

Innenstadtstrategie Wilhelmshaven 2023

Stand: 15.05.2023



EUROPÄISCHE UNION
Europäischer Fonds für
regionale Entwicklung

Als Teil der Reaktion
der EU auf die
Covid-19-Pandemie
finanziert

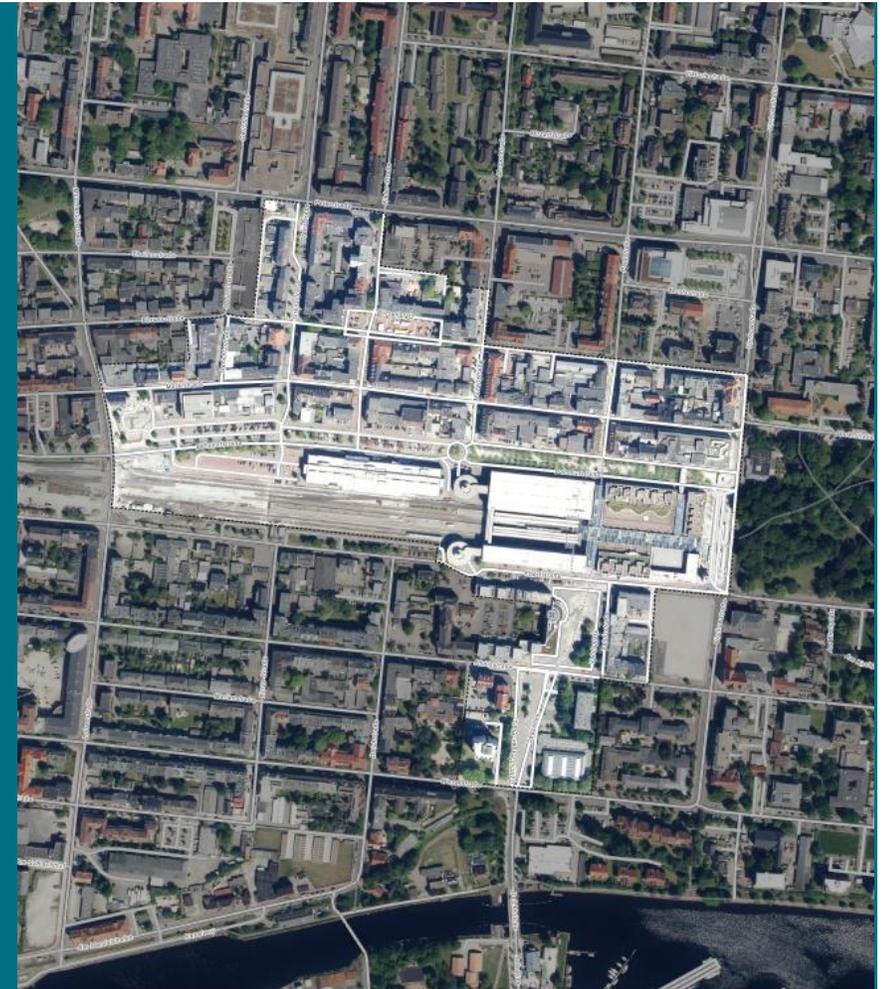


WIRTSCHAFT
WILHELMS
HAVEN

cima.

1. Zielsetzung und Vorgehensweise
2. Beteiligung
3. Bestandserfassung und –analyse
4. Zusammenfassende Stärken – Schwächen – Analyse
5. Konzeption – Leitziele und Handlungsansätze
6. Konzeption – Maßnahmenkatalog
7. Konzeption – Empfehlung BID bzw. NQG
8. Konzeption – Verstetigung: Wie geht es weiter?

1. Zielsetzung und Vorgehensweise



➤ Langfristige Sicherung der (Innen-)Stadt Wilhelmshaven in Ihrer Funktion als Oberzentrum.

➤ Stärkung der Innenstadt als Treffpunkt und Ort des kulturellen Lebens.

➤ Entwicklung entsprechend der Wünsche und Bedarfe der diversen Innenstadtbesucher*inne und -kunden.

➤ Gemeinsame Erarbeitung einer strategischen Ausrichtung für die Innenstadt als Richtschnur für die zukünftige, nachhaltige Entwicklung.

➤ Ableitung konkreter, langfristig wirksamer und vor allem lokal abgestimmter Lösungen für eine Vielzahl von Herausforderungen und Aufgabengebieten.

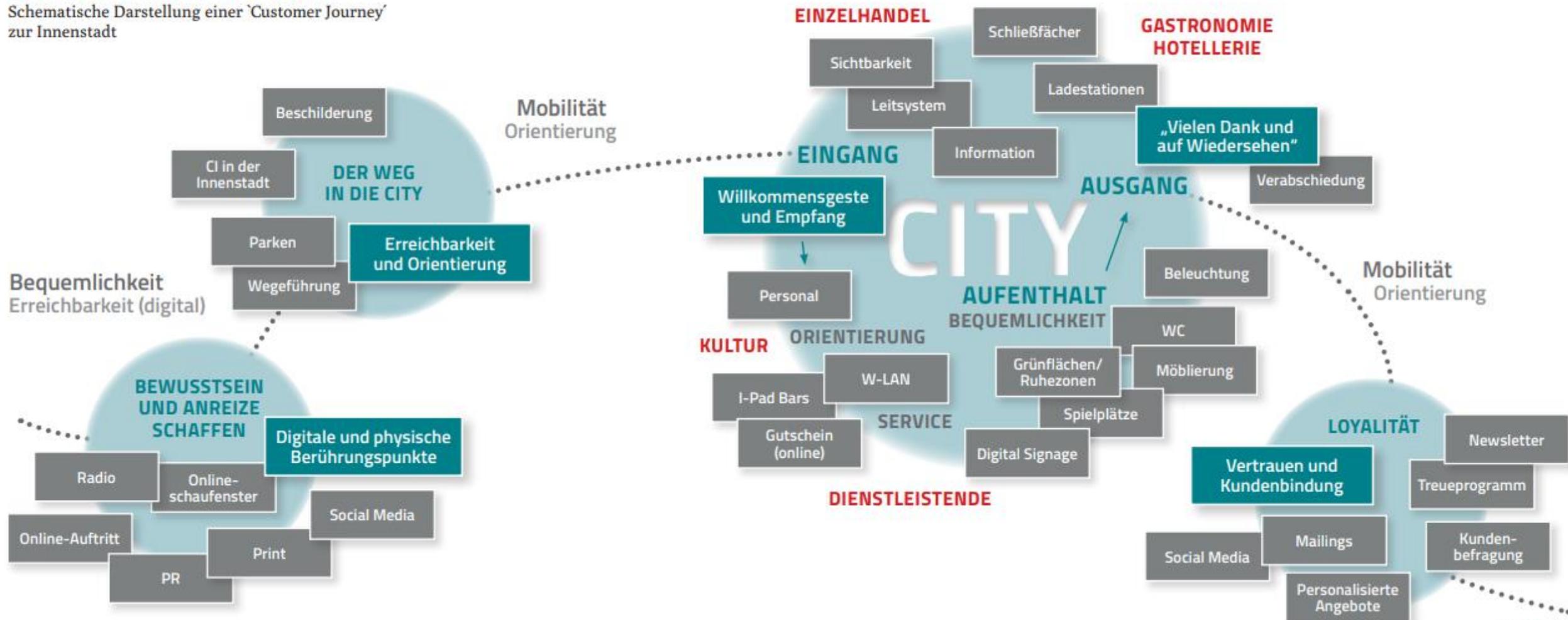
➤ Bündelung, Prüfung und ggf. Anpassung der Aussagen/Ergebnisse zur Innenstadt aus bereits vorhandenen Konzepten.

Zielsetzung

Grundlage „Customer Journey“

INNENSTADT AUS KUNDENPERSPEKTIVE GEDACHT

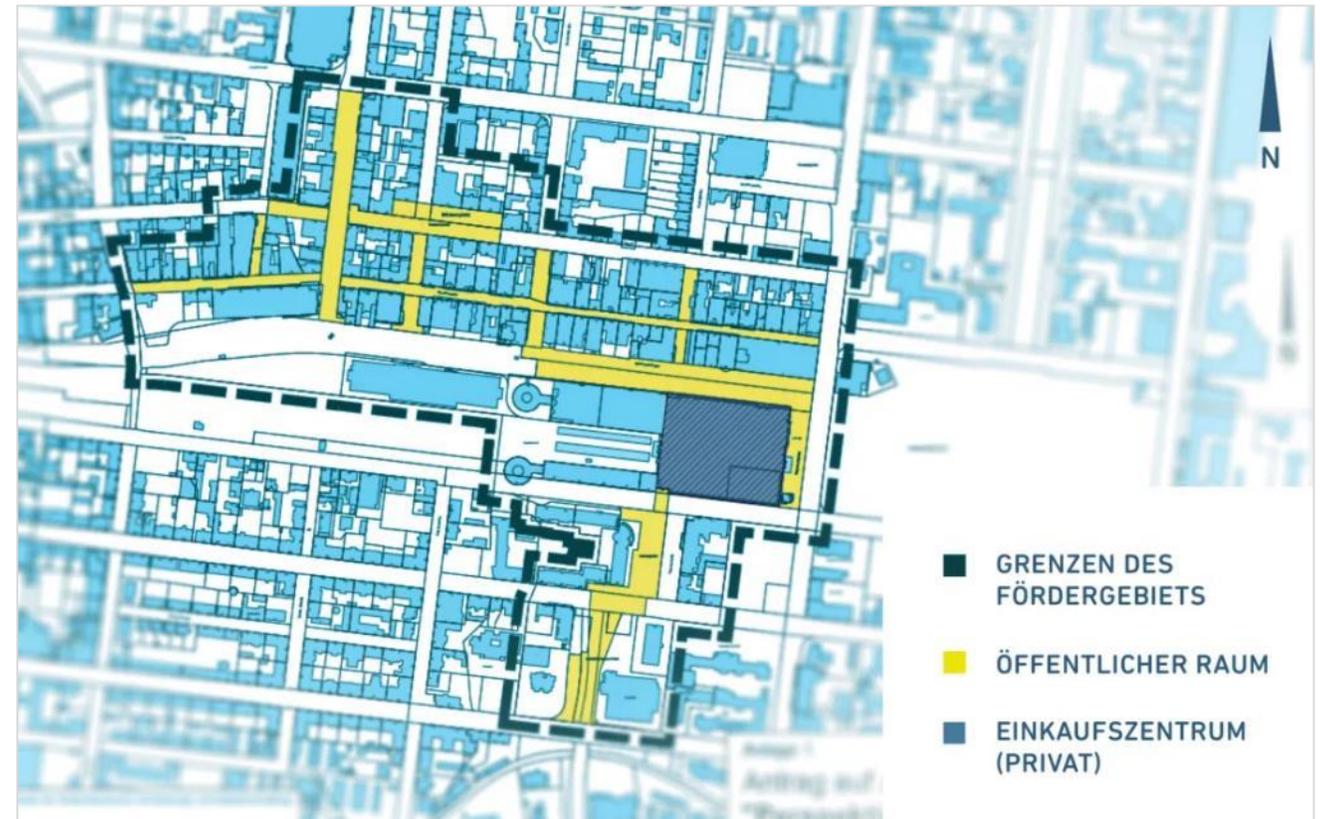
Schematische Darstellung einer 'Customer Journey' zur Innenstadt



Vorgehensweise

Untersuchungsgebiet

- Untersuchungsgebiet = REACT-Fördergebiet und damit wesentliche Teile der Innenstadt
- Ergänzend Betrachtung angrenzender Bereiche und der zentralen Achsen der Erreichbarkeit
- besonderer Fokus liegt auch auf der Anbindung an den Hafen und den Südstrand mit den dort verorteten Sehenswürdigkeiten und touristischen Einrichtungen



Vorgehensweise

Zeitplan und Prozess

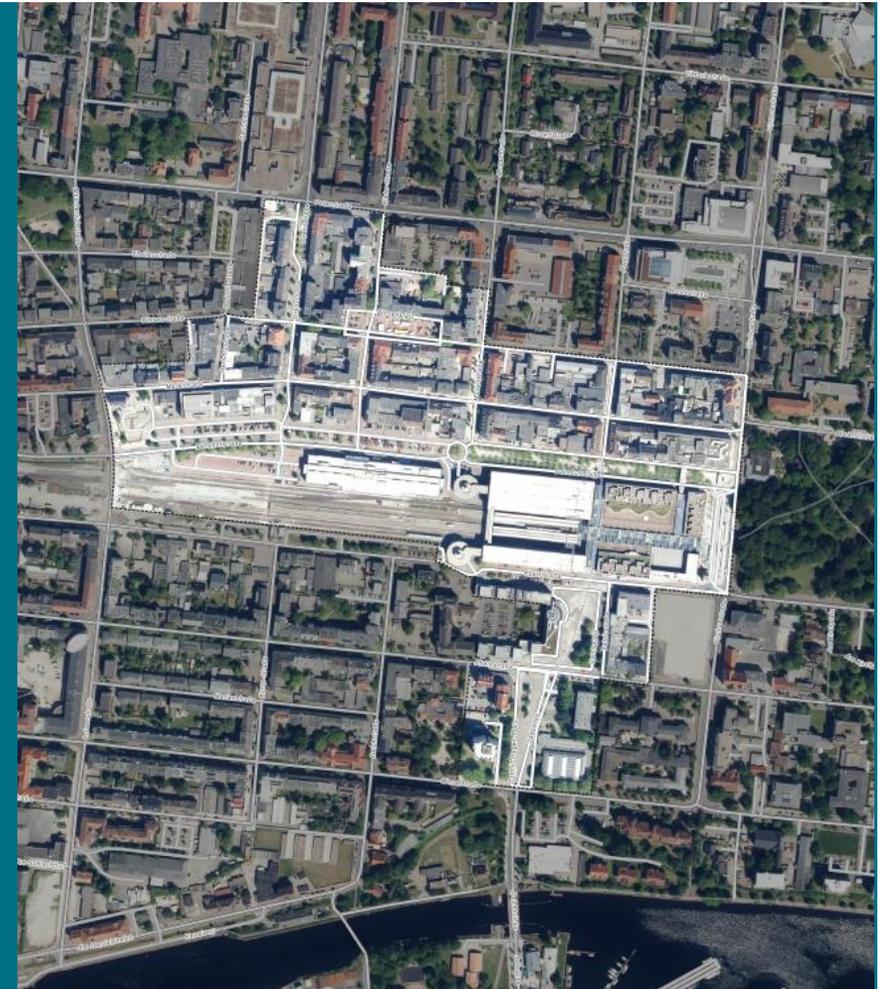


1. Schritt: Abschluss der Analyse und Ableitung von Vision und Zielen

2. Schritt: Fertigstellung der Innenstadtstrategie und damit Vorliegen eines Leitfadens für die künftige Entwicklung

3. Schritt: Gemeinsame Umsetzung in öffentlich-privater Partnerschaft!

2. Beteiligung



- City-Interessen-Verein Wilhelmshaven e.V.
- DEHOGA-Stadtverband Wilhelmshaven
- NordseePassage Wilhelmshaven
- Technische Betriebe Wilhelmshaven
- Stadt Wilhelmshaven, Fachbereich 61
- Wilhelmshaven Touristik & Freizeit GmbH
- Wirtschaftsförderungsgesellschaft Wilhelmshaven mbH
- Klimaschutzmanager
- Vorsitzender APB Herr Schön
- Oberbürgermeister Feist
- Matthew von Fintel - Jugendparlament

Fachbeirat Lebensstil

- Gemeinnützige Gesellschaft für Paritätische Sozialarbeit mbH Klaus Puschmann
- Juwelier Stettin Jens Eilers
- Seniorenbeirat Uwe Heinemann
- Radio Jade Bente Hoefft-Heyn
- Oldenburgische Industrie- und Handelskammer Lars Litzkow
- Bauverein Rüstringen eG Lutz Weber
- D & P Tourismuskonzepte & Projektanalysen Hinrik Dollmann
- Griesemann & Griesemann Dipl.-Ing. Architekten Hannes Griesemann
- Gleichstellungsbeauftragte Nicole Biela

- Aufgaben: wesentliche Richtungsvorgaben im Prozess geben, (Zwischen-)Ergebnisse legitimieren und als relevanter Multiplikator fungieren
- 2 Sitzungen (Abstimmung Analyseergebnisse und Konzeption)

Themen: Einzelhandel, Gastronomie, Immobilien, Tourismus, Sicherheit, Jugend und Integration

Institution	Teilnehmer/-in
Jugendparlament	Matthew von Fintel
Polizei - Beauftragter für Jugendsachen (BfJ)	Peter Lewald
Migrationsbeauftragter	Rainer Päsler
Jugendamt	Jörg Ratzmann
Modehaus Leffers	Daniela Leffers
City-Interessen-Verein e. V.	Christoph Ganß
NordseePassage	Norbert Fels
Immobilien Eigentümer	Robert Wilms
IHK	Carola Havekost
DEHOGA	Olaf Stamsen
Destinationsmanager f. Investoren	Hinrik Dollmann
Tourismus Agentur Nordsee	Mario Schiefelbein

