

Die Mitte macht's!

Das Innenstadt-Magazin

Ab in die
Mitte!

Die Innenstadt-Offensive
Hessen

SPECIAL

Kreative Ansätze
in Krisenzeiten



**Darf's ein bisschen
bunter sein?**

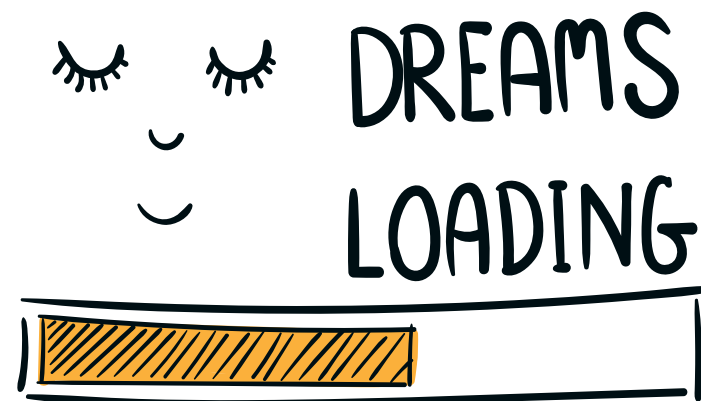
„Ab in die Mitte!“-
Beispiele

**Wenn man
nominiert ist**

Mein Lieblings-
ladenlokal

**Natürliche
Verbündete**

Neues Förderpro-
gramm in Hessen



N och zum Jahreswechsel waren wir alle voller Hoffnung, dass das neue Jahrzehnt ein noch besseres werden würde als die vorangegangene Dekade.



Die Corona-Pandemie hat diese und viele andere Träume zerplatzen lassen und hält die ganze Welt im Griff. Die Zahl der weltweit Infizierten steigt immer noch weiter an und die weitreichenden Folgen für das Gesundheitswesen, die Wirtschaft, den Bereich Bildung, die Kultur, das Alltagsleben, den Sport sind noch kaum übersehbar.

Wir wollten gute Beispiele für und aus den Innenstädten zeigen. Tatsache ist, dass die öffentlichen Veranstaltungen hierzulande ab Mitte März komplett heruntergefahren wurden. Vieles musste verschoben werden, mehrheitlich in den Herbst, manches bis ins Jahr 2021.

Die Beispiele bleiben und sie sind immer noch gut, auch wenn zurzeit viele Menschen einen Großteil ihrer Zeit zu Hause verbringen (müssen). Wir bringen diese Beispiele trotzdem und gerade deswegen und wir stellen noch weitere Beispiele zusammen, die der aktuellen Situation Rechnung tragen.

Neue Träume, Träume, die auf die veränderten Umstände Rücksicht nehmen und die ganz andere noch nicht gedachte Möglichkeiten eröffnen. Es geht um neue Geschäftsfelder, Umstellungen von Produktionen, Brauereien, die Desinfektionsmittel herstellen, Textilfabrikanten die Mundschutz herstellen, Werbetechniker, die Spuckschutzverkleidungen bauen, Bring- und Lieferservices, Nachbarschaftshilfen, auch bei den Gemüsebauern. Schule, Fitness- und Tanzkurse finden online statt.

Aber es gibt auch gute Beispiele für gemeinsames Wohnen und Handeln, gemeinsames Investieren und „runderneuerte“ Förderprogramme.

Trotz Kontaktverbot scheinen wir zusammenzurücken, ganz neue Ideen zu entwickeln und gute Beispiele zu geben.

Das sind die Träume, die uns Hoffnung machen auf gute und interessante Innenstädte, die wir hoffentlich bald alle wieder gesund erleben dürfen.

Bis dahin, wir freuen uns.

Diese Themen erwarten Sie:

01 Editorial

04 Zusammen Handeln - Städtisches Leben in der Pandemie

Sonderwettbewerb für Kommunen und Initiativen

06 Wenn man nominiert ist ...! Mein LieblingsLadenlokal

08 Darf's ein bisschen bunter sein?

„Ab in die Mitte! Die Innenstadt-Offensive Hessen“ 2019

22 Wohnungsbau und Städtebau gehören eng zusammen

Interview mit Minister Tarek Al-Wazir

26 Selbstbewusst Rücksicht nehmen

Menschen zusammenbringen in funktionierenden Städten

28 Supermarkt, Kita und Altenpflege unter einem Dach

Besondere Anforderungen an die städtebauliche Planung

30 Visionsbüro und Zukunftslabor in Frankfurt am Main

Visionen für die Zukunft

32 Not macht erfinderisch

Herausforderungen in Zeiten des Coronavirus

34 Konzept erstellt: Schublade auf, Konzept rein, Schublade zu?

Braucht es wirklich noch mehr Konzepte?

36 Nachhaltigkeitsstrategie bei Rinn Beton- und Naturstein

Maßnahme, um CO₂ im städtischen Raum einzusparen

38 Natürliche Verbündete

Das Förderprogramm „Lebendige Zentren“ in Hessen

40 We want your Feedback

Wir freuen uns auf Ihre Rückmeldungen

42 Des Pudels Kern

... oder endlich Goethe!

44 Impressum



30
Zukünftige Konzepte für die Innenstädte

08

Erfolgreiche Projekte zur Belebung der Innenstädte aus dem „Ab in die Mitte!“-Jahr 2019



Ab in die Mitte!
Die Innenstadt-Offensive Hessen



28
Mehrgenerationen und mehr Funktionen unter einem Dach: Neue Bauprojekte



32
Kreative Ideen in herausfordernden Krisenzeiten

Ab in die Mitte! - Zusammen HANDELN

„Ab in die Mitte! Die Innenstadt-Offensive Hessen“ ist in diesem Jahr unter dem Motto „Unser Weg: Natürlich in die Innenstadt!“ gestartet. Aufgrund der Coronakrise haben sich grundlegende Voraussetzungen der ursprünglichen Ausschreibung verändert. So konnten sich die Teams für die Vorbereitung der Projekte vor Ort nicht mehr treffen. Auch waren die vorgesehenen Veranstaltungen nicht in der geplanten Konzeption mit dem Ziel, viele Menschen in die Innenstadt zu holen, umsetzbar.

„Ab in die Mitte!“ kann gerade in diesen besonderen Zeiten eine wichtige Rolle übernehmen. Der Wettbewerb mit dem Ziel, unsere Innenstädte und Ortskerne zu stärken, Einzelhandel, Gastronomie und Dienstleistungen sowie Vereine und private Initiativen zu unterstützen, ist jetzt so wichtig wie nie. Gleichzeitig hat „Ab in die Mitte!“ in den vergangenen Jahren sehr erfolgreich gezeigt, dass gemeinschaftliches Handeln zu beispielhaften Ideen und Projekten in den Kommunen führt. Diese gute Basis soll nun genutzt werden, um auf die aktuelle Situation zu reagieren. Jetzt brauchen wir und unsere

Innenstädte Zusammenhalt, neues Denken und Flexibilität. Zahlreiche Innenstadtakteure aus den unterschiedlichsten Bereichen haben die Herausforderungen bereits angenommen – mit Erfindungsreichtum, Innovation und Kreativität, mit greifbaren und anwendbaren Ideen. Ob das ein neuer emissionsfreier Lastenfahrradlieferservice ist, ein Bestellservice am Ladenfenster, Gutschein- und Spendenaktionen oder vielleicht auch ein Onlineportal für Hilfen oder Dienstleistungen, es gibt viele neue und wiederentdeckte Möglichkeiten, die unsere Hilfe benötigen.

Deshalb gibt es den Sonderwettbewerb „Zusammen HANDELN“ für Kommunen und Initiativen. Vielleicht mit klugen Antworten auf die Frage: Wie sieht städtisches Leben in der Pandemie aus?



„Ab in die Mitte!“

PREISTRÄGER-PROJEKTE 2020

„Zusammen HANDELN“

Städtisches Leben in der Pandemie

Sonderwettbewerb für Kommunen und Initiativen

ALSFELD
Erlebnis Alsfeld
„Erlebnis.Alsfeld -
#alsfeldhaeltzusammen“

BAD CAMBERG
Stadt Bad Camberg
mit der Amthof Galerie
„GEMEINSAM für Bad Camberg -
Zusammen HANDELN!
(Handeln für das Ganze -
suchen, finden, gestalten)“

BAD SALZSCHLIRF
Touristik & Service GmbH
„Wir lassen unseren KERN
erleuchten“

BEBRA
Stadtentwicklung Bebra GmbH
„Bebra liefert - zusammen
gegen Corona für eine
lebenswerte Innenstadt“

FRANKENBERG
Tanzschule Müller
„Kultur Labor“

FRANKFURT AM MAIN
Wirtschaftsdienst des Hessischen
Handels GmbH
„VISIONSBÜRO FRANKFURT
ZWEINULL“

FRIEDBERG
Friedberg hat's
„Machen wir das Beste draus“

FULDA
Stadt Fulda
„Mit ABST®AND kultigste
Sommer in Fulda“

GEISENHEIM
Geisenheimer Aktiv Gruppe e. V.
„Einkaufen in Geisenheim“

KIRCHHAIN
Stadt Kirchhain
„Natürlich gemeinsam Handeln -
zusammen erfolgreich“

LAUTERBACH
Stadtmarketing Lauterbach e. V.
„Wir für Lauterbach -
Regional und Digital“
OFFENBACH
Digital Retro Park e. V.
Verein für Digitalkultur
„Ein 'Windgarten' als Eingang
zur Innenstadt“

RÜSSELSHEIM
Stadt Rüsselsheim am Main
„Kulturbühne Rüsselsheim
am Main“

WIESBADEN
Landeshauptstadt Wiesbaden
„EMILIE - Emissionsfreie
Lieferlogistik“

WITZENHAUSEN
Aktionsgemeinschaft
Handel und Gewerbe
„witzenhausen.shop -
der lokale online-marktplatz“

Wenn man nominiert ist ...

Wenn man nominiert ist, ist das
nicht immer gut.
In diesem Fall jedoch geht es
um die Auszeichnung
„Mein LieblingsLadenlokal 2020“.



Da ist es schon einmal gut nominiert zu sein, heißt das doch auch, dass der Weg richtig ist, den die Inhaberin oder der Inhaber für seinen Laden eingeschlagen hat. Das ist auch ein Zeichen von Wertschätzung. Wenn nun aber mehr als 70 Mitbewerberinnen und Mitbewerber aus den unterschiedlichsten Branchen denselben „Lieblingsladen“ nominieren, dann ist das mehr als ein Statement. So geschehen in Alsfeld. Nominiert wurde hier „Ramspeck“. Ein unglaublicher Laden! Zeitreise pur! Jede Ecke darin ist ein Abenteuer! Heißt es in den Nominierungen.

Wie geht die Jury damit um?

„Mein LieblingsLadenlokal 2020“ ist der Sonderpreis für das besondere und einzigartige lokale Geschäft in der Innenstadt, im Stadtteil oder im Ortskern, gestiftet von dem „Ab in die Mitte!“-Hauptsponsor Fokus Development AG.

