

# Maßnahmen zur Entwicklung der Innenstadt Schrozbergs

Konzept im Rahmen des Förderprojekts Innenstadtberatung



Bild der Titelseite:

© Regionalverband Heilbronn-Franken

Bild der Rückseite:

© Regionalverband Heilbronn-Franken

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 Schrozberg 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 Schrozberg, Regionalverband Heilbronn-Franken; grafische Umsetzung: JL Art design, 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

**Angebot:** Der Angebotsmix fällt positiv auf. Auf kleinem Raum sind viele Sortimente der Grundversorgung vorhanden. Fußläufigkeit für kleine Besorgungen ist gegeben, bei größeren wird ob der Distanzen vermutlich häufig das Auto genutzt. Der Innenstadt-Check hat ergeben, dass die Einzelhandelszentralität „1“ beträgt. Das bedeutet, dass die einzelhandelsrelevante Kaufkraft in Schrozberg bleibt, was u. a. durch die Entfernung zu weiteren Einzelhandelsangeboten in umliegenden Kommunen erklärt werden kann.

**Atmosphäre:** Schrozberg hat einen historischen Mittelpunkt (Schloss), ein diverses Einzelhandels- und Dienstleistungsangebot,

einen Naherholungsbereich mit Kinderspielplatz, Parkplätze und ÖPNV-Ankunftspunkte.

**Atmosphäre:** Der Projektinnenstadtbereich machte während der Ortsbegehungen einen sauberen Eindruck.

**Bepflanzung:** Mit dem Park neben und den Bäumen im Innenstadtbereich ist Grün vorhanden, das im Sommer (stellenweise) Schatten bietet.

**Digitales/Kommunikation:** Im Workshop wurden die verschiedenen Veranstaltungen und der gute Zusammenhalt als eine Stärke festgestellt. Die Kommunikation untereinander funktioniert und es herrscht eine positive Stimmung.

**Erreichbarkeit:** Die Erreichbarkeit der Schrozberger Innenstadt mit dem PKW ist gut, es gibt ausreichend Parkplätze und diese sind zudem kostenlos. Der Bahnhof ist nur gute fünf Gehminuten vom Innenstadtbereich entfernt. Die Wege zwischen den Angeboten innerhalb der Innenstadt sind kurz, die Lebensmitteleinzelhandelschwerpunkte liegen allerdings an den Stadträndern und der Fußweg dahin ist somit weit.

**Naherholung/Sitzmöglichkeiten:** Direkt neben dem Schloss schließt ein Park mit einem Spielplatz an. Naherholungsmöglichkeiten sind hierdurch vorhanden.

**Angebot:** Der Projektinnenstadtbereich Schrozbergs wird von Wohnen dominiert, Frequenzbringer wie Lebensmitteleinzelhandel befinden sich am Stadtrand.

**Atmosphäre:** Es ist keine eindeutige Stadtmitte auszumachen, es gibt vielmehr mehrere kleine Plätze: Der Bereich am Marktplatz, wo Gastronomie vertreten ist, wird von einer Straße zerschnitten. Die Gestaltung des Bereichs ist dennoch einladend. Der etwas ruhiger gelegene Platz hinter dem Augenoptikergeschäft verfügt über keine Sitzmöglichkeit und ist teilweise der Sonne ausgesetzt. Es fehlt somit ein zentraler Treffpunkt.

**Atmosphäre:** Die Einzelhandels- und Dienstleistungsangebote sind nicht kompakt nebeneinander vorhanden, sondern über das Innenstadtbereich und darüber hinaus verteilt. Es entsteht keine Bummelatmosphäre. Zudem fiel während der Ortsbegehungen der Verkehr auf – es gibt, was bei kleinen Kommunen oft der Fall ist, keinen verkehrsberuhigten Bereich und somit sind alle Fußwege Lärm und Abgasen ausgesetzt, ebenso wie der gastronomische Außenbereich am Marktplatz.

