

Schwarzwälder Bote, 28.06.2018

Bad Wildbad

Wilhelmstraße soll belebt werden

Von Bernd Mutschler 28.06.2018 - 17:16 Uhr



Geht es nach Marina Lahmann, könnten bald große, verschiedenfarbige Lampions über der Wilhelmstraße hängen. Foto: Mutschler Foto: Schwarzwälder Bote

Die "Zukunftsperspektive Innenstadt" war Thema in der jüngsten Sitzung des Bad Wildbader Gemeinderats. Marina Lahmann, zuständig für das Stadtmarketing, gab einen Sachstandsbericht ab.

Bad Wildbad. Lahmann bezog sich bei ihrem Bericht auf das Gutachten des Instituts für Marketing und Kommunalentwicklung (Imakomm), das 2017 in Auftrag gegeben wurde, um den Rückgang des Einzelhandels in der Innenstadt aufzuhalten.

In diesem Gutachten gebe es das "Konzept der wachsenden Inseln", so Lahmann. Das bedeute, dass "private Investitionen mit städtebaulichen Maßnahmen korrespondieren" sollen.

So sollen durch renovierte oder neue Gebäude und städtebauliche Maßnahmen wie etwa Platzgestaltungen neue "Inseln" entstehen, die dann nach und nach größer werden und zusammen wachsen sollen. Hier habe sich bereits in den vergangenen beiden Jahren "unheimlich viel getan", sagte Lahmann und nannte etwa den Enzblick und die damit einher gehende aufwendige Neugestaltung des Technischen Rathauses. Das ehemalige Haus Kübler werde zu einem würdigen Abschluss der Wilhelmstraße. Der Takko-Markt Sorge für eine Belebung der Straße und auch im "Hotel Sonne passiert was, ganz genau weiß ich nicht, was."

Folgende Ansätze des Gutachtens sollen verfolgt werden: Aufwertung der Wilhelmstraße, Impulsinvestitionen, Bepflanzung des Kurplatzes, ein aktives Nutzungsmanagement sowie Vermarktungsstruktur. Zur Aufwertung der Wilhelmstraße habe bereits beigetragen, dass der Verkehr wieder draußen sei, so Lahmann. Die Cafés sollten Raum haben, es soll eine Wohlfühlatmosphäre mit Grünflächen entstehen. Als gelungenes Beispiel führte sie die bepflanzten Kübel an. Bis vor Kurzem sei dies noch ein grau-rot-schwarz-grünes Durcheinander gewesen, weil jeder Einzelhändler seine eigenen Kübel genutzt hätte. Nachdem sie aber mit jedem Inhaber geredet hatte, gebe es mittlerweile fast nur noch die einheitlichen grauen Kü-

bel, die die Stadt zur Verfügung stellt. "Es gibt ein paar Renitente", sagte Lahmann, weil noch nicht alle ihre Kübel ausgetauscht hätten.

Start-Up-Unternehmen in die Stadt locken

Beim Nutzungsmanagement gehe es darum, Start-Up-Unternehmen in die Stadt zu locken, um Leerstände zu füllen. "Da müssen wir aber noch im kleinen Kreis reden", sollte Lahmann nicht ins Detail gehen. Als Vorschlag stellte sie in den Raum, dass die Stadt bei möglichen drei Ladengeschäften mit 10000 bis 15000 Euro fördere.

Mit einer neuen Vermarktungsstruktur soll der Sommerberg mit seinen Attraktionen mit der Innenstadt verknüpft werden. Als erste Maßnahme sei ein Gutscheinheft geschaffen worden, an dem sich mehrere Hotels, Einzelhändler, Vital-Therme, Salzgrotte und Gastronomen beteiligen. Diese Gutscheine liegen bei der Touristik, aber auch am Baumwipfelpfad und später auch bei der Hängebrücke aus und sollen die "Leute in die Stadt locken".

Lahmann sprach auch den Arbeitskreis Innenstadt an, der im November 2017 gegründet wurde und sich im März einmal getroffen habe. Es gebe viele Ideen, aber diese müssten auch umsetzbar sein. Deshalb seien Projektgruppen gegründet worden, die sich mit den unterschiedlichen Ideen wie etwa Stadtrallye oder Gestaltungsrichtlinien befassen.

Eine weitere Idee stellte sie ebenfalls vor: Die Wilhelmstraße soll mit Lampions überspannt werden. Sie habe verschiedene Varianten des Straßenschmucks ausprobiert und die Lampions hätten sich als beste Alternative angeboten.

Hans-Henning Saß (SPD) bestätigte Lahmann, dass man spüre, "dass ein Arbeitssystem entstanden ist". Die Pflanzkübel seien ein guter Schritt. Zu den "wachsenden Inseln" merkte er an, dass die bisher entstandenen Projekte "in hohem Maße" privat seien, städtebauliche Maßnahmen dagegen noch dünn gesät. Man müsse Lösungen finden, die Besucherströme auf die andere Flussseite in die Wilhelmstraße zu lenken. Auch die Seitengassen entlang der Wilhelmstraße lägen ihm am Herzen. Hier solle gemeinsam mit den Bewohnern ein Beleuchtungs- und Müllkonzept entstehen.

Martin Keppler (CDU) merkte an, dass man die Grenzen beim verkaufsoffenen Sonntag gesehen habe. Er meinte damit die Zigarettenkippen und Müll in den Blumenkübeln und fragte, wer verantwortlich sei, das sauber zu halten. "Wir sind gemeinsam für das Stadtbild verantwortlich", mahnte er an.

Barbara Hammann-Reister (FWV/FDP) sprach das Thema Kurplatz an. "Das ist der schönste Platz, den wir haben, aber am verkaufsoffenen Sonntag war da nichts los", sagte sie und forderte, dass dort etwas angeboten werden solle. "Wir müssen den Kurplatz unbedingt im Auge behalten", schloss sie.

Bürgermeister Klaus Mack ging auf einige Anregungen ein, etwa die Lenkung der Besucher in die Wilhelmstraße. Es habe schon einmal den Vorschlag gegeben, in der Wilhelmstraße ein Gebäude abzureißen und dann eine Brücke zur König-Karl-Straße zu bauen. Auch die Enzufer-Beleuchtung, nach der Jochen Borg (CDU) gefragt hatte, sei nicht vergessen, aber es sei ein schwieriges Unterfangen, eine geeignete Beleuchtung zu finden.

| |
|------------------------------------|
| INFO: imakomm AKADEMIE GmbH |
|------------------------------------|

Das Institut für Marketing und Kommunalentwicklung – IMAKOMM – wurde im Jahr 2000 in Aalen als Expertennetzwerk ins Leben gerufen. 2004 haben Prof. Dr. Holger Held als Initiator der IMAKOMM und Dr. Peter Markert als geschäftsführender Gesellschafter die imakomm AKADEMIE gegründet.

Die imakomm AKADEMIE GmbH betreut mittlerweile weit über 300 Kommunen überwiegend im süddeutschen Raum sehr erfolgreich bei Fragen zu Markt- und Standortanalysen, zur strategischen Kommunalentwicklung sowie im Bereich Markenstrategien für Kommunen.

Kontakt:

imakomm AKADEMIE GmbH

Ulmer Straße 130

73431 Aalen

Telefon: 07361 – 5 28 29-0

Telefax: 07361 – 5 28 29-20

E-Mail: info@imakomm-akademie.de

www.imakomm-akademie.de