Bild: © A. Kugellis

Erstellung Innenstadtkonzept(e) für die Stadt Salzgitter

Sitzung Rat & Ortsräte, 17. Juni 2025

Gefördert durch:

Bundesministerium für Wohnen, Stadtentwicklung und Bauwesen

Zukunftsfähige Innenstädte und Zentren

aufgrund eines Beschlusses des Deutschen Bundestages

Salzgitter
KINDER FÖRDERN UND FAMILIEN UNTERSTÜTZEN

cima.
Gesellschaft für außerordentliche Zusammenarbeit

Agenda

1. Anlass und Zielsetzung
2. Projekt- und Zeitplanung
3. Kommunikation und Beteiligung
4. Bestandserfassung und -analyse
5. Leitbild(er), Ziele und Handlungsansätze
6. Fragen & Diskussion

1. Anlass und Zielsetzung

Innenstädte im Wandel

- **Die Innenstadt wird zum Third Place**
  - Einzelhandel weiterhin wichtig, aber nicht mehr als „alleiniger Leuchtturm“
  - Freizeit, Erlebnis und Erholung gewinnen an Bedeutung
  - Bedürfnisbefriedigung anstatt reine Bedarfsdeckung
- **Attraktive Mixed-Use-Konzepte sind gefragt** („Erlebnis-Shopping“ + „Erlebnis-Gastronomie“)
- **Nachhaltige Mobilität rückt ins Bewusstsein**

Foto: cima 2025

1. Anlass und Zielsetzung

Innenstädte im Wandel

- Schaffung einer konzeptionellen Basis für die zukünftige Belebung der Innenstädte von SZ-Bad und SZ-Lebenstedt
- Etablierung von Nutzungsflexibilität + langfristige Stärkung der Innenstädte als generationen- und kulturübergreifende Treffpunkte
- (Prioritäre) Lenkung von Investitionen in die Innenstädte
- Schaffung neuer Besuchsanlässe für die Kundschaft

→ **<u>Kooperative (Innen-)Stadtentwicklung!</u>**

Fotos: cima 2023/2024

2. Projekt- und Zeitplanung

08/2023

12/2024

Analyse

Konzeption

Bestandsanalyse
- Desk-Research-Analyse
- Relevante Rahmendaten
- Standort-Check
- Innenstadtstrukturen
- Stärken/Schwächen-Analyse

Positionierung und Profilierung
- Leitbild + strategische Ziele
- Profilierungsempfehlungen

Operationalisierung
- Maßnahmenkatalog
- Sofortmaßnahmen
- Steckbriefe

Erstellung der Endberichte

Dialog und Partizipation

- Auftaktveranstaltungen
- Online-Befragungen
- Digitale Ideenkarte
- Expertisegespräche
- Fliegender Stadtreporter
- Stadtlabore
- Fachforen
- Online-Kommentierung
- Ergebnisvorstellung

Presse- und Öffentlichkeitsarbeit

3. Kommunikation und Beteiligung

Steuerungsgruppe

- Richtungsvorgaben im Prozess
- (Zwischen-)Ergebnisse legitimieren

Presse- und Öffentlichkeitsarbeit

- Webseite der Stadt Salzgitter
- Pressearbeit (print & digital)

Öffentliche Beteiligungsformate

- Auftaktveranstaltungen inkl. geführtem Innenstadtspaziergang
- Expertisegespräche
- Online- und Passantenbefragung
- Online-Ideenkarten
- Fliegender Reporter & Stadtlabor
- Fachforen
- Online-Kommentierung

Fotos: cima & GfaZ 2023/2024

4. Bestandserfassung und -analyse

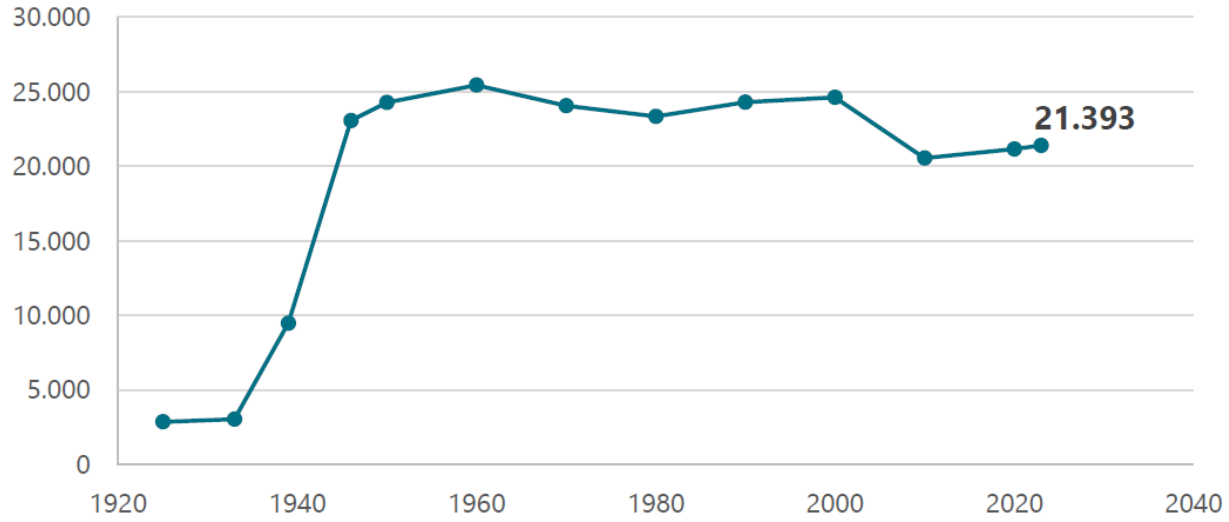
4. Bestandserfassung und -analyse

Desk Research & relevante Rahmendaten

- 2008-2015: Leitlinienprozess „Kinder- und Familienfreundliche Stadt Salzgitter“
- 2010: Städtebaulicher Rahmenplan Altstadt Salzgitter-Bad
- 2012: Integriertes Stadtentwicklungskonzept
- 2014: Klimaschutzkonzept
- 2014: Radverkehrskonzept
- 2015: Masterplan Mobilität
- 2017: Vergnügungsstättenkonzept
- 2019: Fortschreibung Einzelhandels-entwicklungskonzept
- 2021: Klimaschutzteilkonzept zur Anpassung an den Klimawandel

4. Bestandserfassung und -analyse

Soziodemografische und sozioökonomische Rahmendaten



Quelle: Stadt Salzgitter, Stand: 31.12.2023

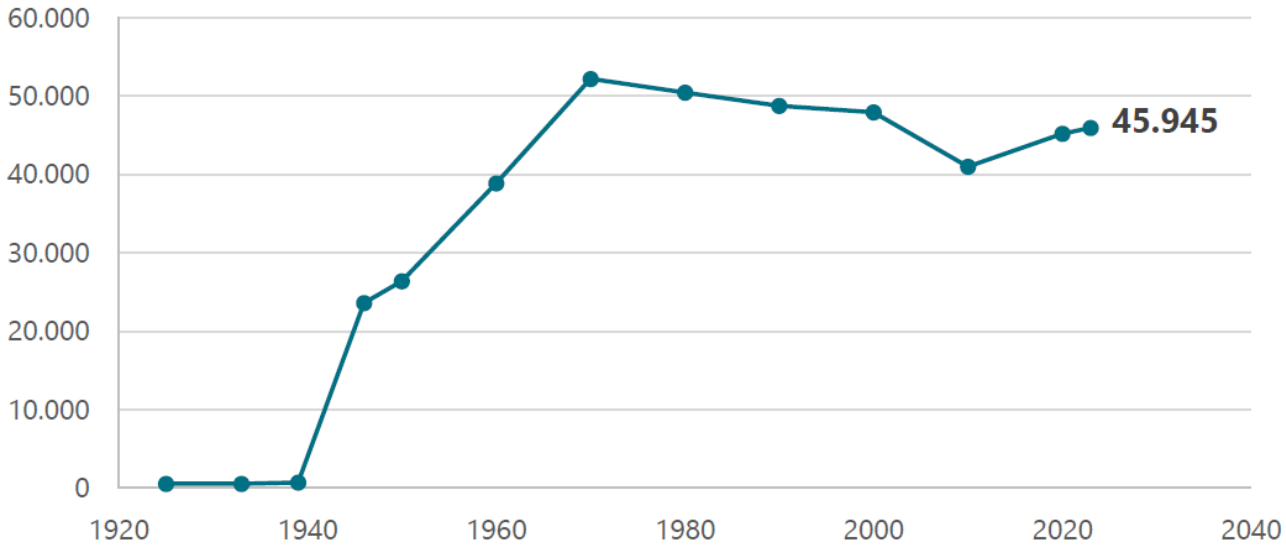
Vorsalzer Straße um 1955, Quelle: Rolf Czauderna / archiv

Kartengrundlage: © GeoBasis-DE/ BKG 2023; Bearbeitung: cima 2023

4. Bestandserfassung und -analyse

Soziodemografische und sozioökonomische Rahmendaten

Kartengrundlage: © GeoBasis-DE/ BKG 2023; Bearbeitung: cima 2023



Quelle: Stadt Salzgitter, Stand: 31.12.2023

City-Lebenstedt um 1957, Quelle: Stadt Salzgitter

4. Bestandserfassung und -analyse

Soziodemografische und sozioökonomische Rahmendaten

Kartengrundlage: Open Street Map.org; Bearbeitung cima, 2024

4. Bestandserfassung und -analyse

Soziodemografische und sozioökonomische Rahmendaten

Saldo Gewerbean- / -abmeldungen

+ 95 Anmeldungen
für das Jahr 2022

Seit 2017 jährlich **mehr** Anmeldungen als Abmeldungen

Lokale Kaufkraftkennziffer

92,2

leicht unterdurchschnittliche Kaufkraft
(Stand: 2023)

