

PROJEKTPRÄSENTATION

360° Lifestyle

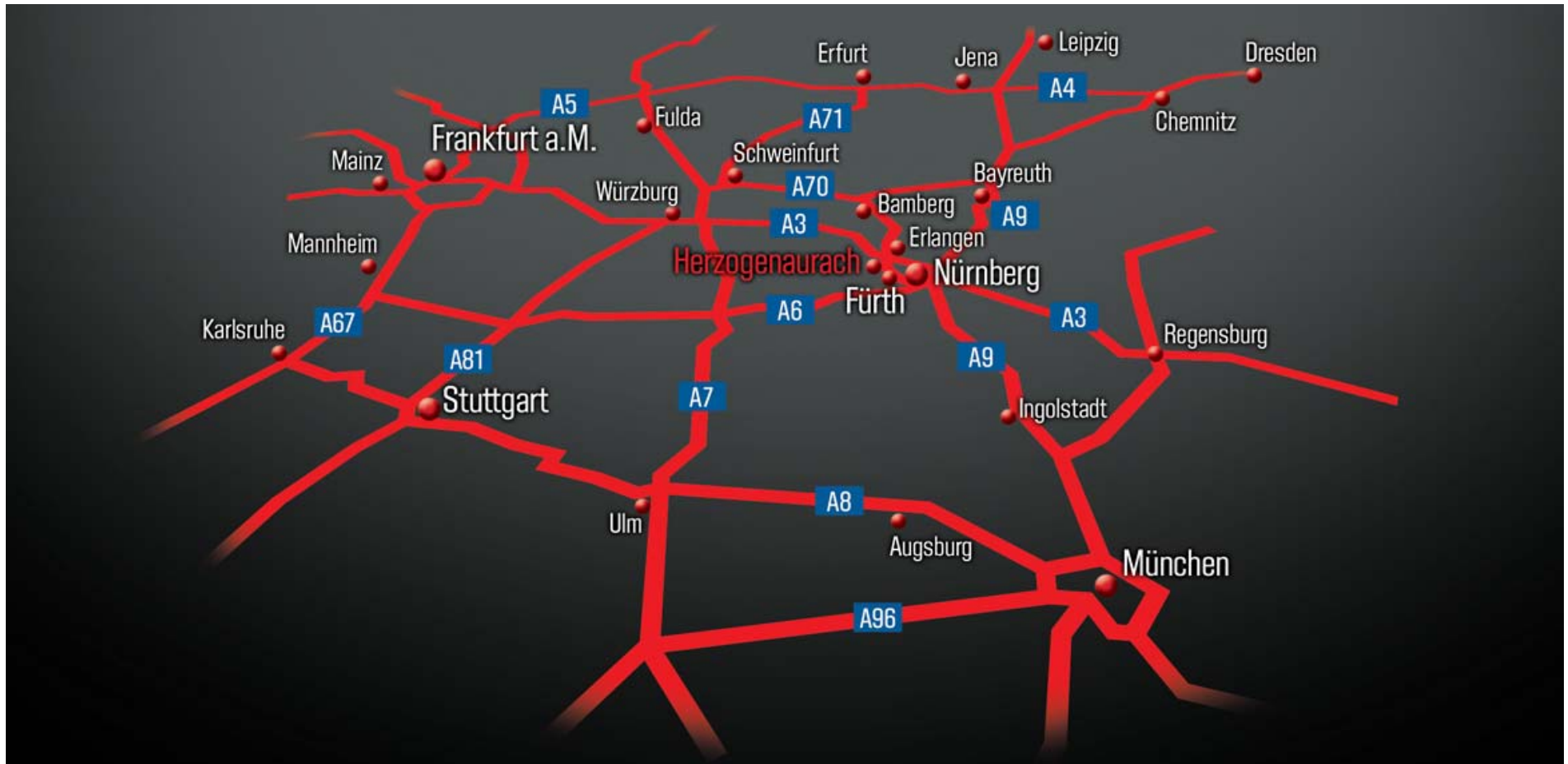


Agenda

- **Vorstellung der Herzo-Base**
 - World of Sports
 - World of Living
 - Public World
 - World of Commerce
- **360° Lifestyle Herzogenaurach**
 - Situation
 - Architektur
 - Konzept
 - Kooperation
 - Potenziale
 - Belegungskonzept
 - Impressionen



Standort – Fahrkilometer von Herzogenaurach



➤ Erlangen 15 km ➤ Fürth 19 km ➤ Nürnberg 25 km ➤ Nürnberg Flughafen 21 km
➤ Würzburg 95 km ➤ Regensburg 123 km ➤ München 190 km ➤ Frankfurt 208 km

