

# Maßnahmen zur Entwicklung der Innenstadt Bad Friedrichshalls

Konzept im Rahmen des Förderprojekts Innenstadtberatung



Bild der Titelseite:  
© Regionalverband Heilbronn-Franken

Bild der Rückseite:  
© Timo Haberl - stock.adobe.com

Herausgeber: Regionalverband Heilbronn-Franken  
Körperschaft des öffentlichen Rechts  
Am Wollhaus 17  
74072 Heilbronn  
Tel.: 07131 6210-0  
Fax: 07131 6210-29  
info@rvhnf.de

Konzeptbearbeitung: Cornelius van Vugt (Innenstadtberater)

Team Innenstadtberatung: Cornelius van Vugt (Innenstadtberater)  
Annika Dehner (Projektassistentin: inhaltliche Mitgestaltung, GIS-Karten)  
Dr. Martin Heberling (Projektleitung)

Gestaltung: JL Artdesign, Leingarten  
Veröffentlichung: Juli 2023

## Einführung

„Vitale Innenstädte und ein attraktiver stationärer Einzelhandel bedingen sich gegenseitig“, leitete das Ministerium für Wirtschaft, Arbeit und Wohnungsbau Baden-Württembergs den Förderaufruf für das Programm Innenstadtberater 2021 ein. Ziel der Innenstadtberatung ist es, aktuellen Schwierigkeiten wie dem Strukturwandel, dem verstärkten Online-Handel, der Corona-Krise und ihren Auswirkungen, aber auch klassischen Problemen wie Leerstand in der Innenstadt mit Ideen von vor Ort zu begegnen.

Das Projektteam der Innenstadtberatung ist mit dem Slogan „Ihre Innenstadt ist unser Thema“ aufgetreten – ein Slogan, der zum einen aussagt, dass sich Externe unterstützend für Ihre Innenstadt eingesetzt haben, und der zum anderen den Staffelstab direkt an die Gemeinde und örtliche Einzelhändlerschaft weiterreicht: Das wichtigste Ziel des Projekts Innenstadtberatung ist es, den Fokus auf „die Innenstadt“ zu richten. Das Projekt sollte den Austausch und die Kooperation zwischen Stadt und örtlicher Einzelhändlerschaft beleben oder in geeigneter Form institutionalisieren.

Innenstadt ist eine Gemeinschaftsaufgabe und eine Langzeitaufgabe. Weil Innenstädte nicht nur aus harten baulichen Fakten bestehen, sondern auch durch vielfältige soziale Faktoren zum Leben erweckt werden, zeigen sich Veränderungen und Auswirkungen von Maßnahmen häufig nicht direkt. Das bedeutet, dass heute bereits die Innenstadt von übermorgen initiiert wird. Ähnlich wie beim Klimaschutz, der Digitalisierung und den vielen anderen Generationen-Themen, bedarf ein Ja zur Innenstadt Experimentierfreude, Ausdauer, Mut und Weit-sicht.



# Ihre Innenstadt ist unser Thema



Quelle: Regionalverband Heilbronn-Franken; grafische Umsetzung: JL Artdesign, Leingarten

# Projekttablauf

Im November 2021 hat der Regionalverband Heilbronn-Franken die Kommunen, welche laut Förderausschreibung zur Projektzielgruppe gehören, angeschrieben: Die Stadt Bad Friedrichshall hat in diesem Zuge ihr Interesse am Programm bekundet.

Das Projekt Innenstadtberatung ist mit folgenden Bausteinen konzipiert:

- Innenstadt-Check
- Workshops
- Innenstadt-Konzept

## Innenstadt-Check

Der Innenstadt-Check ist ein Dokument, welches den Ist-Zustand der Innenstadt festhält und veranschaulicht. Er dient als Einstieg in Gespräche und als Hilfsmittel für die Diskussion in den darauffolgenden Workshops. Seine Inhalte speisen sich aus Ortsbegehungen, die mehrere ganztägige Aufenthalte umfassen, sowie aus Einzelgesprächen mit Stadtverwaltung, Stadtmarketing bzw. Gewerbevereinen. Darüber hinaus fließen die Daten aus der Bestandserhebung zur Teilfortschreibung Einzelhandel, sekundärstatistisches Datenmaterial sowie Informationen, die im Internet verfügbar sind, in die Innenstadt-Checks ein. Der Innenstadt-Check ist ein subjektiver Blick des Teams Innenstadtberatung auf die Gegebenheiten vor Ort. Er thematisiert Sachverhalte, die bei Recherchen und Ortsbegehungen aufgefallen sind und bezieht sich auf einen zeitlichen und thematischen Ausschnitt.

## Workshops

Die Workshops dienen dazu, innenstadtrelevante Akteurinnen und Akteuren in den Prozess einzubinden. Die Innenstadtberatung strukturiert den Ideenfindungsprozess durch die Erarbeitung von Leitthemen, welche die Teilnehmerinnen und Teilnehmer bei der Entwicklung konkreter Maßnahmenideen unterstützen. Anschließend bereitet das Projektteam die Ergebnisse auf und erstellt das Innenstadtkonzept.

## Innenstadtkonzept

Das Innenstadtkonzept ist der Beginn der Umsetzungsphase, welche die Akteurinnen und Akteure vor Ort gestalten. Nach dem Blick von außen auf die Innenstadt und der Einbindung der Akteurinnen und Akteure vor Ort, wird mit dem Innenstadtkonzept ein Maßnahmenbündel zum Innenstadtwandel überreicht. Das Konzept enthält hauptsächlich kurz- und mittelfristige Maßnahmen, deren Umsetzung die neu entwickelte Dynamik in puncto Innenstadt demonstrieren kann.