Gesucht war nach engagierten Kaufleuten in Hessen, die den Mut haben, etwas Neues auszuprobieren oder ein traditionelles Geschäft erfolgreich und beispielgebend führen.

Nominiert werden konnten Geschäftsinhaber, die mit ihrem besonderen Angebot Verantwortung übernehmen, damit das Einkaufen im Ortskern überhaupt noch möglich ist, regionale oder außergewöhnliche Produkte anbieten und einen besonderen Beitrag zum Leben im Quartier leisten.

Preisträger*innen 2019

Im letzten Jahr gab es sechs Preisträger des Wettbewerbs „Mein LieblingsLadenlokal 2019“. Mehr als 40 Kundinnen und Kunden hatten dafür ihren Lieblingsladen in Hessen gewählt. Gewonnen hatten:

- Hugo Haase in Witzenhausen
- Die Genussbotschaft in Schwalbach am Taunus
- Lieblings... GmbH & Co. KG in Fulda
- Frankfurter Laufshop in Frankfurt am Main
- Muse Chocolat in Heppenheim
- Fresh Lollipop Textilhandel in Kassel ■

* Mein
LieblingsLadenlokal

Darf's ein bisschen bunter sein?

Die Stadt hat sich verändert. Das ist kein neues Phänomen. Im Gegenteil: Das war schon immer so und wird auch so bleiben. Einkaufen, Wohnen, Arbeiten und Leben – was für eine funktionierende Innenstadt wichtig ist, bleibt zwar im Grundsatz gleich. Aber die Gewichtung der einzelnen Faktoren verändert sich stetig.



Rotenburg an der Fulda:
„Parkplätze Breitenstraße“
#MER Marketing- und Entwicklungsgesellschaft Rotenburg an der Fulda mbH

Ab in die Mitte!

Die Innenstadt-Offensive
Hessen



Alsfeld: „Marktplatz Alsfeld: Mein Platz im Herzen“ #Imorde, Projekt- & Kulturbearbeitung GmbH

Vom Marktplatz mit den bunten Verkaufsständen in der Innenstadt über die unterschiedlichen Einzelhandelsgeschäfte mit ihren hell beleuchteten Schaufenstern zum Smart-Phone-Shoppen per App. Vielleicht von dem direkt an der vielbefahrenen Breitenstraße in Rotenburg an der Fulda in ein „Café“ umgewandelten Parkplatz bei einem leckerem Cappuccino oder dem gemischten Eisbecher mit Sahne das neue Paar Schuhe bestellen. Auch das gehört heute zum Bild unserer Innenstädte.

Aber wohin soll die Reise gehen, wenn der Handel nicht mehr die treibende Kraft im Zentrum ist oder selbst zeitlich begrenzt nicht mehr sein kann? Wenn ein Marktplatz umgebaut wird, kann das auch zu einem gemeinsamen Event werden, bei dem alle mit anpacken – und

beispielsweise mit Hammer und Meißel die Pflastersteine aus dem Boden des Alsfelder Marktplatzes stemmen.

Müssen wir die Innenstadt neu erfinden? Ja, warum auch nicht – denn der Wandel wird sicherlich auch eine Menge Chancen mit sich bringen. Natürlich gehen damit auch Ängste einher. Wie wird es sein? Alles neu? Alles anders? In Friedrichsdorf hat das funktioniert. Es gab einen Stimmungsaufheller und ein Umschalten in einen „Aktiv-Modus“ – und letztlich einen tollen umgestalteten Platz, auf dem die Leute schon auf den neuen Bänken saßen, bevor die überhaupt ausgepackt waren.

Es kann
etwas getan
werden,
wenn die
Leute etwas
tun wollen.

Friedrichsdorf



Friedrichsdorf:
„Unser Landgraf
baut um“ #Stadt
Friedrichsdorf



Es ist sehr gut vorstellbar, wer und was in der Innenstadt alles einen Platz finden kann: der ganz besondere Laden mit dem ganz besonderem Service, außergewöhnliche Gastronomiekonzepte oder neue Hotelformate, die kleine barrierefreie Wohnung oder kulturelle und

kulinarische Angebote verschiedener Kulturen. Oder wie in Kirchhain ein „Markt der Kulturen“ oder eine erlebbare Vision des zukünftigen Schlüchterners „Kultur- und Begegnungszentrums für alle Generationen“. Ein Etikett wie „Kulturhauptstadt des Landkreises“ (Kirchhain)

bekommt da ganz besonderes Gewicht. Welche Ideen in solchen Kreisen geboren werden, muss festgehalten werden. Auf einer „Tafel des Dialogs“ zum Beispiel, mit Papptellern und Stiften gedeckt statt mit Geschirr und Besteck.



Bad Orb (oben):
„Unsere Mischung
macht's - Wir
bringen Men-
schen zusammen“
#Kinderinitiative in
Bad Orb e. V.

Kirchhain (unten):
„Kirchhain - sehen,
hören, genießen“
#Stadt Kirchhain

Uns geht es darum, Kultur, Sport,
Spaß und Spiel in den öffent-
lichen Raum und insbesondere
in den Stadtkern zu bringen.

Kirchhain





Nidderau:
„Nidderau – Ganz.
Schön. Bunt.“
#HLTC Nidderau



Partizipation
schaffen,
Identifikation
stärken,
Mitbestimmung
ermöglichen,
MaGie spürbar
machen.

Marburg/Gießen

Auch mehr Grün als Grau belebt das Bild der Innenstadt – und lockt Menschen aller Generationen an diesen einzigartigen Ort, denn diese vielfältige und individuelle Mischung gibt es auch in Zukunft nur hier. Oder darf's noch ein bisschen bunter sein? Mit „MaGie“ und einer Mischung aus Historie und Moderne? Marburg, Gießen, Sontra und Nidderau schafften 2019 – gewissermaßen spielend – die Verbindung zwischen Kunst und Jugendkultur, zwischen Street Art, Graffiti und Breakdance.

Mit „Ab in die Mitte!“ wird in Hessen eine Plattform angeboten, damit Ideen, die der Innenstadt oder dem Ortskern guttun und zum gemeinschaftlichen Miteinander beitragen, Wirklichkeit werden können. Manchmal muss man sich dazu zu einem Gemeinwesen aus Stadtgesellschaft, Verwaltung und Kommunalpolitik zusammenraufen. Und manchmal muss man die Neubürger auch einfach nur richtig willkommen heißen, mit Brot und Salz.

Unter dem Jahresmotto „Unsere Mischung macht's!“ sind im Jahr 2019 viele gute Ideen und Beispiele entstanden und sicher werden auch in diesem Jahr unter dem Motto „Unser Weg. Natürlich in die Innenstadt“ wieder kreative Aktionen und Projekte entwickelt und umgesetzt. Aktionen und Projekte, die den hessischen Innenstädten zugute kommen – und damit auch den Menschen. ■

Marburg/Gießen:
„MaGiC Tales –
LAHNKULTUR
meets RIVER
TALES“ #Uwe
Krieger, Muhi
Lison



„Ab in die Mitte!“

PREISTRÄGER-PROJEKTE 2019

UNSERE MISCHUNG
MACHT'S!

ALSFELD
Verkehrsverein Alsfeld e. V.
**„Marktplatz Alsfeld:
Mein Platz im Herzen“**

Projektzeitraum:
Juli bis Oktober 2019
(Verlängerung wird dringend
benötigt in 2020)

Veranstaltungstage:
???

Akteure/innen:
Wirtschaftsförderung, Tourist
Center, Verkehrsverein Alsfeld e. V.,
Kompass Leben usw.

Besucher/innen:
Bürgerbaubeginn (600),
4 Baustellenpartys (600),
Kinderbaustellenparty (400),
Dauerausstellung auf dem
Marktplatz

BAD KARLSHAFEN
*Arbeitsgemeinschaft
Lebendige Altstadt*
**„Zeitreise – Geschichte(n) vom
Barock zum Mittelalter“**

Projektzeitraum:
Mai bis August 2019

Veranstaltungen:
6

Akteure/innen:
ca. 30 Personen der „Arbeits-
gemeinschaft Lebendige Altstadt“,
unter anderem aus Bürgerverein
Karlshafen-Helmarshausen,
Vereinsgemeinschaft Helmars-
hausen, Freiwilliger Feuerwehr
Helmarshausen, der Stadtmarke-
tinggesellschaft als Koordinie-
rungsstelle, Stiftung „Miteinander
in Hessen“, Stadtverwaltung Bad
Karlshafen sowie viele ehren-
amtliche Bürgerinnen und Bürger

Besucher/innen:
ca. 1.700

BAD ORB
Kinderinitiative in Bad Orb e. V.
**„Unsere Mischung macht's – Wir
bringen Menschen zusammen“**

BAD SALZSCHLIRF
Touristik & Service GmbH
**„Nicht geschüttelt und gerührt –
emulgiert“**

Projektzeitraum:
Juli bis Oktober 2019

Veranstaltungen:
7

Akteure/innen:
ca. 50 ehrenamtliche
und Bürger/innen

Besucher/innen:
ca. 1.500

BAD SCHWALBACH
*Freie Initiative Stadtgarten
Bad Schwalbach*
**„Begegnungspunkte –
Bad Schwalbach mit allen
Sinnen genießen“**

BENSHEIM
Bürgernetzwerk
**„Das Herz schlägt in der Mitte:
Bensheim erleben“**

ELTVILLE AM RHEIN
Stadt Eltville am Rhein
**„Vielfalt ist nachhaltig –
die 'Fair-Mischung' macht's
in Eltville am Rhein“**

Projektzeitraum:
Mai bis Oktober 2019

Veranstaltungen:
insgesamt 9 Projekte mit
22 Veranstaltungstagen;
im Monat September vier Wochen
lang die „Faire Stadtrallye“

Akteure/innen:
Tourist Information Eltville mit
Kurfürstlicher Burg, Mediathek
Eltville, Mehrgenerationenhaus
Eltville, Interessengemeinschaft der
Gewerbetreibenden (IGE), Philipp-
Kraft-Stiftung mit Jugendlichen aus
vielen Ländern, Bürgerstiftung

Besucher/innen:
insgesamt alle Projekte, geschätzt
2.950, plus 500 Enten plus 75 Feu-
erwehrleute aus allen Altersklassen

FRIEDRICHS DORF
Stadt Friedrichsdorf
„Unser Landgraf baut um“

Projektzeiträume:
Juni bis Oktober 2019

Veranstaltungstage:
18 (14 AidM-)Tage
plus mehrtägige/-wöchige Aktio-
nen wie roter Teppich, blüht auf,
buddeln

Akteure/innen:
Projektteam (15 + 5 externe Dienst-
leister), Stadtplanungsamt und
Wirtschaftsförderung

Besucher/innen:
ca. 2.600
(davon ca. 1.500 beim Chillen)

.....

