

A photograph of a city square in Gießen, Germany, featuring several large, dark, textured stone spheres in the foreground. In the background, a person in a wheelchair and a child in a red coat are visible, along with buildings and trees.

Monika Kollmar, Niederlassungsleiterin

Gesellschaft für Markt- und  
Absatzforschung mbH

Wesentliche Ergebnisse des Einzelhandels- und Innenstadt-  
konzeptes für die Stadt Gießen  
Ausschuss für Klima, Umwelt, Natur, Stadtentwicklung, Energie und  
Verkehr am 27. Juni 2023

---

# Gliederung

Fortschreibung Einzelhandelskonzept – Grundlage für die Bauleitplanung

Was sagen die Bürgerinnen und Bürger zur Gießener Innenstadt?

Wo liegen die Stärken und Schwächen der Gießener Innenstadt? Wo geht die Reise hin?

Welche Maßnahmen sind zu treffen?

# Gliederung

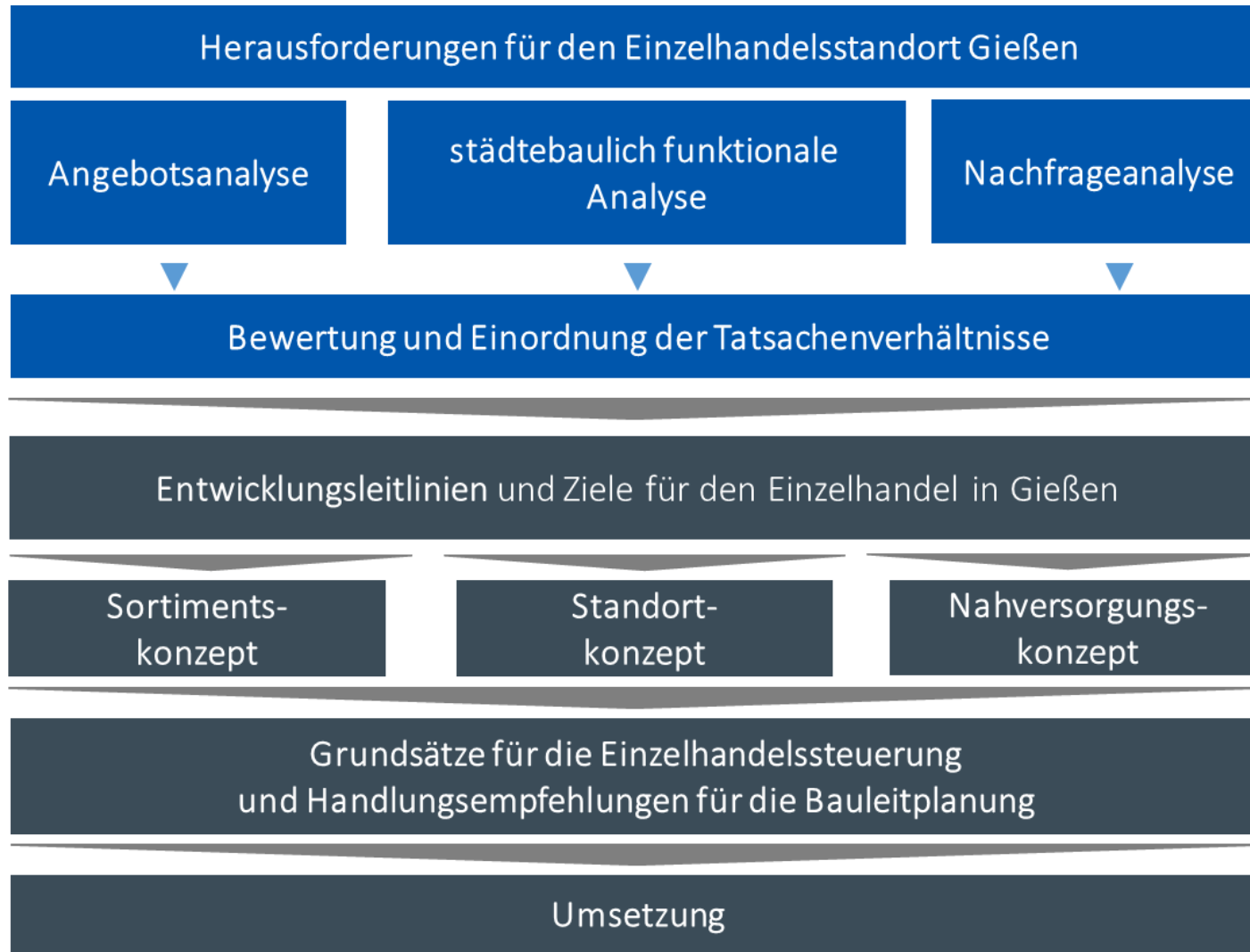
Fortschreibung Einzelhandelskonzept – Grundlage für die Bauleitplanung

Was sagen die Bürgerinnen und Bürger zur Gießener Innenstadt?

Wo liegen die Stärken und Schwächen der Gießener Innenstadt? Wo geht die Reise hin?

Welche Maßnahmen sind zu treffen?

# Arbeitsschritte zur Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes



# Der Einzelhandelsbesatz in Gießen

## Einzelhandelsbestand nach Branchen

Branche	Anzahl der Betriebe*	Verkaufsfläche** in m <sup>2</sup>	Umsatz in Mio. €
<b>Nahrungs- und Genussmittel</b>	<b>186</b>	<b>51.110</b>	<b>232,7</b>
Gesundheit/Körperpflege	41	7.600	61,9
Blumen, Pflanzen, zool. Bedarf, Zeitschriften	14	2.145	27,8
<b>Summe kurzfristiger Bedarf</b>	<b>241</b>	<b>60.855</b>	<b>322,4</b>
Bücher, Schreib- / Spielwaren	19	5.075	25,6
Bekleidung, Schuhe, Sport	86	58.390	169,1
<b>Summe mittelfristiger Bedarf</b>	<b>105</b>	<b>63.465</b>	<b>194,8</b>
Elektrowaren, Medien, Foto	33	9.455	60,3
Hausrat, Einrichtung, Möbel	48	63.730	128,3
Bau-, Heimwerker-, Gartenbedarf	17	49.680	63,9
Optik / Akustik , Uhren / Schmuck	49	2.745	26,8
Sonstige Sortimente***	33	6.730	27,1
<b>Summe langfristiger Bedarf</b>	<b>180</b>	<b>132.340</b>	<b>306,4</b>
<b>Nichtlebensmittel</b>	<b>340</b>	<b>205.550</b>	<b>590,9</b>
<b>Summe Einzelhandel</b>	<b>526</b>	<b>256.660</b>	<b>823,6</b>

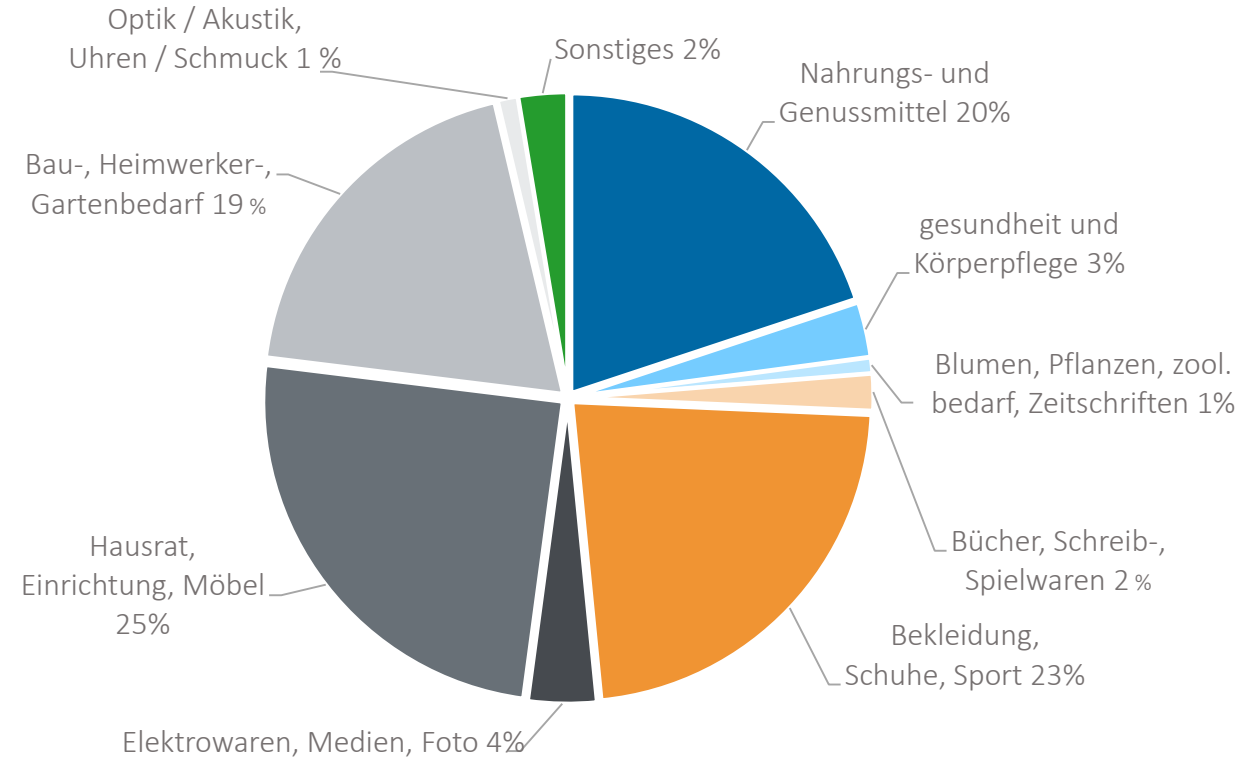
\* Zuordnung nach Sortimentsschwerpunkt

\*\* Bereinigte Werte, d. h. Verkaufsflächen und Umsätze von Mehrbranchenunternehmen wurden aufgeteilt und der jeweiligen Branche zugeordnet.

