

(Innen)Stadtentwicklung - Aufbruch

Die aktive Boden(vorrats)politik für die Innenstadt von Nagold



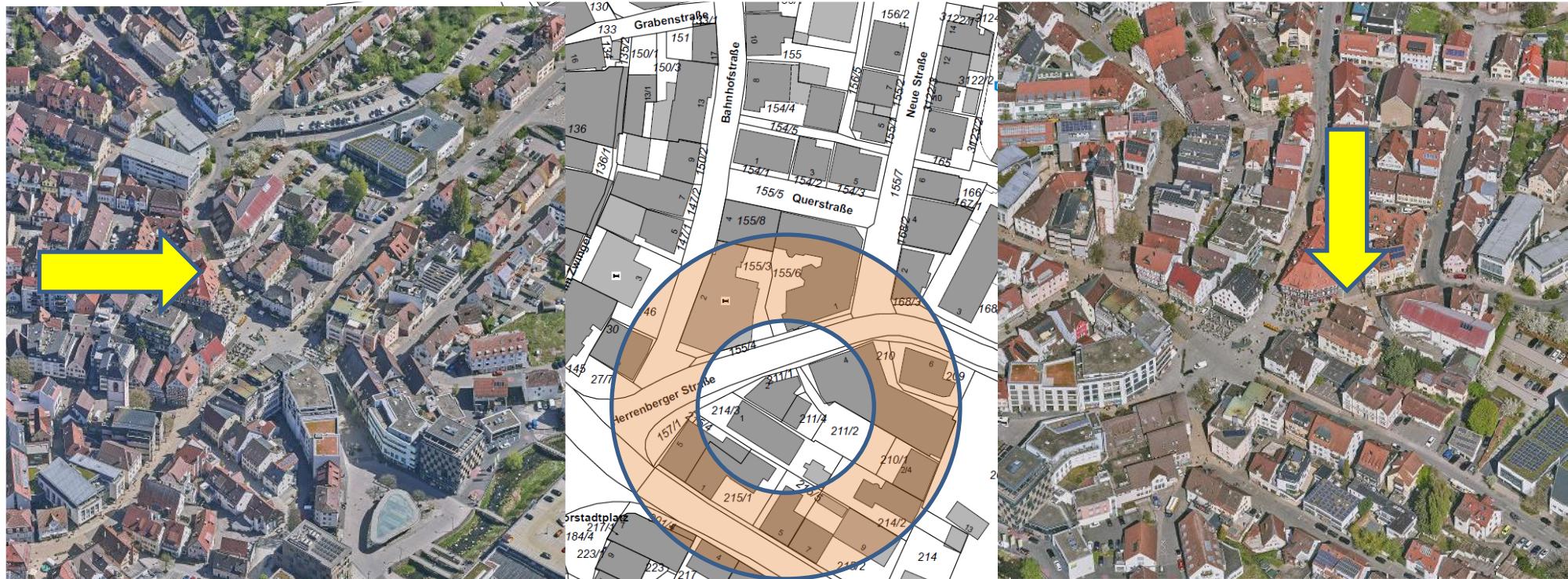
Die aktive Boden(vorrats)politik für die Innenstadt von Nagold

- **Langfristige Planung** - Sicherung von Entwicklungsoptionen für die Zukunft
- **Nachhaltige Stadtentwicklung** - Sicherung von Flächen für Infrastruktur, Grünflächen und gemeinwohlorientierte Projekte
- **Gegensteuerung bei Spekulation** - Dämpfung von Preissteigerungen durch die kommunale Präsenz am Markt
- **Bezahlbares Wohnen** - Schaffung von Bauland für preisgünstige Wohnungen durch Konzeptvergaben und Sozialgerechte Bodennutzung

Die aktive Boden(vorrats)politik für die Innenstadt von Nagold

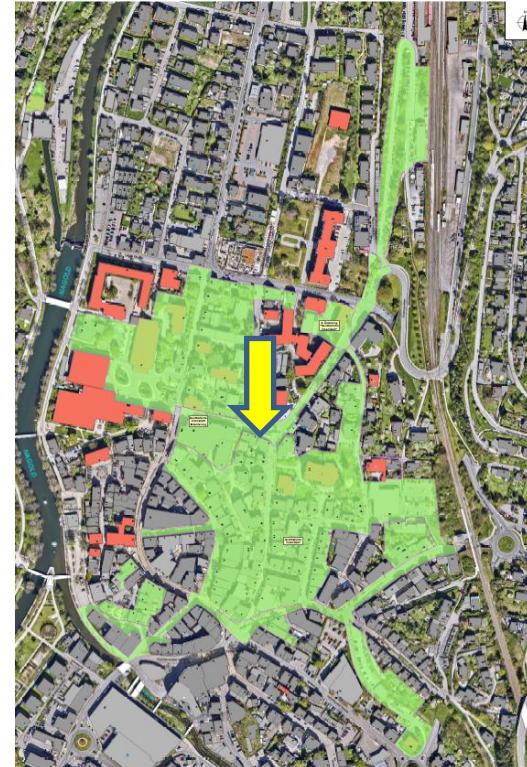
- **Zwischenerwerb** - Nagold kauft Grundstücke an, bevor Baurecht geschaffen wird
- **Vergabeverfahren** - Konzeptvergaben, bei denen Vorhabenträger ihre Pläne einreichen müssen, die auch gemeinwohlorientierte Ziele erfüllen müssen (Wohnbaulandgrundsätze)
- **Erbbaurecht** - Vergabe von Nutzungsrechten statt Verkauf, um langfristige Ziele zu sichern
- **Städtebauliche Verträge** - Vereinbarungen mit Grundstückseigentümern, die die Schaffung von preisgünstigem Wohnraum oder andere gemeinwohlorientierte Ziele festschreiben
- **Vorkaufsrechte** - Stadt kann Grundstücke erwerben, welche sie für die Umsetzung Ihrer städtebaulichen und gemeinwohlorientierten Zwecke benötigt (sog. Schlüsselgrundstücke)

Die aktive Boden(vorrats)politik für die Innenstadt von Nagold



⇒ Sanierungsgebiete und Vorkaufsrecht

Die aktive Boden(vorrats)politik für die Innenstadt von Nagold

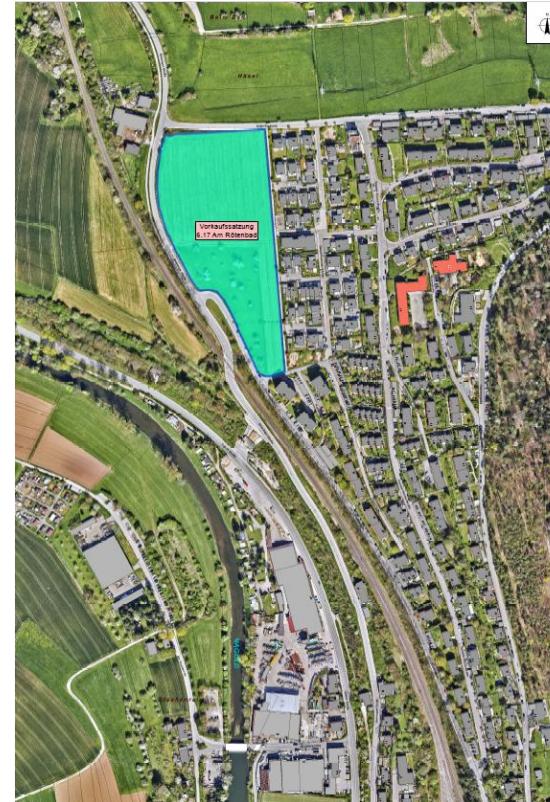


Die aktive Boden(vorrats)politik für die Innenstadt von Nagold



Wichtig !!!

⇒ kein Vorkaufsrecht
ohne beschlossenes
städtische
Zielkonzept bzw.
Leitbild



⇒ Weiterentwicklung der Vorkaufsrechte im Kontext zur Städtebauförderung

Die aktive Boden(vorrats)politik für die Innenstadt von Nagold

Erfolgsgeschichte Städtebauförderung

DOKUMENTATION ZUR SANIERUNG
„STADTMITTE NORD“ 2007 - 2015

Große Kreisstadt Nagold

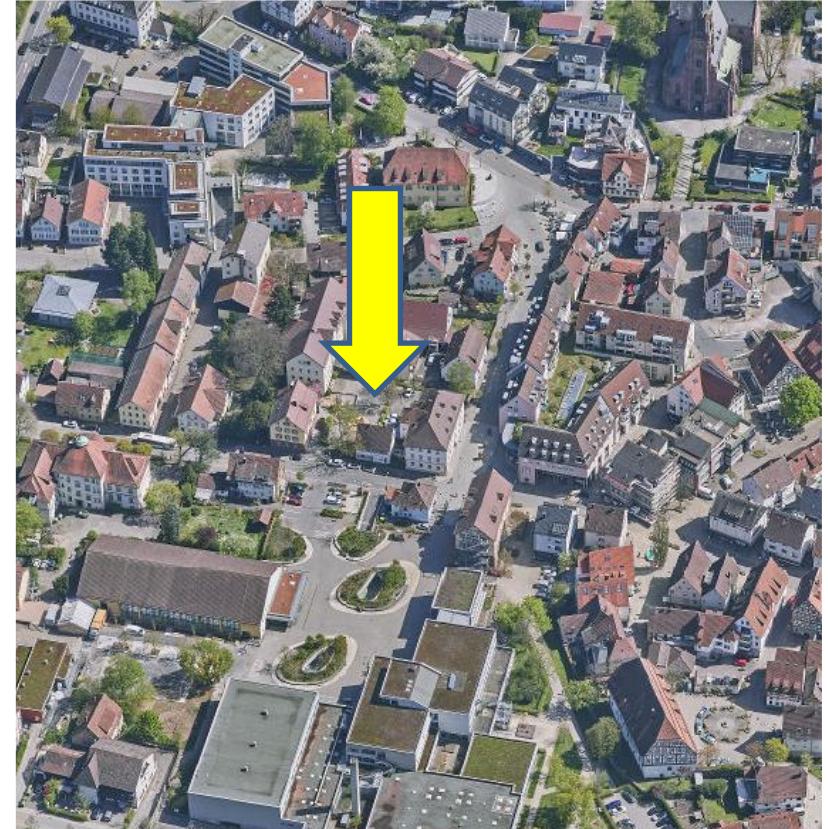
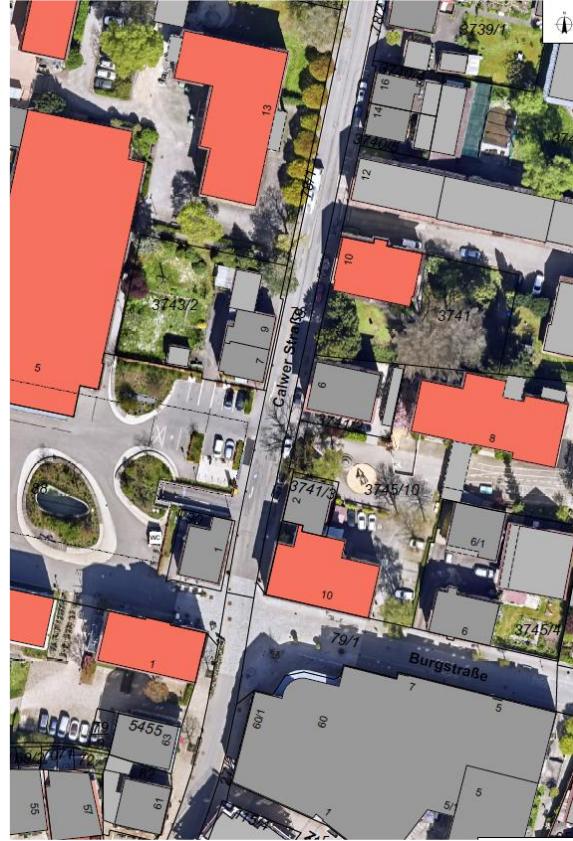


Herausforderung Fortschreibung Förderung
⇒ Förderung von Grunderwerb auch bei
nachfolgender nichtkommunaler Nutzung

Lange Straße 22



Die aktive Boden(vorrats)politik für die Innenstadt von Nagold



⇒ Praxisbeispiel „Traubeplätze“

Die aktive Boden(vorrats)politik für die Innenstadt von Nagold



⇒ Praxisbeispiel „Grüner Himmel“/Blau-grüne Infrastruktur

Die aktive Boden(vorrats)politik für die Innenstadt von Nagold

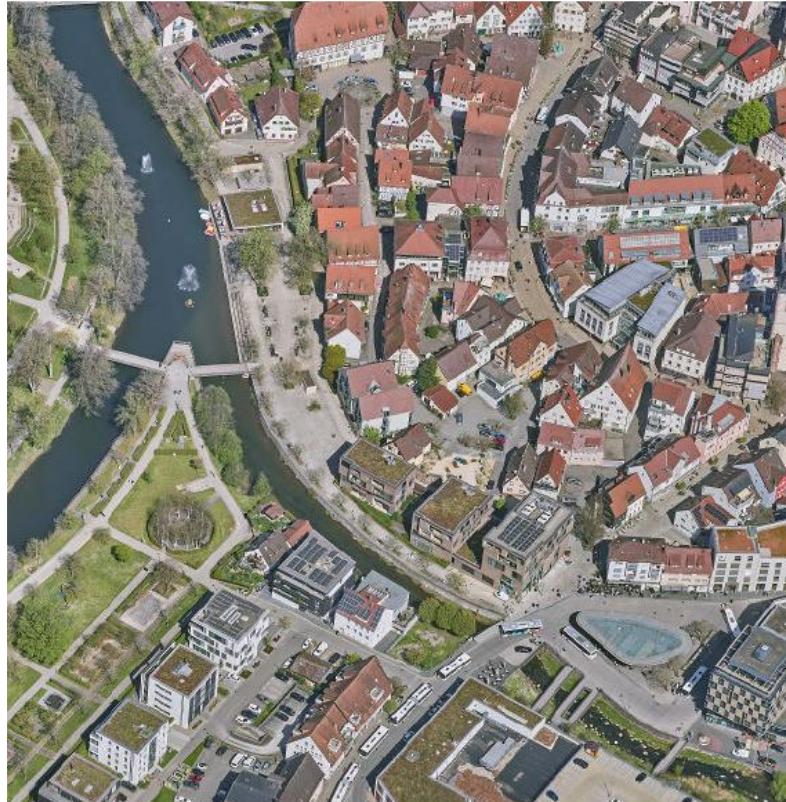


⇒ Praxisbeispiel „Grüner Himmel“/Blau-grüne Infrastruktur

Die aktive Boden(vorrats)politik für die Innenstadt von Nagold



Die aktive Boden(vorrats)politik für die Innenstadt von Nagold



Die aktive Boden(vorrats)politik für die Innenstadt von Nagold

Danke für Ihre Aufmerksamkeit

Sie haben Fragen...





1. Einordnung

Standortgemeinschaften der Zukunft: Der Kompass Deutschland

N = 386

Partner der Studie



Quelle: imakomm, 2025.

u.a. erstmals Quantifizierung des Status-Quo von Standortgemeinschaften

Durchdringungs-Barometer

Je 10.000 EW hat eine Standortgemeinschaft
38 Mitwirkende (bspw. Vereinsmitglieder).

Aktivitäts-Index

Nur 15 % der Beteiligten sind wirklich **aktiv**; Gründe für Passivität: keine Zeit, kein Nutzen. Bei rund 30 % aller Standortgemeinschaften ist ausschließlich die **Führungsriege** (bspw. der Vorstand) aktiv.

Tritt Brett Fahrer-Index

69 % kämpfen mit „Trittbrettfahrern“ –
je größer der Standort, desto höher dieser Wert.

