

Maßnahmen zur Entwicklung der Innenstadt Neuenstadts a. K.

Konzept im Rahmen des Förderprojekts Innenstadtberatung



Bild der Titelseite:

© Stadtverwaltung Neuenstadt a. K. - Sport, Kultur, Tourismus

Bild der Rückseite:

© Eberhard - 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:

August 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

Projektlauf

Im November 2021 hat der Regionalverband Heilbronn-Franken die Kommunen, welche laut Förderausschreibung zur Projektzielgruppe gehören, angeschrieben: Die Stadt Neuenstadt a. K. 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 Akteure 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 Neuenstadt a. K., 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. Diese wurde durch eine Befragung ergänzt, die auf dem Stadtfest Neuenstadt im Mai 2022 durchgeführt wurde und danach drei Wochen lang online zugänglich war. 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

Angebot: Im Innenstadtbereich gibt es ein diverses Angebot. Ergänzt durch den direkt angrenzenden Einzelhandelsschwerpunkt im Bahnhof findet man vor Ort alles Nötige für den täglichen Bedarf sowie Dienstleister und öffentliche Anlaufstellen. Mit der Freilichtbühne gibt es zusätzlich eine saisonale Attraktion, die für Frequenz sorgt. An mehreren Stellen belebt Außengastronomie sichtbar den Innenstadtbereich.

Atmosphäre: Die Atmosphäre in der Neuenstadter Innenstadt wird durch historische Elemente und durch sanierte Abschnitte geprägt, wirkt sauber und ist angenehm. Der Innenstadtbereich ist eindeutig identifizierbar.

Barrierefreiheit/Sicherheit: Die Gehwegpflasterung ist flach, im Parkhaus gibt es einen Aufzug und barrierefreien Ausgang bzw. Übergang zur Lindenstraße und am Brunnen gegenüber dem Rathaus hilft eine Rampe, die zum Mühlweg führt, beim Überwinden des Höhenunterschieds.

Erreichbarkeit: Die Erreichbarkeit der Neuenstadter Innenstadt ist sehr gut. Sie befindet sich unweit einer Autobahnanbindung und verfügt die Hauptstraße entlang bis zum Lindenplatz über kostenfreie Parkplätze mit begrenzter Parkdauer. Ein Parkhaus beim Einzelhandelsschwerpunkt verfügt über zwei Parkdecks mit unbegrenzter Parkdauer für Innenstadtbesucherinnen und -besucher und befindet sich direkt gegenüber der Freilichtbühne. Hinzu kommt der Zentrale Omnibusbahnhof (ZOB) Lindenplatz, ein Busverkehrsknotenpunkt in der Region. Die Angebote sind ab den Ankommenspunkten alle fußläufig erreichbar.

Naherholung/Sitzmöglichkeiten: Im gesamten Innenstadtbereich sind ausreichend Sitzgelegenheiten vorhanden.

Orientierung: Eine Wortwolke neben dem Parkhaus animiert zum Entdecken des nur eine Gehminute entfernten Einzelhandelsangebots, ein Gastro-Leitsystem am Kassenhäuschen der Freilichtbühne informiert inkl. Stadtplan über das gastronomische Angebot und eine Hinweistafel am Oberen Torturm verzeichnet die historischen Sehenswürdigkeiten. E-Bike-Lademöglichkeiten sind leicht auffindbar.

Zielgruppenspezifisches Angebot: Für Kulturinteressierte hat Neuenstadt mit den saisonalen Freilichtspielen und dem fußläufig nicht weit entfernten Museum im Schafstall, wo regelmäßig Kulturveranstaltungen stattfinden, viel zu bieten.

Zielgruppenspezifisches Angebot: Die Radwegbeschilderung führt Radtouristen durch die Innenstadt. Die Alte Kegelbahn am Anfang der Hauptstraße stellt mit der Tourist-Info, den Lademöglichkeiten für E-Bikes und dem RadSERVICE-Punkt einen zielgruppenspezifischen Stoppunkt dar.

Angebot: Die öffentliche Toilettenanlage neben dem Eiscafé Italia ist in einem schlechten Zustand.

Angebot: In der Umfrage wurde betont, dass einheitliche Öffnungszeiten im Innenstadtbereich wünschenswert sind.

Atmosphäre: Auf beiden Seiten im Bereich des Marktplatzes und in manchen Seitengassen fallen (historische) Gebäude durch ihren schlechten Zustand auf. Manche Schaufenster hängen voller Plakate und sind somit nicht ansprechend gestaltet. Die Umfrage hat ergeben, dass das Einkaufsumfeld noch Potenzial hat.