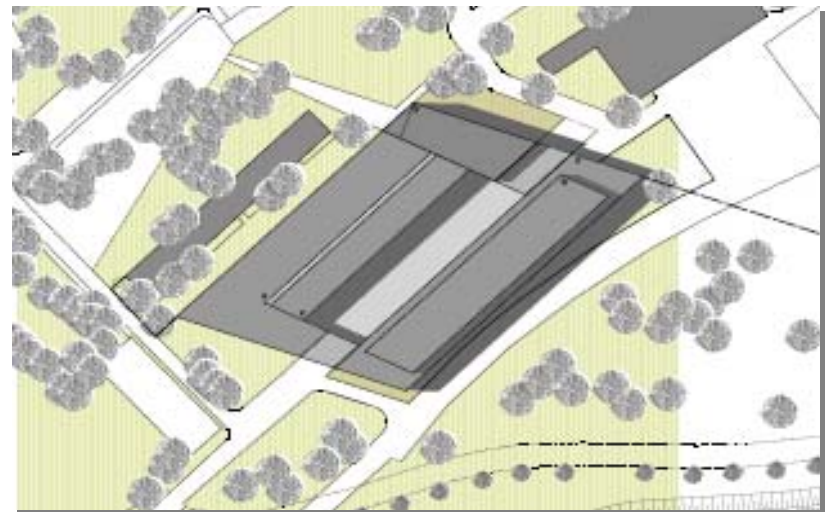
Herzo-Base: Masterplan und die vier Welten