HESSISCH LICHTENAU
Initiative Hessisch Lichtenau
**LebensWert: „Unsere
Mischung macht's!“**

Projektzeitraum:
30. Mai bis 21. September 2019

Veranstaltungstage:
7

Akteure/innen:
insgesamt ca. 50 Personen,
leitend 5 Personen

Besucher/innen:
ca. 1.500

KIRCHHAIN
Stadt Kirchhain
**„Kirchhain –
sehen, hören, genießen“**

Projektzeitraum:
Mai bis Oktober 2019

Veranstaltungstage:
8

Akteure/innen:
rund 12 Akteure im Projektteam,
rund 200 Akteure bei den
verschiedenen Veranstaltungen

Besucher/innen:
ca. 2.800

.....

LAUTERBACH
Stadtmarketing Lauterbach e. V.
**„Über 12 Steine wirst
Du gehen ...!“**

Projektzeitraum:
6. Juli bis 20. Oktober 2019

Veranstaltungen:
9 Projekte mit
25 Veranstaltungstagen

Akteure/innen:
???

Besucher/innen:
ca. 2.500

.....

MARBURG/GIESSEN
*Interessengemeinschaft Bildung
für Nachhaltige Entwicklung
(IBNE) / 3 Steps*
**„MaGiC Tales – LAHNKULTUR meets
RIVER TALES“**

Projektzeitraum:
1. Juni bis 20. Oktober 2019
(Veranstaltungen vom
14.06. bis 20.10.2019)

Veranstaltungstage:
12 Tage + 4 Fassadengestaltungen

Akteure/innen:
in Marburg 2 bei Lahnkultur plus
2 bei den Funky Harlekinz und in
Gießen 4 im Orga-Team des RIVER
TALES Festivals sowie die Koopera-
tionspartner der
Projekte und Veranstaltungen

Besucher/innen:
je nach Veranstaltung zwischen 5
(z. B. bei der Foto-Tour) und 1.000
(Besuch des Oberhessischen
Museums und der Street
Art Gemälde).

NIDDERAU
Stadt Nidderau / HLTC Landtauch-
club Nidderau 1979 e. V.
„Nidderau – Ganz. Schön. Bunt.“

Projektzeitraum:
15. Juni bis 28. Oktober 2019

Veranstaltungen:
4

Aktive:
Akteure: 550
Projektteam: 38
Ehrenamtliche Mitstreiter aus
Vereinen und Verbänden: ca. 300

Besucher/innen:
ca. 1.070

ROTENBURG AN DER FULDA
Marketing- und Entwicklungs-
gesellschaft Rotenburg mbH
„ParkPlätze Breitenstraße“

Projektzeitraum:
Juni 2019 bis Oktober 2019

Veranstaltungstage:
7

Akteure/innen:
3

Besucher/innen:
Insgesamt sind rund 120 Besu-
cherinnen und Besucher durch
die Veranstaltungen in die Brei-
tenstraße gelockt worden.

Wenn man allerdings bedenkt,
dass eines der Parklets während
der gesamten Projektzeit zusätz-
lich durch eine Eisdiele bespielt
wurde, ergibt sich eine deutlich
höhere Besucherzahl auf den
Parklets. Es kann von einer durch-
schnittlichen täglichen Nutzung
von 15 Besucherinnen und
Besuchern ausgegangen werden.
Damit kann von einer Gesamtbe-
sucherzahl ausgegangen werden,
die bei über 900 liegt.

SCHLÜCHTERN
Stadt Schlüchtern
„6 | 36 | 76 |
Das 3-Generationen-Prinzip“

.....

SONTRA
Initiative Runder Tisch –
Kinder in Sontra
„Kunst aus der Dose –
Sontra wird bunt!“

Projektzeiträume:
April, Mai, Juli und September
2019

Veranstaltungstage:
21

Akteure/innen:
„Runder Tisch – Kinder in Sontra!“,
Stadtjugendförderung und
Schulsozialarbeit, Schülerinnen
und Schüler, Stadtverwaltung
KolorCubes Kassel, trans-cultural
& socialmanagement, studio-
mittelmühle Sontra

UNSERE MISCHUNG
MACHT'S!

Ab in die
Mitte!

Die Innenstadt-Offensive
Hessen

AB IN DIE MITTE!

Sontra (oben):
„Kunst aus der Dose
– Sontra wird bunt!“
#Stadt Sontra

Schlüchtern (unten):
„6 | 36 | 76 | Das
3-Generationen-
Prinzip“
#Hanswerner Kruse



Wir wollen die Vision
eines zukünftigen
„Kultur- und Begegnungs-
zentrums für alle
Generationen“ schon
heute erlebbar machen.

Schlüchtern





Bad Salzschlirf (oben):
„Nicht geschüttelt und
gerührt - emulgiert“
#Jörg Peters

Bad Schwalbach (mittig):
„Begegnungspunkte –
Bad Schwalbach mit allen
Sinnen genießen“ #Stadt Bad
Schwalbach



Eltville (unten): „Vielfalt
ist nachhaltig - die
'Fair-Mischung' macht's
in Eltville am Rhein“
#Fotoarchiv Stadt
Eltville am Rhein und
Philipp-Kraft-
Stiftung

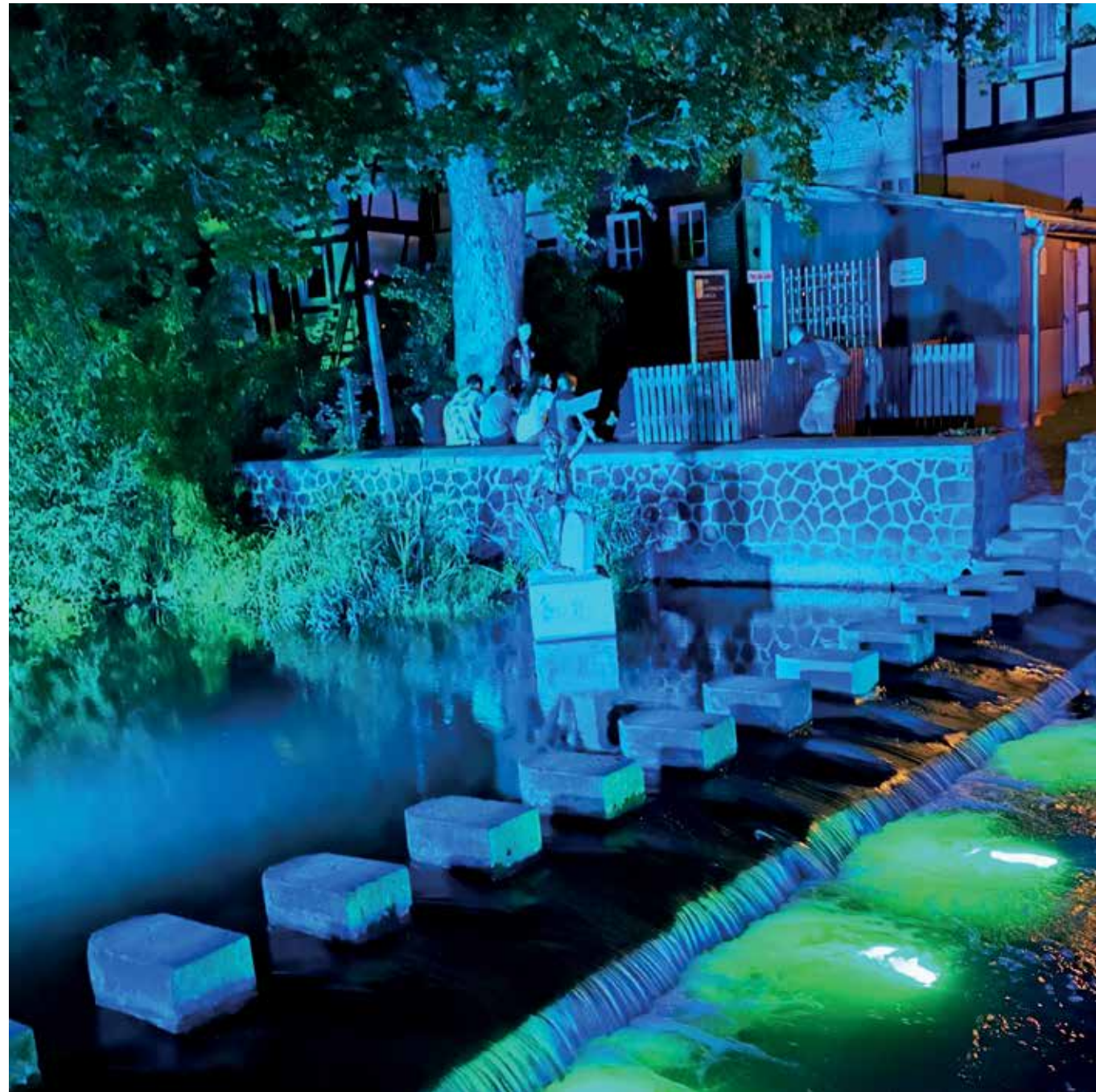
Die Herausforderungen sind überall
die gleichen; die Lösungen aber müssen
individuell vor Ort gefunden werden.
Das Zauberwort heißt lokale Identität.

Bensheim



Bensheim:
„Das Herz schlägt in
der Mitte: Bensheim
erleben“ #Malte
Kirsch / Showma-
ker Entertainment
Bensheim





Wir haben in diesem Sommer viele neue Partner gewonnen, in viele fröhliche Gesichter geschaut und sind viele neue Schritte gemeinsam gegangen.

Lauterbach

Lauterbach:
„Über 12 Steine wirst Du gehen ...!“
#Stadtmarketing
Lauterbach e. V.

„Wir sind Heli“
egal welchen
Alters, welcher
Herkunft und
Hautfarbe,
welchen Beruf
wir ausüben etc.

Hessisch Lichtenau



Hessisch Lichtenau:
LebensWert:
„Unsere Mischung macht's!“ #Andreas
Karnebogen



Bad Karlshafen:
„Zeitreise - Geschichte(n) vom
Barock zum Mittelalter“ #Bad
Karlshafen GmbH

Wohnungsbau und Städtebau gehören eng zusammen

Interview mit Tarek Al-Wazir, Hessischer Minister für Wirtschaft, Energie, Verkehr und Wohnen

Herr Minister Al-Wazir, viele Menschen haben derzeit große Probleme, bezahlbaren Wohnraum zu finden. Welche Antworten hat der zuständige Minister?

Wohnen ist eine Frage des gesellschaftlichen Zusammenhalts, und deshalb wird die Landesregierung alle zur Verfügung stehenden sinnvollen Mittel einsetzen, damit jeder und jede in Hessen eine angemessene Wohnung zu einem vernünftigen Preis finden kann. Wir stärken die Rechte der Mieter, wir stellen Rekordmittel für den sozialen Wohnungsbau zur Verfügung und wir bauen über die landeseigene Nassauische Heimstätte/Wohnstadt selbst Wohnungen, die zu sehr fairen Konditionen auf den Markt kommen. Der Hemmschuh beim Wohnungsbau ist aber nicht das Geld, sondern der Mangel an Bauland. Deshalb haben wir die Initiative „Großer Frankfurter Bogen“ gestartet, um besonders in den Kommunen im Ballungsraum FrankfurtRheinMain mit schneller Schienenanbindung nach Frankfurt für neuen Wohnraum zu sorgen. Beim Wohnungsbau müssen alle Beteiligten zusammenarbeiten: Land, Kommunen und Wohnungswirtschaft.

