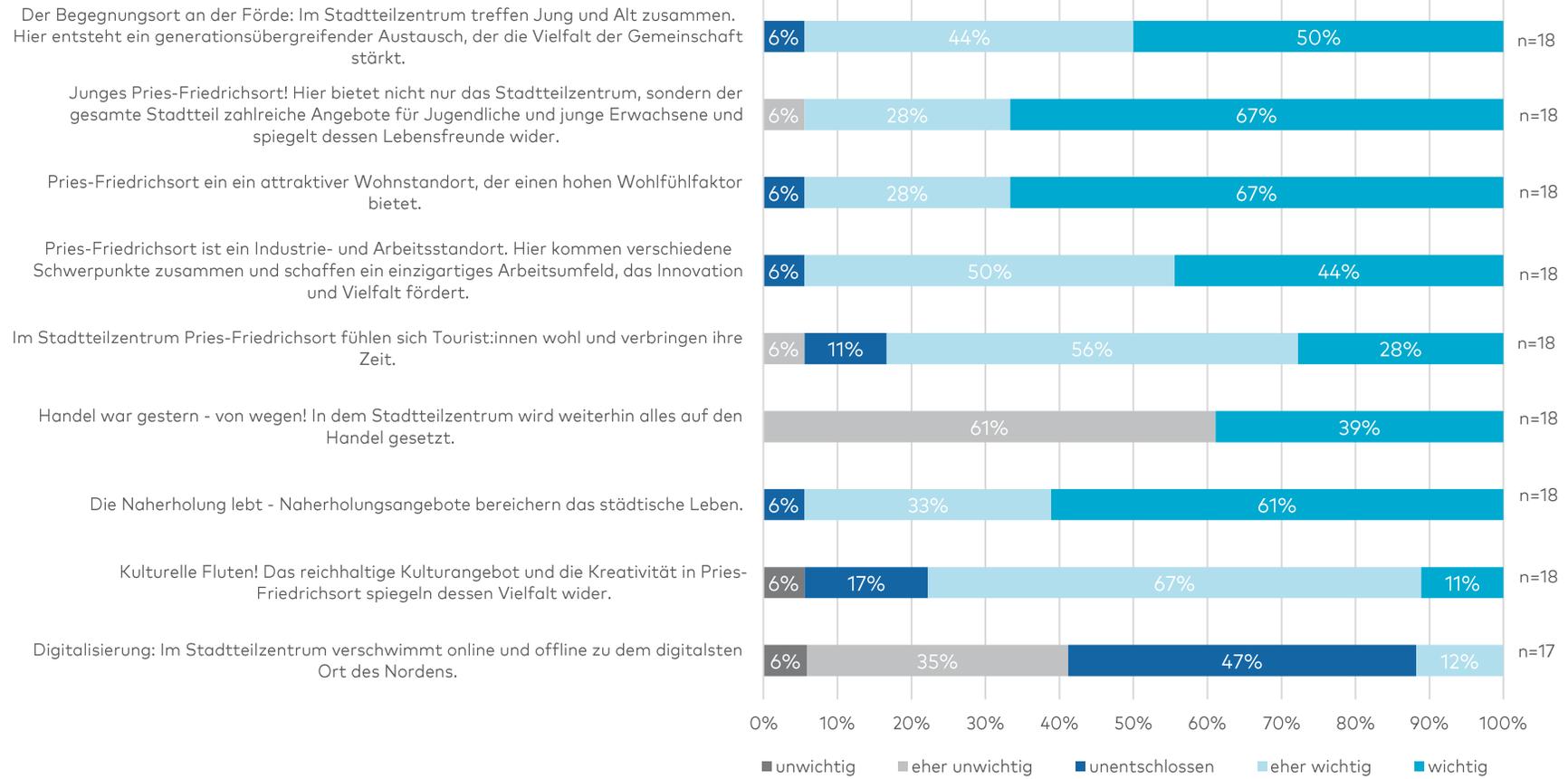
# Zukunftsvision des Stadtteilzentrums

## Entwicklungsszenarien der Online-Beteiligung nach Altersgruppen

„Nachfolgend finden Sie verschiedene Entwicklungsszenarien für das Zentrum Pries-Friedrichsort. Bitte bewerten Sie die Aussagen!“



### 66 bis 80-Jährige



Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Daten: Haushaltsbefragung Stadt + Handel 03/2024-04/2024; n=18 (mehrfachantworten möglich).

# Zukunftsvision des Stadtteilzentrums

## Wünsche für das Stadtteilzentrum – Ergebnisse der Online-Beteiligung

„Sie sind Bürgermeister:in und haben einen Wunsch frei: Was verändern Sie im Zentrum von Pries-Friedrichort?“



Neben der Bewertung konkreter Entwicklungsszenarien konnten die Beteiligten auch offene Wünsche zur perspektivischen Entwicklung des Stadtteilzentrums formulieren. Wie im Status-Report herausgestellt, sehen auch die Beteiligten den größten Handlungsbedarf in der Attraktivierung des Stadtraums und wünschen sich primär eine Qualifizierung durch verbesserte Sauberkeit, Beleuchtung und Sicherheitselemente sowie mehr Grün- und Aufenthaltsflächen. Zur Attraktivierung zählt für die Beteiligten zu einem Großteil auch die Reduzierung des Autoverkehrs im Stadtteilzentrum. Darüber hinaus spielt die Stärkung der Vitalität und Belebung des Zentrums durch Bespielung von Leerständen und Verbesserung der Mietkonditionen für die Beteiligten eine große Rolle. Die Wünsche fließen maßgeblich in die Formulierung des Leitbildes der nachfolgenden Folien ein.

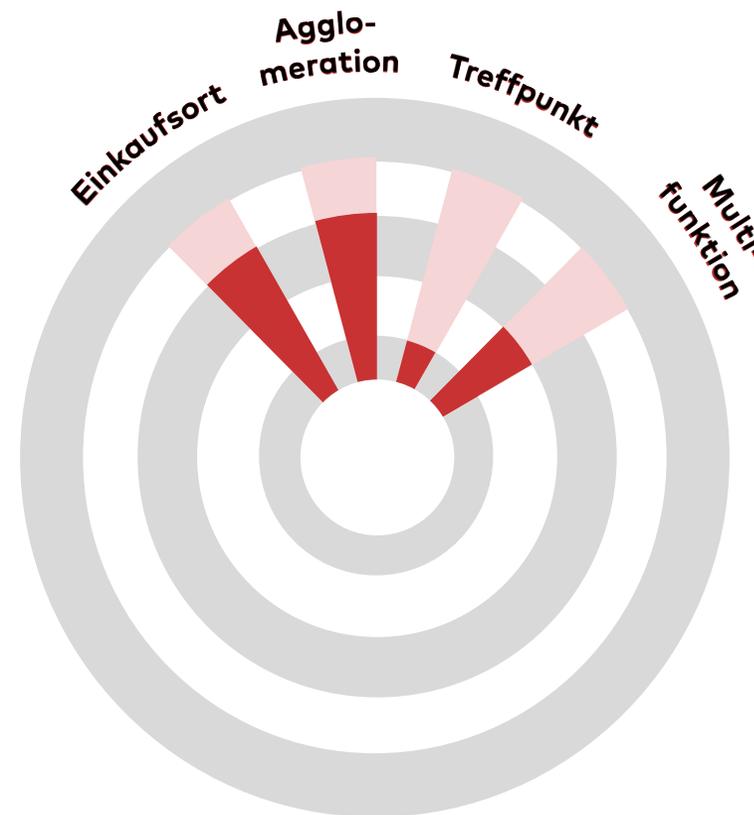
Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Daten: Haushaltsbefragung Stadt + Handel 03/2024-04/2024; n = 229 (mehrfachantworten möglich).

# Zukunftsvision des Stadtteilzentrums

## Die DNA des Stadtteilzentrums entdecken.

### VITALITÄT - DEFINITION.

- **Einkaufsort:** Im Kontext der Zentrenprofilierung bezieht sich der Aspekt auf die Zusammenstellung des Einzelhandelsangebotes. Dabei ist die Handelsvielfalt sowie das Einkaufserlebnis ausschlaggebend für den Besuchsgrund des Zentrums. Gleichzeitig besteht der Anspruch als überregionaler Einkaufsspot zu wirken.
- **Agglomeration:** meint die räumliche Konzentration unterschiedlicher Einzelhandels-, Dienstleistungs- und Gastronomieangebote sowie kultureller Einrichtungen und anderer städtischer Aktivitäten. Die Agglomeration von Nutzungen in einem Zentrum kann dazu beitragen, eine vielfältige und lebendige Atmosphäre zu schaffen und dabei kurze Wege innerhalb des Stadtraums zu begünstigen.
- **Treffpunkt:** Als „Treffpunkt“ werden innerhalb des innerstädtischen Kontextes Bereiche und/oder Orte definiert, die als soziale Knotenpunkte einen gemeinsamen Anlaufpunkt für Bürger:innen, Besucher:innen und Tourist:innen bilden. Ein Treffpunkt zeichnet sich durch seine zentrale Lage, Zugänglichkeit und Attraktivität aus.
- **Multifunktion:** bezieht sich auf die Fähigkeit eines Zentrums, eine Vielzahl von Funktionen und Aktivitäten zu integrieren und anzubieten. Ein multifunktionales Zentrum zeichnet sich durch eine breite Palette an Nutzungen, u. a. in den Bereichen Einzelhandel, Gastronomie, Dienstleistungen, Wohnen, Verweilen und Genießen, aus.



