Konversionsmanagement
Kitzinger Land

Innenstadt

Rendezvous mit einer starken Stadt

Erfolgsgeschichten in Kitzingen

Kitzingen
am Main

Die Entwicklung der Innenstadt ist eines der wichtigsten Ziele der Stadt Kitzingen. Mit Beschluss und Umsetzung des Kommunalen Einzelhandelskonzepts wird der Fokus eindeutig auf die Innenstadt gelegt.

Der Einzelhandel ist zusammen mit der Gastronomie die tragende Säule für eine lebendige Innenstadt von Kitzingen.

Die Kitzinger Innenstadt verfügt bereits heute über ein hochwertiges und breites Angebot. Mit einer Vielzahl meist inhabergeführten Geschäften ist Kitzingen eine Stadt mit kurzen Wegen und persönlicher Note.

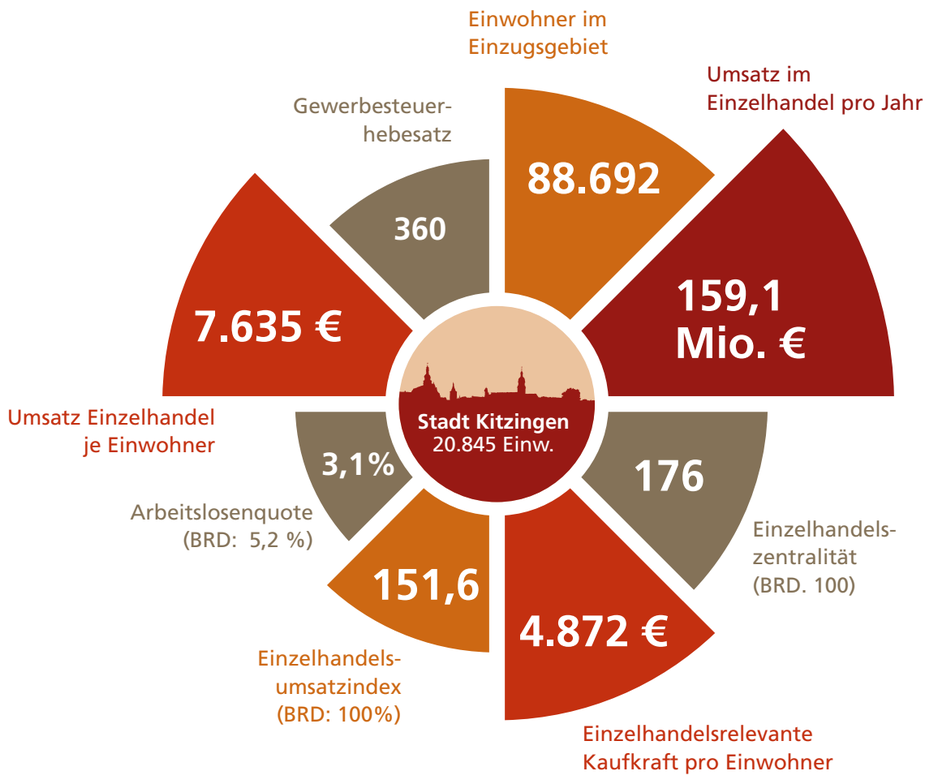
Der kompakte Altstadtbereich mit seinem weitgehend mittelalterlichen Stadtbild besitzt hohe Aufenthaltsqualität. Kitzingen bietet hervorragende Bedingungen für Gewerbetreibende aus allen Bereichen. Die verkehrsgünstige und attraktive Lage am Main, die Einbindung in die Metropolregion Nürnberg und das fränkische Weinland sind prägende Merkmale der Stadt.

Kitzingen ist ein leistungsfähiger Wirtschaftsstandort, der auch als Wohn- und Einkaufsstadt hohe Lebensqualität garantiert.