Neue Formen des Arbeitens: World of Sports

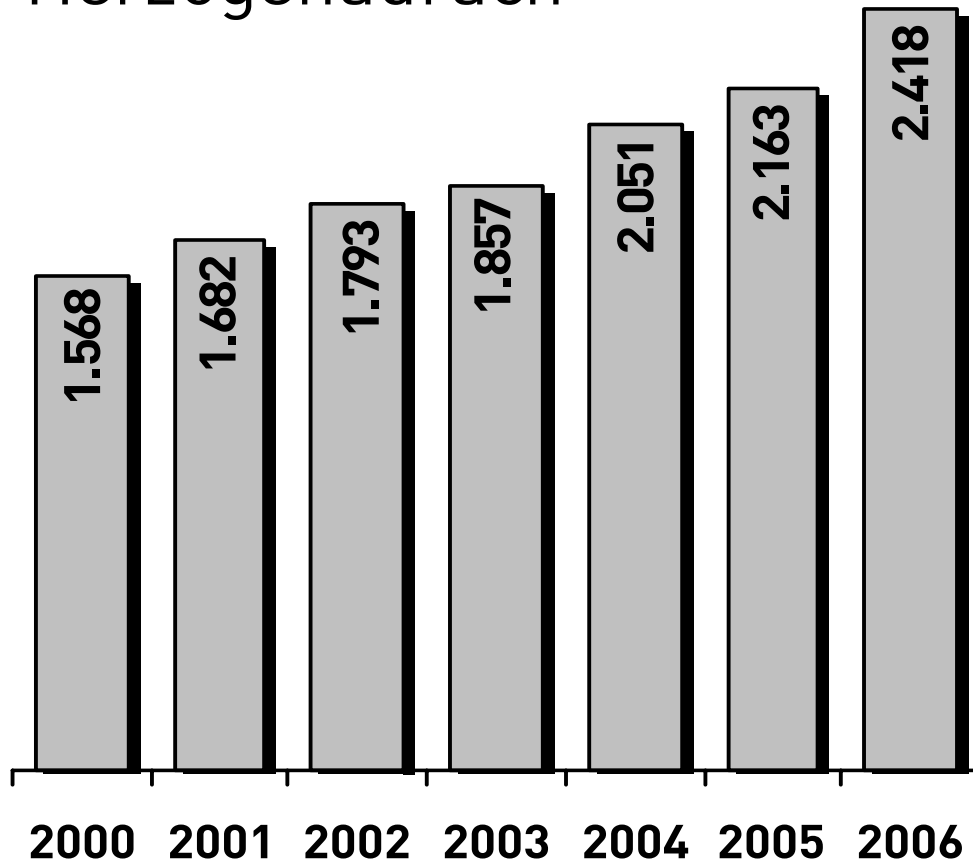


- Adi Dassler Sportplatz
- Adi Dassler Brand Center
- Infrastrukturgebäude

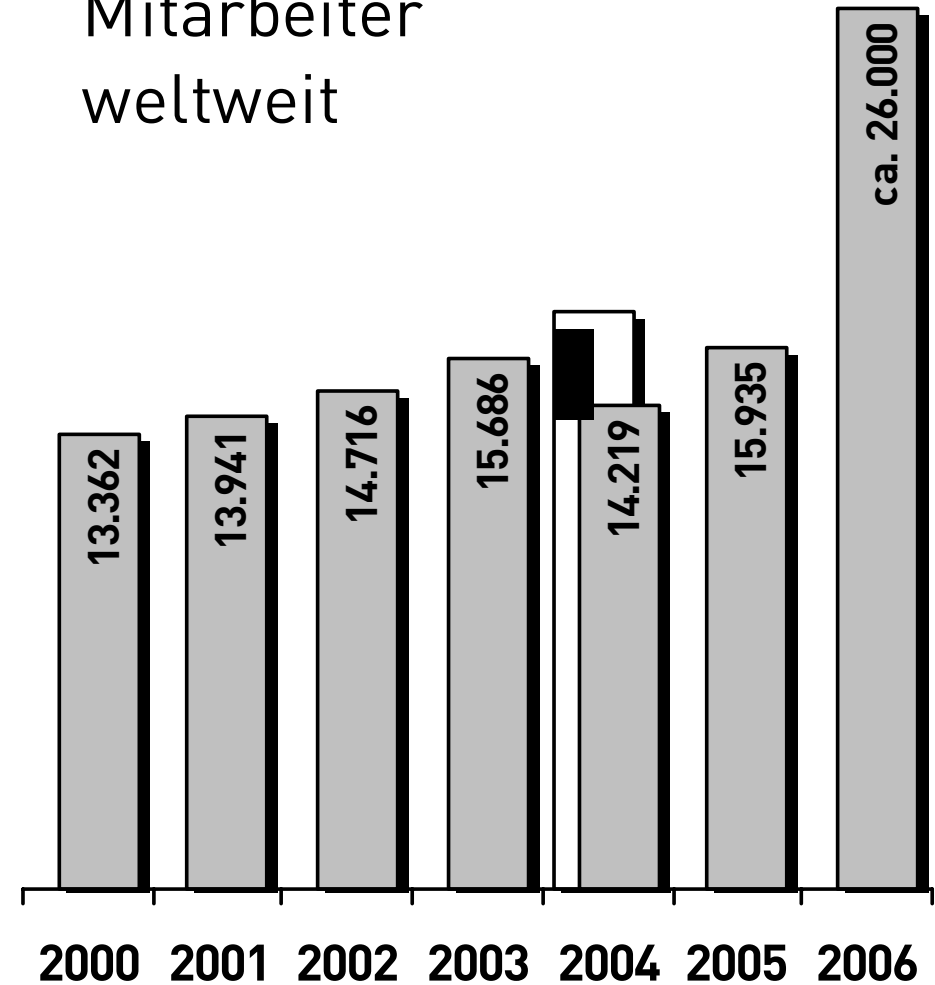


Neue Formen des Arbeitens: Mitarbeiterentwicklung

Mitarbeiter
Herzogenaurach



Mitarbeiter
weltweit



Herzo-Base: World of Living



Neue Formen des Wohnens: World of Living

Wohngebiet

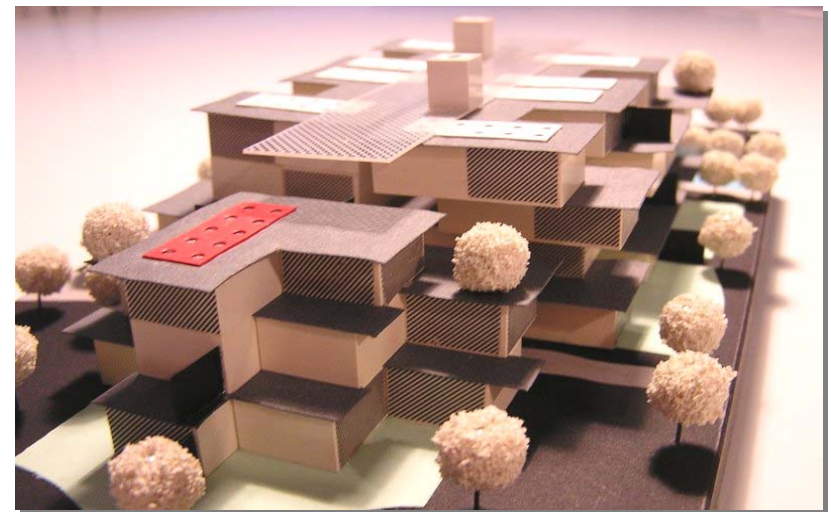
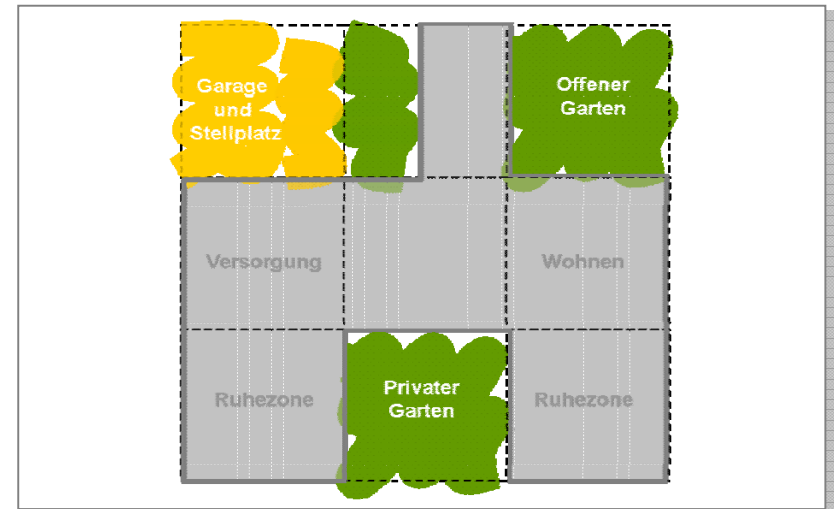
- 3 Wohninseln mit sukzessiver Verkaufsstrategie
- Neue Kooperation mit internationalen Vertriebspartnern (Bouwfonds)
- Nach erfolgreicher 1. Phase
Konzeption der Phasen 2 und 3:
 - Bau von Mitarbeiterwohnungen
 - Integrationsmodell mit Partnern aus Wirtschaft und Wissenschaft