Kernergebnisse:

- Angebote für Jugendliche in der Innenstadt
- Attraktivität für Kinder und Familien
- Begrünung (Dächer, Fassaden, vertikal)
- Kultur-, Veranstaltungs- und Begegnungsstätten
- Events, temporäre/mobile Installationen
- Leerstände und Lücken füllen
- Verbindung Innenstadt – Südstrand
- Gestaltungsrichtlinien
- „Kümmerer“, Arbeitskreis Innenstadt
- Kommunikation und Organisation

- Innenstadt bunt und lebendig gestalten
- Attraktiven Platz für Begegnungen für alle Generationen schaffen
- Alleinstellungsmerkmal/ „Leuchtturm“ schaffen



Interaktive Ideenkarte + Befragung

- Wann?** 18. März – 1. Mai 2023
- Wie?** Online über die Seite der Wirtschaftsförderung
- Was?** Ideenkarte + Befragung (Bewertung aktuelle Situation + Lösungsansätze)
- Beteiligung Ideenkarte:** 128 Beiträge
185 Kommentare
2.450 Bewertungen
- Beteiligung Befragung:** 270 Personen

Ziel/ Zweck:

- Verortung von Stärken, Schwächen und Projektideen
- Integration/ Ergänzung durch eigene Fotos oder Best-Practice-Beispiele
- Kommentarfunktion und Bewertung (Like/ Dislike) durch alle Teilnehmenden
- Keine repräsentative Befragung! Aber: Eindruck über die räumliche Verortung von Stärken, Schwächen und ersten Projektideen



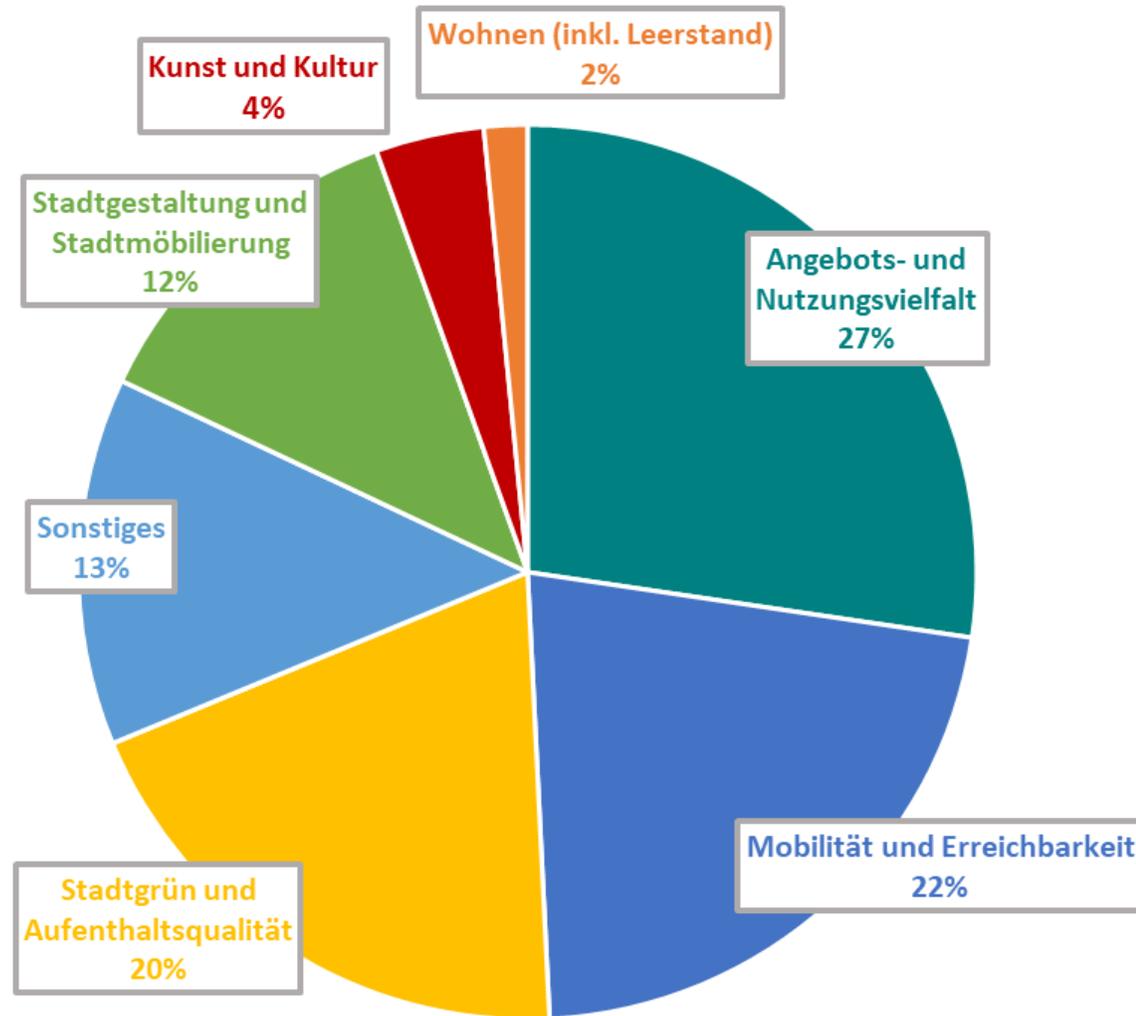
Stadtgrün im ganzen Quartier / Verbesserung der tristen Optik von Durchgangsachsen

Festlegung von Flächen, die entsiegelt werden können. Anpflanzung von standortgerechten, pflegeleichten und der Klimaveränderung angepassten einheimischen Pflanzen. Aufbau urbaner Natur.

Bewertung:    33

Interaktive Ideenkarte + Befragung

Kernergebnisse Ideenkarte



Interaktive Ideenkarte + Befragung

Kernergebnisse Ideenkarte

Zuwegung bei Überquerung Ein-/Ausfahrt Parkhaus ist eine Katastrophe.

Der Bahnhof ist ein Schandfleck.

Die Rambla ist hässlich und ohne Sonne.

Leider ist der Börsenplatz schon ein Bolz- und Spielplatz.

Virchowstraße unattraktiv für Radfahrer, vor allem entlang des ZOB.

Dass ein Wochenmarkt in der Innenstadt nicht funktioniert sieht man am Börsenplatz.

Die Parkgebühren sind sehr moderat.

Das blaue Tuch hat Wilhelmshaven immer schon getragen und ist ein Aushängeschild für unsere Marinestadt.

Mir fehlen Fahrradstraßen zur Innenstadt.

Anzahl der Parkplätze ist gut und ausreichend, freies Parken ab 15 Uhr sollte beibehalten werden.

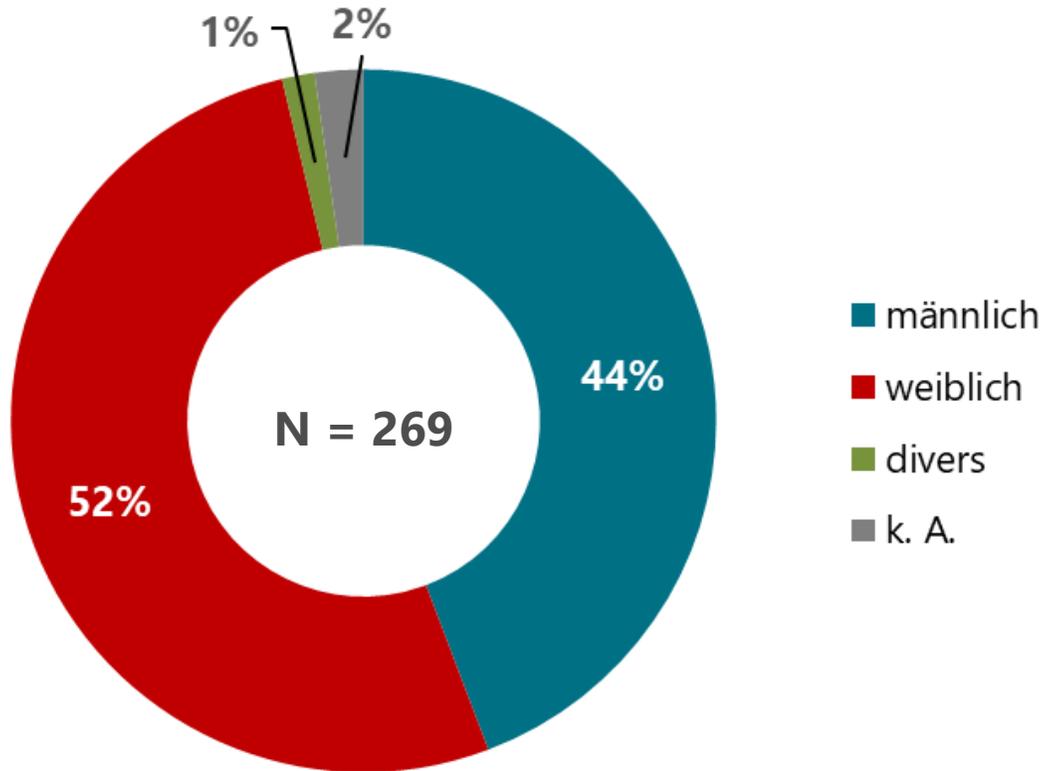
Ein Sandkasten für Kinder sowie Kinderspielgeräte fehlen.

Leider gibt es keinen Spielwarenladen mehr.