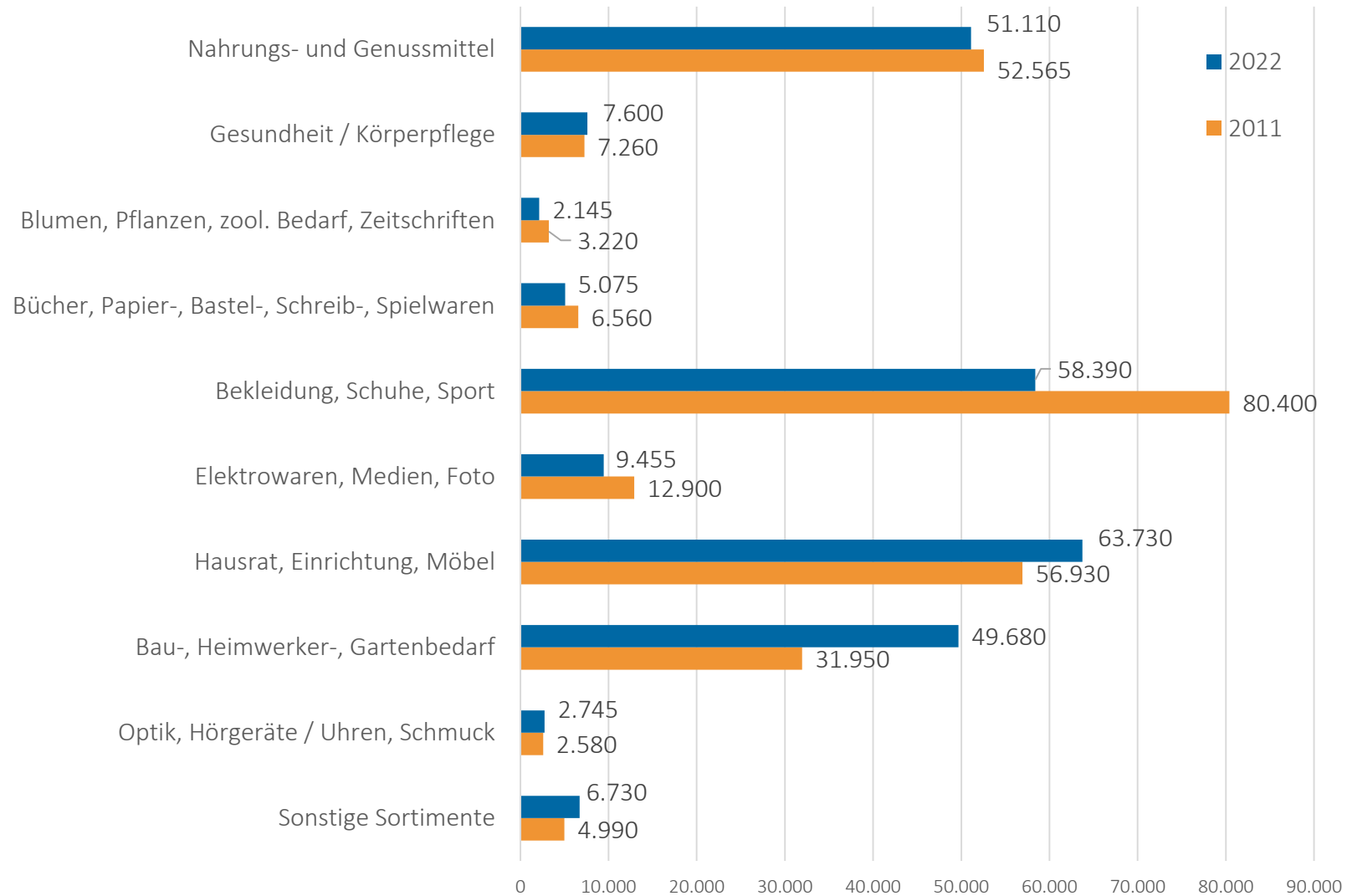
\*\*\* Sportgroßgeräte (z. B. Fahrräder, Hometrainer), Autozubehör, Sonstiges (z. B. Musikalien, großteilige Babyartikel wie Kinderwagen)

Quelle: GMA-Erhebung 2022 (ca.-Werte, Rundungsdifferenzen möglich); zzgl. den Erweiterungen von Netto am Rüdeshheimer Ring und an der Kölner Straße, die im Januar / Februar 2021 ihre Verkaufsflächen erweitert haben.

## Verkaufsflächenanteile nach Branchen



# Entwicklung des Einzelhandels in Gießen 2011 - 2022



seit 2011 :

fast 16.000 Einwohner mehr  
(+ 21 %), aber:

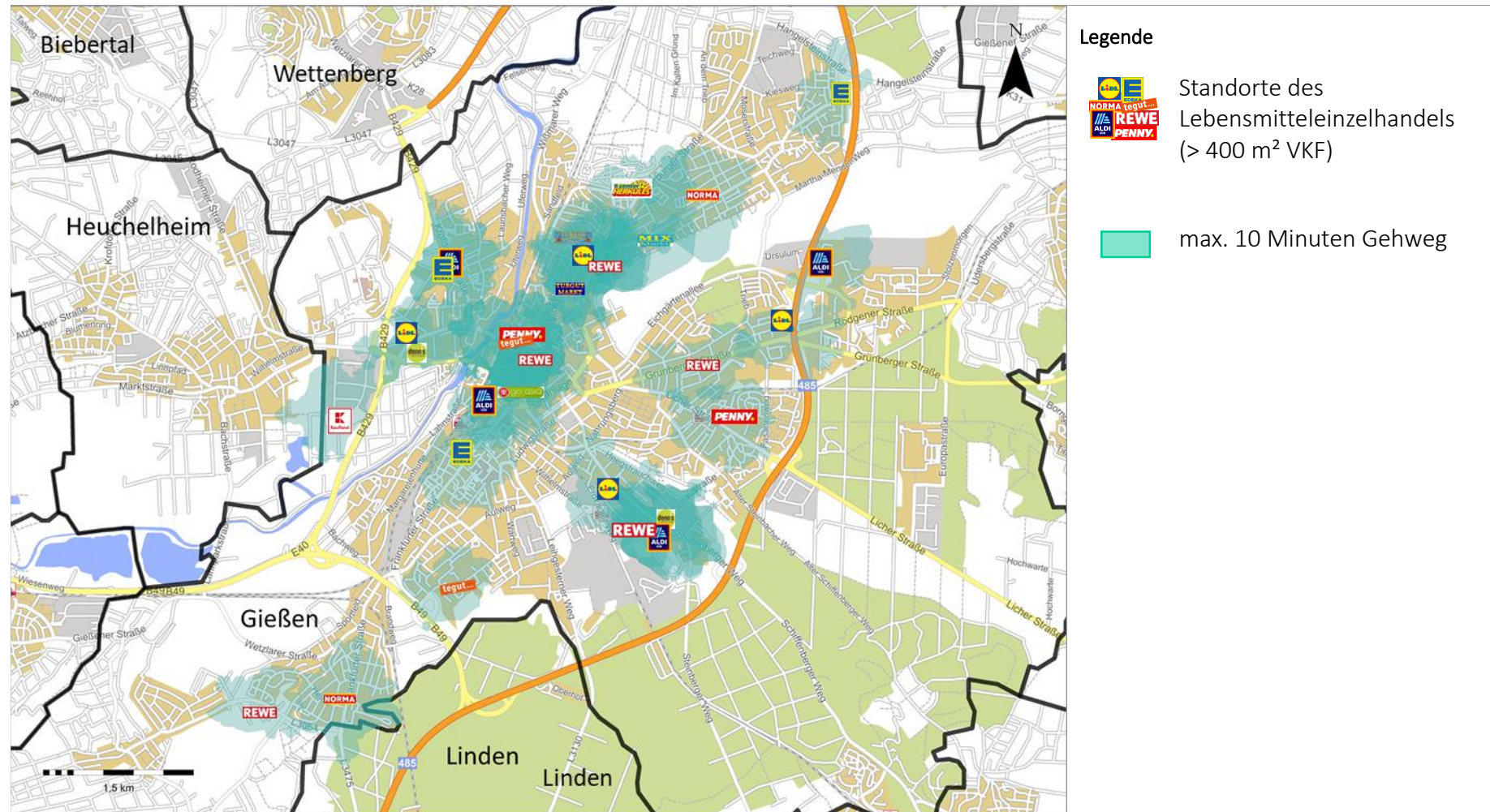
104 Einzelhandelsbetriebe  
weniger (- 17 %)

2.700 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche weniger  
(- 1 %)

Quelle: GMA-Erhebung 2022; GMA, Fortschreibung des kommunalen Einzelhandelskonzeptes für die Stadt Gießen, 2011.