Barrierefreiheit/Sicherheit: Entlang der Hauptstraße dominiert der fließende und ruhende Verkehr. Die Gehwege sind abschnittsweise schmal, auch aufgrund von Parkplätzen, und weisen keine Bordsteinkante auf, was dazu führt, dass Autos in Begegnungssituationen auf den Gehweg ausweichen. Wenn zusätzlich Aufsteller vor Geschäften stehen, ist der Gehweg verengt.

Bepflanzung: Abgesehen von der pflanzlichen Überdachung der Lindenanlage gibt es nur wenig schattenspendendes Grün im Bereich von Sitzgelegenheiten. Die Innenstadt wirkt betonlastig. Der Marktplatz mit Wasserspiel und der Lindenplatz sind fast gänzlich der Sonne ausgesetzt, ebenso die Sitzbänke vor dem Rathaus.

Digitales/Kommunikation: Die digitale Sichtbarkeit des innerstädtischen Einzelhandelsangebots ist ausbaufähig.

Erreichbarkeit: Die Innenstadt wird überwiegend per Auto erreicht, wobei das Auto am häufigsten an der Hauptstraße oder am Marktplatz geparkt wird. Trotz des großen Stellplatzangebots nutzt laut Umfrage nur ein kleiner Teil der Besucherinnen und Besucher das Parkhaus. Der in beide Richtungen fließende Verkehr mindert laut Umfrage den angenehmen Innenstadtaufenthalt.

Leerstand: Es gibt zwar wenigen, dafür aber deutlich sichtbaren Leerstand in der Neuenstadter Innenstadt.

Marke: An den Ortseingängen, von außerhalb mit dem Auto kommend, präsentiert sich Neuenstadt a. K. als Europastadt. Das findet sich in der Innenstadt nicht wieder, könnte aber aufgegriffen werden.

Naherholung/Sitzmöglichkeiten: In der Umfrage wurde bedauert, dass die schattenspendende Lindenanlage nicht mit einem Verweilangebot versehen ist.

Orientierung: Die öffentliche Toilette ist kaum ausgeschildert und zudem in einem schlechten Zustand. Die vorhandenen netten Toiletten sind nicht gut sichtbar markiert.

Zielgruppenspezifisches Angebot: Im Innenstadtbereich gibt es keinen Spielplatz. Abgesehen vom Wasserspiel am Marktplatz, der direkt dem Verkehr ausgesetzt ist, finden Familien mit Kindern kein passendes Verweilangebot im Innenstadtbereich.

Ergebnis:

Die Innenstadt Neuenstadts a. K. ist in den Bereichen Angebot, Erreichbarkeit und Orientierung gut positioniert. In den Bereichen Atmosphäre, Barrierefreiheit/Sicherheit und Naherholung/Sitzmöglichkeiten 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 Bot-schaften, 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.

Angebot: Anregende, aktivierende Innenstadt

In der Innenstadt sollten Besucherinnen und Besucher durch Ausstattung, Gestaltung und Anreize dazu animiert werden, vor Ort zu verweilen und die vorhandenen kommerziellen wie nicht-kommerziellen Angebote zu nutzen. In der Umfrage vergaben 56 % der Befragten die Schulnoten gut bis sehr gut für das allgemeine Flair in der Innenstadt. Erreichbarkeit, Sauberkeit, Orientierung und Gastronomie schnitten besser ab. Der Gestaltung des Aufenthaltsraums Innenstadt kommt somit hohe Bedeutung zu. Abhängig von der Zielgruppe kann das durch Spielgeräte, durch besondere Schaufensterdekorationen, durch eine einladende Außengastronomie oder auch einfach durch eine Sitzbank in einem tollen Ambiente geschehen. Mit der Innenstadt in Interaktion treten, sie dadurch beleben. Hierzu tragen viele der weiteren Leitthemen bei.

Immer mal was Neues			
Projekt	Ein Raum oder Ladengeschäft im Innenstadtbereich ist für wechselnde Angebote verfügbar: Pop-up Stores, Ausstellungen, Vereinssitzungen, Angebote während Veranstaltungen, Angebote für verschiedene Altersgruppen.		
Zeitrahmen	<input type="checkbox"/> kurzfristig	<input type="checkbox"/> mittelfristig	<input checked="" type="checkbox"/> langfristig
Ist-Situation	Im Workshop wurde die Idee geäußert, die Innenstadt durch zusätzliche Angebote zu attraktivieren.		
Ziel	Ein wechselndes Angebot, das immer wieder einen neuen Akzent setzt.		
Aufgaben	Räumlichkeit finden, Eigentums- und Nutzungsverhältnisse klären und Nutzungen festlegen/einplanen.		