Finanzierungs-Barometer

durchschnittliches Budget: 27.000 €
alarmierender Trend: 24 % verlieren Budget seit 2023

Professionalisierungsgrad

pro 10.000 EW: 0,2 hauptamtliche Kümmerer-Stellen

Finanzkraft-Index

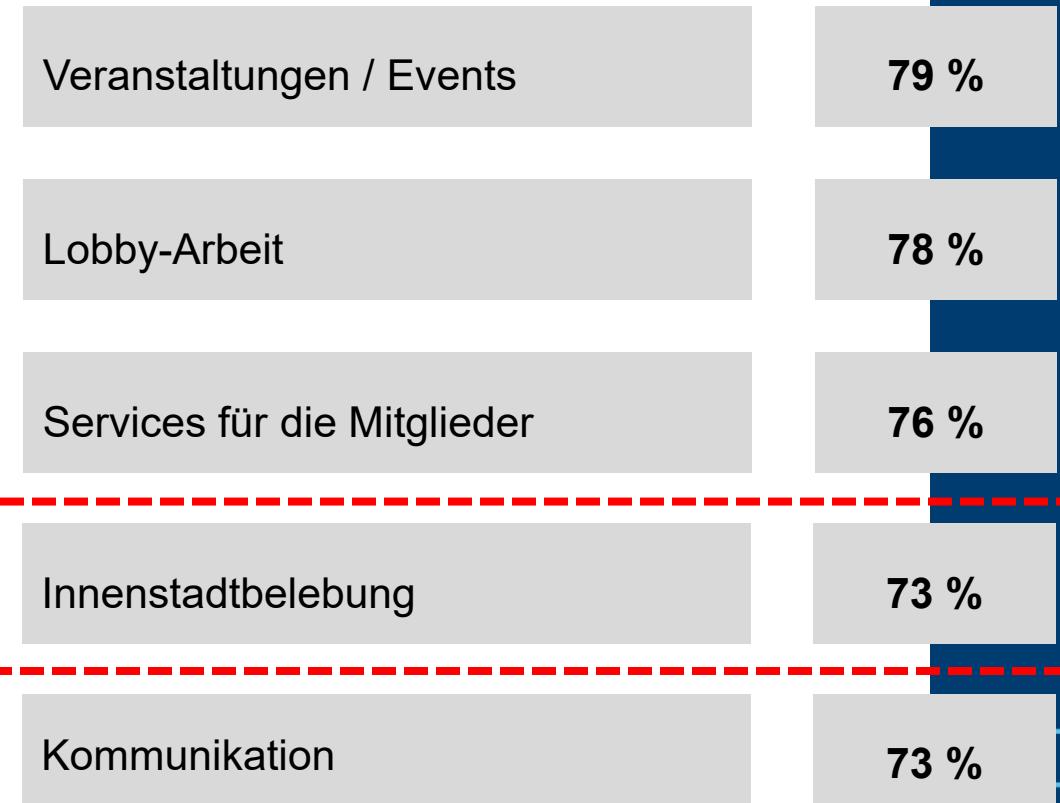
Durchschnittsbeitrag pro Unternehmen bzw. Person und Jahr: **180 €**

Invest-Index Vorstandssarbeit

Orga-Arbeit pro Monat: **20 h**
Personen mit Orga-Aufgaben: 5
Wert nach Mindestlohn p.a.: ca. **15.200 €**

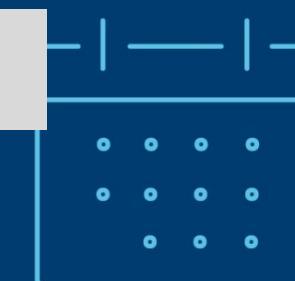
2. Aufgabenportfolio und Nutzen

Viele Aufgaben ...



Großes Aufgabenportfolio

Ohne (künftige) Schwerpunktsetzung droht die weitere Zunahme von **Überforderung**.



2. Aufgabenportfolio und Nutzen

Viele Aufgaben ...

Weil der Stadt,
BaWü



Quelle: www.weil-der-stadt.de/Weil-der-Stadt-erleben/Feste-Highlights/Lukullischer-Herbst

Weissenburg,
Bayern



Quelle: <https://www.nn.de/region/weissenburg/vielfältiger-dezentraler-und-grosser-die-weiße-nacht-in-weissenburg-1.14735036>

Stade,
Niedersachsen



Quelle: https://stadetourismus.b-cdn.net/wp-content/uploads/2021/03/Fischmarkt_Juli20_dm-13.jpg

Parsberg,
Bayern

LAUFSOFFENER
SONNTAG
IN PARSBURG

am 20. Oktober 2024
von 13.00 – 17.00 Uhr

REGIONAL
EINKAUFEN
IN PARSBURG



**Wir sind
Parsberg**
PUG
Parsberger Unternehmer
Gemeinschaft

10€
Sie haben einen PUG-Gutschein?
Dann nutzen Sie doch gleich die Gelegenheit diesen beim Verkaufsoffenen Sonntag einzulösen.

www.pug-parsberg.de

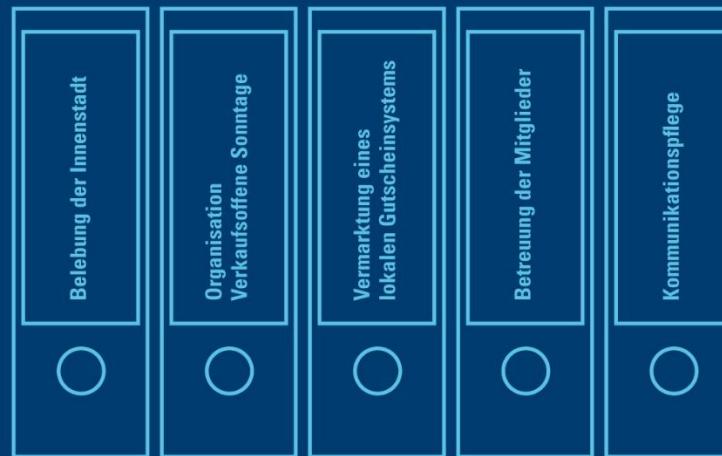
Quelle: www.heimat-info.de/beitraege/3d04a997-31f8-484d-a511-c87cf61b00c5

2. Aufgabenportfolio und Nutzen

... aber oft kein Fokus!

So vielfältig die Aufgaben, so umfassend sind die Tätigkeiten der Standortgemeinschaften

Doch Vorsicht: Wichtigste Tätigkeit ist die Planung und Durchführung von **Veranstaltungen** – das sagen 24 % aller Standortgemeinschaften. Doch nicht einmal jede zwölftte glaubt, dass darin ein echter Mehrwert für die Standortgemeinschaft liegt! Hier liegen Stellschrauben, um den Nutzen und die Effektivität zu erhöhen!



Wichtigste Tätigkeiten

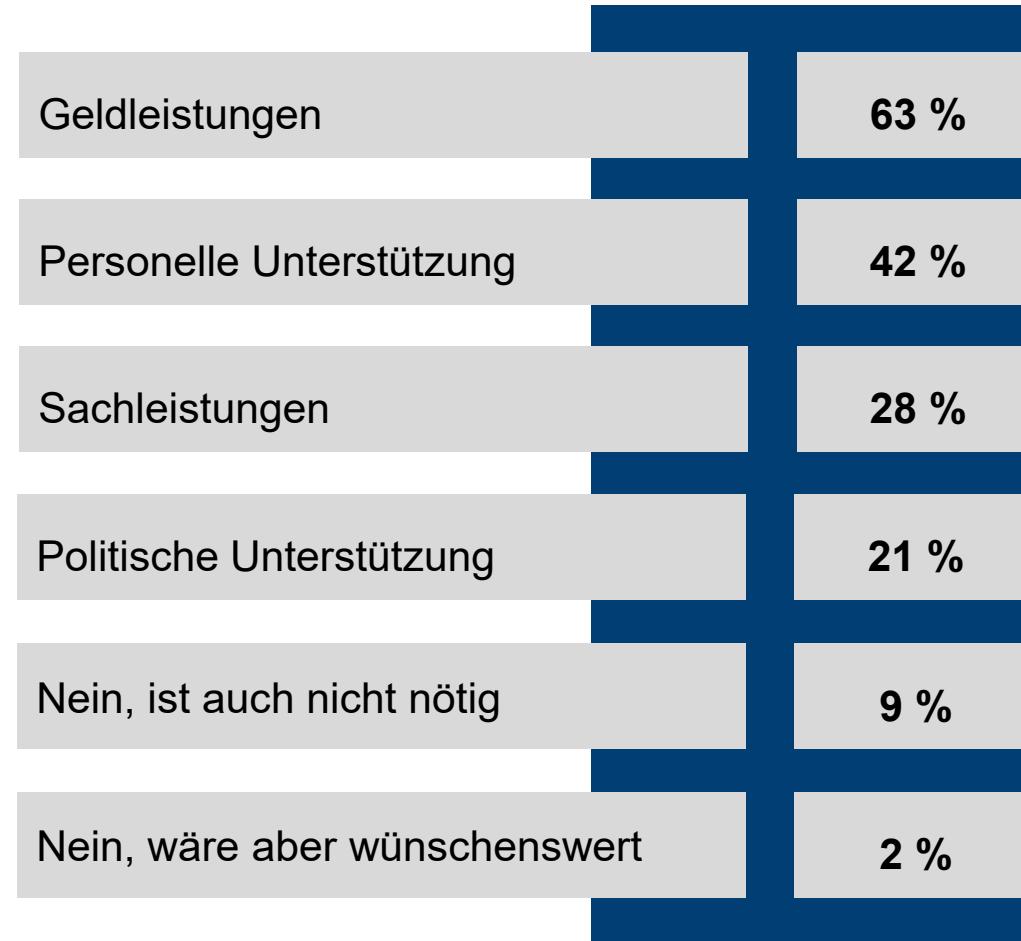
1. Eventplanung/-organisation (23,8 %)
2. Standortmarketing (14,7 %)
3. Netzwerkarbeit (11,4 %)
4. Standortentwicklung (8,2 %)
5. Interessenvertretung für Innenstadtakteure (5,6 %)
6. Belebung der Innenstadt (5,6 %)
7. Organisation Verkaufsoffener Sonntage (4,1 %)
8. Vermarktung eines lokalen Gutscheinsystems (2,9 %)
9. Betreuung der Mitglieder (2,6 %)
10. Kommunikationspflege (2,3 %)

Nutzen/Mehrwerthe

1. Netzwerken (10,3 %)
2. Veranstaltungen (8,3 %)
3. Teilnahme an diversen Aktionen (5,6 %)
4. Gutscheinsystem (4,8 %)
5. Austausch untereinander (4,7 %)
6. Informationsvermittlung (4,0 %)
7. Werbemöglichkeiten (3,8 %)
8. Zentrale Ansprechpartner seitens der Stadtverwaltung (3,6 %)
9. Kundenfrequenz (3,4 %)
10. Vernetzung der Beteiligten/ Gemeinschaft (2,9 %)

3. Standortgemeinschaften: Essenzieller Akteur im Kosmos Innenstadt!

Kommunale Unterstützung



Quelle: imakomm, 2025, „Standortgemeinschaften der Zukunft – der Kompass“ | N = 386
ausgewählte Ergebnisse. | Durchschnittswerte: Median, sofern nichts anderes angegeben |
Wenn Summen > 100 %, dann: Rundungsdifferenzen und/oder Mehrfachnennungen möglich
Foto: © imakomm

3. Standortgemeinschaften: Essenzieller Akteur im Kosmos Innenstadt!

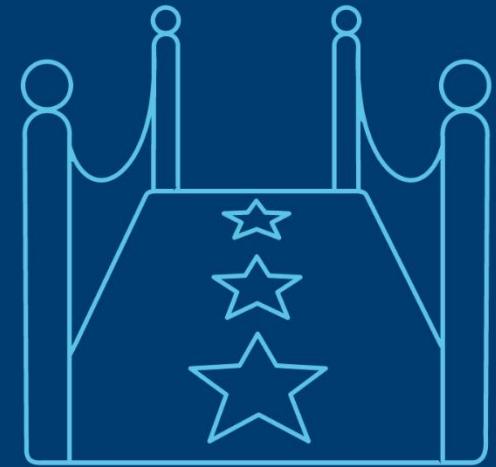
Optimierungspotenziale

Optimierungspotenzial

Welche Verbesserungsbedarfe Standortgemeinschaften bei unterschiedlichen Akteuren konkret sehen

mit anderen Initiativen am Standort	1. Vernetzung der Gemeinschaften lokal und regional stärken	2. Fehlende Initiativen von anderen Akteuren (Dienstleistung, Industrie)	3. Weniger Kirchturmdenken bei kleinen Akteuren
mit der Kommunalpolitik	1. Anbindung an kommunale Themen da, Wirksamkeit gering	2. Wirtschaftslage durch Kommunalpolitik stärken	
mit dem Planungsamt/Bauamt/der Stadtentwicklung	1. Finanzielle Unterstützung	2. Gezielte Unterstützung in den Stadtteilen statt nur im Zentrum	3. Fehlende Kommunikation mit dem Bauamt
mit dem Kulturrat			
mit der Verwaltungsspitze	1. Leistungsdefizite bei Verwaltung und Politik	2. Mehr Dialog der Stadtverwaltung mit Unternehmen möglich	3. Pessimistische Verwaltungshaltung erschwert Handelsunterstützung
mit der Wirtschaftsförderung bzw. dem Stadtmarketing	1. Mehr Personal im Citymanagement erforderlich	2. Besseres Verständnis der Tourismusbranche	3. Koordination zentraler Bereiche
mit dem Ordnungsamt	1. Unterstützung erschwert durch Auflagen des Ordnungsamts	2. Kooperative Zusammenarbeit fehlt	
mit der IHK	1. Mehr Unterstützung erforderlich	2. Stärkere Präsenz, kostenneutrale Leistungen für Mitglieder	3. Bindeglied zwischen Gemeinschaften (klein bis groß)

Quelle: imakomm, 2025, „Standortgemeinschaften der Zukunft – der Kompass“ | N = 386
ausgewählte Ergebnisse. | Durchschnittswerte: Median, sofern nichts anderes angegeben |
Wenn Summen > 100 %, dann: Rundungsdifferenzen und/oder Mehrfachnennungen möglich
Foto: © imakomm



Forderung nach Unterstützung

Finanziell, personell und konkret im Stadtteil – Standortgemeinschaften fordern insgesamt mehr Unterstützung.

Ruf nach mehr Vernetzung

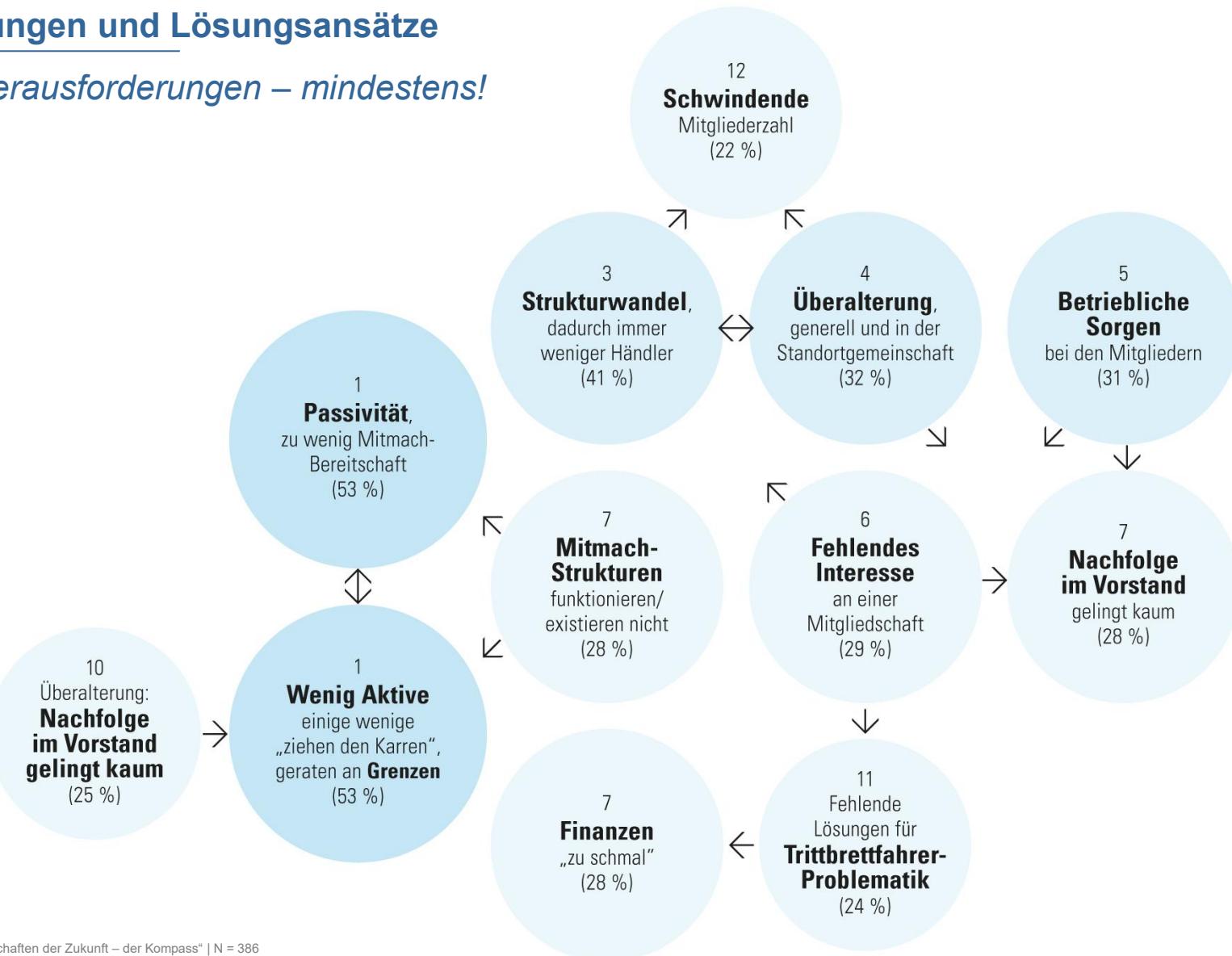
Standortgemeinschaften wünschen sich mehr Vernetzung untereinander und damit auch Erfahrungsaustausch.

Zentrum und Stadtteil

Gerade in größeren Kommunen sollten nicht nur die Zentren unterstützt und gestärkt werden, sondern auch die Stadtteile.

4. Herausforderungen und Lösungsansätze

Ein Dutzend Herausforderungen – mindestens!