Zentralörtliche Funktion

Oberzentrum

Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte

48.329 Beschäftigte am Arbeitsort
Im Jahr 2023

55,7 % Produzierendes Gewerbe
29,4 % Sonstige Dienstleistungen
14,6 % Handel, Verkehr, Gastgewerbe
0,3 % Land- und Forstwirtschaft

Pendelsaldo

+ 8.887 Personen
(Stand: 2023)

Tourismus

40 Beherbergungsbetriebe
Max. 1.470 Gästebetten
rd. Ø 70.843 Ankünfte
rd. Ø 204.106 Übernachtungen
Ø- Aufenthaltsdauer: 2,9 Tage
(Stand 2023)

Quelle: Landesamt für Statistik Niedersachsen, 2022 und 2023; Michael Bauer Research GmbH, 2023

4. Bestandserfassung und -analyse

Standort-Check

Angebot

Einzelhandel
Gastronomie
Dienstleistungen
Bildung
Kultur
Soziales
Wohnen
Verwaltung

Mobilität & Erreichbarkeit

Parkplätze
Verkehrsführung
ÖPNV
Leit- und Beschilderungssysteme
Fahrradinfrastruktur
Fuß-/ Gehwege
Barrierefreiheit
Sharing-Angebote

Nachhaltigkeit

Innenstadt

Digitalisierung

Stadtgestaltung

Stadtbild, Fassaden
Konsumfreie Orte
Plätze
Beleuchtung
Straßenoberflächen
Sauberkeit
Stadtmobiliar
Grün & Blau
Klimaresilienz

Erlebnis & Kommunikation

Events, Aktionen & Veranstaltungen
Kultur & Freizeit
Sicherheit
Service
Neue Medien
Digitale Stadt
Marke(-ting) & Image

Fotos: cima 2023/2024

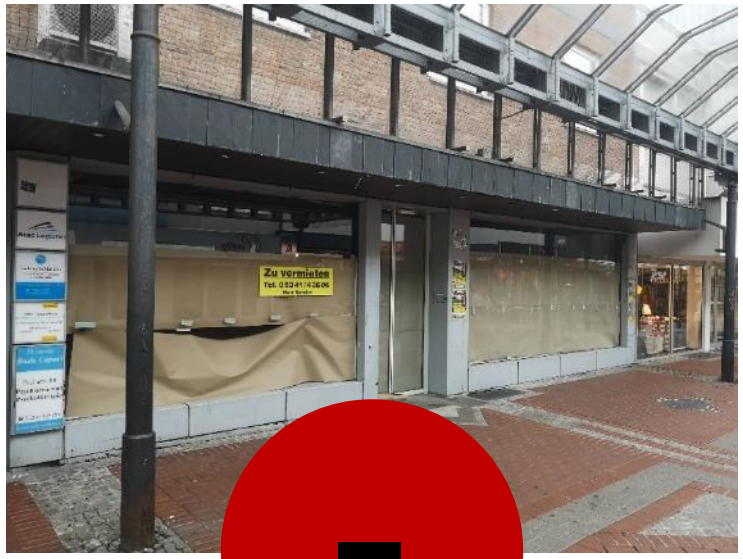
4. Bestandserfassung und -analyse

Standort-Check

Fotos: cima 2023/2024

4. Bestandserfassung und -analyse

Standort-Check

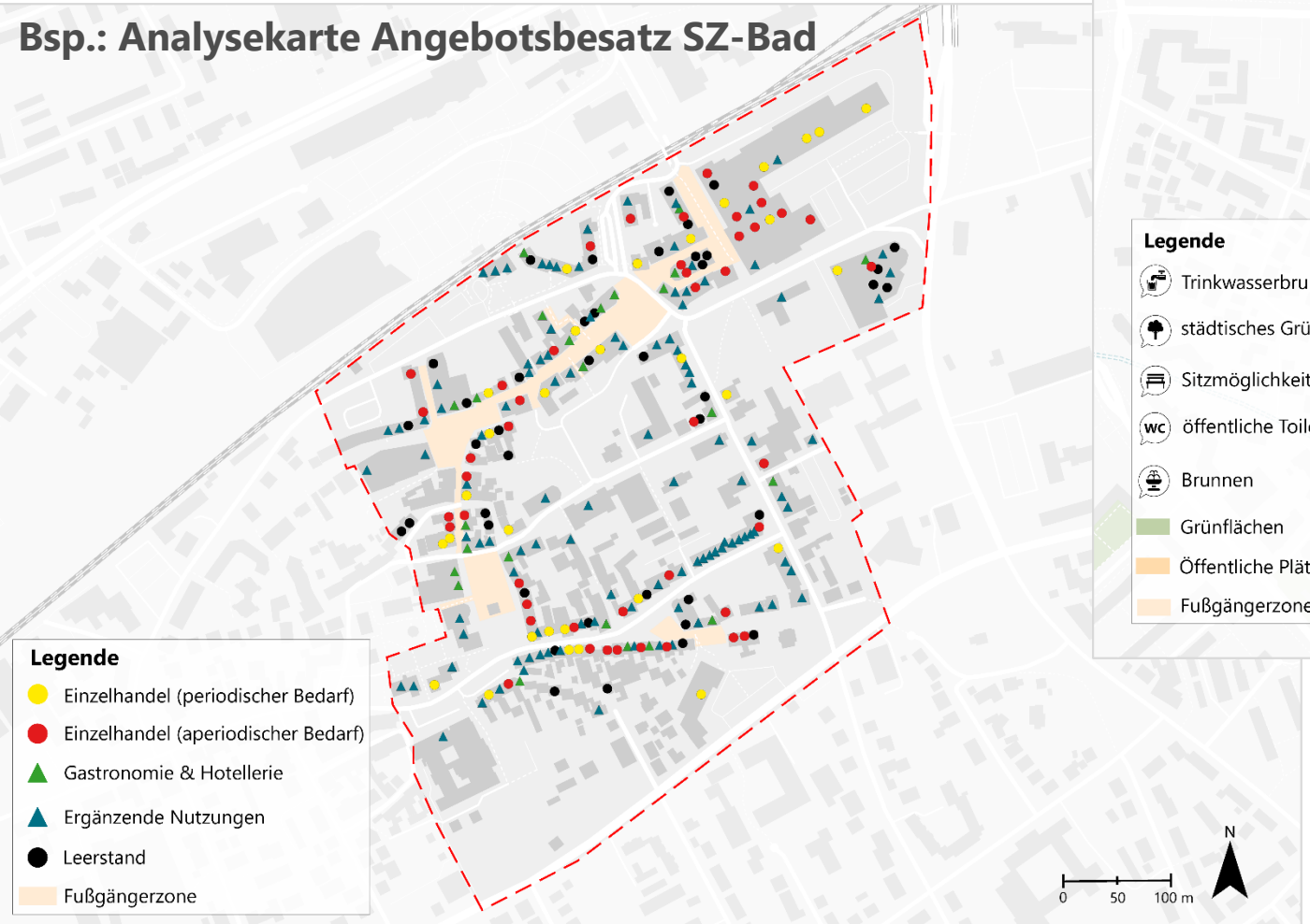


Fotos: cima 2023/2024

4. Bestandserfassung und -analyse

Standort-Check

Bsp.: Analysekarte Angebotsbesatz SZ-Bad



Bsp.: Analysekarte Gestaltung SZ-Lebenstedt

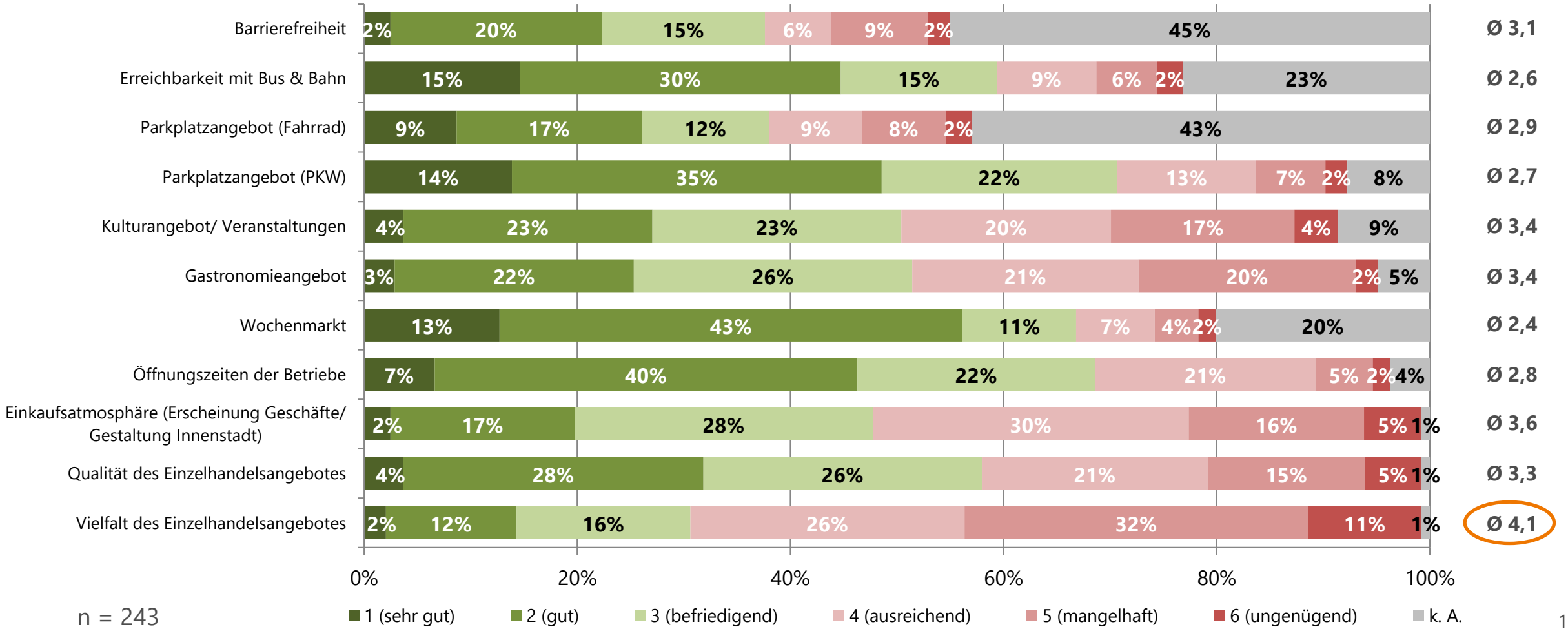
Kartengrundlage: Open Street Map.org; Bearbeitung cima, 2023 (Datenerhebung im Juli 2023)