Trinkbrunnen			
Projekt	Ein Trinkbrunnen bei/in der Lindenanlage oder bei der Tourist-Info steigert die Aufenthaltsqualität an heißen Tagen und ist ein zusätzliches Angebot, mit dem insbesondere der „Fahrrad-Stoppunkt Tourist-Info“ sinnvoll ergänzt würde.		
Zeitraumen	<input checked="" type="checkbox"/> kurzfristig	<input type="checkbox"/> mittelfristig	<input type="checkbox"/> langfristig
Ist-Situation	Trinkflaschen können in der Innenstadt nicht aufgefüllt werden.		
Ziel	Trinkwasserbrunnen zur Verfügung stellen, um die Aufenthaltsqualität zu steigern.		
Aufgaben	Brunnen installieren und ausschildern.		

Angebot: Verbesserung der öffentlichen WC-Anlagen

Die WC-Anlage im Innenstadtbereich ist in einem schlechten Zustand und nicht barrierefrei, die netten Toiletten sind nicht gut ausgeschildert. Öffentliche Toiletten gestalten neben einem gastronomischen Angebot und attraktiven Sitzmöglichkeiten den angenehmen Innenstadtaufenthalt mit. Das Sanierungsgebiet sieht eine Modernisierung der vorhandenen WC-Anlage vor, weswegen hierzu auf diese Planungen verwiesen sei.

Atmosphäre: Aufenthaltsqualität im Bereich des Marktplatzes

Der Marktplatz hat aufgrund seiner Größe das Potenzial, zum zentralen Treff- und Verweilpunkt entwickelt zu werden. Mit dem Wasserspiel ist eine erste Attraktion vorhanden und Barrierefreiheit ist gegeben. Im Workshop wurde die Atmosphäre des Platzes als „tostlos“ bezeichnet. Auf eine Einhaltung der Geschwindigkeitsbegrenzung auf Höhe des Marktplatzes sollte geachtet werden, insbesondere im Hinblick auf den Aufenthalt von Kindern.

Liegestühle für den Marktplatz			
Projekt	Als eine erste Maßnahme, neben den unter „Bepflanzung“ aufgeführten Pflanzkübeln, auf dem Marktplatz Liegestühle für Groß und Klein anbieten.		
Zeitraumen	<input checked="" type="checkbox"/> kurzfristig	<input type="checkbox"/> mittelfristig	<input type="checkbox"/> langfristig
Ist-Situation	Es besteht der Wunsch nach mehr Aufenthaltsqualität im Bereich des Marktplatzes.		
Ziel	Der Marktplatz verfügt über ein Angebot für entspanntes Sitzen.		
Aufgaben	Stuhlmodell und passenden Aufstellort festlegen.		

Workshop: Weitere Gestaltungsideen für den Marktplatz

Projekt	In einem Workshop werden mit Bürgerinnen und Bürgern anhand von Plänen, Spielfiguren, Bauklötzen oder ähnlichen Materialien Gestaltungsideen für den Marktplatz gesammelt und die Umsetzbarkeit besprochen. Beschattung ist als Thema miteinzubeziehen. Förderprojekte wie „Lebendige und verkehrsfreie Ortsmiten“ bieten die Möglichkeit, temporär Innenstadtmobiliar zu leihen, um Umgestaltung und Belebung auszuprobieren.		
Zeitraumen	<input checked="" type="checkbox"/> kurzfristig	<input type="checkbox"/> mittelfristig	<input type="checkbox"/> langfristig
Ist-Situation	Es besteht der Wunsch nach mehr Aufenthaltsqualität im Bereich des Marktplatzes.		
Ziel	Der Marktplatz bietet verschiedenen Zielgruppen Verweilangebote.		
Aufgaben	Workshop planen und durchführen und Ergebnisse temporär ausprobieren, um über Verstetigungen zu entscheiden.		

Barrierefreiheit/Sicherheit:

Einerseits sind flache Gehwege und Straßen ohne Bordsteinkante eine gute Voraussetzung für Barrierefreiheit, andererseits ist ob des Begegnungsverkehrs, den schmalen Gehwegabschnitten und der nicht eindeutigen Trennung von Geh- und Fahrwegen besondere Vorsicht geboten. Am ZOB Lindenplatz gibt es Vorlesefunktionen für die Fahrpläne, wovon eine Vorleseeinrichtung aufgrund eines hohen Bordsteins nicht barrierefrei zugänglich ist. Bei künftigen Gestaltungsmaßnahmen zur Verbesserung der Aufenthaltsqualität und Erhöhung der Verweildauer empfiehlt es sich, Sicherheit und Barrierefreiheit regelmäßig in den Blick zu nehmen.