Die Stadt Kitzingen verfügt über interessante Entwicklungspotenziale. Hohe Priorität hat die städtebauliche und gestalterische Aufwertung, um die Aufenthaltsqualität der Innenstadt zu erhöhen und so auch das innerstädtische Wohnen zu stärken. Auch durch die Reaktivierung leerstehender Gebäude, wie dem Bürgerbräugelände und dem ehemaligen Marktcafé, können in Zukunft wichtige Impulse für hochwertigen Einzelhandel und attraktive Wohnangebote in der Innenstadt geschaffen werden.

Die Innenstadt kann nur dann weiter vorangebracht werden, wenn alle Akteure im Stadtgebiet aktiv daran mitarbeiten. Die Attraktivität und Anziehungskraft der Innenstadt kann nur durch die Zusammenarbeit aller Akteure erhalten und weiterentwickelt werden. Lassen Sie uns gemeinsam daran arbeiten.

Ihr Oberbürgermeister Siegfried Müller



Rendezvous mit einer starken Stadt: **Kitzingen am Main**

Innerstädtischer Einzelhandel ist einem enormen Wandel unterworfen. Verändertes Kaufverhalten, die Konkurrenz des Internets und der Wettbewerb mit anderen Städten bedeuten keine leichten Zeiten für die Händler in der Stadt.

Dennoch zeigt sich der Einzelhandel in Kitzingen kreativ und innovativ. Die vorliegende Broschüre verfolgt das Ziel, die Kitzinger Innenstadt vorzustellen. Die dargestellten Erfolgsgeschichten sind ein Ausschnitt der Gewerbetreibenden in der Kitzinger Innenstadt, der verdeutlicht, in Kitzingen lassen sich gute Geschäfte machen. Die ausgewählten Erfolgsgeschichten zeigen auch die große Vielfalt der anspruchsvollen Angebote, die sich in der Kitzinger Innenstadt finden lässt.

Neben Traditionsunternehmen, die mittlerweile in der dritten oder vierten Generation weitergeführt werden gibt es auch Neueröffnungen, die erst kürzlich den Start mit neuen Geschäftsideen gewagt haben.

Ein alleiniges Patentrezept gibt es auch in Kitzingen nicht. Aber Kreativität und Innovation der Menschen, die hinter den Unternehmen stehen, scheint der zentrale Erfolgsgarant zu sein. Die Konzepte sind dabei sehr unterschiedlich sowohl hinsichtlich Sortimentsauswahl als auch der Verkaufsflächen.

Und die Rahmenbedingungen sind hervorragend: Ein attraktives und kompaktes mittelalterlich geprägtes Stadtzentrum sowie eine kaufkräftige Einwohnerschaft in Kitzingen und dem Umland.

Die Kitzinger Innenstadt bietet heute einen anspruchsvollen und hochwertigen Branchen-Mix. Die zahlreichen Neueröffnungen in der Innenstadt in den letzten zwei Jahren zeigen die Dynamik und, dass es sich lohnt, hier zu investieren.

Interessierten Gewerbetreibenden bieten wir unsere umfassende Unterstützung und Beratung an. Das fängt mit der gezielten Suche und Ansprache möglicher Betreiber an, geht über die Beratung und Begleitung von Interessenten, die sich in Kitzingen ansiedeln wollen bis hin zur Herstellung von Kontakten zu Eigentümern, Stadtmarketingverein und Banken.