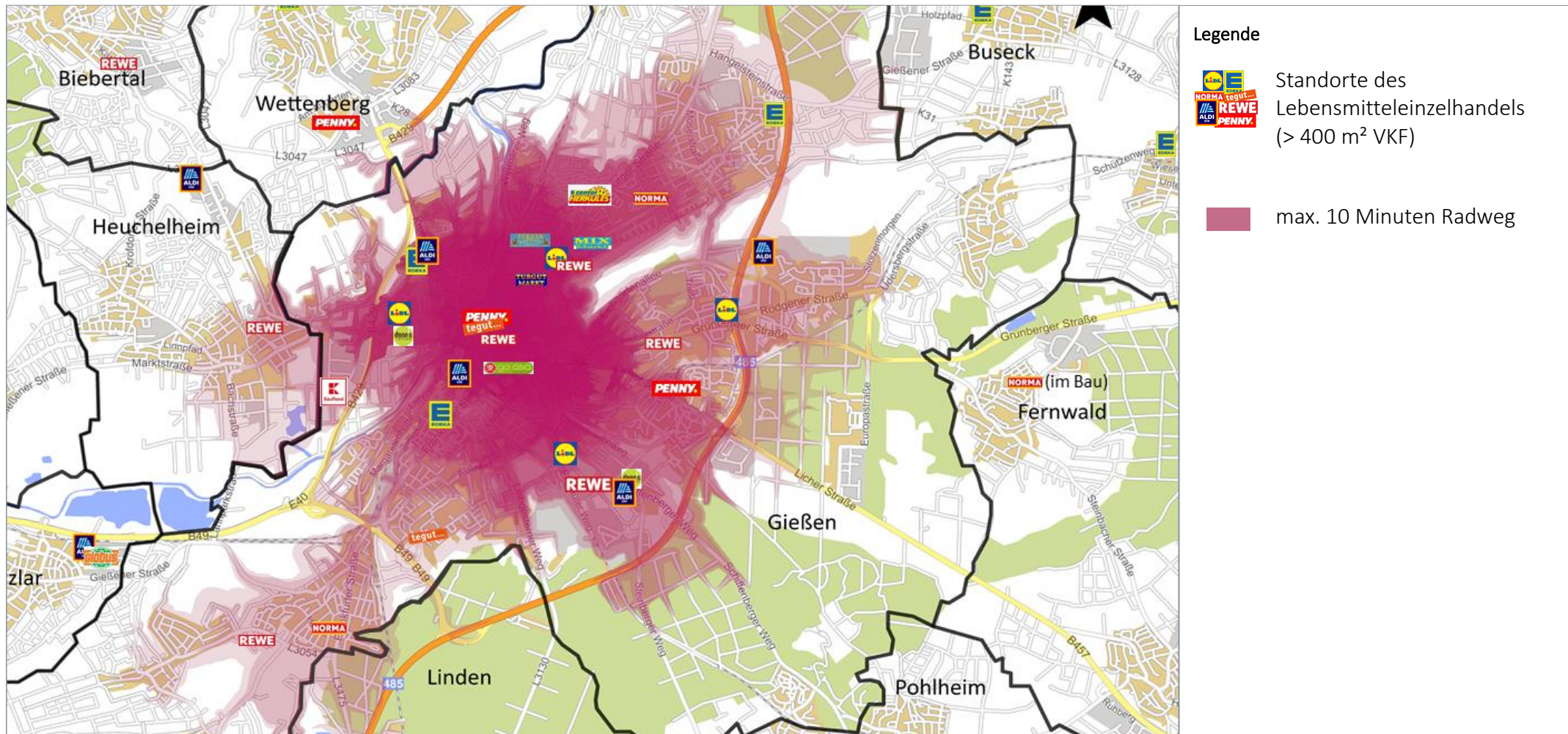


# Nahversorgungssituation in Gießen (1)



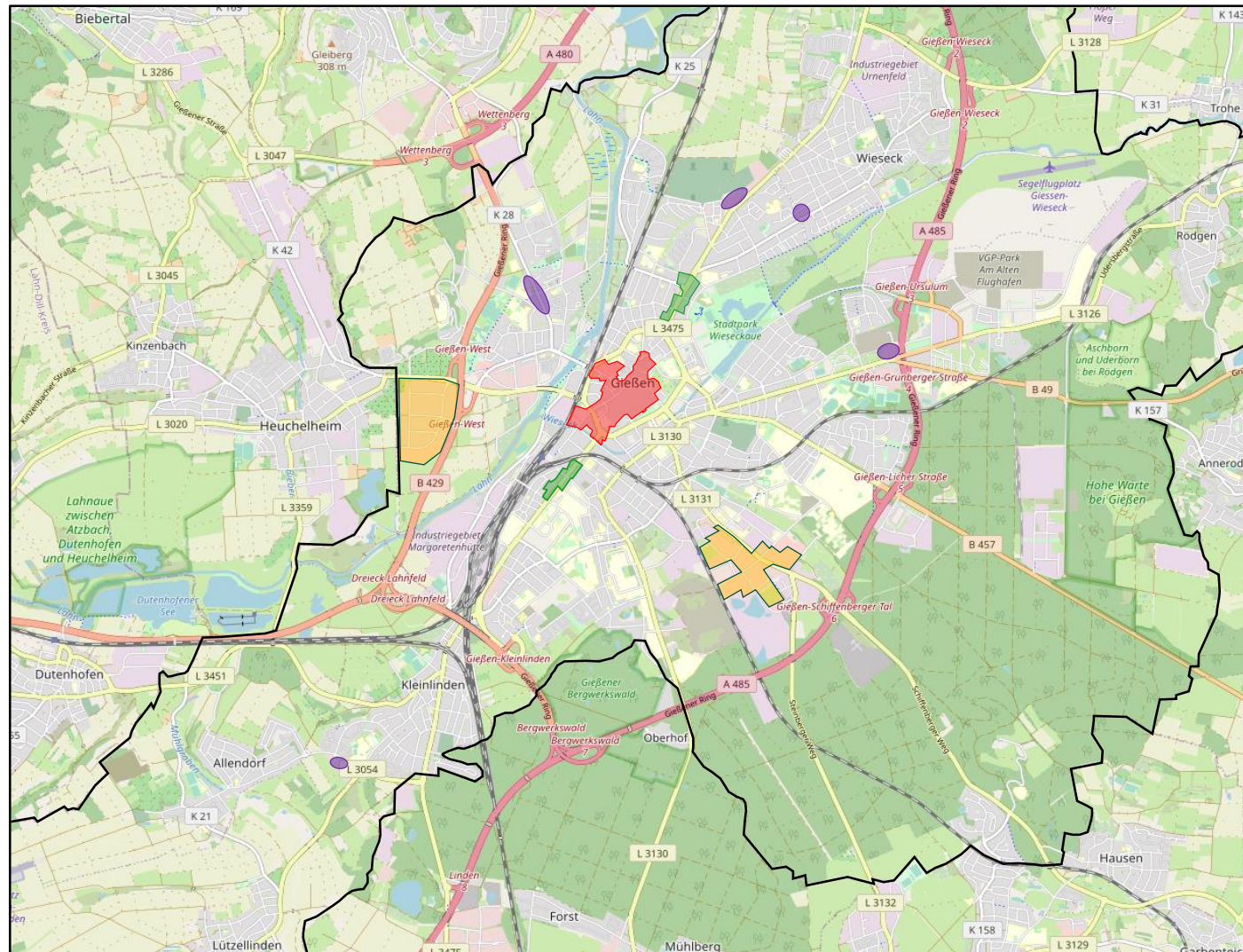


# Nahversorgungssituation in Gießen (2)





# Zentren- und Standortstruktur in Gießen



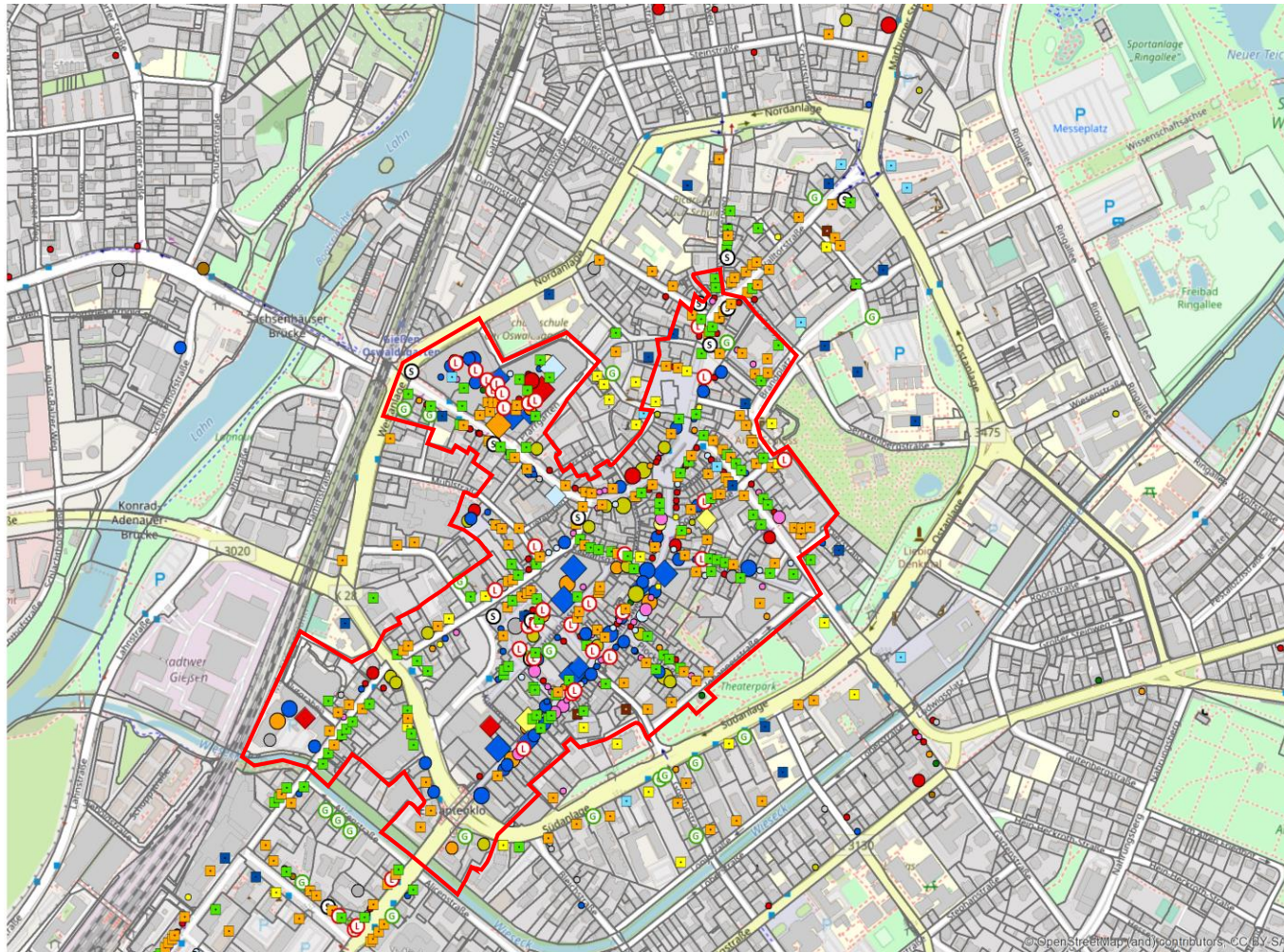
## Legende

- Stadtgrenze
- Hauptzentrum Innenstadt
- Nahversorgungszentren
- Nahversorgungslagen
- Dezentrale Ergänzungsstandorte

Quelle: © OpenStreetMap-Mitwirkende, GMA-Bearbeitung 2022 / 2023



# Zentraler Versorgungsbereich Hauptzentrum Innenstadt



## Legende

— zentraler Versorgungsbereich (2022)

### Verkaufsflächengröße

- ◇ über 1.500 m<sup>2</sup> VK
- ◇ 800 bis unter 1.500 m<sup>2</sup> VK
- 400 m<sup>2</sup> bis unter 800 m<sup>2</sup> VK
- 100 m<sup>2</sup> bis unter 400 m<sup>2</sup> VK
- unter 100 m<sup>2</sup> VK

### Sortimente und Nutzungen

- Nahrungs- und Genussmittel
- Gesundheit, Körperpflege
- Blumen, zool. Bedarf
- Bücher, PBS, Spielzeug
- Bekleidung, Schuhe, Sport
- Elektrowaren, Medien, Foto
- Hausrat, Einrichtung, Möbel
- Bau-, Garten-, Heimwerkerbedarf, Bodenbeläge
- Optik, Uhren / Schmuck
- Sonstiger Einzelhandel
- Dienstleistung
- Gastronomie
- Freizeit / Kultur
- Öffentliche Einrichtungen
- Bildungseinrichtungen
- Handwerk / Gewerbe
- Leerstand
- Gesundheit / Pflege
- Spielhallen / Wettbüros

Quelle: Kartengrundlage GfK GeoMarketing, Datenstand Juni 2022, GMA-Bearbeitung 2022 / 2023