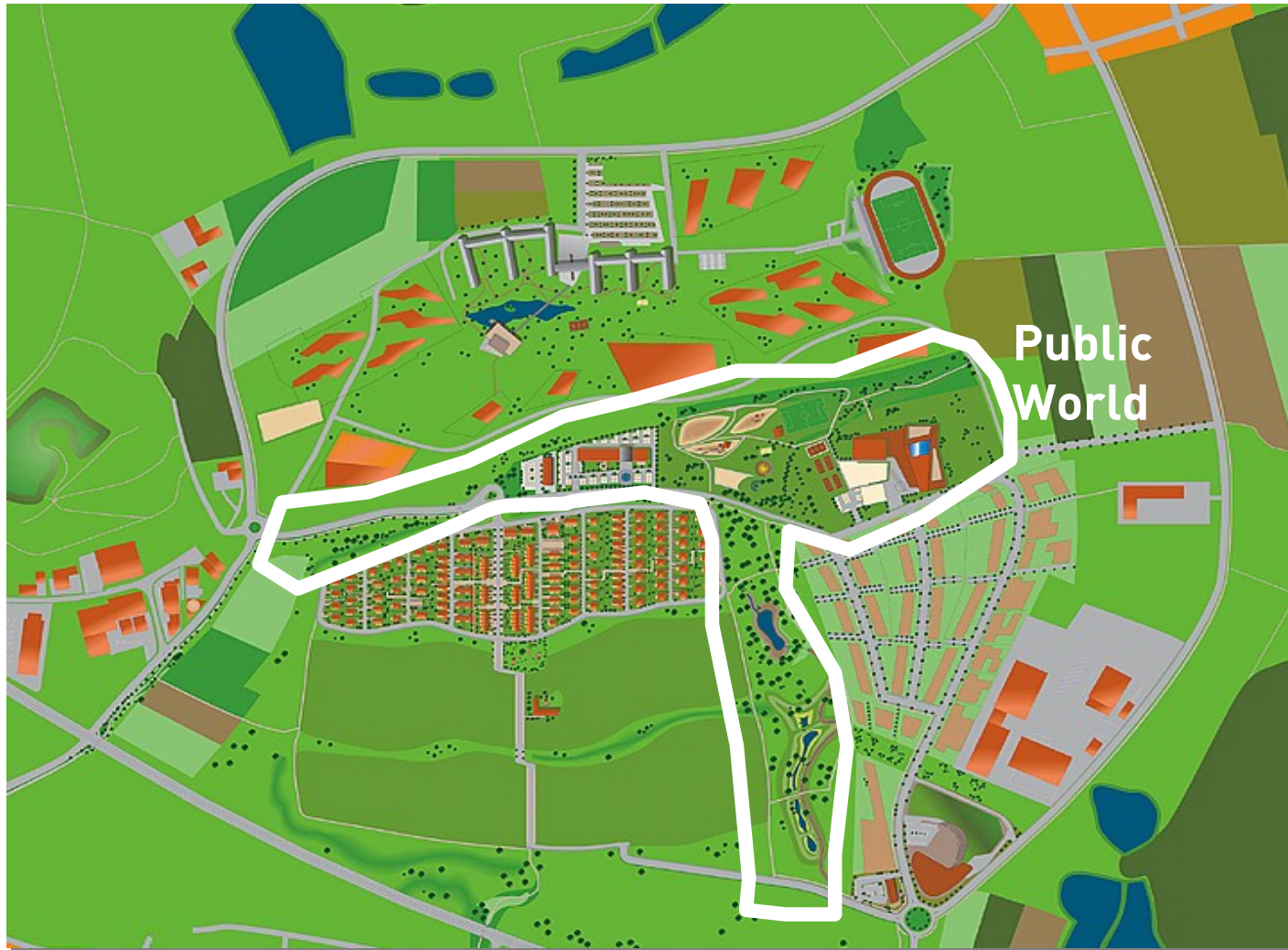
Neue Formen des Wohnens: „Universal Design“

Wohngebiet

- Modulare Bauweise für unterschiedliche Anforderungen
- Einzelhaus, Stapelhaus
- Synergetische Entwicklung
- Das Stapelhaus als zentrales Element eines städtebaulichen Konzeptes



Herzo-Base: Public World



Neue Formen des Lebens: Public World

Hotel

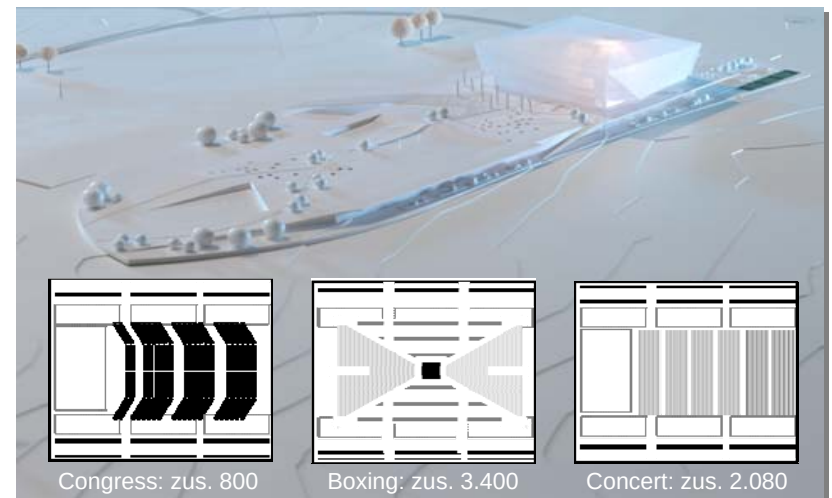
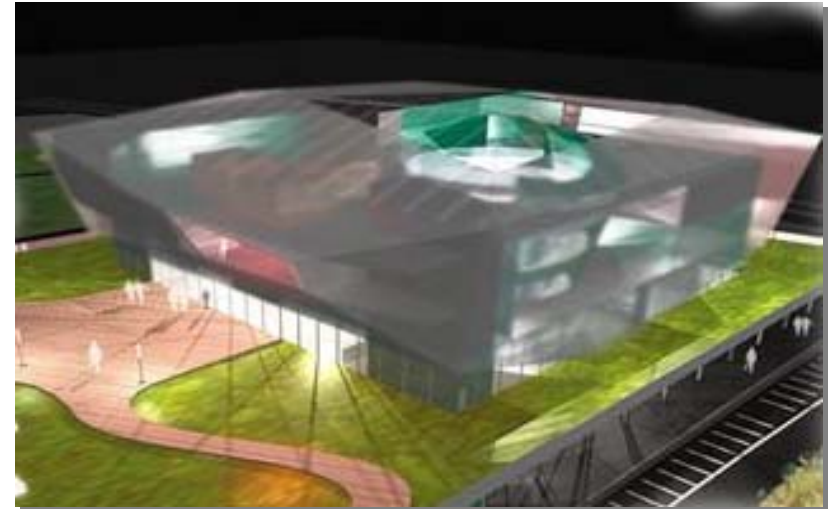
- Tagungs- und Konferenzhotel der 4 Sterne-Kategorie
- Hochwertiges Hotelangebot mit innovativem Design und Service
- Managementvertrag mit Betreiber
- 150 Zimmer, Wellnessangebot, Restaurant- und Tagungsbereich
- Rumpfgeschäftsjahr 2006: weit über 20.000 Übernachtungen
- Synergieeffekte mit Sport Center