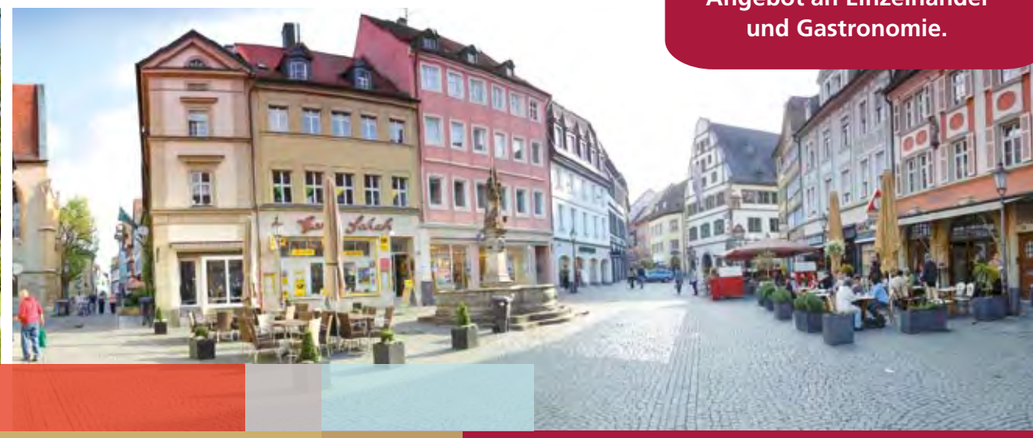
Die soziale Infrastruktur ist umfassend und intakt: alle Schulformen und hervorragende medizinische Versorgung vor Ort.

Starke Wirtschaftskraft, 10.000 Beschäftigte, wenig Arbeitslose.

Reizvolle und lebenswerte Stadt mit Flair, wie an der neuen Mainpromenade gegenüber der Altstadt.

Hochwertiges und breites Angebot an Einzelhandel und Gastronomie.

Kitzingen liegt zentral in Deutschland und in Mainfranken. Eine Region mit überdurchschnittlichen Zukunftsaussichten.



Kitzingen hat viel in Sachen Kultur und Freizeit zu bieten.

Eine Stadt stellt sich vor:
In Bildern und Geschichten.

Bianca Schwarz war, bevor Sie das Ladenlokal in der Kaiserstraße bezog, mit ihren Kräutern in der „großen weiten Welt“ unterwegs. Sie besuchte Märkte und vertrieb Kräuter und Gewürze über einen Onlineshop. Die Entscheidung, daneben auch „sesshaft“ zu werden, liegt im deutschlandweiten Trend. Mit Internet und lokalem Einzelhandel werden unterschiedliche Zielgruppen angesprochen. Die beiden Geschäftsmodelle ergänzen sich darüberhinaus perfekt.

Ein lokales Geschäft gibt dem Online-Handel Auftrieb, weil die Kunden damit mehr Seriosität und Kontinuität verbinden. Gleichzeitig ist das Ladenlokal mit angeschlossenem Lager und Küche die Basisstation für den Internethandel. Und natürlich kaufen immer noch viel Menschen am liebsten in einem Geschäft ein. Die Zahlen sprechen da für sich, denn der Online-Handel machte 2013 gerade mal 8% des Umsatzes im deutschen Einzelhandel aus.

Heimerl's ist somit bestens aufgestellt in beiden Welten. Und für solche Unternehmen bietet Kitzingen ideale Voraussetzungen. Es sind Flächen für unterschiedlichste Konzepte zu haben und die verkehrsgünstige Lage spricht für sich.

Online goes offline: **Heimerl's Wild- und Heilpflanzen**

Heimerl's Wild- und Heilpflanzen
Bianca Schwarz
97318 Kitzingen
Kaiserstraße 40
Telefon 09321 - 13 08 849
Telefax 09321 - 13 08 741
info@heimerls.de
www.heimerls.de

1

Auf allen Ebenen **Multichannel – Handel**

34 Milliarden Euro wurden 2013 in Deutschland im Online-Handel umgesetzt. Das entspricht einem Anteil von 8 %.
„Online goes offline“ nennen Handelsexperten den Trend, für den „Heimerl's Wild- und Heilpflanzen“ steht – und es ist ein bundesweites Phänomen! Der umgekehrte Weg ist seit vielen Jahren bekannt: Der stationäre Handel legt sich einen zusätzlichen Vertriebskanal via Internet zu. Dass aber aus reinen Onlinehändlern auch stationäre Händler werden, ist noch recht neu.