4. Bestandserfassung und -analyse

Beteiligung im Zuge der Analyse: Online- und Passantenbefragung

Bitte vergeben Sie für folgende Eigenschaften der Innenstadt von SZ-Bad Schulnoten

(1 = sehr gut; 6 = ungenügend)

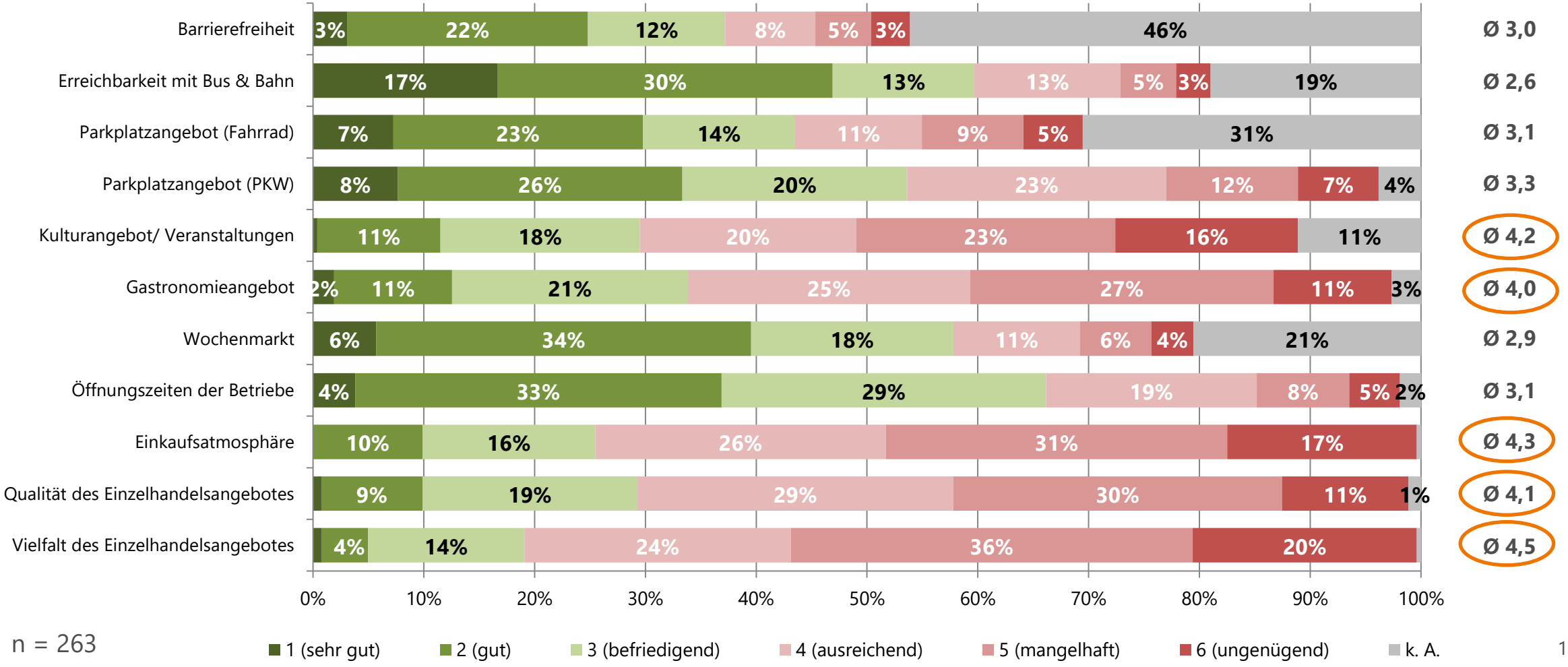


n = 243

4. Bestandserfassung und -analyse

Beteiligung im Zuge der Analyse: Online- und Passantenbefragung

Bitte vergeben Sie für folgende Eigenschaften der Innenstadt von SZ-Lebenstedt Schulnoten
(1 = sehr gut; 6 = ungenügend)



n = 263

4. Bestandserfassung und -analyse

Beteiligung im Zuge der Analyse: Online- und Passantenbefragung

Was gefällt Ihnen am besten/ was ist die wesentliche Stärke der Innenstadt?

SZ-Bad

n = 153; Nennungen = 183

SZ-Lebenstedt

n = 197; Nennungen = 398

4. Bestandserfassung und -analyse

Beteiligung im Zuge der Analyse: Online-Ideenkarten

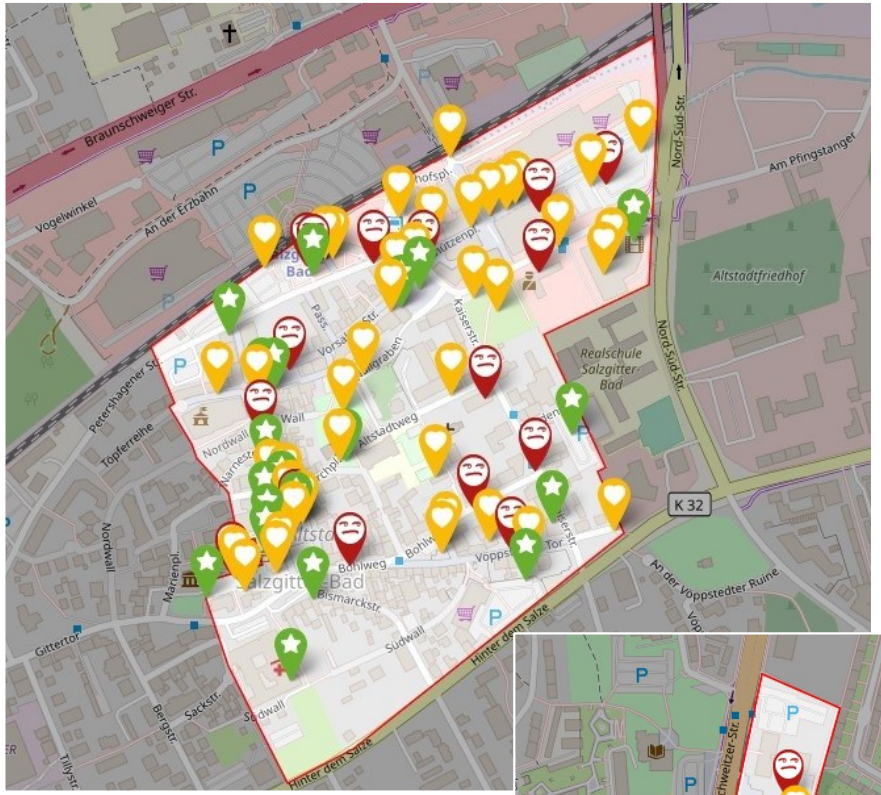
Wann? 17. August – 17. September 2023

Wie? Online via Projekthomepage

Was? Ideenkarte (Bewertung der aktuellen Situation + Lösungsansätze)

Ziel/ Zweck:

- Verortung von Stärken, Schwächen und Projektideen auf interaktiven Karten
- Integration/ Ergänzung durch eigene Fotos oder Best-Practice-Beispiele
- Kommentarfunktion und Bewertung (Like/ Dislike) durch alle Teilnehmenden
- Keine repräsentative Befragung!
- Die Ergebnisse vermitteln jedoch einen Eindruck über die räumliche Verortung von Stärken, Schwächen und ersten Projektideen