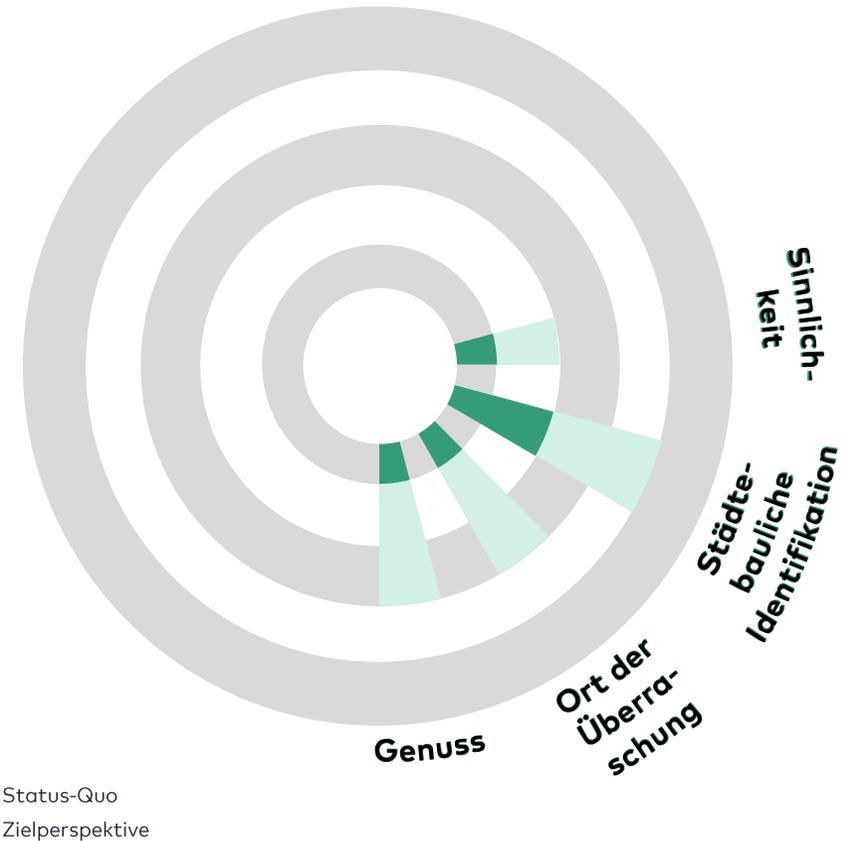
■ Status-Quo  
■ Zielperspektive

# Zukunftsvision des Stadtteilzentrums

## Die DNA des Stadtteilzentrums entdecken.

### INDIVIDUALITÄT - DEFINITION.

- **Sinnlichkeit:** Durch die Sinnlichkeit eines Zentrums und ihrer Elemente aus Stadtraum und Nutzungen, sollen die Sinne der Besucher:innen maximal angesprochen werden. Durch die Sinne – Hören, Riechen, Schmecken und Fühlen – wird ein angenehmes Erleben erzeugt und eine einladende Wohlfühlatmosphäre geschaffen.
- **Städtebauliche Identifikation:** bezieht sich auf die Ausprägung und Gestaltung des Raumes, die eine unmittelbare Verbindung und Identifizierung mit dem städtischen Umfeld ermöglicht. Dabei nimmt die Architektur und ein gelungenes Zusammenspiel aus Gebäuden und öffentlichem Raum positiven Einfluss auf die städtebauliche Identifikation.
- **Ort der Überraschung:** Das Zentrum umfasst als „Ort der Überraschung“ unerwartete, innovative oder unkonventionelle Elemente. Dabei sollen positive emotionale Reaktionen hervorgerufen werden, die das Interesse und die Neugier der Zentrenbesucher:innen wecken. Orte der Überraschung tragen zur Attraktivität und Erlebnisorientierung eines Zentrums bei, indem sie den urbanen Raum mit unerwarteten Momenten bereichern und die Zentrenbesucher:innen-Bindung stärken.
- **Genuss:** Im Bereich „Genuss“ bewertet die Zentrenprofilierung die Aufstellung des Zentrums hinsichtlich ihres gastronomischen Angebots. Dabei werden die Nutzungen anhand ihrer Vielfalt sowie Qualität betrachtet: Umfasst das Zentrum mehr als nur klassische bzw. konventionelle Angebote? Wie ausgewogen ist das Gastronomieangebot im Verhältnis zu den weiteren Zentrennutzungen? Ist für die verschiedenen Zielgruppen ein Angebot verfügbar?

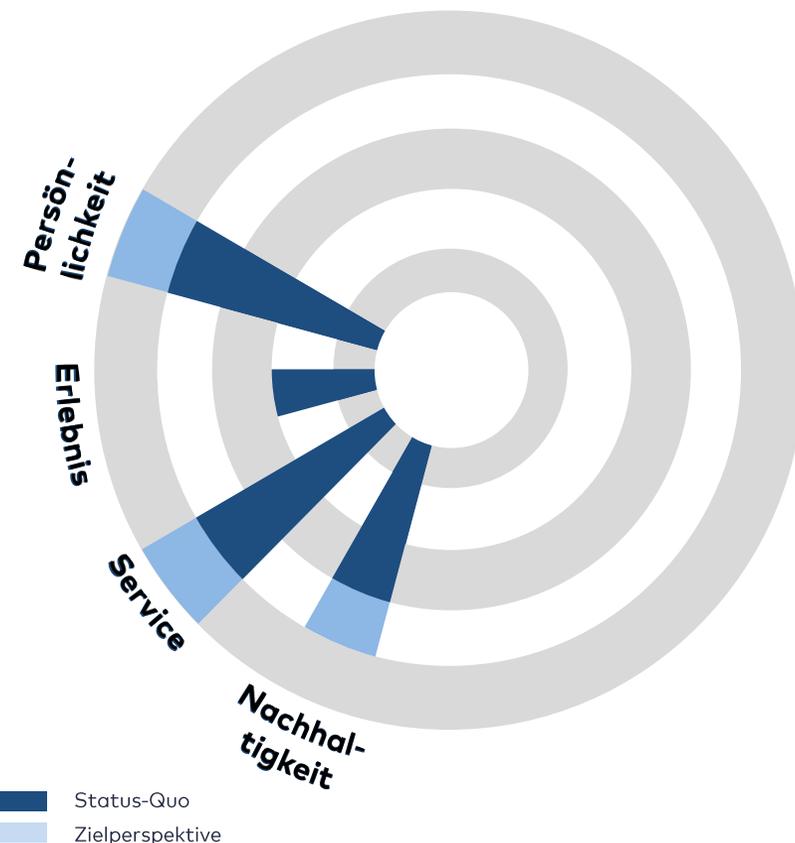


# Zukunftsvision des Stadtteilzentrums

## Die DNA des Stadtteilzentrums entdecken.

### MENTALITÄT - DEFINITION.

- **Nachhaltigkeit:** Bezieht sich auf die langfristige Entwicklung sowie Nutzung der städtischen Ressourcen, um eine lebenswerte Umgebung für die Bewohner:innen zu schaffen. Dies umfasst ökologische, soziale und wirtschaftliche Aspekte, die darauf abzielen, Umweltauswirkungen zu minimieren, soziale Gerechtigkeit zu fördern und wirtschaftliche Prosperität zu gewährleisten. Dabei werden bspw. Aspekte der fußläufigen Erreichbarkeit, Begrünung und Elektromobilität bewertet.
- **Service:** Das Thema „Service“ bezieht sich auf eine breite Palette von Unterstützungsmöglichkeiten, die einen angenehmen Aufenthalt für Besucher:innen im Zentrum ermöglichen. Im Stadtraum wird dies durch unterschiedlichste (analoge und digitale) Orientierungs- und Informationselemente sichtbar. Gleichzeitig spielen in diesem Kontext auch Beratungs- und Serviceleistungen im Einzelhandel und der Gastronomie eine entscheidende Rolle.
- **Erlebnis:** Im Kontext der Zentrenprofilierung umfasst das „Erlebnis“ sowohl physische als auch emotionale Aspekte und stellt dar, wie die Besucher:innen ihre Interaktionen mit dem städtischen Raum, den Einrichtungen, Geschäften, Veranstaltungen und anderen Elementen des Zentrums erleben. Dabei bezieht sich das Erlebnis auf die Gesamtheit der subjektiven Eindrücke, Emotionen und Wahrnehmungen, die beim Aufenthalt im Zentrum erfahren werden.
- **Persönlichkeit:** Die „Persönlichkeit“ beschreibt die charakteristischen Merkmale, Eigenschaften und die Atmosphäre, die das Identitätsgefühl eines Zentrums ausmachen. Diese Persönlichkeit wird durch eine Vielzahl von Elementen geprägt, darunter architektonisches Design, historische Merkmale, kulturelle Einflüsse, soziale Dynamik und städtebauliche Gestaltung. Dabei ist vor allem der unverwechselbare Charakter entscheidend, der ein Zentrum von anderen Zentren abhebt.