Prominente Beispiele gibt es aber bereits: Der Onlinehändler „Zalando“ betreibt in Berlin ein stationäres Outlet, „mymuesli“ hat zwei Jahre nach dem Onlinestart am Stammsitz in Passau ein kleines Ladengeschäft eröffnet. Inzwischen sind es bundesweit 13.

Der stationäre Handel ist nach wie vor attraktiv. Die Chance für Händler besteht darin, mehrere Vertriebskanäle zu bespielen, also möglichst online wie stationär Kunden anzusprechen. So lassen sich unterschiedliche Kundengruppen ans Unternehmen binden.

„Wer in einer globalisierten Welt erfolgreich sein will, sollte unbedingt lokal Wurzeln schlagen. Kitzingen bietet dafür beste Voraussetzungen.“

Der Name Amendt ist in Kitzingen ein Begriff und das hat seinen guten Grund, denn schließlich befindet sich das Traditionshaus seit 1900 in Kitzingen und bereits seit 1920 in den derzeitigen Räumen, mit 300 m² Verkaufsfläche und zusätzlichem Lager. Damit kann das Haus Amendt auf eine Geschichte zurückblicken, die seinesgleichen sucht.

Doch damit gibt sich der derzeitige Eigentümer Klaus Amendt nicht zufrieden. Er weiß um den Erfolgsfaktor eines guten Sortiments bestens Bescheid.

So hat sich das Angebot bei „Amendt – Das Haus der schönen Dinge“ auch mit der Zeit gewandelt. In der 4. Generation wurde so der Fokus von den Möbeln auf Accessoires und Haushaltswaren verlagert. Dabei gibt man sich aber nicht mit billiger Allerweltsware ab, sondern bietet Hochwertiges und Dinge, die nicht an jeder Ecke zu haben sind. Etwas anderes passt einfach nicht zu einem Laden, der sich individueller Beratung voll und ganz verschrieben hat.

Das schätzen die Kunden, die auch weitere Anfahrtswege von Würzburg und Nürnberg aus, auf sich nehmen, sehr. Das Konzept individueller inhabergeführter Geschäfte sieht Amendt dann auch als Erfolgskonzept für Kitzingens Innenstadt. Weg vom Einheitsbrei hin zu einem Erlebniseinkauf der kurzen Wege. Dabei setzt Klaus Amendt voll auf das Ladengeschäft, betreibt zwar eine Internetseite, aber keinen Onlineshop.

Die Lücken füllen und Kunden gewinnen: **Herrmann Amendt**

Hermann Amendt
Das Haus der schönen Dinge
Klaus Amendt
Schweizer Gasse 2
97318 Kitzingen
Telefon 09321-4371
Telefax 09321-4507
info@amendt-home.de
www.amendt-home.de

2

Erfolg mit **Sortimentslücken**

Das Wort Sortimentslücke klingt negativ. In Wirklichkeit schlummert immer auch eine Chance darin. Für bestehende Ladengeschäfte wie für Neuansiedlungen ist ein Blick auf die angebotenen Sortimente und die Kundenstruktur in jedem Fall lohnend. Beweist man dann noch eine gewisse Flexibilität und Bereitschaft sich weiter zu entwickeln steht einem erfolgreichen Einzelhandel am Standort Kitzingen nichts mehr im Weg.

Eine fundierte Grundlage für Entscheidungen in Sachen Sortiment braucht es natürlich. Die Stadt Kitzingen hat mit dem „Kommunalen Einzelhandelskonzept für Kitzingen“ eine solche geschaffen. Kürzlich erschien die ausgearbeitete Version mit zahlreichen Schaubildern und Sortimentslisten. Ein wertvolles Instrument um planvoll zu handeln. Weitere aktuelle Informationen finden sich auch unter: www.kitzingen.info/wirtschaft.0.html

„Wer sein Angebot optimal auf die Nachfrage abstimmt, kann sich langfristigen Erfolg sichern. Das ist in Kitzingen nicht anders.“