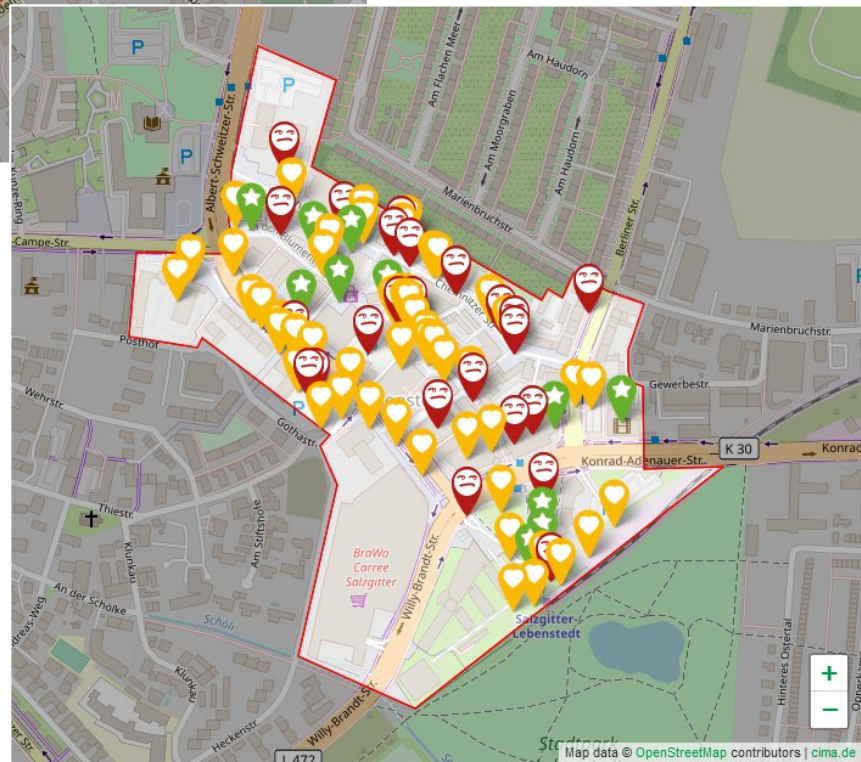


SZ-Bad:

78 Beiträge

52 Kommentare

788 Bewertungen



SZ-Lebenstedt:

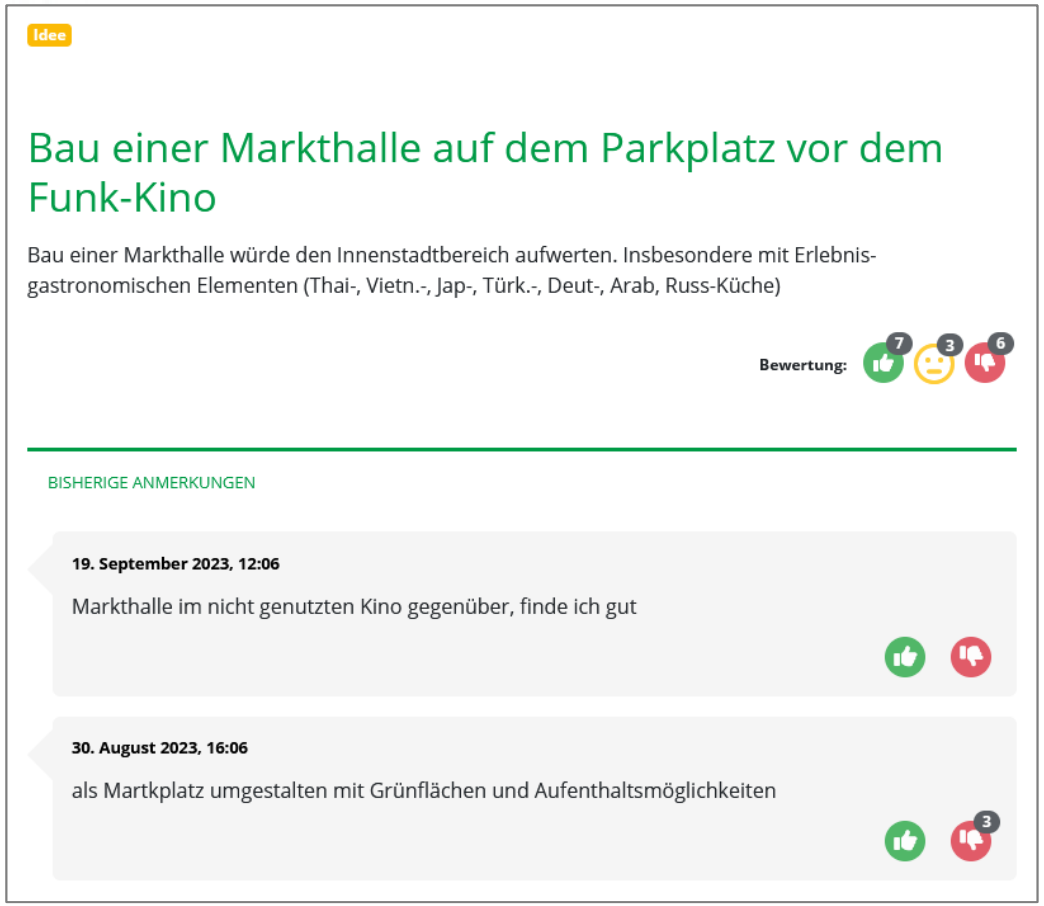
88 Beiträge

94 Kommentare

1.231 Bewertungen

4. Bestandserfassung und -analyse

Beteiligung im Zuge der Analyse: Online-Ideenkarten, SZ-Lebenstedt



Idee

Bau einer Markthalle auf dem Parkplatz vor dem Funk-Kino

Bau einer Markthalle würde den Innenstadtbereich aufwerten. Insbesondere mit Erlebnis-gastronomischen Elementen (Thai-, Vietn.-, Jap-, Türk.-, Deut-, Arab, Russ-Küche)

Bewertung: 7 3 6

BISHERIGE ANMERKUNGEN

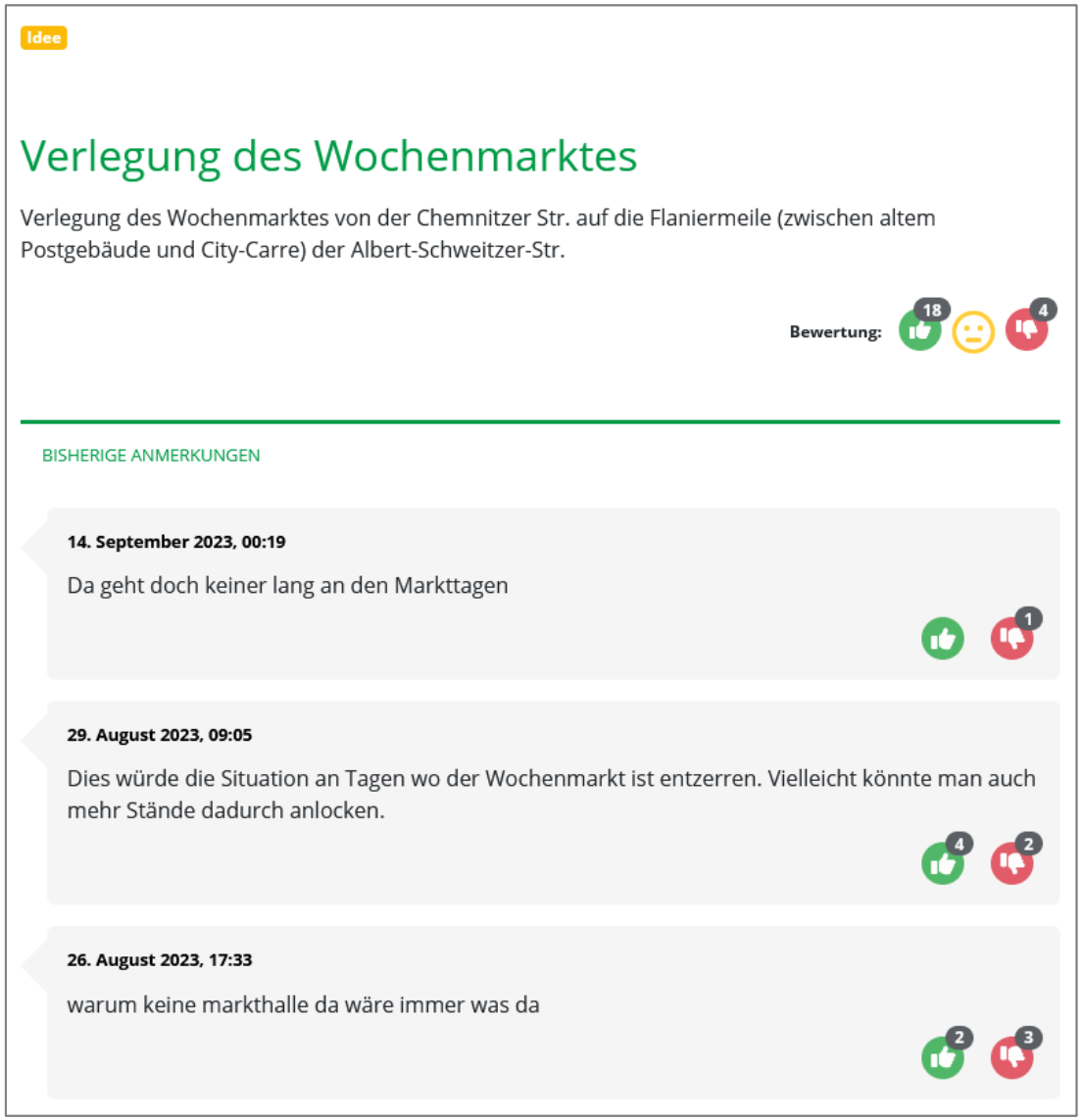
19. September 2023, 12:06

Markthalle im nicht genutzten Kino gegenüber, finde ich gut

30. August 2023, 16:06

als Martkplatz umgestalten mit Grünflächen und Aufenthaltsmöglichkeiten

3



Idee

Verlegung des Wochenmarktes

Verlegung des Wochenmarktes von der Chemnitzer Str. auf die Flaniermeile (zwischen altem Postgebäude und City-Carre) der Albert-Schweitzer-Str.