Fußverkehrs-Check			
Projekt	Die Stadt Neuenstadt a.K. führt einen Fußverkehrs-Check durch, um langfristig und gemeinsam mit den Bürgerinnen und Bürgern die Attraktivität des Fußverkehrsraums zu steigern.		
Zeitraumen	<input checked="" type="checkbox"/> kurzfristig	<input type="checkbox"/> mittelfristig	<input type="checkbox"/> langfristig
Ist-Situation	Der gesamte Innenstadtbereich ist in beide Richtungen befahrbar, es gibt schon gute Ansätze für einen barrierefreien Aufenthalt, aber das sichere Nebeneinander von Aufenthalt und verschiedenen Verkehrsarten hat noch Potenzial.		
Ziel	Durch den Fußverkehrs-Check wird die Aufmerksamkeit auf die Attraktivierung des Fußverkehrsraums gelenkt und sichere sowie unsichere Abschnitte werden erkennbar.		
Aufgaben	Fußverkehrs-Check beantragen, Information an alle Haushalte schicken.		

Bepflanzung

Klimaregulierung durch Wasser- und Grünelemente gehört zu den Grundwerkzeugen zur Erhöhung der Aufenthaltsqualität in Innenstädten. Mit der Lindenanlage gibt es in Neuenstadt einen schattigen Bereich, die restliche Innenstadt ist überwiegend der Sonne ausgesetzt. Das Wasserspiel am Marktplatz, die Brettach auf Höhe der Tourist-Info sowie zwei Brunnen (einer gegenüber dem Rathaus und einer in der Brunnengasse) bringen das Element Wasser ein. Eine erste Begrünungsmaßnahme wäre das Aufstellen weiterer Pflanzkübel.

Pflanzkübelpatenschaften			
Projekt	Vor dem Rathaus, entlang der Hauptstraße, auf dem Markt- und Lindenplatz werden zusätzliche Pflanzkübel, auch mit kleinen Bäumen, aufgestellt. Die Gestaltung könnten Kindergarten, Schule, Stadtmarketingverein u. a. patenschaftlich übernehmen. Ggf. könnten Pflanzkübel auch auf die Parkplätze entlang der Hauptstraße gestellt werden, welche bei Parknutzung derzeit den Gehweg stark verschmälern.		
Zeitraumen	<input checked="" type="checkbox"/> kurzfristig	<input type="checkbox"/> mittelfristig	<input type="checkbox"/> langfristig
Ist-Situation	Es gibt im Innenstadtbereich ein paar wenige Pflanzkübel.		
Ziel	Mehr Grün und gestalterische Elemente in der Innenstadt.		
Aufgaben	Plätze für Pflanzkübel festlegen, Patenschaften organisieren.		

Digitales/Kommunikation: Einzelhandel gemeinsam präsent und aktiv

Mit dem Stadtmarketingverein Wir für Neuenstadt e.V. gibt es in Neuenstadt eine vielseitig aktive Institution, die verschiedene Veranstaltungen organisiert und an der Präsentation des Innenstadtangebots auf unterschiedlichen Kanälen arbeitet. Das Auftreten der Einzelhändlerschaft als Gemeinschaft vor Ort wirkt sich positiv auf die Gesamtwahrnehmung der Innenstadt aus. Zu dieser Gemeinschaft können bspw. kleine, gemeinsame Maßnahmen wie ein monatlicher langer Einkaufstag beitragen.

Wöchentliches Innenstadt-Aktionsangebot

Projekt	Jede Woche bietet ein anderer Einzelhandelsbetrieb ein Innenstadt-Aktionsangebot an. Ein Teil des Verkaufserlöses könnte für einen Beitrag zur Verbesserung der Innenstadtatmosphäre genutzt werden. Denkbar ist auch ein Punktesammeln für einen Geschenk-Gutschein des Stadtmarketingvereins, den man für seine Innenstadt-Treue erhält.		
Zeitraumen	<input checked="" type="checkbox"/> kurzfristig	<input type="checkbox"/> mittelfristig	<input type="checkbox"/> langfristig
Ist-Situation	Im Workshop wurde die Idee eingebracht, das Innenstadt-Angebot durch wöchentliche Aktionen zu bereichern.		
Ziel	Durch den Einkauf konkret die Neuenstadter Innenstadt unterstützen.		
Aufgaben	Potenzielle Teilnehmerinnen und Teilnehmer gewinnen, ein wiedererkennbares Aktionssymbol einführen und ggf. über die Webseite des Stadtmarketingvereins sowie die Neuenstadt-App das jeweilige Angebot bewerben.		

Nachhaltige Neuenstadt-Einkaufstasche in allen Geschäften

Projekt	Eine Einkaufstasche aus nachhaltigem Material mit einem Spruch zu Neuenstadt oder mit einem aussagekräftigen Symbol – z. B. dem Oberen Torturm – wird Kundinnen und Kunden in allen Einzelhandelsbetrieben angeboten. Denkbar ist zusätzlich eine kleine Rabattaktion als Belohnung für die Innenstadt-Treue an Aktionstagen für Personen, die diese Tasche zum Einkauf vor Ort nutzen.		
Zeitraumen	<input checked="" type="checkbox"/> kurzfristig	<input type="checkbox"/> mittelfristig	<input type="checkbox"/> langfristig
Ist-Situation	Es wurde während des Workshops der Wunsch nach mehr gemeinsamen Aktionen aller Einzelhändlerinnen und Einzelhändler geäußert.		
Ziel	Die Einzelhandelsgemeinschaft nach außen repräsentieren sowie Kundinnen und Kunden miteinbeziehen.		
Aufgaben	Design und Material festlegen und Einzelhandelsbetriebe zum Mitmachen gewinnen.		