Quelle: imakomm, 2025, „Standortgemeinschaften der Zukunft – der Kompass“ | N = 386
ausgewählte Ergebnisse. | Durchschnittswerte: Median, sofern nichts anderes angegeben |
Wenn Summen > 100 %, dann: Rundungsdifferenzen und/oder Mehrfachnennungen möglich

4. Herausforderungen und Lösungsansätze

Strategien



Quelle: imakomm, 2025, „Standortgemeinschaften der Zukunft – der Kompass“ | N = 386
ausgewählte Ergebnisse. | Durchschnittswerte: Median, sofern nichts anderes angegeben |
Wenn Summen > 100 %, dann: Rundungsdifferenzen und/oder Mehrfachnennungen möglich



5. Take-aways

Die drei zentralen Take-aways

- 1. Standortgemeinschaften sind essenzieller Akteur im Kosmos Innenstadt!** Aber: Die Sichtbarkeit des eigenen Handelns, v.a. gegenüber der Politik, ist in vielen Fällen ausbaufähig.
- 2. Kommunale Unterstützung existiert in unterschiedlichsten Facetten.** Unser Apell: Halten Sie diese aufrecht, um das vielfach ehrenamtliche Engagement für Ihre Engagement weiter an Ihrer Seite zu wissen!
- 3. Herausforderungen sind an vielen Standorten ähnlich komplex, nehmen zudem eher zu denn ab.** Wichtig: Begegnen Sie diesen nicht mit „Vereinsmeierei“, sondern auf professioneller sowie strategischer Grundlage!

Rechtliche Hinweise

Die vorliegenden Unterlagen sind nicht selbsterklärend, bedürfen weiterer Erläuterungen und sind daher nur im Gesamtzusammenhang vollständig.

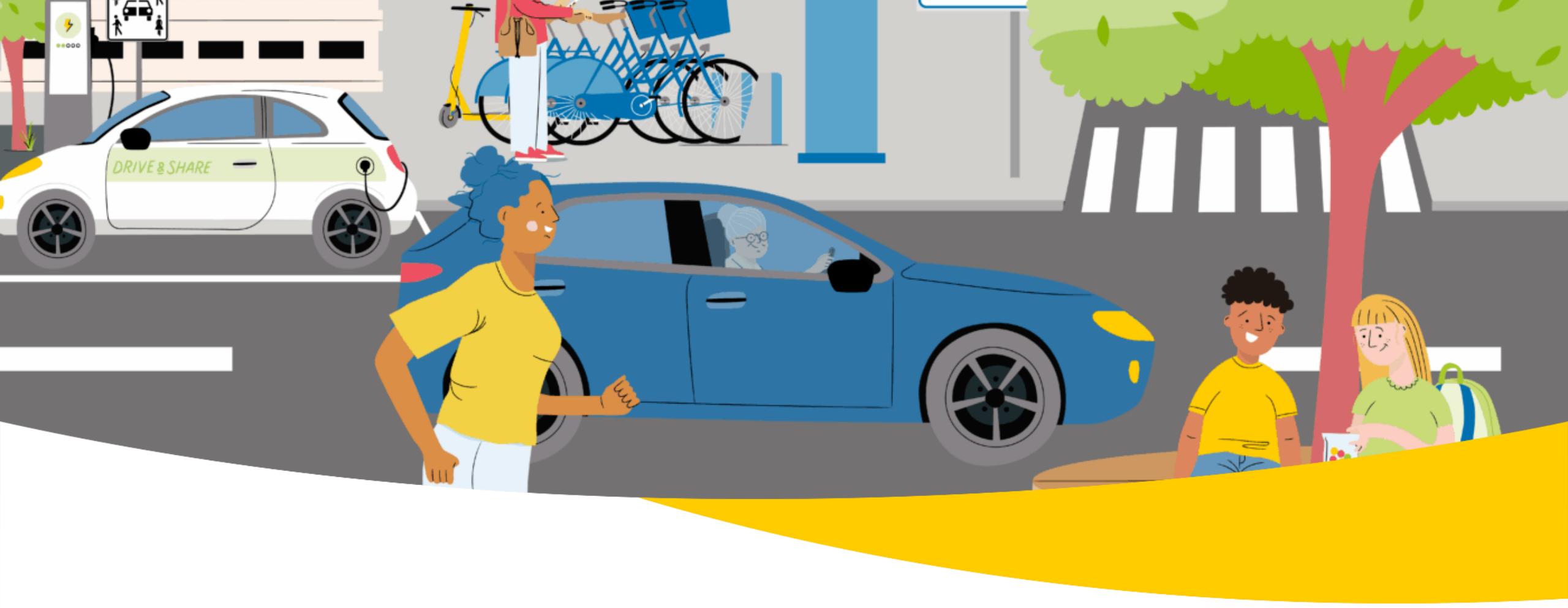
Die vorliegenden Unterlagen fallen unter die §§ 2 Abs. 2, 31 Abs. 2 UrhG und das europäische Recht.

Die Vervielfältigung, Weitergabe oder Veröffentlichung als Platzhalter oder zu Layoutzwecken verwendeter Fotos oder Abbildungen, für die keine Rechte vorliegen, können Ansprüche der Rechteinhaber auslösen. Die Weitergabe, Vervielfältigung, Speicherung oder Nutzung sowohl im Ganzen als auch in Teilen bedeutet die Übernahme des vollen Haftungsrisikos gegenüber den Rechteinhabern, die Freistellung der imakomm AKADEMIE GmbH von allen Ansprüchen Dritter und das Tragen der Kosten einer eventuellen Abwehr von solchen Ansprüchen durch die imakomm AKADEMIE GmbH.

Es ist nicht gestattet, die vorliegenden Unterlagen im Ganzen oder in Teilen in Dokumentationen oder Protokollen wiederzugeben. Am geistigen Eigentum der imakomm AKADEMIE GmbH und ihrer Mitarbeiter werden durch Veranstalter keinerlei Rechte erworben.

Medienhinweis:

Aus den vorliegenden Unterlagen darf nicht zitiert werden. Bitte wenden Sie sich für eine Freigabe von Zitaten an die imakomm AKADEMIE GmbH, Telefon 0 73 61 / 5 28 29 0, info@imakomm-akademie.de



Verkehr belebt?

Fakten und Mythen zum Parken in Innenstädten

Daniel Voith, Referent für Klimaschutz im Verkehr

„Die paar Autos stören doch nicht“

- Aktuell 7 Mio. PKW in Baden-Württemberg
- Zuwachs von 1 Mio. Pkw in den letzten 10 Jahren
- Autos werden immer größer



Quelle: www.rnd.de

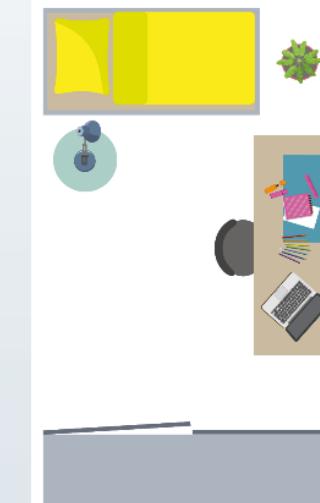
PLATZGEWINN
FÜRS KLIMA

PKW-STELLPLÄTZE SIND GRÖßER ALS VIELE KINDERZIMMER

Pkw-Stellplatz
13,8 m²



Kinderzimmer
ab 10 m²



Einzelbüro
ab 8 m²



Quellen: Agora Verkehrswende, VCD, EAR 23

„Die paar Autos stören doch nicht“

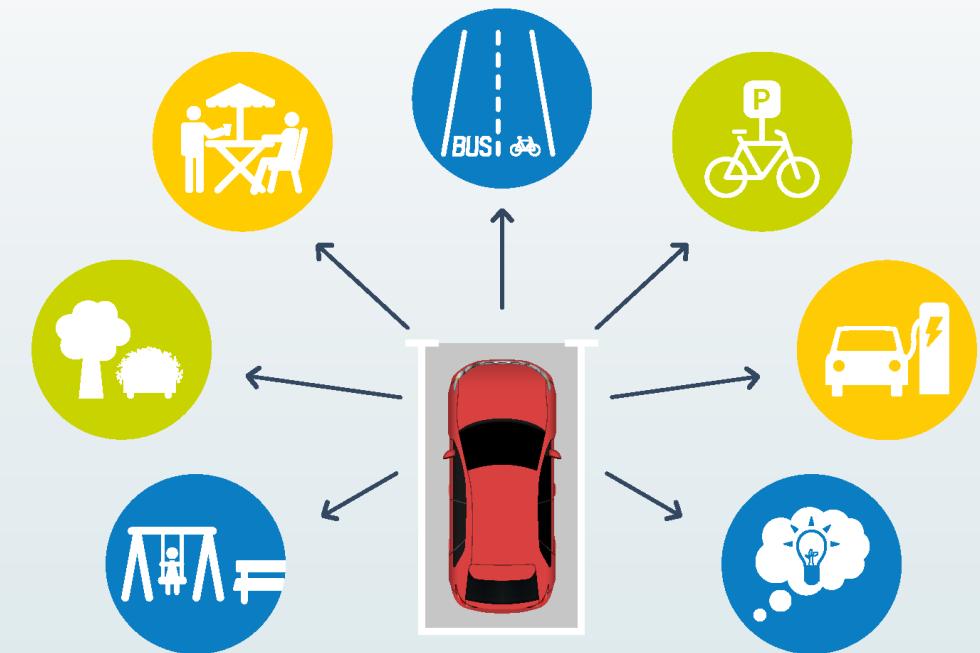
- Aktuell 7 Mio. PKW in Baden-Württemberg
- Autos werden immer größer
- Zuwachs von 1 Mio. Pkw in den letzten 10 Jahren



Quelle: www.rnd.de

PLATZGEWINN
FÜRS KLIMA

EIN PARKPLATZ - VIELE MÖGLICHKEITEN!



*„Wir brauchen mehr
Parkplätze!“*

LEERE PARKHÄUSER, VOLLE STRÄßen

Selbst in Spitzenzeiten sind Parkhäuser oft nur zur Hälfte ausgelastet. Z. B. nachmittags an Werktagen in Stuttgart:



Quelle: LHS Stuttgart

„Parkgebühren sind Abzocke!“

[Hinweisblatt: Wirksame & angemessene Parkgebühren](#)

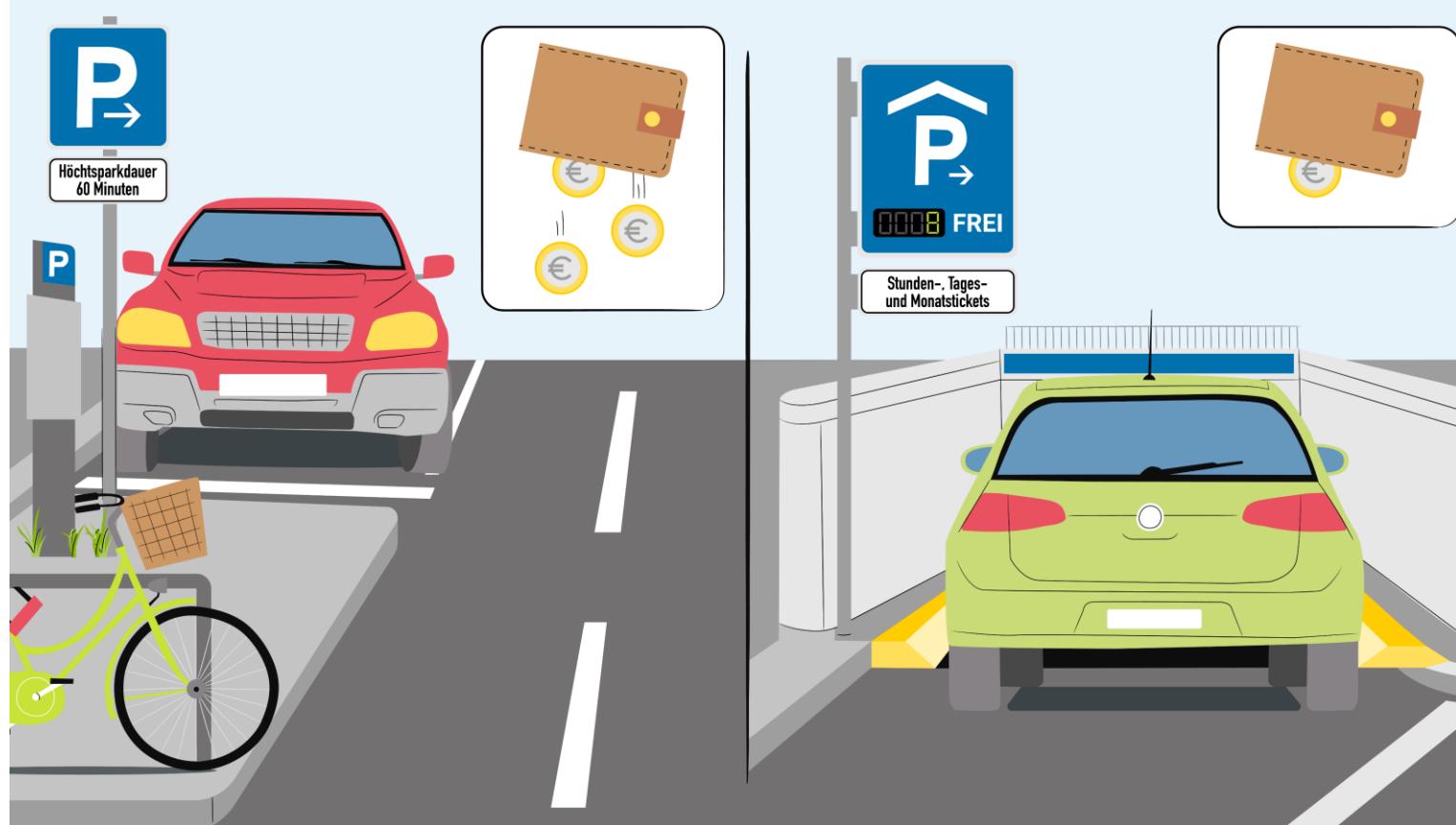
PARKPLÄTZE SIND TEUER

Am Straßenrand kostet ein
einzelner Parkplatz rund
1.000 Euro pro Jahr.



Quelle:
Studie des ifeu
Heidelberg gGmbH

Steuerung durch Parkraumbewirtschaftung



Quelle: Kompetenznetz Klima Mobil

- Durch Preis- und Parkzeitgestaltung in zentrale Parkplätze lenken
- unterstützt durch Parkleit- und Zielführungssysteme



Quelle: Kompetenznetz Klima Mobil

„Wenn Kunden nicht mit dem Auto kommen können, kommen sie gar nicht!“

DIE BESTEN KUNDEN KOMMEN ZUFUß

Durchschnittlicher Umsatz in Einkaufsstraßen pro Jahr/Kund:in



Quelle: FH Erfurt 2019

Verkehr belebt?

- Verkehr und Parken allein retten keinen Standort!
→ Aufenthaltsqualität zentral für die Gesamtattraktivität von Innenstädten
- Erreichbarkeit mit dem Pkw wichtig, aber: zu Fuß, mit dem Rad + ÖPNV auch!

Lösungsansätze im Parkraummanagement

- Passende Bewirtschaftungskonzepte für eine effiziente Parkraumnutzung entwickeln
 - Hoher Umschlag auf der Straße (Kunden)
 - Längerer Pkw-Parken auf zentralen Parkplätzen (Kunden + Mitarbeitende)
- Faktencheck Einzelhandel

DIE BESTEN KUNDEN KOMMEN ZU FUß

Durchschnittlicher Umsatz in Einkaufsstraßen pro Jahr/Kund:in



Quelle: FH Erfurt 2019

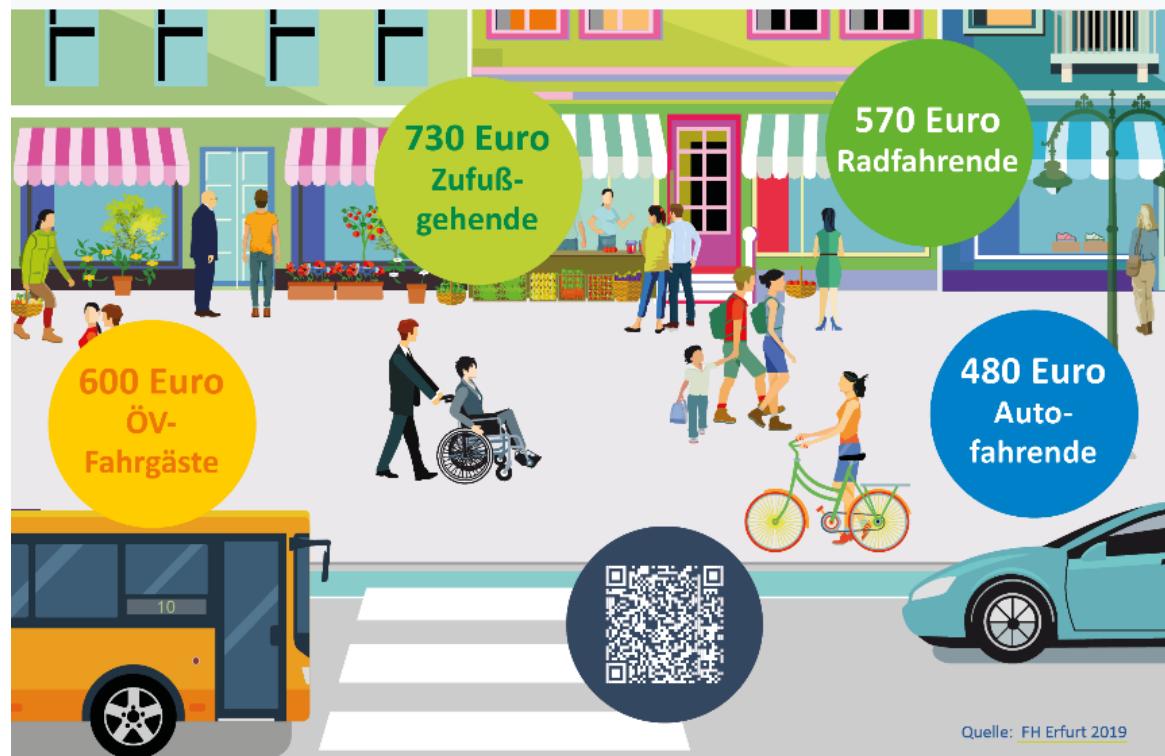
Verkehr belebt?