Bewertung: 18 4

BISHERIGE ANMERKUNGEN

14. September 2023, 00:19

Da geht doch keiner lang an den Markttagen

1

29. August 2023, 09:05

Dies würde die Situation an Tagen wo der Wochenmarkt ist entzerren. Vielleicht könnte man auch mehr Stände dadurch anlocken.

4 2

26. August 2023, 17:33

warum keine markthalle da wäre immer was da

2 3

4. Bestandserfassung und -analyse

Expertisegespräche

- 15 Einzel- und Gruppengespräche vor Ort bzw. digital (1-1,5 Stunden)
- Breites Feld von Akteuren aus der Stadtgesellschaft (Wirtschaft/ Handel, Soziales, Kultur, Stadtplanung, Mobilität)
- **Gesprächsinhalte:**
  - Evaluierung der bisherigen Entwicklung
  - Aktuelle Situation (Alleinstellungsmerkmale, Stärken, Schwächen, Herausforderungen)
  - Innenstadtmanagementstrukturen
  - Handlungsbedarfe für die Zukunft

- **Kern-Erkenntnisse:**
  - Verbesserung von Kommunikation, Kooperation und Verantwortlichkeiten
  - Stärkung von Aufenthaltsqualität und (zeitgemäßer/ moderner) Nutzungsmix
  - Standortvorteile nutzen → Image verbessern

4. Bestandserfassung und -analyse

Fliegender Reporter & Stadtlabor-Wochenenden

Fliegender Reporter

- KW 36 (04.-08.09.)
- Fokusinterviews mit „Gesichtern der Innenstädte“

Stadtlabore:

- SZ-Lebenstedt: Sa., 30.09.2023 (12-18 Uhr)
- SZ-Bad: Sa., 07.10.2023 (12-18 Uhr)
  - Ausstellung „Stadtstimmen“
  - Zwischenergebnisse der Ideenkarten
  - Best-Practices aus anderen Städten
  - Beteiligungsbar
  - Dialog „Innenstadt gemeinsam beleben“
  - „Audiowalk“ (KI-Stimmen)
  - Workshopstationen (Leerstand & Freiraum, Urbanes Gärtnern, Drinks gegen Beteiligung

Fotos: cima 2024

4. Bestandserfassung und -analyse

Fliegender Reporter & Stadtlabor-Wochenenden

Fotos: GfaZ 2024

4. Bestandserfassung und -analyse

Fliegender Reporter & Stadtlabor-Wochenenden

Fotos: GfaZ 2024

4. Bestandserfassung und -analyse

Chancen

- **Transformationsprozesse** des gesamtstädtischen Kontextes auf innerstädtische Entwicklungen übertragen („Big 5“, v. a. Salzgitter AG, ALSTOM/LHB, Volkswagen) → SZ als Innovationszentrum
- **Aus-/ Nachwirkungen der Corona-Krise** nutzen (Nachfrage regionaler Tourismus, Fahrradtourismus, Bedeutung regionaler Erzeugnisse)
- **Synergieeffekte durch Vernetzung**/ Wissenstransfer lokaler Akteure
  → z. B. stärkere Kooperation mit der Ostfalia Hochschule
- Die **Entwicklung von Schlüsselbereichen** bietet Entwicklungspotenziale und -anstöße für die gesamten Innenstädte (durch klimagerechte Foren bereits gute Schritte getan)
- **Sicherung/ Stärkung/ Unterstützung der lokalen Werbegemeinschaften** zur Aktivierung der Einzelhändler, Gastronomen und Dienstleistungen („Wir-Gefühl“ fördern)
- **Gezielte Eigentümeransprache (Beratung und Unterstützung)** kann dazu beitragen Leerstände nachzubesetzen und städtebauliche Missstände aufzuwerten, v. a. in 1A-Lagen (Lebenstedt: In den Blumentriften, Citytor-Center; Bad: Vorsalzer Straße)
- Verbesserung der Kommunikation/Kooperation durch **Sichtbarkeit zentraler Schnittstellen**
  → Citymanagement & Innenstadtmarketing
- Zielgerichtete Marketingmaßnahmen steigern die **Imagebildung nach Außen und Innen**
  → Alleinstellungsmerkmale profilieren!

4. Bestandserfassung und -analyse

Ableitung des Handlungsbedarfs

Angebot

- Angebote für alle Bevölkerungsgruppen sowie Altersklassen schaffen (v. a. für Jugendliche)
- Aktives Leerstandsmanagement & -vermarktung über das Mietzuschuss-programm der WIS hinaus (Nach-besetzung bzw. zunächst Kaschierung/ Bespielung im Rahmen der Möglichkeiten)
- Ergänzung Angebotsmix durch attr. Gastronomieangebote (v. a. abends)
- Intensivierung & Pflege der Kontakte zu Grund- und Immobilieneigentümer*-innen im Rahmen der Möglichkeiten
- Magnetbetriebe sichern/ansiedeln
- Profilierung von Service, Beratung & Erlebnis
- Steigerung digitaler Präsenz/ Aufwertung Schaufenster
- Förderung temporärer/saisonaler Angebote
- Ergänzung frequenzbringender Funktionen/ Einrichtungen (z. B. Ostfalia, Jugendtreff etc.)

Mobilität & Erreichbarkeit

- Förderung der Fahrradinfrastruktur (v. a. Radwege, Abstellanlagen + ergänzende Services)
- Optimierung der ÖPNV-Anbindung der kleineren Stadtteile an die Zentren
- Multimodale Mobilitäts-/ Umsteigepunkte ausbauen
- Ausbau der Barrierefreiheit (v. a. auch Zugang der Geschäfte)
- Überarbeitung, Pflege, Aktualisierung der Park-/Wege-/ tour. Leitsysteme
- Verbesserung der Erreichbarkeit der Zentren von Bad & Lebenstedt untereinander

Stadtgestaltung

- Schaffung von Frei- und Grünflächen sowie Plätzen als Treffpunkte (auch Spielplätze), konsumfreie Begegnungsorte
- Nachhaltigkeit & Klimaschutz/ -anpassung vorantreiben, Grünstrukturen aufwerten, Potenziale ausschöpfen (vertikale Begrünung, Dachbegrünung)
- Stetige Vereinheitlichung/ Modernisierung des Stadtmobiliars
- Temporäre/saisonale Gestaltungs- und Spielelemente (Experimentier-räume)
- Aufwertung/Sanierung öffentlicher und privater Raum (Sauberkeit mitdenken)

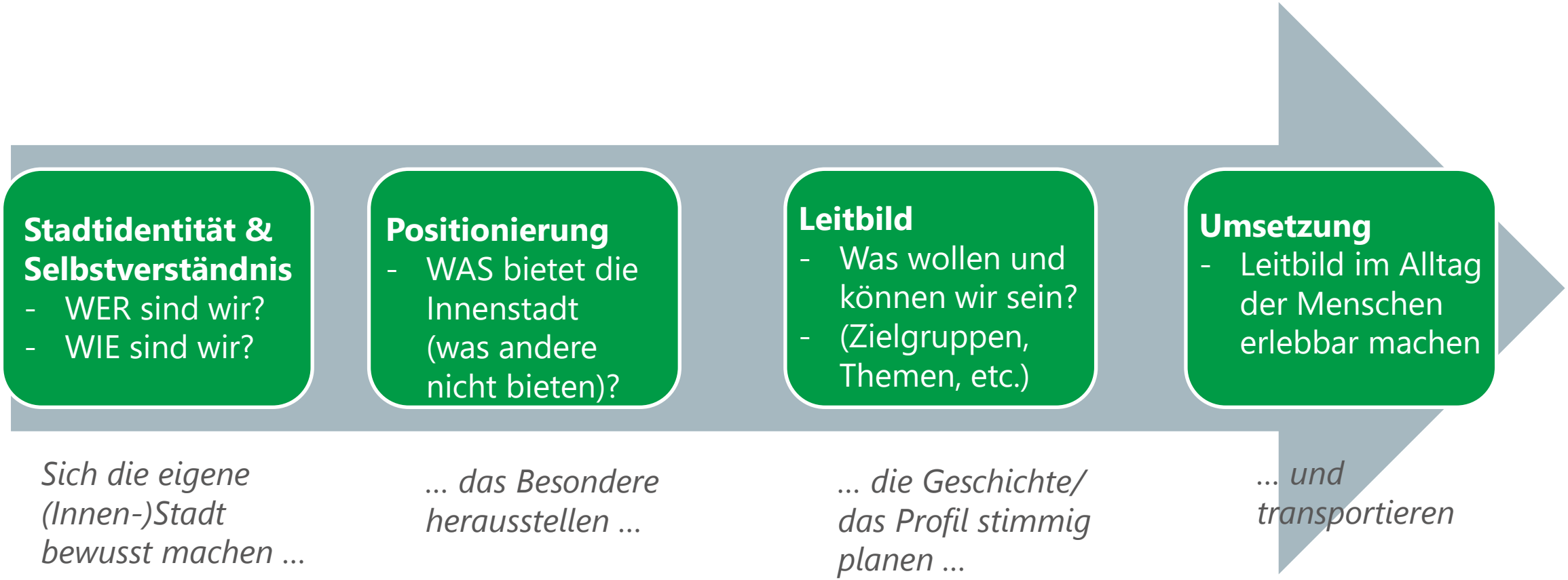
Erlebnis & Kommunikation

- Schaffung von „Leuchttürmen“, Alleinstellungsmerkmale fördern
- Image nach innen stärken und nach außen profilieren
- Touristische Potenziale stärker für die Innenstädte nutzen
- Ausbau von Kultur- und Freizeitangeboten in den Innenstädten (generationen-übergreifende Erlebnisräume)
- Erlebbares Miteinander und Gemeinschaft fördern
- Integration und Inklusion aller Bevölkerungsgruppen fördern
- Kommunikation der gewerblichen, sozialen und kulturellen Angebote und der Innenstädte insgesamt → offline und online
- Etablierung zeitgemäßer Services im Einzelhandel
- (Gefühlte) Sicherheit steigern

5. Leitbild(er), Ziele und Handlungsansätze

5. Leitbild(er), Ziele und Handlungsansätze

Leitbild(er) für die Innenstädte von SZ-Bad und SZ-Lebenstedt



5. Leitbild(er), Ziele und Handlungsansätze

Leitbild(er) für die Innenstädte von SZ-Bad und SZ-Lebenstedt

Salzgitter

„Stadt mit Zukunft“
Kinder- und familienfreundliche Lernstadt

Leitbild Salzgitter-Bad

- Ort zum Miteinanderleben
- Grünes Zentrum mit Erholungsfaktor
- Lebendig und zukunftsorientiert
- Vernetzte Innenstadt

Maßnahmenkatalog
Entwicklung von Maßnahmen zur Realisierung der strategischen Ziele

- Ort zum Miteinander-leben
- Grünes Zentrum mit Erholungs-faktor
- Lebendig und zukunfts-orientiert
- Vernetzte Innenstadt

Zeitplanung

Kosten/Finanzierung/ Förderungen

Organisation/ Umsetzungsstrukturen

Leitbild Salzgitter-Lebenstedt

- Ort zum Miteinanderleben
- Umweltbewusstes Zentrum
- Zukunftsstarker Wirtschaftsstandort
- Vernetzte Innenstadt

Maßnahmenkatalog
Entwicklung von Maßnahmen zur Realisierung der strategischen Ziele

- Ort zum Miteinander-leben
- Umwelt-bewusstes Zentrum
- Zukunfts-starker Wirtschafts-standort
- Vernetzte Innenstadt

Zeitplanung

Kosten/Finanzierung/ Förderungen

Organisation/ Umsetzungsstrukturen

SZ-Bad

Eiscafé Rialto
Coca-Cola
ALANYA GRILL
RESTAURANT & GRILLHAUS
Service
Floristik
Pflanzen
18 a

5. Leitbild(er), Ziele und Handlungsansätze

Leitbild + Ziele für die Innenstadt von SZ-Bad: Anspruchs- und Zielgruppen

Bevölkerung

- **Familien (mit Kindern)**
- **Jugend/ Schüler*innen**
- **Studierende**
- **Fachkräfte/“Spezialisten“** (Perspektive: Neubürger*innen)
- **Alle Kulturen**
- Junge Erwachsene/Berufstätige
- Best Ager
- Eigentümer*innen

Gäste

- **Tagesgäste/ Tourist*innen** (Fokus: Gesundheit/Erholung, Aktiv-/Fahrradtourismus, junges Publikum, Besuchende Thermalsolbad und Kurgäste)
- Umlandbewohner*innen (v. a. Salzgitter-Süden)

Unternehmen & Gründer*innen

- **Existenzgründer*innen/ neue Unternehmen** (Fokus: Fachgeschäfte, Hotel, hochwertige Gastronomie)
- **Investor*innen**
- Bestandsbetriebe
- Werbegemeinschaft
- Vereine/Institutionen

5. Leitbild(er), Ziele und Handlungsansätze

Leitbild + Ziele für die Innenstadt von SZ-Bad

Ort zum Miteinanderleben

- Kinder- und familienfreundliche Innenstadt als Treffpunkt stärken
- Generationen- und kultur-übergreifende Angebote etablieren
- Vielfalt, Integration und Inklusion fördern - gemeinsam gestalten

Grünes Zentrum mit Erholungsfaktor

- Altstadt des Sole-Kurortes inszenieren (Fokus auf Gesundheit & Erholung)
- Aufenthaltsqualität steigern durch grüne, blaue und historische Elemente
- Besuchs- und Verweilanreize ausbauen
- Klimaschutz und Klimaanpassung

Lebendig und zukunftsorientiert

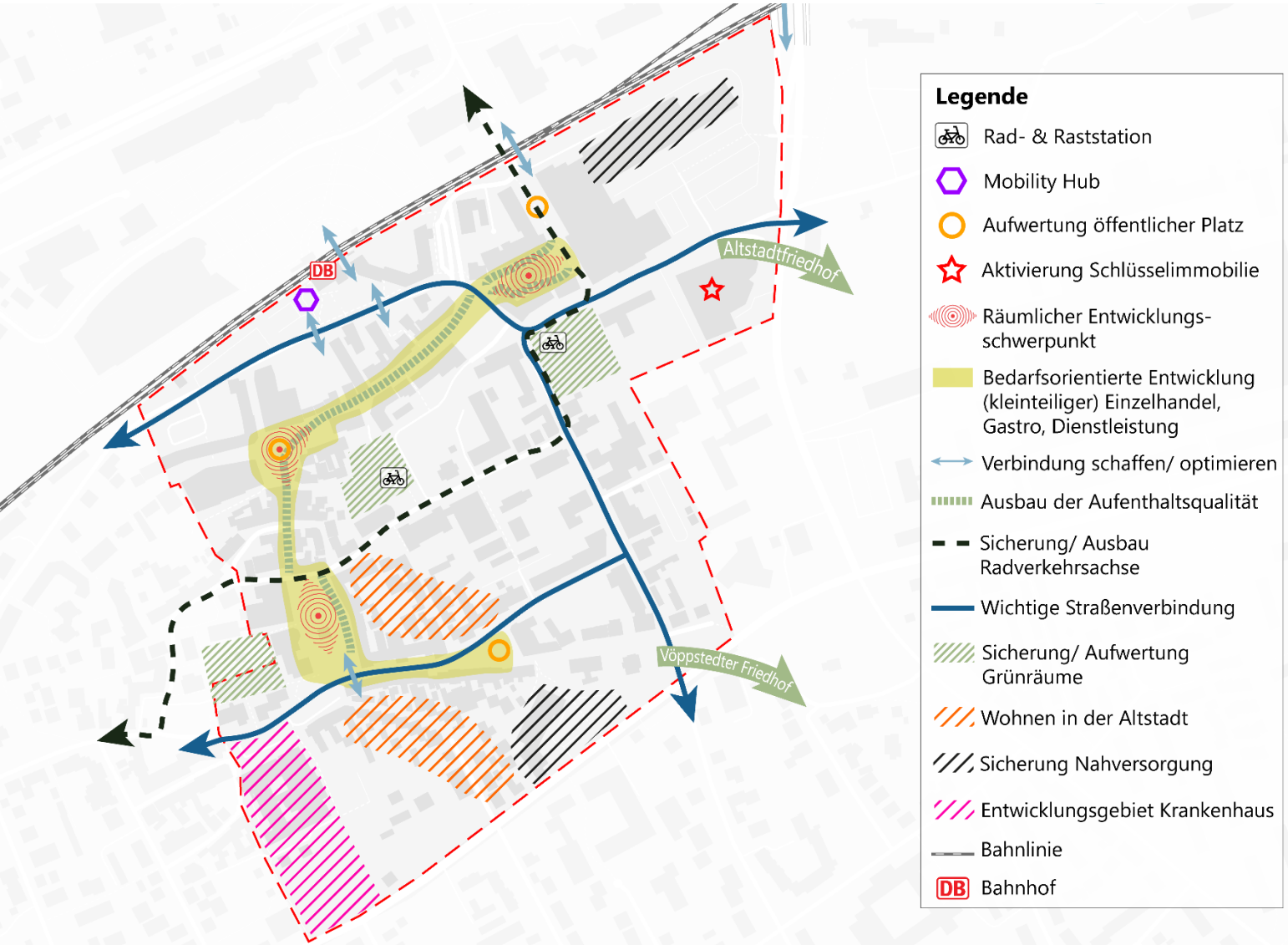
- Nutzungsmix stärken aus qualitäts-orientiertem (Fach-)Einzelhandel, Arbeit, (höherwertiger) Gastronomie, Wohnen, Freizeit, Sport, Kultur, Hotel
- Kundschaftsbindung erhöhen durch Service und Erlebnis

Vernetzte Innenstadt

- Stärkung der Erreichbarkeit durch multimodale Mobilitätsangebote
- Förderung nachhaltiger Mobilität und Barrierefreiheit
- Sichtbarkeit der Innenstadt online & offline erhöhen (smart?)

5. Leitbild(er), Ziele und Handlungsansätze

Leitbild + Ziele für die Innenstadt von SZ-Bad

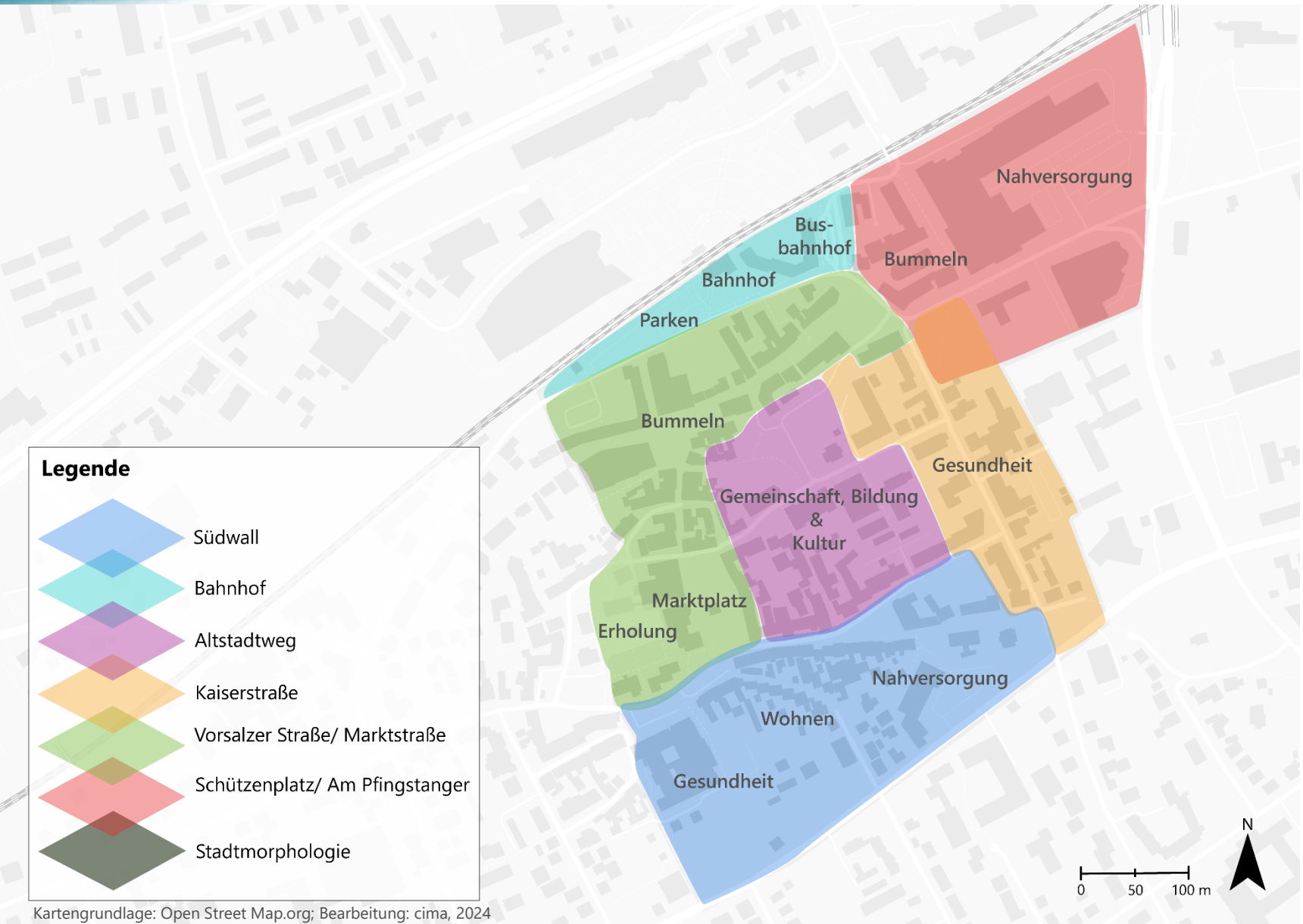


Kartengrundlage: Open Street Map.org; Bearbeitung: cima, 2024

- Klesmerplatz, Marktplatz und Schützenplatz als räumliche Entwicklungsschwerpunkte mit Ausstrahlungseffekten
- Bedarfsorientierte Entwicklung und Sicherung des (inhabergeführten) Einzelhandels sowie Gastronomie- und Dienstleistungsangeboten
- Erhöhung der Aufenthaltsqualität im Bereich der Fußgängerzone durch Begrünung, Stadtmobiliar, Erlebnisse
- Mobilitätsangebote intensiver verknüpfen, Ausbau der (Radwege-)Infrastruktur
- Erreichbarkeit aus den umliegenden Siedlungsbereichen (v. a. nördlich der Bahnlinie) optimieren

5. Leitbild(er), Ziele und Handlungsansätze

Quartiersprofile SZ-Bad



Kartengrundlage: Open Street Map.org; Bearbeitung: cima, 2024

- Abgrenzung von **sechs innerstädtischen Quartieren** mit eigenen Charakteristika & Profilierungsansätzen
- Abgrenzungsentwurf basiert auf der von der cima durchgeführten Analyse und durchgeführten Begehung
- Abgrenzung ist weniger als definitiv zu verstehen, sondern als Orientierungsrahmen

5. Leitbild(er), Ziele und Handlungsansätze

Maßnahmenkatalog SZ-Bad

Ort zum Miteinanderleben		Grünes Zentrum mit Erholungsfaktor		Lebendig und zukunftsorientiert		Vernetzte Innenstadt	
A1	Zentrumsanker einrichten als Ort der Begegnung	B1	Sole-Kurort (Tourismus allg.) in der Innenstadt inszenieren und erlebbar machen	C1	Multifunktionalen Branchenbesatz/ Nutzungsmix stärken und diversifizieren	D1	Verbesserung der Barrierefreiheit sowie Aufwertung der Wegeleitführung und Eingangsbereiche zur Innenstadt
A2	Anger-Center als Kultur- & Freizeitort stärken & aufwerten	B2	Grüne und blaue Elemente stärken/ Platzpotenziale (funktional & nachhaltig) ausschöpfen	C2	Etablierung eines Lernortes für Studierende und Interessierte	D2	Mobilitätshub am Bahnhof ausbauen
A3	Freizeit-/Kulturangebote und Begegnungsorte für alle Generationen ausbauen bzw. aufwerten	B3	Feste und temporäre/mobile Möblierungs- & Gestaltungselemente	C3	Märkte, Veranstaltungen und Aktionen sichern, optimieren und ausbauen	D3	Optimierung der Radverkehrsinfrastruktur
A4	Angebote/Räumlichkeiten der Stadtbibliothek ausbauen	B4	Sicherung und Stärkung des Wochenmarktes	C4	Kundschaftsbindung erhöhen durch Service, Beratung und Erlebnis	D4	Ausbau der (digitalen) Präsenz der Betriebe und Angebote, Stärkung freier WLAN-Hotspots in der Innenstadt
A5	Vielfalt und Inklusion im öffentlichen Raum sichtbarer machen	B5	Sicherheit & Sauberkeit im öffentlichen Raum erhöhen	C5	Potenzial-/Machbarkeitsstudie Hotelansiedlung		
		B6	Fassadenprogramm/ Gestaltungssatzung als Richtlinie				

ENTWURF

5. Leitbild(er), Ziele und Handlungsansätze

Beteiligung im Zuge der Konzeption: Fachforum am 21.05.2024

Fotos: cima 2024

5. Leitbild(er), Ziele und Handlungsansätze

Beteiligung im Zuge der Konzeption: Online-Kommentierung

- Möglichkeit der **Online-Kommentierung & -bewertung der Maßnahmen** (01.-30.06.2025)
- Insgesamt **8.319 Bewertungen** & **357 Kommentare** (178 in SZ-Bad)

Top 3 „Gefällt mir"-Angaben

- Zentrumsanker einrichten als Ort der Begegnung
- Anger-Center als Kultur- & Freizeitort stärken & aufwerten
- Sole-Kurort (Tourismus allg.) in der Innenstadt inszenieren und erlebbar machen

Top 3 „Gefällt mir nicht"-Angaben

- Potenzial-/Machbarkeitsstudie Hotelansiedlung
- Vielfalt und Inklusion im öffentlichen Raum sichtbarer machen
- Ausbau der (digitalen) Präsenz der Betriebe und Angebote, Stärkung freier WLAN-Hotspots in der Innenstadt

5. Leitbild(er), Ziele und Handlungsansätze

Maßnahmenkatalog SZ-Bad

Orange markierte Projekte beziehen sich nur auf SZ-Bad, die übrigen sind auch für SZ-Lebenstedt angedacht.

Ort zum Miteinanderleben		Grünes Zentrum mit Erholungsfaktor		Lebendig und zukunftsorientiert		Vernetzte Innenstadt	
A1	Zentrumsanker einrichten als Ort der Begegnung	B1	Sole-Kurort (Tourismus allg.) in der Innenstadt inszenieren und erlebbar machen	C1	Multifunktionalen Branchenbesatz/ Nutzungsmix stärken und diversifizieren	D1	Verbesserung der Barrierefreiheit sowie Aufwertung der Wegeleit-führung und Eingangsbereiche zur Innenstadt
A2	Anger-Center als Kultur- & Freizeitort stärken & aufwerten	B2	Grüne und blaue Elemente stärken/ Platzpotenziale (funktional & nachhaltig) ausschöpfen	C2	Märkte, Veranstaltungen und Aktionen sichern, optimieren und ausbauen	D2	Mobilitätshub am Bahnhof ausbauen
A3	Vielfalt und Inklusion im öffentlichen Raum sichtbarer machen	B3	Feste und temporäre/mobile Möblierungs- & Gestaltungs-elemente	C3	Kundschaftsbindung erhöhen durch Service, Beratung und Erlebnis	D3	Optimierung der Radverkehrsinfrastruktur
		B4	Sicherung und Stärkung des Wochenmarktes			D4	Ausbau der (digitalen) Präsenz der Betriebe und Angebote
		B5	Sicherheit & Sauberkeit im öffentlichen Raum erhöhen				
		B6	Fassadenprogramm/ Gestaltungs-satzung als Richtlinie				

5. Leitbild(er), Ziele und Handlungsansätze

Projektsteckbrief: Anger-Center als Kultur- und Freizeitort stärken & aufwerten

Ziel

- Östliches Eingangstor zur Innenstadt stärken
- Nachfrage nach Freizeitangeboten befriedigen
- Fokus auf Angebote für die Abendstunden für Jugendliche und (junge) Erwachsene