# Hauptzentrum Innenstadt

## Ausstattung

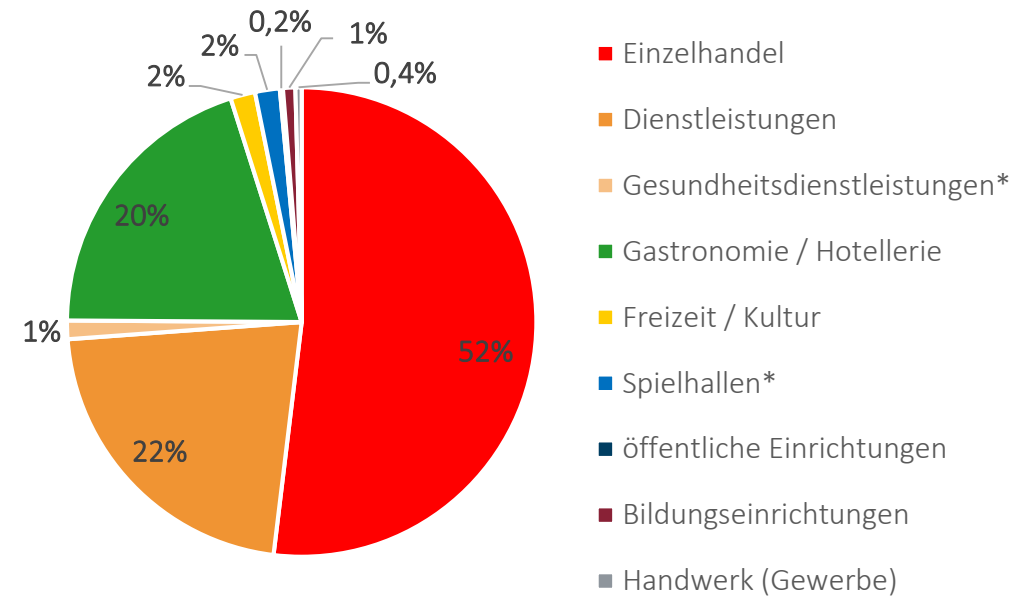
Einzelhandelsdaten	Betriebe <sup>1</sup>		Verkaufsfläche <sup>2</sup>	
	2022	2011	2022	2011
	abs.	abs.	abs.	abs.
<b>kurzfristiger Bedarf</b>	<b>77</b>	<b>76</b>	<b>13.170</b>	<b>14.350</b>
Nahrungs- und Genussmittel	53	49	7.765	8.780
Gesundheit / Körperpflege	21	21	5.265	5.335
Blumen, Pflanzen, zoologischer Bedarf, Zeitschriften	3	6	140	235
<b>mittelfristiger Bedarf</b>	<b>80</b>	<b>126</b>	<b>57.445</b>	<b>75.780</b>
<b>langfristiger Bedarf</b>	<b>87</b>	<b>102</b>	<b>12.780</b>	<b>14.570</b>
<b>Einzelhandel insgesamt</b>	<b>244</b>	<b>304</b>	<b>83.395</b>	<b>104.700</b>

1 Zuordnung nach Sortimentsschwerpunkt

2 Bereinigte Werte, d. h. Verkaufsflächen und Umsätze von Mehrbranchenunternehmen wurden aufgeteilt und der jeweiligen Branche zugeordnet.

Quelle: GMA-Erhebung 2022 (ca.-Werte, Rundungsdifferenzen möglich)

## Nutzungen (EG, Anzahl Betriebe, in %)



\* 2011 noch nicht separat erfasst (bei Dienstleistungen, bzw. Freizeit / Kultur)

Quelle: GMA-Erhebung 2022

---

# Gliederung

Fortschreibung Einzelhandelskonzept – Grundlage für die Bauleitplanung

Was sagen die Bürgerinnen und Bürger zur Gießener Innenstadt?

Wo liegen die Stärken und Schwächen der Gießener Innenstadt? Wo geht die Reise hin?

Welche Maßnahmen sind zu treffen?



# Herkunft der Befragten

Passantenbefragung im Mai 2022: 238 Teilnehmende

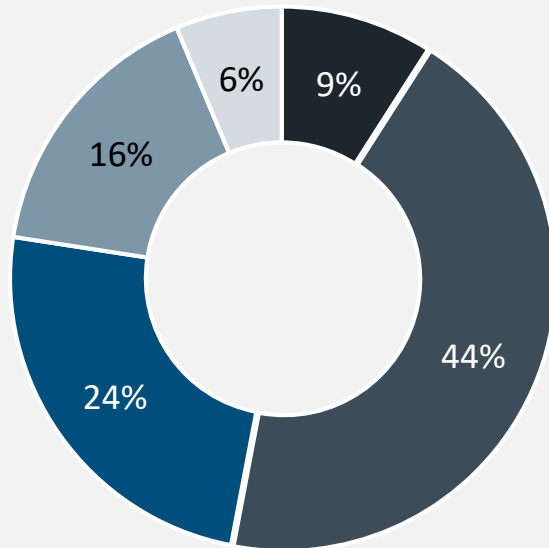
- /// außerhalb Gießens (u.a. Heuchelheim, Hüttenberg, Linden, Wettenberg, Staufenberg, Wetzlar, etc.): 51 %
- /// Gießen Innenstadt: 20 %
- /// übrige Gießener Kernstadt (-Süd, -Ost, -Nord, -West): 21 %
- /// Stadtteil Wieseck: 5 %
- /// übrige Stadtteile (u.a. Kleinlinden, Schiffenberg/ Petersweiher): 3 %

Online-Befragungen von Dezember 2021 – Mai 2022:  
1.143 Teilnehmende

- /// außerhalb Gießens (v.a. Wettenberg, Linden, Buseck, Pohlheim, Biebortal, Heuchelheim): 55 %
- /// Gießen Innenstadt: 11 %
- /// übrige Gießener Kernstadt (-Süd, -Ost, -Nord, -West): 22 %
- /// Stadtteil Wieseck: 5 %
- /// übrige Stadtteile: 7 %

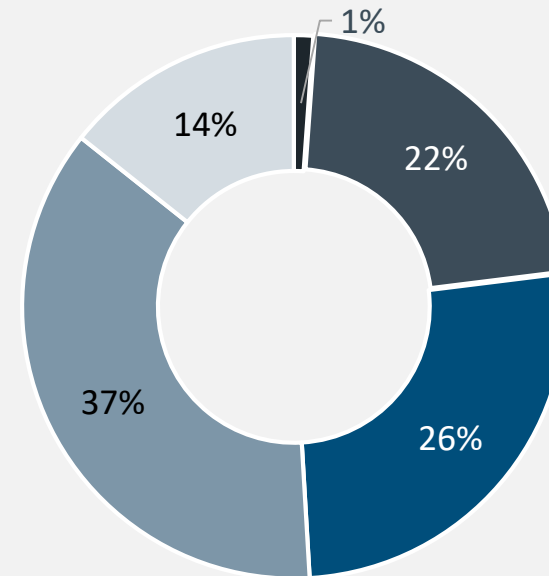
# Einkaufshäufigkeit in der Gießener Innenstadt

Befragte mit Wohnort innerhalb Gießens



- täglich
- mindestens einmal wöchentlich
- alle 1 bis 2 Wochen
- alle 1 bis 2 Monate
- seltener / nie

Befragte mit Wohnort außerhalb Gießens



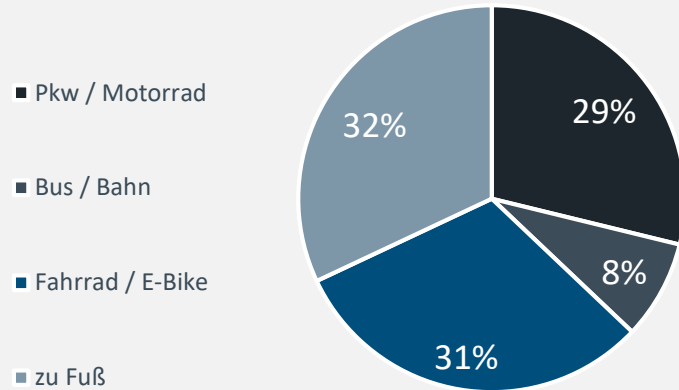
- täglich
- mindestens einmal wöchentlich
- alle 1 bis 2 Wochen
- alle 1 bis 2 Monate
- seltener / nie

Quelle: GMA-Befragungen 2022, Angaben in Prozent, n = 585 (Wohnort innerhalb Gießens, Passanten- und Online-Befragungen) & n = 699 (Wohnort außerhalb Gießens, Passanten- und Online-Befragungen)

# Verkehrsmittelwahl

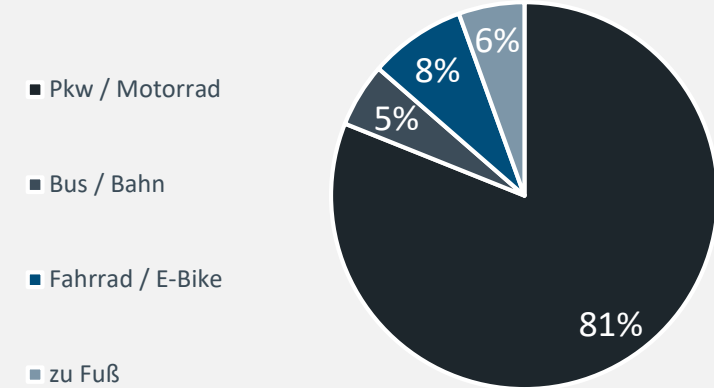
Welches Verkehrsmittel nutzen Sie überwiegend für Ihre Einkäufe in der Innenstadt Gießens?