Lösungsansätze im Parkraummanagement

- Fahrradparken integrieren – wird immer wichtiger
- Zentrale Parkmöglichkeiten in der Nähe der Innenstadt aufwerten
 - Beleuchtung, Sicherheit, Sauberkeit,...
 - Parkleit- und Zielführungssysteme optimieren
 - Fußwegeverbindungen aufwerten
- **Konsequente Parkraumkontrolle!!!**
- Lokal angepasste Lösungen entwickeln, den Handel an den Lösungen beteiligen

DIE BESTEN KUNDEN KOMMEN ZUFUß

Durchschnittlicher Umsatz in Einkaufsstraßen pro Jahr/Kund:in



Quelle: FH Erfurt 2019

Park.Raum.Dialog

Schneller & strukturierter **Einstieg in eine strategische Parkraumpolitik** unter Einbeziehung wichtiger Interessensgruppen aus Zivilgesellschaft, Wirtschaft, Verwaltung und Politik

- Er ermöglicht die Einbettung von Parkraummanagement in eine integrierte Verkehrsplanung
- Bewerbungen für Kommunen in Baden-Württemberg bis 15.2.2026 möglich. [**Mehr Infos**](#)



9 GUTE ARGUMENTE: PARKRAUMMANAGEMENT ...

... erhöht die Kundenfrequenz.



... erhöht die Verkehrssicherheit.



... lenkt Parkende auf die vorhandenen Parkplätze.



... schafft Anreize für den Umstieg auf den ÖPNV.



... führt zu einer gerechteren Raumnutzung.



... schafft finanzielle Spielräume zum Ausbau der Infrastruktur für nachhaltige Mobilität.



... ist aktiver Klimaschutz.



... erfordert nur geringe Investitionen und ist kurzfristig umsetzbar.



... schafft Platz für Grünflächen.



Kommunikations-Set „Platzgewinn fürs Klima



[Hier online verfügbar](#)

„Maßnahmen sind nur so lange unpopulär, solange sie nicht durch erfolgreiche Kommunikation begleitet werden.“

Aus: „Parkraummanagement erfolgreich kommunizieren – Ein Kommunikationsleitfaden“
Kompetenznetz Klima Mobil 2022

Vielen Dank fürs Zuhören!



Daniel Voith

Referent für Klimaschutz im Verkehr

E-Mail: daniel.voith@nvw.de

Telefon: +49 711 23991-1191



Eine
Initiative
von



Baden-Württemberg
Ministerium für Verkehr



Bild: Axel Häslar

Wenn die Lauflagen zu groß werden. Dritte Orte in der Innenstadt

Agenda

1. Anlass – Herausforderungen für den Wandel der Innenstadt
2. Ziele und Inhalte des funktionsräumlichen Entwicklungskonzeptes
3. Ausblick: Zur Umsetzung haben wir noch einen langen Weg vor uns

1. Anlass – Herausforderungen für den Wandel der Innenstadt

Innenstadt im Wandel

- Herstellung der Fußgängerzone in den 80er Jahren
- Stetige Veränderungsprozesse im Laufe der Zeit – das Bühnenbild verändert sich
 - Europaplatz
 - **Schönbornerplatz**



1. Anlass – Herausforderungen für den Wandel der Innenstadt

Innenstadt im Wandel

- Herstellung der Fußgängerzone in den 80er Jahren
- Stetige Veränderungsprozesse im Laufe der Zeit – das Bühnenbild verändert sich
 - Europaplatz
 - Schönbornplatz
 - Rathausgalerie
 - Plätze um die Stadtkirche



1. Anlass – Herausforderungen für den Wandel der Innenstadt

Innenstadt im Wandel

- Herstellung der Fußgängerzone in den 80er Jahren
- Stetige Veränderungsprozesse im Laufe der Zeit – das Bühnenbild verändert sich
 - Europaplatz
 - Schönbornplatz
 - Rathausgalerie
 - Plätze um die Stadtkirche

Parallel immer wieder Aktionen durch das Stadtmarketing und Branchenbund zur Belebung der Innenstadt, z.B. 2012 im Zusammenhang mit dem ExWoSt – Forschungsvorhaben „Kooperation im Quartier“



1. Anlass – Herausforderungen für den Wandel der Innenstadt

Innenstadt im Wandel

- Herstellung der Fußgängerzone in den 80er Jahren
- Stetige Veränderungsprozesse im Laufe der Zeit – das Bühnenbild verändert sich
 - Europaplatz
 - Schönbornplatz
 - Rathausgalerie
 - Plätze um die Stadtkirche

Parallel immer wieder Aktionen durch das Stadtmarketing und Branchenbund zur Belebung der Innenstadt, z.B. 2012 im Zusammenhang mit dem ExWoSt – Forschungsvorhaben „Kooperation im Quartier“

Und immer wieder Diskussionen über die Ausdehnung der Fußgängerzone „Die Laufwege sind zu lang“



2. Ziele und Inhalte des funktionsräumlichen Entwicklungskonzeptes

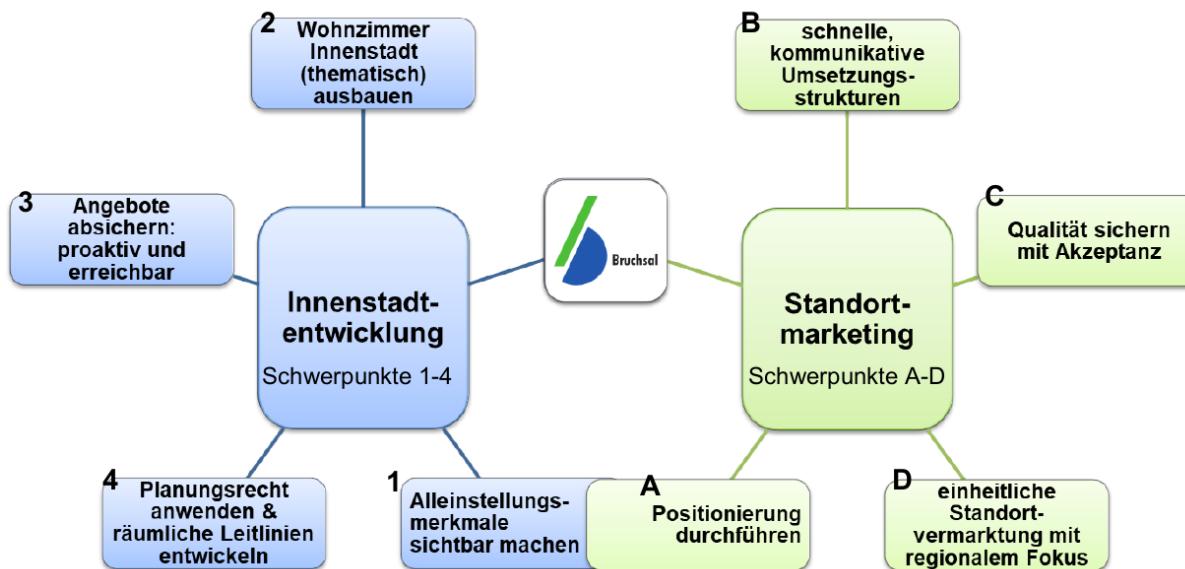
Ziele

- Ganzheitliche Betrachtung statt punktueller Schwerpunkte:
 - stärker als bisher vorhandene Rahmenbedingungen berücksichtigen (z.B. Raumverfügbarkeiten für Einzelhandel, Potenziale für gastronomische Nutzungen und deren Ausgestaltung) zur zielgerichteten Steuerung
 - Nutzungen (Handel, Dienstleistung, Gastronomie, Wohnen) sowie Aufenthaltsqualität und Mobilität / Erreichbarkeit als Einheit betrachten
 - Bühnenbild und Spielplan zusammen sehen
- Definition räumlicher und funktioneller Nutzungsschwerpunkte und Entwicklung von Maßnahmen zur Steigerung der Aufenthaltsqualität (z.B. Kundenlenkung, Ankernutzungen, Ausrichtung von öffentlichen Plätzen)
- Resilient und flexibel auf Veränderungen reagieren

2. Ziele und Inhalte des funktionsräumlichen Entwicklungskonzeptes

Vorgehensweise

- Phase 1 Prozess „Roadmap Innenstadttransformation“ 2024:
Diskussion mit zentralen Akteuren (Branchenbund, Stadtratsfraktionen, Seniorenrat und Vertretern der Stadtverwaltung) über Handlungsbedarfe
Klärung der Notwendigkeiten, Wo wollen wir hin?



Beispielhafte Auszüge:

- „Genuss trifft Innovation“ als mögliches Leitthema zur Positionierung
- Durchgängiges Corporate Design
- Digitale Großflächenvermarktung an Knotenpunkten
- Bündelung der Vermarktung bei einem Akteur
- Konsumfreie Verweilorte/Grünoasen
- Besucherleitsystem (Fußwegeführung)

Quelle: Immakom

2. Ziele und Inhalte des funktionsräumlichen Entwicklungskonzeptes

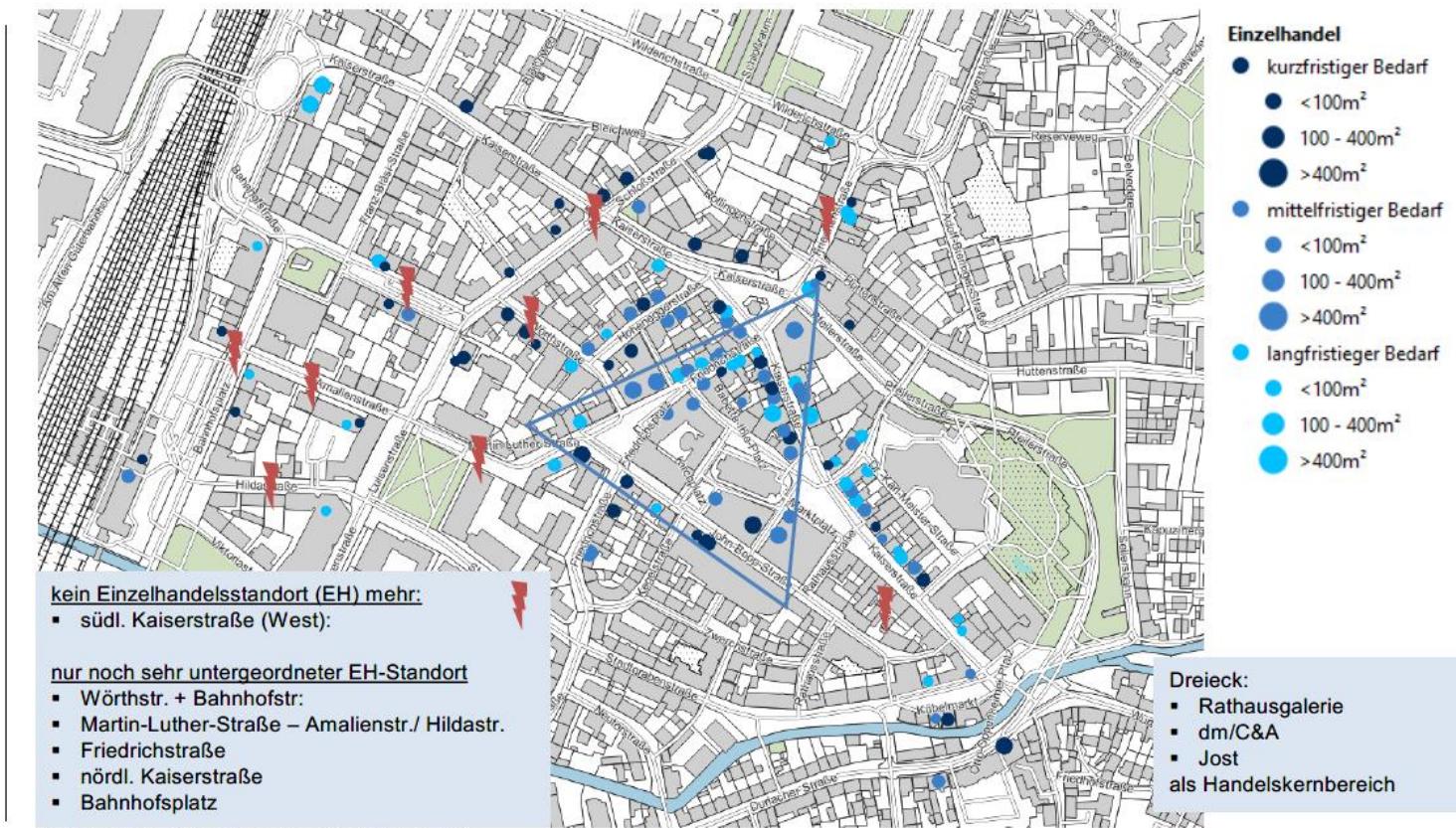
Vorgehensweise

- Phase 1 Diskussion mit zentralen Akteuren über Handlungsbedarfe
Klärung der Notwendigkeiten, Wo wollen wir hin?
- Phase 2 umfassende Analyse: Datenerhebung u.a. Befragung von Einzelhandel, Gastronomie, Dienstleistern; Analyse und Bewertung (Kennziffern, Bewertung Standorte, Prognosen)

Phase 2: Analyse

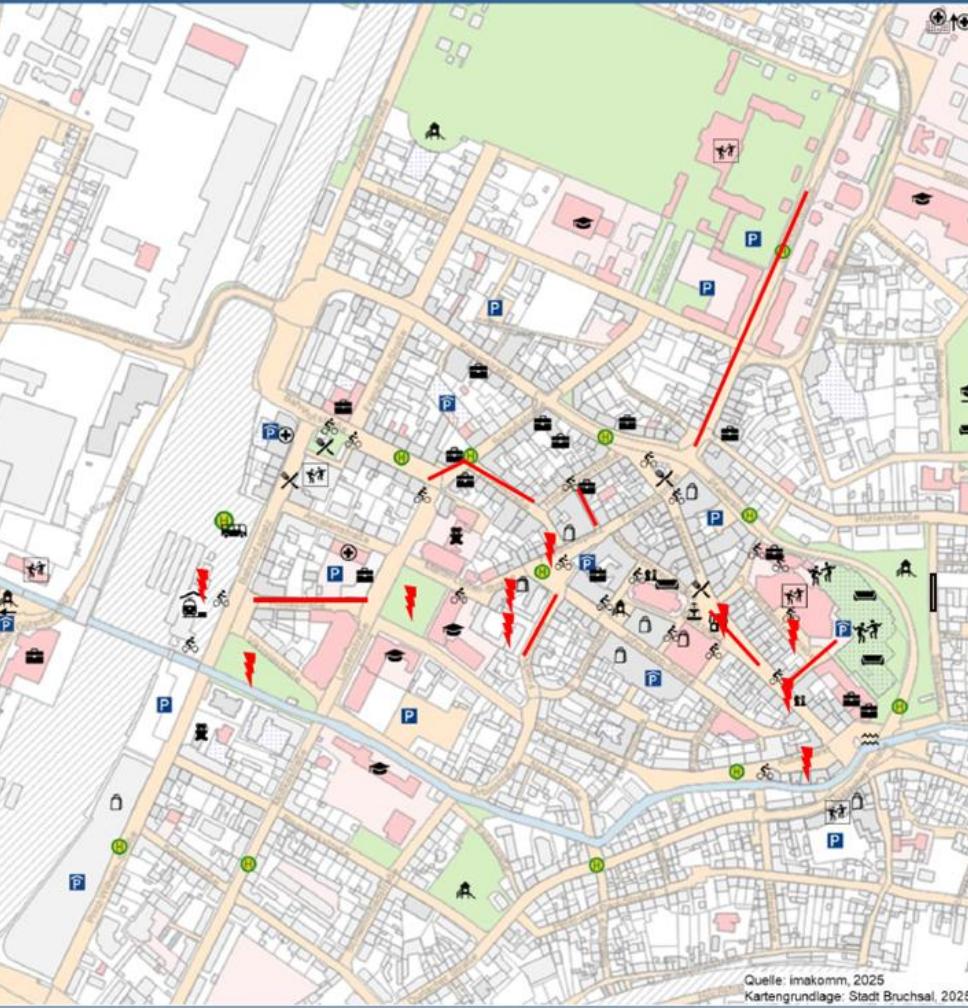
4. Innenstadt – funktionsräumliche Entwicklung