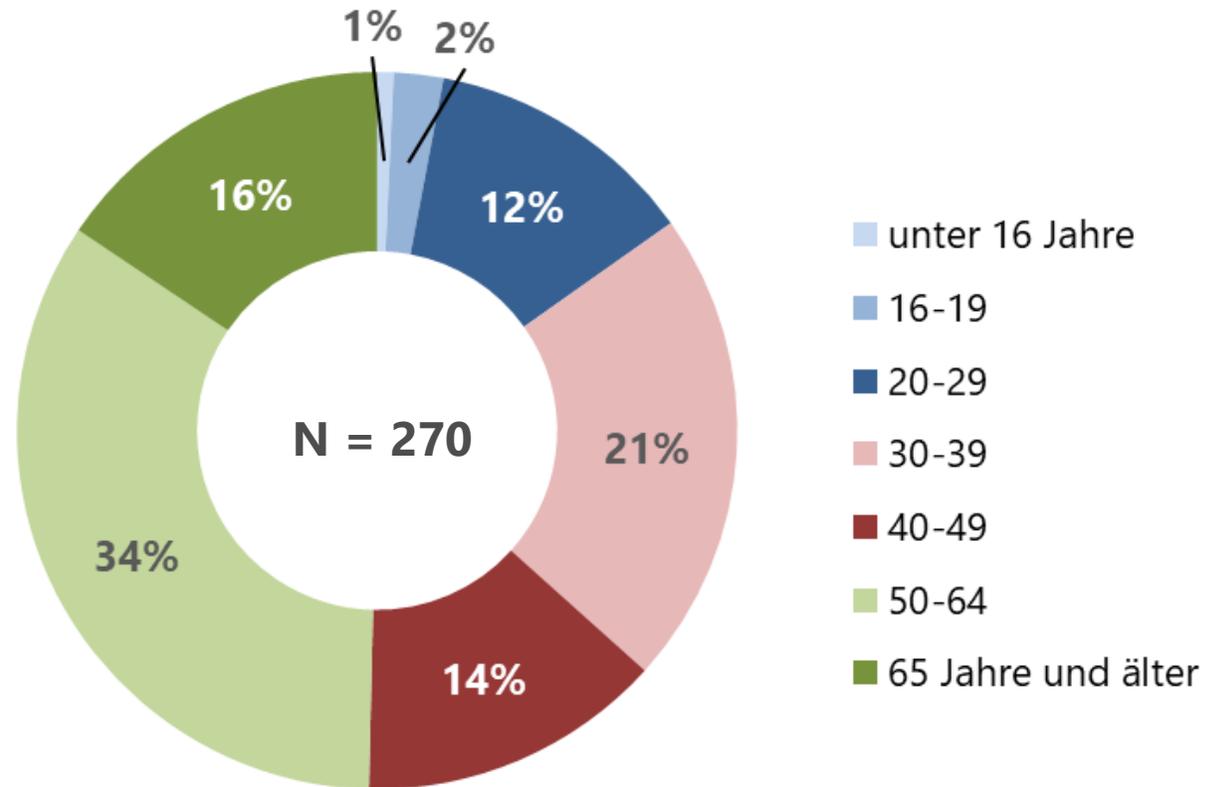
Interaktive Ideenkarte + Befragung

Ergebnisse Befragung

Geschlecht



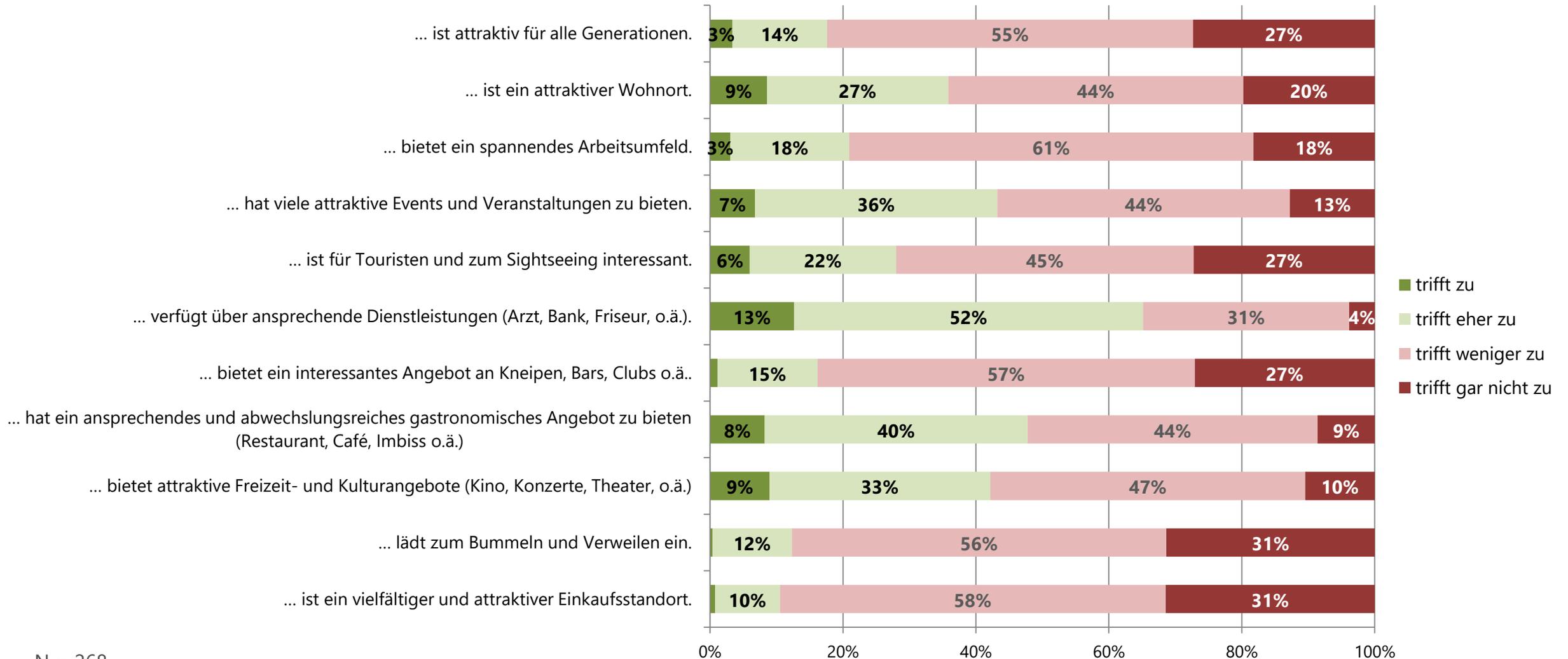
Alter



Interaktive Ideenkarte + Befragung

Ergebnisse Befragung: Bewertung der aktuellen Situation

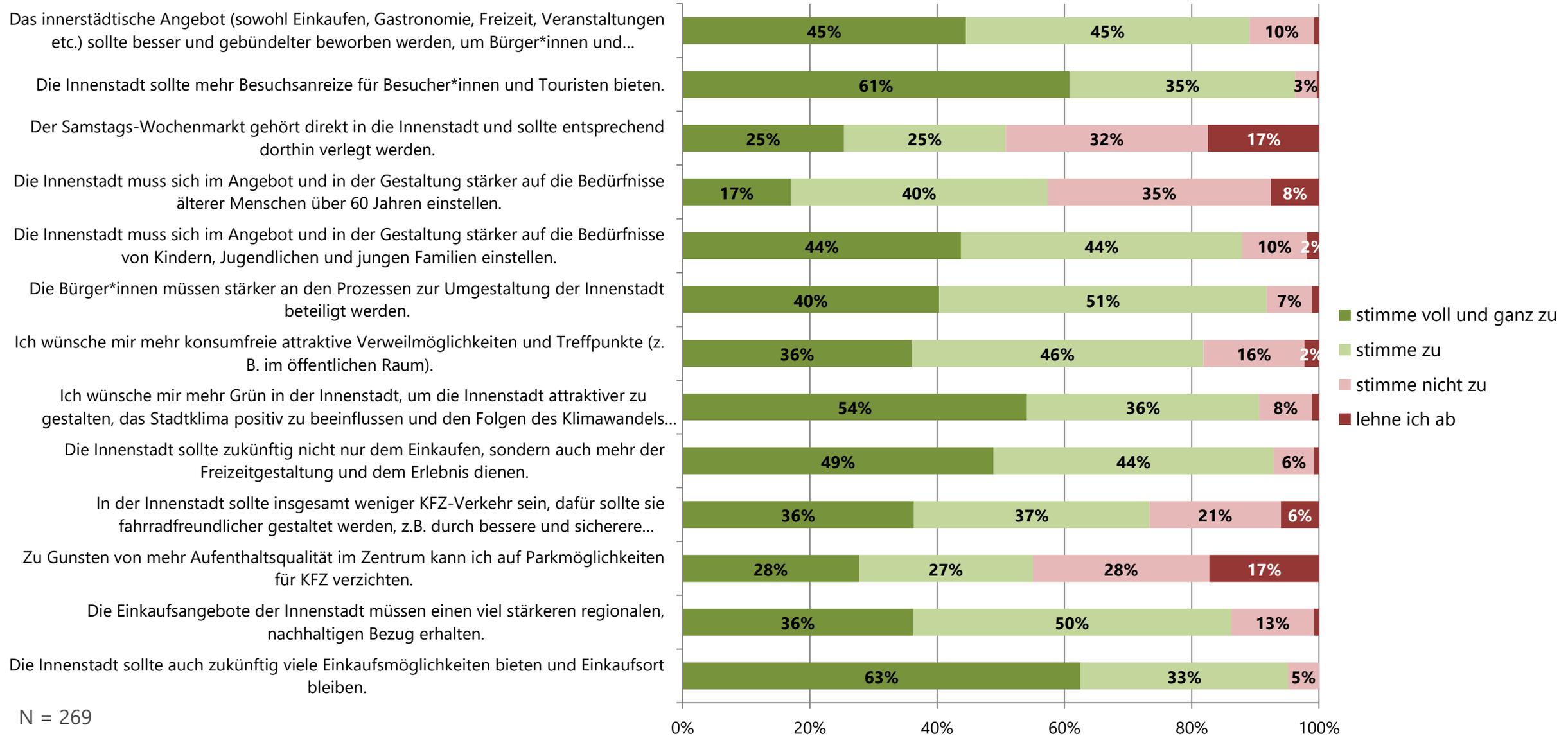
Die Wilhemshavener Innenstadt...



N = 268

Interaktive Ideenkarte + Befragung

Ergebnisse Befragung: Lösungsansätze für die Zukunft



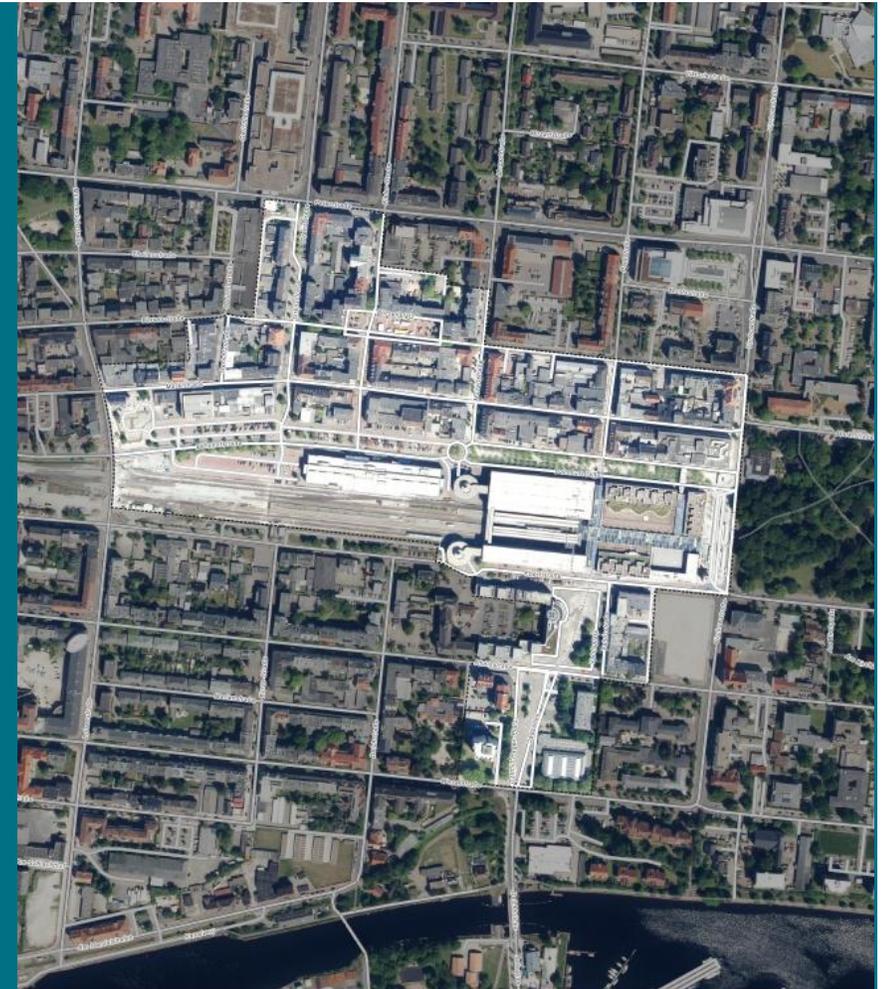


Ziel/Inhalt:

- Vorstellung der Analyseergebnisse und des Leitbildes
- Erarbeitung konkreter Maßnahmen für die Entwicklung der Innenstadt

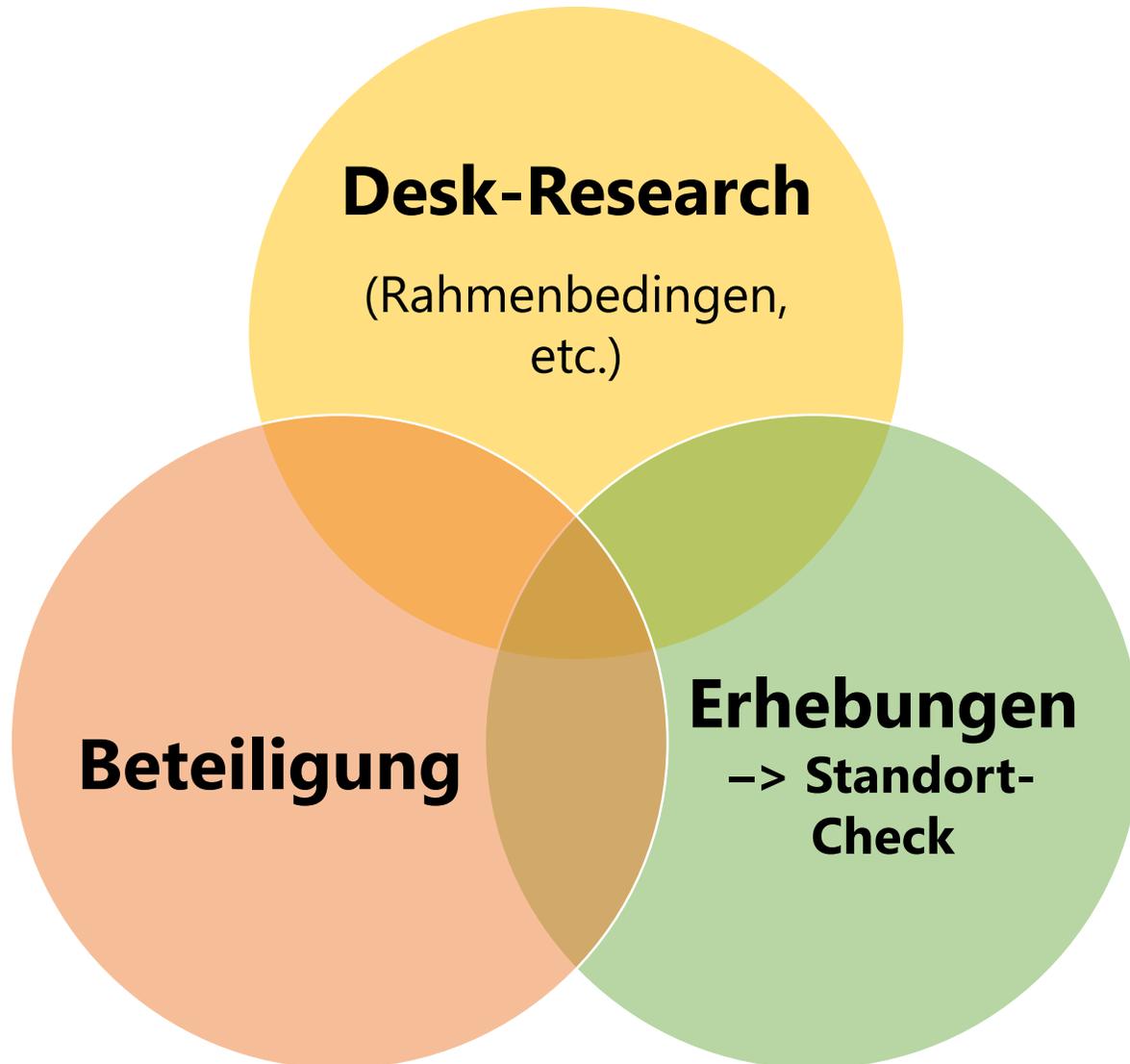


3. Bestandserfassung und -analyse



Bestandserfassung und -analyse

Bausteine und Methodik



**Analyseergebnisse als
Grundlage für die Stärken-
Schwächen-Analyse und die
Konzeptentwicklung**

Bestandserfassung und -analyse

Desk-Research

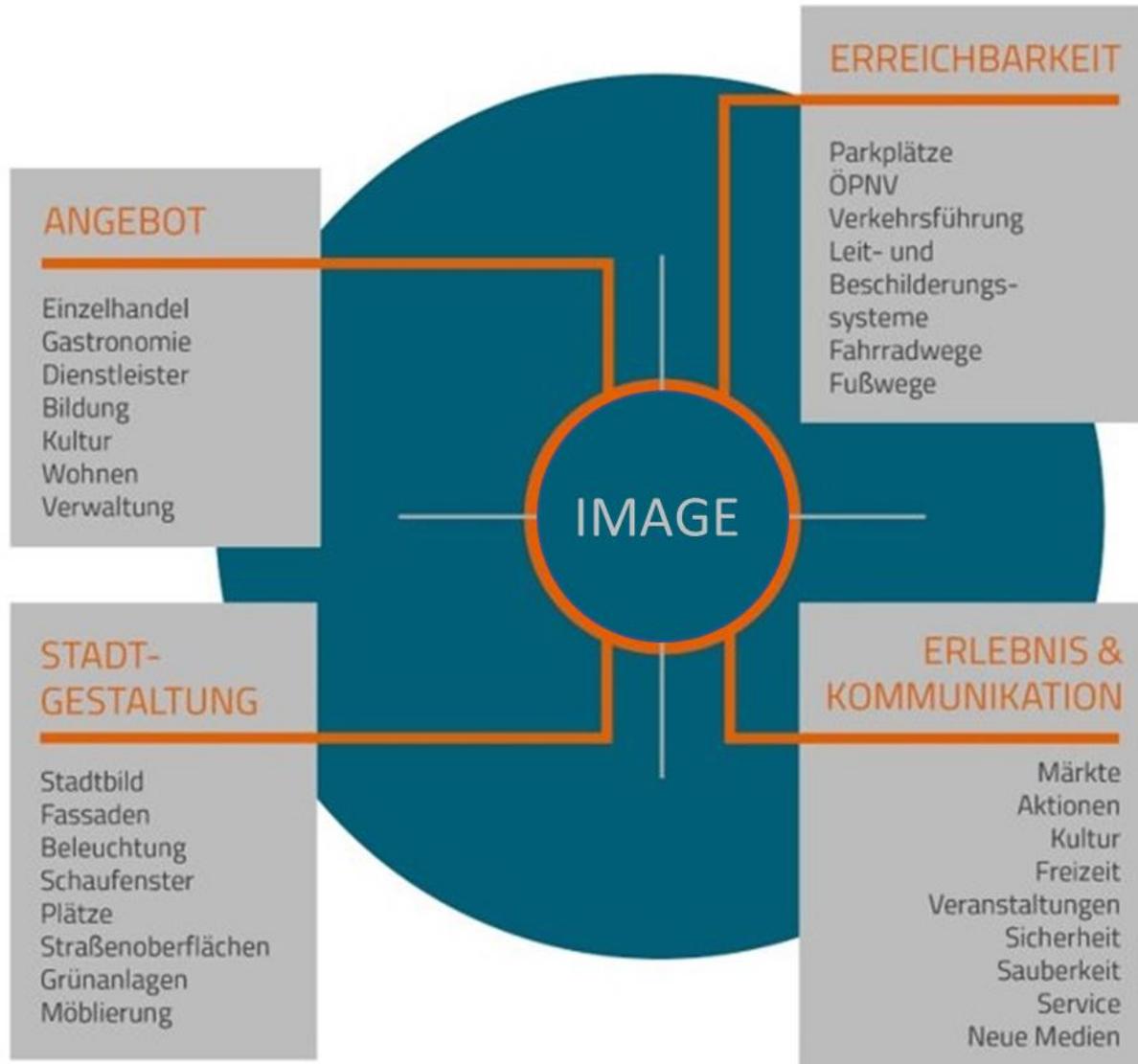
u. a.:

- Einzelhandelskonzept
- Ergebnisse Ideenwettbewerb Rambla
- Ergebnisse Innenstadtbefragung
- Konzept Step Plus
- Konzept Resiliente Innenstadt
- Tourismus- und Marketingkonzept
- Verkehrsentwicklungsplan
- Konzept Urban Farm
- Maßnahmen REACT



Bestandserfassung und -analyse

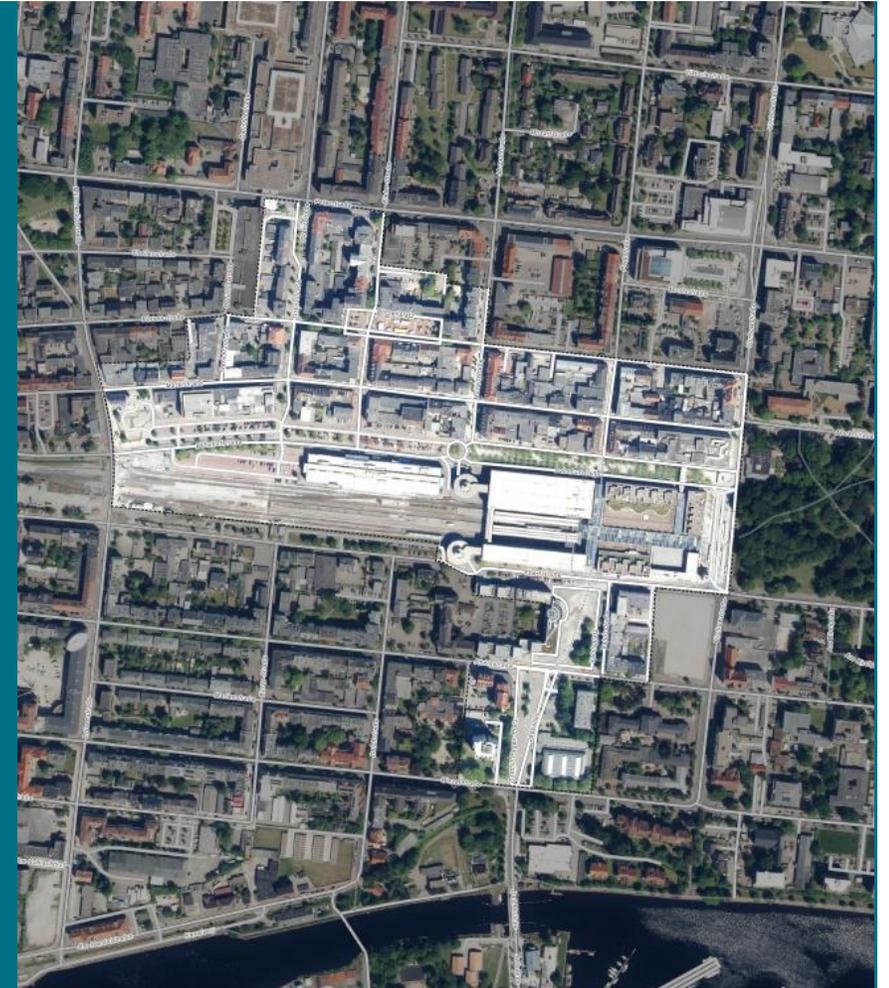
Erhebungen der cima



cima.