# Projektbausteine



Quelle: Regionalverband Heilbronn-Franken; grafische Umsetzung: JL Artdesign, Leingarten

## Teil A / Innenstadt-Check

Das Projekt Innenstadtberatung versteht eine Innenstadt als multifunktionalen Ort, der von einer Vielzahl unterschiedlicher Nutzungen geprägt ist. Der Einzelhandel ist ein wichtiger Teil davon, profitiert im Miteinander einer Innenstadt aber auch vom Gastronomie- und sonstigen Dienstleistungsangebot wie Banken, Reisebüros oder Arztpraxen. Die innerstädtische Passantenfrequenz und das Thema Aufenthaltsqualität werden als wichtige Faktoren für die Innenstadtentwicklung gesehen. Diesem Aspekt soll der Innenstadt-Check Rechnung tragen.

Der Innenstadt-Check ist wie folgt gegliedert:

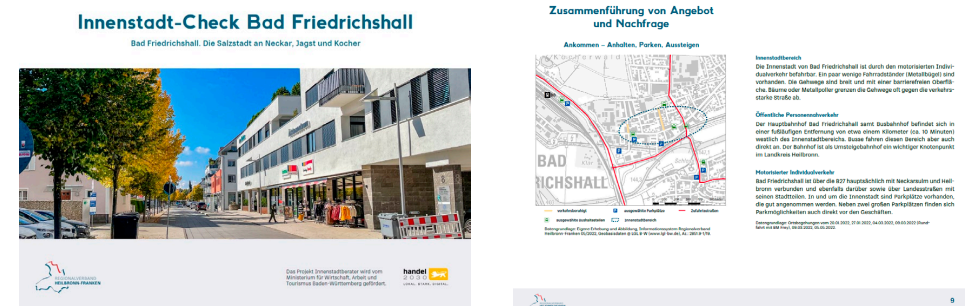
- Angebotssituation
- Nachfragesituation
- Zusammenführung von Angebot und Nachfrage

Im ersten Teil (Angebotssituation) wird der Innenstadtbereich identifiziert und der Einzelhandelsbesatz beleuchtet. Hierbei geht es nicht nur um das bauliche, sondern auch um das digitale Erscheinungsbild. Das lokale Angebot wird anhand statistischer Daten und eigener Erhebungen präsentiert und räumliche Schwerpunkte sowie Branchenstruktur werden herausgearbeitet.

Im zweiten Teil (Nachfragesituation) erfolgt eine Auseinandersetzung mit der potenziell durch die Innenstadt aktivierbaren Nachfrage: Wie viele Menschen leben vor Ort, wie viele im Einzugsgebiet? Welche Kaufkraft liegt vor und welche Personengruppen sind mögliche Innenstadtnutzerinnen und -nutzer? Zudem wird ein Blick auf die räumliche Lage der Innenstadt geworfen, die nicht unerheblich für mögliche Erklärungen örtlicher Nutzungsgegebenheiten ist.

Der dritte Teil (Zusammenführung) setzt sich mit den Fragen auseinander, wie die Menschen in die jeweilige Innenstadt kommen bzw. was sie in die Nähe der Innenstadt führt, was sie in der Innenstadt vorfinden und was sie dazu bewegt, in der Innenstadt zu bleiben. In Karten sind wichtige Wegebeziehungen dargestellt und Orte markiert, die während Ortsbegehungen als „gut“ oder „nicht so gut“ aufgefallen sind. Insbesondere die subjektiven Beobachtungen sind ein Anlass, die Diskussion über die Chancen und Potenziale der Innenstadt zu führen.

Der Innenstadt-Check steht auf der Webseite des Regionalverbands Heilbronn-Franken zum Download zur Verfügung.



Quelle: Innenstadt-Check Bad Friedrichshall, Regionalverband Heilbronn-Franken; grafische Umsetzung: JL Artdesign, Leingarten

Der Innenstadt-Check fungiert als Diskussionsanstoß bzw. als Auftakt für einen Prozess, der über die Projektlaufzeit hinausgeht. Im Rahmen des Projekts wurde daher die Einrichtung eines Gremiums angestoßen, welches nach Projektende die Umsetzung der im vorliegenden Konzept festgehaltenen Maßnahmen vorantreiben kann.

## Teil B / Analyse

Mit dem Innenstadt-Check liegt eine erste Analyse vor. Die hieraus abgeleiteten Leitthemen wurden während des Workshops bestätigt, ergänzt oder verändert und flossen in die nachstehende SWOT-Analyse ein:

		Interne Analyse Wettbewerber, Entwicklungsmöglichkeiten, ungünstige Entwicklungen	
		Stärken	Schwächen
Externe Analyse Alleinstellungsmerkmal, was wir besser als andere können, besondere Ressourcen, Erfolgsfaktoren	Chancen	Welche Stärken ergeben neue Chancen?	Welche Schwächen kann ich bearbeiten, um Chancen zu nutzen
	Risiken	Mit welchen Stärken kann ich Risiken begegnen?	Wo drohen Schwächen zu echten Risiken zu werden?

### STÄRKEN

**Atmosphäre:** Der Bereich Friedrichshaller Straße bis Friedrichsplatz wirkt urban verdichtet und soll entsprechend weiterentwickelt werden. Die Gehwege sind breit und mit abschnittsweise angelegten Baumreihen bestanden. Bäume und Metallpoller grenzen den Fußgängerbereich von der stark befahrenen Straße ab.