4.1 Funktionsanalyse



Phase 2: Analyse

Funktionsbereiche im öffentlichen Raum / Magnetstandorte für Besucherfrequenzen



Quelle: imakomm, 2025
Kartengrundlage: Stadt Bruchsal, 2025

- Besucherlenkung: optische Unterstützung zu Beschilderung notwendig
- Marktplatz: Frequenzabbruch nach Südosten (Platzgröße mit fehlender Raumkante = sehr weitläufige Wirkung + fehlende (sichtbare) Besuchsgründe)
- Kübelmarkt mit historischer Bausubstanz als Parkplatz untergenutzt
- Dr. Karl-Meister-Straße mit städtebaulichen Defiziten (negative Außenwirkung) + Thema Besucherlenkung vom Bürgerzentrum / Landesbühne
- Schulgasse nicht attraktiv und ohne Funktion, obwohl eigentlich wichtige Verbindungsachse (negativ für Hoheneggerstraße)
- Luisenplatz: Platzlage als reine Wegeverbindung
- Victoriapark: aktuell ohne sichtbare Funktion
- Hildastraße: wichtige Wegeverbindung mit sehr geringer Attraktivität
- Bahnhofsbereich: (bereits Planungen zur Attraktivierung und Neustrukturierung vorhanden)
- Wörthstraße: Konzentration Leerstände und geringe Attraktivität
- Martin-Lutherstraße 3-5: städtebaulicher Missstand (Gesamtbereich mit ehem. Synagoge inkl. Durchwegung zur Friedrichstraße)
- Schönbornstraße (Schloss): Anbindung über Friedrichsstraße wenig einladend

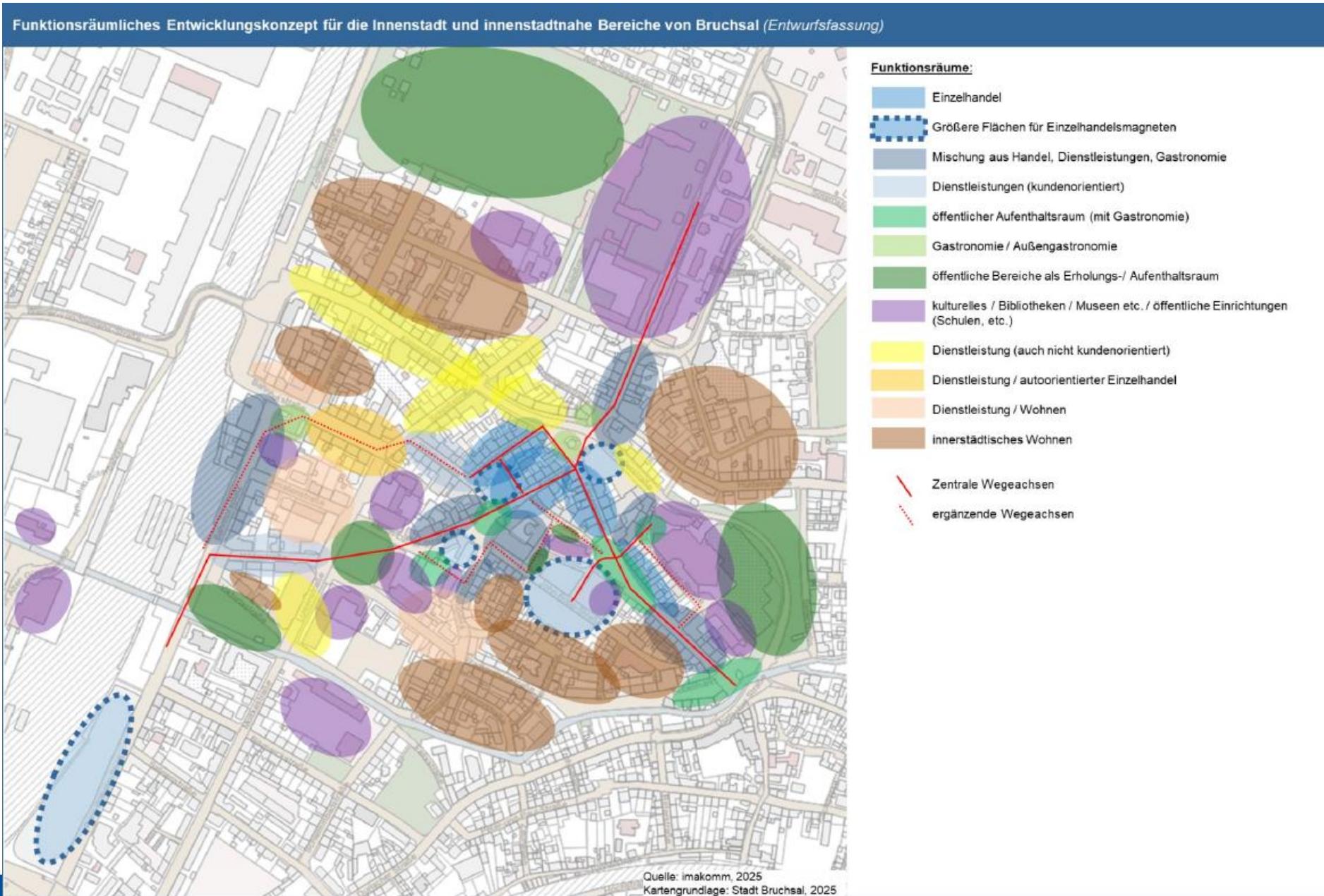
© imakomm

2. Ziele und Inhalte des funktionsräumlichen Entwicklungskonzeptes

Vorgehensweise

- Phase 1 Diskussion mit zentralen Akteuren über Handlungsbedarfe
Klärung der Notwendigkeiten, Wo wollen wir hin?
- Phase 2 umfassende Analyse
- Phase 3 Definition von Funktionsräumen, Ableiten von Handlungsempfehlungen

Phase 3: Definition von Funktionsräumen



Phase 3: Handlungsempfehlungen

4. Innenstadt – funktionsräumliche Entwicklung

4.4 Entwicklungsstandorte im Detail

Marktplatz: „Der multifunktionale Marktplatz“

- Herausforderung: „Marktfähigkeit“ erhalten
- zugleich: Größe mit fehlender Raumkante sorgt für Frequenzabbruch in die südöstliche Kaiserstraße an „normalen“ Wochentagen (neben dort fehlenden Besuchsgründen)
- große versiegelte Fläche (Hitzeinsel)

Prozess „Innenstadt-Transformation“ (2024):

- Marktplatz wird in Bruchsal als „Herz der Innenstadt“ gesehen
- Leitthema: „Hightech trifft Lebensart“
Genuss und Innovation im öffentlichen Raum sichtbar machen

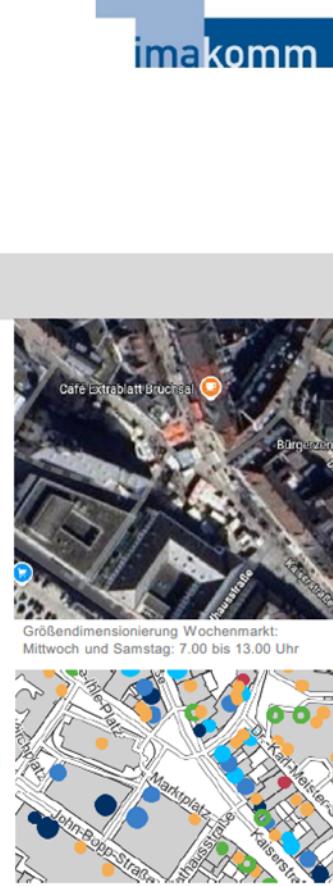
Konsequenzen:

- wochentags als Aufenthaltsraum ohne Umbaumaßnahmen für Marktnutzung
- ebenerdige Nutzungen zwingend
- Eventfläche nur für Großevents

Hinweise

- bestehender Bereich Marktbrunnen als Aufenthaltsbereich nutzbar
- bestehende Gastronomie im Norden als wichtigen Frequenzanker beibehalten
- Sitzinseln im Randbereich beibehalten

Quelle: Kartengrundlagen: google.com, 2025 | imakomm, 2025, Kartengrundlage: Stadt Bruchsal, 2025.



Phase 3: Handlungsempfehlungen

Bruchsal | Zwischenergebnisse
Einzelhandelskonzept & Funktionsräumliches Entwicklungskonzept Innenstadt

imakomm



- 1 Sitzbereich um Brunnen (E-Bänke mit Lehnen)
 - 2 ergänzende Sitzbereiche
 - 3 Außengastrobereich
 - 4 Energetische Brunnenanlage (Zielgruppe Familien)
alternativ: Nebelsprühanlage
 - 5 Spielparcours (Zielgruppe Familien)
 - 4-6 Bereich Wochenmarkt (wie bisher) + Schlemmen
 - 7 Spielelement (Zielgruppe Familien)

Quelle: imakomm, 2025: Freudenstadt, Frankenberg (Eder), Radolfzell, Heidenheim, Aalen | Remchingen: www.remchingen.de/aktuelles/smartes-sitzbank-sorgt-fuer-strom-beim-surfen-und-telefonieren-id_2511/, 2025. | Stadt Wien: <https://www.wien.gv.at/umwelt/coolwien/cool-e-plaetze.html>, 2025., Stadt Bochum: <https://www.facebook.com/bermuda3eck/>, 2025. | Kartengrundlagen: Datenquelle: LGL, www.lgl-bw.de, 2025.

© imakomm

55



3. Ausblick: Zur Umsetzung haben wir noch einen langen Weg vor uns

Nächste Schritte

- Bestätigung des funktionsräumlichen Entwicklungskonzeptes vom Gemeinderat
- Grundlage für die Entwicklung eines konkreten Maßnahmenplans (kurzfristig, mittelfristig, langfristig)
- Grundlage für die Vorbereitung eines Sanierungsgebietes
- Ziel:
Einbindung der Akteure und Bevölkerung bei der weiteren Entwicklung → Akzeptanz und Mitwirkung erreichen

Vielen Dank!

Belebungspotenziale & Besonderheiten

Jennifer Tschirner
Citymanagerin der Stadt Kandel

Wirkungsvolles Nutzungsmanagement

Vom Leerstand zum Vollstand

Rheinland-Pfalz^{Gold}

Innenstadt-Impulse



RheinlandPfalz

MINISTERIUM FÜR
WIRTSCHAFT, VERKEHR,
LANDWIRTSCHAFT
UND WEINBAU

100.000 €

Ziel sind 2-4
Immobilien



Briefe an
Eigentümer!



Werbung!

Entscheidung
über Bewerber
gemeinsam!



Mietverträge unterzeichnen



Beziehungspflege Eigentümer



Erinnerungen an früher? - Kandel? - Objekt? - Werte?





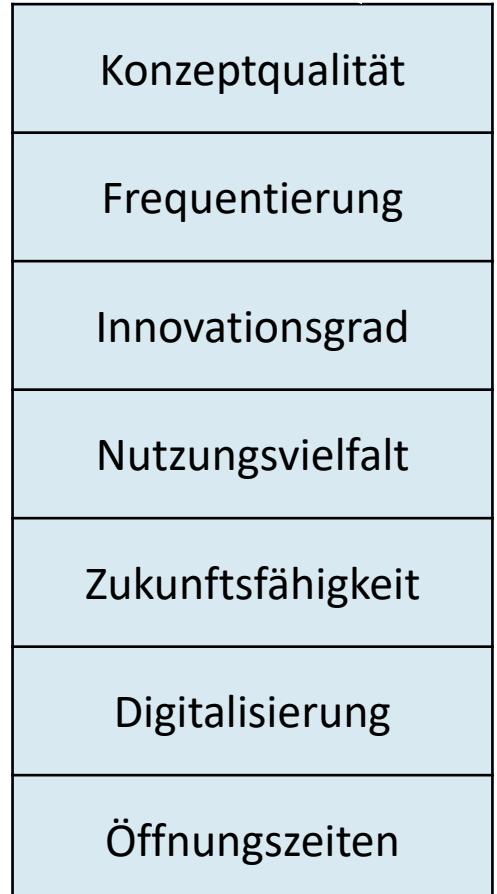
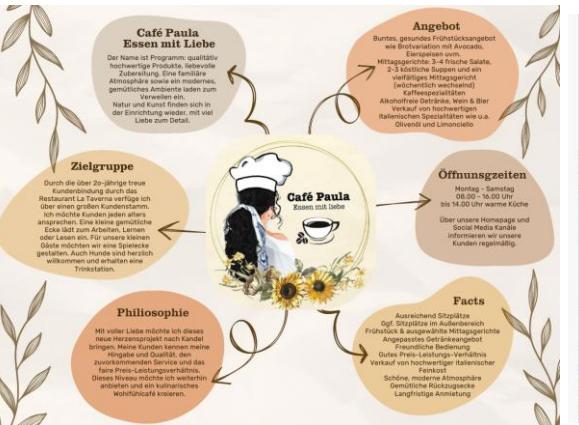
Werbung

Immobilienportal



Bewerber

12





Match in gemeinsamer Jurysitzung

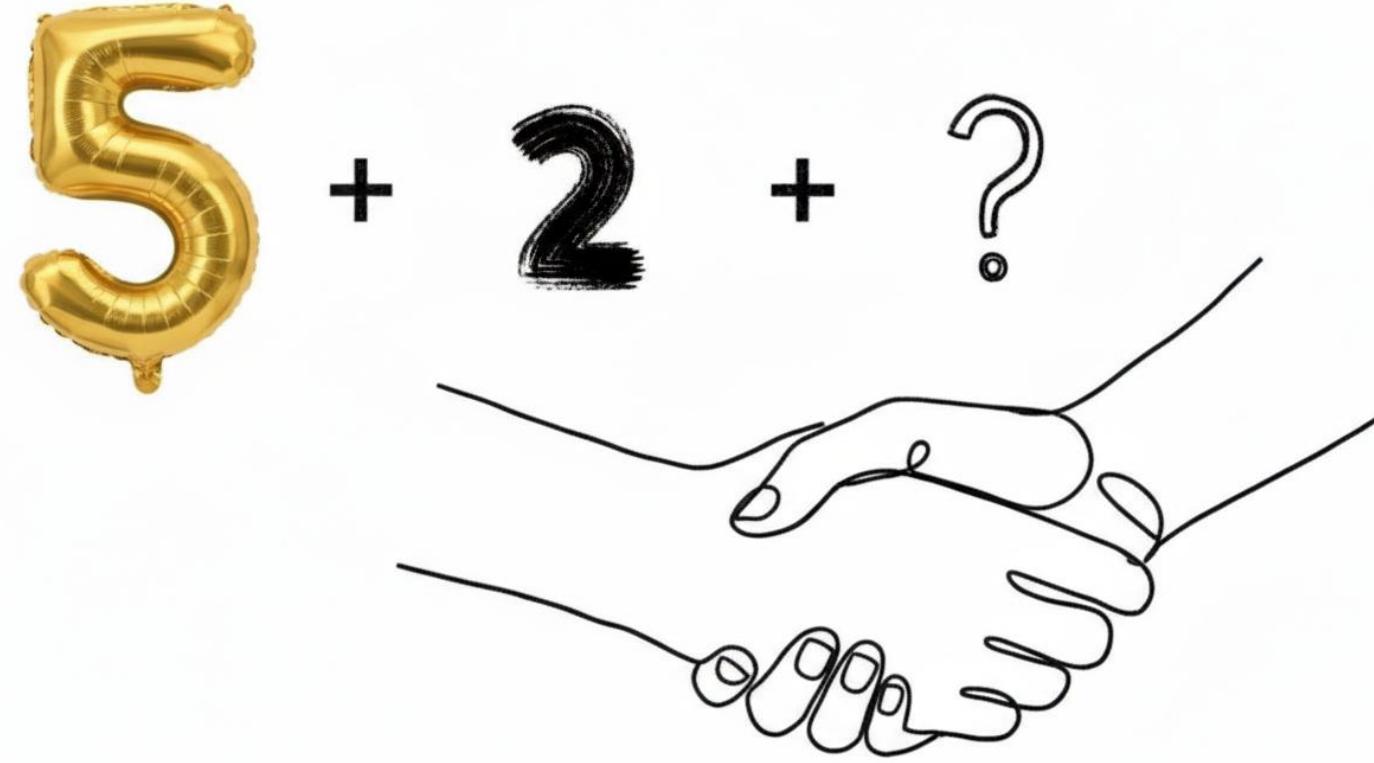
Name bearbeitende Person(en): _____

Nr.	Name	Vergebene Punkte (bitte Punktzahl je Kriterium eintragen* und Σ der Punkte addieren)							
		Konzept-qualität	Frequen-tierung	Innova-tionsgrad	Nutzungs -vielfalt	Zukunfts-fähigkeit	Digitali-sierung	Öffnung s-zeiten	Σ Punkte
1	Atelier GlüxMADAM								
2	Café Paula								
3	Ronnys Folienwelt								
4	Keramik Raum								
5	WingTsun-Schule-Lörracher								
6	Yobsti								
7	Second-Hand-Shop								
8	Eiscafé Makni								
9	Sündikat								
10	Umsatz Kino								
11	Leckerbissen Schumann								
12	Café, Bistro, Sportsbar								

Einordnung imakomm	
Konzeptqualität	
Frequentierung	
Innovationsgrad	
Nutzungsvielfalt	
Zukunfts-fähigkeit	
Digitalisierung	
Öffnungszeiten	