Überblick über die Stadt

Bahnhof Kitzingen mit Bahnhofspromenade zur Innenstadt

Stadtwald Kitzingen, Weg zum Golfplatz

Halle und Sportstätte Florian-Geyer, eine von 4 Anlagen im Stadtgebiet

Beispiel für die gute Nahversorgungssituation

Bundesstraße 8 Hauptdurchgangsachse von Würzburg nach Nürnberg

Einkaufslagen Falter- und Ritterstraße

Einkaufslagen Kaiserstraße und Königsplatz

Einer von drei Schulstandorten in Kitzingen

Ein vielfältiges Kulturangebot bieten Alte Synagoge, Deutsches Fastnachtmuseum und Städtisches Museum sowie andere Einrichtungen

Fußgängerzone mit grünem Wochenmarkt und Straßencafés

Mainpromenade mit Schiffsanleger

Alte Mainbrücke, den Fußgängern vorbehalten

Naherholungsgebiet „Gartenschaugelände“

Große Beratung auf kleinstem Raum: **Dessous Paradies**

Das Dessousparadies von Monika Roß ist 1986 auch eine Art Antwort auf eine „Versorgungslücke“ gewesen. Dessous wurden und werden in Kitzingen eher spärlich angeboten und so konnte sich Frau Roß mit ihrer ganz persönlichen Form der Beratung bestens etablieren. Sie schaffte es auf kleiner Fläche großes zu leisten. Dass ein Ladenlokal mit gerade mal 35 m² so erfolgreich sein kann, musste auch erst bewiesen werden. Die richtige Mischung aus ausgewähltem Sortiment und persönlichem Engagement macht es möglich. Monika Roß sucht ganz speziell für ihre Kunden aus und hat alle „Problemchen“ stets im Blick. So kommt es, dass man auch auf kleinster Fläche immer fündig wird.

Doch das ganze geht nicht ohne Anstrengung und Durchhaltevermögen. Die Anfangszeit war nicht immer leicht. Stammkundschaft will erarbeitet werden und eine echte Wohnzimmeratmosphäre braucht viel Liebe zum Detail. Monika Roß ist mit ihrem Dessous Paradies etwas besonderes geglückt. Das liegt wohl auch daran, dass sie der Kleinstadt großes Potenzial zutraut.

Dessous Paradies
Monika Ross
Kaiserstraße 29
97318 Kitzingen
Telefon 0 93 21 - 23 721
dessous-paradies@t-online.de
www.dessous-paradies-kitzingen.de

„Die Fläche meines Geschäftes war für mich nie einschränkend. Ich habe auf 35 qm eine Wohnzimmeratmosphäre geschaffen. Ganz einfach.“

3

Konkret aufgezeigt
Leerstände und Potenziale in Kitzingen

Die Leerstandssituation in gewachsenen, historischen Städten ist von Kleingliedrigkeit geprägt. Oftmals sind zur Verfügung stehenden Ladenlokale unter 100 m² groß. Das ist auch in Kitzingen nicht anders. Doch auch kleinere Parzellen bieten viele Gestaltungsmöglichkeiten durch Zusammenlegung oder Ergänzung durch angrenzende Leerstände. Entscheidend ist, dass im Kitzinger Innenstadtbereich genügend Magnetbetriebe vorhanden sind, um Frequenz in die Stadt zu ziehen.

So lassen sich auch ehrgeizige Projekte wie das Dessous Paradies von Monika Ross verwirklichen. Und man ist in Kitzingen auch nicht alleine gelassen. Ein Leerstandsmanagement steht Ihnen mit Rat und Tat zur Seite. So findet sich auch für Ihr Projekt die richtige Räumlichkeit. Sprechen Sie uns an:

Projektkoordination
Flächen & Innenstadt
Telefon 09321 - 20 10 70
hagen.konversion@kitzingen.info
www.konversionsmanagement-kt.de

Mit dem Flusskilometer 283 ist nicht nur Kitzingen am Main markiert, sondern seit Anfang 2014 auch ein außergewöhnliches Lokal im Schwalbenhof. Die Betreiber Katja Schaub und Reiner Straßer greifen das Thema Regionalität in mehrfacher Hinsicht auf und zeigen sich zuversichtlich, dass dieses Konzept aufgeht. Ganz abwegig ist das nicht, denn Reiner Straßer hat dem Kitzinger Marktplatz erst kürzlich ein neues, gastronomisches Gesicht mit dem Casa Konrad gegeben.