Befragte mit Wohnsitz innerhalb Gießens



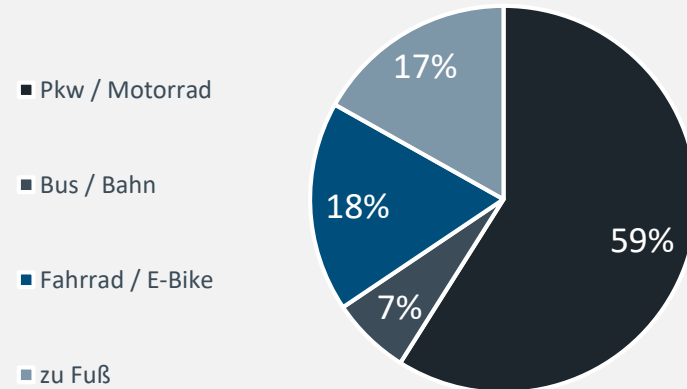
n = 472

Befragte mit Wohnsitz außerhalb Gießens



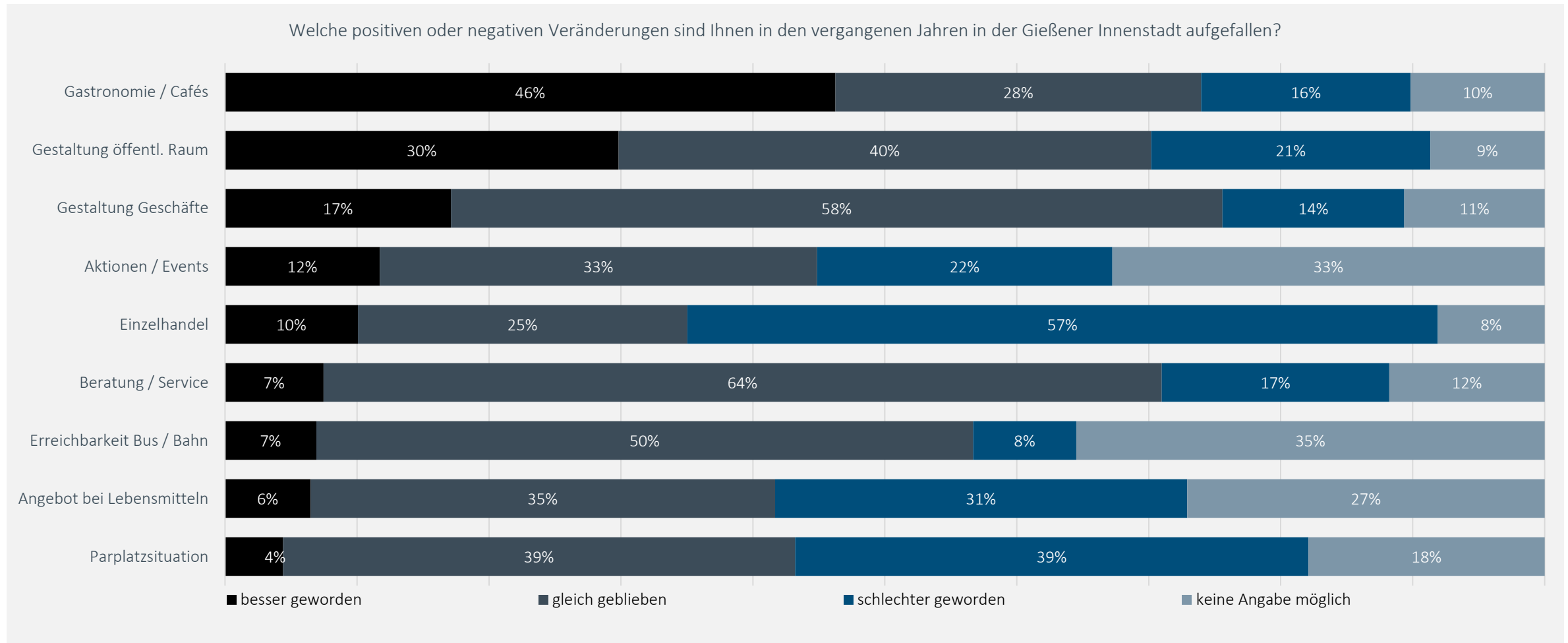
n = 581

Befragte gesamt (Gießen und Umland)



n = 1.133

# Veränderungen in der Innenstadt der letzten Jahre



Quelle: GMA-Befragungen 2022, Angaben in Prozent, n = 1.170  
(Passanten- und Online-Befragungen)



# GLIEDERUNG

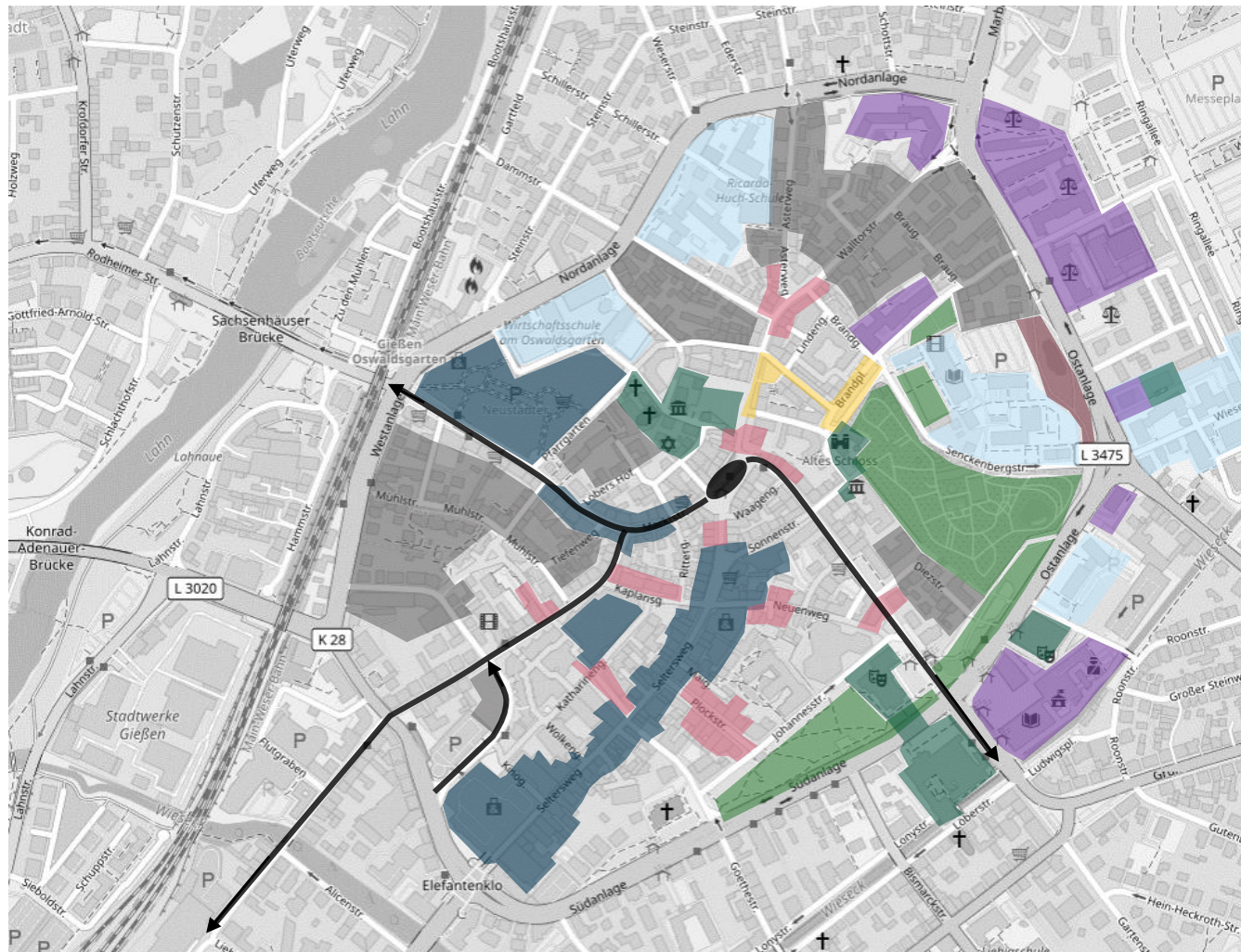
Fortschreibung Einzelhandelskonzept – Grundlage für die Bauleitplanung

Was sagen die Bürgerinnen und Bürger zur Gießener Innenstadt?


Wo liegen die Stärken und Schwächen der Gießener Innenstadt? Wo geht die Reise hin?

Welche Maßnahmen sind zu treffen?

# NUTZUNGSSCHWERPUNKTE IN DER GIESSENER INNENSTADT



## Legende

-  zentrale ÖPNV-Achse
-  Grünflächen / Parks
-  innerstädtisches Wohnen
-  Einzelhandelsschwerpunkte
-  Gastronomieschwerpunkte
-  Freizeit / Kultur
-  Bildungseinrichtungen
-  Verwaltung / öffentliche Einrichtungen
-  Wochenmarkt (Mittwoch + Samstag)
-  sonstige Bereiche mit kleinteiligem Nutzungsmix ohne nennenswerte Schwerpunkte (Einzelhandels-, Dienstleistungs- und gastronomische Nutzungen im EG / Wohnnutzungen / Büros, Praxen im OG)

Quelle: Kartengrundlage GfK GeoMarketing, GMA-Bearbeitung 2022 / 2023, Nutzungsschwerpunkte beziehen sich weitgehend auf die Erdgeschosslagen. Außer in den dargestellten Teilräumen mit Schwerpunkt innerstädtischem Wohnen (EG und OG-Lagen) liegt in den meisten Obergeschossen der Innenstadt ein Mix aus Wohnen, Büros, Praxen vor.



# INNENSTADT-WORKSHOP DEZEMBER 2022



# Stärken des Gießener Einzelhandels

## Marketing, Veranstaltungen, Positionierung

- // hoher Anteil junger Bevölkerung – „jüngste Stadt Hessens“
- // Bildungs- und Forschungsstandort – Universitätsstadt Gießen
- // Bedeutung Gießens für das Umland, großes und starkes überörtliches Marktgebiet
- // übersichtliche und vielseitige Innenstadt mit klaren räumliche Strukturen (Ring)
- // sehr aktive, engagierte, gut untereinander vernetzte Innenstadtakeure (u.a. BIDs)
- // kulturelles Angebot (Drei-Sparten-Theater)

## Aufenthaltsqualität, öffentlicher Raum, Grün

- // kurze Wege, kompakte Struktur in der Innenstadt
- // Fußgängerzone mit Bäumen und großen Plätzen
- // Spielgeräte (Katharinengasse), Sitzgelegenheiten und schöne Plätze (besonders Kirchenplatz)
- // vielseitiges Gastronomieangebot, attraktive Außengastronomie (v.a. Plockstraße)

## Angebot, Multifunktionalität, Nutzungsmix

- // gutes, vielfältiges Einzelhandelsangebot, guter Mix aus starken inhabergeführten Fachgeschäften und Filialisten
- // weitgehend durchgehender Geschäftsbesatz in der FGZ
- // Frequenzbringer: GALERIA, Peek & Cloppenburg, Modemark Röther, C & A, Drogeriemärkte, neustädter: H & M, Mediamarkt
- // Wochenmarkt als wichtiges belebendes Instrument
- // wenig Leerstände, keine stadtbildprägenden Leerstände
- // hohe Nutzungsvielfalt und Mischung sowie Vielzahl an Dienstleistungen, medizinischen Angeboten, Gastronomie, universitäre Einrichtungen, Kultur

## Digitalisierung und Service

- // strategische Ansatzpunkte zur Weiterentwicklung von Gießen zur SMART-City sind gesetzt
- // Gießen-App als Anknüpfungspunkt denkbar
- // 30 Minuten kostenfreies WLAN
- // zwei digitale Info-Stelen auf dem Seltersweg
- // Fachhandel mit weitgehend guter Serviceorientierung



# Schwächen des Gießener Einzelhandels

## Marketing, Veranstaltungen, Positionierung

- /// Selbstverzwergung“ von Gießen
- /// keine gemeinsame Positionierung, keine Einigung auf ein Image
- /// Die Gießener Innenstadt ist mehr als „Einkaufsstadt“
- /// keine klare Herausstellung des Mehrwerts der Innenstadt
- /// Verbesserungspotenzial bei Abstimmung von Veranstaltungen

## Angebot, Multifunktionalität, Nutzungsmix

- /// fehlende innerstädtische Nahversorgung
- /// hohe Konzentration von Wettbüros / Spielhallen
- /// (noch) starke Konzentration auf den Handel („Sorgenkind“)
- /// zu wenig Nachtleben, Tanzbars (wird bereits von entsprechender Arbeitsgruppe angegangen – Nachtbürgermeister?)