Neue Formen des Lebens: Public World

Sport Center

- Öffentliches Sport Center
- Innovatives Sportangebot (Fitness-, Ball-, Fun- und Trendsportarten)
- Hochwertige Zusatzangebote: Wellness, Freizeit, Gastronomie, Kinderbetreuung
- Multifunktionshalle für Tagungen, Sport- und Kulturevents
- Synergieeffekte für Standort, Hotel und Herzogenaurach
- Schaffung eines touristischen Attraktivitätspunktes in der Region



Herzo-Base: World of Commerce



Neue Formen des Gewerbes: World of Commerce

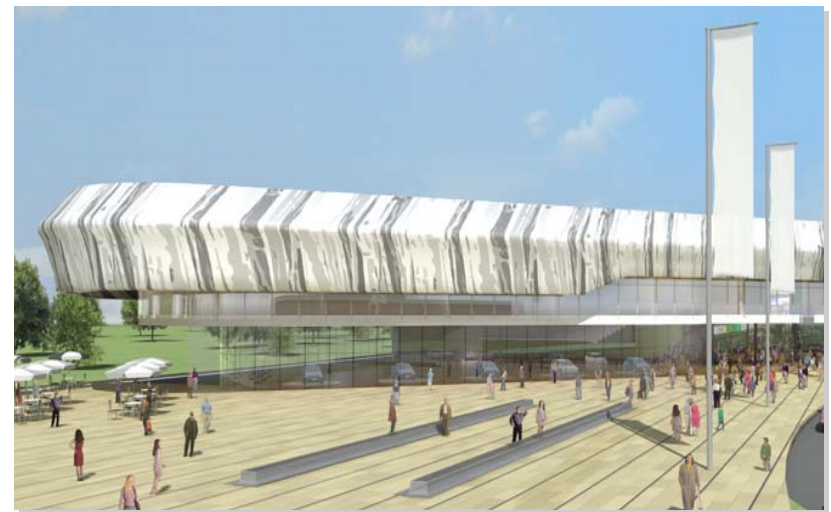
adidas Factory Outlet

- Eröffnung im November 2003
- 2.000 qm Shopfläche
- Besuchermagnet für über 1 Mio. p. a.
- Preisgekrönte Architektur



„360° Lifestyle Herzogenaurach“

- Innovatives Präsentations- und Trade Center für Markenhersteller
- Imageförderung und Synergieeffekte für Stadt und Region
- Integration von Adi Dassler Akademie und Brand Image Center möglich





Entwicklungen im Handelsmarketing

- Trend zur Vertikalisierung
- Ausnutzen und Verstärkung der Handelsfunktionen
- Unterschiedliche Vertriebsformen (vom Concept Store über Franchising bis zu Mehrmarkenstrategien)
- Einbindung internationaler Erfahrungen in lokale Geschäftsmodelle
- Konzept des Adi Dassler Brand Centers für bayerische Markenhersteller