* 3 = Besonders gut erfüllt / Besonders hohe Zufriedenheit | 2 = Zu großen Teilen erfüllt / Hohe Zufriedenheit | 1 = Zu geringen Teilen erfüllt / Geringe Zufriedenheit | 0 = Nicht erfüllt / Keine Zufriedenheit

Ziel übertragen



Wirkungsvolles Nutzungsmanagement

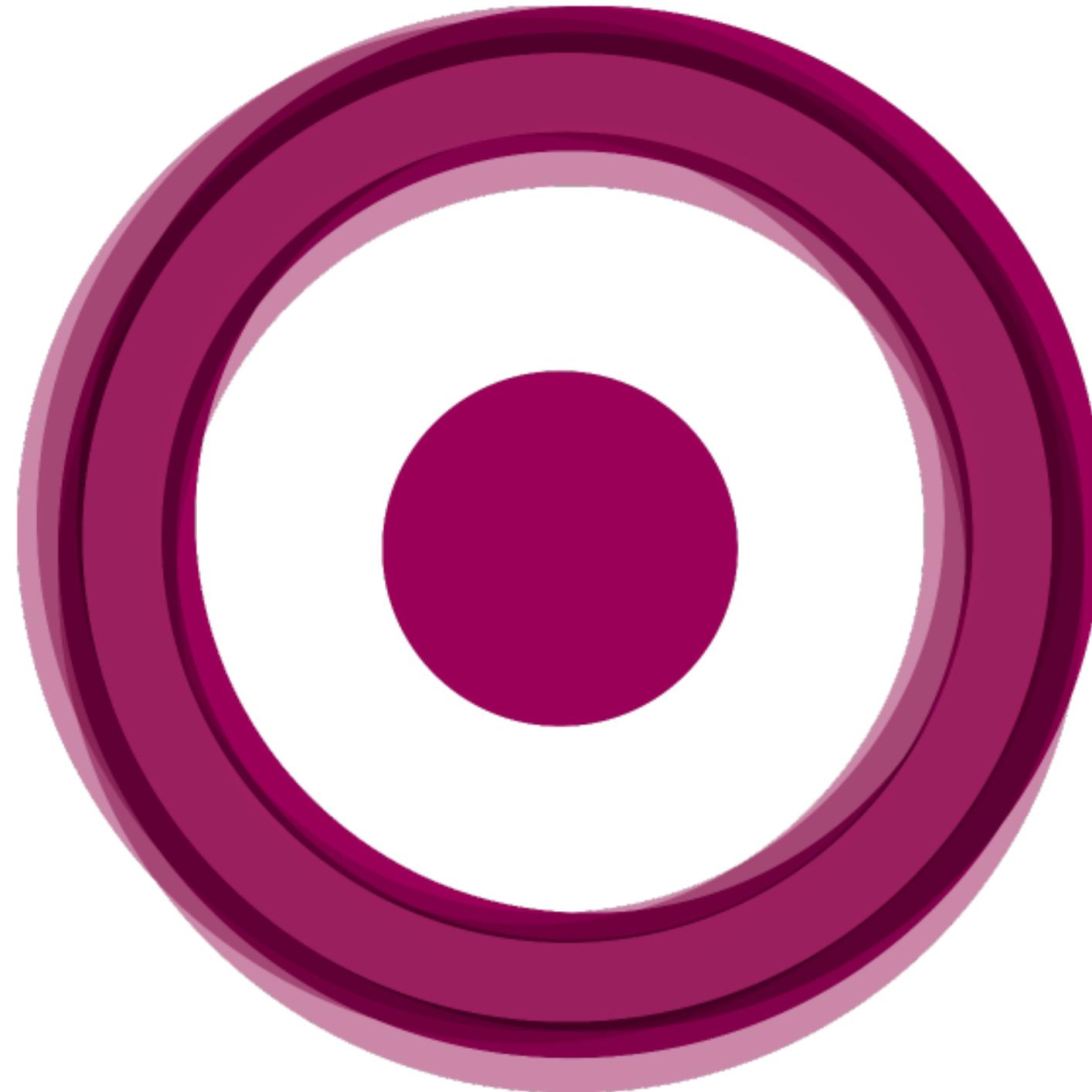
Jennifer Tschirner, Stadt Kandel (RP)

1 Beziehung zu Eigentümern pflegen

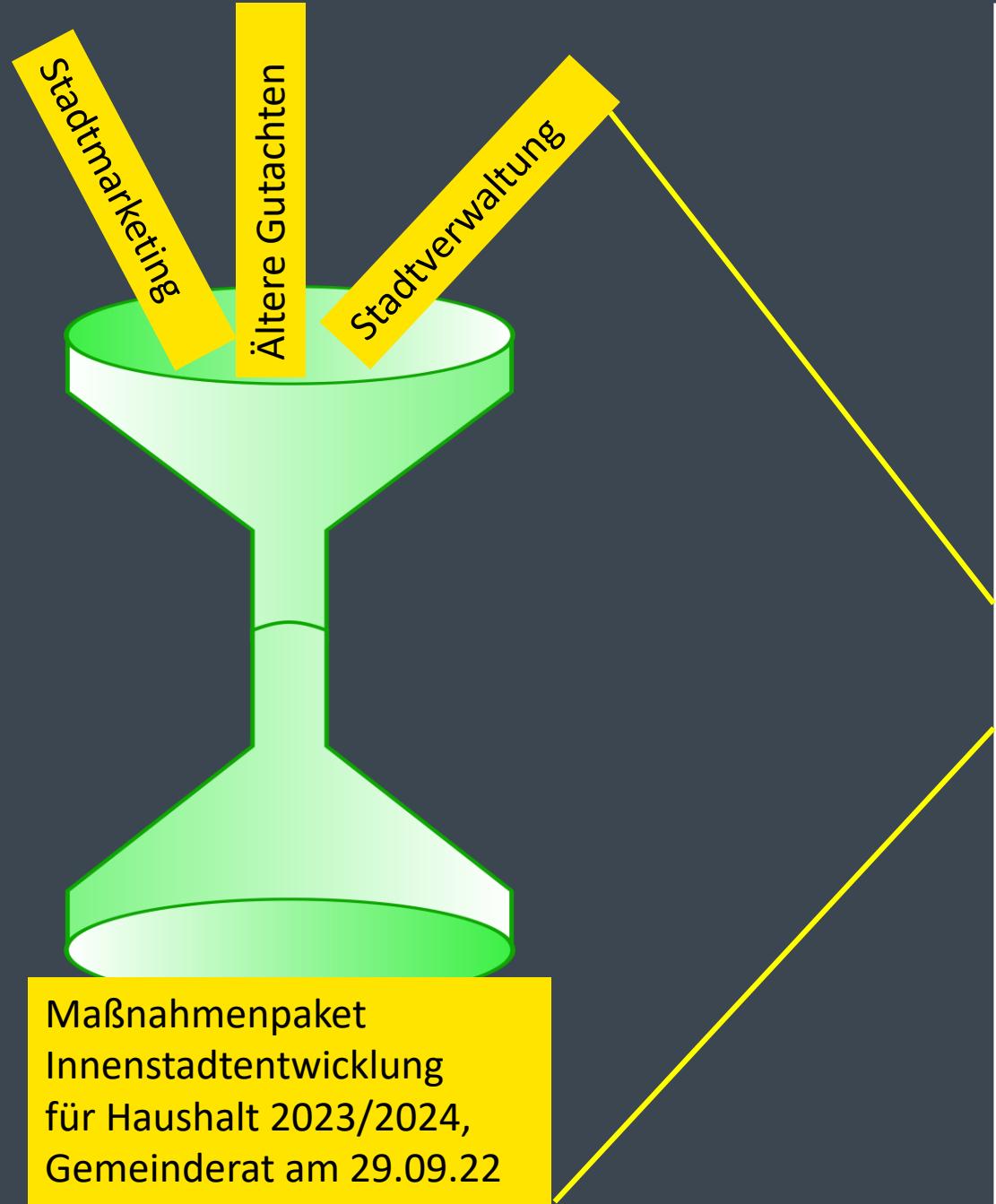
2 Radikale Transparenz

3 Einbindung Netzwerkpartner

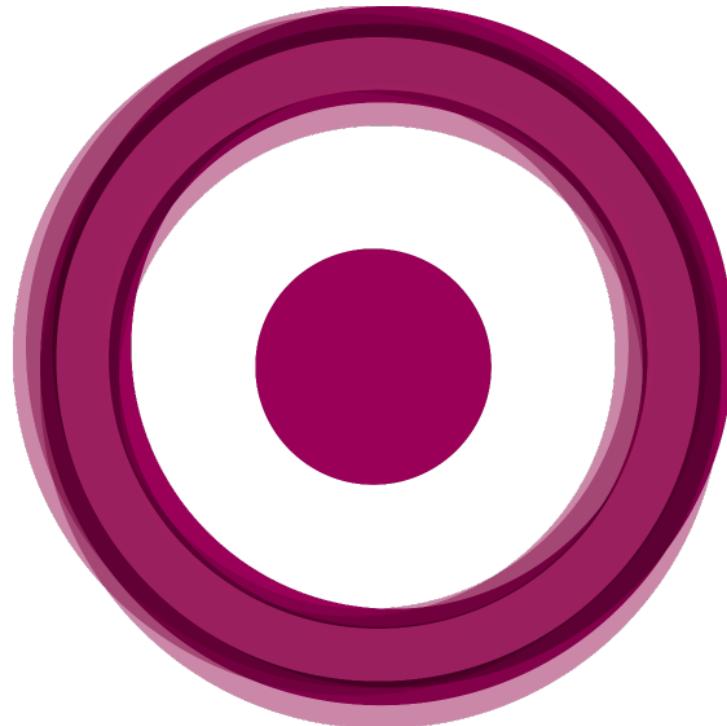




Tradition im Blut. Innovation im Kopf. Hohenlohe im Herzen.



CRAILSHEIM FINDET **INNEN** STADT



CRAILSHEIM

CRAILSHEIM FINDET **INNEN** STADT

Strategie

Veränderungsprozesse

gestalterischer Art, experimenteller Art, struktureller Art

Projektebene, u.a. ...



CRAILSHEIM

CRAILSHEIM FINDET **INNEN** STADT

Strategie

Veränderungsprozesse

gestalterischer Art, experimenteller Art, struktureller Art

Projektebene, u.a. ...



CRAILSHEIM

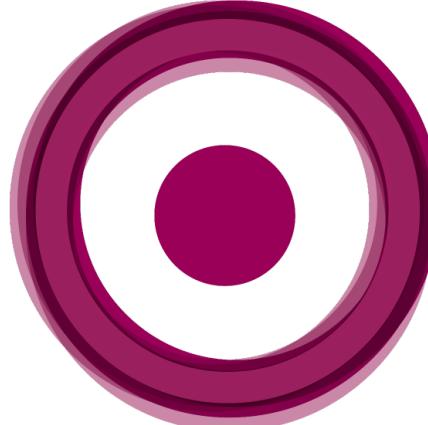
CRAILSHEIM
FINDET INNEN
STADT

PROJEKT
FREIRAUMPLANUNG



CRAILSHEIM
FINDET INNEN
STADT

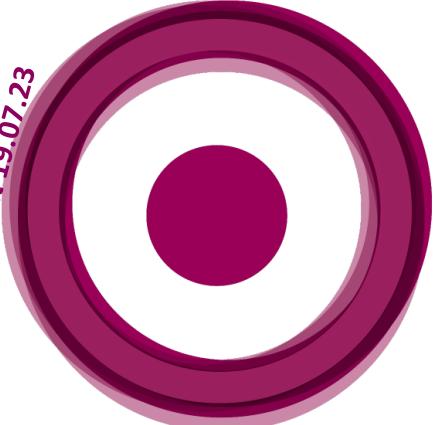
PROJEKT
POP-UP STORES
INNOVATIONSRAUM



CRAILSHEIM
FINDET INNEN
STADT

PROJEKT
TEMPORÄRE
FUSSGÄNGERZONE

u.a. mit (Gesamt-)
Strategieteil, Konzept
Gemeinderat 19.07.23



Tradition im Blut. Innovation im Kopf. Hohenlohe im Herzen.

PARTIZIPATION



CRAILSHEIM

z.B.: interaktive Karte

FREIRAUMPLANUNG

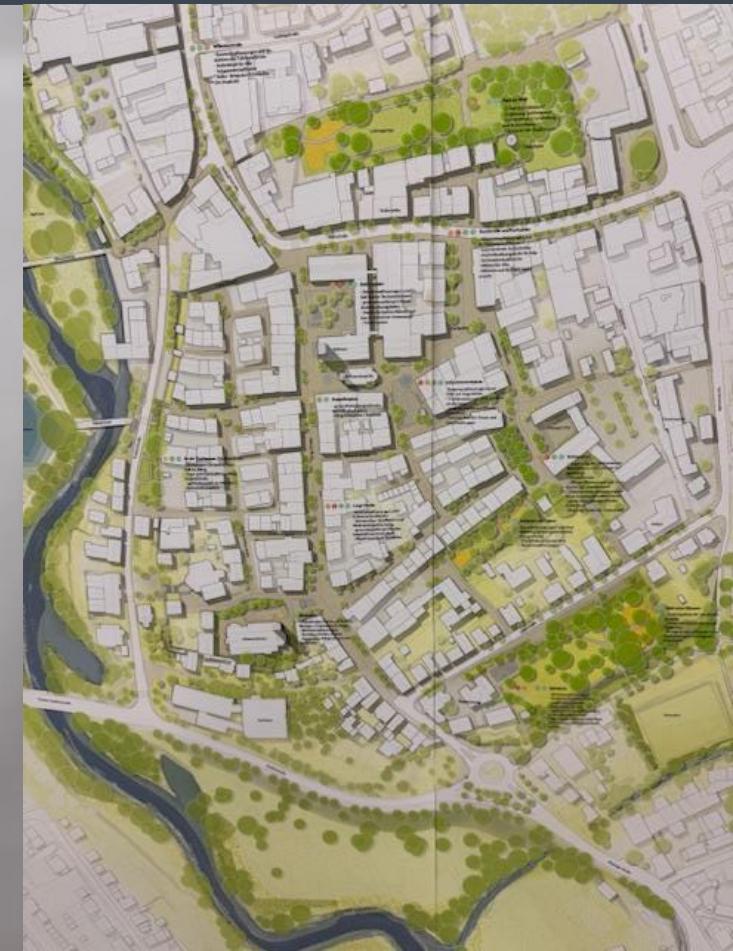
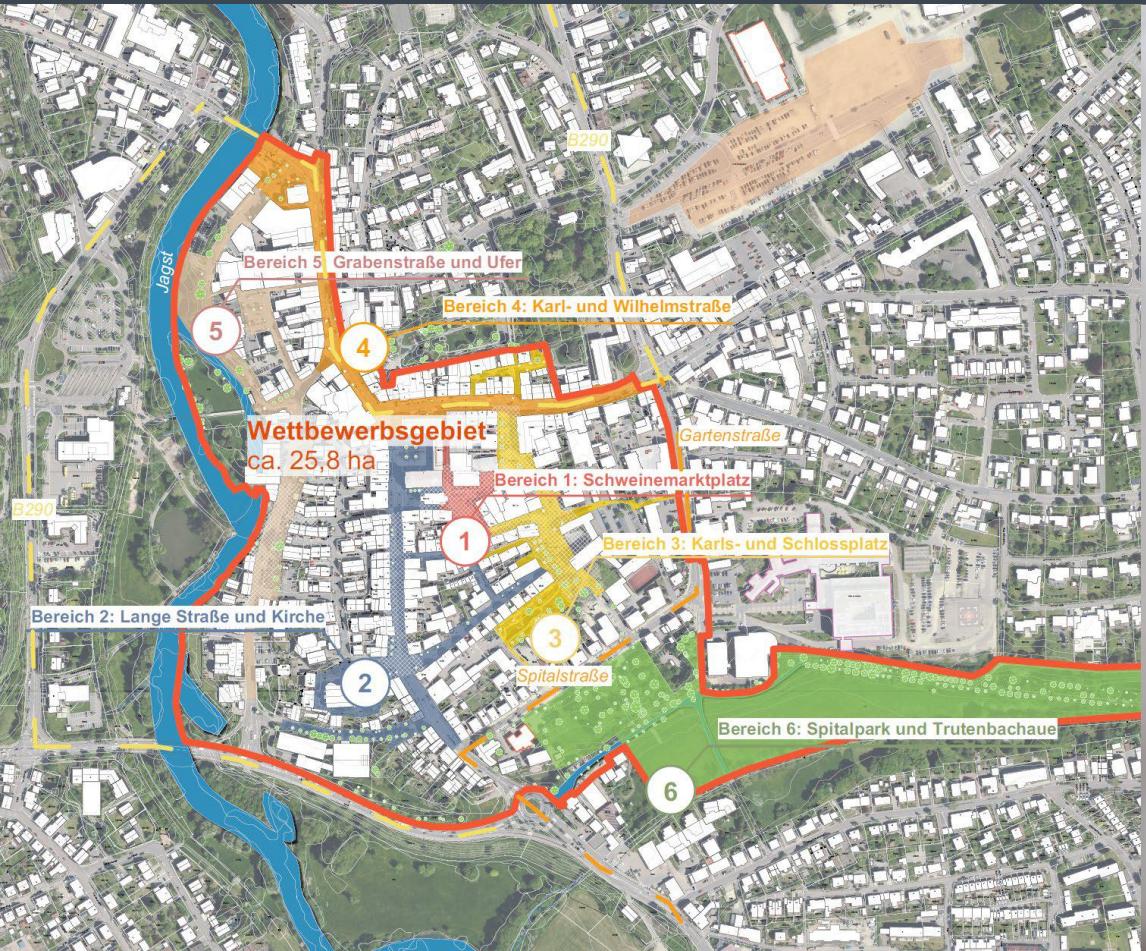
Gebietskulisse und Bereiche