## Aufenthaltsqualität, öffentlicher Raum, Grün

- /// Sauberkeit
- /// Vandalismus der städtischen Begrünung
- /// Subjektiv empfundenenes geringes Sicherheitsgefühl
- /// Innenstadtzugänge verbesserungswürdig
- /// Sitzgelegenheiten, Spielplätze ausbaufähig

## Digitalisierung und Service

- /// fehlende einheitliche online-Präsenz im Einzelhandel
- /// geringe Unterstützung für Innenstadtakteure in Sachen Digitalisierung (Anlaufstelle)
- /// schwaches, instabiles öffentliches WLAN in der Innenstadt
- /// Verbesserungsbedarf bei digitalem Bürgerservice
- /// Schwache Annahme des Schulungsangebotes zur Digitalisierung im Handel durch die Händler

# Chancen und Risiken des Gießener Einzelhandels

## Risiken

- // Abnahme des inhabergeführten Einzelhandels
- // Aufgabe von weiteren frequenzstarken Filialisten, insbesondere Sorge um P & C
- // weiter steigender online Handel birgt dynamische Veränderungen für den stationären Einzelhandel, besonders in Bereichen wie Bekleidung / Schuhe / Sport oder Haushaltswaren, Elektrowaren
- // schwächere Frequenz wirkt sich auch auf andere Einzelhandelsbranchen / Nutzungen aus
- // weniger Aufenthaltsqualität führt zu weniger Verweildauer über den Einkauf hinaus
- // Umnutzung von Einzelhandel zu Gastronomie: Entwicklung eines einseitigen Angebots
- // bleibend hohe Mietkosten bergen Risiko vermehrter Leerstände

## Chancen

- // besonders Gastronomie und konsumnahe Dienstleistungen erhöhen die Besucherfrequenz
- // Innenstadt stärker als Standort von Kultur und Veranstaltungen, Hochschulen, Arbeiten und Wohnen fördern
- // Botanischer Garten: attraktives Alleinstellungsmerkmal der Gießener Innenstadt
- // Strahlkraft des Oberzentrums in die Region (Arbeits- und Ausbildungsplätze, Verwaltung, medizinische Einrichtungen, Kultur)
- // Zuzug und Bevölkerungswachstum, insbesondere junger Leute
- // weitere Begrünung zur Erhöhung der Aufenthaltsqualität und zur Klimaanpassung
- // einheitliches, gemeinsames Online Auftreten des Einzelhandels; digitale Innenstadt und unterstützende Ansprechpartner / Anlaufstelle
- // gemeinsame Positionierung der Akteure, Image- / Außenvermarktung
- // mehr Präsenz der bestehenden Kunst- und Kulturszene in der Innenstadt
- // Verbesserung der Radinfrastruktur: Erschließung und Einbeziehung neuer Personengruppen

# Leitbild

Ziel ist es, die Gießener Innenstadt als attraktiven, multifunktionalen und resilienten Erlebnisraum zu fördern und weiterzuentwickeln



# GLIEDERUNG

Fortschreibung Einzelhandelskonzept – Grundlage für die Bauleitplanung

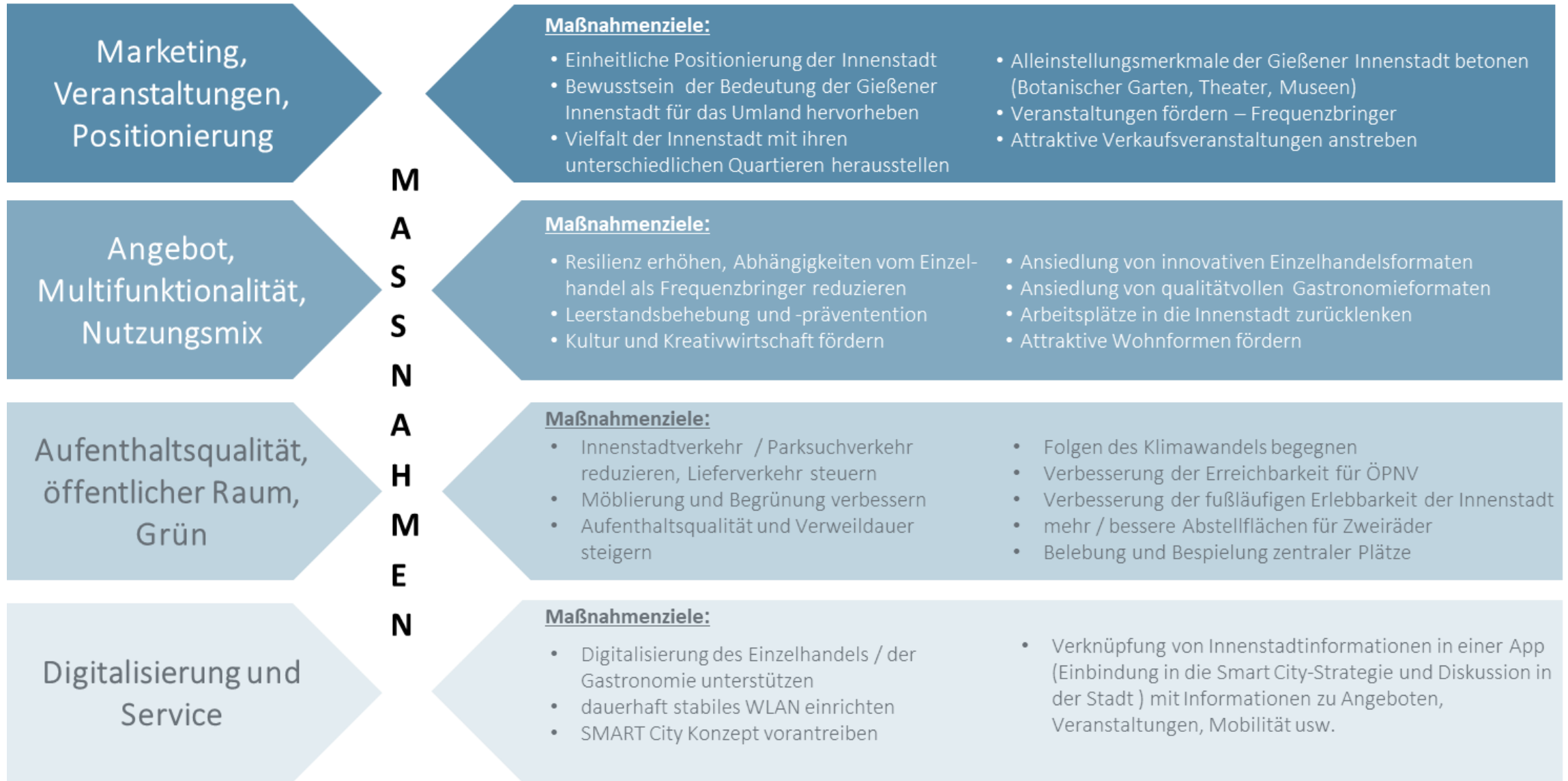
Was sagen die Bürgerinnen und Bürger zur Gießener Innenstadt?

Was sind die Stärken und Schwächen der Gießener Innenstadt? Wo geht die Reise hin?

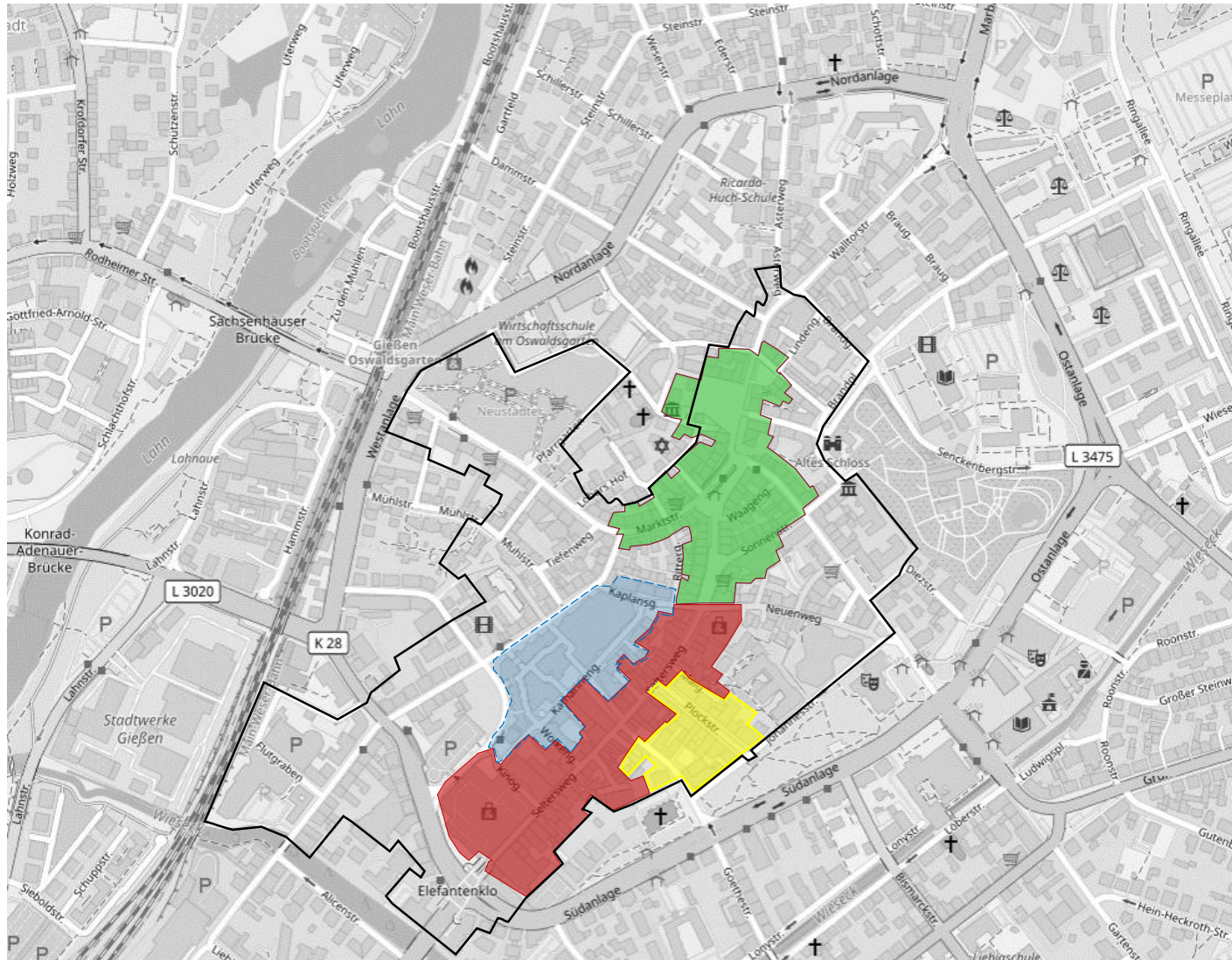
Welche Maßnahmen sind zu treffen?