360° Lifestyle Herzogenaurach



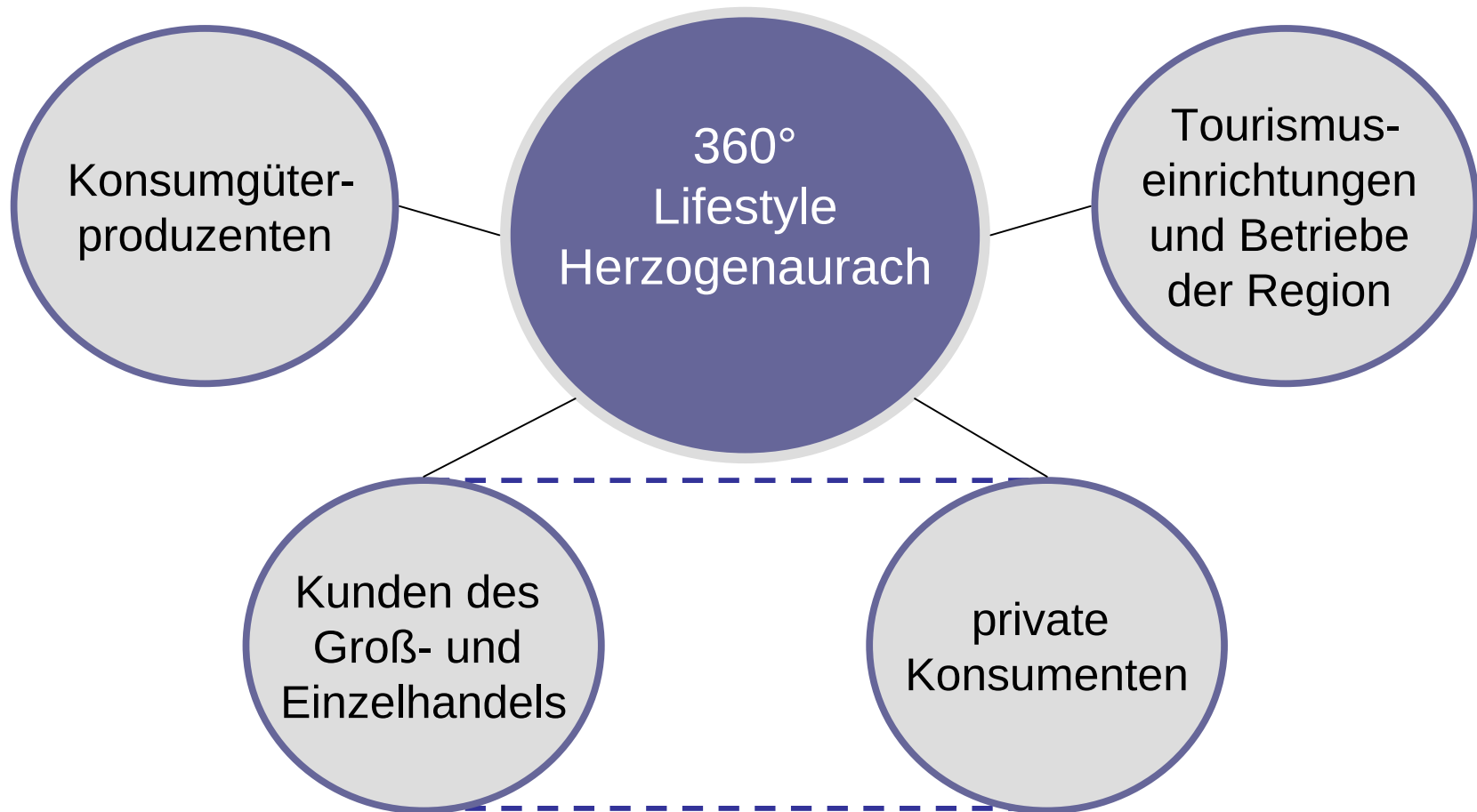
360° Lifestyle Herzogenaurach



Ein „Marktplatz“ für:

- Konsumgüterproduzenten,
- Dienstleistungsanbieter,
- Einzel- und Großhandel
- Private Konsumenten

Stakeholder



Lageplan



Konzept

360° Lifestyle Herzogenaurach	Ein Marktplatz für Konsumgüterproduzenten, Dienstleistungsanbieter, Einzel- und Großhandel und private Konsumenten
Belegungskonzept	Das Belegungskonzept wird ausgerichtet am Leitthema „Lifestyle“
Angebotsschwerpunkte	Konzentration auf die Angebotsfelder Freizeit, Gesundheit, Sport und Tourismus
Marken und Qualität	Positionierung mit hochwertigen, ausgewählten Marken mit hohem Qualitätsanspruch
Innovativ und aktuell	Präsentation aktueller, innovativer Produkte und Dienstleistungen

Konzept

Sicherung des Konzeptes durch vertragliche Verpflichtung des Initiators

Kein Einkaufszentrum!



Kein Warenhaus bzw. SB-Warenhaus!
Kein Kaufhaus!
Keine Fachmärkte!
Kein Lebensmittel- Discounter!

Kein Factory Outlet Center!



Nur Waren des Herstellers!
Stets die neusten Produkte!
Max. 10 % Randsortiment!
Keine B- Waren!

Daten

- 42.000 qm Verkaufsfläche entsprechend BauNVO
- 3.800 Parkplätze für Kunden, Bedienstete und Mitnutzung Sport Center
- Ca. 45 Busparkplätze
- Ca. 160 Mieteinheiten
- Tagungsräume für bis zu 1.500 Besucher
- Großer Eventbereich für bis zu 2.000 Besucher
- Kleiner Eventbereich für bis zu 600 Besucher
- Einzugsgebiet weit über die Grenzen Bayerns hinaus, über 6 Mio. EW im näheren Einzugsgebiet
- Über 12.000 erwartete Besucher täglich
- Ca. 1.500 Arbeitsplätze
- Geplante Realisierung bis im Jahr 2010
- Investitionsvolumen über 200 Mio.€

Einzugsgebiet



Einwohnerzahlen

Zone I: ca.	1,1 Mio.
Zone II ca.	1,5 Mio.
Zone III ca.	3,4 Mio.
Summe:	6,0 Mio.