**Barrierefreiheit:** Die breiten Gehwege und der flache Belag weisen wenig Hürden auf.

**Bepflanzung:** Die entlang der Friedrichshaller Straße einseitig angelegte Baumreihe begrünt den Innenstadtbereich. Direkt am

Innenstadtrand befindet sich der Salinenkanal, der als Naherholungsbereich dient.

**Erreichbarkeit:** Mit dem Anschluss an die Bundesstraße 27 und dem Hauptbahnhof Bad Friedrichshall sowie mehreren Bushaltestellen im Innenstadtbereich, ist die Innenstadt gut ans überörtliche Verkehrsnetz angebunden.

**Leerstand:** Es ist kaum Leerstand sichtbar.

**Naherholung/Sitzmöglichkeiten:** Mit dem Salinenkanal, dem Kocherwald und dem Bereich Mühlwörthpark/Merzenbach/Schlosspark befinden sich mehrere Naherholungsbereiche in unmittelbarer Nähe der Innenstadt.

**Zielgruppenspezifisches Angebot:** Mehrere Radwege führen an der Innenstadt vorbei. Allerdings ist kein Element aufgefallen, das Fahrradtouristinnen und -touristen zum Pausieren animiert.

**Angebot:** Im Innenstadtbereich gibt es nur wenig Gastronomie und abgesehen von der Bestuhlung vor Bäckerei HiRTH'S BrotCafé ist keine Außengastronomie vorhanden, wodurch ein wichtiger Anreiz zum Verweilen unterrepräsentiert ist.

**Angebot:** Es gibt keine öffentlichen Toiletten im Innenstadtbereich. Öffentliche Toiletten gestalten neben einem gastronomischen Angebot und attraktiven Sitzmöglichkeiten den angenehmen Innenaufenthalt mit.

**Atmosphäre:** Aufgrund des starken Verkehrs und des über den Innenstadtbereich verteilten Einzelhandelsbestands kommt keine Bummelatmosphäre auf.

**Atmosphäre:** Die Innenstadt besteht aus mehreren Schwerpunkten: Industriestraße, Jagstfelder Straße/Rathausplatz, Friedrichshaller Straße ab der Abzweigung Sprengelbachstraße und Friedrichsplatz Richtung Hagenbacher Straße. Eine klare Mitte fehlt und die Schwerpunkte sind unzusammenhängend.

**Erreichbarkeit:** Im und um den Innenstadtbereich herum sind einige Parkplätze vorhanden. Im Workshop wurde betont, dass die Anzahl der Parkplätze nicht ausreicht. Während beim Einzelhandelschwerpunkt in der Industriestraße direkt vor den Geschäften geparkt werden kann, ist das in der Friedrichshaller Straße nicht immer möglich.

**Naherholung/Sitzmöglichkeiten:** Es gibt am Friedrichsplatz und entlang der Friedrichshaller Straße mehrere Sitzgelegenheiten. Anders als die ruhig gelegene Bank am Salinenkanal, ist man auf den Bänken dort direkt dem Verkehr ausgesetzt.

**Marke:** Es geht nicht eindeutig hervor, was die Kernmarke Bad Friedrichshalls ist, da mal mit den drei Flüssen, mal mit dem Thema Salz geworben wird und sich beides nicht direkt in der Innenstadt befindet.

**Orientierung:** Eine angebotsbezogene Beschilderung an der Schnittstelle Sprengelbachstraße-Friedrichshallerstraße ist aufgefallen. Die dort angebrachten Schilder sind jedoch veraltet und unvollständig.

**Orientierung:** Der Hauptbahnhof Bad Friedrichshall ist ein wichtiger Bahnverkehrsknotenpunkt. Aktuell wirkt er allerdings isoliert, ohne direkten Bezug zur oder Hinweis auf die Innenstadt.

**Orientierung:** Die Innenstadtangebote werden immer wieder durch Wohnbebauung oder Baulücken unterbrochen, der Lebensmitteleinzelhandelschwerpunkt schließt nicht direkt an den sonstigen Einzelhandel an, sondern ist durch mehrere Häuserreihen davon getrennt. Sichtverbindungen, andere bauliche Elemente oder Wegweiser können einen Zusammenhang zwischen den Schwerpunkten herstellen

**Zielgruppenspezifisches Angebot:** Der an die Innenstadt angrenzende Spielplatz ist etwas versteckt.

### **Ergebnis:**

*Die Innenstadt Bad Friedrichshalls ist in den Bereichen Bepflanzung und Erreichbarkeit gut positioniert und entwickelt sich im Bereich Atmosphäre. In Letzterem sowie v. a. im Bereich Orientierung besteht noch Potenzial. Im Workshop wurden Ideen und Maßnahmen zum Ausbau der Stärken und Abmilderung der Schwächen erarbeitet.*



## Teil C / Maßnahmen

Die Maßnahmen sind auf Grundlage der Workshop-Ergebnisse entstanden. Sie bauen nicht nur auf den festgestellten Stärken und Schwächen auf, sondern sind durch die innenstadtrelevanten Akteurinnen und Akteure mitformuliert. Bei der Auswahl von Maßnahmen lag der Hauptfokus auf der kurz- und mittelfristigen Umsetzbarkeit. Die Akteurinnen und Akteure der Innenstadt, die Anwohnerschaft sowie Besucherinnen und Besucher dürfen erleben, dass die Innenstadt einen hohen Stellenwert hat und alle gesellschaftlichen Gruppen zur Mitgestaltung eingeladen sind.