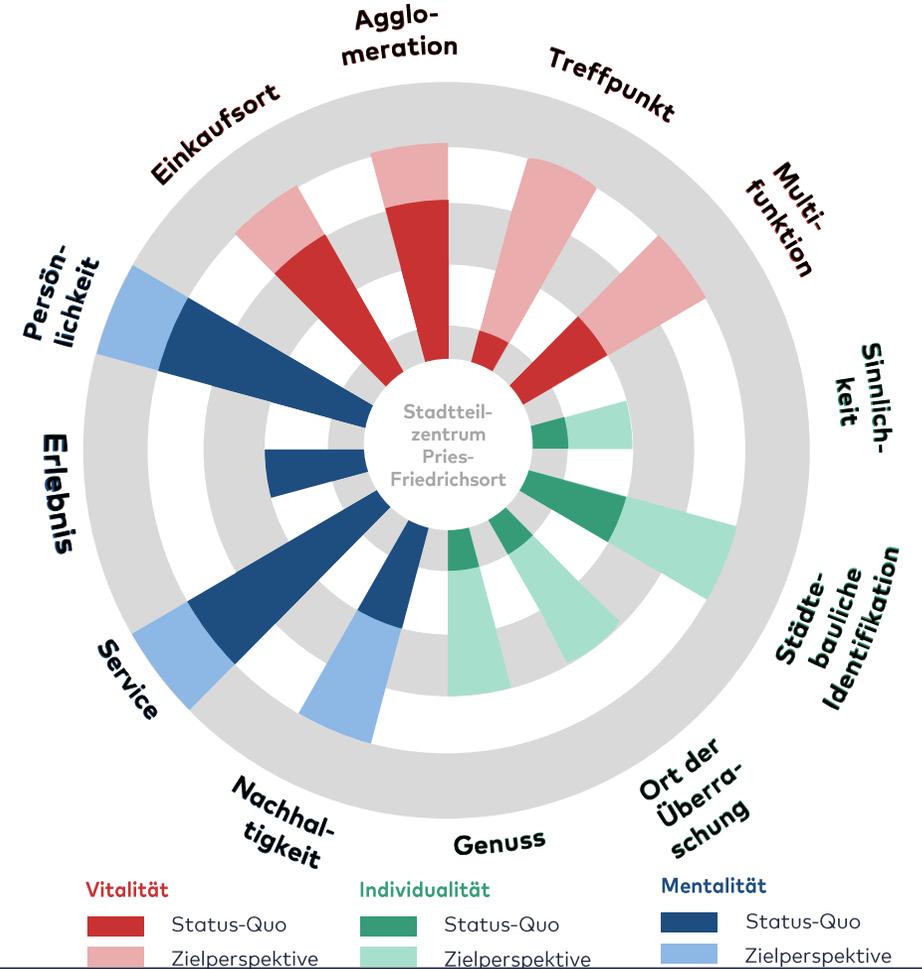


# Zukunftsvision des Stadtteilzentrums

## Zu Hause im Norden - Pries-Friedrichsort, wo Alltag und Erholung zusammenfließen

### Zu Hause im Norden Pries-Friedrichsort, wo Alltag und Erholung zusammenfließen

- Die Demographie des Stadtteilzentrums Pries-Friedrichsort wird sowohl in dessen Angebotsportfolio als auch der Stadtgestaltung widergespiegelt. Neben generationsübergreifenden Begegnungsorten und kulturellen sowie sozialen Angeboten für Senior:innen ist hier vor allem die junge Vitalität spür- und sichtbar. Innovative Nutzungen und Räume für kreative sowie konsumfreie Entfaltung schaffen neue Freizeitmöglichkeiten für Jugendliche und junge Erwachsene und erhöhen die Lebensqualität im Zentrum.
- Als einer der nördlichsten Stadtteile Kiels spielt der Strand und die Meeresnähe nicht nur für Besuchende eine wichtige Rolle. Auch Pries-Friedrichsorter:innen identifizieren sich anhand des maritimen Flairs mit ihrer Heimat. Diese Identität wird auch im Stadtteilzentrum gelebt. Städtebaulich verschneiden hier Historie und Moderne sowie Urbanität und Naturnähe miteinander, indem die umliegenden Nutzungen der Festung und des Strandes durch Gestaltungselemente und Orientierungshilfen an den Eingängen sowie an den Platzsituationen des Stadtteilzentrums sichtbar gemacht werden.
- Die verschiedenen Angebote des Einzelhandels, der Gastronomie und der Dienstleistungen verbunden mit dem vielfältigen Kultur- und Freizeitangebot qualifizieren das Stadtteilzentrum als Wohn- und Lebensstandort. Die zahlreichen (konsumfreien) Aufenthaltsmöglichkeiten der Plätze sowie die einladende Fußgänger:innenzone bilden zentrale Treffpunkte für Pries-Friedrichsorter:innen. Mit seiner Agglomeration an Arbeitsplätzen im Stadtteilzentrum sowie in den umliegenden Industrie- und Büroflächen positioniert sich Pries-Friedrichsort auch für Neubürger:innen als attraktiver Wohnstandort. Feierabendangebote kommen insbesondere Berufstätigen sowie Familien mit Kindern zugute.



Quelle: Darstellung Stadt + Handel.



# Zu Hause im Norden

Pries-Friedrichsort, wo Alltag und Erholung zusammenfließen



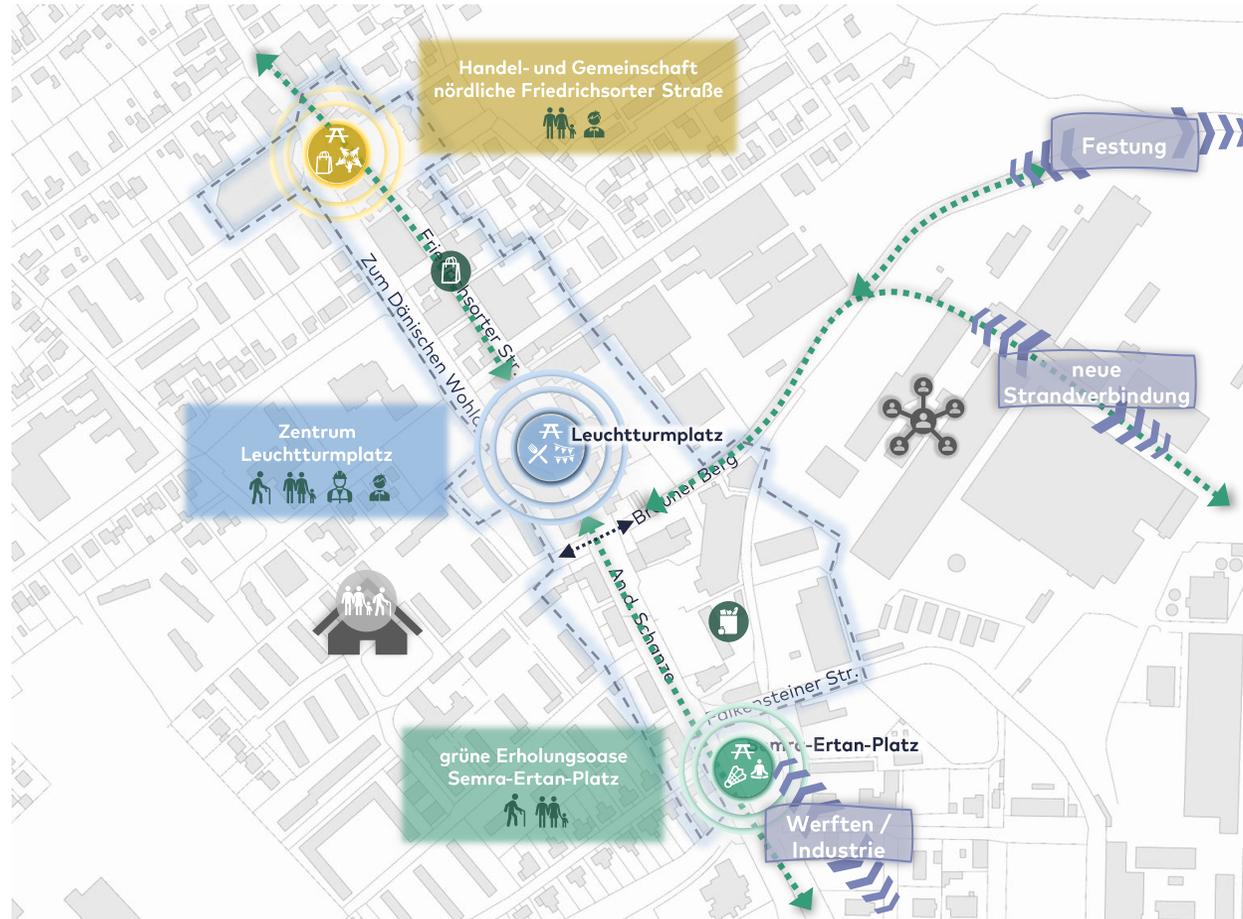
# Zukunftsvision des Stadtteilzentrums

## Zu Hause im Norden - Pries-Friedrichsort, wo Alltag und Erholung zusammenfließen

### Legende

- Untersuchungsgebiet
- Wechselwirkungen
- Sichtbarkeit umliegender Nutzung
- Verweilfläche
- Events / Attraktionen
- Außergastronomie
- standardisierter Handel
- Versorgungsstandort
- Ruheort
- Sport- und Freizeitfläche
- Gemeinschaftsaktionen
- Impulsgeber Strandort
- generationenübergreifendes Wohnen
- Fokuszielgruppe Senior:innen
- Fokuszielgruppe Familien
- Fokuszielgruppe Berufstätige
- Fokuszielgruppe Jugendliche

100 m



Das kartografische Leitbild bildet die Zukunftsvision für das Stadtteilzentrum in einer räumlichen Dimension ab. Entlang der Platzsituationen lassen sich drei Transformationsräume für das Stadtteilzentrum identifizieren, die perspektivisch aufgrund unterschiedlicher Gestaltung und Angebotsausrichtung die vier bestimmten Fokuszielgruppen unterschiedlich stark ansprechen. Der Transformationsraum nördliche Friedrichsorter Straße bleibt Fokusraum für den standardisierten Handel und spricht durch die Aufwertung des Platzes am nördlichen Eingang und filialisierte Angebote primär Jugendliche und Familien an. Dem gegenüber richtet sich der Semra-Ertan-Platz im Süden des Untersuchungsgebietes primär an Berufstätige und Senior:innen. Das Gastronomieangebot lädt zu Feierabendaktivitäten ein, die Grünfläche wird durch Stadtmobiliar und Sportmöglichkeiten wie z. B. eine Boule-Fläche

Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Kartengrundlage Stadt Kiel.