Zumal es beim Wohnen ja um mehr als um das bloße Dach über dem Kopf geht

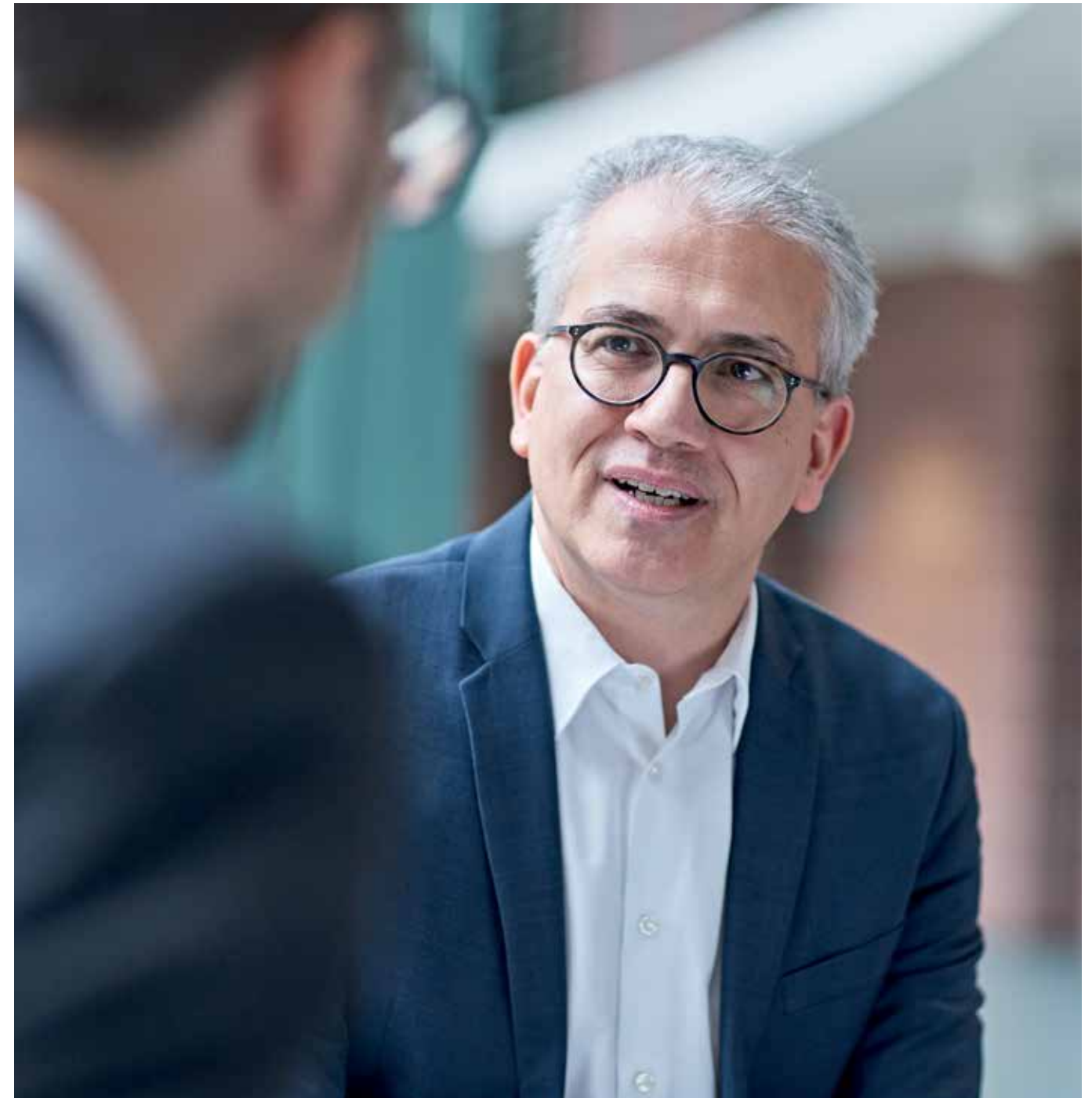
Eben. Es geht auch um Verkehrsanbindung, um soziale Infrastruktur, um Lebensqualität. Und im 21. Jahrhundert natürlich auch um Klimaschutz und Bodenverbrauch. Mit dem „Großen Frankfurter Bogen“ denken wir das alles zusammen. Der Grundgedanke ist, Flächen im Umkreis der Schienenhaltepunkte zu mobilisieren, von denen aus der Frankfurter Hauptbahnhof in einer

halben Stunde zu erreichen ist. Der Radius reicht von Bad Nauheim im Norden bis Zwingenberg in Südhessen, von Wiesbaden im Westen bis Langenselbold im Osten. Bis zu 200.000 Wohnungen können hier entstehen, und fast die Hälfte davon auf Flächen im Innenbereich, also ohne auf die sogenannte Grüne Wiese im Außenbereich zugreifen zu müssen.

Was bedeutet das für das Verhältnis zwischen Wohnungs- und Städtebau?

Beides gehört eng zusammen. Deshalb haben wir die Städtebauförderung in Hessen verstärkt auf die Themen Innenentwicklung und Wohnen ausgerichtet, und für den „Großen Frankfurter Bogen“ setzen wir erhebliche Mittel aus der Städtebauförderung ein – etwa für Grünflächen, Kindergärten, Sportplätze. Wer an der sogenannten sozialen Infrastruktur spart, wird es teuer bezahlen. Nachhaltigkeit hat immer drei Dimensionen: die ökologische, die ökonomische und die soziale. Das gilt auch beim Bauen.

„[...] Nachhaltigkeit hat immer drei Dimensionen: die ökologische, die ökonomische und die soziale. Das gilt auch beim Bauen. [...]“



„[...] Ich kann deshalb die Einzelhändler und -händlerinnen nur aufrufen, sich zusätzlich digitale Vertriebswege zu erschließen. Sie können dabei auf die Unterstützung der Landesregierung zählen. [...]“



Minister Tarek Al-Wazir
#Hessisches Ministerium
für Wirtschaft, Energie,
Verkehr und Wohnen

Worin besteht denn die ökonomische Dimension des Städtebaus?

In den verschiedenen Städtebauprogrammen von „Soziale Stadt“ bis „Lebendige Zentren“ bewilligen wir in Hessen über 100 Mio. Euro im Jahr. Diese Gelder lösen ein Vielfaches an privaten Investitionen aus, von denen lokale Firmen - insbesondere aus dem Handwerk - profitieren.

Innerstädtische Einzelhändler und Dienstleister leiden unter der Coronakrise im besonderen Maße. Was würden Sie denen gegenwärtig mit auf den Weg geben?

Von einem gesunden Einzelhandel hängt viel ab: Arbeitsplätze, wohnortnahe Versorgung, Lebensqualität. Ohne Zweifel beschleunigt die Corona-Pandemie den Strukturwandel im Einzelhandel. Aber es gibt gute Beispiele traditioneller Geschäfte, die sich gegenüber der Online-Konkurrenz behaupten. Ich kann deshalb die Einzelhändler und -händlerinnen nur aufrufen, sich zusätzlich digitale Vertriebswege zu erschließen. Sie können dabei auf die Unterstützung der Landes-

regierung zählen. Unternehmen können für die Digitalisierung ihrer Geschäftsprozesse bis zu 10.000 Euro erhalten. Leider haben wir dem Handel mit den unumgänglichen Maßnahmen zur Bekämpfung der Corona-Pandemie viel zumuten müssen. Aber wir haben auch in Rekordzeit ein Soforthilfe-Programm auf die Beine gestellt, um Kleinunternehmen und Soloselbstständigen über den Lockdown hinwegzuhelfen. Jetzt gilt es, beim Wiederaufstart die richtige Richtung einzuschlagen.

Eine letzte Frage: Was können Kommunen und Bürger dazu beitragen?

In der Tat sind nicht nur die Einzelhändler und Einzelhändlerinnen gefragt. Wir haben deshalb in diesem Jahr den Wettbewerb „Zusammen HANDELN“ gestartet. Teilnehmen können Kommunen und private Initiativen, die etwas zur Belebung der Innenstädte tun möchten. Überall in Hessen gibt es gute Ideen wie Lieferdienste per Lastenrad oder Gutscheinkampagnen für den lokalen Einzelhandel. Mit dem Wettbewerb wollen wir sie bekannt machen. ■



Selbstbewusst Rücksicht nehmen.

Das Ziel ist:
Menschen
zusammenbringen –
in funktionierenden
Innenstädten.

Fokus Development in Korbach

Auf dem rund 3.400 Quadratmeter großen Woolworth-Gelände in der Korbacher Fußgängerzone ist eine Neuentwicklung zu einem viergeschossigen Geschäftshaus mit einer Tiefgarage geplant. Mit dem Baubeginn sei Anfang 2020 zu rechnen, die Fertigstellung Ende 2021 geplant. Ziel der Fokus Development AG ist es, den Einzelhandelsbesatz in der Innenstadt mit neuen Mietern zu ergänzen und die Korbacher Fußgängerzone somit insgesamt zu stärken.

Eine Projektentwicklung ist dabei oftmals ein massiver und weitreichender Eingriff in eine Stadt. Darum geht Fokus stets mit Respekt für die gewachsenen Strukturen vor und integriert seine Projekte in das vorhandene Gefüge. Sie sind offen und transparent, und sie befördern den Austausch zwischen öffentlichem und privatem Raum.

Fokus Development unterstützt seit vielen Jahren „Ab in die Mitte! Die Innenstadt-Offensive Hessen“ und hat den Wettbewerb „Mein LieblingsLadenlokal“ ins Leben gerufen.

Die Fokus Development AG mit Sitz in Duisburg ist ein Projektentwickler für innerstädtische Handelsimmobilien. Gegründet wurde das Unternehmen im Jahr 2013 durch Axel Funke, der als Branchenspezialist in den vergangenen Jahren stadtprägende Einzelhandelsprojekte in ganz Deutschland realisiert hat und gerne auch weitere Projekte in Hessen realisieren möchte. ■

Korbach: Abriss beginnt im Sommer 2020. Wohnungen statt Hotel im Woolworth-Haus
Lutz Benseler, Waldeckische Landeszeitung





Wohnen auf dem REWE-Supermarkt
#Stiebing Architektur



Supermarkt, Kita und Altenpflege unter einem Dach

Bezahlbarer Wohnraum, betreutes Wohnen, wohnortnahe Kinderbetreuung, Betreuung pflegebedürftiger Menschen, sozialer Treffpunkt und wohnortnahe Nahversorgung: Die gesellschaftliche Entwicklung stellt heute besondere Anforderungen an die städtebauliche Planung

Neubau-Projekt in Kassel

Auf dem Gelände eines ehemaligen Möbelhauses in der Kasseler Fulda-talstraße wird REWE in einem bislang einzigartigen Pilotprojekt all dies unter einem Dach vereinen: Nach dem Abriss des alten Gebäudes errichtet das Unternehmen derzeit auf dem 11.000 Quadratmeter großen Areal ein Neubau-Objekt, das Einzelhandel, Kinder- und Alten-betreuung sowie betreutes Wohnen integriert.