**Barrierefreiheit/Sicherheit:** Aufgrund der Versprenkelung des Einzelhandels ist Fußläufigkeit nur bedingt gegeben. Für Personen mit Mobilitätseinschränkungen stellen die langen und verkehrsreichen Wege zwischen den Angeboten ein Hindernis dar. Aber auch für Familien mit Kindern gibt es im einzelhandelsbesetzten Innenstadtbereich keine beruhigten Abschnitte.

**Digitales/Kommunikation:** Im Rahmen des Innenstadt-Checks wurde festgestellt, dass nur ungefähr die Hälfte der Betriebe digital sichtbar ist (Google Maps, eigene Webseite). Auch auf der städtischen Website wird das Innenstadtangebot nicht beworben, die einzelnen Betrieben sind aber gelistet.

**Leerstand:** Der ehemalige Gastbetrieb gegenüber dem Schloss ist ein negativer Blickfang. Die Schaufenster mancher leerstehender Einzelhandelsbetriebe machen einen chaotischen, un-aufgeräumten Eindruck.

**Naherholung/Sitzmöglichkeiten:** Über die Innenstadt verteilt gibt es ein paar Sitzmöglichkeiten, die jedoch dem Verkehr ausgesetzt sind.

**Orientierung:** Es gibt keine Verknüpfung der Lebensmitteleinzelhandelsschwerpunkte mit den innerstädtischen Angeboten. In der Innenstadt sind die Angebote, die regelmäßig durch Wohnen unterbrochen werden, nicht visuell miteinander verknüpft. Erstbesucher haben somit keinen Überblick über das Vorhandene. Zudem ist die öffentliche Toilette im Rathaus nicht ausgeschildert.

#### **Ergebnis:**

*Die Stadtmitte Schrozbergs ist in den Bereichen Angebot, Erreichbarkeit und Naherholung gut positioniert. In den Bereichen Atmosphäre, Barrierefreiheit/Sicherheit und 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 und durch Ideen des Teams Innenstadtberatung ergänzt. Sie bauen nicht nur auf dem Innenstadt-Check und den festgestellten Stärken und Schwächen auf, sondern sind auch 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: Gastronomieangebot ist ausbaufähig

Ein breites Gastronomieangebot und insbesondere Außengastronomie beleben einen Innenstadtbereich und führen zu einer höheren Frequenz und einer längeren Aufenthaltsdauer. Während der Ortsbegehungen ist die starke Frequenz in der Mittagszeit bei der Metzgerei positiv aufgefallen. Im Zeitraum der Erhebungen für den Innenstadt-Check war die Gastronomie am Marktplatz noch nicht eröffnet, lediglich die Bäckerei bot eine weitere Verpflegungsmöglichkeit. Ein guter Ansatz ist mit der Gestaltung der Außengastronomiefläche der Bäckerei im Rahmen des Sanierungsgebiets bereits entwickelt. Mittlerweile ist der Marktplatz gastronomisch belebt, sodass der Pflege des Vorhandenen große Bedeutung zukommt. (7 Punkte)

Gastronomiewegweiser			
Projekt	Die verschiedenen Gastronomieangebote werden auf einem Innenstadtplan mit Namen, Adresse, Öffnungszeiten und Angebotskategorie kartiert, ggf. in Form von auswechselbaren Aufklebern mit QR-Code, der mit der Übersicht auf der städtischen Webseite oder mit der jeweiligen Webseite der Betriebe verlinkt ist. Dieser Plan könnte zudem weitere Informationen wie öffentliche oder nette Toiletten beinhalten oder Orte abbilden, an denen man kostenlos seine Trinkflasche auffüllen kann.		
Zeitraumen	<input checked="" type="checkbox"/> kurzfristig	<input type="checkbox"/> mittelfristig	<input type="checkbox"/> langfristig
Ist-Situation	Auf der städtischen Webseite sind Gastronomiebetriebe gelistet. Mit grünen (offen) und roten (geschlossen) Symbolen wird über die Öffnungszeiten informiert.		
Ziel	Frequenzsteigerung in der Gastronomie und Koordination von Angebot und Wünschen der Einwohnerinnen und Einwohner.		
Aufgaben	Gespräch mit allen Gastronominnen und Gastronomen über die Bereitschaft, sich am Vorgeschlagenen zu beteiligen, eine Ansprechperson festlegen und dann Projekt umsetzen.		