Umsätze

Zone I-III: ca. 70 %
außerhalb ca. 30 %

Beispiele



Synergien & Cluster

Synergien / Cluster / Symbiosen schaffen innerhalb

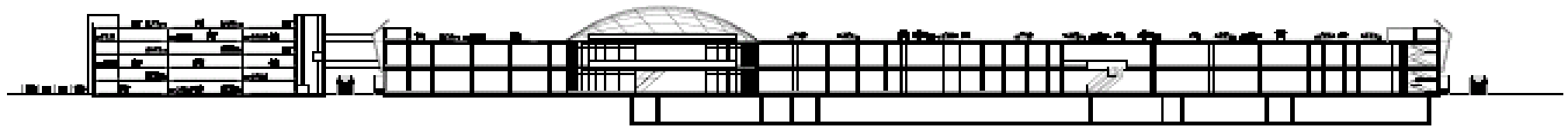
- der Metropolregion
- des Landkreises
- der Stadt Herzogenaurach
- der Herzo-Base

mit

- Nah- & Fernverkehr, wie z. B. Flughafen Nürnberg / Fluglinien
- Hotels & Gaststätten
- Museen / Galerien / Theater
- Freizeit- & Erlebnisangebote



Systemschnitt



Belegungskonzept Erdgeschoss



Periodischer Bedarf

 Periodischer Bedarf

Bekleidung, Textilien, Schuhe, Lederwaren

 Bekleidung, Textilien, Schuhe, Lederwaren

Technik

 Technik

Haushalt, persönlicher Bedarf

 Haushalt, persönlicher Bedarf

Heimwerker, Gartenbedarf

 Heimwerker, Gartenbedarf

Möbel, Einrichtungsbedarf, Haus, Heimtextilien

 Möbel, Einrichtungsbedarf, Haus, Heimtextilien, Küche

Dienstleistungen und Flächen, die im Sinne der BauNVO keine Verkaufsflächen sind

 Dienstleistungen und Freizeitangebot

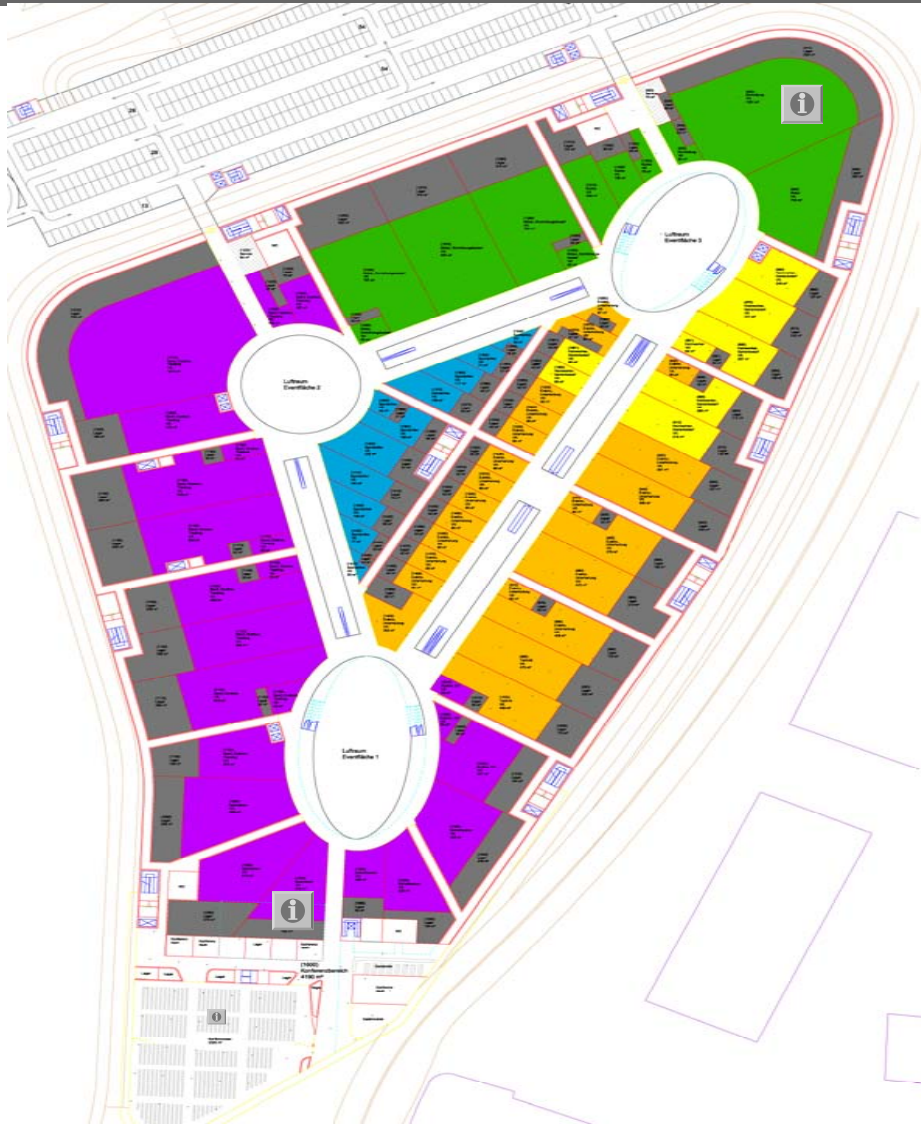
Gastronomie

 Gastronomie

Ausstellungsflächen

 Ausstellungs- und Präsentationsflächen

Belegungskonzept Obergeschoss



Periodischer Bedarf