Digitales/Kommunikation: Stadtverwaltung und Einzelhandel – Kommunikation und gemeinsame Aktivitäten

Stadt und Einzelhandel gestalten die Innenstadt gemeinsam. Eine regelmäßige Abstimmung zwischen Vertreterinnen und Vertretern des Einzelhandels mit den für die Innenstadt Zuständigen der Stadtverwaltung stellt sicher, dass die Stadt die Situation der Betriebe kennt und die Einzelhändlerinnen und -händler von anstehenden Maßnahmen in der Innenstadt frühzeitig erfahren.

Gemeinsame Innenstadtkommunikation			
Projekt	Stadtverwaltung und Stadtmarketingverein tauschen sich in einem institutionalisierten Format regelmäßig aus, um z. B. gemeinsame Werbemaßnahmen für die Innenstadt zu planen: Aktionsangebote zu städtischen Veranstaltungen, gemeinsame Werbebanner oder Plakate, Eintrittskarten als Rabattkarten für Innenstadtbetriebe, Verknüpfung der Betriebe in der Neuenstadt-App u. a. m.		
Zeitraumen	<input checked="" type="checkbox"/> kurzfristig	<input type="checkbox"/> mittelfristig	<input type="checkbox"/> langfristig
Ist-Situation	Während des Workshops kamen verschiedene Ansätze auf, eine Kooperation zwischen Stadt und Einzelhandel zu vertiefen.		
Ziel	Gemeinsam die Präsenz des Themas Innenstadt in der Öffentlichkeit erhöhen, Passantenfrequenzen steigern.		
Aufgaben	Turnus festlegen.		

Digitales/Kommunikation: Onlinesichtbarkeit des Einzelhandels

Ein Innenstadtbesuch beginnt bereits zuhause, wo man sich über ein Produkt, die Anbieter, die Anfahrt und ggf. Parkmöglichkeiten informiert. Im digitalen Zeitalter ist ein ordentlicher Internetauftritt die Visitenkarte eines Betriebs und ein gepflegter, aktueller Eintrag auf Google Maps ein Muss. Der Stadtmarketingverein betreibt eine ansprechende Webseite und einen Instagram-Kanal, worüber Veranstaltungen und Aktivitäten der Mitglieder beworben werden. Die digitale Sichtbarkeit der einzelnen Betriebe ist jedoch ausbaufähig.

Digitalisierungscheck und -unterstützung			
Projekt	Den innenstädtischen Einzelhandels-, Dienstleistungs- und weiteren Betrieben und Einrichtungen wird ein Digitalisierungscheck sowie Hilfe bei der Umsetzung darauffolgender Maßnahmen angeboten.		
Zeitraumen	<input checked="" type="checkbox"/> kurzfristig	<input type="checkbox"/> mittelfristig	<input type="checkbox"/> langfristig
Ist-Situation	Der Innenstadt-Check hat gezeigt, dass die digitale Sichtbarkeit des Einzelhandels in der Neuenstadter Innenstadt noch Potenzial hat.		
Ziel	Einzelhändlerinnen und Einzelhändler bei der Digitalisierung unterstützen.		
Aufgaben	Einen Anbieter und ggf. Förderungen ausfindig machen und mit einer kleinen Kampagne oder Informationsveranstaltung auf die Relevanz des Themas hinweisen. Idealerweise regelmäßig. Erste Ansprechpartnerin kann hierbei die IHK sein, die Seminare zu diesen Themen anbietet und Betriebe diesbezüglich berät.		

Erreichbarkeit: Verkehr, Parken und Sicherheit

Die Erreichbarkeit wurde von 82 % der Befragten als gut bis sehr gut bezeichnet, was in der Befragung die beste Bewertung ist. Die Umfrage zeigt, dass mit 59 % die Mehrheit die Innenstadt mit dem Auto aufsucht, wovon 51 % an der Hauptstraße oder am Marktplatz parken. Beide Parkplätze können nur durch Befahren der Innenstadt erreicht werden. Lediglich 14 % nutzen das Parkhaus, das über die Umgehungsstraße angefahren werden kann. Um den Parkraumsuchverkehr in der Innenstadt zu reduzieren, könnte die Nutzung des Parkhauses beworben werden.