Gemeinsame Aktionen der örtlichen Gastronomiebetriebe			
Projekt	Zusätzlich bietet es sich an, in regelmäßigem Abstand (1–2 Mal pro Jahr) eine gemeinsame Aktion der örtlichen Gastronomie zu organisieren. Denkbar sind eine „Gastro-Tour“, bei der für einen einheitlichen Preis in jedem Betrieb ein typisches Gericht probiert werden kann, ein Straßenfest, das vollständig von den Gastronomiebetrieben vor Ort bewirtet wird, oder auch eine Aktion, bei der Gäste vorab Wünsche nennen und die Gastronomiebetriebe auf die lokale Nachfrage reagieren.		
Zeitraumen	<input checked="" type="checkbox"/> kurzfristig	<input type="checkbox"/> mittelfristig	<input type="checkbox"/> langfristig
Ist-Situation	Es gibt verschiedene gastronomische Angebote in Schrozberg. Im Workshop wurde genannt, dass bestimmte Wünsche wie der nach gutbürgerlicher Küche nur außerhalb Schrozbergs erfüllt würden.		
Ziel	Frequenzsteigerung in der Gastronomie und Koordination von Angebot und Wünschen der Einwohnerinnen und Einwohner.		
Aufgaben	Gespräch mit allen Gastronominnen und Gastronomen über die Bereitschaft, sich am Vorgeschlagenen zu beteiligen, eine Ansprechperson festlegen und dann Projekt umsetzen.		

### Angebot: Belegung des Rathauses als Info-Ort

Im Workshop wurde festgestellt, dass das Rathaus als zentraler Informationsort nicht regelmäßig zur Verfügung steht. Das Schloss markiert einen Innenstadteingangsbereich und grenzt direkt an den Park an, der über eine hohe Aufenthaltsqualität verfügt. Es bietet sich daher an, das Rathaus und Schloss als Kultur- und Informationsort zu erhalten und zu stärken. (1 Punkt)

### Atmosphäre: Sauberkeit

Im Rahmen des Innenstadt-Checks konnte Sauberkeit als positiver Punkt hervorgehoben werden. Im Workshop, der im April 2023 stattfand, kam zur Sprache, dass vor großen Festen und Veranstaltungen im Innenstadtbereich bestimmte Plätze und Bereiche einer Putzaktion bedürfen.

Stadt-Putzaktion „Schrozberg glänzt“			
Projekt	Vor großen Festen und Veranstaltungen findet eine gemeinschaftliche Putzaktion statt. Eine Woche lang können Engagierte Handschuhe, Greifer und Müllsäcke bei der Stadt abholen und ein Stückchen zur Sauberkeit in Schrozberg beitragen. Die vollen Müllsäcke und die Ausrüstung können anschließend wieder bei der Stadt abgegeben werden. Die Putzaktion ist ebenso am jährlichen World Cleanup Day für Kindergärten oder Schulen denkbar.		
Zeitraumen	<input checked="" type="checkbox"/> kurzfristig	<input type="checkbox"/> mittelfristig	<input type="checkbox"/> langfristig
Ist-Situation	Teilnehmende des Workshops haben diese Maßnahme als Vorbereitung des Stadtfeiertags eingebracht.		
Ziel	Regelmäßiges bürgerliches Engagement als Beitrag zur gemeinsam genutzten Innenstadt.		
Aufgaben	Jährlich Putzwochenzeiträume festlegen und in den Gemeindekalender integrieren, Materialien vorhalten und jeweils vor einer Putzwoche um Teilnahme bitten.		