Die Umsetzung von Maßnahmen, die weiterführende Auseinandersetzung mit lokalen Themen, die kontinuierliche Gestaltung der Aufenthaltsqualität – kurz: das Beleben der Innenstadt – ist Aufgabe der Menschen vor Ort. Sie erleben, gestalten und repräsentieren ihre Innenstadt und kreieren Botschaften, die von Besucherinnen und Besuchern weitergetragen werden. Daher ist jede und jeder dazu eingeladen, die unten vorgeschlagenen oder selbst formulierten Maßnahmen initiativ anzupacken.

Die Leitthemen, die im Workshop Arbeitsgrundlage waren, wurden zur besseren Orientierung im Konzept nochmals unter alphabetisch sortierten Oberbegriffen zusammengefasst. Die Punktzahl in Klammern gibt an, wie viele Punkte das jeweilige Thema während eines kurzen Meinungsbilds im Workshop erhalten hat und stellt somit keine allgemeine Aussage bezüglich der Wichtigkeit oder Umsetzbarkeit für die Innenstadt insgesamt dar.

In den Maßnahmenvorschlägen wird ein Zeitrahmen angedeutet. Zur groben Orientierung sind Maßnahmen, die lediglich ein wenig Gelds und Absprache bedürfen, als kurzfristig eingeordnet. Maßnahmen, die eines höheren Abstimmungsaufwands und einer längeren Vorlaufzeit bedürfen, bewegen sich im mittelfristigen Umsetzungshorizont und Maßnahmen, die eindeutig umfassende Abstimmung, Bekanntmachung, einen höheren Mitteleinsatz oder eine breite Beteiligung erforderlich machen, sind als langfristig vorgeschlagen.

### Atmosphäre: Aufenthaltsqualität steigern, zentralen Platz schaffen

Ein vom Autoverkehr abgeschirmter Bereich, der Fuß- und Radverkehr Priorität einräumt, einladend möbliert und mit einem gastronomischen Angebot verknüpft ist, soll die Aufenthaltsqualität erhöhen und der Wohnbevölkerung als „verlängertes Wohnzimmer“ zur Verfügung stehen. (0 Punkte)

Aufenthaltsbereich(e) in der Innenstadt			
Projekt	Gemeinsam mit der Bevölkerung wird eruiert, in welchem Bereich der Innenstadt ein Ausbau zum einladenden Außenbereich für sinnvoll erachtet wird. Stichpunkte sind dabei vornehmlich Eigentum, Erreichbarkeit, Möblierung, Grün/Schatten und Aufenthaltsqualität.		
Zeitrahmen	<input type="checkbox"/> kurzfristig	<input checked="" type="checkbox"/> mittelfristig	<input type="checkbox"/> langfristig
Ist-Situation	Es gibt in ProjektInnenstadtbereich bereits Ansätze für Aufenthaltsbereiche (Begrünung, Bänke, Plätze wie den Rathausplatz oder auch Schulhof, Salinenkanal), die erweitert werden können.		
Ziel	Einen nichtkommerziellen Aufenthaltsbereich schaffen, um eine längere Verweildauer zu generieren.		
Aufgaben	Plätze oder Abschnitte ausfindig machen, die ausgebaut werden können, dann durch eine Bürgerbegehung dazu ins Gespräch kommen und den ausgesuchten Platz temporär möblieren, um zu testen, ob er angenommen und wie er genutzt wird.		

## Atmosphäre: Baulicher Zustand, Baulücken

Insgesamt ist der bauliche Zustand des Innenstadtbereichs gut. Durch Neubauprojekte werden weitere urbane Akzente gesetzt. In der Friedrichshaller Straße und in der Industriestraße sind Baulücken auffällig, die zusammen mit dem nicht durchgehenden, durch Wohnbebauung unterbrochenen Einzelhandelsbesatz den Eindruck einer zergliederten Innenstadt vermitteln. Die Baulücken könnten, eine Einigung mit den Eigentümern vorausgesetzt, bei Veranstaltungen miteinbezogen oder gezielt für kleine Veranstaltungen genutzt werden. (2 Punkte)

## Atmosphäre: Gastronomieangebot: Was fehlt konkret?

Ein breites Gastronomieangebot und insbesondere Außengastronomie beleben einen Innenstadtbereich und führen zu einer höheren Frequenz und einer längeren Aufenthaltsdauer. Im Innenstadtbereich ist derzeit nur ein kleines gastronomisches Angebot vorhanden. Für etwas Belebung sorgt die Bäckerei mit Außenbestuhlung gegenüber dem Rathausplatz. Da die Frequenz für neue Gastronomiebetriebe mit steigender Frequenz für den Einzelhandel bzw. mit steigender Aufenthaltsqualität und -dauer einhergeht, sollten Gastronomie und Einzelhandel zusammengedacht werden. Im Workshop gab es bereits konkrete Ideen. Hieran kann die Stadtverwaltung ansetzen und Rahmenbedingungen für gastronomische Ansiedlungen schaffen (bspw. indem Räumlichkeiten eingerichtet und im Bewerbungsverfahren zur Pacht zur Verfügung gestellt werden). (6 Punkte)