Periodischer Bedarf

Bekleidung, Textilien, Schuhe, Lederwaren



Bekleidung, Textilien, Schuhe, Lederwaren

Technik



Technik

Haushalt, persönlicher Bedarf



Haushalt, persönlicher Bedarf

Heimwerker, Gartenbedarf



Heimwerker, Gartenbedarf

Möbel, Einrichtungsbedarf, Haus, Heimtextilien



Möbel, Einrichtungsbedarf, Haus, Heimtextilien, Küche

Dienstleistungen und Flächen, die im Sinne der BauNVO keine Verkaufsflächen sind



Dienstleistungen und Freizeitangebot

Gastronomie



Gastronomie

Ausstellungsflächen

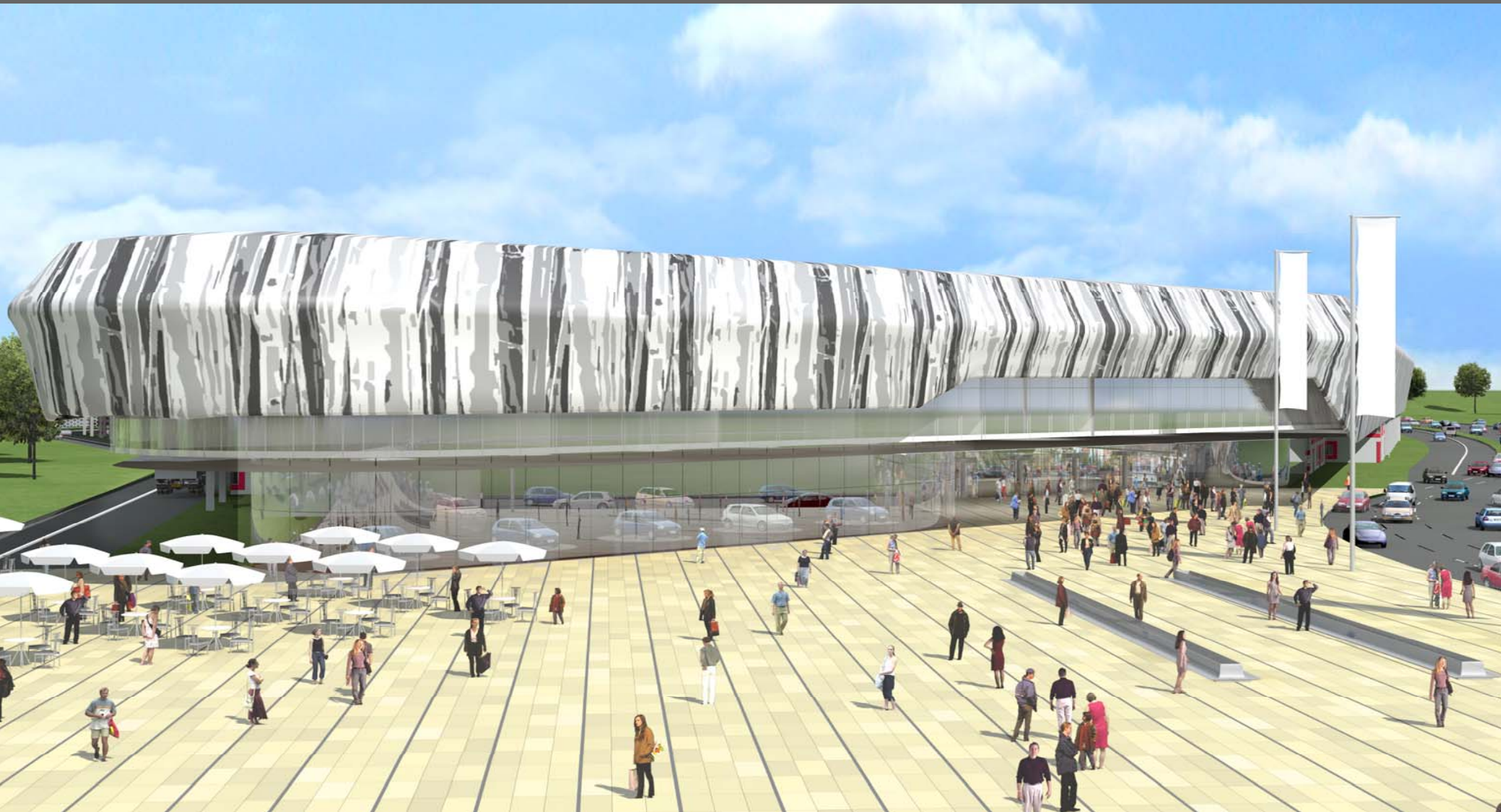


Ausstellungs- und Präsentationsflächen

Fazit

- Schaffung von **Arbeitsplätzen**
- Schaffung von idealen Rahmenbedingungen für **Existenzgründer**
- Stärkung der **Tourismusbetriebe** und –institutionen der Region durch das Bilden von **Netzwerkstrukturen** und **Kooperationen**
- **Imagebildung** für die Europäische Metropolregion Nürnberg durch eine **Vorreiterfunktion** bei der **Schaffung neuartiger und moderner ökonomischer Strukturen** für das Zusammenwirken von Herstellern, Einzelhändlern und Kunden

Impressionen



Impressionen



Impressionen



Lageplan Herzo-Base