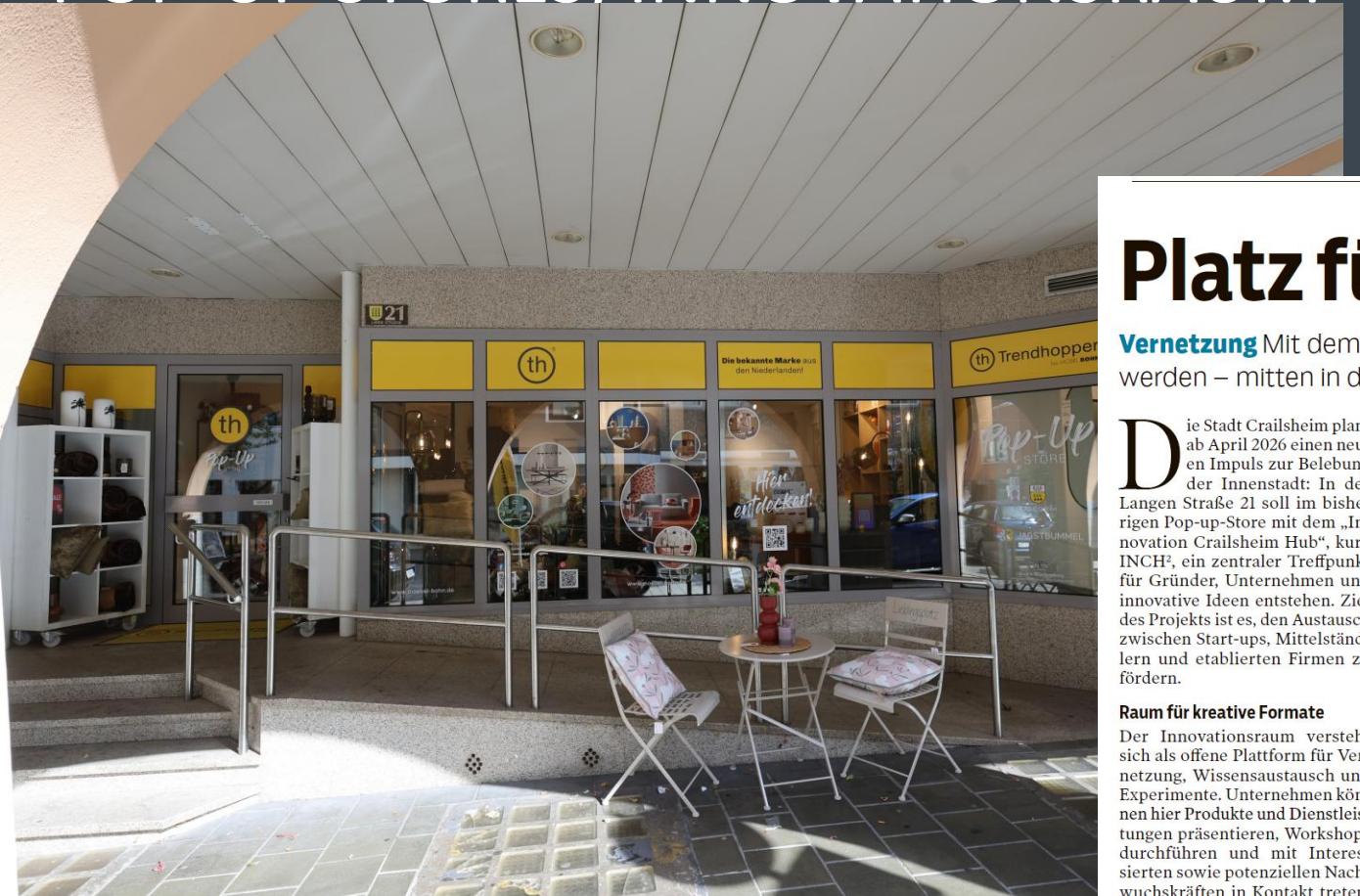
CRAILSHEIM

als im VGV-Verfahren eingelagerter **Wettbewerb**
20 Büros aufgefordert, 9 Teilnahmen
Preisgerichtssitzung am 13.01.26

1. Preis: Franz Reschke Landschaftsarchitektur, Berlin



POP-UP STORES, INNOVATIONSRAUM



CRAILSHEIM

Platz für Ideen und Experimente

Vernetzung Mit dem „Innovation Crailsheim Hub“ soll ein Treffpunkt für Unternehmen und Gründer geschaffen werden – mitten in der Innenstadt. Dafür wird ein Pop-up-Store umgewandelt. Von Christine Hofmann

Die Stadt Crailsheim plant ab April 2026 einen neuen Impuls zur Belebung der Innenstadt: In der Langen Straße 21 soll im bisherigen Pop-up-Store mit dem „Innovation Crailsheim Hub“, kurz INCH², ein zentraler Treffpunkt für Gründer, Unternehmen und innovative Ideen entstehen. Ziel des Projekts ist es, den Austausch zwischen Start-ups, Mittelständlern und etablierten Firmen zu fördern.

Raum für kreative Formate

Der Innovationsraum versteht sich als offene Plattform für Vernetzung, Wissensaustausch und Experimente. Unternehmen können hier Produkte und Dienstleistungen präsentieren, Workshops durchführen und mit Interessierten sowie potenziellen Nachwuchskräften in Kontakt treten. Auch Schülerinnen und Schüler sollen die Möglichkeit erhalten, Einblicke in die Unternehmenswelt zu gewinnen.

Das Konzept für INCH² basiert auf Erfahrungen erfolgreicher Initiativen wie dem Gründerwettbewerb „Hohenlohe 4 Talents“ und der Innovationsinitiative „Chiffre Zukunft“, heißt es in der Sitzungsvorlage der Stadtverwaltung. Eine Umfrage unter lokalen Unternehmen habe den Bedarf bestätigt: Besonders gewünscht wer-



Im geplanten Innovation Hub in Crailsheim sollen im Austausch innovative Ideen entstehen.
Symbolfoto: Zacharie Scheurer

Unkonferenz statt Konferenz

Eine **Unkonferenz** oder ein Barcamp ist ein offenes Veranstaltungformat, bei dem die Teilnehmenden die Inhalte und den Ablauf der Tagung selbst bestimmen. Im Gegensatz zu traditionellen Konferenzen gibt es kein vorher festgelegtes Programm und keine festen Sprecher.

Die Gesprächsrunden, auch Sessions genannt, werden durch die Teilnehmenden zu Beginn selbst koordiniert. Diese agile Sessionsplanung vor Ort ersetzt das starre Vortragsprogramm einer klassischen Konferenz.

Alle Teilnehmenden haben die Möglichkeit, selbst einen Vortrag zu halten oder eine Gesprächsrunde zu initiieren. So kommen Themen zur Sprache, die in

genau diesem Moment relevant sind.

Herzstück der Unkonferenzen im Landkreis Hall sind jährlich zwischen 50 und 70 Personen, unter ihnen Unternehmer, Angestellte in Führungspositionen, Selbstständige sowie Bildungsbeauftragte. Im INCH² sollen Unkonferenzen dauerhaft etabliert werden.

Kritik und Fürsprache In der Diskussion wurde das Projekt zunächst im Hauptausschuss scharf kritisiert, vor allem von Matthias Bartels (SPD), der sich über die Anglizismen in der Projektbeschreibung lustig machte. Dafür entschuldigte er sich

später in der Gemeinderatssitzung. Peter Gansky, BLC-Fraktionsvorsitzender, sprach sich für niederschwellige, kostengünstige Angebote in der Langen Straße aus: „Mein Wunsch ist, dass wir Crailsheimer in die Innenstadt holen, nicht irgendwelche Schlipsträger.“

„Ausprobieren!“

Die Kritiker blieben in der Minderheit. „Die Kritik ist nicht nachvollziehbar“, sagte Monika Bembenek (fraktionslos). Die Stadt habe sich Gedanken gemacht, wie die Innenstadt belebt werden könne. „Wir haben schon Kultur in der Stadt und ohne funktionierende Wirtschaft geht es nicht. Deshalb: Ausprobieren!“ Die Grünen-Fraktion war in Bezug auf die Umwandlung des Pop-up-Stores uneinheitlich. Für die SPD-Fraktion signalisierte Magnus Krause Unterstützung: „Gut, dass solche

„Es ist eine Idee, ein Angebot“, sagte der CDU-Fraktionsvorsitzende Wolfgang Lehner. „Wenn's angenommen wird und Früchte trägt, ist es super. Wenn's nicht funktioniert, können wir etwas anderes daraus machen.“ Die Stadtverwaltung selbst sieht den INCH² als ein Experiment, das auch scheitern kann. Aber: „Die Chancen überwiegen dabei die Risiken.“

Tradition im Blut. Innovation im Kopf. Hohenlohe im Herzen.

TEMPORÄRE FUSSGÄNGERZONE



CRAILSHEIM



Ziele, Vorbereitung, Partizipation

(inhaltlich)

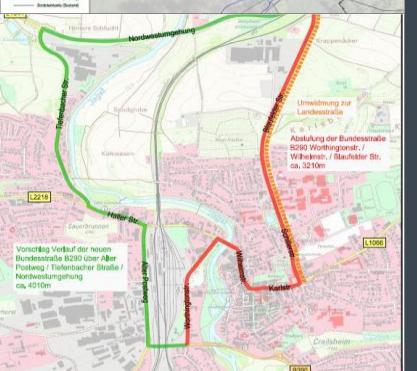
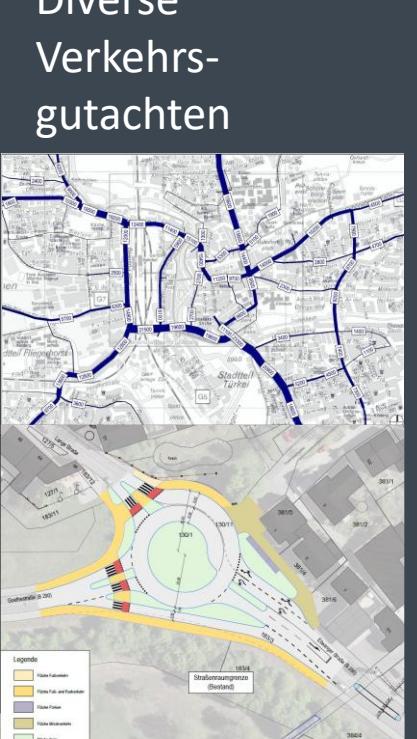
Diverse

Verkehrs-
gutachten

Attraktivierung
Innenstadt



Verbesserung
ÖPNV auf
Hauptachse



(20.05.21 – 25.10.24)



Fußgängerzone?

(dauerhaft)



CRAILSHEIM



Tradition im Blut. Innovation im Kopf. Hohenlohe im Herzen.

Impressionen – Aufbau/Eröffnung



Untersuchungen



Vorher, während, nachher



CRAILSHEIM

Tradition im Blut. Innovation im Kopf. Hohenlohe im Herzen.

Anlaufschwierigkeiten



CRAILSHEIM

aggressive Grundstimmung

Entwicklungen während des Versuchs



CRAILSHEIM

Umsatzeinbußen!?



UJ
STADTMARKETING
CRAILSHEIM
www.stadtmarketing-crailsheim.de



weitere Ergebnisse (kleine Auswahl):

§§ 



Gestaltung



Verkehrsversuche ja/nein?

unsere Fragen vorher:

Leistungsfähigkeit des Verkehrsnetzes
Fußgängerzone mit erheblichem Busverkehr
Verbesserung für alle Verkehrsträger
„Mehrwert“ für Innenstadt, z.B. Aufenthaltsqualität
Akzeptanz bei BürgerInnen und Handel



CRAILSHEIM



Alles gut beantwortet, außerdem noch:
Theorie – Praxis
Gutachten verifiziert und falsifiziert
Neue, nicht prognostizierte Erkenntnisse
Objektive Fakten – subjektive Wahrnehmung
Verhaltensmuster von Menschen

Gesamtergebnis Verkehrsversuch



CRAILSHEIM



Tradition im Blut. Innovation im Kopf. Hohenlohe im Herzen.



CRAILSHEIM

The End

Urbane Sicherheit & Prävention

Wie schaffen Städte Sicherheit und Ordnung?

ANNA RAU
GESCHÄFTSFÜHRERIN DEFUS E.V.

Deutsch-Europäisches
Forum für
Urbane
Sicherheit





DEUTSCH-EUROPÄISCHES FORUM FÜR URBANE SICHERHEIT

- Europäisches Städtenetzwerk
- 250 Mitgliedskommunen in 16 EU Ländern
- 6 Nationale Foren
- 23 Mitgliedsstädte in Deutschland
- Geschäftsstelle in Hannover
- Vorsitzende Christian Kromberg, Beigeordneter der Stadt Essen, und Dr. Volker Proffen, Bürgermeister Stadt Mannheim

DEFUS-THEMEN



Friedliches Zusammenleben

Lebenswerte & sichere Stadt für Alle

Urbane Toleranz

Prävention von

- *Gewalt & Kriminalität*
- *Rassismus & Diskriminierung*
- *Polarisierung & Extremismus*