## Atmosphäre: Soziale Mitte fehlt/Eine eindeutige Stadtmitte schaffen

Von der Kronenmetzgerei Schilpp über den Marktplatz und die Krailshausener Straße bis zum Schloss gibt es bereits einen sich entwickelnden Innenstadtbereich. Die Aufwertung des Bereichs in der Schlossgasse ist ein Ziel des Sanierungsgebiets „Nord“. Unter anderem werden weitere Möglichkeiten für Außengastronomie berücksichtigt. An dieser Stelle sei in puncto Stadtmittel an die Stadtverwaltung bzw. das Sanierungsprogramm verwiesen. (4 Punkte)

## Barrierefreiheit/Sicherheit

Bei der Attraktivierung der Innenstadt sind die Themen Fußverkehr und Barrierefreiheit wichtig. Im Rahmen des Sanierungsgebiets „Nord“ werden entsprechende Maßnahmen angedacht. Es bestünde die Möglichkeit, das Thema Barrierefreiheit ergänzend mithilfe eines Fußverkehrs-Checks, wie er seit 2015 vom Verkehrsministerium gefördert wird, zu konkretisieren.

Fußverkehrs-Check			
Projekt	Die Stadt Schrozberg 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	Im Innenstadtbereich herrscht ein hohes Verkehrsaufkommen.		
Ziel	Durch den Fußverkehrs-Check wird die Aufmerksamkeit weg vom motorisierten Verkehr und hin zur Attraktivierung des Fußverkehrsraums gelenkt.		
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. Schrozberg verfügt über eine an die Innenstadt angrenzende Grünfläche. Entlang der Straßen stehen vereinzelt schattenspendende Bäume. Der ruhig gelegene Bereich hinter dem Augenoptiker ist der Sonne ausgesetzt. Im Rahmen des Sanierungsgebiets „Nord“ ist eine Begrünungsmaßnahme in der Schlossgasse angedacht. Ein zusätzliches, kostenloses Trinkwasserangebot könnte die Aufenthaltsqualität steigern.

Gestaltung des Hofes hinter dem Augenoptikergeschäft			
Projekt	Bänke (z. B. auf den Mauersimsen oder freistehend) sowie weitere Schattenspenden wie Bäume (evtl. in großen Töpfen) oder ein Sonnensegel sorgen für mehr Aufenthaltsqualität in diesem ruhig gelegenen Bereich.		
Zeitraumen	<input checked="" type="checkbox"/> kurzfristig	<input type="checkbox"/> mittelfristig	<input type="checkbox"/> langfristig
Ist-Situation	Der Hof bietet bereits dekorative Elemente und ist durch die Häuserreihe vom Verkehr auf der Krailshausener Straße abgeschirmt.		
Ziel	Attraktivierung des ruhigen Aufenthaltsbereichs hinter dem Augenoptikergeschäft.		
Aufgaben	Neu hinzukommende Elemente festlegen und ggf. beim Bund der Selbständigen um Unterstützung bitten (im Workshop wurde geäußert, dass bspw. Sitzbänke/Sitzflächen selbst hergestellt werden könnten, sofern Material zur Verfügung stünde) bzw. bestellen und den Platz einrichten.		

Trinkbrunnen			
Projekt	Ein Trinkbrunnen im Schlosshof oder im Park neben dem Schrozberger Schloss steigert die Aufenthaltsqualität an heißen Tagen und ist ein zusätzliches Angebot für Familien mit Kindern, die den Spielplatz nutzen.		
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 ab dem Schloss ausschildern.		