Im „km 283“ spielt Regionalität in Sachen Zutaten natürlich eine herausragende Rolle. Fisch und Fleisch haben kürzeste Wege, da sie aus dem Umland kommen und auch alle anderen Zutaten werden regional beschafft. Dazu ist das Kitzinger Land mit den Gärten, dem Fischfang am Main und Fleischerzeugern vor Ort natürlich perfekt ausgestattet.

Mit dem Einrichtungs- und Gestaltungskonzept spielen Schaub und Straßer dann ein wenig mit der Region. Die Kosmopoliten importieren Designelemente aus den großen Metropolen und lassen sie auf die fränkische Region prallen. Sie bauen darauf, dass dieses Aufeinandertreffen, das übrigens auch in der Küche stattfindet, zum echten Alleinstellungsmerkmal wird.

Stil und Qualität an einem Ort: **km 283**

km283 GmbH
Katja Schaub, Reiner Straßer
Ritterstrasse 11
97318 Kitzingen
Telefon 09321 - 929 984 0
www.km283.de
info@km283.de

4

Vorankommen **in und mit der Region**

Regionalität ist mehr als eine Mode. So bevorzugen 92 % aller Befragten (Befragung BMELV, 2013) regionale Lebensmittel und 87 % gehen einen Schritt weiter und wünschen sich diese Lebensmittel von Bioherstellern. Drei von vier Befragten sind dabei bereit auch einen höheren Preis zu bezahlen. Die Thematik ist also flächendeckend angekommen. Das Kitzinger Land bietet für regionale Konzepte die besten Voraussetzungen. Mit den Gärtnern in Etwashausen und den Obstbauern der Region stehen leistungsfähige Partner direkt vor der Haustüre zur Verfügung. Gleichzeitig erlebt die Fischerei am Main eine Renaissance. Und das Umland versorgt das Kitzinger Land mit Geflügel und Fleisch direkt vom Erzeuger. Ganz zu schweigen von den flüssigen Köstlichkeiten in Form von Bränden und Wein, wofür die Region seit langem bekannt ist.

„Wunderbare Voraussetzungen. Eine Region, die alles bietet und die gleichzeitig ein wenig große Welt verträgt.“

Helmut Beers „PELZPLUSDESIGN“ wurde vor 69 Jahren in Kitzingen gegründet. Seit 2007 hat die Mutter das Unternehmen an ihren Sohn, den heutigen Besitzer übergeben. Bis dahin hat Helmut Beer Inspirationen auf der ganzen Welt sammeln können. Die Entscheidung wieder nach Kitzingen zurückzukehren war deshalb eine ganz bewusste. Wer viel herum gekommen ist, der weiß was er an diesem Ort hat. Und zudem ist die Lage mitten in Deutschland für Beers Nischengeschäft ideal. Denn die Kunden kommen nicht nur aus dem Umland, sondern aus der ganzen Republik und dem Ausland.

Erfreulich ist außerdem, dass ihm die starke Tourismusregion ebenfalls Kundschaft beschert. Ein Faktor der allzuoft vernachlässigt wird. Doch wer sich die Wohnmobile auf der anderen Mainseite ansieht, der erkennt schnell, dass hier auch Potenziale schlummern. Zumal das Kürschnerhandwerk, das Beer betreibt, außergewöhnlich ist. Von der Beratung, über die Ausführung, bis hin zum Design, hier entstehen Einzelstücke, die es sonst nirgends gibt.