Im Erdgeschoss sind ein moderner REWE-Supermarkt mit einer Ver-kaufsfläche von 1.400 Quadratme-tern sowie ein 600 Quadratmeter großer Getränkemarkt geplant. Auf

gleicher Ebene soll ein 200 Quad-ratmeter großes Café mit Außen-terrasse entstehen.

Im ersten Obergeschoss wird auf einer Teilfläche von 1.100 Quadrat-metern eine Kindertagesstätte untergebracht. Die ebenfalls 1.100 Quadratmeter große Außenfläche zum Spielen und Toben wird sich auf dem Dach des REWE-Marktes befinden.

Auf der anderen Teilfläche entsteht eine Tagespflegestation. In den oberen Stockwerken sind rund 50 Wohnungen für betreutes Wohnen sowie Pflegestationen für Demenz-krankte geplant.

Zum Parken wird es insgesamt 242 Stellplätze geben, davon werden 162 den REWE-Kunden zur Verfü-gung stehen. Auch an Radfahrer ist gedacht. Denn auf dem Areal sind auch insgesamt 196 Fahrradstell-plätze geplant, 100 davon für den REWE-Markt.

Ein begrüntes Dach und eine große Anzahl an Bäumen auf dem Gelände werden das Objekt zu einer grünen Oase mitten in der Stadt machen. Das REWE-eigene Objekt steht somit für eine innovative und nachhaltige Stadtentwicklung, die Einzelhandel und dringend notwendige soziale Einrichtungen stimmig und zentral miteinander vereint. ■

Visionsbüro und Zukunftslabor in Frankfurt am Main

Visionen für die Zukunft

Das Visionsbüro ist Zukunftslabor für den Einzelhandel von morgen. Für die Händlerinnen und Händler und gemeinsam mit ihnen! Eine Kooperation aus Stadt und Handel, die ein Netzwerk schafft und neue Perspektiven eröffnet sowie als Ansprechpartner und Vermittler fungiert.

Schon die Veranstaltungsräume spiegeln das Verständnis als Zukunftslabor des Handels wider. Daher finden die Workshops und Vorträge an besonderen Orten in Frankfurt statt, verorten sich am Puls der Zeit. Ob Jugend-Kultur-Kirche oder Sneaker-Store, es wird dort hingegangen, wo das Herz der Stadt schlägt. ■

www.visionsbuero-frankfurt.de

„Was alle Gruppen vereint, ist ihr Wunsch nach Bindung. Und binden heißt: wahrgenommen zu werden.“

– Frederik Gottschling



„Stadt und Handel leben seit Jahrhunderten in enger Symbiose – Angesichts tiefgreifender Veränderungen wird dieses Zusammenspiel immer wieder neu ausgehandelt.“

Das Visionsbüro Frankfurt bringt die Innenstadtakteure zueinander und leistet einen wichtigen Beitrag.“

– Sven Rohde

Not macht erfinderisch!

Das Coronavirus stellt eine so noch nicht da gewesene Herausforderung dar – und das gilt insbesondere für unsere Städte und Innenstädte sowie deren Akteure.



Stadtentwicklung, innerstädtischer Einzelhandel, Gastronomie, Kino, Theater, Museen, Konzerte, Büchereien, Öffentlicher Nahverkehr – nichts ist mehr, wie es war und muss ganz schnell neu gedacht werden. Routinen sind zu ändern, Alltag und Arbeit neu zu definieren, neue Wege in und für die Zukunft zu finden.

Das erzwungene Schließen aller Ladengeschäfte und der abrupte Stillstand von Lieferketten erfordern kreative Lösungen. Es zeigt sich, dass Firmen plötzlich kreativ mit ihren Potenzialen umgehen als hätten sie nie etwas anderes gemacht. Natürlich hier und da etwas holperig, überhastet und konfus, aber es geht weiter und es geht voran.

Klar ist: Wer jetzt Zusammenhalt, neues Denken und Flexibilität zeigt, ist dann später, nach der Krise deut-

lich attraktiver am Markt.

Zahlreiche Innenstadtakteure aus den unterschiedlichsten Bereichen haben diese Herausforderungen bereits angenommen – mit Erfindungsreichtum, Innovation und Kreativität, mit greifbaren und anwendbaren Ideen.

Nie vorher entstanden in so kurzer Zeit so viele Onlineshops von lokalen Ladengeschäften, die unkomplizierte Bestellabwicklungen anbieten inklusive Kundenkommunikation mit Bestellung via WhatsApp, Mail, Telefon und Instagram. Die Kunden machen freudig und dankbar mit. McDonalds unterstützt Aldi mit Verkaufspersonal, Jägermeister verkauft Alkohol für Desinfektionsmittel, Trigema stellt Schutzmasken her, Discounter werben gemeinsam, Lehrer und Schüler lehren und lernen im E-Schooling, mit

durchwachsenem Erfolg, mit Blick auf neue Möglichkeiten aber auch auf Schwachstellen.

Nach und nach formiert sich der Handel, auch weil Amazon an seine Kapazitätsgrenzen stößt, Handelskooperationen und -verbände bringen sich für eigene Kanäle in Stellung, Webshops von Filialisten werden zu Plattformen. Vieles, nicht nur in den Städten, wird digitaler werden. Es wird neue lokale Akteure geben, starke digitale Akteure werden stärker werden und Händler, die bereits vor Corona Schwierigkeiten hatten, mit den Veränderungen Schritt zu halten, werden weiter an Boden verlieren.

„Lokal und Regional“ stand einst ausschließlich für Nachhaltigkeit und wird nun gestärkt aus der Krise hervorgehen, weil die Lieferketten überschaubarer und stabiler sind. Die Konzepte für ein alternatives Wirtschaften liegen parat. Akteure mit neuen Ideen bringen sich gerade in eine gute Ausgangsposition. Es bleibt weiter spannend in einer Zeit voller Ideen – und es ist zu hoffen, dass das Gefühl des Miteinanders über Corona hinausgetragen wird. ■

Marburg-Liebe.de Hilf deinem Lieblingsladen

Die Krise betrifft und bedroht die Innenstädte. Insbesondere viele Geschäfte, Cafés, Kneipen, Restaurants, auch Dienstleistungsbetriebe und Veranstalter, Kulturschaffende und Künstler.

Sie alle stehen aber auch für das, was unsere Innenstädte sind und ausmacht. Sie stehen für Offenheit, Vielfalt und lebendige Innenstädte.

In vielen Kommunen gibt es jetzt Hilfsprogramme. Kauf Hilfgutscheine! Hilf Deinem Lieblingsladen, heißt es dort.

Nur eines der Beispiele ist Marburg-Liebe.de. „Wer seinen Lieblingsladen unterstützen möchte, ist hier richtig: Wir erschaffen eine Plattform, bei der man Gutscheine seines Lieblingsladens kaufen kann – einfach, schnell und unkompliziert. So erhält der Ladeninhaber für jeden verkauften Gutschein sofort Geld, was jetzt während der Schließungen dringend benötigt wird – denn die Rechnungen müssen weiterhin bezahlt werden.“

Sobald sich die Lage normalisiert und das öffentliche Leben wieder beginnt, kann man die Gutscheine einlösen!“

www.marburg-liebe.de

Das Land hilft Gemeinsam anpacken

Diese bundesweite Plattform in Kooperation mit dem Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft ist eine Vermittlungsplattform, die Arbeitgeber (Landwirte, aber auch Unternehmen der Lebensmittel-Branche) und Arbeitnehmer (die sich hier freiwillig eintragen können) schnell und unbürokratisch zusammen bringt – miteinander ins Gespräch bringt.

Ob schnell Helfer für die Spargelernte oder auch weitere Gemüsesorten oder ob ein Einkommen für diejenigen gebraucht wird, die durch die Schutzmaßnahmen in eine wirtschaftliche Notlage geraten.

„Gemeinsam arbeiten, gemeinsam etwas schaffen, gemeinsam richtig anpacken. Das tun gerade viele Erntehelfer und Landwirte, die über daslandhilft.de zueinander gefunden haben. Das wichtigste ist dabei natürlich, dass geerntet und gesät wird, was später mal auf unseren Tellern landen soll. Ganz nebenbei tauschen sich aber hier Menschen aus, die in ihrem Alltag ohne Corona keinerlei Berührungspunkte hatten. Urbaner Hipster trifft Landmensch. Umweltaktivist trifft konventionellen Landwirt. Durch das gemeinsame Ziel, uns trotz Corona weiter mit heimischen gesunden Lebensmitteln zu versorgen, fällt es plötzlich leichter, mal die Perspektive des anderen einzunehmen. Und gemeinsam anzupacken.“

www.daslandhilft.de

EMILIE Es ist Zeit für innovative Lösungen

Im Rahmen einer nachhaltigen, digital unterstützten Stadtlogistik (DIGI-L) bringt die Landeshauptstadt Wiesbaden ein städtisches Angebot zur emissionsfreien und kontaktarmen Versorgung durch lokale Händler auf den Weg.

Sie stellt den Händlerinnen und Händlern die Software EMILIE zur Verfügung, mit der sie schnell und unkompliziert Bestellungen ihrer Kunden abwickeln können. Verschiedene Lieferdienste reagieren in Echtzeit holen ab und liefern emissionsfrei mit Fahrrad, Cargobike oder E-Auto.

EMILIE ist auf die Abwicklung der Lieferung fokussiert. Wie der Kunde bestellt, bestimmt der Händler: Genutzt werden kann weiterhin der Webauftritt, ggf

ein Onlineshop oder die Bestellungen werden telefonisch oder per Mail entgegengenommen.

Zur Auslieferung wird die Software EMILIE genutzt. Zur gewünschten Zeit kommt ein Kurierfahrer vorbei, holt die Ware ab und liefert sie emissionsfrei an die Kunden. Die Abrechnungsmodalitäten liegen dabei in der Hand des Händlers: Bezahlung im Voraus per paypal, per Rechnung, etc. Was kostet der Lieferdienst? Die Kosten sind abhängig vom gewählten Lieferdienst bzw. von der gefahrenen Strecke, müssen aber nicht an den Kunden weitergegeben werden.

In Kooperation mit dem KIEZKAUFHAUS werden die teilnehmenden Händler kostenfrei auf der Einzelhandelsplattform <https://kiezkaufhaus.de/wiesbaden> gelistet und auf deren Website verlinkt. Auf den Internetseiten der Stadt Wiesbaden gibt es einen Hinweis zu EMILIE unter „Buy Local“.

Ein Expertenteam der Agentur Scholz&Volkmer ist erreichbar unter der 0611-18099-190 oder per E-Mail emilie@s-v.de.

Konzept erstellt: Schublade auf, Konzept rein, Schublade zu?