„Gastronom/in gesucht“			
Projekt	Die Stadt versucht proaktiv weitere Gastronomiebetriebe für die Innenstadt zu gewinnen, ggf. indem die Kommune eine Räumlichkeit zur Pacht zur Verfügung stellt.		
Zeitraumen	<input type="checkbox"/> kurzfristig	<input checked="" type="checkbox"/> mittelfristig	<input type="checkbox"/> langfristig
Ist-Situation	Gastronomie ist derzeit wenig in der Innenstadt sichtbar und kein Anker für einen längeren Aufenthalt.		
Ziel	Ansiedlung weiterer Gastronomie.		
Aufgaben	Rahmenbedingungen konkretisieren: <ul style="list-style-type: none"><li>■ Zielgruppe,</li><li>■ Betriebstyp (Schank- und Speisewirtschaft, Café, Bistro, Erlebnisgastronomie) und</li><li>■ Art der Küche (Speisen und Getränke) definieren;</li><li>■ Marktchancen eruieren.</li><li>■ Räumlichkeiten organisieren und</li><li>■ eine Kampagne zur Suche ausarbeiten (lassen).</li></ul>		

## Barrierefreiheit

Im Sinne der Barrierefreiheit positive Ansätze konnten als Stärke festgestellt werden. An dieser Stelle sei auf den von der Stadt bereits durchgeführten Fußverkehrs-Check verwiesen, der u. a. in puncto Barrierefreiheit vorschlägt, was bei künftigen Baumaßnahmen beachtet werden soll.

## Bepflanzung

Klimaregulierung durch Wasser- und Grünelemente gehört zu den Grundwerkzeugen bei der Erhöhung der Aufenthaltsqualität in Innenstädten. Im Innenstadtbereich ist ein Baumbestand vorhanden. Um den Innenstadtbereich herum befinden sich grüne Naherholungsbereiche. Als „Stadt der drei Flüsse“ könnte Wasser als Gestaltungselement eine wichtigere Rolle zukommen.

### Erreichbarkeit: Parkplätze: Anzahl und Anbindung

Während Ortsbegehungen an unterschiedlichen Tagen und zu unterschiedlichen Uhrzeiten konnte eine rege Nutzung der großen Parkplätze und insbesondere der Parkplätze entlang der Friedrichshaller Straße festgestellt werden. Die Anzahl der Parkplätze erschien zu den Besuchszeitpunkten immer ausreichend. Im Workshop wurde jedoch angemerkt, dass die Parkplatzzahl im Schnitt nicht ausreicht. Auf das Parkraumkonzept für Bad Friedrichshall sei an dieser Stelle verwiesen. Das Konzept ist aus dem Jahr 2015 – sollte über eine Erweiterung bzw. Aufstockung des Parkplatzangebots nachgedacht werden, müsste ggf. neues Datenmaterial erhoben werden. (3 Punkte)

### Erreichbarkeit: Parkplätze: Anzahl und Anbindung

Eine gute Erreichbarkeit mit dem Fahrrad erfordert ausreichende, sichere und einfach aufzufindende Abstellmöglichkeiten, die nicht zu weit von den Einzelhandelsbetrieben entfernt sind, sodass keine langen Tragewege entstehen. Geregelt Abstellmöglichkeiten vermeiden gleichzeitig fußverkehrsbehinderndes Abstellen von Fahrrädern. Sowohl im Parkraumkonzept, als auch im Workshop kam die Anregung zu weiteren Abstellmöglichkeiten auf. Um das Thema „fahrradnahe Innenstadt“ in der Öffentlichkeit zu platzieren, schlagen wir folgende Maßnahme vor:

## Fahrrad-Aktionstag(e)

Projekt	An einem Aktionstag oder -wochenende wird der Rad-Check des Landes Baden-Württemberg in Bad Friedrichshall angeboten. Die Stadt führt unter den Besucherinnen und Besuchern eine Umfrage zum Thema Verortung von Fahrradstellplätzen (und ggf. zu weiteren fahrradbezüglichen Themen) durch und entwickelt anschließend entsprechende Maßnahmen.		
Zeitraumen	<input checked="" type="checkbox"/> kurzfristig	<input type="checkbox"/> mittelfristig	<input type="checkbox"/> langfristig
Ist-Situation	Es besteht der Wunsch, die Anzahl der Fahrradabstellmöglichkeiten zu erhöhen.		
Ziel	Es gibt unweit der wichtigen Einzelhandelsschwerpunkte und Naherholungsmöglichkeiten ausreichend offizielle Abstellmöglichkeiten für Fahrräder.		
Aufgaben	RadCheck und Umfrage organisieren, Information an alle Haushalte schicken.		

## Leerstand

Während der Ortsbegehungen ist kaum Leerstand in der Innenstadt aufgefallen. Im durch Fachwerkbau geprägten Teil Kochendorfs ist Leerstand sichtbar, wobei dieser Bereich durch Neubauprojekte weiterentwickelt wird, sodass sich hier die Leerstandssituation verändern könnte. Es ist sinnvoll, Leerstand (dort) übergangsweise zu kaschieren, etwa indem Schaufenster als Informationstafeln für städtische Veranstaltungen genutzt werden oder mit Aufschriften wie „Möglichkeitsraum“ Aufmerksamkeit erregen.