**Digitales/Kommunikation: Onlinesichtbarkeit des innerstädtischen Einzelhandels, z. B. zentrale Webseite**

Ein Innenstadtbesuch beginnt heutzutage mit der Recherche nach Anfahrt, Öffnungszeiten, der Verfügbarkeit bestimmter Produkte usw. Deshalb ist die digitale Sichtbarkeit für Einzelhandelsbetriebe essenziell. Ein aktueller und gepflegter Google Maps-Eintrag ist dabei ein wichtiger Baustein. Auf der Webseite der Stadt sind die Angebote aus den Bereichen Dienstleistung, Handel und Gastronomie bereits knapp und übersichtlich erfasst, insbesondere die Offen-Geschlossen-Anzeige ist positiv hervorzuheben. Die folgende Maßnahme ist eine Anregung, die vorhandenen Informationen für Interessierte besser erreichbar zu veröffentlichen. (9 Punkte)

Schrozberger Angebote online			
Projekt	Die vorhandenen, bereits digital aufbereiteten Informationen werden sichtbarer platziert: Mittels einer App oder einer der Innenstadt gewidmeten Unterseite, die direkt auf der Startseite des städtischen Internetauftritts erreichbar ist, können Interessierte unkompliziert zu den Angeboten navigieren, idealerweise in Verbindung mit einer Übersichtskarte oder sortiert nach Kategorien.		
Zeitraumen	<input checked="" type="checkbox"/> kurzfristig	<input type="checkbox"/> mittelfristig	<input type="checkbox"/> langfristig
Ist-Situation	Im Rahmen des Innenstadt-Checks wurde festgestellt, dass lediglich die Hälfte der Einzelhandelsbetriebe auf Google Maps und nur ca. ein Drittel mit einer eigenen Webseite im Internet vertreten sind. Die städtische Webseite listet nun übersichtlich Gastronomie-, Handels- und Dienstleistungsbetriebe mit den wichtigsten Informationen. Dabei sind die Händler über den Pfad „Startseite-Gewerbe-Unternehmen-Oberkategorie-Übersicht“ zu finden und die Gastronomie unter „Freizeit-Gastronomie“.		
Ziel	Aktuelle Online-Übersicht über die Angebote in Schrozberg, die nutzerorientiert und schnell auffindbar präsentiert werden.		
Aufgaben	Format (App oder Webseite) festlegen, entscheiden, ob QR-Codes generiert werden sollen, eine zentrale Ansprechperson für Aktualisierungen und Änderungen benennen.		

## Digitales/Kommunikation: Wir- und Wohlgefühl durch Stadtmarketing

Im Workshop wurde festgestellt, dass in Schrozberg eine positive Grundstimmung herrscht. Als ein wichtiger Baustein des positiven Gefühls wurden Veranstaltungen wie der Schrozberger Sommer genannt. Auch die Beteiligung von Einzelhändlerinnen und Einzelhändlern an Angeboten des Bunds der Selbstständigen wurde positiv hervorgehoben. Diese positive Stimmung soll gepflegt und als Wir-Gefühl nach außen getragen werden. (5 Punkte)

Stadt-Binnen-Marketing			
Projekt	Durch kleine Kampagnen, Plakataktionen, persönliche Treffen, Stadtspaziergänge zu den schönsten Stellen Schrozbergs oder anderen Angeboten wird die positive Grundstimmung gepflegt und präsentiert.		
Zeitraumen	<input checked="" type="checkbox"/> kurzfristig	<input type="checkbox"/> mittelfristig	<input type="checkbox"/> langfristig
Ist-Situation	Zusammenhalt und positives Bewusstsein für das Vorhandene sind gegeben.		
Ziel	Den Schwung nutzen und die positive Innenansicht vertiefen.		
Aufgaben	Formate und Inhalte festlegen, positive Aussagen bspw. auf Veranstaltungen einfangen/einsammeln und verwerten, Porträts der Einzelhändlerinnen und Einzelhändler veröffentlichen (Was schätze ich an Schrozberg?).		