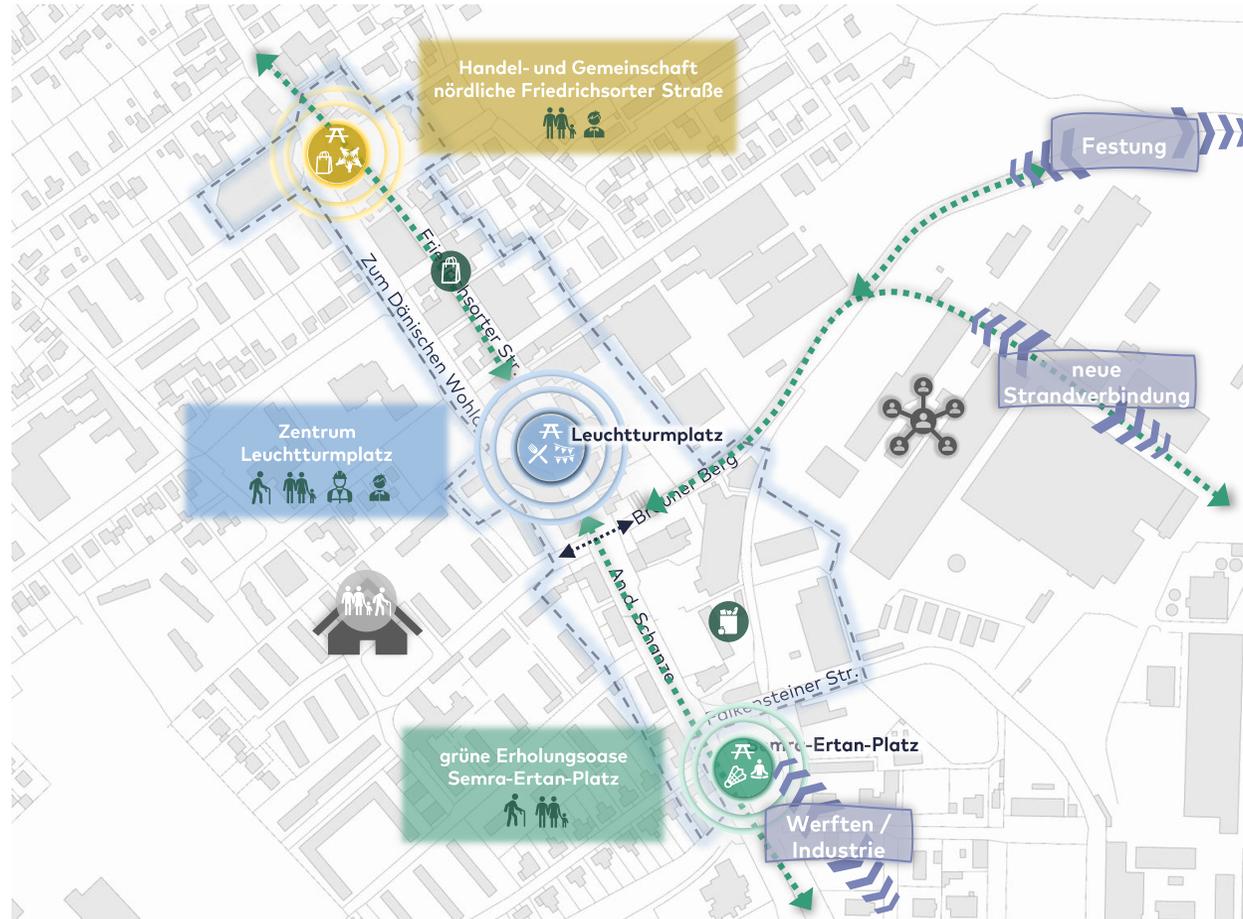
# Zukunftsvision des Stadtteilzentrums

## Zu Hause im Norden - Pries-Friedrichsort, wo Alltag und Erholung zusammenfließen

### Legende

-  Untersuchungsgebiet
-  Wechselwirkungen
-  Sichtbarkeit umliegender Nutzung
-  Verweilfläche
-  Events / Attraktionen
-  Außengastronomie
-  standardisierter Handel
-  Versorgungsstandort
-  Ruheort
-  Sport- und Freizeitfläche
-  Gemeinschaftsaktionen
-  Impulsgeber StrandOrt
-  generationenübergreifendes Wohnen
-  Fokuszielgruppe Senior:innen
-  Fokuszielgruppe Familien
-  Fokuszielgruppe Berufstätige
-  Fokuszielgruppe Jugendliche

100 m



für Senior:innen aufgewertet. Im zentralen Bereich des Leuchtturmplatzes finden alle vier Fokuszielgruppen zusammen. Hier lädt der Platz nicht nur zum konsumfreien Verweilen und Begegnen ein, auch die aufgewertete und ergänzte Außengastronomie schafft zentrale Treffpunkte. Temporär wandelt sich der Leuchtturmplatz verstärkt zu einem Veranstaltungsort und ermöglicht zielgruppenspezifische Erlebnisse.

In direktem Umfeld des Untersuchungsgebietes wirken sich die Entwicklungen des Industriegebiets StrandOrt mit dessen ausgebauten Verbindung zum Strand sowie das unmittelbar angrenzende Wohngebiet mit alternativen Wohnformen und generationsübergreifendem Miteinander impulsgebend auf das Stadtteilzentrum aus.

# Entwicklungs- strategien

# Entwicklungsstrategien für das Stadtteilzentrum Pries-Friedrichsort

Auf Grundlage der bisherigen Ergebnisse des Prozesses und dem daraus entwickelten Leitbild getreu dem Motto „**Zu Hause im Norden: Pries-Friedrichsort, wo Alltag und Erholung zusammenfließen**“, lassen sich folgende Entwicklungsstrategien zur Transformation des Stadtteilzentrums Pries-Friedrichsort ableiten:

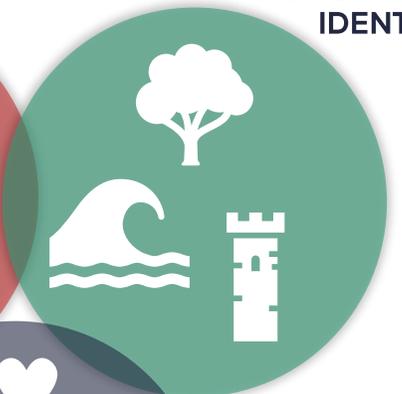
- **AUSBAU DER (JUNGEN) ANGEBOTE**
- **SICHTBARKEIT VON ORIGINALITÄT UND IDENTITÄT**
- **ATTRAKTIVIERUNG ALS WOHN- UND ALLTAGSORT**

Die Entwicklungsstrategien werden auf der nachfolgenden Seite weiter qualifiziert und dienen im nächsten Schritt als Basis zur Erstellung einer Toolbox mit konkreten Projektansätzen.

(JUNGE) ANGEBOTE



ORIGINALITÄT & IDENTITÄT



WOHN- UND ALLTAGSORT

# Entwicklungsstrategien für das Stadtteilzentrum Pries-Friedrichsort



## Ausbau der (jungen) Angebote

- Etablierung von innovativen, experimentellen und multifunktionalen Nutzungskonzepten zur Bespielung leerstehender Ladenlokale
- Aktive Ansprache und Förderung lokaler Neugründer:innen und Einbindung der Bildungseinrichtungen
- Proaktive Unterstützung von Ansiedlungsbestrebungen von individuellen, inhaber:innengeführten Nutzungen
- Ausbau der (konsumfreien) Treffpunkte und Aufenthaltsorte im Stadtteilzentrum sowie der Spielmöglichkeiten im Stadtraum
- Schaffung von Überraschungsmomenten durch Bespielung der innerstädtischen Plätze und Veranstaltung von Gemeinschaftsaktivitäten
- Stärkung der digitalen Sichtbarkeit der Angebote und Verschmelzen mit analogen Strukturen
- Erhalt und Weiterentwicklung der bestehenden Events und Ergänzung um weitere zielgruppenspezifische Attraktionen



## Sichtbarkeit von Originalität und Identität

- Erlebbarkeit des Elements Wassers im Stadtraum
- Städtebauliche Verschneidung von Historie und Moderne als identitätsstiftender Faktor
- Sichtbarkeit der Angebote und Neuigkeiten im Zentrum unter Berücksichtigung von Mindestgestaltungsanforderungen
- Attraktivierung des Stadtraums durch Installation von Stadtmobiliar und Grünelementen
- Bespielung der innerstädtischen Plätze und Nutzung ihrer Aufenthaltspotenziale
- Vermarktung des Stadtteilzentrums durch eine eigene Corporate Identity zur Stärkung des Identitäts- und Heimatsgefühls



## Attraktivierung als Wohn- und Alltagsort

- Verknüpfung von Alltag und Erholung durch Feierabendangebote und Versorgung in der Mittagspause für Berufstätige, Familien und Jugendliche
- Klimagerechte Anpassung des Stadtteilzentrums durch Klimafolgeanpassungsmaßnahmen und Hochwasserschutzmaßnahmen
- Spürbarkeit der Lage am Meer als Gesundheitsfaktor mit hohem Freizeit- und Erholungswert
- Sicherung und Ausbau der Verkehrssicherheit für Fußgänger:innen und Fahrradfahrer:innen
- Inszenierung stadtbildprägender (historischer) Orte und Plätze
- Stärken des generationenübergreifenden, urbanen Wohnens und die Teilhabe von sowohl Jugendlichen als auch Senior:innen

# Fazit

## 5 Thesen über das Stadtteilzentrum der Zukunft

- 1** Perspektivisch spricht das Stadtteilzentrum fokussiert Jugendliche, Familien (mit Kindern), Senior:innen und Berufstätige an. Gleichzeitig werden weitere Zielgruppen nicht ausgeschlossen. Den Querschnittsthemen Barrierefreiheit und gegenseitige Akzeptanz kommt bei der zukünftigen Entwicklung des Zentrums eine zielgruppenübergreifende Bedeutung zu.
- 2** Das Stadtteilzentrum entwickelt sich perspektivisch getreu dem Motto „Zu Hause im Norden - Pries-Friedrichsort, wo Alltag und Erholung zusammenfließen“.
- 3** Das Stadtteilzentrum steht in der gesamten Region für gute Nahversorgungsangebote, Persönlichkeit und Freizeit- sowie Erholungsmöglichkeiten.
- 4** Im Zentrum entwickeln sich die drei Fokusräume nördliche Friedrichsorter Straße, Leuchtturmplatz und Semra-Ertan-Platz als Experimentierfelder weiter und stellen zielgruppenspezifische Angebote bereit.
- 5** Zur weiteren Entwicklung verfolgt das Stadtteilzentrum die Strategien des Ausbaus der (jungen) Angebote, der Sichtbarkeit von Originalität und Identität und der Attraktivierung als Wohn- und Alltagsort.

Quelle: Darstellung Stadt + Handel.

# Aktionsplan

# Aktionsplan

## Handlungsempfehlungen

Ein nachfolgender kompakter Aktionsplan fasst konkrete Handlungsempfehlungen zusammen. Die Handlungsempfehlungen, die auf das Erreichen der zuvor formulierten Zukunftsvision einzahlen, werden zusammengefasst und nach Fristigkeit und Priorität geordnet. Um die zeitliche Entwicklung der Handlungsempfehlungen noch deutlicher herauszustellen, werden diese in **Starter-, Aufstiegs-, Schlüssel- und Ziel-Projekte** aufgeteilt, die sich in unterschiedlicher Ausprägung auf die Entwicklung des Zentrums auswirken.

Neben dem Aktionsplan gilt es auch, die Zukunftsvision des Stadtteilzentrums als Marke weiterzutragen. Dazu werden im weiteren Verlauf Kommunikationsleitlinien anhand von Markenmerkmalen sowie Kommunikationskanälen definiert.

Das Zusammenspiel von Aktionsplan und Kommunikationsleitlinien kann insbesondere einem perspektivischen Quartiersmanagement als Fahrplan der Quartiersarbeit dienen.