## Marke: Stadt der drei Flüsse – im Innenstadtbereich wiedererkennbar

Die drei Flüsse werden im Logo der Stadt Bad Friedrichshall angedeutet und sind in touristischen Texten präsent. In der Innenstadt wird das Thema allerdings nicht explizit aufgegriffen. Im Sinne der einheitlichen Stadtgestaltung und Verbindung der einzelnen Bereiche bietet sich eine wiederkehrende Symbolik an, die auf den die Innenstadt strukturierenden Gestaltungselementen abgebildet wird. Es wäre marketingtechnisch auch denkbar, die Drei aus „Stadt der drei Flüsse“ auf weitere Vorzüge zu übertragen: Stadt der drei Flüsse, Innenstadt mit drei Schwerpunkten (Industriestraße, Rathausplatz/Friedrichshaller Straße und Friedrichsplatz), 3 gute Gründe für Bad Friedrichshall: Flüsse, Salz und Gesundheit. (0 Punkte)

## Naherholung/Sitzmöglichkeiten: Naherholungsbereiche an den Innenstadtbereich anbinden

Naherholungsmöglichkeiten runden den Innenstadtbesuch ab und führen idealerweise zu einer längeren Aufenthaltsdauer. Direkt an die Bad Friedrichshaller Innenstadt angrenzend (Salinenkanal) und etwas weiter weg, aber auch fußläufig erreichbar (Kocherwald, Mühlwörthpark/Merzenbach/Schlosspark), befinden sich mehrere Naherholungsbereiche. Innerhalb des Innenstadtbereichs besteht noch Ausbaupotenzial. Das Fußgängerleitsystem könnte die Naherholungsbereiche und Aufenthaltsorte aufnehmen und miteinander vernetzen. (2 Punkte)

### Einheitliche Symbolsprache für die Innenstadt (und darüber hinaus)

Projekt	Im Zusammenhang mit einer neuen, einheitlichen Beschilderung wird entweder ein vorhandenes Symbol konsequent genutzt oder ein neues Symbol eingeführt, welches die Kernmarke Bad Friedrichshalls repräsentiert.		
Zeitraumen	<input checked="" type="checkbox"/> kurzfristig	<input type="checkbox"/> mittelfristig	<input type="checkbox"/> langfristig
Ist-Situation	Derzeit ist keine einheitliche Symbolsprache erkennbar und die Wortmarken „Stadt der drei Flüsse“ und „Salzstadt“ werden ohne eindeutigen Schwerpunkt mal einzeln, mal kombiniert verwendet.		
Ziel	Die Marke der Stadt Bad Friedrichshall eindeutig transportieren und für Wiedererkennung sorgen.		
Aufgaben	Abstimmung über die einheitliche Verwendung einer Marke in Wort und Bild und Berücksichtigung dessen bei anderen Maßnahmen.		

## Orientierung: Ankommenspunkt Hauptbahnhof

Der Hauptbahnhof Bad Friedrichshall ist ein wichtiger Verkehrsknotenpunkt und verbindet Bad Friedrichshall mit dem Umland und dessen Arbeits- sowie touristischen Angeboten. Aktuell fehlt es am Hauptbahnhof an attraktivem Angebot für Umsteigende, an einer sichtbaren Verbindung zur Innenstadt sowie Verweilanzweilen für Ankommende. Im Workshop wurden konkrete Vorschläge geäußert, die nachfolgend zusammengefasst sind. (9 Punkte)

„Visitenkarte Hauptbahnhof“			
Projekt	Gestaltung des Hauptbahnhofs als Ankommenspunkt, an dem man sich willkommen, orientiert und innenstadtnah fühlt. Eine Idee ist die bauliche Attraktivierung des Bahnhofsgebäudes, evtl. mit Elementen, welche die Stadt Bad Friedrichshall oder ihre Kernmarke repräsentieren, und mit einem (gastronomischen) Verweilangebot, das nicht in Konkurrenz zum innenstädtischen Angebot steht. Durch eine entsprechende Beschilderung werden Besucherinnen und Besucher informiert und orientiert. Eine Umgestaltung des Parkplatzbereichs könnte den Akzent auf umweltfreundliche Verkehrsmittel wie Fahrrad und Bahn stärken. Leitfrage sollte bei diesem Projekt sein: Welchen Ersteindruck sollen Ankommende von Bad Friedrichshall direkt vermittelt bekommen?		
Zeitraumen	<input type="checkbox"/> kurzfristig	<input type="checkbox"/> mittelfristig	<input checked="" type="checkbox"/> langfristig
Ist-Situation	Der Hauptbahnhof Bad Friedrichshall ist funktional, er regt nicht zum Verweilen oder Innenstadtbesuch an.		
Ziel	Bad Friedrichshall heißt Ankommende baulich und symbolisch willkommen und zeigt, was es zu bieten hat.		
Aufgaben	Als langfristiges Projekt bedarf es einer eigenen Planung, Teilprojekte wie die Beschilderung sind in diesem Konzept an anderer Stelle beschrieben.		

## Orientierung: Innenstadtbereiche/Handels- und Dienstleistungsschwerpunkte miteinander in Beziehung setzen

Die Bad Friedrichshaller Innenstadt erscheint nicht einheitlich, sondern besteht vielmehr aus mehreren unverbundenen Schwerpunkten. Das bringt die Aufgabe und Herausforderung mit sich, diese eindeutig miteinander zu verknüpfen, um zu einem runden Gesamtinnenstadtangebot zu kommen. Da es schwierig ist, durch große bauliche Veränderung einen Zusammenhang herzustellen, kann auf symbolische Mittel zurückgegriffen werden. (5 Punkte)

Fußgängerleitsystem			
Projekt	Ein Fußgängerleitsystem einrichten, das öffentliche, privatwirtschaftliche kulturelle, Naherholungs- und touristische Angebote ausweist und Besucherinnen und Besuchern Orientierung gibt. Einzelhandelsbetriebe sollten aufgeführt werden.		
Zeitraumen	<input checked="" type="checkbox"/> kurzfristig	<input type="checkbox"/> mittelfristig	<input type="checkbox"/> langfristig
Ist-Situation	Die vorhandene Beschilderung ist nicht ausreichend.		
Ziel	Die Besucherinnen und Besucher wissen ab den Parkplätzen, dem Hauptbahnhof und den Innenstadteingängen, was sie in der Innenstadt vorfinden, und werden geleitet. Die Beschilderung überbrückt die Wege zwischen den Ankommensorten und Einzelhandelsschwerpunkten: z. B. zwischen der Industriestraße und der Friedrichshaller Straße oder zwischen dem Hauptbahnhof und dem Innenstadtbereich.		
Aufgaben	Beschilderungsmodell langfristig festlegen, abgestimmt auf die sonstige Möblierung/Gestaltung und einen Beschilderungsplan aufstellen, der die Leitfunktion umsetzt. Einzelhändlerinnen und -händler informieren.		