Werbung für das Parkhaus

Projekt	Bei den Parkplätzen an der Hauptstraße, Höhe Polstergeschäft, und am Marktplatz wird je ein Schild mit Richtungspfeil aufgestellt: Kostenlos parken in X Metern.		
Zeitraumen	<input checked="" type="checkbox"/> kurzfristig	<input type="checkbox"/> mittelfristig	<input type="checkbox"/> langfristig
Ist-Situation	Die Innenstadtparkplätze werden stärker als das Parkhaus genutzt.		
Ziel	Aufmerksamkeit auf das Parkhaus lenken.		
Aufgaben	Schilder gestalten und aufstellen.		

Leerstand: Leerstandsmanagement

In der Innenstadt ist Leerstand hauptsächlich in baufälligen Gebäuden aufgefallen. Diese bedürften einer Sanierung. Hier sei auf das bis 2025 laufende Sanierungsgebiet und im Falle von Gebäuden in städtischem Besitz auf die Stadtverwaltung verwiesen.

Erste-Hilfe-Kaschierung

Projekt	Die vorhandenen Leerstände werden durch Plakate oder Dekoration kaschiert. Sofern der Leerstand angemietet werden kann, wird darauf hingewiesen: Hier befindet sich ein Möglichkeitsraum! Sollte bereits ein Sanierungsdatum bekannt sein, dies durch ein Schild oder Banner (Hier ändert sich etwas ab dem „Datum“) kommunizieren.		
Zeitraumen	<input checked="" type="checkbox"/> kurzfristig	<input type="checkbox"/> mittelfristig	<input type="checkbox"/> langfristig
Ist-Situation	Es gibt in der Innenstadt sichtbaren Leerstand.		
Ziel	Der Leerstand tritt in den Hintergrund.		
Aufgaben	Leerstände und Eigentumsverhältnisse feststellen, danach mit den Eigentümerinnen und Eigentümern in Kontakt treten und Möglichkeiten besprechen bzw. bei städtischen Gebäuden die Kaschierung durch Verhängen mit Bild intakter Fassaden in Erwägung ziehen.		

Leerstands- und Nachfolgemanagement

Projekt	Ausgetauscht – Der (Laden)Lokalstammtisch. Einmal im Jahr setzen sich Stadt und Einzelhändlerschaft, Gastronomie- und Dienstleistungsbetriebe zusammen und besprechen, ob Nachfolgen, Weg-/Umzüge oder Leerstände anstehen. Ggf. können zu der Runde interessierte Gründungswillige eingeladen werden. Nach der Austauschrunde kann eine Veröffentlichung der anstehenden Veränderungen erfolgen. Eine Anbindung dieser Austauschrunde an die regelmäßige Kommunikation zwischen Stadt und Einzelhandel bzgl. gemeinsamer Aktionen bietet sich an.		
Zeitraumen	<input checked="" type="checkbox"/> kurzfristig	<input type="checkbox"/> mittelfristig	<input type="checkbox"/> langfristig
Ist-Situation	Es ist kein regelmäßiger Umgang mit Leerstand bekannt.		
Ziel	Stadtverwaltung und Einzelhändlerschaft tauschen sich regelmäßig aus. Interessierte haben eine Anlaufstelle, die aktuelle Auskünfte geben und vermitteln kann, Interessierte erfahren von künftig freien Räumen, in denen sie selbst aktiv werden können.		
Aufgaben	Format, Teilnehmerkreis, Örtlichkeit festlegen, dann regelmäßig dazu einladen/eine Informationskampagne durchführen.		

Marke

Neuenstadt a. K. wirbt auf der Stadtwebseite, in Broschüren und Anzeigen mit „Die freundliche Stadt“. Die Freundlichkeit war während der Ortsbegehungen und Kontakte vor Ort zu spüren, das Motto wird gelebt. Die Symbolsprache im Innenstadtbereich wirkt rund – bspw. findet sich an den Fahrradständern neben der Tourist-Info der Obere Torturm als Wiedererkennungsmerkmal wieder. Wenn Besucherinnen und Besucher mit dem Auto nach Neuenstadt kommen, fällt zuerst „Neuenstadt in Europa“ auf, was nicht weiter aufgegriffen wird.

Informationstafel „Europastadt“

Projekt	Es wird eine Informationstafel in der Innenstadt aufgestellt oder angebracht, welche auf das Neustadt-in-Europa-Netzwerk eingeht. Es könnte eine Tafel am Rathaus angebracht oder neben den Bänken vor dem Rathaus bzw. bei der Tourist-Info aufgestellt werden.		
Zeitraumen	<input checked="" type="checkbox"/> kurzfristig	<input type="checkbox"/> mittelfristig	<input type="checkbox"/> langfristig
Ist-Situation	An den Ortseingängen wird auf die Europa-Stadt Neuenstadt hingewiesen.		
Ziel	Der an den Ortseingängen präsentierte Slogan mit Europebezug wird in der Innenstadt aufgegriffen und eingeordnet.		
Aufgaben	Text und Format festlegen, Tafel installieren.		