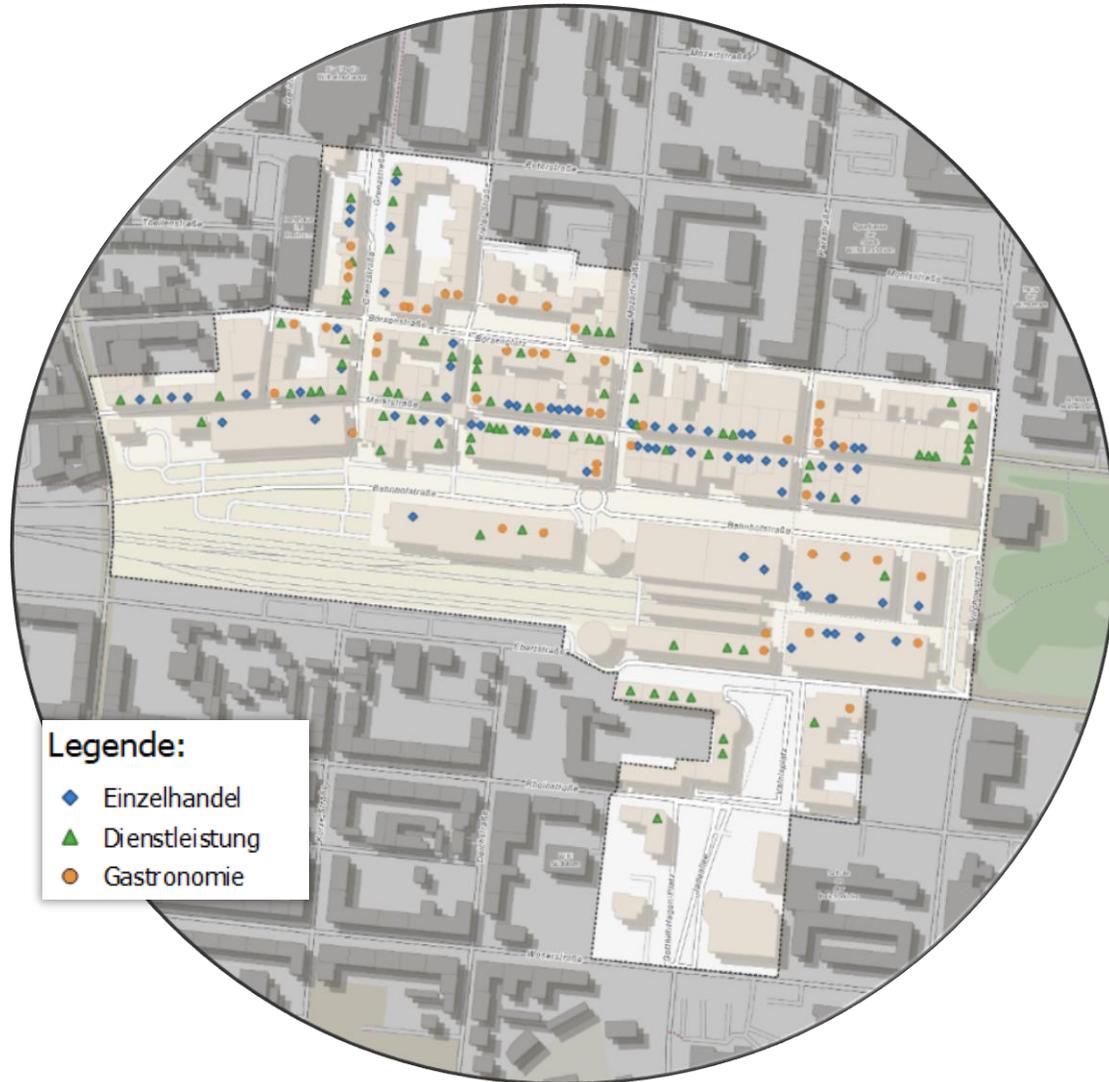


4. Zusammenfassende Stärken – Schwächen - Analyse



Stärken-Schwächen-Analyse

Thema: Angebot



Erfassung der Nutzungen
(Einzelhandel, Dienstleistung & Gastronomie)



Erfassung der gewerblichen Leerstände

Stärken-Schwächen-Analyse

Thema: Angebot



- **breiter Angebots-Mix** aus Einzelhandel, Gastronomie und Dienstleistern (Magnetbetriebe/ Ankermieter (noch) vorhanden)
- Mischung aus (über-)regionalen **Filialisten** und **inhabergeführten Betrieben**
- **Neuansiedlungen** sind (noch) zu verzeichnen
- Wichtige **Nahversorgungsangebote** vorhanden (z. B. Combi und Rossmann, Lebensmittelhandwerk)
- Verschiedene **Gastronomieangebote** (Fokus liegt eher auf schnellem Verzehr: Bäckerei, Imbiss, etc.)
- Größere **Dienstleistungen** wie Banken (Deutsche Bank, Targo Bank, Santander) mit Filialen in der Innenstadt
- Vereinzelt besondere betriebliche **Angebote im Bereich Service und Erlebnis**
- Vorhandensein einzelner **Kultureinrichtungen** (u. a. Kino, Kunstgalerie)



Stärken-Schwächen-Analyse

Thema: Angebot

- **langgezogene Innenstadt**/Fußgängerzone mit abfallendem Besatz (Dichte und Qualität)
- Mieterfluktuation und (teils langfristige) **Leerstände** div. Größe und Qualität
- **Karstadt-Leerstand** mit negativen Folgen, nicht nur für das nähere Umfeld, zudem **unattraktive Eingangssituation**
- Hoher Anteil an **Nagelstudios, Friseuren, Handyshops und Casinos**
- Nur wenige **Gastronomieangebote zum längeren Verweilen**; maritime Angebote sind mit Blick auf den Tourismus ausbaufähig
- Ausbaufähige **digitale Präsenz der Betriebe** und damit der Innenstadt (einzelne gute Beispiele)
- **Uneinheitliche Öffnungszeiten** der Betriebe
- z. T. **mangelhaftes Erscheinungsbild** und fehlende Sichtbarkeit der Betriebe
- Allg. **wenig Angebote für Kinder/Familien und Jugendliche**
- **Keine größeren Bildungs- oder Verwaltungseinrichtungen** in der Innenstadt (Frequenz)



Stärken-Schwächen-Analyse

Thema: Erreichbarkeit

ERREICHBARKEIT

- Parkplätze
- ÖPNV
- Verkehrsführung
- Leit- und Beschilderungssysteme
- Fahrradwege
- Fußwege



Stärken-Schwächen-Analyse

Thema: Erreichbarkeit



- Gute **Erreichbarkeit der Innenstadt** per Zug, ÖPNV, PKW, Fahrrad oder zu Fuß
- Alle **Buslinien** starten oder enden in der Innenstadt
- **PKW-Parkmöglichkeiten** ausgiebig und kostengünstig vorhanden
- Fahrradfahren besitzt durch **flache Topografie** hohe Zugänglichkeit
- **Fahrradabstellanlagen** sind fast überall vorhanden (Qualität + Quantität z.T. ausbaufähig)
- Schachbrettartige Struktur des Straßennetzes erlaubt **einfache Orientierung**
- Gesamtkonzept des „**Cityparkrings**“, aber kein dynamisches System mit Anzeige verfügbarer Plätze
- In weiten Teilen der City ist eine **relative Barrierefreiheit** gegeben (Pflaster, Höhenunterschiede)
- **Fahrradparkhaus NordseePassage** befindet sich in der Umsetzung

Stärken-Schwächen-Analyse

Thema: Erreichbarkeit



- **Mangelnde Verbindung zw. Innenstadt und Südstrand:** fußläufige Distanz, Wegeführung und Ausschilderung)
- **Schließung des Parkhauses an der Stadthalle** (Auswirkungen auf den Parkdruck sind abzuwarten)
- **Uneinheitliche Informationen** (online) über Parkmöglichkeiten, Parkhäuser und Erreichbarkeit der City
- Allg. ist die **Beschilderung** teils verdeckt, verdeckt und teils nicht mehr aktuell
- Teils Defizite bei der **Gestaltung der Zuwege zur Innenstadt** (Barrierefreiheit, Beleuchtung und Sauberkeit)
- **Ausbaufähige Situation im Radverkehr:**
 - überregionale Beschilderung/ Radwege
 - Uneinheitliche Fahrradabstellanlagen

Stärken-Schwächen-Analyse

Thema: Gestaltung

STADT- GESTALTUNG

Stadtbild
Fassaden
Beleuchtung
Schaufenster
Plätze
Straßenoberflächen
Grünanlagen
Möblierung



Stärken-Schwächen-Analyse

Thema: Gestaltung



Stadteingänge:

- Eingang von NordseePassage/Rambla in die Marktstraße gestaltet und mit Charakter

Fassaden/Schaufenster:

- Sanierte Fassaden von Prachthäusern als gestalterisches Element
- Schaufenstergestaltung teilweise gut gelungen

Möblierung:

- Wiederkehrendes Element: neue, moderne Sitzgelegenheiten mit Blumenkästen

Plätze:

- Börsenplatz: Platzcharakter (baulich gefasst); Offen und hell, an den Rändern begrünt
- Rambla mit Begrünung, entsiegelten Flächen und Aufenthaltsmöglichkeiten

Grün und Blau:

- Innerstädtisches Grün teilweise vorhanden: Rambla, Börsenplatz, Grenzstraße
- „grüne Achse“ in die Innenstadt: Kurpark – Adalbertstraße
- Potenzial: Nähe zum Wasser



Stärken-Schwächen-Analyse

Thema: Gestaltung

Stadteingänge:

- Unzureichende Besucherlenkung in die Innenstadt
- Insbesondere Zugänge von Norden kommend (Grenzstraße/Gerichtsstraße) ohne Gestaltung; großer Sanierungsbedarf

Fassaden/Schaufenster:

- Sanierungsbedarf wiederkehrend erkennbar
- Schaufenstergestaltung ausbaufähig
- Leerstandsgestaltung häufig nicht vorhanden

Möblierung:

- unzählige Varianten ohne erkennbares Corporate Design, insbesondere bei Fahrradabstellanlagen
- Teilweise nicht zeitgemäße Sitzmöglichkeiten

Plätze:

- Valoisplatz/Gottfried-Hagen-Platz ohne gestalterische Elemente, „Durchgangsraum“
- Rambla: viele „tote“ Rückseiten der NordseePassage und Marktstraße
- Fehlende Spiel- und (attraktive) Verweilmöglichkeiten

Grün und Blau:

- großräumige Flächenversiegelung
- Keine maritimen Elemente in der Innenstadt und der Verbindungsachse zum Wasser

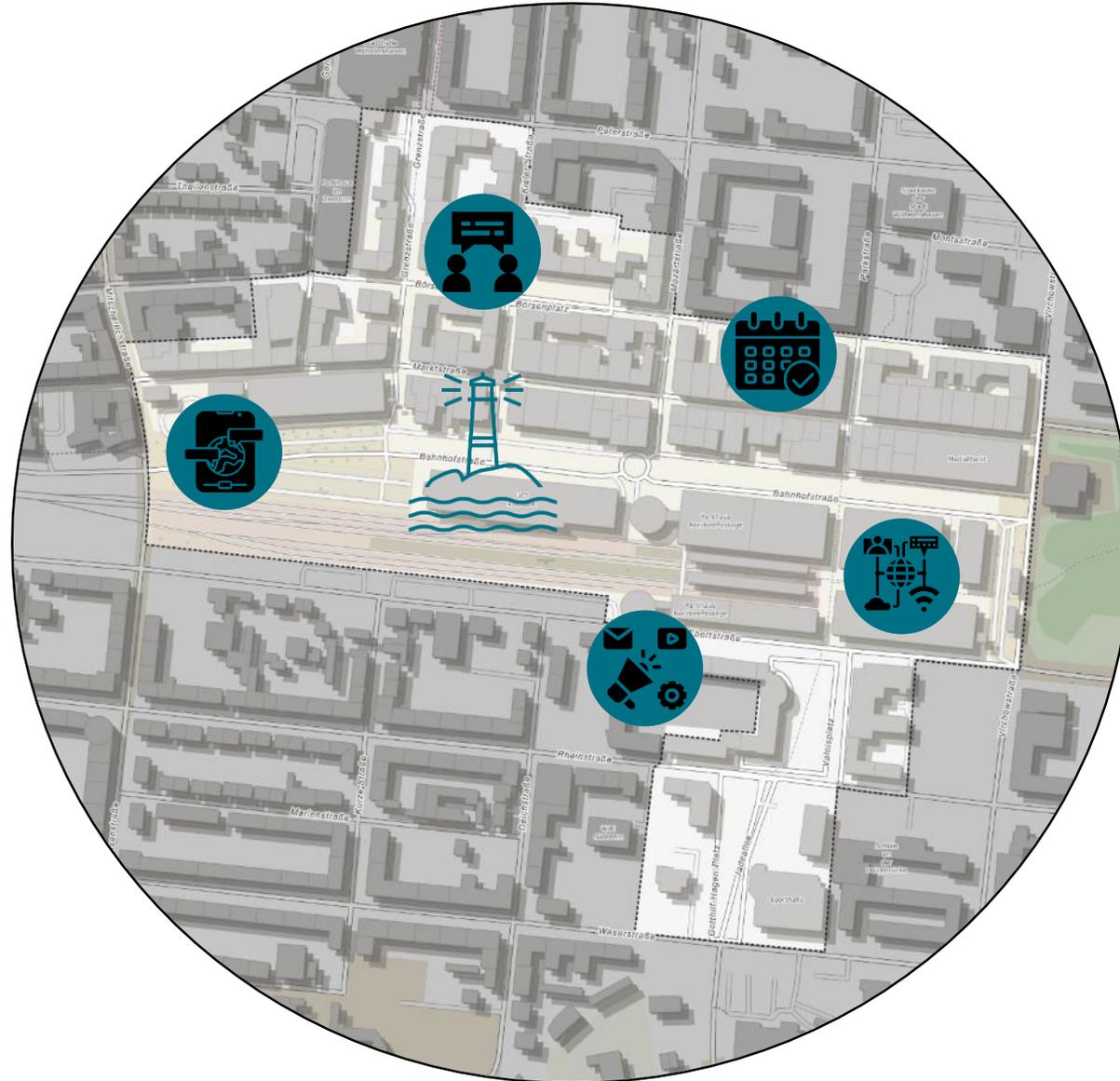


Stärken-Schwächen-Analyse

Thema: Erlebnis, Kommunikation und Image

ERLEBNIS & KOMMUNIKATION

- Märkte
- Aktionen
- Kultur
- Freizeit
- Veranstaltungen
- Sicherheit
- Sauberkeit
- Service
- Neue Medien



Stärken-Schwächen-Analyse

Thema: Erlebnis, Kommunikation und Image



- **2 Wochenmärkte** in und arrondierend zur Innenstadt (wenig/keine Frequenzwirkung für die Innenstadt)
- Einzelne **größere Veranstaltungen** in der Innenstadt (Street Art Festival, Willumina, VOS Piratencity etc.)
- Weitere **Veranstaltungen im Umfeld (v. a. Hafen/ Südstrand)**, von dessen Besucher- aufkommen die Innenstadt profitieren könnte
- Neue Veranstaltungen im Rahmen REACT-Förderung -> „**Es tut sich etwas!**“
- **Service- bzw. Kundenbindungsmaßnahmen** wie Stadtgutschein oder Gutschein der NordseePassage)
- **Öffentliche Toilette** an der Bahnhofstraße
- **Touristinfo** an der NordseePassage
- Gepflegtes Erscheinungsbild der Marktstraße und Parkstraße
- **Angrenzende Grünflächen bieten Potenzial** für Freizeitaktivitäten und Verweilen

Stärken-Schwächen-Analyse

Thema: Erlebnis, Kommunikation und Image



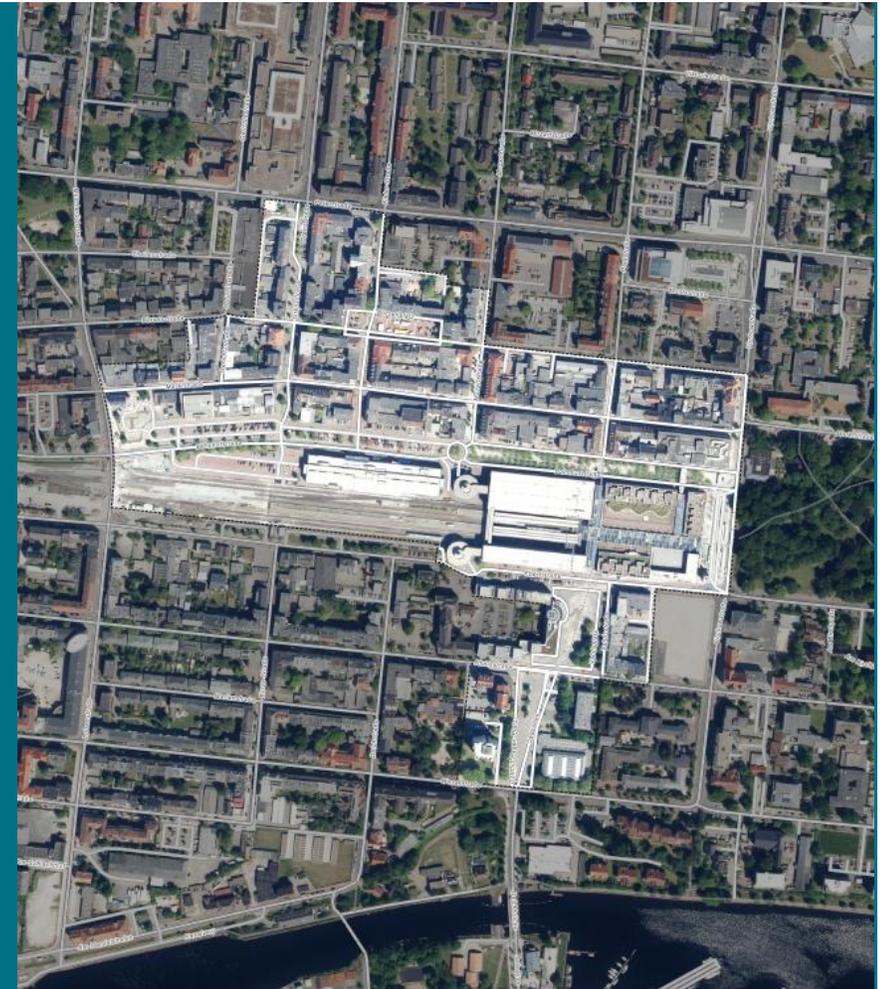
- **Negatives Image der Innenstadt bei der eigenen Bevölkerung:**
- Abseits der Veranstaltungen in der Innenstadt mangelt es an Besuchsanreizen/-gründen, **es fehlt ein „Leuchtturm“** bzw. **„Erlebnisfaktor“**
- Das Thema „Shopping“ und „Innenstadt“ könnte auf den **Webseiten/Social-Media-Kanälen der Stadt** etc. sichtbarer sein
- Eine **digitale/print-Übersicht** der Betriebe fehlt
- **Besondere Services im Einzelhandel** (Click + Collect, Lieferdienste etc.) nur selten bis gar nicht
- Fehlende (generationenübergreifende) **Begegnungsorte**
- **Angsträume, Verschmutzungen, Angsträume**

Stärken-Schwächen-Analyse

Chancen für die weitere Entwicklung

1. **Auswirkungen der Corona-Krise nutzen** (regionaler Tourismus, Fahrradtourismus, Bedeutung regionaler Erzeugnisse)
2. Nutzung **touristischer Potenziale** durch eine bessere Anbindung an den Hafen bzw. den Südstrand
3. **Gezielte Entwicklung einer multifunktionalen Innenstadt** (zeitgemäßer Nutzungsmix aus Handel, Dienstleistungen, Gastronomie, Soziales, Bildung, Wohnen, Arbeiten, Freizeit und Kultur) und Schaffung eines „**Leuchtturmes**“ als Magnet
4. „**Verjüngung der Innenstadt**“ durch Aktivitäten mit Bildungseinrichtungen wie der Jade Hochschule
5. **Aktivierung der Flächen- und Immobilienpotenziale → neue Angebote, Entwicklungspotenziale und -anstöße für die gesamte Innenstadt** (Funktionszuweisung Plätze, Nach-/Umnutzung Karstadt-Immobilie, etc.)
6. Gezielte **Eigentümersprache** (Beratung und Unterstützung kann dazu beitragen **Leerstände** nachzubesetzen und **städtebauliche Misstände** aufzuwerten) → neue Programme und Instrumente nutzen (z. B. NQG)
7. Aktivierung der Gewerbetreibenden, um das „**Wir-Gefühl**“ zu fördern und die **Präsenz** der Betriebe und Innenstadt zu steigern
8. Belebung der Innenstadt durch **Verlegung des Wochenmarktes** vom Rathaus in die Innenstadt (Prüfung und Konzipierung in Abstimmung mit den Marktbesckickern)
9. Verbesserung der Kommunikation/ Kooperation durch Etablierung von **Innenstadtmanagementstrukturen** und zentralen Ansprechpartner*innen
10. **Zielgerichtete Marketingmaßnahmen** steigern die Imagebildung nach Außen und Innen

5. Konzeption – Leitziele und Handlungsansätze



Konzeption

Leit- und Entwicklungsziele

Die Innenstadt als attraktive „Visitenkarte“ und das lebendige Herz der Stadt

Multifunktionale Angebote
und Besuchs- und
Verweilanziege für alle
Bürger*innen und
Besucher*innen

Attraktiver Wohn- und
Arbeitsstandort

„GRÜN und BLAU“ als
Leitfaden –
„Die grüne Innenstadt
am Meer“



Orientiert bzw. untergeordnet an /
unter die Dachmarke der Stadt

Konzeption

Handlungsansätze

Angebot

- Angebote für alle Bevölkerungs- und Nutzergruppen sowie Altersklassen schaffen
- Beseitigung von Leerständen und maroder Bausubstanz – moderne und innovative Umnutzungen/ Zwischennutzungen fördern (Leerstandsmanagement)
- Intensivierung der Kontakte zu Immobilieneigentümern
- Profilierung von Service, Beratung & Erlebnis
- Steigerung digitale Präsenz/Services
- Schaffung „Leuchtturm“, Alleinstellungsmerkmal
- Temporäre/saisonale Angebote
- „Kümmerer“
- Schaffung von Wohnraum und Arbeitsplätzen
- Ansiedlung von Frequenzbringern (z. B. Verwaltung, Hochschule, Jugendtreff etc.)

Erreichbarkeit

- Ausbau der Barrierefreiheit
- Förderung Umweltverbund:
 - Förderung der Fahrradinfrastruktur (v. a. Radwege & Fahrradstraßen sowie Abstellanlagen)
 - Überarbeitung der Wegeleitführung für Fußgänger*innen und Fahrradfahrer*innen
- Bessere Integration der innerstädtischen und touristischen Ziele in den ÖPNV
- Bedarfsprüfung für die Parkflächen an der Bahnhofstraße, ggf. in Verbindung mit der Einrichtung eines Parkleitsystems
- Bessere optische und tatsächliche Anbindung der Innenstadt an den Hafen/Südstrand mit seinen Sehenswürdigkeiten und Einrichtungen

Gestaltung

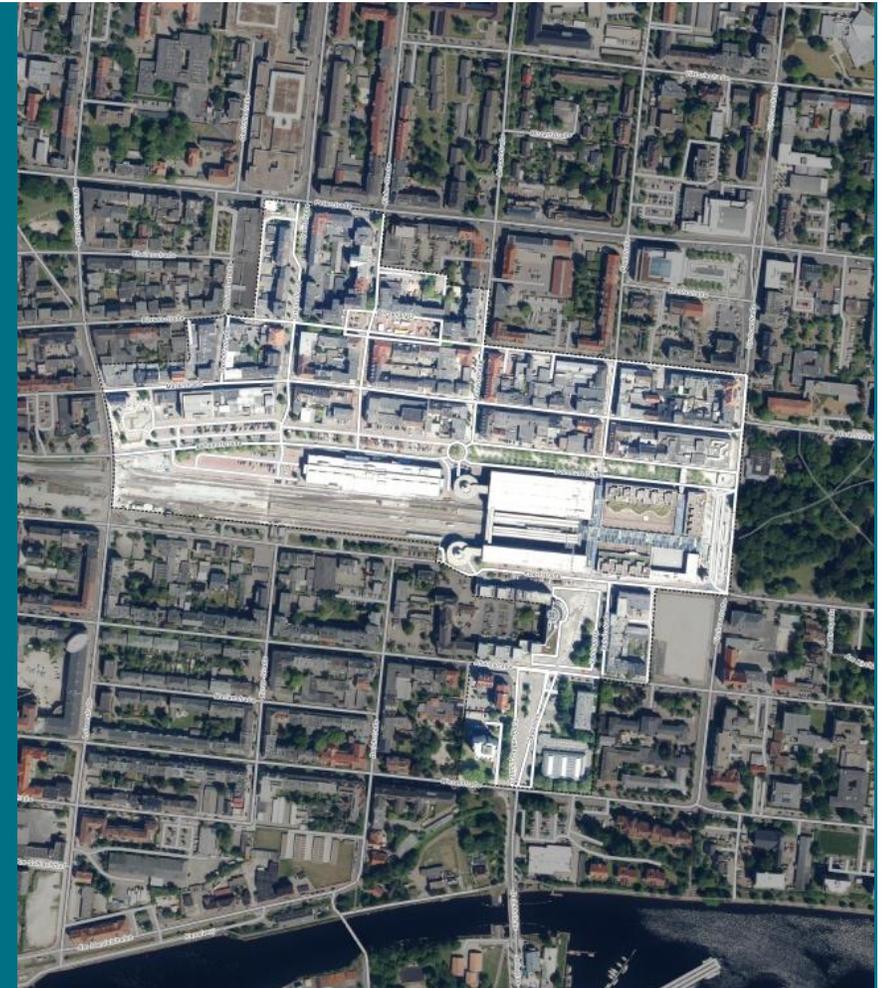
- Frei- und Grünflächen sowie Plätze als Treffpunkte, auch Spielplätze etc.
- Nachhaltigkeit und Klimaschutz vorantreiben, Grünstrukturen aufwerten, vertikale Begrünung
- Energieerzeugung, z.B. Photovoltaik
- Klimaanpassung, z.B. Reduzierung Windschneisen
- Thema Wasser/Meer/Hafen in der Gestaltung
- Flächenpotenziale ausschöpfen (Börsenplatz, Valoisplatz etc.)
- Gestaltungssatzung überarbeiten (v.a. hinsichtlich Werbeanlagen, Möblierung)
- Temporäre/saisonale Gestaltungs- und Spielelemente
- Aufwertung/Sanierung öffentlicher und privater Raum
- Barrierewirkungen von Plätzen und unattraktiven Straßen reduzieren

Erlebnis, Kommunikation und Image

- Ausbau von Kultur- und Freizeitangeboten in der Innenstadt
- Erlebbares Miteinander und Gemeinschaft fördern – Schaffung von generations- und kulturübergreifenden Begegnungsräumen
- Integration und Inklusion aller Bevölkerungsgruppen fördern
- Tourismus stärker für die Innenstadt nutzen
- Image nach Innen stärken und nach Außen profilieren
- Kommunikation der gewerblichen, sozialen und kulturellen Angebote und der Innenstadt insgesamt → offline und online
- Stärkung der Gemeinschaft in der Innenstadt → Grundlage für gemeinsame, erfolgreiche Aktionen und Projekte
- Sicherheit(-gefühl) steigern
- Sauberkeit erhöhen

3. Konzeption – Maßnahmenkatalog

- übergeordnete Maßnahmen
- Angebot
- Erreichbarkeit
- Gestaltung
- Erlebnis, Kommunikation, Image



Konzeption

Maßnahmenkatalog

- Mix aus kurz-, mittel- und langfristigen Maßnahmen
- Verteilung der Umsetzungsarbeit auf mehrere Schultern (öffentlich + privat)
- Sofortmaßnahmen -> schnell und vergleichsweise kostengünstig umsetzbar, schnelle Effekte!
- **zwei übergeordnete Maßnahmen** mit zentraler Bedeutung für die Innenstadtentwicklung aber räumlich nicht nur auf die Innenstadt bezogen:
 - Anbindung Südstrand <-> Innenstadt
 - Marke Wilhelmshaven als Dach
- **Ideen-Pool** mit allen weiteren genannten Maßnahmen aus dem Prozess

		Entwicklungsziel
Angebot		
1	Nach- und Umnutzung von gewerblichen Leerständen	A + B
2	Angebote für alle Generationen und Bevölkerungs-/Nutzergruppen	A
3	Angebote speziell für Kinder und Jugendliche	A
4	Kulturangebot erhalten / ausbauen	A
5	Professionelles Flächen- und Leerstandsmanagement	A + B
Erreichbarkeit		
6	Mobilitätshubs	A + B
7	Ausbau Fahrradwegenetz und -qualität	A + B
8	Verkehrslenkung und Orientierung – v.a. Rad- und Fußverkehr	A + B
Gestaltung		
9	Innenstadteingänge gestalterisch aufwerten und erkennbar machen	A + C
10	Potenziale der Plätze nutzen - Place to be!	A + C
11	Grün und Blau	A + C
12	Temporäre Gestaltungselemente	A + C
13	Barrierefreiheit	A + B
14	Gestaltungssatzung als Richtlinie	A + C
Erlebnis/Kommunikation/Image		
15	Schaffung Alleinstellungsmerkmal / „Leuchtturm“	A
16	Märkte, Veranstaltungen & Aktionen	A + B
17	Ausbau der (digitalen) Präsenz der Innenstadt + Betriebe	A + B

A = Multifunktionale Angebote und Besuchs- und Verweilanreize
B = Attraktiver Wohn- und Arbeitsstandort
C = „GRÜN und BLAU“ als Leitfaden

Anbindung Südstrand <-> Innenstadt

übergeordnete Maßnahme



Ziel

- Stärkere Ausnutzung des Potenzial „Tourismus“ für die Innenstadt und ihre Angebote
- Voraussetzung: weitere Förderung des Tourismus als wichtiges Standbein für die Stadt und Frequenzbringer für die Innenstadt sowie Erhöhung der Attraktivität und Verweilqualität der Innenstadt



Inhalt

- **„Weg zum Meer“ und in die Innenstadt erkennbar und erlebbar gestalten**, inkl. Verknüpfung der touristischen Anlaufpunkte:
 - Start/ Ziel bereits in der Innenstadt (nicht erst am Valois-Platz)
 - Klare Beschilderung
 - Gestalterische Wegeführung durch maritime Elemente, Sichtachsen/Bilder, einheitliche, ausreichende Sitzmöglichkeiten etc.
 - Interaktive Ansätze wie Geo-Caching, Stempel-Karte, Fotopunkte etc.
 - Schaffung von Rundwegen (analog/ergänzend zum Rundweg Banter See), Vorschlag s. nächste Seite
- **Erreichbarkeit:**
 - Kurzfristig: Sicherung/Optimierung Linie 8 (saisonale Taktung, Bewerbung etc.), Fahrrad- oder Bollerwagenverleih
 - Langfristig: z. B. Bootshuttle oder autonome Elektrokleinbusse als Linienverkehr/Rundfahrten



Impressionen

<https://www.gfg-id.de/neuigkeiten/tourismus-in-bremerhaven-neues-wegeleitsystem.html>

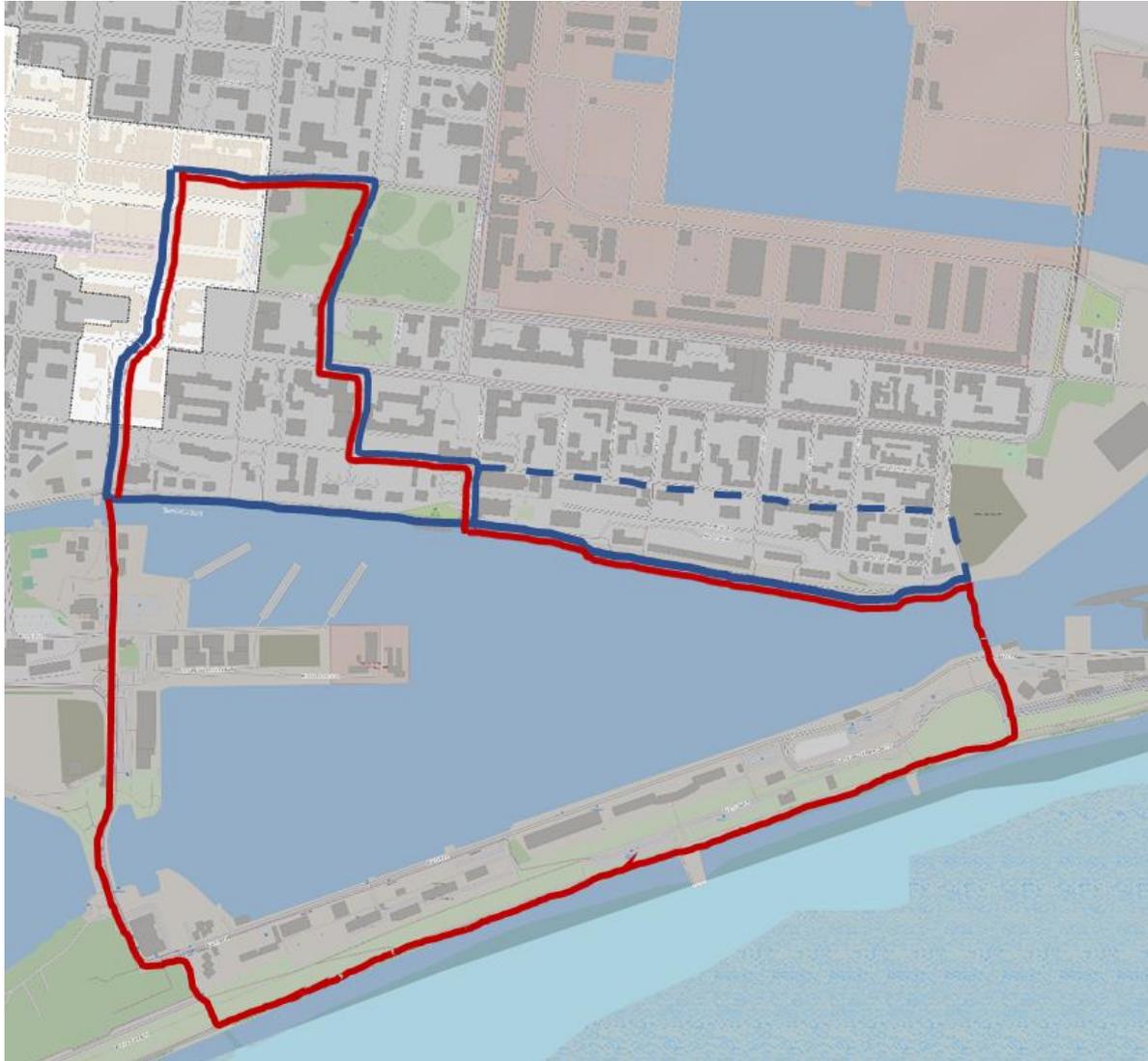


Zeithorizont

kurz – langfristig, je nach Maßnahme
als eine erste Maßnahme sollte der Ausbau der Beschilderung erfolgen

Anbindung Südstrand <-> Innenstadt

übergeordnete Maßnahme



Vorschläge für Rundwege

Kurzer Rundweg: Marktstraße – Bahnhofstraße – Jadeallee – Bontekai – K.-W.-Brücke – Bontekai – Neckar-Straße – Weserstraße – Christus- und Garnisonkirche – Friedrich-Wilhelm-Platz – Marktstraße
(ggf. Rückweg über Verlängerung Weserstraße)

Langer Rundweg: Marktstraße – Bahnhofstraße – Jadeallee – Südstrand – K.-W.-Brücke – Bontekai – Neckar-Straße – Weserstraße – Christus- und Garnisonkirche – Friedrich-Wilhelm-Platz – Marktstraße

Marke Wilhelmshaven als Dach

übergeordnete Maßnahme



Ziel

- Schaffung eines Profils für die Stadt als übergeordnetes Thema für die Innenstadtentwicklung und -vermarktung
- Innenstadt als „Visitenkarte“ der Stadt



Inhalt

- Erarbeitung/Festlegung eines **Profils** für die Stadt und **Ableitung des Markenkerns**, Vorschlag: „Grüne (Innen)Stadt am Meer“
 - Zusammenarbeit mit relevanten Akteuren, ggf. auch als Bürger*innenbefragung denkbar
- Eine Dachmarke ist wichtig für **die touristische Profilierung** aber auch für die **Identifikationssteigerung der Bevölkerung** – „Wer bzw. was sind wir?“
- Profilierung in den Angeboten und dem Erscheinungsbild der Innenstadt sichtbar machen! (Logo, Themen, Farben etc.)



Impressionen



Zeithorizont

- Kurzfristig:** Erarbeitung/Festlegung eines Profils und dessen Markenkerns.
- Mittelfristig:** Marke im Erscheinungsbild und den Angeboten der (Innen)Stadt sichtbar machen.

Nach- und Umnutzung von gewerblichen Leerständen

Angebot



Ziel

- Umsetzung neuer Nutzungen in Leerständen
- Diversifizierung des Angebotsspektrums
- Belebung der Innenstadt
- Stärkung des Wirtschaftsstandorts
- Vermarktung von leeren Gewerbeflächen

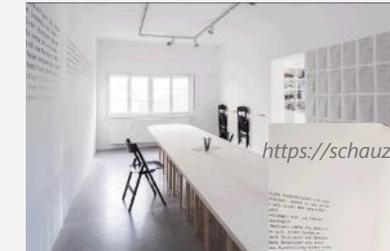


Inhalt

- Entwicklung **Schaufenstergestaltungs- und Zwischennutzungskonzepte**
- Etablierung einer „**Leerstandsbörse**“, z.B. Eignungsprüfung LeAn
- „**Pioniere**“ als temporäre Zwischennutzung, aber auch mit Potenzial für längerfristige Anmietung
- Nach-/Umnutzung durch **frequenzbringende Mieter** wie Verwaltung (z.B. Bürgerbüro), Hochschule
- Workcafés, CoWorking-Spaces
- Innovative **Mixed-Use-Konzepte**, z. B. Karstadt-Gebäude, OG NordseePassage
- Prüfung Engerfassen der Fußgängerzone (z.B. Ende an der Grenzstraße), Umnutzung von gewerblichen Leerständen am Randbereich zu Wohnen
- Nachnutzung gewerblicher Flächen im OG durch **Wohnen** – Belebung der Innenstadt auch außerhalb der Öffnungszeiten (z. B. bezahlbarer, attraktiver Wohnraum für Studierende, junge Erwachsene und Familien)



Impressionen



Zeithorizont

Viele Schritte **kurzfristig** umsetzbar (Vermarktung der Leerstände; Leerstandsbörse, Gestaltung etc.). Insgesamt ergibt sich ein **laufender Prozess**, der immer weiter optimiert werden kann – Ausdauer und Geduld haben!

Angebot



Ziel

- Besuchsanreize für Kinder, Jugendliche und junge Familien schaffen
- Aufenthaltsqualität und dadurch Aufenthaltsdauer erhöhen
- Motto: „Möglichkeiten und Räume bieten bevor diese selbst unerwünscht geschaffen werden!“



Inhalt

- neue **Spielbereiche und -möglichkeiten**, Rambla als ein Fokusbereich, u.a.:
 - Spielgeräte/Federwippen
 - Wasser-/Klangspiele
 - Kleine Forschungs- und Wissensstationen zum Thema Wasser/Meer
 - Sandkisten
 - Sportangebot: Basketball, Bolzen, Skaten/Rollschuh, Minigolf, Fitness Park, Skate-Park auf einem Parkplatz etc.
 - Indoorspielplätze, Escape Room etc.
- **Kinder-Betreuungsangebote** in der Innenstadt, z.B. Nutzung eines Leerstandes -> Eltern können „Bummeln“ gehen
- **Jugendtreff** in einem Leerstand
- **Jugendbeteiligung/Ideenwettbewerb** (Bedarfe herausfinden, Maßnahmen entwickeln)



Impressionen



Zeithorizont

kurz- bis mittelfristig

Kulturangebot erhalten und ausbauen

Angebot

Ziel

- Kulturangebot ausbauen
- Künstler*innen und Kulturschaffenden eine Bühne bieten – unabhängig von punktuellen Veranstaltungen
- Besuchsgründe schaffen
- Vermarktung der (Innen-)Stadt

Inhalt

- Museumsangebot sichern und ausbauen und ggf. kleine „Ableger“ in der Innenstadt realisieren
- **mobile Bühne** in den Sommermonaten auf dem Börsenplatz / Rambla
- **Kleinkunsthöhle in einem Leerstand**, z.B. am Börsenplatz
- Vielfalt darstellen: Ausstellungen, Galerien, Ateliers etc.
- Nutzung der Bekanntheit und Potenziale des **StreetArt-Festivals**, z.B. längerfristige Projekte in Leerständen
- Angebote von Musikschulen etc.
- Potenzial der **Industriekultur** nutzen
- Insgesamt **Etablierung und Sicherung von Veranstaltungsformaten** für die Innenstadt (Bsp. Verlagerung Lapskaus-Essen)

Impressionen



Zeithorizont

Kurz- bis mittelfristig, je nach Maßnahme

Angebot

Ziel

- Diversifizierung und Stärkung eines zielgruppenorientierten Angebotes und Branchenmixes → Qualität und Breite
- Berücksichtigung aller Zielgruppen, sowohl Bevölkerung als auch Besucher*innen

Inhalt

- Festlegung und Kommunikation einer/s zentralen **Ansprechpartner/in** nach innen und außen
- Vertrauensvolle Zusammenarbeit, Unterstützung und Sensibilisierung der **Eigentümer*innen**
- Regelmäßige **Aktualisierung/Evaluierung der Entwicklungen**
 - Leerstände
 - Qualität und Quantität des Bestandes
 - potenzielle Schließungen (frühzeitiges Reagieren und Gegensteuern ermöglichen)
- **Sicherung der Angebote** – Unterstützungsangebote für ansässige, insb. inhabergeführte Betriebe, z.B. sog. „Store-Checks“, Coaching-Angebote
- **Ansiedlungsbemühungen** über Anreize wie Gründungswettbewerbe etc.
- Aktives **Fördermittelmanagement**
- auch temporäre, moderne, innovative Konzepte mitdenken

Impressionen



Zeithorizont

Erste Schritte **kurzfristig** umsetzbar (Kataster, Kommunikation Ansprechpartner*in etc.).
Insgesamt ergibt sich ein **laufender Prozess**, der immer weiter optimiert werden kann – Ausdauer und Geduld haben!

Mobilitätshubs

Erreichbarkeit



Ziel

- Einrichten von Mobilitätshubs mit Verknüpfung PKW <-> ÖPNV <-> Fahrrad
- Optimierung der Erreichbarkeit
- Förderung intermodaler Mobilität im Umweltverbund
- Umstandsfreies und sicheres Wechseln zwischen unterschiedlichen Verkehrsmitteln



Inhalt

- Schaffung witterungsgeschützter, abschließbarer **Fahrradabstellanlagen** (mit Lademöglichkeiten, ggf. Schließfächer), vorwiegend an Innenstadteingängen, bspw. „Velohubs“ (auch Leerstände, Container denkbar), Überdachung vorhandener Abstellplätze
- Errichtung einer **Mobilitätsstation am Bahnhof/ZOB mit Sharing-Angeboten** (Fahrrad-Lastenrad- Carsharing), Reparaturservice, Stellplätzen zur Kurz- und Langzeitmiete etc.
- Erweiterung dieser Sharingangebote um weitere Innenstadtstationen
- **Einbindung sozialer Aspekte** zur Förderung der Aufenthaltsqualität an den Mobilitätshubs (z.B. Aufenthaltsräume, Cafés, Coworking-Plätze)
- Vorbereitung auf **zukünftige Mobilitätsformen**, z.B. autonomer (On-Demand) Busverkehr



Impressionen

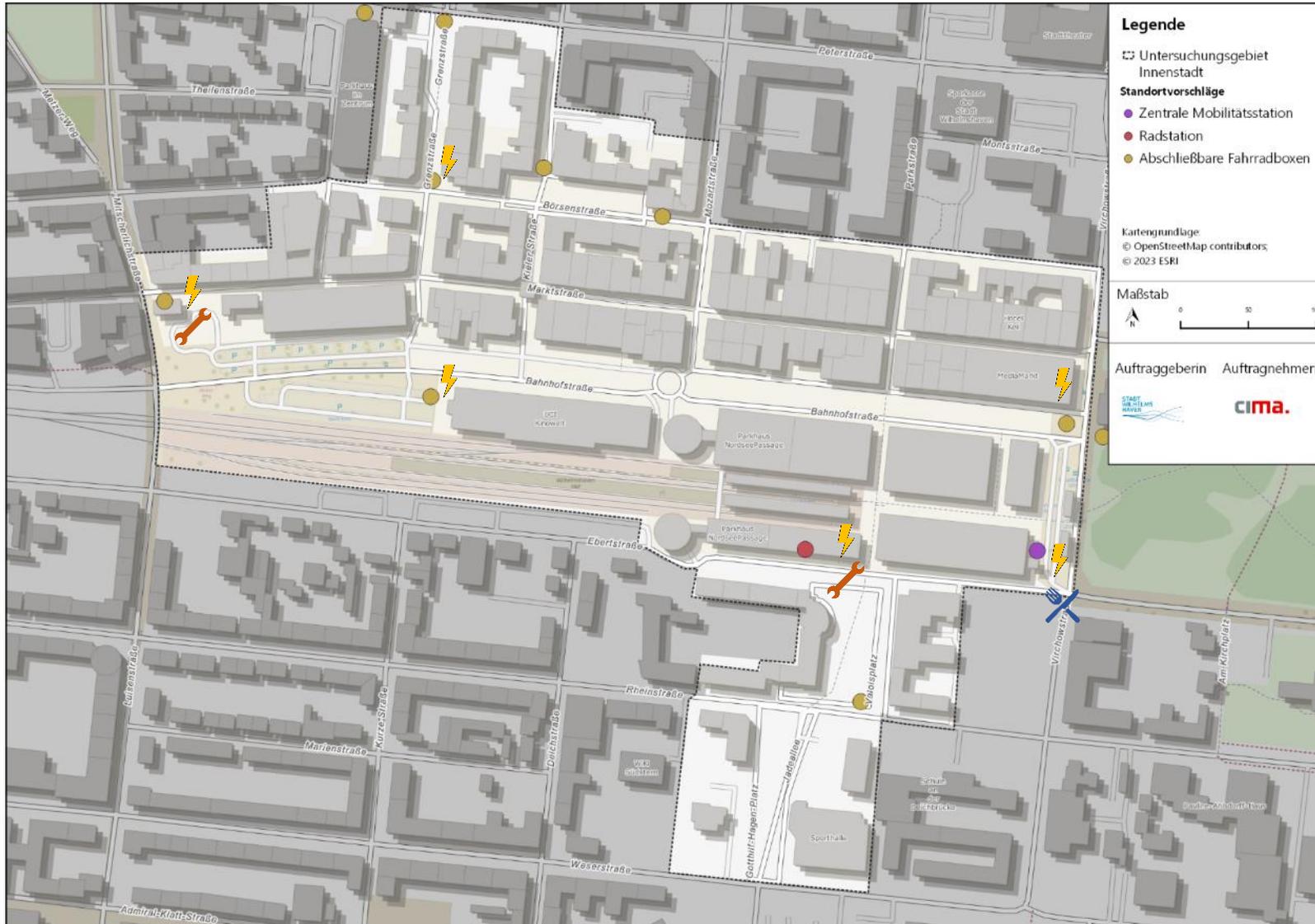


Zeithorizont

Mittelfristig: Schaffung Fahrradabstellanlagen, Errichtung der Mobilitätshubs und Sharingstationen; **Langfristig:** Einrichtung und Implementierung eines autonomen Kleinbusses

Mobilitätshubs

Erreichbarkeit



Ausbau Fahrradwegenetz und -qualität

Erreichbarkeit



Ziel

- Bessere Anbindung der Innenstadt an das Stadtgebiet und den Südstrand mit dem Fahrrad
- Erhöhung der Sicherheit für Radfahrende und Entschärfung von Konflikten mit dem motorisierten Verkehr

Inhalt

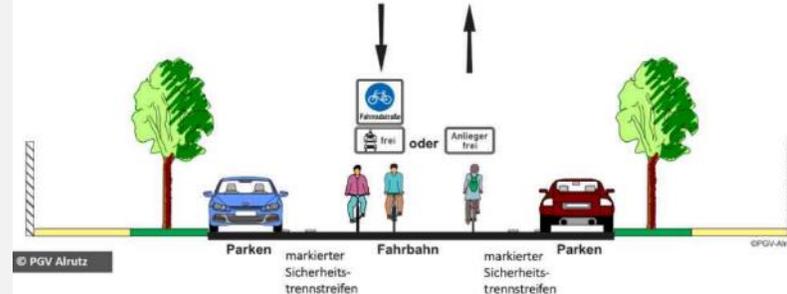
- Prüfung von **Fahrradstraßen** in den wesentlichen Mobilitätsachsen zur Innenstadt (Jadeallee, Mozartstraße, Börsenstraße, Rheinstraße, Markstraße, Grenzstraße, Adalbertstraße) -> 1. Schritt: **temporäre, einfach umgesetzte Testphase** in der Göker- und Peterstraße
- Schaffung sicherer **Querungsmöglichkeiten** der Hauptstraßen
- Radfahrer frei in der westlichen Marktstraße bis zur Grenzstraße
- **Umwandlung** einer PKW-Fahrspur in der Bahnhofsstraße in einen Radweg
- **Ausbau** separater Radverkehrsanlagen an Hauptstraßen (Peterstraße, Grenzstraße, Weserstraße) nach aktuellen Standards
- **Unterbrechungen von Autospuren** zugunsten Fußgänger und Radfahrer, Bsp. „Superblocks“ Barcelona
- **Weiterführung** überregionaler Radwege in Richtung Innenstadt



Impressionen



<https://striesen-oiger.de/wp-content/uploads/2021/06/Fahrradstrasse-Querschnitt.jpg>



Zeithorizont

- **Kurzfristig:** Ausbau der Abstellanlagen. **Mittelfristig:** Einrichtung von Fahrradstraßen.
- **Langfristig:** Ausbau der Radverkehrsanlagen an Hauptverkehrsstraßen nach aktuellen Standards

Verkehrslenkung und Orientierung

Erreichbarkeit



Ziel

- Innenstadt in den Fokus rücken und Orientierung optimieren – v.a. für den Fuß- und Radverkehr
- Sichtbarkeit der Innenstadt für Tourist*innen erhöhen
- Orientierungsmöglichkeiten für einheimische und auswärtige Innenstadtbesucher*innen erhöhen



Inhalt

- Einrichtung eines **Verkehrs- und Besucher*innenleitsystems** für den Rad- und Fußverkehr
 - Ausschilderung der Wege (z.B. Entfernung in Rad-, Geh und Schlenderminuten)
 - Einbindung der Fahrradabstellanlagen und möglichen Mobilitätshubs und (stationsbasierten) Sharingangeboten
 - Digitale Informationstafeln für ergänzende Informationen (z.B. Angebote, Veranstaltungen, Auslastungen Parken, Sperrungen etc.)
 - Integration gestalterischer Elemente mit Wiedererkennungswert
- Erneuerung und Aufstellen von **Stadtplänen**
- Allg. **Instandhaltung, Pflege/Reinigung und regelmäßige Aktualisierung der Beschilderung** (Sofortmaßnahme: Grundreinigung und Aktualitätsprüfung; Einrichtung „Mängel-Melder-App, langfristig Einbindung in Service-App)



Impressionen



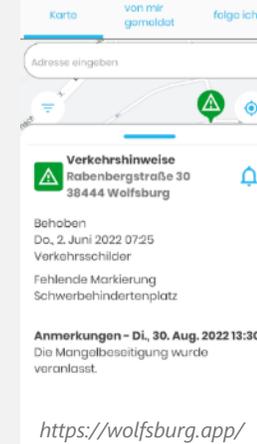
https://www.infravelo.de/assets/_processed_/3/4/csm_fahrrad-parken-schild-symbol_77631fd824.jpeg



https://forster.at/fileadmin/root_forster/Referenzen/Verkehrstechnik/Leitsystem_Wr_Neudorf/Fussgaengerleitsystem-WrNeudorf_6173.jpg



<https://image.archiweb.com/3-2015256/rohr-farbe-03-sternwegweiser-30m-04-1amig-ans16.jpg>



<https://wolfsburg.app/>

https://www.publicmarketing.eu/_data/Stelen_Stuttgart_2022.jpg



Zeithorizont

Kurzfristig: Erneuerung und Neuaufstellung der Stadtpläne. Reinigung/Aktualisierung der Beschilderung.
Mittelfristig: Einrichtung eines Besucher*innenleitsystems.

Innenstadteingänge gestalterisch aufwerten und erkennbar machen

Gestaltung

Ziel

- Besucher*innen der Innenstadt willkommen heißen
- Aufwertung der Eingangsbereiche
- Erhöhung der Erkennbarkeit als Eingangssituation

Inhalt

- Die Besucher*innen der Innenstadt erreichen diese aus **unterschiedlichen Richtungen** und mit **unterschiedlichen Verkehrsmitteln**.
- Die daraus resultierenden Stadteingänge sollten **freundlich und einladend** wirken.
 - Markante Leerstände in den Eingangsbereichen nachbesetzen/ umnutzen/dekorieren (z.B. Marktstraße West)
 - Fassadensanierung anregen/fördern
 - Sicht in die Innenstadt ermöglichen
 - Einheitliche Gestaltungselemente zur Abgrenzung der Innenstadt (Möblierung, Überspannung o. Ä.)
 - Beschilderung und Gestaltung von Parkplätzen/Parkhäusern und dem Bahnhof zur Besucherlenkung
 - Sauberkeit und Pflege

Impressionen



Zeithorizont

Mittelfristig

Potenziale der Plätze nutzen - Place to be!

Gestaltung



Ziel

- Nutzung der Potenziale der verschiedenen Plätze durch eine klare funktionale Zuordnung und einer zur Funktion passende Gestaltung
- Erhöhung der Attraktivität und Nutzbarkeit der Plätze



Inhalt

- **Funktionszuweisung** für die vier Plätzen im Innenstadtbereich (Valoisplatz, Gotthilf-Hagen-Platz, Börsenplatz, Rambla) - Welcher Platz soll was können, welche Bedeutung und Funktion haben?
 - Entwicklung einer **klaren Strategie** auf Grundlage bisheriger Nutzungen und möglicher Einschränkungen (bspw. Weihnachtsmarkt auf dem Valoisplatz)
 - Diskussion und **Festlegung** unter Beteiligung weiterer Akteure (erster Vorschlag s. nächste Seite)
- **Freiraumplanung und Gestaltung** entsprechend der zugeordneten Nutzung
- mittel- bis langfristige **Profilierung**



Impressionen



Zeithorizont

Kurzfristig: Funktionale Zuordnung der Plätze.

Mittelfristig: Freiraumplanung beauftragen und Umsetzung erster Maßnahmen

Potenziale der Plätze nutzen - Place to be!

Gestaltung

Vorschlag für die künftige Funktionszuweisung der Plätze (auf Grundlage aktueller Nutzungen und möglicher Einschränkungen)

Valois-Platz

Aktuelle Funktion/Nutzung:

- Platz für viele, große Veranstaltungen (Weihnachtsmarkt, ein Hauptort StreetArt-Festival, Stoffen-Markt etc.) -> gibt extra Marktmeister für den Platz beim WTF

Vorschlag künftige Funktion:

- „Der“ Ort für größere Veranstaltungen
- entsprechend ist nur eine mobile und/oder temporäre Gestaltung möglich (Begrünung, Sitzmöglichkeiten etc.)

Gotthilf-Hagen-Platz

Aktuelle Funktion/Nutzung:

- keine richtige Funktion oder Nutzung, aber wichtige Verbindungsachse zum Südstrand

Vorschlag künftige Funktion:

- Attraktive Verbindung Innenstadt <-> Südstrand:
 - Einladende Gestaltung in Richtung Innenstadt
 - Wegeführung zum Meer, durch Aufgreifen dieses Thema in der Gestaltung
- Aufenthaltsmöglichkeiten und -qualität, insb. im Sommer bzw. der touristischen Hauptsaison:
 - CityBeach, mobiler Biergarten, Sitzmöglichkeiten/-gruppen, Spielangebote etc.

Rambla (Bahnhofstraße)

Aktuelle Funktion/Nutzung:

- temporäre, kleinere Veranstaltungen (StreetArt-Festival, Street-Food-Markt etc.)
- Aufenthaltsmöglichkeiten, aber mit geringer Attraktivität und Qualität

Vorschlag künftige Funktion:

- „Der“ Haupttreffpunkt und die „grün-blaue-Oase“ in der Stadt, u.a.:
 - Ausweitung der Begrünung und Wasserelemente (auch Mikroklima Schutz vor Zugluft, Schatten etc.)
 - Spielmöglichkeiten für Jung und Alt
 - Sitzmöglichkeiten, z.B. Holzbretter auf Betonbänke
 - Rückfassadengestaltung
 - Kleines/saisonales Gastroangebot
 - kleinere Veranstaltungen
 - Entschärfung der Verkehrssituation
 - Umbenennung „Rambla“, ggf. Ideenwettbewerb

Börsenplatz

Aktuelle Funktion/Nutzung:

- Keine richtige Funktion
- Nutzung für den Wochenmarkt (nur noch einzelne Stände)
- Im Sommer Außengastronomie
- „ungewollte“ Spielfläche für Kinder

Vorschlag künftige Funktion:

- „Das“ Gastronomie-Viertel
 - Attraktiver, städtebaulich eingefasster Platz mit Verweilqualität
 - Gestaltung entsprechend der Bedürfnisse der Gastronomie, Raum für Außengastronomie
 - Ort für kleinere Kulturveranstaltungen in Kooperation mit der Gastronomie
- Potenzialfläche für das Thema Wochenmarkt (mit angrenzenden Bereichen der Börsenstraße)

GRÜN und BLAU

Gestaltung

Ziel

- Steigerung der Aufenthaltsqualität
- Verbesserung des Mikroklimas z.B. durch
 - Verschattung von Asphaltflächen
 - Fassadenbegrünung
 - Kühlende Wasserläufe
- das „Meer“ in die Innenstadt holen

Inhalt

- Möglichkeiten der **Begrünung** nutzen: auf Fassaden & Dächern, durch (mobile) Blumenkübel (s. Projekt „Urban Farming“) – ggf. dadurch auch Abschwächung der „Windschneisen“ und Schattenspendung möglich
- **Friedrich-Wilhelm-Platz** öffnen und die Übergänge von der Innenstadt einladender gestalten; Aufenthaltsqualität erhöhen; ggf. Umbenennung in Friedrich-Wilhelm-Park
- **Maritime Elemente**, wie z.B. Schiffsform (Bänke, Spielplätze), Fassadengestaltung, Seefahrts-Zeichen, Schiffscontainer; maritime Industriekultur
- **Wasserelemente** in der Innenstadt
- Dabei können auch temporär aufgestellte, mobile Elemente helfen (vgl. Maßnahme „temporäre Gestaltungselemente“)

Impressionen



Zeithorizont

Erste Maßnahmen kurzfristig

Temporäre Gestaltungselemente

Gestaltung



Ziel

- Kurzfristige, wechselnde Aufwertung des öffentlichen Raumes → Sofortmaßnahme mit positivem Effekt
- Kostengünstigere, kurzfristigere Alternative zu großen Umgestaltungen
- Belebung der Innenstadt und der abseitigen Plätze



Inhalt

- Anschaffung **temporärer, mobiler und flexibler Gestaltungselemente, Sitz- und Spielmöglichkeiten**
- Nutzung an wechselnden Orten, je nach Bedarf und Funktion
- Insb. auf den Plätzen können auch bei bestehenden Veranstaltungen (z.B. Wochenmarkt, Weihnachtsmarkt) zeitweise interessante Elemente den Raum beleben
- Ideen:
 - temporäre Klettertürme, Sandkisten, Spielgeräte
 - Innenstadt-Stühle für Plätze, die frei zusammenstellbar sind
 - Container-Treffpunkt
 - Open Stage (Bühne für Veranstaltungen) über mehrere Wochen
 - Stadt-Strand/City Beach



Impressionen



Zeithorizont

Kurz- bis mittelfristig

Barrierefreie Gestaltung

Gestaltung



Ziel

- Gewährleistung der barrierefreien Mobilität und Erreichbarkeit in der Innenstadt und auf den Wegeverbindungen



Inhalt

- Schaffung von **ausreichend Sitzgelegenheiten** entlang von Wegestrecken (Rast-Möglichkeiten) und in der Innenstadt
- **Rückbau / Behebung baulicher Barrieren**, u.a.:
 - abgesenkte Bordsteinkanten
 - Behebung von Schäden in den Oberflächen
 - barrierefreie Zugänge zu Gebäuden, Verkehrsmitteln etc.
 - Hochborde an Haltestellen
- Barrierefreie (öffentliche) **Toiletten**
- Einsatz von **taktilen oder akustischen Elementen** für die Orientierung und Wegeführung



Impressionen



Zeithorizont

Kurz- bis mittelfristig

Gestaltungssatzung als Richtlinie

Gestaltung



Ziel

- Qualitäten erkennen, bewahren und verbessern
- Wiedererkennungseffektes und gestalterische Abgrenzung der Innenstadt
- Gebäudetypische Gestaltungsmerkmale erhalten
- Hilfestellung und Anreiz zur Sanierung
- Förderung eines qualitätsvollen Stadtbilds
- Stärkung der identitätsstiftenden Funktion der Innenstadt
- Aufenthaltsqualität für BewohnerInnen, NutzerInnen und Gäste erhöhen

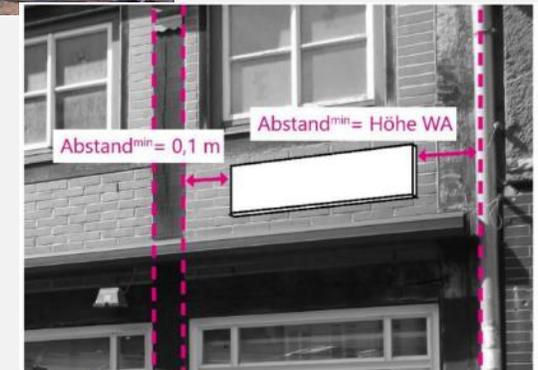


Inhalt

- Bestehende Gestaltungssatzung (Wetterschutzanlagen) ergänzen, z.B.
 - Fassadengestaltung zur Sicherung historischer Gebäude
 - Horizontale + vertikale Oberflächengestaltung
 - Umgang mit privaten Mülltonnen, auch hinsichtlich Sichtschutz (z.B. Rambla)
 - Möblierung
 - Werbeanlagen, Aufsteller
 - Leuchtmittel
- Erarbeitung als integrativer Prozess mit Beteiligung der Kaufmannschaft, Gastronomie und Eigentümer*innen
- Erstellung Leitfaden/Arbeitshilfe für die Umsetzung



Impressionen



Quelle: cima 2020



Zeithorizont

Kurz- bis mittelfristig

Schaffung Alleinstellungsmerkmal – „Leuchtturm“

Erlebnis, Kommunikation und Image



Ziel

- Steigerung der Bekanntheit der Innenstadt und Schaffung eines Besuchsanreizes durch ein Alleinstellungsmerkmal bzw. „Leuchtturm“ in der Innenstadt



Inhalt

- Prozess der **Ideenentwicklung und Umsetzung eines „Highlights“** in der Innenstadt anstoßen, z.B. Ideenwettbewerb
- Nutzung des „Highlights“ für die Kommunikation und Bewerbung der Innenstadt, zum Beispiel im Rahmen von Bildern in Broschüren, Webseiten, Beschilderungen etc.
- Besonderes Angebot oder Gestaltung (z.B. Indoorspielplätze, Escape Rooms, 3D/Schwarzlicht Minigolf, Kletterhalle als regionale „Leuchttürme“)
- Allg. sollte die Kommunikation der Innenstadt und ihrer Angebote sowohl nach innen als auch außen optimiert werden (s. REACT-Projekt „Vermarktungskonzept“)
- Aktives Fördermittelmanagement** zur Erhöhung der finanziellen Spielräume für die Umsetzung (für Stadt und private Akteure)



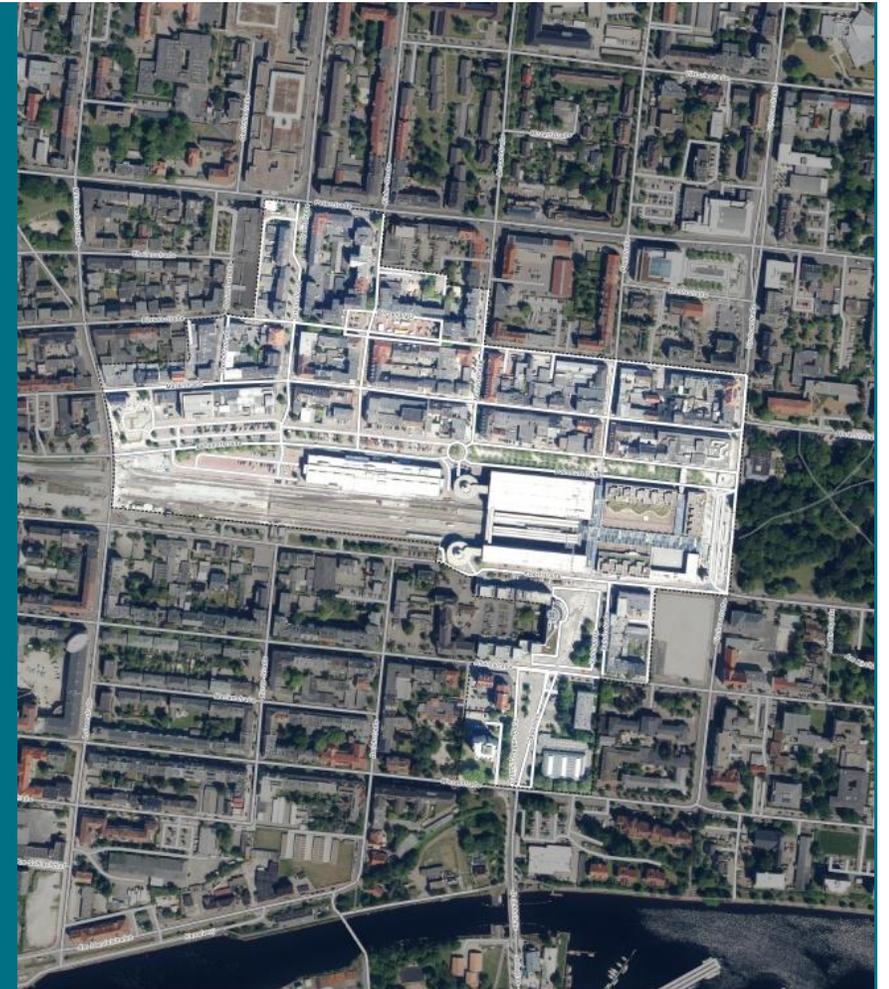
Impressionen



Zeithorizont

Kurz- bis mittelfristig: Erarbeitung eines Alleinstellungsmerkmals.
Mittelfristig: Umsetzung eines „Highlights“.

7. Konzeption – Empfehlung BID bzw. NQG



Das Niedersächsische Quartiersgesetz (NQG) zur Stärkung der Quartiere durch private Initiativen

Kurz und Knapp

- Niedersächsische Variante des „business improvement districts“
- Private Initiative aus dem Quartier heraus
- Feste Quartiersabgrenzung
- Feste Laufzeit
- Gemeinsam entwickelte, quartiersspezifische Maßnahmen
- Finanzierungssicherheit - kein regelmäßiges „Klinken putzen“
- Keine Trittbrettfahrer - finanzielle Beteiligung aller Grundeigentümer*innen nach einem festen Schlüssel auf gesetzlicher Grundlage



- STÄRKUNG DER LEBENS- UND AUFENTHALTSQUALITÄT
- STEIGERUNG DES GEMEINSCHAFTSGEFÜHLS
- ERHALT UND STEIGERUNG DER IMMOBILIENWERTE UND UMSÄTZE DER BETRIEBE

Konzeption – Empfehlungen BID bzw. NQG

denkbare Quartiere ...

Börsenplatz als Gastronomie-Viertel

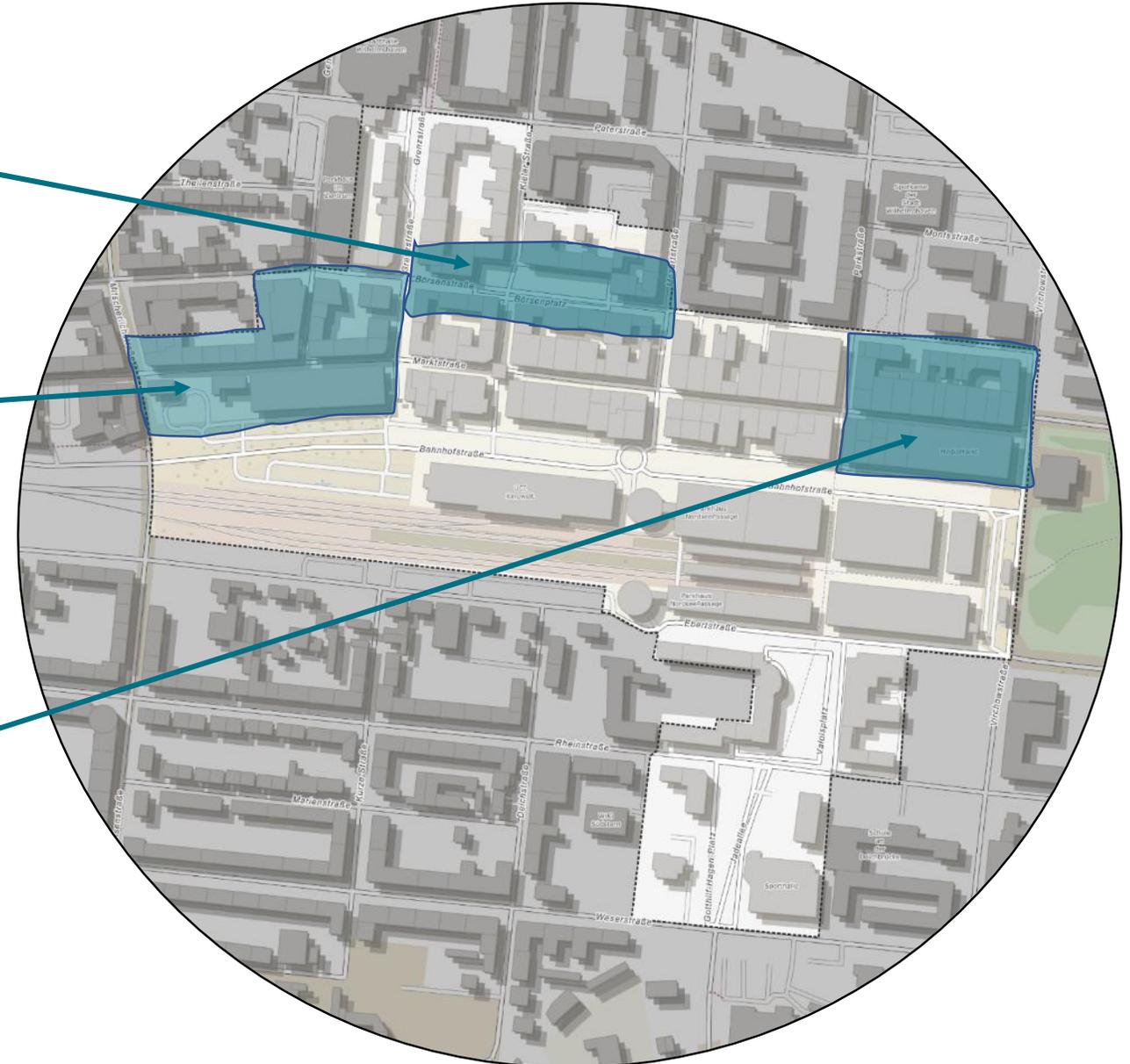
- vorhandene Ansätze nutzen
- Ansiedlung weiterer, standortverträglicher Gastronomie
- Gestaltung des Platzes für die Gastronomienutzung
- Markenbildung als Gastro-Viertel
- ...

Westliche Marktstraße als Quartier mit neuen Potenzialen

- Aufwertung und Gestaltung des öffentlichen Raumes
- Nach- und Umnutzung der Leerstände, auch durch Wohnen und Arbeiten
- Leffers als starker Magnet
- Etc.

Östliche Marktstraße als attraktiver Eingang zur Innenstadt

- Nutzung des Entwicklungsschubs durch Nachnutzung und private Investitionen in die Karstadt-Immobilie
- weitere Ansiedlungen
- Aufwertung/Gestaltung des öffentlichen Raumes
- Gestaltung der Eingangssituation
- ...



Konzeption – Empfehlungen BID bzw. NQG

... und Maßnahmen

Ein erfolgreiches Maßnahmen- und Finanzierungskonzept ...

... wird auf Nachhaltigkeit und Verstetigung geprüft.

... erstreckt sich auf das Quartiersgebiet und bietet für alle Eigentümer*innen einen vergleichbaren Vorteil/ Nutzen.

... ist z. T. kurzfristig umsetzbar für erste Erfolge.

... ist realistisch formuliert und nicht zu ehrgeizig.

... ergänzt die Maßnahmen und Leistungen der Stadt und ersetzt diese nicht.

... wird in enger Abstimmung mit der Stadt entwickelt.



Konzeption – Empfehlungen BID bzw. NQG

Der Weg zum BID

INITIIERUNG

Essenziell:

- Einrichtung und 1. Sitzung der Initiativgruppe oder Steuerungsgruppe
Aufgabe der Gruppe ist es, das BID erst einmal im kleinen Kreis vorzudenken und in die Überzeugungsarbeit zu gehen (Initiatoren und Stadt)
- Zeitplan erstellen
- Name und Rechtsform für mögliches Quartier vordenken
- Gespräche mit ersten (großen) Eigentümer*innen

Ergänzend:

- Weitere Informationsveranstaltung bzw. Workshop mit den relevanten Akteur*innen im BID
*Für Eigentümer*innen, Gewerbe, Stadt für Informationen, erste Maßnahmendiskussion und weiteres*
- Verteilung von Flyern im Quartier mit Infos zu möglichem BID

MAßNAHMEN- UND FINANZIERUNGSKONZEPT

Essenziell in der Konzeption:

- Erstellung eines Maßnahmen- und Finanzierungskonzeptes und Profilierung
- Festlegung der räumlichen Abgrenzung
- Durchführung einer Anlieger*innenversammlung zur Vorstellung des Maßnahmen- und Finanzierungskonzeptes

Essenziell in der Entscheidung:

- Festlegung der Berechnungsschlüssel
- Durchführung einer weiteren Anlieger*innenversammlung
- Prüfung, ob die nötige Anzahl der Akteur*innen der Umsetzung der Maßnahmen zustimmen und sich finanziell beteiligen
Wichtig für das spätere Beteiligungsquorum

Ergänzend:

- Durchführung einer Befragung der Eigentümer*innen zu möglicher Beteiligung in einem BID und weiteren Punkten
Abgrenzung kann so optimal zugeschnitten werden und kartografisch sichtbar werden, in welchem Bereich eine größtmögliche Chance zur Initiierung eines BIDs besteht
- Einrichtung einer Quartiers-Homepage mit weiteren Informationen für Interessierte
hier können Informationen gebündelt werden, auch für die Außenpositionierung

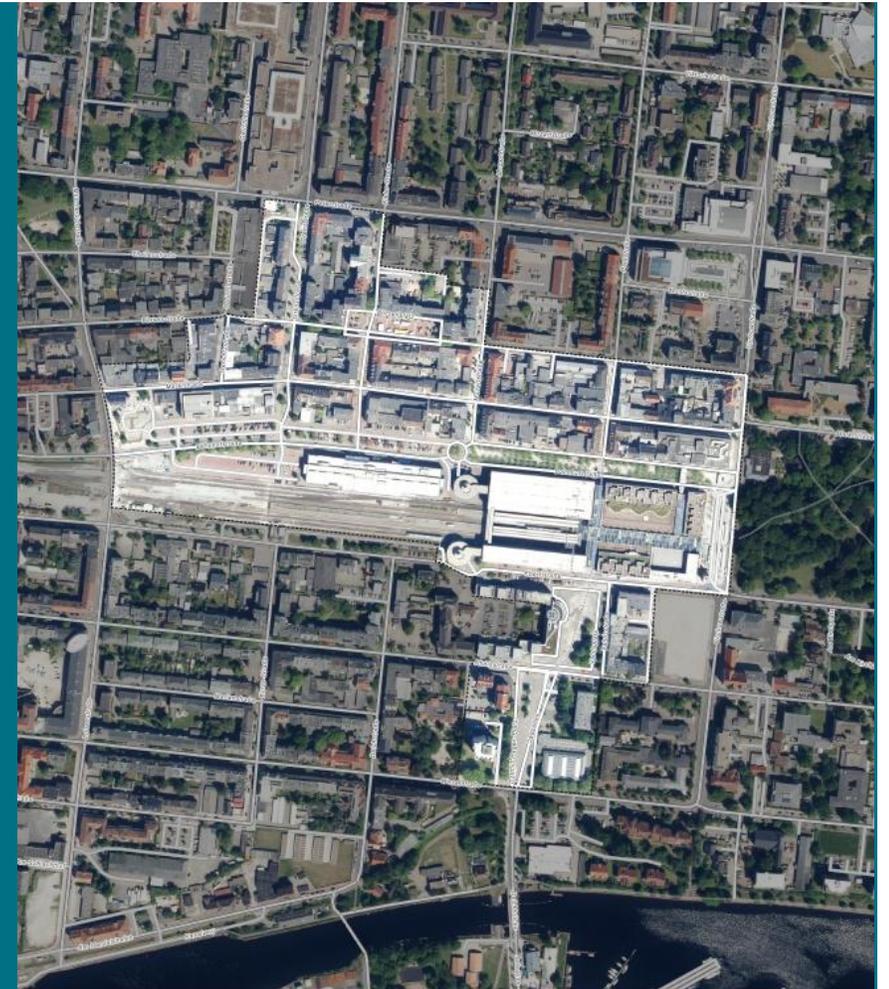
ANTRAGSTELLUNG

Essenziell bei positivem Beteiligungsquorum:

- Erstellung des Antrages inkl. aller erforderlichen Unterlagen und Einreichung bei der Stadt
Siehe dazu Kapitel 2.3 zur Umsetzung und § 6 Antragsverfahren des Niedersächsischen Quartiersgesetzes
- Festlegung des Aufgabenträgers
Quartiersgemeinschaft, Citymanagement oder externes Dienstleistungsunternehmen, welche den Antrag einreichen
- Vorbereitung des Widerspruchsquorums

Laufende Überzeugungsarbeit und Fachliche Begleitung

8. Verstetigung – Wie geht es weiter?



Konzeption – Verstetigung

Wie geht es weiter?

Kurzfristig (Sommer 2023):

1. Vorstellung, Diskussion und Verabschiedung in der Politik
2. Festlegung der Prioritäten, Verantwortlichkeiten, Umsetzungszeiträume, Projektgruppen etc. in der Steuerungsgruppe
3. Ergebnisvorstellung und Umsetzungsausblick in einer öffentlichen Veranstaltung

Kommunikation und Information

- Infos zu Entwicklungsprozess / Umsetzung:
 - Webseite der Stadt
 - Webseite der Wirtschaftsförderung
 - **www.innenstadt-wilhelmshaven.de**, inkl. Info/Übersicht Angebote und Veranstaltungen, Hinweise zu Anfahrt/ Erreichbarkeit etc.
 - regelmäßige Pressearbeit

Steuerung

- Fachbeirat Lebensstil + weitere Akteure
- Regelmäßige/quartalsweise Treffen
- **Aufgaben:**
 - Unterstützung, Priorisierung und ggf. Entscheidung bei der Entwicklung und Umsetzung von Projekten und Maßnahmen
 - Begleitung und Prüfung von privaten, ehrenamtlichen Vorhaben (diese sollten den Zielen dienen)
 - Sichtung und Prüfung möglicher Förderprogramme
 - Evaluierung und Monitoring

Innenstadtmanagement

- Klare Definition und Aufteilung der **Aufgaben und Verantwortungen** zwischen den Aktiven
- Kurzfristig gemeinsamer Prozess zur **kritischen Prüfung und ggf. Optimierung der Strukturen** inkl. Ressourcen und Kapazitäten (finanziell/personell)

Beteiligung

- Einrichtung von (temporären) **Arbeits- und Projektgruppen** zur Ausarbeitung und Umsetzungsbegleitung von Maßnahmen (
- jährliche (oder alle 2 Jahre) **Veranstaltung für Bürger*innen:** Info zu durchgeführten, laufenden und geplanten Maßnahmen, Evaluierung des Entwicklungsprozesses

Evaluierung/Monitoring

- Regelmäßiges **Monitoring** durch die Wirtschaftsförderungsgesellschaft
- mindestens jährliche **Evaluierung** in der Steuerungsgruppe zur Zielerreichung und Prozessqualität
- **notwendige Anpassungen** bzw. Fortschreibungen der Innenstadtstrategie
- ggf. erneute Befragung oder Abfrage über eine interaktive Ideenkarte

Nutzungs- und Urheberrechte

Die vorliegende Ausarbeitung ist durch das Gesetz über Urheberrecht und verwandte Schutzrechte (Urheberrechtsgesetz) und andere Gesetze geschützt. Die Urheberrechte verbleiben bei der CIMA Beratung + Management GmbH (cima).

Es wurden möglicherweise Fotos, Grafiken u.a. Abbildungen zu Layoutzwecken oder als Platzhalter verwendet, für die keine Nutzungsrechte für einen öffentlichen Gebrauch vorliegen. Jede Weitergabe, Vervielfältigung oder gar Veröffentlichung kann Ansprüche der Rechteinhaber auslösen.

Der Auftraggeber kann die Ausarbeitung innerhalb und außerhalb seiner Organisation verwenden und verbreiten, wobei stets auf die angemessene Nennung der CIMA Beratung + Management GmbH als Urheber zu achten ist. Jegliche - vor allem gewerbliche - Nutzung darüber hinaus ist nicht gestattet, sofern nicht eine gesonderte Vereinbarung getroffen wird. Veranstalter von Vorträgen und Seminaren erwerben keinerlei Rechte am geistigen Eigentum der cima und ihrer Mitarbeiter. Inhalte von Präsentationen dürfen deshalb ohne schriftliche Genehmigung nicht in Dokumentationen jeglicher Form wiedergegeben werden.

Haftungsausschluss gutachterlicher Aussagen

Für die Angaben in diesem Gutachten haftet die cima gegenüber dem Auftraggeber im Rahmen der vereinbarten Bedingungen. Dritten gegenüber wird die Haftung für die Vollständigkeit und Richtigkeit der im Gutachten enthaltenen Informationen (u.a. Datenerhebung und Auswertung) ausgeschlossen.