## Orientierung: Eine klare Eingangssituation schaffen

Bad Friedrichshall hat die besondere Situation, dass die Gesamtstadt ein Zusammenschluss mehrerer Gemeinden ist. Die Innenstadt entstand deshalb nicht aus einer historischen Mitte heraus, sondern wurde zwischen den Gemeinden als eine neue Mitte entwickelt. Da die verschiedenen Eingangssituationen unklar sind, empfehlen wir, den Eingang zur Innenstadt jeweils zu markieren, um anzuzeigen: „Ab hier sind Sie drin“. (0 Punkte)

Innenstadteingangsbereiche gestalten			
Projekt	Die Eingänge zur Innenstadt von Bad Friedrichshall werden durch Elemente, wie Stelen, Plastiken oder Banner symbolisch gekennzeichnet, damit die Innenstadt erkennbar wird.		
Zeitraumen	<input checked="" type="checkbox"/> kurzfristig	<input type="checkbox"/> mittelfristig	<input type="checkbox"/> langfristig
Ist-Situation	Vom Hauptbahnhof kommend, hat die Brücke der Bundesstraße 27 eine Art Torfunktion, allerdings fällt der Blick von Besucherinnen und Besuchern zunächst auf Industrie. Danach beginnt der Innenstadtbereich mit der BAG Franken und der Buchoase „stückchenweise“. Weil das Innenstadtangebot am Friedrichsplatz sich sowohl über die Friedrichshaller Straße erstreckt als auch über den Friedrichsplatz hinaus in der Hagenbacher Straße ausläuft, ist hier ebenfalls keine klare Eingangssituation wahrzunehmen. Eine ähnliche Situation herrscht am Kreisverkehr von dem aus man zum Angebot in der Industriestraße gelangt.		
Ziel	Der Innenstadtbereich verfügt über Stadteingänge, die klar als solche erkennbar sind.		
Aufgaben	Die möglichen Eingangsbereiche eruieren und (baulich) markieren.		

## Orientierung: Einzelhandelsangebot analog und digital

Alle im Check relevanten Betriebe sind auf Google Maps und haben eine eigene Webseite. Auf der Webseite der Stadt Bad Friedrichshall und der Tourismuswebseite Bad Friedrichshalls findet sich keine Übersicht über die Einkaufsmöglichkeiten. (0 Punkte)

Gespräch/Workshop zur digitalen Präsenz			
Projekt	Die Stadt sowie der Handels- und Gewerbeverein (HGV) und weitere Interessierte tauschen sich darüber aus, in welcher Form (z. B. Liste, Kacheln oder Karte) in welchem Umfang (Stichpunkte, Text, Verknüpfung mit den Homepages der Betriebe), auf welchen Webseiten (Stadt, HGV, Stadtmarketing) das innerstädtische, nicht-touristische und nicht-kulturelle Angebot digital präsentiert sein soll.		
Zeitraumen	<input checked="" type="checkbox"/> kurzfristig	<input type="checkbox"/> mittelfristig	<input type="checkbox"/> langfristig
Ist-Situation	Es gibt keine offiziell gebündelten Hinweise auf das bestehende Einzelhandelsangebot in der Innenstadt.		
Ziel	Digitale Sichtbarkeit ist künftig nicht nur auf einzelbetrieblicher Ebene gegeben, sondern auch an digitalen Ankommenpunkten.		
Aufgaben	Feststellen, wo Informationen präsentiert werden, dann zum Austausch einladen und festlegen, wo welche Informationen künftig zugänglich sein sollen.		

## Zielgruppenspezifisches Angebot: Aufenthaltsmöglichkeit/Angebot für Jugendliche

Im Workshop wurde festgestellt, dass Angebote für Jugendliche fehlen, welche für diese Zielgruppe einen attraktiven Aufenthaltsort (im Freien) ausmachen. (1 Punkt)

Weitere Angebote für Jugendliche			
Projekt	Stadtverwaltung und die Offene Kinder- und Jugendarbeit Bad Friedrichshall erarbeiten zusammen mit Jugendlichen, ob bzw. welche weiteren Aufenthaltsmöglichkeiten oder Angebote (im Freien) in der Innenstadt eingerichtet werden sollen.		
Zeitraumen	<input checked="" type="checkbox"/> kurzfristig	<input type="checkbox"/> mittelfristig	<input type="checkbox"/> langfristig
Ist-Situation	Im Workshop wurde festgestellt, dass es an attraktiven, informellen Aufenthaltsorten in der Innenstadt fehlt.		
Ziel	Die Jugendlichen am Sozialraum Innenstadt, den sie durch Aufenthalt und Aktivitäten mitgestalten, teilhaben lassen.		
Aufgaben	Eine Kooperation zwischen Innenstadtverantwortlichen der Stadtverwaltung und den Jugendanlaufstellen initiieren, um eine Jugendwerkstatt durchzuführen.		