Die freundliche Innenstadt

Projekt	Das Motto „Die freundliche Stadt“ in die Innenstadt bringen: An der Tourist-Info, am Rathaus, auf dem Marktplatz und am Lindenplatz bietet es sich an, mit einem temporären Plakat, Banner oder Schild das Motto zu verbreiten, z. B. wenn neue Gestaltungselemente installiert wurden.		
Zeitraumen	<input checked="" type="checkbox"/> kurzfristig	<input type="checkbox"/> mittelfristig	<input type="checkbox"/> langfristig
Ist-Situation	Aktuelle findet sich „Die freundliche Stadt“ hauptsächlich in der schriftlichen Kommunikation, in Artikeln oder auf der städtischen Webseite wieder.		
Ziel	Das Motto „Die freundliche Stadt“ auch in der Innenstadt verbreiten, um Besucherinnen und Besuchern ein positives Gefühl zu vermitteln.		
Aufgaben	Gestaltung und Format festlegen.		

Naherholung/Sitzmöglichkeiten: Lindenanlage

Die Lindenanlage ist ein durch Grün beschatteter Platz beim Oberen Torturm. Es gibt dort weder einladenden Sitzmöglichkeiten noch ein sonstiges Angebot. Im Workshop wurde berichtet, dass es im Bereich der Lindenanlage Schwierigkeiten mit Sauberkeit und dem Verhalten mancher Personen, die sich dort aufhalten, gibt. Ziel ist daher, die Lindenanlage als Aufenthaltsalternative zum Marktplatz zu etablieren und die Lindenanlage zu beleben.

Workshop „Lindenanlage“			
Projekt	In einem Workshop mit Bürgerinnen und Bürgern und dem Jugendhaus erarbeiten, welche Angebote die Lindenanlage attraktivieren würden. Im Innenstadt-Workshop wurden Ideen wie ein kürzeres Reinigungsintervall, ein Biergarten im Sommer oder das Aufstellen von Sitzgelegenheiten genannt. Denkbar ist die Installation des genannten Trinkwasserbrunnens. Für Radfahrerinnen und Radfahrer sollten Fahrradständer in der Nähe bereitstehen.		
Zeitraumen	<input checked="" type="checkbox"/> kurzfristig	<input type="checkbox"/> mittelfristig	<input type="checkbox"/> langfristig
Ist-Situation	Im Workshop wurden verschiedene Ideen für die Lindenanlage eingebracht.		
Ziel	Ein dauerhaftes oder wechselndes Angebot, um die Lindenanlage als angenehmen Aufenthaltsort zu etablieren.		
Aufgaben	Verschiedene Rahmenbedingungen für mögliche Angebote prüfen, dann Workshop planen und durchführen.		

Orientierung

In Neuenstadt ist qua Beschilderung schon an vieles gedacht: Radwegführung durch die Innenstadt, historische Orte, Gastro-Leitsystem und ein Einkaufsauftrag in Wortwolkenform am Parkhaus informieren und animieren Besucherinnen und Besucher. Die öffentliche Toilette und die netten Toiletten sind dagegen nicht zentral ausgeschildert.

Servicekarte Neuenstadt			
Projekt	Angelehnt an das Gastroleitsystem wird am Lindenplatz und an der Tourist-Info eine Service-Karte aufgestellt, auf der nicht nur die Gastronomie, sondern auch öffentliche und nette Toiletten, der Trinkwasserbrunnen, Ladestationen für E-Bikes, der RadSERVICE-Punkt und weitere Serviceangebote verzeichnet sind. Wo möglich, kann auf der Karte via QR-Code die Webpräsenz verlinkt werden, bspw. der Abschnitt „Besucher–Gastronomie“ der städtischen Webseite. Auf einfach austauschbaren Aufklebern abgebildete QR-Codes, die auf der Karte angebracht werden, ermöglichen ein günstiges Austauschen der Links.		
Zeitraumen	<input checked="" type="checkbox"/> kurzfristig	<input type="checkbox"/> mittelfristig	<input type="checkbox"/> langfristig
Ist-Situation	Es gibt einzelne Beschilderungen zu verschiedenen Themen.		
Ziel	Alle wichtigen Informationen übersichtlich auf einer Karte.		
Aufgaben	Karteneinhalte und Gestaltung festlegen, Beschilderung installieren.		