# Methodik

## Prototyping-Atelier | 21. Mai 2024



Am 21. Mai 2024 fand ein weiteres Beteiligungsformat im Rahmen der Erstellung des Profilierungskonzeptes statt – das Prototyping-Atelier. Nach Vorstellung des Zielbildes galt es, konkrete Projektideen zu entwickeln. In einem ersten Brainstorming sammelten die 8 Teilnehmenden verschiedene Ideen zur Belebung und Aufwertung des Stadtteilzentrums. Die Projekte sollten im Idealfall konkret und kurzfristig umsetzbar sein sowie mit einer „Hands-on-Mentalität“ der Teilnehmenden angegangen werden. Im Anschluss an die Projektvorstellung der Gruppen erfolgte eine Diskussion sowie Feedbackrunde. Aus dem Workshop resultieren **folgende Projekte** für das Stadtteilzentrum Pries-Friedrichsort:

- Umgestaltung Leuchtturmplatz
- Blickwinkel erweitern – Fußgänger:innenzone

Die Ergebnisse des Prototyping-Ateliers fließen im weiteren Verlauf in die Formulierung konkreter Handlungsempfehlungen des Aktionsplans ein.

# Methodik

## Prototyping-Atelier Kinderbeteiligung | 21. Mai 2024

**Meine Idee für Pries-Friedrichsort...**

 Welches Projekt würdest du in Pries-Friedrichsort umsetzen?

 WO soll deine Idee / dein Projekt stattfinden?

 WANN soll deine Idee / dein Projekt stattfinden?

 Was findest du an deiner Idee / deinem Projekt besonders cool?

 Wie könnte dein Projekt aussehen?





Um neben dem durchgeführten Prototyping-Atelier für Erwachsene auch Kinder gezielt in den Prozess der Maßnahmenfindung einzubeziehen, wurde der Ablauf des Prototyping-Ateliers in niedrighschwellige Arbeitsblätter überführt und in der Fritz-Reuter-Schule bearbeitet.

Mit Hilfe des Fragebogens haben rund 40 Kinder ihre Projektideen zu Pries-Friedrichsort beschrieben und eingereicht.

Am häufigsten wurden die folgenden Projektideen und Wünsche zur Attraktivierung des Stadtteilzentrums genannt:

- Erlebnispark (z. B. Schwimmbad, Erlebnisbad oder Trampolinpark)
- Tierpark / Bauernhof
- mehr Spielmöglichkeiten (z. B. Fußballplätze mit Kunstrasen, Basketballplatz, Wasserpark, Tennisplatz)
- Veranstaltungsformate (z.B. Müllsammelaktionen, Spendenaktionen, Flohmarkt, Festivals am Strand)

# Aktionsplan

## Handlungsempfehlungen

Nachfolgend werden konkrete Handlungsempfehlungen, die maßgeblich auf die Zieldefinition und die damit einhergehenden Profilierung für das Stadtteilzentrum Pries-Friedrichsort einzahlen, formuliert. Die im Folgenden aufgelisteten Handlungsempfehlungen unterscheiden sich hinsichtlich ihrer Priorität sowie der Umsetzbarkeit. Die Umsetzbarkeit beschreibt die zeitliche Komponente, wie schnell die Handlungsempfehlung in die Umsetzung gehen kann. Den hervorgehobenen Akteur:innen wird die federführende Verantwortung bei der Umsetzung zugeschrieben.

Nr.	Handlungsempfehlung	Entwicklungsstrategie	Priorität	zeitlicher Umsetzungshorizont	Verantwortliche & Kooperationspartner:innen
1	<b>Stärkung der digitalen Sichtbarkeit des Zentrums und seiner Angebote</b> durch Vorstellung der Gewerbetreibenden und Neueröffnungen sowie Bestandsläden oder Events durch einen „Zentreninfluencer“ auf Social-Media		■■■	kurzfristig	<b>perspektivische:r Zentrenbotschafter:in, KiWi, Quartiersmanagement Pries-Friedrichsort</b> , Gewerbetreibende, IHK zu Kiel
2	<b>Aufwertung von Schaufensterflächen leerstehender Ladenlokale (z. B. Friedrichsorter Str. 7 und An der Schanze 42) als temporäre Nutzung</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Showroom für Forschungsergebnisse und Informationen durch z. B. den Fachbereich Meereswissenschaften der Universität zu Kiel, um Forschung mit Meeresbezug im Zentrum sichtbar zu machen</li> <li>Folierung durch identitätsstiftende Fotos des Stadtteilzentrums sowie Informationsschaubildern mit historischem Bezug zur Verschneidung der Historie und Moderne</li> </ul>		■■■	kurzfristig	<b>Quartiersmanagement Pries-Friedrichsort</b> , Einzelhändler:innen, Gewerbetreibende, Designer:innen, Künstler:innen, Kiel-Marketing e.V.
3	<b>Durchführung eines Gründungsworkshops</b> für eine proaktive Ansiedlungshilfe für inhaber:innengeführte Nutzungen zur Bespielung der Leerstände Friedrichsorter Str. 7 und An der Schanze 42 in Kooperation mit der Universität zu Kiel		■■■	kurzfristig	<b>KiWi, Quartiersmanagement Pries-Friedrichsort</b> , Kooperation mit Bildungseinrichtungen, IHK zu Kiel
4	<b>Schaffen von Erlebniseffekten im Stadtraum</b> durch Überspannung der Fußgänger:innenzone mit Gestaltungselementen, die sich gleichzeitig schattenspendend auswirken und die Familienfreundlichkeit sowie Aufenthaltsqualität für Senior:innen stärken		■■■	kurzfristig	<b>Quartiersmanagement Pries-Friedrichsort</b>

Quelle: Darstellung Stadt + Handel.

# Aktionsplan

## Handlungsempfehlungen

Nr.	Handlungsempfehlung	Entwicklungsstrategie	Priorität	zeitlicher Umsetzungshorizont	Verantwortliche & Kooperationspartner:innen
5	<b>Gemeinschaftsaktionen auf der nördlichen Freifläche zur Belegung innerstädtischer Plätze und Stärkung des Nachbarschafts-gefühl und Miteinanders (z. B. gemeinsame Pflanzaktionen)</b>		■■■	kurzfristig	<b>Quartiersmanagement Pries-Friedrichsort</b> , Vereine, Künstler:innen, Bewohner:innen, Bildungseinrichtungen
6	<b>Zielgruppenspezifische Events (z. B. Streetfood und Foodtrucks auf dem Leuchtturmplatz für Jugendliche)</b>		■■■□	kurzfristig	<b>Quartiersmanagement Pries-Friedrichsort, Gastronom:innen</b> , Vereine
7	<b>Shopping Events und After Work Specials als generationsübergreifendes Verknüpfungselement von Alltag und Erholung</b>		■■■□	kurzfristig	<b>Quartiersmanagement Pries-Friedrichsort</b> , Einzelhändler:innen, Künstler:innen, Vereine
8	<b>Sichtbarkeit der Zentrenangebote in den umliegenden Unternehmen und verbindende Aktionen wie Coupon- oder Gutscheinsysteme für Berufstätige in der Mittagspause oder nach dem Feierabend</b>		■■■□	kurzfristig	<b>Einzelhändler:innen, Gewerbetreibende</b> , Kiel-Marketing e.V., Quartiersmanagement Pries-Friedrichsort, KiWi
9	<b>Bespielung des Leuchtturmplatzes durch einen Stadtstrand bietet allen Bewohner:innen gleichermaßen ein Begegnungs- und Freizeitraum und fördert das Gemeinschaftsgefühl sowie das maritime Flair des Zentrums</b>		■□□	kurzfristig	<b>Stadt Kiel, Quartiersmanagement Pries-Friedrichsort</b> , Vereine, Künstler:innen, Investor:innen, Kiel-Marketing e.V.
10	<b>Verkehrskonzept</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Reduzierung bestehender Poller auf der Friedrichsorter Str. unter <b>Erhöhung von Regulierungsmaßnahmen</b> durch das Ordnungsamt zur Vermeidung von Falschparker:innen und Stärkung des Parkverbots auf der Friedrichsorter Str.</li> <li><b>Stärkung der Parkregulierung</b> am nördlichen Eingang der Friedrichsorter Straße, um die Platzfläche zur Bespielung zu öffnen</li> </ul>		■■■	mittelfristig	<b>Straßenverkehrsbehörde Kiel, Ordnungsamt Kiel</b> , Quartiersmanagement Pries-Friedrichsort

Quelle: Darstellung Stadt + Handel.

# Aktionsplan

## Handlungsempfehlungen

Nr.	Handlungsempfehlung	Entwicklungsstrategie	Priorität	zeitlicher Umsetzungshorizont	Verantwortliche & Kooperationspartner:innen
11	<b>Bodengestaltung der Fußgänger:innenzone als Attraktivierung des Stadtraums und gestalterischer Hervorhebung der Fußgänger:innenzone als einheitliches Stadtbild</b>		■■■	mittelfristig	<b>Kiel-Marketing e.V., Quartiersmanagement Pries-Friedrichsort, Ordnungsamt Kiel</b>
12	<b>Individuelle Orientierungshilfen zum Strand sowie an den Eingangssituationen des Zentrums z. B. durch Gestaltung von Bodenpflastern</b>		■■■	mittelfristig	<b>Kiel-Marketing e.V., Quartiersmanagement Pries-Friedrichsort, Ordnungsamt Kiel</b>
13	<b>Qualifizierung der Festung als Dritter Ort mit Veranstaltungsangeboten und digitalem Auftritt. Die Angebote der Festung sind auch im Stadtteilzentrum sichtbar (z. B. durch Merchandise-Produkte, Couponnetzwerke, etc.)</b>		■■□	mittelfristig	<b>Freunde der Festung Friedrichsort e.V., Quartiersmanagement Pries-Friedrichsort, Kiel-Marketing e.V.</b>
14	<b>Städtebauliche Umgestaltung Semra-Ertan-Platz als Begegnungs- und Freizeitor:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Installation von Boule Flächen für Familien und Senior:innen</li> <li>• Installation von Stadtmobiliar am Semra-Ertan-Platz zur Schaffung von Ruheorten und konsumfreien Aufenthalts- und Treffpunkten</li> <li>• Installation einer baulichen Einfassung als sichtbare Grenze zur anliegenden Straße und Erhöhung der Verkehrssicherheit (z. B. begrünter Hartholzzaun)</li> <li>• Installation interaktiver Infotafeln mit maritimem Bezug zur Stärkung der Familienfreundlichkeit und als verbindendes Element zum Wasser</li> </ul>	 	■■□	mittelfristig	<b>Kiel-Marketing e.V., Quartiersmanagement Pries-Friedrichsort, Landschaftsarchitekt:innen</b>

Quelle: Darstellung Stadt + Handel.