Für Beer ist Kitzingen eine Stadt mit Atmosphäre und vielen traumhaften Verweilmöglichkeiten. Das schätzen die Menschen, die von weit kommen!

PELZPLUSDESIGN
Helmut Beer
Marktstraße 7
97318 Kitzingen
Telefon 09321 – 4357
Telefax 09321 – 268993
ppd-kitzingen@t-online.de
www.pelzplusdesign.de

Einzigartigkeit für Kitzingen und darüber hinaus: **PELZPLUSDESIGN**

5

Standortvorteile nutzen
Lage und Tourismus

Die verkehrsgünstige Lage ist für alle Gewerbetreibenden, die ihre Kundschaft nicht ausschließlich aus dem Stadtgebiet beziehen ein erheblicher Vorteil. Das nahe gelegene Autobahnkreuz und die Bahnanbindung sorgen für eine hohe Erreichbarkeit der Kreisstadt. Darüberhinaus liegt Kitzingen nahezu in der Mitte Deutschlands.

Viele Geschäftsreisende tangieren die Region mehrfach im Jahr. Gleichzeitig konnte der Tourismus der Region in den vergangenen Jahren einen enormen Boom verzeichnen, was sich nicht nur in den Übernachtungen niederschlägt. Viele Einzelhändler entdecken die Touristen als Käufer. Und genau hierfür bietet Kitzingen mit einem breiten, weitgehend intakten Angebot gute Voraussetzungen.

„Die Vorteile dieser Stadt zu schätzen gelingt wohl am besten, wenn man einige Zeit andernorts gelebt hat. Ich liebe diesen schönen Fleck mitten in Deutschland.“

Wir bieten Ihnen ein breites Netzwerk von Institutionen und Personen, die gemeinsam an der Weiterentwicklung der Kitzinger Innenstadt arbeiten.

Im Rahmen des Flächenmanagements aktualisieren wir regelmäßig Flächennutzungen, Branchenverteilungen und Leerstände in der Kitzinger Innenstadt. So können wir schnell geeignete Objekte benennen, die Kontakte herstellen und gezielt auf Ihre Bedürfnisse eingehen.

Gerne unterstützen wir Sie bei der Suche nach geeigneten Räumlichkeiten für Ihr Unternehmen. Selbstverständlich stehen wir Ihnen auch bei allen anderen Fragen zur Verfügung und vermitteln die entsprechenden Ansprechpartner.

Unterstützung mit Persönlichkeit: **Netzwerk in Kitzingen**

Ziele des Flächenmanagements ist es, die Attraktivität der Kitzinger Innenstadt zu erhöhen. Bestehende Leerstände sollen verringert und der Branchenmix optimiert werden. Ein wesentlicher Erfolgsfaktor des Flächenmanagements ist die Einbindung und Vernetzung der unterschiedlichen Akteursgruppen. Im Mai 2013 wurde hierzu eine Arbeitsgruppe Flächenmanagement gegründet, der Vertreter der Stadt, des Stadtmarketing-Vereins, Eigentümer, Gewerbetreibende und Immobilienmakler angehören.

Im Rahmen eines professionellen Flächenmanagement aktualisieren wir regelmäßig Flächennutzungen, Leerstände und Branchenverteilungen in der Kitzinger Innenstadt. So können wir schnell geeignete Objekte benennen sowie Kontakte herstellen und auf Ihre Bedürfnisse eingehen.

Die ortsansässigen Unternehmen der Immobilienbranche bieten umfassende und kompetente Unterstützung bei der Suche nach der geeigneten Einzelhandels- und Gewerbeimmobilie an. Sie verfügen über fundiertes und breites Wissen zur Marktsituation von Kitzingen und stellen gerne den passenden Kontakt zu Immobilieneigentümern her.