Zielgruppenspezifisches Angebot: Präsenz der und Aufmerksamkeit für die Stadtgeschichte

Auf der Webseite der Stadtverwaltung ist die Geschichte wichtiger Personen, Gebäude und Orte ansprechend aufbereitet. Am Lindenplatz befindet sich ein Schild mit Stadtrundgangempfehlungen und Informationen zu historischen Sehenswürdigkeiten. Positiv sticht dabei der Verweis auf weitere Informationen via QR-Code hervor. Allerdings führen alle drei abgebildeten QR-Codes nur zur Startseite der Stadt, vermutlich waren sie ursprünglich mit den entsprechenden Abschnitten zur Stadtgeschichte verknüpft.

Überarbeitung/Erweiterung der Stadtgeschichtsbeschilderung			
Projekt	Die bestehende Beschilderung wird auf Aktualität überprüft (QR-Code-Verlinkungen, evtl. zusätzliche Anlaufpunkte) und überarbeitet. Das Übersichtsschild mit Karte wird nicht nur am Lindenplatz, sondern auch bei der Tourist-Info angebracht.		
Zeitraumen	<input checked="" type="checkbox"/> kurzfristig	<input type="checkbox"/> mittelfristig	<input type="checkbox"/> langfristig
Ist-Situation	Die vorhandene Beschilderung wirkt alt und ist verschmutzt.		
Ziel	Erweiterte und aktuelle Beschilderung zum Thema Stadtgeschichte.		
Aufgaben	Inhalte und Orte festlegen, Schilder installieren.		

Zielgruppenspezifisches Angebot: Angebote für Jugendliche

Eine Feststellung im Workshop war, dass Jugendliche in Neuenstadt a. K. nicht ausreichend Angebote und adäquate Aufenthaltsmöglichkeiten im Innenstadtbereich vorfinden. Nur gute fünf Gehminuten vom Lindenplatz entfernt, liegt das Neuenstadter Jugendhaus. Hieran kann angeknüpft werden:

Weitere Aufenthaltsangebote für Jugendliche			
Projekt	Stadtverwaltung und Jugendhaus erarbeiten zusammen mit Jugendlichen, ob oder welche weiteren Aufenthaltsmöglichkeiten in der Innenstadt angeboten werden sollten.		
Zeitraumen	<input checked="" type="checkbox"/> kurzfristig	<input type="checkbox"/> mittelfristig	<input type="checkbox"/> langfristig
Ist-Situation	In Neuenstadt gibt es bereits eine Anlaufstelle für Jugendliche, die sich mit Aktionen am jährlichen Stadtfest beteiligt. Im Workshop wurde festgestellt, dass die Jugend bei der Entwicklung von Maßnahmen zur Attraktivierung der Innenstadt einbezogen werden muss.		
Ziel	Den Jugendlichen Teilhabe ermöglichen.		
Aufgaben	Jugendwerkstatt zum Thema „Aufenthalt in der Innenstadt“ planen und durchführen.		

Ausblick

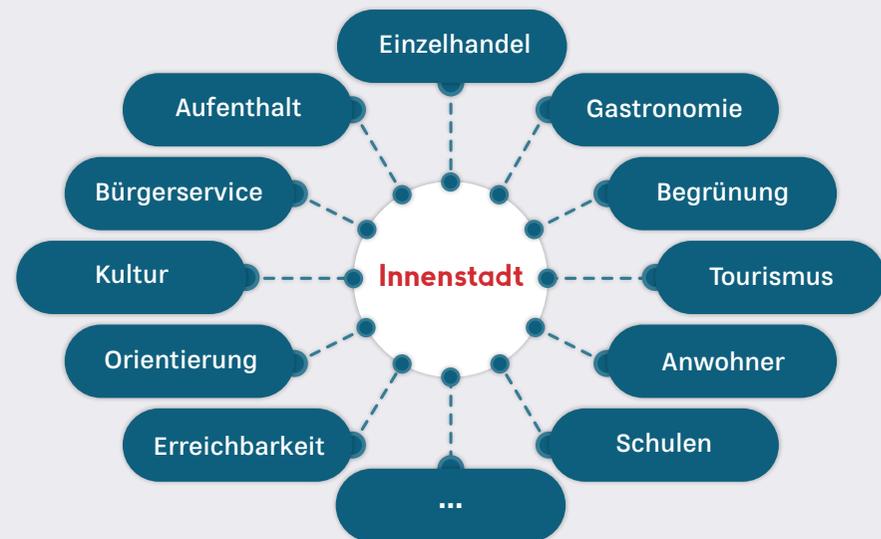
Wir bedanken uns für Ihre Teilnahme am Projekt Innenstadtberatung, für Ihr Engagement und Ihre Kreativität. Gemeinsam haben wir die Innenstadt zum Thema gemacht. Das Innenstadtkonzept ist Ergebnis dieses Prozesses und Beginn der Umsetzung und Implementierung in Neuenstadt a. K.

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