## Erreichbarkeit

Die Erreichbarkeit der Schrozberger Innenstadt sowie das Parkplatzangebot sind gut. Eine Übersicht der Angebote, bspw. in Form von Informationstafeln an Ankommenspunkten, würde Besucher orientieren (s. Leitthema „Orientierung“). Umbaumaßnahmen im Sinne der Barrierefreiheit attraktivieren den Fußverkehrsraum und sind im Sanierungsgebiet „Nord“ vorgesehen.

## Leerstand: Baufällige Gebäude sind auffällig

Im Innenstadt-Check wurde auffälliger Leerstand benannt und im Workshop auch als negative Stadtansicht befunden. Das Sanierungsgebiet „Nord“ kann eine Unterstützung sein, der Baufälligkeit entgegenzuwirken. Bis eine Nachnutzung gefunden oder ein Umbau beschlossen ist, empfiehlt es sich, Leerstand durch Kaschieren aus dem Blickfeld zu rücken. (10 Punkte)

Erste-Hilfe-Kaschierung			
Projekt	Die vorhandenen Leerstände werden durch Plakate oder Dekoration kaschiert. Sofern der Leerstand gemietet werden kann, wird darauf hingewiesen: Hier befindet sich ein Möglichkeitsraum!		
Zeitraumen	<input checked="" type="checkbox"/> kurzfristig	<input type="checkbox"/> mittelfristig	<input type="checkbox"/> langfristig
Ist-Situation	Es gibt in der Innenstadt sichtbaren Leerstand, der zusammen mit der Wohnbebauung den Eindruck einer zergliederten Innenstadt vermittelt.		
Ziel	Der Leerstand tritt in den Hintergrund.		
Aufgaben	Leerstände kartieren und Eigentumsverhältnisse feststellen, danach mit den Eigentümerinnen und Eigentümern in Kontakt treten und Möglichkeiten besprechen.		

## Leerstand: Leerstands- und Nachfolgemanagement: wie institutionalisieren und gestalten?

Während der Ortsbegehungen aufgefallen und auch im Workshop angesprochen, stellen die vorhandenen Leerstände einen Negativpunkt dar, der den Gesamteindruck der Innenstadt mitbestimmt – insbesondere mit dem ehemaligen Gastronomiebetrieb gegenüber dem Schloss. (1 Punkt)

Leerstands- und Nachfolgemanagement			
Projekt	Ausgetauscht – Der (Laden)Lokalstammtisch. Einmal Mal 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.		
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.		

## Näherholung/Sitzmöglichkeiten: Öffentliche WCs einrichten bzw. ausschildern

Während der Ortsbegehungen für den Innenstadt-Check ist kein öffentliches WC aufgefallen. Dieses Angebot gehört zur Grundausstattung einer Innenstadt. Das Rathaus könnte sich als offiziellen Ort für das öffentliche WC anbieten, da von dort aus weder Innenstadtangebote noch der Park weit entfernt sind. (5 Punkte)

Öffentliches WC			
Projekt	Die Besuchertoiletten im Rathaus werden als öffentliche Toiletten ausgeschildert. Alternativ oder zusätzlich kann ein „Die-nette-Toilette-Netzwerk“ eingerichtet werden, das die Schließzeiten des Rathauses kompensiert.		
Zeitraumen	<input checked="" type="checkbox"/> kurzfristig	<input type="checkbox"/> mittelfristig	<input type="checkbox"/> langfristig
Ist-Situation	Es gibt derzeit keine offiziellen öffentlichen Toiletten.		
Ziel	Eine öffentliche Toilette trägt zu höherer Aufenthaltsdauer von Personen in der Innenstadt bei.		
Aufgaben	Möglichkeiten prüfen, Beschilderung planen, ggf. Betriebe für Die nette Toilette gewinnen.		