Sicherheit & Ordnung im öffentlichen Raum

Sicherheitsgefühl

Nutzungskonflikte

Marginalisierung

Städtebauliche Prävention

Ordnung & Sauberkeit

Präventions- und

Sicherheitspartnerschaften

Ordnungsamt & Ordnungsdienst

Mitarbeitersicherheit

Großveranstaltungen &

Demonstrationen



Resiliente Kommune

Krisen- & Risikomanagement

Katastrophenschutz

Hybride Bedrohungen

Terrorabwehr

Innovation & Technik

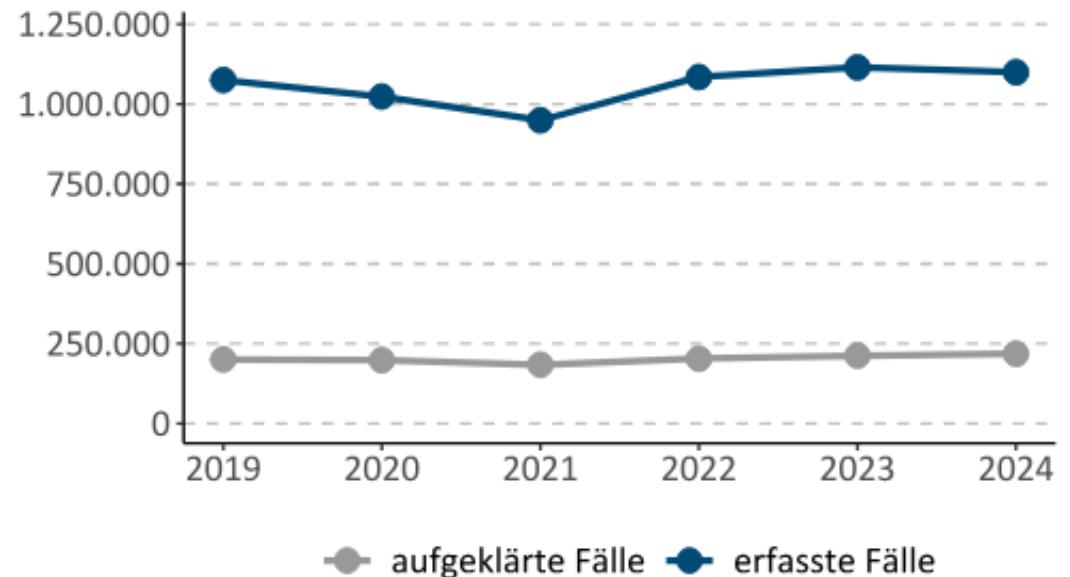


Sicherheitsverwaltung

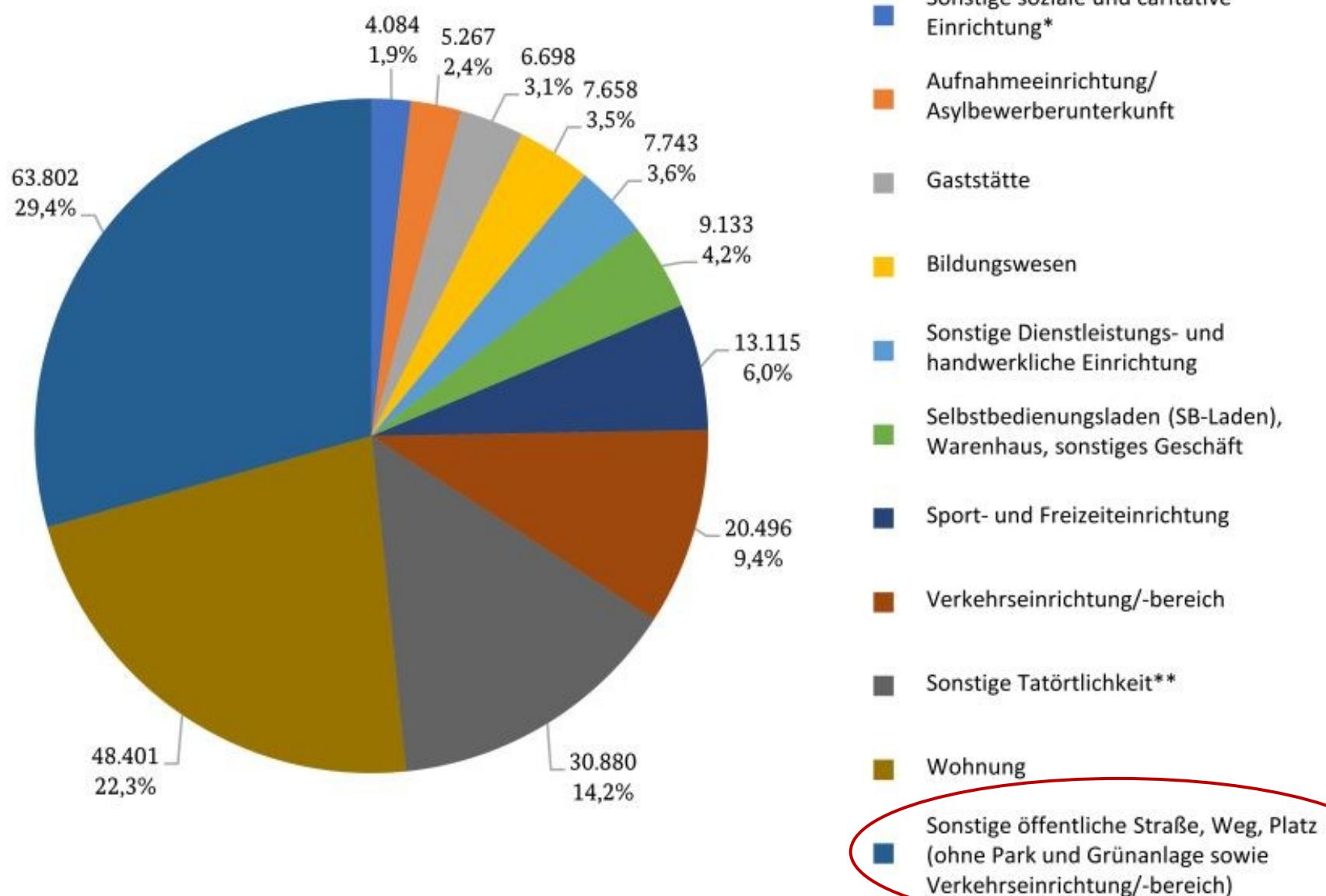
SICHERHEIT UND KRIMINALITÄT IN INNENSTÄDten

- Straßenkriminalität ist wieder auf vor Corona Niveau angestiegen aber immer Langzeitvergleich eher gleichbleibend
- Einzeltaten erfahren mehr Aufmerksamkeit und Verbreitung

Straßenkriminalität Entwicklung der Fallzahlen



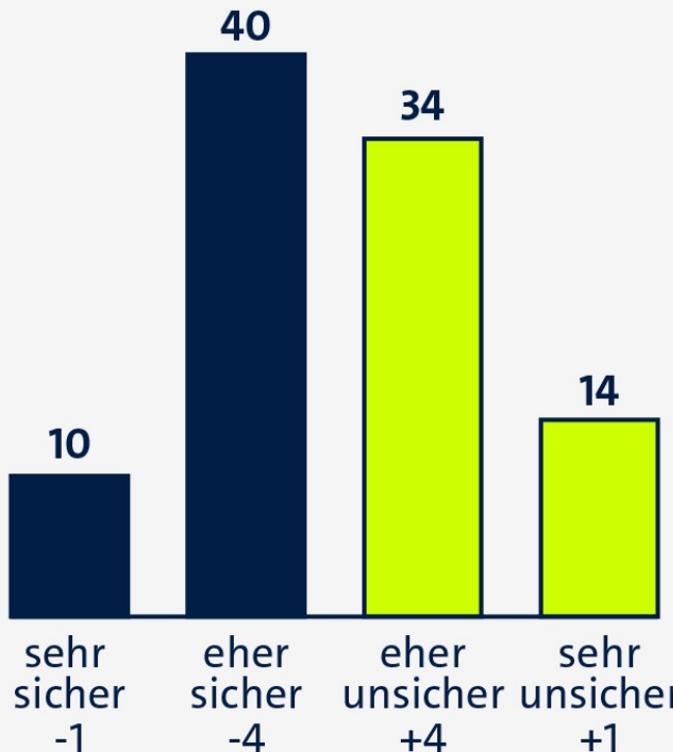
An welchen Orten kommt es zu Gewaltdelikten?



UNSICHERHEITSGEFÜHL

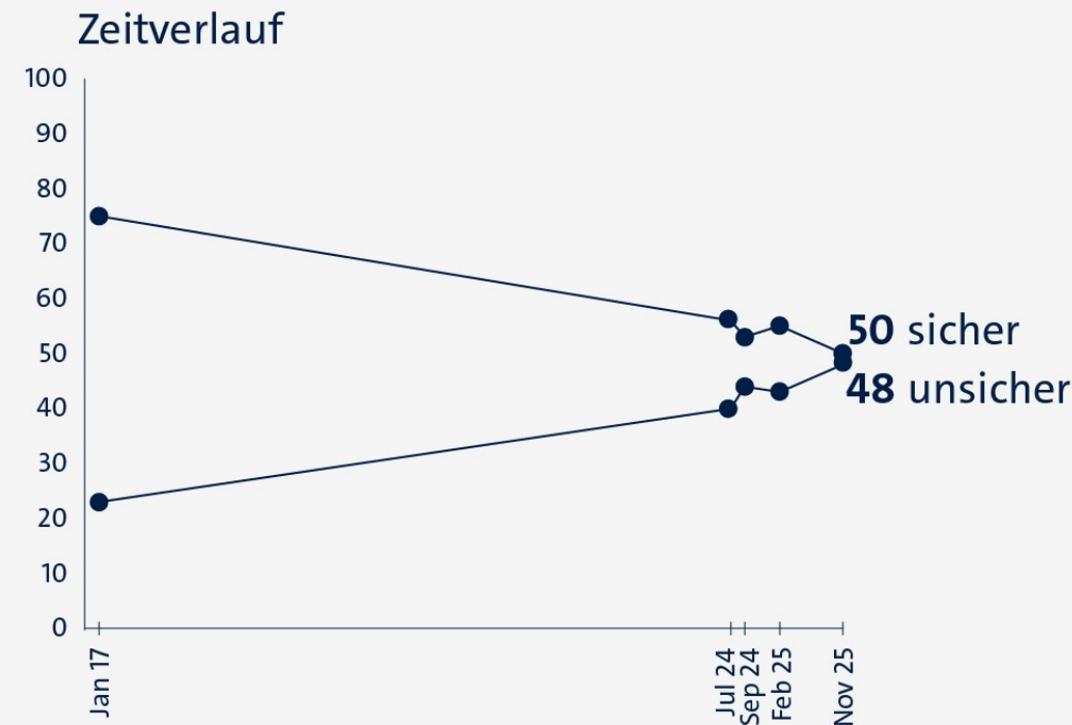
ARD-DeutschlandTrend

Sicherheit im öffentlichen Raum

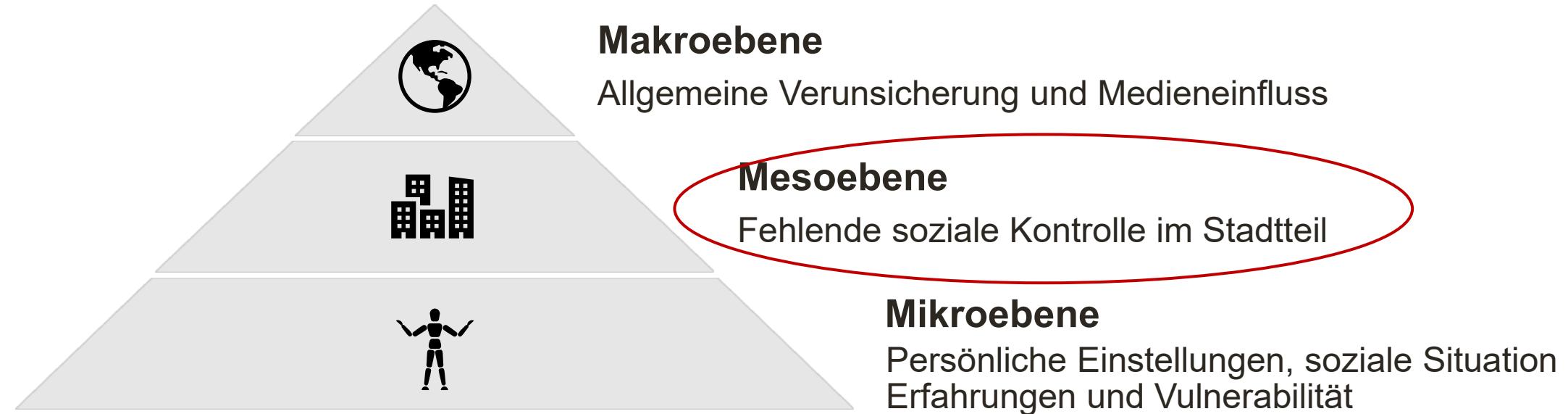


November 2025

in% | Februar 2025



URSACHEN FÜR UNSICHERHEITSGEFÜHL



LEERSTAND & UNATTRAKTIVE UND VERMÜLLTE PLÄTZE

Deutsch-Europäisches
Forum für
Urbane
Sicherheit



QUANTITATIVE ZUNAHME AN WOHNUNGSLOSE

Deutsch-Europäisches
Forum für
Urbane
Sicherheit



VERELENDUNG



*„In dem Gebüsch, in dem
Gebüsch konsumieren die. Ja.“*

Interview 05



GRUPPENBEZOGENE MENSCHENFEINDLICHKEIT



Die Innenstadt/ der öffentliche Raum als komplexer Sozialraum

Gewerbetreibende
Streben nach zahlungskräftiger Kundschaft und attraktivem Umfeld

Ordnungskräfte
Verantwortlich für Gefahrenabwehr und Ahndung von Störungen

Marginalisierte Gruppen
Benötigen Einkommensmöglichkeiten und soziale Integration

Immobilienbesitzer
Wünschen rentable Vermietung und Wertsteigerung

Anwohner
Benötigen passende Angebote und Störungsfreiheit

Passanten
Suchen Aufenthaltsmöglichkeiten und Freizeitangebote





PRAKTISCHE LÖSUNGSANSÄTZE ZUR ERHÖHUNG DER SICHERHEIT

STÄDTEBAULICHE KRIMINALPRÄVENTION

- Übersichtlichkeit und klare Funktionszuweisung
- Gute Beleuchtung und helle Farbgebung
- Gepflegtheit und Vandalismusprävention
- Attraktivität für unterschiedliche Nutzergruppen
- Gute Orientierungsmöglichkeit
- Multifunktionalität
- **Zufahrtsschutz**



✓ Attraktivität und Belebtheit für unterschiedliche Nutzergruppen



✓ gute Möglichkeiten der Orientierung



✓ Übersichtlichkeit und klare Funktionszuweisung



✓ Barrierefreiheit



✓ gute Beleuchtung und helle Farbgebung



✓ Sauberkeit und Ordnung



✓ Gepflegtheit und Vandalismusprävention



✓ Partizipation und Identifikation durch Beteiligung der Öffentlichkeit

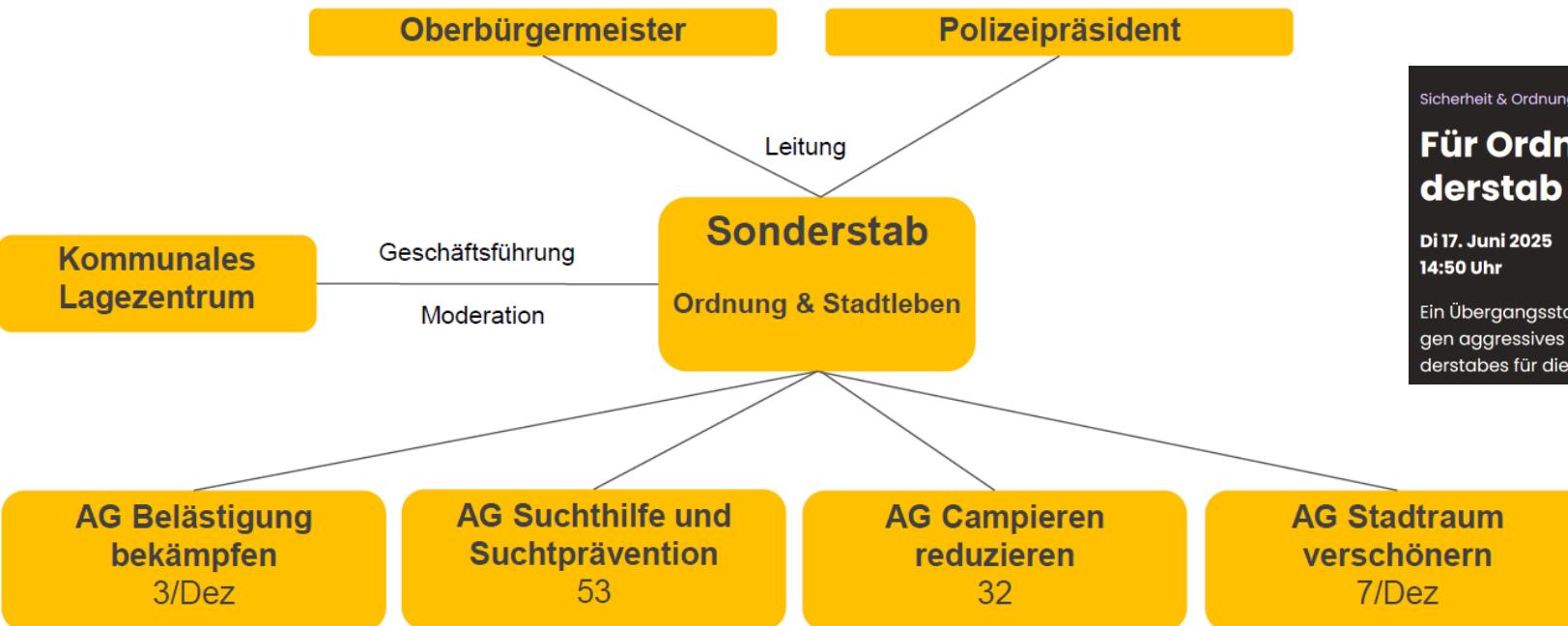
ZUFAHRTSSCHUTZ



DORTMUNDER SONDERSTAB ORDNUNG UND STADTLEBEN

Sonderstab Ordnung und Stadtleben

Struktur



Sicherheit & Ordnung

Für Ordnung und Sicherheit: Dortmunder Sonderstab stellt drei neue Maßnahmen vor

Di 17. Juni 2025
14:50 Uhr

Ein Übergangsstandort für einen zweiten Drogenkonsumraum, schärferes Vorgehen gegen aggressives Betteln vor und neue öffentliche Toiletten – das sind die Pläne des Sonderstabes für die Dortmunder City.

VERLÄSSLICHE AUFSUCHENDE SOZIALE ARBEIT IM STADTRAUM

- Regelmäßige und sichtbare Präsenz
- „Sozialer Puffer“: Entlastung für Polizei und KOD durch Reduzierung von Beschwerden
- Sinnvolle Ergänzung:
 - Aufsuchende Arbeit durch Psychiatriepflegekräfte
 - Unterstützung psychisch auffälliger Personen
 - Medikamentenbegleitung & Monitoring



EINS und EINS macht DREI (Essen): <https://suchthilfe-direkt.de/hilfsangebote/ueberlebenshilfe/eins-und-eins-macht-drei/>



sip züri – Sozialarbeit auf Zürichs Strassen
<https://www.stadt-zuerich.ch/de/stadtleben/zusammenleben/oeffentlicher-raum/sip.html>

3 TAKE AWAYS

- Deutschland ist nach wie vor ein sicheres Land. Globale Konflikte, die Folgen der Wohnungskrise und die Drogenkrise spiegeln sich in Veränderungen in unseren Städten wider (u.a. mehr Wohnungslose, mehr Menschen mit psychischen und Suchterkrankungen).
- Kommunen stehen vor der großen Herausforderung, auf diese Probleme reagieren zu müssen, können diese aber nicht ohne Bund und Land lösen.
- Kommunen können aber dennoch einiges tun, um attraktive Innenstädte für alle Nutzergruppen zu gestalten. Dafür braucht es Mut, neues auszuprobieren, Pragmatismus und vor allem die Zusammenarbeit aller Verwaltungsbereiche nach dem Motto: Alle sind zuständig!

VIELEN DANK FÜR IHRE AUFMERKSAMKEIT.

Anna Rau

Deutsch-Europäisches Forum für Urbane Sicherheit

(DEFUS)

defus@defus.de

www.defus.de



Deutsch-Europäisches
Forum *für*
Urbane
Sicherheit