# Ziele und Maßnahmen



# Marketing / Positionierung



## Legende

-  zentraler Versorgungsbereich
-  Hauptzentrum Innenstadt
-  BID Seltersweg
-  BID Marktquartier
-  BID Theaterpark
-  ehem. BID Katharinenviertel

Quelle: Kartengrundlage GfK GeoMarketing, GMA-Bearbeitung 2023



# Aufenthaltsqualität, öffentlicher Raum, Grün - Beispiele



Parklet in Łódź

Quelle: Zorro2212, CC BY-SA 4.0 <<https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>>, via Wikimedia Commons



Verkehrsversuch Hörster Straße in Münster

Quelle: <https://mobil-in-muenster.de/hoersterstrasse/>



temporäre Stadtmöblierung in Meppen



Parklet in Berlin



moderne Stadtmöblierung

Quelle: <https://www.citydecks.de/abgekehlt>



Sitzmöbel mit Tisch in Düren



# Aufenthaltsqualität, öffentlicher Raum, Grün – Beispiele vertikale Begrünung



**Fassadenbewuchs**

Quelle: <https://www.unsplash.com>,  
Autor: J V



**„Grünes Zimmer“ in Ludwigsburg**

Quelle: [https://wissenszentrum-energie.ludwigsburg.de/start/Stadt\\_Energie/12\\_Gruenes\\_Zimmer](https://wissenszentrum-energie.ludwigsburg.de/start/Stadt_Energie/12_Gruenes_Zimmer)



**Fassadenbegrünung**

Quelle: Pixabay



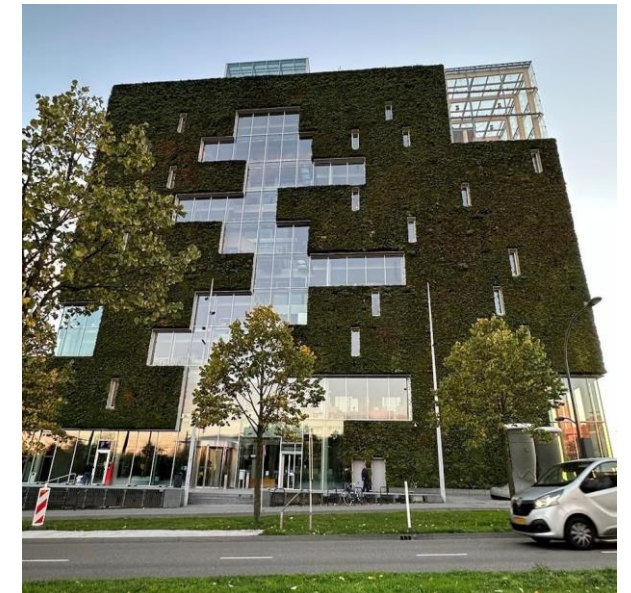
**Haltestelle in Frankfurt a. M.**

Quelle: <https://www.helix-pflanzen.de/pflanzensysteme/projekte/gruene-haltestelle-frankfurt-begruenter-fahrgastunterstand#&gid=1&pid=8>



**Laternenbegrünung**

Quelle: Pixabay



**Fassadenbegrünung an Verwaltungsgebäude in Venlo**



# Digitalisierung und Service - Beispiele



Auswertungsbereiche	Zuordnung Innenstadtbereich
02 - Wilhelmstr. Mitte	Nord
03 - Burgstr.	Nord
06 - Michelsberg	Mitte
07 - Faulbrunnenstr.	Mitte
09 - Luisenstr. West	Süd
10 - Mauergrasse	Mitte
11 - Ellenbogengasse	Mitte
12 - Marktplatz	Süd
13 - Neugasse	Mitte
14 - Marktstr. / Schloß	Mitte
15 - Kirchgasse Mitte	Süd
16 - Friedrichstr. West	Süd
20 - Schulgasse	Mitte
23 - Kirchgasse Süd	Süd
24 - Kirchgasse / Mauritiuspl.	Mitte
25 - Kirchgasse / Marktstr.	Mitte
26 - Marktstr.	Mitte
27 - Langgasse Mitte	Nord
34 - Langgasse Nord	Nord
35 - Webergasse	Nord

Quelle: © Microsoft, Nokia  
GMA-Bearbeitung 2023

## Evaluation und Monitoring Veranstaltungen hinsichtlich Besucherfrequenzen

Quelle: <https://www.wiesbaden.de/leben-in-wiesbaden/stadtportrait/welan/index.php>



## Freies WLAN Wiesbaden Innenstadt

Quelle: <https://www.wiesbaden.de/leben-in-wiesbaden/stadtportrait/welan/index.php>



## E-Bike-Ladestation und Servicepunkt in Aidenbach

Quelle: <https://www.passauer-land.de/attraktion/e-bike-ladestation-mit-luftpumpe-am-marktplatz-aidenbach-39ade7477d>



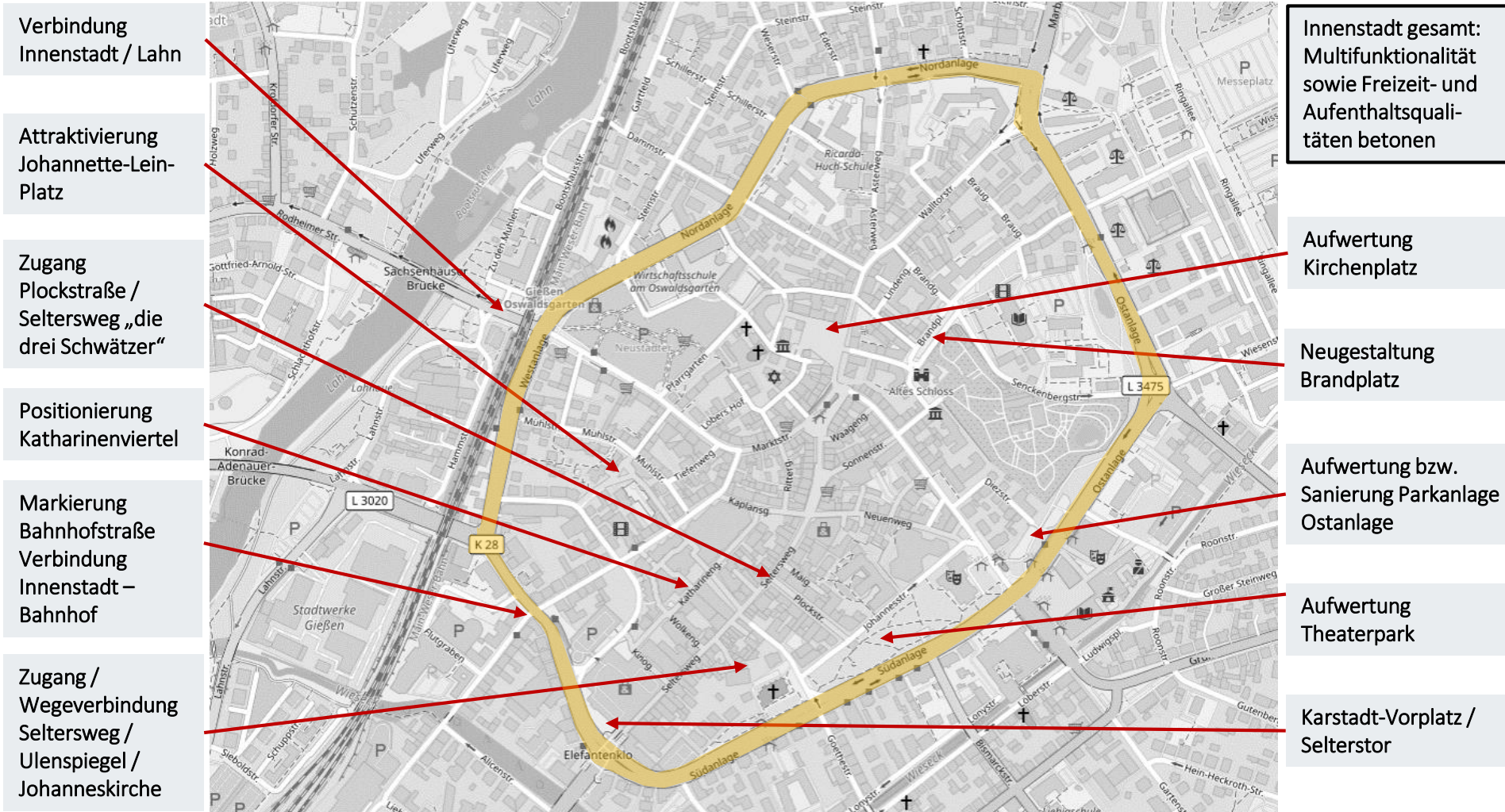
## Pop-up Arsenalplatz in der Ludwigsburger Innenstadt

Quelle: GMA; Quelle: <https://meinlb.de/pop-up/arsenalplatz/>



# RÄUMLICHE EINORDNUNG DER MAßNAHMEN ZUR WEITERENTWICKLUNG DER GIESSENER INNENSTADT

## Übersichtsplan zu den Maßnahmen



- Verbindung Innenstadt / Lahn
- Attraktivierung Johannette-Lein-Platz
- Zugang Plockstraße / Seltersweg „die drei Schwätzer“
- Positionierung Katharinenviertel
- Markierung Bahnhofstraße Verbindung Innenstadt – Bahnhof
- Zugang / Wegeverbindung Seltersweg / Ulenspiegel / Johanneskirche

- Innenstadt gesamt: Multifunktionalität sowie Freizeit- und Aufenthaltsqualitäten betonen
- Aufwertung Kirchenplatz
- Neugestaltung Brandplatz
- Aufwertung bzw. Sanierung Parkanlage Ostanlage
- Aufwertung Theaterpark
- Karstadt-Vorplatz / Selterstor