# Aktionsplan

## Handlungsempfehlungen

Nr.	Handlungsempfehlung	Entwicklungsstrategie	Priorität	zeitlicher Umsetzungshorizont	Verantwortliche & Kooperationspartner:innen
15	<b>Schaffung von einheitlichen Ruhe- und Entspannungsbereichen verteilt im Zentrum</b> um die Bedeutung der Meeresnähe als Freizeit- und Gesundheitsfaktor zu betonen (z. B. Strandkörbe vor Ladenlokalen als maritime Symbole)		■ ■ □	mittelfristig	<b>Stadt Kiel, Quartiersmanagement Pries-Friedrichsort, KiWi</b>
16	<b>Strand-Shuttle:</b> Etablieren eines Shuttles zwischen Leuchtturmplatz und Strand zur Besucher:innenbindung, der gleichzeitig als Werbefläche für Angebote und Informationen des Zentrums dient		■ □ □	mittelfristig	<b>Stadt Kiel, KVG Kiel</b>
17	<b>Sichtbarkeit der Meeresnähe durch Installation eines Gezeiten-Indikators am Leuchtturmplatz</b>		■ □ □	mittelfristig	<b>Stadt Kiel, Kiel-Marketing e.V., Ordnungsamt Kiel</b>
18	<b>Etablierung eines Zentrenmanagements</b> für die Koordination und (Weiter)Entwicklung des Angebotes des Stadtteilzentrums inkl. Zentrenvereinigung verschiedener Interessengruppen, um das Stadtteilzentrum zu stärken und eine positive Entwicklung voranzutreiben		■ ■ ■	langfristig	<b>Quartiersmanagement Pries-Friedrichsort, Gewerbetreibende, Einzelhändler:innen, Vereine und Institutionen, interessierte Bürger:innen</b>
19	<b>Klimagerechte Anpassungen im Stadtteilzentrum</b> durch Schaffen von Retentionsräumen und punktuelle Entsiegelung wenn möglich		■ ■ ■	langfristig	<b>Klimaschutz-Team Kiel, Bewohner:innen, Unternehmer:innen, Wissenschaftler:innen</b>
20	<b>Stringente Vermarktung des Zentrums</b> getreu dem Motto als attraktiver Wohn- und Lebensstandort anhand einer eigenen Corporate Identity und Kommunikationsleitlinien, die online und offline durch die Stadtverwaltung, Gewerbetreibende aber auch Unternehmen, Hotels sowie Vereine und Institutionen getragen wird → : z. B. Etablierung von Werbeschildern als einheitliche visuelle Identität im gesamten Stadtteilzentrum		■ ■ ■	langfristig	<b>Kiel-Marketing e.V., Quartiersmanagement Pries-Friedrichsort, Einzelhändler:innen, Gewerbetreibende, perspektivische Zentrenvereinigung</b>

Quelle: Darstellung Stadt + Handel.

# Aktionsplan

## Handlungsempfehlungen

Nr.	Handlungsempfehlung	Entwicklungsstrategie	Priorität	zeitlicher Umsetzungs-horizont	Verantwortliche & Kooperationspartner:innen
21	<b>Bespielung der Freifläche an der nördlichen Friedrichsorter Straße</b> durch konsumfreie Treffpunkte (z. B. Installation einer Freitreppe, die Aufenthaltsmöglichkeiten und Klettermöglichkeiten schafft und gleichzeitig eine Lärmschutzfunktion erfüllt)		■ ■ □	langfristig	<b>Gastronom:innen</b> , Stadt Kiel, KiWi
22	<b>Netzwerkarbeit und aktive Eigentümer:innenansprache</b> zur Gewährleistung attraktiver Mietkonditionen für Neuansiedlungen und Bestandsmieter:innen sowie proaktive Unterstützung bei Nachfolgeproblematik		■ ■ □	langfristig	<b>Quartiersmanagement Pries-Friedrichsort</b> , Eigentümer:innen, Mieter:innen, Interessent:innen
23	<b>Stärkung der Verkehrssicherheit</b> und Abbau der Frequenzbarriere am Knotenpunkt An der Schanze / Brauner Berg durch Installation einer Querungshilfe		■ ■ □	langfristig	<b>Stadt Kiel, Straßenverkehrsbehörde Kiel, Ordnungsamt Kiel,</b>
24	<b>Ansiedlung von (temporären) Außengastronomieflächen am Leuchtturmplatz</b>		■ ■ □	langfristig	<b>Gastronom:innen</b> , Stadt Kiel
25	<b>Ansiedlung eines Generationscafés</b>		■ ■ □	langfristig	<b>Gastronom:innen</b> , Immobilieneigentümer:innen, Quartiersmanagement Pries-Friedrichsort
26	<b>Stärken und Bewerben des generationsübergreifenden Wohnens abseits des Innenstadt-Trubels und Schaffen von studentischem sowie altersgerechtem Wohnraum (barrierefreie Single-Wohnungen)</b> durch finanzielle Anreize und Beratungsangebote für Wohnbaugesellschaften und Eigentümer:innen (z. B. Ausbau der Barrierefreiheit, Schaffen von Gemeinschaftsräumen und Außenbereichen)		■ □ □	langfristig	<b>Stadt Kiel, Investor:innen</b> , Amt für Wohnen und Grundsicherungen, Eigentümer:innen

Quelle: Darstellung Stadt + Handel.

# Aktionsplan

## Best-Practice-Beispiele



maritimes Sitzmobiliar,  
Rhede



konsumfreie Platzgestaltung,  
Aachen



Gemeinschaftsflächen Wohnquartier,  
Basel



individuelle Orientierungshilfen,  
Aachen

Quelle: Fotos Sven Betz; Städt. + Handel.

# Aktionsplan

## Best-Practice-Beispiele



Freitreppe „Ebertplatz 0“,  
Köln



Bodengestaltung Verkehrsberuhigung,  
Frankfurt



Gezeiten-Indikator,  
Westerland



Stadtstrand,  
Wesseling

Quelle: Fotos: Heike Fischer/TH Köln; Bernd Kammerer; Zoonar GmbH / Alamy Stock Foto; Stadt + Handel.

# Aktionsplan

## Best-Practice-Beispiele

kaffee für'n euro  
kuchen dazu,  
leute treffen,  
quatschen,  
freu(n)de  
finden.

generationencafé.  
@vineyard.koeln

donnerstags  
14-17uhr



Sebastianstraße 162, Niehl

Generationencafé,  
Köln



Interaktive Informationstafeln



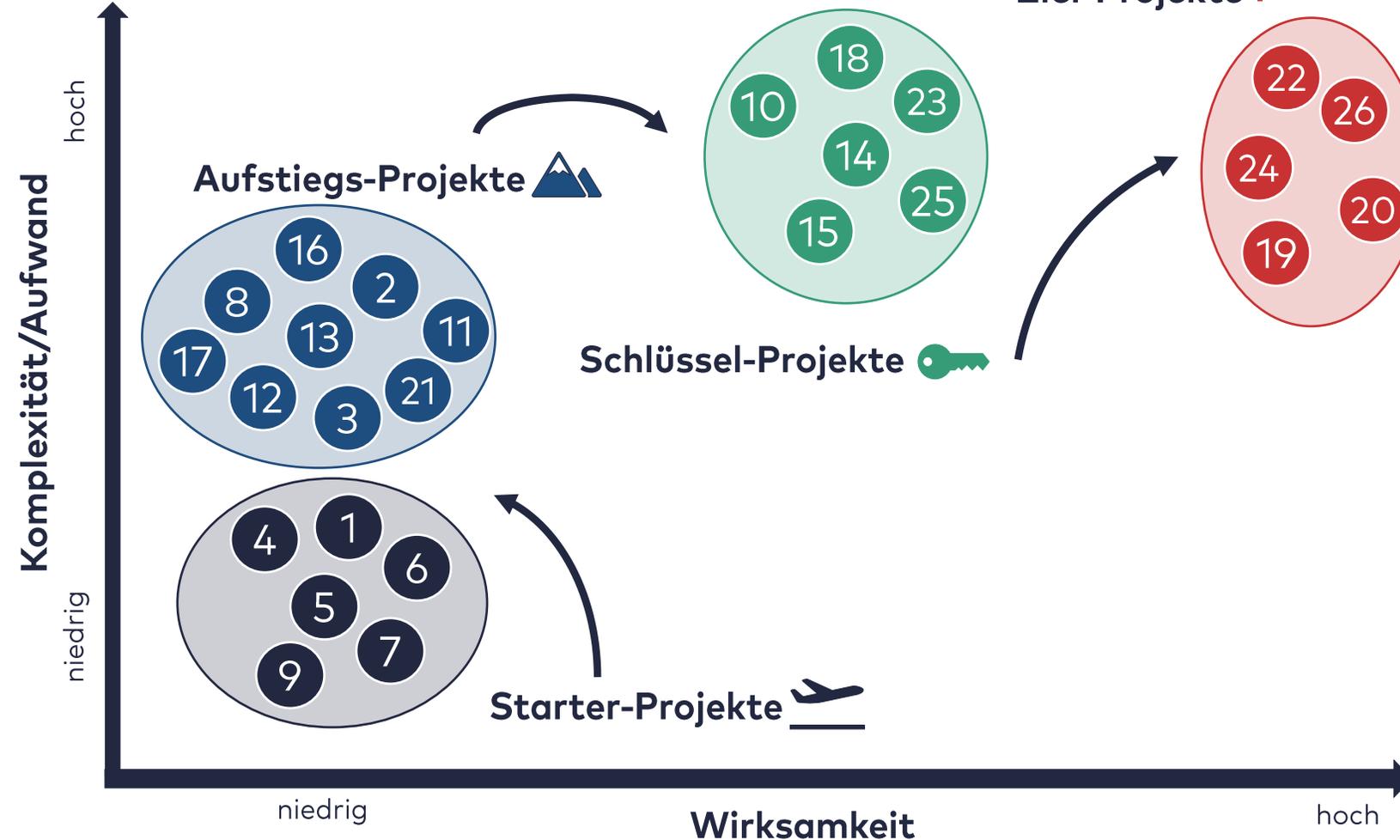
begrünter Hartholzzaun



Schaufenster-Folierung Leerstände,  
Ansbach

# Aktionsplan

zeitliche Umsetzung



**Starter Projekte** – umfassen Handlungsempfehlungen, welche als „low hanging fruits“ beschrieben werden können, d. h. mit minimalem Aufwand können in kurzer Zeit bereits sichtbare Erfolge generiert werden. Diese Handlungsempfehlung sollten zeitnah umgesetzt werden, um die Weiterentwicklung des Zentrums anzustoßen.