Stadtentwicklungskonzepte, Mobilitätskonzepte, Gestaltungssatzungen, Strategien für den Klimaschutz ... Manchmal fragt man sich: Braucht es wirklich noch mehr Konzepte? Müssen wir immer erst halbe Romane schreiben, bevor wir mit der Umsetzung beginnen?

Das haben wir uns auch gedacht, als wir im Jahr 2015 in Kooperation mit der Stadt Offenbach einen Masterplan für die Entwicklung der Stadt erstellt haben. 2019 ging es mit der Erarbeitung eines Zukunftskonzepts für die Offenbacher Innenstadt in die nächste Runde. Drücken wir uns einfach vorm konkreten Arbeiten? Nein, denn die ganze Schreiberei ist wichtig. Sie hilft dabei, die Gedanken zu sammeln und zu ordnen, Schwerpunkte zu setzen. Bei unserem Zukunftskonzept gehen wir von der These aus, dass sich der Einzelhandel in einem tiefgreifenden Strukturwandel befindet. Der Handel allein wird unsere Innenstädte nicht mehr im Alleingang attraktiv und lebendig halten. Das ist eine schmerzliche Botschaft. Anfangs sind wir hierfür teilweise stark kritisiert worden. Jetzt, nach zahlreichen Formaten und Treffen, ist diese Sichtweise unter den Offenbacher Akteuren akzeptiert. Dazu hat auch eine umfassende Analyse beigetragen.

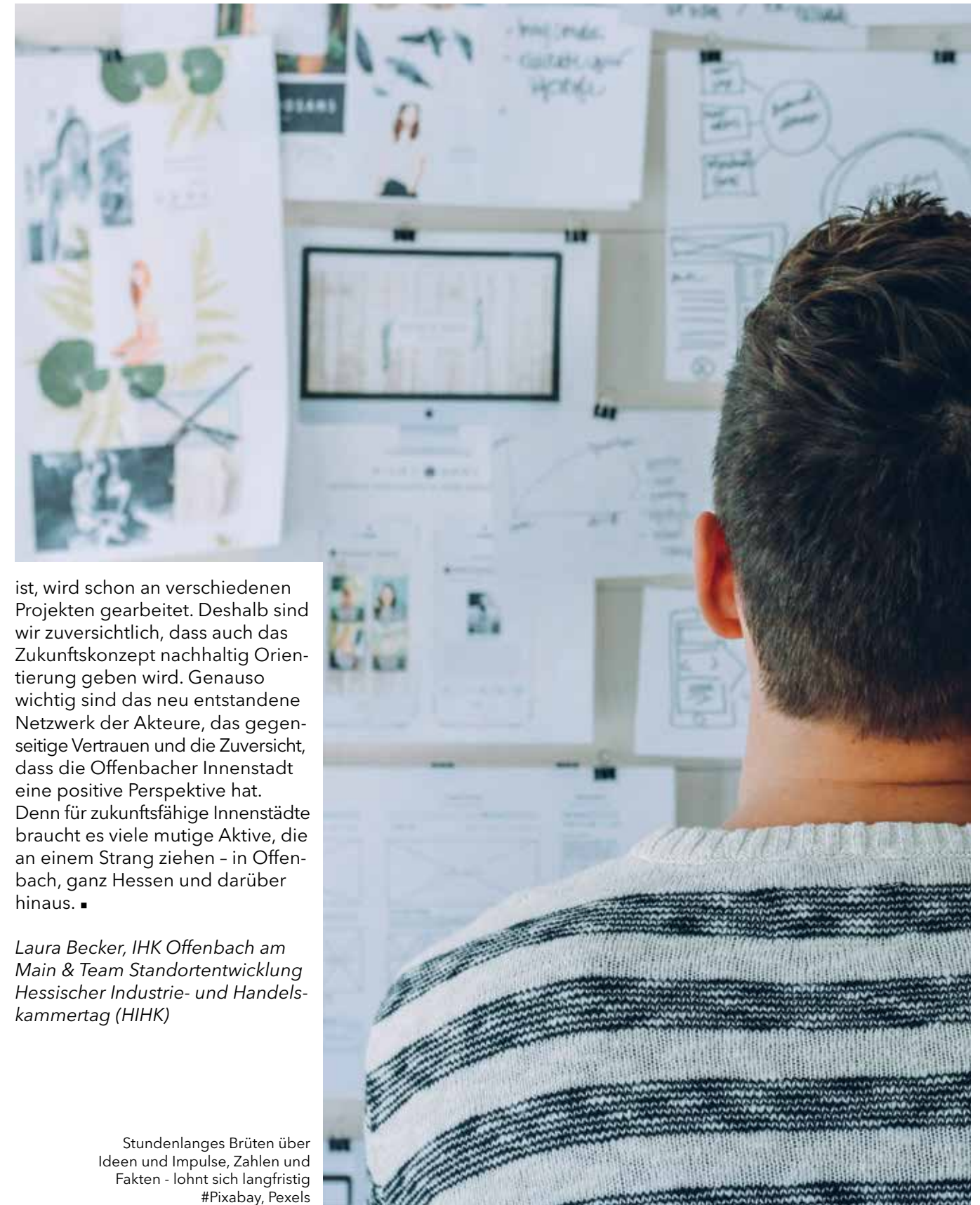
Wir haben die aktuelle Situation vor Ort untersucht und analysiert, welche übergeordneten Trends sich auf lokaler Ebene bemerkbar machen werden. Es half der Blick von außen und über den Tellerrand, in unserem Fall durch ein Beratungsbüro, das sich auf partizipative Stadtentwicklung spezialisiert hat. Nicht nur die Offenbacher Innenstadt verändert ihr Gesicht. In ganz Hessen und darüber hinaus verändern sich Innenstädte. Diese Veränderungen bedeuten nicht nur Schlechtes, sondern bergen auch viele Chancen. Aber wie gehen wir die Herausforderungen an? Im Zukunftskonzept sind Projekte skizziert, die unterschiedliche innerstädtische Funktionen stärken. Neben dem Handel sind dies auch Wohnen, Teilhabe, Arbeiten und Kultur. In mehreren „Zukunftsclub-Sitzungen“ haben wir die ersten Ideen und Grundzüge erarbeitet. Ganz nebenbei entsteht bei der Entwicklung von Konzepten so ein Netzwerk. Ein Netzwerk aus Men-

schen, die die Innenstadt stärken und beleben, die sie zur Mitte und zum Treffpunkt machen wollen. So arbeiten verschiedenste Akteure aus ganz unterschiedlichen Bereichen an einem gemeinsamen Ziel. Sie fassen Vertrauen und Mut, die Zukunft aktiv zu gestalten. In Offenbach hat das zu einer „Ab in die Mitte!“-Bewerbung für das Jahr 2020 geführt! Eine in der Innenstadt ansässige Initiative möchte einen Platz in einen „Windpark“ verwandeln. Die Stadtplanung unterstützt mit Fachexpertise; weitere Initiativen aus dem „Zukunftsclub“ helfen bei der Umsetzung. Manche meinen, Konzepte wären nicht von Dauer. Unsere Erfahrung ist: Der Masterplan zur Entwicklung der Stadt Offenbach liegt nach fast fünf Jahren bei vielen Entscheidungsträgern auf dem Schreibtisch – und nicht in der Schublade. Er ist noch immer die Leitschnur für Investitionen und Entscheidungen. Obwohl das Zukunftskonzept für die Innenstadt noch nicht verabschiedet

ist, wird schon an verschiedenen Projekten gearbeitet. Deshalb sind wir zuversichtlich, dass auch das Zukunftskonzept nachhaltig Orientierung geben wird. Genauso wichtig sind das neu entstandene Netzwerk der Akteure, das gegenseitige Vertrauen und die Zuversicht, dass die Offenbacher Innenstadt eine positive Perspektive hat. Denn für zukunftsfähige Innenstädte braucht es viele mutige Aktive, die an einem Strang ziehen – in Offenbach, ganz Hessen und darüber hinaus. ■

Laura Becker, IHK Offenbach am Main & Team Standortentwicklung Hessischer Industrie- und Handelskammertag (HIHK)

Stundenlanges Brüten über Ideen und Impulse, Zahlen und Fakten - lohnt sich langfristig
#Pixabay, Pexels



Faktencheck

Welche Maßnahmen machen Außengestaltungen im städtischen Raum zu einer nachhaltigen Investition?

CO₂-neutrale Herstellung und Lieferung

Als öffentlicher Bauherr können Sie dank der neuen Regelungen zur umweltfreundlichen Beschaffung bei öffentlichen Bauprojekten ein Zeichen für Klimaschutz in Ihrer Kommune setzen. Senken Sie die Klimabilanz Ihres Bauobjektes, indem Sie eine klimaneutrale Produktion und klimaneutrale Auslieferung in der Leistungsbeschreibung als technische Spezifikation fordern.

Umweltproduktdeklaration (EPD)

Die EPD nach ISO 14025, ISO 14040ff sowie der Europäischen DIN EN 15804 bewertet die Auswirkungen von Baustoffen über den gesamten Lebenszyklus auf Mensch und Umwelt. Entscheiden Sie sich bewusst für die umweltschonende Alternative und fordern Sie eine Umweltproduktdeklaration in der Leistungsbeschreibung bei Ihrem Projekt.

Betonsteine mit Recyclinggranulat

Betonsteine mit Recyclinggranulat setzen neue Maßstäbe für eine Kreislaufwirtschaft in kommunalen Baumaßnahmen. Planer und Architekten können ausdrücklich RC Beton zum Auftragsgegenstand machen und sich für die umweltschonende Bauweise entscheiden.

Helle Oberflächen

Helle Bodenbeläge reflektieren Licht- und Sonneneinstrahlung. Dadurch werden Hitzestaus im urbanen Bereich reduziert. Nachts senken sie die benötigte Energie für Straßenbeleuchtung. Planen Sie mit hellen, geschliffenen oder auch beschichteten Oberflächen, die sich gut reinigen lassen.

Ökopflaster

Versiegelung birgt eine potenzielle Gefahr für Hochwasser und die Überlastung der Kanalisation. Versickerungsfähige Betonsteine können als Auftragsgegenstand definiert werden.

Oberflächen-schutz

Besonders an hochfrequentierten öffentlichen Plätzen ist eine starke Verschmutzung durch Kaugummi, Graffiti oder Öle von Fahrzeugen ein weit verbreitetes Problem. Gleichzeitig ist der Anspruch an Sauberkeit im öffentlichen Raum gestiegen, Kommunen sind mit dauerhaft hohen Reinigungskosten konfrontiert. Baustoffe mit Oberflächenschutz vereinfachen die Reinigung und schonen gleichzeitig die Umwelt. Dies gewährt Außenanlagen eine Werthaltigkeit über Jahrzehnte – eine nachhaltige Investition.

Bauen ohne Barrieren

Menschen mit eingeschränkter Mobilität dürfen durch Barrieren nicht ausgegrenzt werden. In Deutschland ist im öffentlichen Raum barrierefreies Bauen gesetzlich vorgeschrieben. Achten Sie bei der Planung in allen Bereichen auf funktionale Bauelemente wie Bi-Color Stufen, Bodenindikatoren und Rampen.

Nachhaltigkeitsstrategie bei RINN Beton und Naturstein

Der Pionier hat die richtigen Baustoffe parat: klimaneutral, ressourcenschonend und dauerhaft.

Rinn Beton- und Naturstein wurde in 1900 gegründet, und wird in der vierten und fünften Generation geführt. Der Hauptsitz ist in Heuchelheim bei Gießen. Weitere Standorte und Produktionsstätten sind in Fernwald-Steinbach bei Gießen und in Stadtroda bei Gera. 535 Mitarbeiter arbeiten bei Rinn, einem der größten Hersteller für Betonstein in Deutschland. Die Produkte schmücken private Hausgärten genauso wie öffentliche Anlagen, z. B. Plätze, Einkaufsstraßen und Bahnhöfe. Nachhaltiges Denken und Handeln ist bei Rinn Unternehmensstrategie. Davon zeugt auch der Nachhaltigkeitsbericht, den wir seit 2013 alle zwei Jahre veröffentlichen. Für seine nachhaltige Unternehmenskultur wurde Rinn Preisträger des Deutschen Nachhaltigkeitspreises 2018. Auch von unseren Kunden wurden wir ausgezeichnet: Zum Beispiel mit dem DB Lieferanten-Prädikat „Umwelt“. Unter den 13.600 Zulieferern der Deutschen Bahn sind wir Lieferant des Jahres in der Kategorie Umwelt geworden.

CO₂-neutrale Produktion - was heißt das bei Rinn?

Nachdem wir seit 2014 unsere Produktion über eine Hersteller-EPD als CO₂-neutral nachweisen, sind seit 2016 auch die Lieferungen CO₂-neutral gestellt. Insgesamt hat Rinn seit 2014 82.000 Tonnen CO₂ eingespart. Dies entspricht einem Volumen von 42.000.000 m³ oder anders ausgedrückt, dem Volumen von 11.640 Heißluftballons. Dabei nutzen wir ausschließlich Ökostrom, haben werkseigene Geothermie und Fotovoltaik, betreiben Wärmerückgewinnung aus unseren Produktionsanlagen und kompensierten über CO₂-Zertifikate. Rinn ist die Einsparung von Ressourcen wichtig. Mit der Nutzung von Recycling-Granulaten haben wir

bereits über 60.000 Tonnen Naturrohstoffe einsparen können, was 2.400 LKW-Ladungen entspricht. Der Rinn Kodex ist dabei unser Kompass. Die hier festgehaltenen Werte sind das Fundament unserer Unternehmenskultur, die uns Orientierung im Umgang mit unseren Mitarbeitern, Lieferanten und Kunden gibt.

Nachhaltiges Bauen mit Rinn?

Noch ist, außer bei Bauten des Bundes, nachhaltiges Bauen in Deutschland keine Pflicht. Dennoch verlangen immer häufiger Bauherren, Kommunen und Städte – oft aufgrund eigener Nachhaltigkeitsstrategien – nachhaltige Baustoffe für ihr Quartier, ihre Fußgängerzonen oder Plätze.

Beispiele gefällig?

Die Hansestadt Korbach forderte in der Ausschreibung für die Neugestaltung ihrer Fußgängerzone und Bahnhofstraße Pflasterbeläge aus klimaneutraler Produktion. Alleine bei diesem Projekt konnten mit dem Einsatz von Rinn Betonsteinen 395 Tonnen CO₂ eingespart werden. Auch bei der Neugestaltung der Fußgängerzone Mannheim-Planken wurde der Leitgedanke „Mannheim auf Klimakurs“ mit dem Einsatz von Rinn Betonsteinen umgesetzt, dabei konnten über 490 Tonnen CO₂ vermieden werden.

Nachhaltigkeit - ist das neue Normal!

Dafür hat Rinn schon vieles getan und erreicht. Schon jetzt können wir versprechen: Rinn wird weiter Vorreiter und Wegbereiter für eine nachhaltige Zukunft bleiben! ■

Natürliche Verbündete

Das Förderprogramm „Lebendige Zentren“ in Hessen

Lebendige Zentren – das wünschen wir uns in unseren Städten und Gemeinden! Das gilt für Großstädte ebenso wie für kleinere Städte oder Gemeinden. Die Lebendigkeit macht unsere Orte einzigartig und unverwechselbar. Sie trägt dazu bei, dass wir uns in der Innenstadt oder der Dorfmitte wohl fühlen und gerne dort Zeit verbringen. Hier haben wir kurze Wege, treffen Freunde, kaufen wir ein, genießen ein gutes Essen oder Kultur. Alles das, was ein schönes Leben ausmacht! Wir sollten also etwas dafür tun, dass unsere Zentren lebendig bleiben – mit vielen Funktionen und Angeboten, aber auch mit einladenden Grünflächen oder Plätzen, die Lust auf die Mitte machen!

Wir sollten uns darüber im Klaren sein, dass Angebote im Zentrum unserer Stadt oder Gemeinde nur dann Bestand und Perspektive haben, wenn wir sie auch intensiv nutzen. Dennoch müssen wir immer öfter feststellen, dass es diverse leerstehende Ladenlokale gibt, in die kein Einzelhändler wieder dauerhaft einzieht. Hier sind Ideen gefragt, wie solche Räume so umgestaltet werden können, dass sie wieder ein attraktives Ziel im Zentrum darstellen. Was könnte das sein? Eine Musikschule? Ein Begegnungscafé, eine Touristeninformation, eine Kinderbetreuung oder ein Jugendtreff? Es gibt viele Möglichkeiten zur Aktivierung und Belebung der Innenstadt oder des Ortskerns.

In Hessen werden mit dem Programm „Lebendige Zentren“ die Zielsetzungen der bisherigen Programme [...] gebündelt. Stadt- und Ortsteilzentren sollen attraktiver und zu identitätsstiftenden Standorten für Wohnen, Arbeiten, Wirtschaft und Kultur entwickelt werden.

Um dieses Ziel zu erreichen, engagiert sich auch die öffentliche Hand mit umfangreichen finanziellen Mitteln: Bund, Land und Kommunen steuern für besonders bedürftige Gemeinden jeweils rund ein Drittel der Kosten bei, die für Projekte zum Erhalt und zur Entwicklung von Stadt- und Ortskernen anfallen.

Mittel, die über das Städtebauförderprogramm „Lebendige Zentren“ bereitgestellt werden – das in Hessen die Zielsetzungen der bisherigen Programme „Aktive Kernbereiche in Hessen“ sowie „Städtebaulicher Denkmalschutz“ bündelt.

Stadt- und Ortsteilzentren sollen attraktiver und zu identitätsstiftenden Standorten für Wohnen, Arbeiten, Wirtschaft und Kultur entwickelt werden. Der städtebauliche Denkmalschutz ist dabei eine wichtige Querschnittsaufgabe. In Anbetracht der demografischen Entwicklung sollen in Hessen insbesondere auch Ankerpunkte im ländlichen Raum bei der Belebung ihrer Zentren unterstützt werden. Daher werden 2020 unter dem Schwerpunkt „Kleine Städte und Gemeinden“ – neben den bereits jetzt geförderten 42 Kommunen – weitere Standorte in das Programm „Lebendige Zentren“ aufgenommen.

Das Programm Lebendige Zentren nimmt in diesem Jahr hessische Kommunen zwischen 2.000 und 20.000 Einwohner auf
#HA Hessen Agentur GmbH



Was genau wird gefördert? Beispielsweise wird die Modernisierung stadtbildprägender, erhaltenswerter oder denkmalgeschützter Gebäude, die die Besonderheit einer Stadt oder eines Ortes ausmachen, unterstützt. Dazu zählt auch der Umbau für ganz neue Nutzungen. Auch können Wege, Plätze oder Grünräume mit den Fördermitteln neu gestaltet werden. Im Mittelpunkt der Förderung stehen auch bauliche Projekte, die dazu beitragen, Leerstand zu vermeiden oder die Versorgung mit Lebensmitteln und Dienstleistungen sicherzustellen. Ein weiterer Schwerpunkt ist die Förderung von Gemeinbedarfseinrichtungen, die zum Beispiel der Betreuung von Kindern und Jugendlichen Raum

bieten oder als Treffpunkte für Jung und Alt dienen. Maßgeblich ist, dass bei allen Vorhaben die historischen Stadtbilder und Stadtgrundrisse erhalten oder wiederhergestellt werden. Grundlage für die Verwendung der öffentlichen Mittel sind dabei die Richtlinien des Landes Hessen zur Förderung der nachhaltigen Stadtentwicklung. Aber allein mit Fördermitteln können keine lebendigen Zentren geschaffen werden. Dazu braucht es auch viele engagierte Menschen, die sich für ihren Ortskern oder ihre Innenstadt einsetzen, verschiedene Interessen zum Wohl des Zentrums vernetzen und die dortigen Angebote intensiv nutzen. Um dies zu erreichen, gibt es eine hessische Spezialität bei der Umsetzung des

Programms „Lebendige Zentren“: die „Lokalen Partnerschaften“. Akteure aus dem örtlichen Gewerbe, dem Einzelhandel, aus dem sozialen oder kulturellen Bereich und der Bürgerschaft entwickeln hier gemeinsam mit der Verwaltung Konzepte und Projekte. Sie setzen sich für lebendige Zentren ein und sind sozusagen natürliche Verbündete und Multiplikatoren der Initiative „Ab in die Mitte!“ ■

We want your Feedback

Dieses ist die erste Ausgabe des Innenstadt-Magazins. Wie soll es nun weitergehen? Da hätten wir doch gerne ein Leserinnen- und Leser-Feedback.

Was war gut?
Wo soll es mehr darüber geben?
Wo sollen wir konkreter werden?
Was fehlt und was braucht es gar nicht?

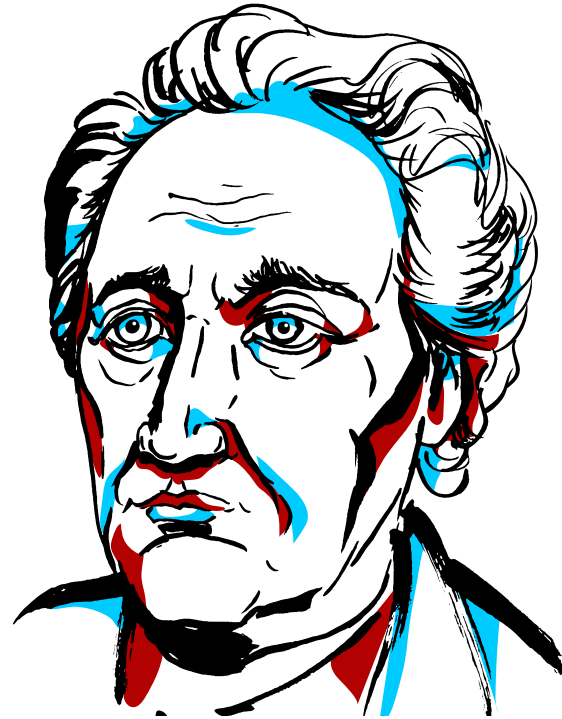
Wir hätten auch gerne noch weitere gute Beispiele und Ideen für die Innenstädte. Also am liebsten auch Fotos mit Hinweisen auf tolle Dinge die möglich sind oder möglich werden sollen.
Wie gezeigt: „Make Things Happen“.

Also freuen wir uns auf Ihre Rückmeldungen (gerne mit einer originellen Lightbox) per Email an gussmann@imorde.de.



Des Pudels Kern

... oder endlich Goethe!



Mephistopheles tritt, indem der Nebel fällt, gekleidet wie ein fahrender Scholastikus, hinter dem Ofen hervor.

„Wozu der Lärm? Was steht dem Herrn zu Diensten?“ – Mephistopheles

„Das also war des Pudels Kern! Ein fahrender Scholast? Der Casus macht mich lachen.“

– Faust

Wenigstens einmal soll darauf eingegangen werden.

„Des Pudels Kern“ war eigentlich zunächst als Titel für dieses oder auch ein anderes Magazin gedacht. Er sollte darauf hindeuten, was der wahre Inhalt, das Wesen, auch der Innenstadt ist und sein kann. Nun ist aber diese geläufige Redewendung, die ihren Ursprung übrigens nicht bei Goethe hat und schon viel älter ist, doch für einen studierten Germanisten und Literaturwissenschaftler (oder einen fahrenden Scholastikus) etwas zwiespältig und hat durchaus auch etwas Diabolisches. Und Goethe überhaupt? Werben doch einige hessische Städte damit, dass Goethe da definitiv nie war. Was tun? Wie komme ich jetzt zum Wesentlichen? Zumal kein Pudel da ist.

Also, die richtigen Fragen stellen.

Warum sollte ich mich für eine Innenstadt stark machen und mich engagieren? Wer hat denn da was von? Und was kann ich schon ausrichten?

Zunächst aber: Was macht das Wesen einer Innenstadt aus?

Eine bunte Vielfalt an Bewohnern und ihrer Kulturen, friedliches Zusammenleben auf engem Raum, aber auch hohe Verkehrsbelastung und zu wenig bezahlbarer Wohnraum – Innenstädte bilden die Chancen und Probleme der Gesamtstadt ab. Das ist wie unter einer Lupe. Darin stecken viele Möglichkeiten, aber auch eine Menge Herausforderungen für eine für alle lebenswerte Stadt.

Innenstädte sind besonders. Sie sind Heimat des gesamten Stadtgeschehens und bilden das Positive genauso ab wie die negativen Entwicklungen in der Stadt. Dazu gehören oft, neben der hohen Attraktivität einer Altstadt, die Heterogenität der Bevölkerung, der Infrastruktur, des Gewerbes und der Freizeitangebote. Aber es gibt auch problematisch viel Autoverkehr, ein Mangel an bezahlbarem Wohnraum und Gefahren für das Klima. Oft sollen sich die Stadtverwaltung und die Stadtplanung dem Problem stellen. Vielleicht fehlt

aber noch der Masterplan, die Vorstellung davon, wie angesichts der Herausforderungen die Stadt lebenswert erhalten werden kann. Aber die Chancen stehen nicht schlecht, wie das Engagement vieler auch junger Menschen in der Stadt gezeigt hat.

„Wir müssen das gescheidter machen, Eh’ uns des Lebens Freude flieht.“

– Mephistopheles

Profitieren wird die Stadt, das Viertel, die Bürgerinnen und Bürger, die Gäste und natürlich auch das Land. Das ist schon mal eine ganze Menge.

Alle können ihre Ideen einbringen. Auf ganz vielfältige Weise. Einige Beispiele sind in diesem Heft zu finden. Und alle haben was davon. Es

gibt dann möglicherweise eine belebtere Innenstadt oder ein attraktiveres Quartier. Es gibt unendlich viele spannende Aktivitäten und Möglichkeiten, sich zu engagieren, wahrgenommen zu werden und – das ist ganz wichtig: es dauert nicht lange, bis sich Ergebnisse zeigen.

Kurz und gut: Die Innenstadt bietet verschiedene Möglichkeiten. Egal, in welcher Form, Wichtig ist, dabei zu sein, für die Kommune, als Bürgerin oder Bürger, als Unternehmen, Sponsor, Initiator, als Medienpartner oder als etwas ganz anderes. Es treffen sich engagierte, kreative und interessante Menschen, die Spaß daran haben, etwas für ihre Innenstädte und Ortsteilzentren zu tun.

Das also ist der Kern des Pudels, der uns schon lange begleitet hat und der bisher Gesprächsthema war und es bestimmt auch weiterhin sein wird (vielleicht auch wieder mit Goethe). ■

Impressum

Wer hat mitgemacht?

Die Mitte macht's! Das Innenstadt-Magazin
Ausgabe 01/20, Sommer 2020

HERAUSGEBER
Die Initiatoren des Projektes „Ab in die Mitte! Die Innenstadt-Offensive Hessen“

Hessisches Ministerium für
Wirtschaft, Energie, Verkehr und
Wohnen
Kaiser-Friedrich-Ring 75
65185 Wiesbaden
Karin.Jasch@wirtschaft.hessen.de

REDAKTION
Rolf Gußmann
Imorde, Projekt- & Kulturberatung
GmbH

REDAKTIONELLE MITARBEIT
Christoph Hochbahn, Elisabeth
Stricker, Imorde, Projekt- & Kultur-
beratung GmbH

REDAKTIONSANSCHRIFT
Imorde, Projekt- & Kulturberatung
GmbH, Schorlemerstraße 4, 48143
Münster

LAYOUT
Ranarex Kommunikationsdesign,
Münster

DRUCK
Schröerlücke GmbH, Ladbergen

AUFLAGE
2.500

PAPIER
FSC zertifiziert

BILDNACHWEISE
Elea Gußmann; Shutterstock,
Piyapong89; Reinhold Weber;
Shutterstock, Karolina Grabowska;
MER Marketing- und Entwick-
lungsgesellschaft Rotenburg an
der Fulda mbH; Imorde, Projekt- &
Kulturberatung GmbH; Stadt Fried-
richsdorf; Kinderinitiative in Bad
Orb e. V.; Stadt Kirchhain; HLTC
Nidderau; Uwe Krieger, RIVER
TALES; Muhi Lison; Stadt Sontra;
Hanswerner Kruse; Jörg Peters
Stadt Bad Schwalbach; Fotoarchiv
Stadt Eltville am Rhein und Phil-
ipp-Kraft-Stiftung; Malte Kirsch /
Showmaker Entertainment Bens-

heim; Stadtmarketing Lauterbach
e. V.; Andreas Karnebogen; Bad
Karlshafen GmbH, Gesellschaft für
Standort und Marketing; Hessi-
sches Ministerium für Wirtschaft,
Energie, Verkehr und Wohnen; Lutz
Benseler, Waldeckische Landeszei-
tung; Stiebing Architektur; Urban
Media Projekt; Scholz & Volkmer
GmbH; Pixabay, Pexels; HA Hessen
Agentur GmbH; Isla Gußmann;
Shutterstock, Maruskaya Chaika

TEXTNACHWEISE
Fokus Development AG, Anja
Krauskopf; REWE Markt GmbH;
Imorde, Projekt- & Kulturberatung
GmbH; HA Hessen Agentur, Laura
Becker; Hessischer Industrie- und
Handelskammertag (HIHK) Ralf
Dieling; Rinn Beton- und Naturstein
GmbH Co. KG, Sven Rohde; Han-
delsverband Hessen e. V.



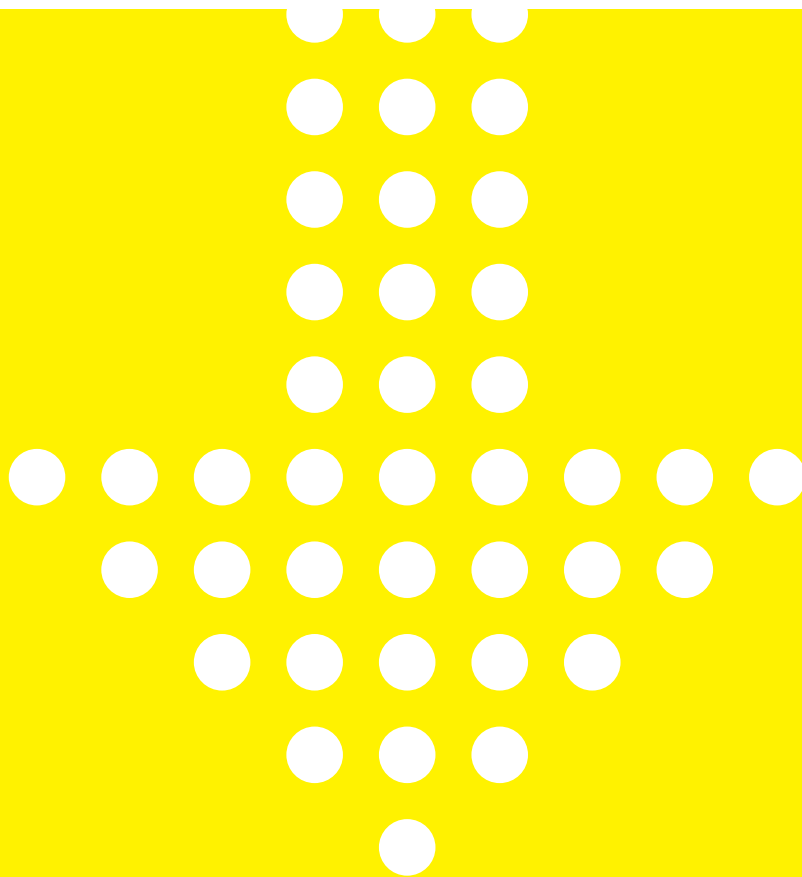
Ab in die
Mitte!
Die Innenstadt-Offensive
Hessen



Ab in die
Mitte!
Die Innenstadt-Offensive
Hessen

Unser weg:
Natürlich in die Innenstadt

Postkarten zum Wettbewerb
„Ab in die Mitte! Die Innen-
stadt-Offensive Hessen“ 2020
#Reinhold Weber; Ranarex
Kommunikationsdesign



Ab in die
Mitte!
Die Innenstadt-Offensive
Hessen



www.abindiemitte-hessen.de



HESSEN



Hessisches Ministerium
für Wirtschaft, Energie,
Verkehr und Wohnen



FokusDevelopment

REWE



Handelsverband
Hessen



BINDING



STANDORT
KOMMUNE

RINN

Den Anfang
macht ein guter Stein.

HESSISCHER
STÄDTETAG

Hessischer
Städte- und
Gemeindebund



IHK
hessischer Industrie-
und Handelskammertag



Arbeitsgemeinschaft der
Hessischen Handwerkskammern



HessenAgentur

HA Hessen Agentur GmbH

DEHOGA
HESSEN

Medienpartner:



Frankfurter Allgemeine
METROPOL

HNA