### Orientierung: Eine klare Innenstadt Eingangssituation gestalten

Viele heutige Innenstädte sind mindestens deckungsgleich mit der historischen Kern- oder Altstadt, ragen oft aber auch noch etwas über diese hinaus. In Schrozberg ist das Angebot über das Stadtgebiet verteilt, es sind im Bereich vom Marktplatz bis zum Schloss allerdings bereits Ansätze einer Stadtmitte auszumachen. Wenn diese nun weiterentwickelt werden, bspw. durch Maßnahmen im Rahmen des Sanierungsgebiets „Nord“, dann entwickelt sich eine deutlich wahrnehmbare Stadtmitte die Besucherinnen und Besuchern das Gefühl vermittelt: „Ab hier sind wir in der Innenstadt.“ (0 Punkte)

### Orientierung: Vorhandenes Angebot strukturiert sichtbar machen, z. B. durch Schilder

Parkplätze, ein Bahnhof und auch Bushaltestellen sind wichtige Ankommenspunkte für Besucherinnen und Besucher einer Innenstadt. In Schrozberg können ausgewählte Parkplätze (z. B. am Rathaus und bei der freiwilligen Feuerwehr) und der Bahnhof mit einer Informationstafel Startpunkte für eine Erkundung der Innenstadt zu Fuß sein. Eine Verknüpfung mit dem Gastronomiewegweiser ist zu empfehlen. (6 Punkte)

Angebote vor Ort			
Projekt	Eine Informationstafel gestalten, die öffentliche, privatwirtschaftliche kulturelle, Naherholungs- und touristische Angebote ausweist und Besucherinnen und Besucher ab den Ankommenspunkten Orientierung gibt.		
Zeitraumen	<input checked="" type="checkbox"/> kurzfristig	<input type="checkbox"/> mittelfristig	<input type="checkbox"/> langfristig
Ist-Situation	Die vorhandene Beschilderung ist nicht ausreichend.		
Ziel	Das nicht-kommerzielle und kommerzielle Angebot an Ankommenspunkten übersichtsartig präsentieren.		
Aufgaben	Gestaltung und Aufstellorte festlegen, Einzelhändlerinnen und -händler informieren.		

# Ausblick

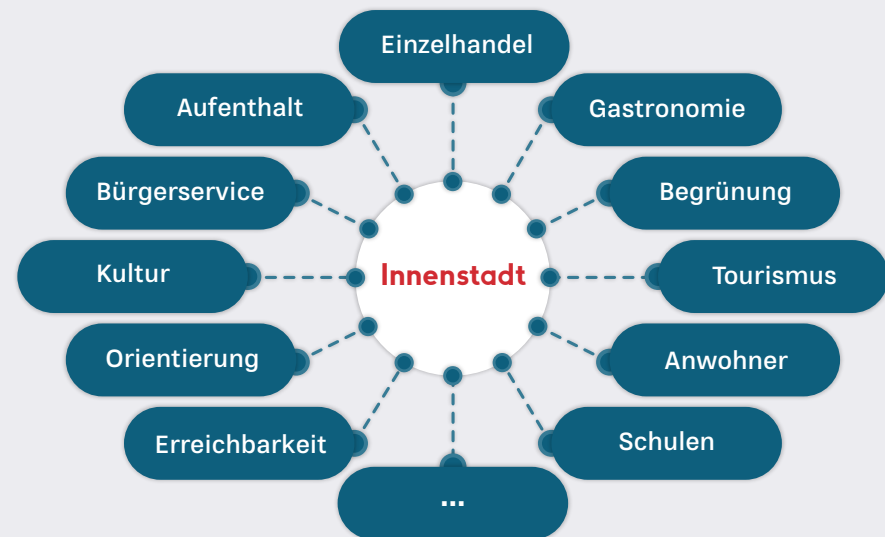
Wir bedanken uns für Ihre Teilnahme am Projekt Innenstadtberatung, für Ihr Engagement und Ihre Kreativität. Gemeinsam haben wir die Innenstadt zum Thema gemacht. Das Innenstadtkonzept ist Ergebnis dieses Prozesses und Beginn der Umsetzung und Implementierung in Schrozberg.

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