**Aufstiegs-Projekte** – umfassen Handlungsempfehlungen, welche die Entwicklung des Zentrums vorantreiben und innerhalb des nächsten Jahres angestoßen werden können.

**Schlüssel-Projekte** – umfassen Handlungsempfehlungen, welche das Zentrum weiter etablieren und festigen können. Die Handlungsempfehlungen sollten mittelfristig umgesetzt werden.

**Ziel-Projekte** - umfassen langfristig ausgelegte Handlungsempfehlungen, welche über einen längeren Zeitraum hinweg umgesetzt werden können, allerdings auch eine hohe Wirksamkeit für das Zentrum haben und dessen Entwicklung abrunden.

Quelle: Darstellung Stadt + Handel.

# Aktionsplan

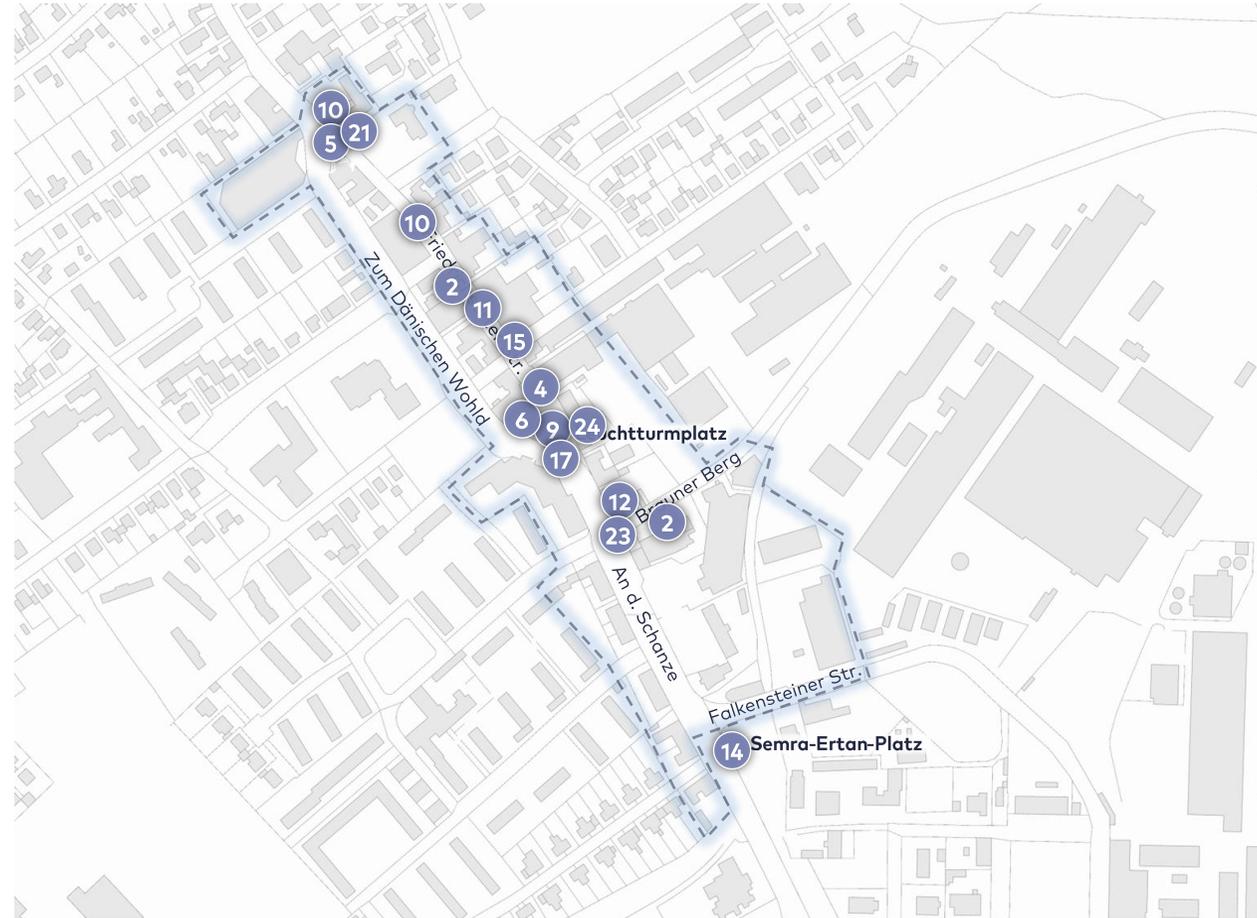
## räumliche Umsetzung

### Legende

 Untersuchungsgebiet

 Maßnahme

200 m

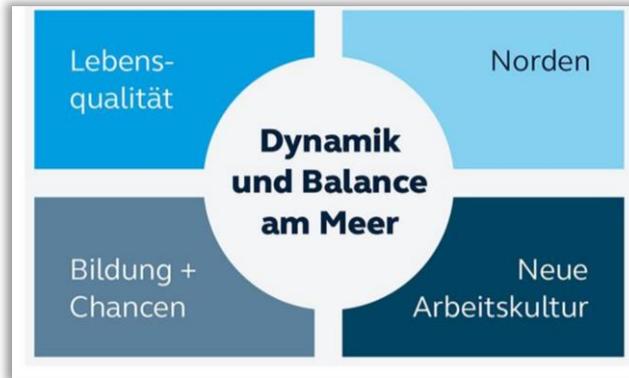
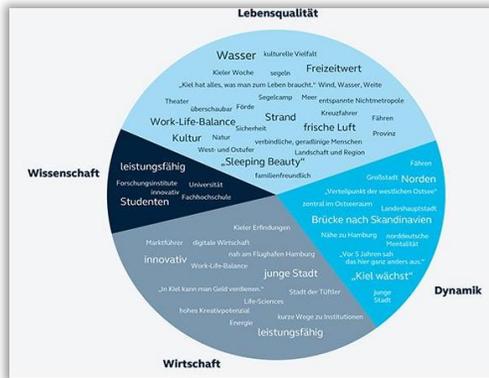


Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Kartengrundlage Stadt+Kiel.

# Kommunikations- leitlinien

# Markenbildungsprozess Kiel

## Einführung



Eine eigene Corporate Identity (CI) sowie die konsequente Vermarktung entlang dieser ist elementar für die Stärkung der Alleinstellungsmerkmale und Sichtbarkeit des Stadtteilzentrums.

2016 begann der umfassende Markenbildungsprozess der Stadt Kiel unter breiter Beteiligung der Öffentlichkeit. In drei Markenwerkstätten entwickelten insgesamt rund 2.400 Teilnehmende eine neue Dachmarke für die Landeshauptstadt. Die Ergebnisse der Werkstätte stellten insbesondere die Dynamik und Balance am Meer als Alleinstellungsmerkmale Kiels heraus. Neben einer hohen Lebensqualität und Persönlichkeit spielen auch die leistungsfähige Wirtschaft und Innovationskraft eine bedeutende Rolle.

Auch der Prozess zur Erstellung eines Profilierungskonzeptes für Pries-Friedrichsort stellte die Relevanz der Meeresnähe, den ruhigen und familiären Charakter und die Relevanz des Stadtteilzentrums als Arbeitsplatz hervor. Ergänzend dazu spielt für Pries-Friedrichsort das Versorgungsangebot eine Rolle.

Die Ergebnisse des Profilierungskonzeptes gilt es, durch klare Kommunikationsleitlinien nach außen zu tragen. Dabei sollen primär die zuvor identifizierten Fokuszielgruppen angesprochen werden. Die nachfolgenden Seiten visualisieren die Marke des Stadtteilzentrums und die Strategie zur Ansprache der verschiedenen Zielgruppen. Dazu werden zunächst Ergebnisse der Online-Beteiligung herangezogen und in ein Markenprofil übertragen.



Quelle: Fotos Stadt Kiel, Stadt + Handel.

# Die Marke Pries-Friedrichsort

## Emotionale Wahrnehmung des Stadtteilzentrums der Zukunft

Ergebnisse der Online-Beteiligung



Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Daten: Haushaltsbefragung Stadt + Handel 03/2024-04/2024; n = 195 (mehrfachantworten möglich).

# Die Marke Pries-Friedrichsort

## Attribute des Stadtteilzentrums

Maritimes Flair



Meeresnähe als Freizeit- und Gesundheitsfaktor



Nachbarschaftsgefühl und Miteinander



Ruhe und Entspannung



Zu Hause im Norden

Pries-Friedrichsort, wo Alltag und Erholung zusammenfließen

Zu Hause



Alltag und Versorgung



Gemeinschaftsaktionen und Events



# Kommunikationskanäle

## Multi-Channeling



Die vorangegangene Zielgruppenbetrachtung hat gezeigt, dass die einzelnen Fokuszielgruppen unterschiedliche Informationsquellen für ihren Zentrenbesuch in Anspruch nehmen. Nebenstehend sind je Fokuszielgruppe die relevanten Kanäle und deren Vorteile aufgelistet, die es zu bespielen gilt, um das Stadtteilzentrum und dessen Corporate Identity bestmöglich weiterzutragen. Zum Erreichen der vier identifizierten Fokuszielgruppen ist eine Kommunikation im Sinne des Multi-Channelings unabdingbar.