Quelle: Kartengrundlage GfK GeoMarketing, GMA-Bearbeitung 2022 / 2023

# RÄUMLICHE EINORDNUNG DER MAßNAHMEN ZUR WEITERENTWICKLUNG DER GIESSENER INNENSTADT

## Innenstadt gesamt:

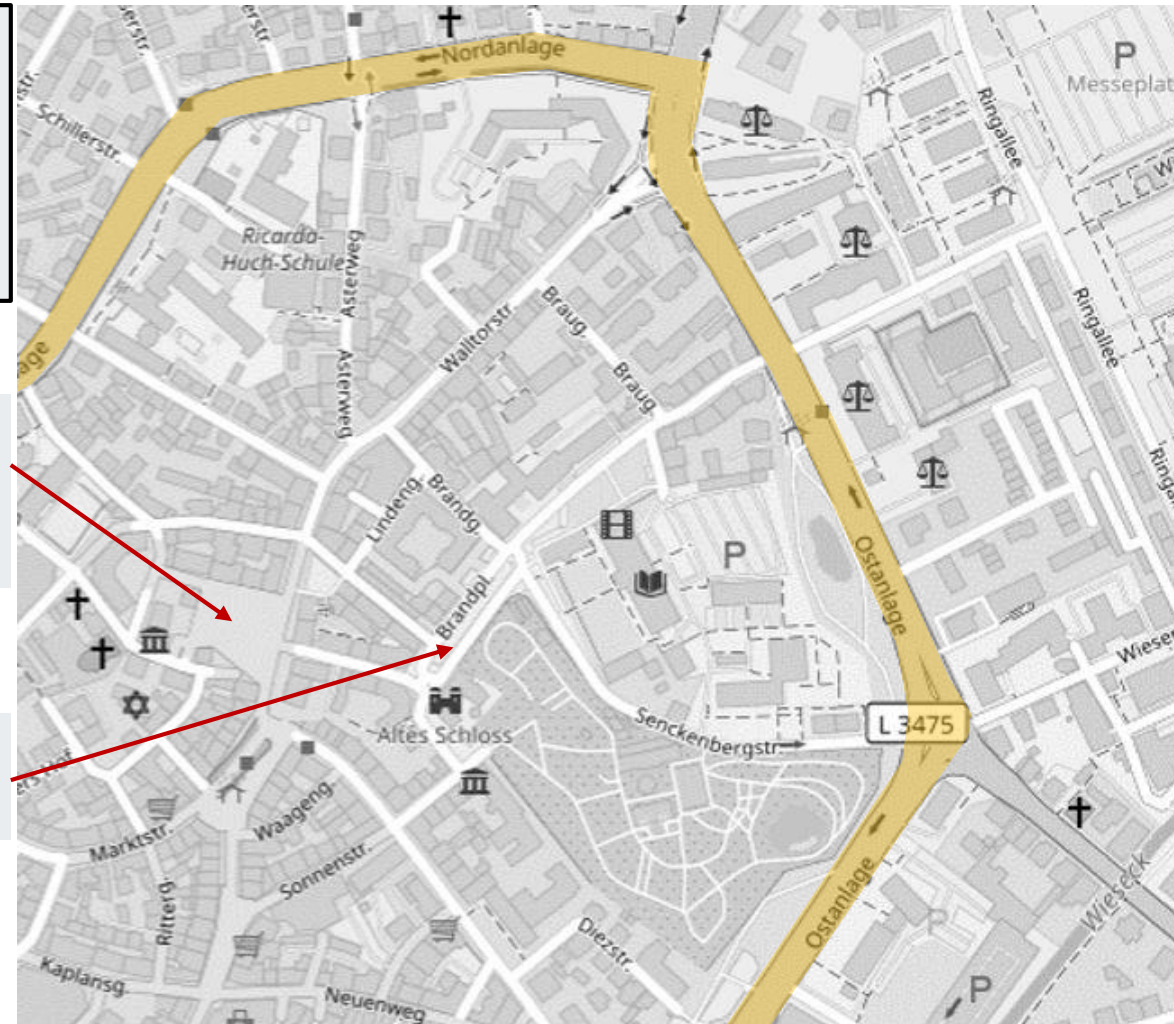
Multifunktionalität und Freizeit- und Aufenthaltsqualitäten betonen  
Die Gießener Innenstadt ist vielseitig, bunt und attraktiv: schöne Plätze, attraktive Gastronomie, Grünflächen und Kulturangebot lohnen den Besuch der Innenstadt und ergänzen das breite Einzelhandelsangebot

## Kirchenplatz

Rolle als zentraler, attraktiver Aufenthalts- und Veranstaltungsort stärken; ggf. verstärkte Einbeziehung ins Marktgeschehen;  
Ergänzung um weitere ggf. mobile Sitzgelegenheiten

## Neugestaltung Brandplatz

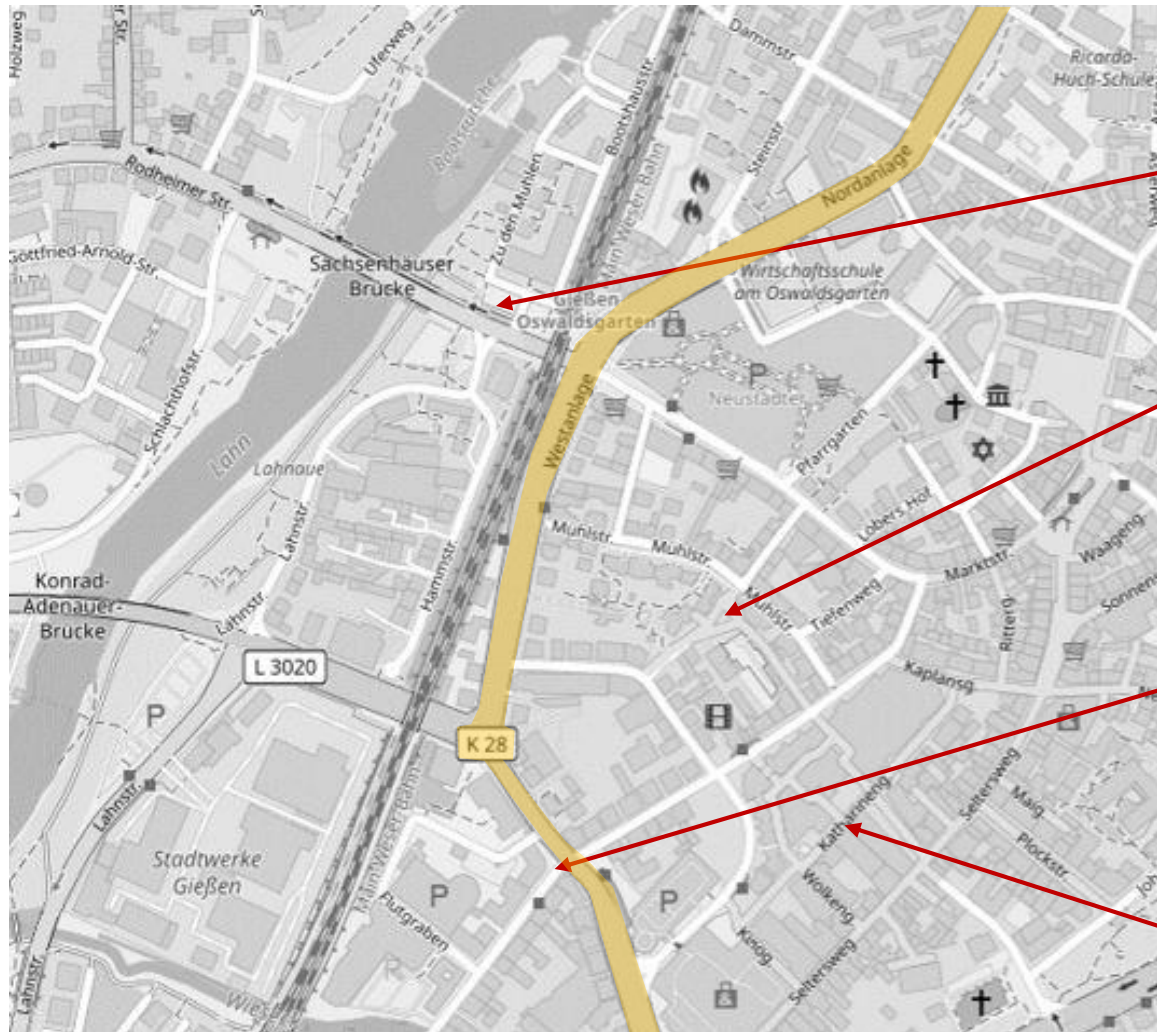
Mit Stärkung der Aufenthaltsqualität, des Marktgeschehens und als Veranstaltungsort



Quelle: Kartengrundlage GfK GeoMarketing, GMA-Bearbeitung 2022 / 2023



# RÄUMLICHE EINORDNUNG DER MAßNAHMEN ZUR WEITERENTWICKLUNG DER GIESSENER INNENSTADT



Quelle: Kartengrundlage GfK GeoMarketing, GMA-Bearbeitung 2022 / 2023

## Verbindung Innenstadt / Lahn

räumliche Verknüpfung des Erlebnisraums und Angebotsmix der Innenstadt mit Naherholung am Wasser stärken; attraktivere Wegeverbindung schaffen und herausstellen

## Johannette-Lein-Platz

Stärkung als Platz mit individuellem, kleinteiligem Einzelhandel und Bezug zu kompakten Wohnquartieren, sowie als Ort für kleinere, alternative Veranstaltungsformate; Begrünung, Sitzmöglichkeiten, Spielgeräte zur Steigerung der Aufenthaltsqualität unter Berücksichtigung der vorhandenen Leitungslagen, Rettungsgassen und Zufahrten

## Bahnhofstraße, Verbindungsachse Bahnhof - Innenstadt

optisch und gestalterische stärkere Betonung und bessere Wahrnehmbarkeit der Verbindungsachse für Fußgänger / Fahrradfahrer zwischen der Innenstadt und dem Gießener Bahnhof

## Katharinviertel

Schwerpunkt Familien / Kinder weiter ausbauen und herausarbeiten

# RÄUMLICHE EINORDNUNG DER MASSNAHMEN ZUR WEITERENTWICKLUNG DER GIESSENER INNENSTADT

**Zugang / Wegeverbindung Seltersweg / Ulenspiegel / Johanneskirche**  
mögliche Wegeverbindung / Öffnung prüfen;  
wieder verstärkte Nutzung als Ort für kleinere, alternative Veranstaltungsformate

**Karstadt-Vorplatz / Selterstor**  
Neugestaltung, Begrünung („Grünes Zimmer“), attraktivere Möblierung, gastronomische Nutzung prüfen



**Zugang Plockstraße / Seltersweg „die drei Schwätzer“**  
bestehende Sitzgelegenheiten modernisieren bzw. austauschen

**qualitative Aufwertung bzw. Sanierung der Parkanlage Ostanlage**  
mit Stärkung der Aufenthaltsqualität

**Aufwertung Theaterparks**  
als Ort mit stadthistorischer Bedeutung; Stärkung der Aufenthaltsqualität und als kulturell geprägter Ort mit Freiluftausstellungen / Skulpturenpark

Quelle: Kartengrundlage GfK GeoMarketing, GMA-Bearbeitung 2022 / 2023





Forschen. Beraten. Umsetzen.

GMA Gesellschaft für Markt- und  
Absatzforschung mbH

Siegburger Straße 215

50679 Köln

Telefon: +49 221 - 989438-0

Mail: [office.koeln@gma.biz](mailto:office.koeln@gma.biz)

**Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit**