



INNENSTADTSTRATEGIE

WILHELMSHAVEN



DIE ZIELE UNSERER INNENSTADTSTRATEGIE

Um die langfristige Sicherung und Attraktivität der Wilhelmshavener Innenstadt als Oberzentrum zu gewährleisten, wurde gemeinsam mit verschiedenen Fachleuten und unter Einbindung der Bevölkerung von Wilhelmshaven eine neue strategische Ausrichtung für die Innenstadt festgelegt.

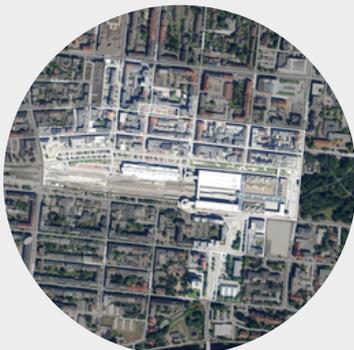
Die Innenstadtstrategie für Wilhelmshaven ist ein langfristiger Plan, der darauf abzielt, die Entwicklung und Stärkung der Innenstadt voranzutreiben. Sie umfasst strategische Maßnahmen und Ziele, um die Attraktivität, Vielfalt und Wirtschaftlichkeit der Innenstadt zu verbessern.

Die Innenstadtstrategie berücksichtigt verschiedene Aspekte wie Infrastruktur, Standortentwicklung, Marketing, Angebotsgestaltung und Zusammenarbeit mit relevanten Akteuren, um eine nachhaltige und lebendige Innenstadt zu schaffen.

Mit der Innenstadtstrategie hat Wilhelmshaven nun die Möglichkeit, die zukünftige Rolle der Innenstadt aktiv mitzugestalten. Durch konkrete, langfristig wirkende und lokal abgestimmte Lösungen aus der Strategie können Herausforderungen angegangen und Grundsätze für die zukünftige Entwicklung der Innenstadt erarbeitet und festgelegt werden.

ZENTRALE CHANCEN FÜR WILHELMSHAVEN

1. Die Nutzung der Nach- und Auswirkungen der Corona-Krise, wie beispielsweise den regionalen Tourismus und die steigende Nachfrage nach lokalen Produkten, kann einen positiven Effekt auf die Innenstadt haben.
2. Eine bessere Anbindung der Innenstadt an den Bontekai und Südstrand eröffnet touristische Potenziale, die genutzt werden können, um mehr Besucher anzulocken.
3. Durch gezielte Maßnahmen kann eine multifunktionale Innenstadt entwickelt werden, die einen zeitgemäßen Nutzungsmix bietet und eine hohe Verweilqualität aufweist.
4. Die "Verjüngung der Innenstadt" kann durch gezielte Angebote für Kinder und Jugendliche erreicht werden, beispielsweise durch Kooperationen mit der Jade Hochschule.
5. Die Aktivierung von Flächen- und Immobilienpotenzialen, wie zum Beispiel Plätze und die ehemalige Karstadt-Immobilie, ermöglicht die Schaffung neuer Angebote und Aufenthaltsqualitäten in der Innenstadt.
6. Eine engere Zusammenarbeit mit den Eigentümer*innen ist wichtig, um leerstehende Flächen zu vermieten und neu zu besetzen.
7. Die Gewerbetreibenden können aktiviert werden, indem eine starke Gemeinschaft geschaffen wird, in der sie sich gegenseitig unterstützen und gemeinsame Interessen vertreten.
8. Die Verlegung des Wochenmarktes von Rathaus in die Innenstadt kann dazu beitragen, mehr Besucher anzuziehen und das Leben in der Innenstadt zu beleben.
9. Eine verbesserte Erreichbarkeit der Innenstadt und die Stärkung des Umweltverbunds sind wichtige Aspekte, um die Attraktivität zu steigern.
10. Ein gut organisiertes Innenstadtmanagement ist entscheidend, um die Herausforderungen erfolgreich zu bewältigen.
11. Durch zielgruppenorientierte Marketingstrategien, sowohl online als auch offline, kann die Innenstadt mit ihren Angeboten effektiv vermarktet werden.



INNENSTADTSTRATEGIE

WILHELMSHAVEN



DAS LEITBILD

Zentraler Ausgangspunkt für die weitere Entwicklung der Wilhelmshavener Innenstadt ist es, Investitionen gezielt auf die Innenstadt zu lenken und Anreize für Besucher*innen und Kund*innen zu schaffen. Dies signalisiert auch den Gewerbetreibenden, dass der Standort eine hohe Priorität hat.

DIE INNENSTADT ALS ATTRAKTIVE "VISITENKARTE" UND DAS LEBENDIGE HERZ DER STADT

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

Attraktiver Wohn- und Arbeitsstandort

"GRÜN und BLAU" als Leitfaden
-
"Die grüne Innenstadt am Meer"

DIE HANDLUNGSANSÄTZE

Im nächsten Schritt ist aus dem Leitbild und den Leitzielen eine Liste von konkreten Vorschlägen abgeleitet, die dazu beitragen sollen, die Ziele der Innenstadtstrategie zu erreichen. Diese Handlungsansätze dienen als praktische Umsetzung der formulierten Ziele. Von jedem Handlungsansatz aus den vier formulierten Themenbereichen der Innenstadt wurden letztlich konkrete Maßnahmen abgeleitet und in der Innenstadtstrategie formuliert.

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

MEHR INFORMATIONEN FINDEN SIE UNTER [WEBSEITE-LINK]