Die einzelnen Kommunikationskanäle weisen dabei unterschiedliche Vorteile auf:

- **Online / Mobile:** Echtzeit-Information; messbare Reichweite; Vernetzung weiterer Medien; unendlich Platz
- **Social Media:** Echtzeit-Information; messbare Reichweite; Vernetzung weiterer Medien; Verbreitungseffekte
- **Radio:** hohe Reichweite; auditive Informationen
- **Printmedien (Zeitung, im Stadtraum, in Wohnhäusern oder Unternehmen):** Glaubwürdigkeit; hohe Reichweite; Erreichbarkeit von „Passiven“; einfache Erstellung

# Kommunikationsleitlinien

## Zwischenfazit

Die Kommunikationsstrategie des Profilierungskonzeptes für Pries-Friedrichsort sollte sich nahtlos in die bestehende Marke Kiels integrieren und gleichzeitig die einzigartigen Merkmale des Stadtteilzentrums hervorheben. Zu diesen Merkmalen zählen **das maritime Flair, das Gefühl von Heimat, die Förderung von Gemeinschaftsaktionen und Events, die Ruhe und Entspannung, das Nachbarschaftsgefühl** und das Miteinander sowie **die Nähe zum Meer** als wichtiger Freizeit- und Gesundheitsfaktor.

Um diese Ziele zu erreichen, sollten die Marketing-Aktivitäten auf die vier identifizierten Fokuszielgruppen ausgerichtet sein und die entsprechenden Kommunikationskanäle genutzt werden, um eine effektive Bewerbung sicherzustellen. Dabei sollten die Veranstaltungen gemäß dem Aktionsplan spezifisch auf die Bedürfnisse und Interessen der jeweiligen Zielgruppen zugeschnitten sein.

Mögliche Marketing-Aktivitäten für die im Aktionsplan definierten Handlungsempfehlungen können u. a. sein:

- Organisation von Gemeinschaftsaktionen, die das Gefühl von Heimat und Zusammengehörigkeit fördern. Hierbei könnten lokale Radiosender, Flyer und Social-Media-Gruppen in der Nachbarschaft als Kommunikationskanäle genutzt werden.
- Schaffung von Ruhe- und Entspannungsbereichen, um die Bedeutung der Meeresnähe als Freizeit- und Gesundheitsfaktor zu betonen. Dies könnte durch gezielte Werbung in Gesundheitsmagazinen, auf Outdoor-Websites und in Wohnhäusern sowie Altersheimen erreicht werden.

- Durchführung von Nachbarschaftsprojekten und Gemeinschaftsaktionen, um das Nachbarschaftsgefühl und das Miteinander zu stärken. Hier könnten lokale Newsletter, Social-Media-Gruppen und persönliche Empfehlungen als Kommunikationskanäle genutzt werden.

Durch die gezielte Ausrichtung der Marketingaktivitäten auf die Alleinstellungsmerkmale von Pries-Friedrichsort und die Berücksichtigung der Bedürfnisse der verschiedenen Fokuszielgruppen kann ein effektives Stadtmarketingkonzept entwickelt werden, das sowohl die lokale Identität stärkt als auch die Attraktivität des Zentrums für Bewohner:innen und Besucher:innen erhöht.

# Fazit und Ausblick

# Ausblick

## Die Zukunft des Stadtteilzentrums Pries-Friedrichsort

Die vorangegangene Analyse des Stadtteilzentrums Pries-Friedrichsort zeigt, dass die Bereiche der Vitalität und ihrer Angebote sowie der Mentalität der Akteur:innen bereits positiv zu bewerten ist. Handlungsbedarfe bestehen insbesondere im Bereich der Individualität des Zentrums und dem Herausstellen von Alleinstellungsmerkmalen sowie einer Zukunftsvision.

Das Profilierungskonzept stellt dazu die vier Fokuszielgruppen der **Jugendlichen, Familien (mit Kindern), Berufstätigen** und **Senior:innen** heraus, was nicht den Ausschluss anderer Zielgruppen impliziert. Unter dem Motto **„Zu Hause im Norden - Pries-Friedrichsort, wo Alltag und Erholung zusammenfließen“** positioniert sich das Zentrum perspektivisch als attraktiver Wohn- und Lebensstandort mit einem maritimen Flair, dem Gefühl von Heimat, der Förderung von Gemeinschaftsaktionen und Events, der Ruhe und Entspannung, dem Nachbarschaftsgefühl und Miteinander sowie der Nähe zum Meer als wichtiger Freizeit- und Gesundheitsfaktor.

Dazu werden die drei Entwicklungsstrategien des **Ausbaus der (jungen) Angebote**, der **Sichtbarkeit von Originalität und Identität** und der **Attraktivierung als Wohn- und Lebensstandort** durch beispielsweise die Etablierung von innovativen Nutzungskonzepten, den Ausbau der (konsumfreien) Treffpunkte oder die Erlebbarkeit des Elements Wassers im Stadtraum verfolgt.

Innerhalb des Aktionsplans, der 26 konkrete Handlungsempfehlungen zum Erreichen der Zukunftsvision enthält, wird deutlich, dass die Entwicklung des Zentrums nur schrittweise erfolgen kann. Daher werden Handlungsempfehlungen zeitlich gegliedert in Starter-Projekte (Nr. 1; 4; 5; 6; 7; 9), Aufstiegs-Projekte (Nr. 2; 3; 8; 11; 12; 13; 16; 17; 21)

Schlüssel-Projekte (Nr. 10; 14; 15; 18; 23; 25), sowie Ziel-Projekte (Nr. 19; 20; 22; 24; 26).

Das Profilierungskonzept bildet eine Grundlage für die weitere Entwicklung des Zentrums. Dabei wird auf den bereits etablierten Strukturen, wie den Aktivitäten des Quartiersmanagements aufgebaut. Die bestehenden Bemühungen und Erfolge des Quartiersmanagements zeigen, dass eine koordinierende Stelle unabdingbar für die Weiterentwicklung des Zentrums ist. Der Prozess zur Erstellung eines Profilierungskonzeptes hat gezeigt, dass Engagement zur Mitwirkung in der Zentrengesellschaft vorhanden ist, welches allerdings kontinuierlich aktiviert und gepflegt werden muss. Die durchgängige Netzwerkarbeit einer zentralen Instanz ist hier von entscheidender Rolle. Das Quartiersmanagement unterstützend sollte eine Zentrenvereinigung als Interessensvertretung die Zukunftsvision des Stadtteilzentrums proaktiv nach außen tragen und interne Strukturen sowie Interessen bündeln.

# Quellenverzeichnis

## Moodboard:

- 1) Foto Canva by Jacob Lund
- 2) Foto Canva by Oneinchpunch
- 3) Foto Canva by Jacob Lund
- 4) Foto Canva by vgajic
- 5) Foto Canva KI-generiert
- 6) Foto Canva by gettyimagespro



Quelle: Darstellung Stadt + Handel.

# Quellenverzeichnis

**KiWi Kieler Wirtschaftsförderung (2022):** Gewerbe- und Industrieflächenstrategie StandOrt Kiel, Kiel.

**Landeshauptstadt Kiel (2023):** Sozialbericht 2023, Kiel.

**Landesportal Schleswig-Holstein (2024):** Landesplanung - Zentralörtliches System.

**Lindenau Coast Verwaltungsgesellschaft (2023):** Lindenau Maritim-Park, Kiel.

**Ortsbeirat Friedrichsort (2023):** Kinder- und Jugendbeteiligung im Jugendortsbeirat, Kiel.

**petersen pörksen partner / konsalt Gesellschaft für Stadt- und Regionalanalyse und Projektentwicklung mbH / CIMA Beratung + Management GmbH (2015):** Integriertes StadtTEILentwicklungskonzept Kiel Pries/ Friedrichsort Bericht 4 – Integriertes Handlungskonzept, Hamburg/Kiel/Lübeck.

**raumwerk Gesellschaft für Architektur und Stadtplanung mbH / RMP Landschaftsarchitekten Stephan Lenzen (2022):** Rahmenplan „StandOrt Kiel“ Gestaltungsleitfaden, Frankfurt am Main, Hamburg, Kiel.

**Stadtplanungsamt Landeshauptstadt Kiel (2014):** Entwicklungspotentiale Festung Friedrichsort, Kiel.

**Stadt + Handel (2021):** Einzelhandels- und Zentrenkonzept (EZK) 2021 für die Landeshauptstadt Kiel – Fortschreibung des Konzeptes von 2011, Dortmund.

# Abkürzungsverzeichnis

<b>B</b>	Bundesstraße
<b>bzw.</b>	Beziehungsweise
<b>CI</b>	Corporate Identity
<b>d. h.</b>	das heißt
<b>Hbf</b>	Hauptbahnhof
<b>IHK</b>	Industrie- und Handelskammer
<b>KiWi</b>	Kieler Wirtschaftsförderung
<b>KVG</b>	Kieler Verkehrsgesellschaft
<b>MIV</b>	motorisierter Individualverkehr
<b>ÖPNV</b>	Öffentlicher Personennahverkehr
<b>Pkw</b>	Personenkraftwagen
<b>rd.</b>	rund
<b>SWOT</b>	Stärken, Schwächen, Chancen und Risiken (engl. Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats)
<b>u. a.</b>	unter anderem
<b>z. T.</b>	zum Teil
<b>z. B.</b>	zum Beispiel
<b>ZOB</b>	Busbahnhof

**Neue Wege.**  
**Klare Pläne.**

# STADT+HANDEL



[www.linkedin.com/company/stadt-und-handel](https://www.linkedin.com/company/stadt-und-handel)



[www.instagram.com/stadtundhandel/](https://www.instagram.com/stadtundhandel/)

**Stadt + Handel Beckmann und  
Föhler Stadtplaner GmbH**

[info@stadt-handel.de](mailto:info@stadt-handel.de)

[www.stadt-handel.de](http://www.stadt-handel.de)

Amtsgericht Dortmund,  
Handelsregisternummer HRB  
33826, Hauptsitz: Dortmund

**Standort Dortmund**

Hörder Hafenstraße 11  
44263 Dortmund  
Fon +49 231 86 26 890  
Fax +49 231 86 26 891

**Standort Hamburg**

Tibarg 21  
22459 Hamburg  
Fon +49 40 53 30 96 49  
Fax +49 40 53 30 96 47

**Standort Karlsruhe**

Beiertheimer Allee 22  
76137 Karlsruhe  
Fon +49 721 14 51 22 62  
Fax +49 721 14 51 22 63

**Standort Leipzig**

Markt 9  
04109 Leipzig  
Fon +49 341 92 72 39 42  
Fax +49 341 92 72 39 43