Wichtiges Ziel der Stadt Kitzingen ist es, die Rahmenbedingungen für die Gewerbetreibenden zu verbessern. Die Erstellung und Umsetzung des Kommunalen Einzelhandelskonzeptes für Kitzingen bildet die Basis für den zukünftigen Stadtentwicklungsprozess. Das Stadtbauamt erteilt Information und Beratung zu allen Standortfragen und unterstützt und berät bei Ansiedlungs-, Erweiterungs- und Verlagerungswünschen von Gewerbetreibenden.

Der Direkte Kontakt

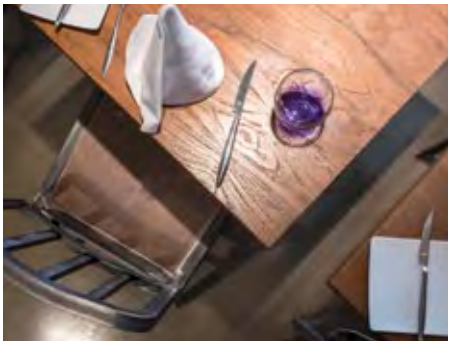
Christoph Hagen
Projektkoordinator Flächen & Innenstadt
Konversionsmanagement Kitzinger Land

Kaiserstraße 13 /15
97318 Kitzingen
Telefon 0 93 21 - 20 10 70
Telefax 0 93 21 - 20 91 070
hagen.konversion@kitzingen.info
www.konversionsmanagement-kt.de

Die intensive Vernetzung und der Austausch der Gewerbetreibenden untereinander sind zentrale Anliegen, mit denen der Stadtmarketing-Verein die Attraktivität der Stadt Kitzingen voranbringen will. Veranstaltungen, wie der Gesundheitstag oder der Kitzinger Frühling tragen dem Rechnung. Die Geschäftsstelle in der Innenstadt ist die ideale Anlaufstelle für Gewerbetreibende und Bürger. Mit der Organisation großer Veranstaltungen, wie Weihnachtsmarkt und Stadtfest gelingt es dem STMV immer wieder, Besucher von Nah und Fern in die Stadt zu locken.

Die ansässigen Banken und Sparkassen bieten bei allen Fragen rund um Finanzdienstleistungen kompetente Unterstützung. Hierzu zählen Informationen und Beratung für Gründer genau wie die Unterstützung der Unternehmen vor Ort, wobei die Kenntnisse des regionalen Marktes von besonderem Vorteil sind.

Der Handelsverband Bayern vertritt als Arbeitgeberverband die Interessen des Einzelhandels gegenüber Politik, Wirtschaft und Verwaltung sowie Öffentlichkeit und Medien. Der HBE stellt das vielfältige Warenangebot durch den Einzelhandel sicher und leistet damit einen wertvollen Beitrag zur Lebensqualität in Bayern. Zu den Kernkompetenzen des HBE zählen unter anderem die Rechtsberatung für Mitgliedsunternehmen, die Förderung des Erfahrungs- und Ideenaustausch sowie die Unterstützung bei Neugründungen. Mitglieder profitieren zusätzlich von Kostenvergünstigungen durch Rahmenverträge mit Kooperationspartnern.



Impressum

Herausgeber:
Konversionsmanagement Kitzinger Land
Projektkoordination Flächen & Innenstadt
Christoph Hagen
Kaiserstraße 13/15, 97318 Kitzingen
Telefon 09321 - 20 10 70
hagen.konversion@kitzingen.info
www.konversionsmanagement-kt.de

Danksagung:
Besonderer Dank gilt den Mitgliedern des Arbeitskreises Flächenmanagement für zahlreiche Ideen, Anregungen und Hinweise.

Layout/Gestaltung:
atelier zudem
issig, nitschke, poser GbR
www.zudem.de

Fotos:
Dirk Nitschke – www.zudem.de;
Landratsamt Kitzingen, Joachim Gattenlöhner;
Stadtmarketing-Verein Kitzingen; Stadt Kitzingen

Das Konversionsmanagement Kitzinger Land wird gefördert durch das Bayerische Staatsministerium der Finanzen, für Landesentwicklung und Heimat