## Zielgruppenspezifisches Angebot: Aufmerksamkeit für das Bestehende – Stadt-Binnenmarketing

Bei der Auswertung früherer Konzepte und Erhebungen für Bad Friedrichshall ist bzgl. der Stadtmitte die Aussage aufgefallen, dass die neue Mitte (Friedrichshaller Straße/Rathausplatz) zwar anerkannt würde, aber keine emotionale Bindung bestehe. Es handele sich hier um eine funktionale Mitte. In Gesprächen im Rahmen des Projekts wurde eingebracht, dass Bad Friedrichshall aufgrund der Stadtentstehungsgeschichte weiterhin zusammenwachsen müsse. (1 Punkt)

Bürgerveranstaltung „Unsere Innenstadt“			
Projekt	In einer Veranstaltung werden den Einwohnerinnen und Einwohnern sowie weiteren Interessierten anstehende, sichtbare Veränderungsmöglichkeiten für die Innenstadt (Bepflanzung, Platzgestaltung, Möblierung, Beschilderung o. ä.) vorgestellt und in Arbeitsrunden gemeinsam konkretisiert. Die Veranstaltung wird auch dazu genutzt, alle vorhandenen Angebote, die auf die Atmosphäre und Verweildauer positiv einwirken können, vorzustellen.		
Zeitraumen	<input checked="" type="checkbox"/> kurzfristig	<input type="checkbox"/> mittelfristig	<input type="checkbox"/> langfristig
Ist-Situation	Während des Projekts ist der Eindruck entstanden, dass das Innenstadtgefühl ausbaufähig ist. Mit den vorhandenen Videos über Bad Friedrichshall sind Präsentationsansätze vorhanden, auf die aufgebaut werden kann.		
Ziel	Durch Information, Austausch und gemeinsame Gestaltung wird das Bewusstsein für die Innenstadt gestärkt.		
Aufgaben	Alle Angebote, welche die Stadt ausmachen, zusammentragen und aufbereiten, Veranstaltung planen und durchführen.		

### **Zielgruppenspezifisches Angebot: Gesundheitsschwerpunkt als Thema nutzen**

Im Rahmen des Innenstadt-Checks wurde festgestellt, dass sich im Bad Friedrichshaller Innenstadtbereich viele Arztpraxen und gesundheitsbezogene Dienstleister räumlich konzentrieren und einen gesundheitsthematischen Schwerpunkt darstellen. Auch im Workshop wurde die Gesundheitsbranche hervorgehoben. Das Thema „Gesundheit“ könnte als (ein) Leitthema für die Bad Friedrichshaller Innenstadt fungieren, eine Verknüpfung mit dem Thema Salz/Sole ist denkbar. (0 Punkte)



# Ausblick

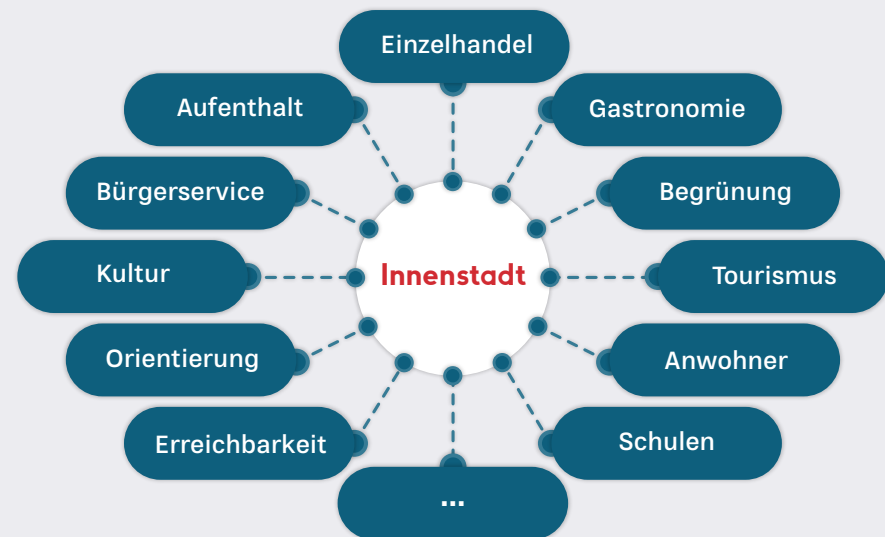
Wir bedanken uns für Ihre Teilnahme am Projekt Innenstadtberatung, für Ihr Engagement und Ihre Kreativität. Gemeinsam haben wir die Innenstadt zum Thema gemacht. Das Innenstadtkonzept ist Ergebnis dieses Prozesses und Beginn der Umsetzung und Implementierung in Bad Friedrichshall.

Bleiben Sie dran! Eine Innenstadt ist Kern und Mittelpunkt eines Wohn- und Arbeitsortes. Sie versorgt die Menschen mit Waren des täglichen Bedarfs, mit Kultur, Sozialem, Verwaltung und Freizeitmöglichkeiten. Sie ist „gute Stube“, Aushängeschild und Schaufenster für Besucherinnen und Besucher. Machen Sie die Innenstadt immer wieder aufs Neue zu Ihrem Thema.

Ihr Team Innenstadtberatung

Cornelius van Vugt  
Annika Dehner  
Dr. Martin Heberling

## Gemeinschaftsaufgabe Innenstadt



Quelle: Regionalverband Heilbronn-Franken; grafische Umsetzung: JL Artdesign, Leingarten