Inhalt

- **Belebung des Anger-Centers**
  - kreative Nutzungskonzepte mit neuen Kultur- und Freizeitangeboten
  - Ergänzung bereits bestehender Angebote
- **Mögliche Nutzungen**
  - Club/Diskothek
  - (Sports-)Bar (inkl. Billiard, Snooker, Darts etc.)
  - Gaming-Area/Escape-Room
- **Aufwertungsmaßnahmen im Außenbereich**
  - Sanierung/Gestaltung der Fassade
  - Fassaden-/Dachbegrünung
- **Kooperation und Unterstützung**
  - (Investitions-)Bereitschaft seitens des Eigentümers als Voraussetzung
  - Beratung & Unterstützung durch WIS

Good-Practice-Beispiele

https://www.pexels.com

https://www.emden-touristik.de/essen-trinken/gastronomie/manhattan-sports-bar-emden

https://www.escapehannover.de/vr-escape-rooms-hannover/

https://www.swd-ag.de/magazin/freizeit/trendsport-darts/

5. Leitbild(er), Ziele und Handlungsansätze

Projektsteckbrief: Sicherung und Stärkung des Wochenmarktes

Ziel

- Sicherung und Stärkung des Wochenmarktes
- Wochenmarkt als Treffpunkt etablieren („klönen“)
- Aufenthaltsdauer- und Qualität erhöhen (Verweilanreize ausbauen)
- Wahrnehmung und Frequenz des Marktes erhöhen
- Erhöhung der Vielfallt des Angebotes auf dem Wochenmarkt (internationale(re)s Sortiment)

Inhalt

- **Enger Austausch und regelmäßige Abstimmung mit den Beschicker*innen des Wochenmarktes**
- **Verweil- und Sitzgelegenheiten schaffen**
  - z. B. Mittagsimbiss, Senioren, mobileingeschränkte Personen, Vernetzung mit Umgebung!
- **Angebot optimieren**
  - Anzahl der Stände und Sortimentsbreite (mehr internationale Stände/Produkte)
  - Imbiss/ Kaffeestand
- **„Emotionalere“ Kommunikation/ Marketing**
  - z. B. einzelne Beschicker*innen mit Storytelling-Elementen in Szene setzen, als Broschüre/ Flyer, auch Hinweis auf Treffpunkt Innenstadt, online verlinken und in Stadtteilen/Region verteilen
- **Hinweisschild(er) an Stadteingängen**
- **Monitoring: Regelmäßige Ermittlung von Reichweite, Kundschaftsstruktur, Besuchsmotiven**
  - z. B. durch Befragungen, Frequenzzählungen

Good-Practice-Beispiele

https://cafe-mobil.net/

Quelle: cima, 2018

https://www.kn-online.de/lokales/segeberg/neue-sitzgruppe-damit-bad-bramstedts-wochenmarkt-zum-treffpunkt-wird-KPLZVLAI5NH7POXBUSECZAYPLQ.html

https://stadtmarketing-plettenberg.de/frisch-freundlich-der-wochenmarkt-in-plettenberg/

5. Leitbild(er), Ziele und Handlungsansätze

Projektsteckbrief: Märkte, Veranstaltungen und Aktionen sichern, optimieren und ausbauen

Ziel

- Märkte, Veranstaltungen und Aktionen sichern, optimieren und ausbauen
- Attraktionen/ Veranstaltungen schaffen und Bevölkerung in die Innenstadt ziehen
- Angebote für Freizeit, Austausch und Begegnung schaffen
- Innenstadt als Treffpunkt aller Generationen etablieren
- Generations- und kulturübergreifende Angebote fördern

Inhalt

- **Kritische Prüfung des Veranstaltungsangebotes und Anpassung/Ergänzung dessen, insbesondere mit Blick auf das Leitbild der Innenstadt, auf die Zielgruppen und die Wünsche von Bürger*innen und Besucher*innen**
- **Etablierte Formate**
  - u. a. „Salzgitter putzt sich", Altstadtfest, Weinfest, Weihnachtsmarkt, Verkaufsoffene Sonntage weiterentwickeln/neu denken
- **Mögliche neue Format:**
  - u. a. White Dinner (auf Klesmer- oder Marktplatz), Kunsthandwerkermarkt, Poetry-Slam (junges Publikum/ Studierende ansprechen), Open-Air-Kino, Flohmarkt, Live-Musik, eGaming-Meisterschaft
- **Wichtig:**
  - Intensives Marketing auf diversen Kanälen, um die Märkte/Veranstaltungen nach außen zu tragen, enge Zusammenarbeit aller wichtigen Akteure und gemeinsame, einheitliche Kommunikation nach Außen

Good-Practice-Beispiele

Quelle: © Braunschweig Stadtmarketing GmbH/Philipp Ziebart

https://www.meingoslar.de/veranstaltungen/kunsthandwerkermarkt

https://www.radiorsg.de/artikel/1-solinger-e-sport-convention-1464752.html

https://www.satznachvorn.de/events/open-air-slam-2/

5. Leitbild(er), Ziele und Handlungsansätze

Projektsteckbrief: Ausbau der (digitalen) Präsenz der Betriebe und Angebote

Ziel

- Erhöhung der Sichtbarkeit der Innenstadt online als auch offline
- Bewerben der eigenen Produkte und Läden
- Erhöhung der Kundschaftsbindung
  - Unter Berücksichtigung aller Zielgruppen/ Generationen – sowie der Bevölkerung als auch Besucher*innen)

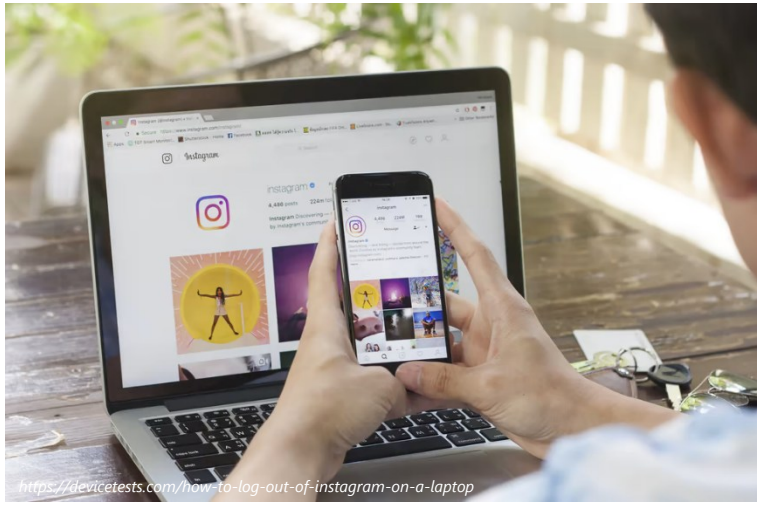
Inhalt

- **Coaching der Betriebe beim Thema digitaler Präsenz**
  - Online-Präsenz-Check, Seminare zum Thema Social Media etc.)
- **Unterstützung der Betriebe beim Thema Service & Gestaltung**
  - Schulungen zu Gestaltung und Präsentation der Geschäfte, Waren, Schaufenster etc.
  - Durchführung von Store-Checks
- **Service in den Vordergrund stellen**
  - z. B. einheitliche (Kern-)Öffnungszeiten , Lieferservices, digitale Dienste, nachhaltige Angebote
- **Maßnahmen zur Kundschaftsbindung**
  - Newsletter, Give-Aways, Foto-Point, Schaffung positiver Erinnerungen, Grußkarte aus der Innenstadt etc.
- **Aufstellen von digitalen Infostellen (vgl. Perspektive Innenstadt)**

Good-Practice-Beispiele

Quelle: cima 2024

https://www.pinterest.jp/pin/507429083009[illegible]759/


https://devicetests.com/how-to-log-out-of-instagram-on-a-laptop

https://i.etsystatic.com/24589871/r/il/436c28/3408718640/il_794xN.3408718640_dsi5.jpg

SZ-Lebenstedt

5. Leitbild(er), Ziele und Handlungsansätze

Leitbild + Ziele für die Innenstadt von SZ-Lebenstedt: Anspruchs- und Zielgruppen

Bevölkerung

- **Familien (mit Kindern)**
- **Jugend/ Schüler*innen**
- **Studierende**
- **Fachkräfte/“Spezialisten“** (Perspektive: Neubürger*innen)
- **Alle Kulturen**
- Junge Erwachsene/Berufstätige
- Best Ager
- Eigentümer*innen

Gäste

- **Tagesgäste/ Tourist*innen** (Fokus: Synergieeffekte Salzgittersee, Eissporthalle, Reisemobilstellplatz, Geschäftsreisende)
- Umlandbewohner*innen (v. a. Salzgitter-Norden)

Unternehmen & Gründer*innen

- **Existenzgründer*innen/ neue Unternehmen**
- **Investor*innen**
- **Eigentümer*innen**
- Bestandsbetriebe
- Werbegemeinschaft
- Vereine/Institutionen

5. Leitbild(er), Ziele und Handlungsansätze

Leitbild + Ziele für die Innenstadt von SZ-Lebenstedt

Ort zum Miteinanderleben

- Kinder- und familienfreundliche Innenstadt als Treffpunkt stärken
- Generationen- und kultur-übergreifende Angebote etablieren
- Vielfalt, Integration und Inklusion fördern - gemeinsam gestalten

Umweltbewusstes Zentrum

- Aufenthaltsqualität steigern durch mehr Begrünung und Entsiegelung
- Besuchs- und Verweilanreize ausbauen
- Klimaschutz und Klimaanpassung nachhaltig gestalten

Zukunftsfähiger Wirtschaftsstandort

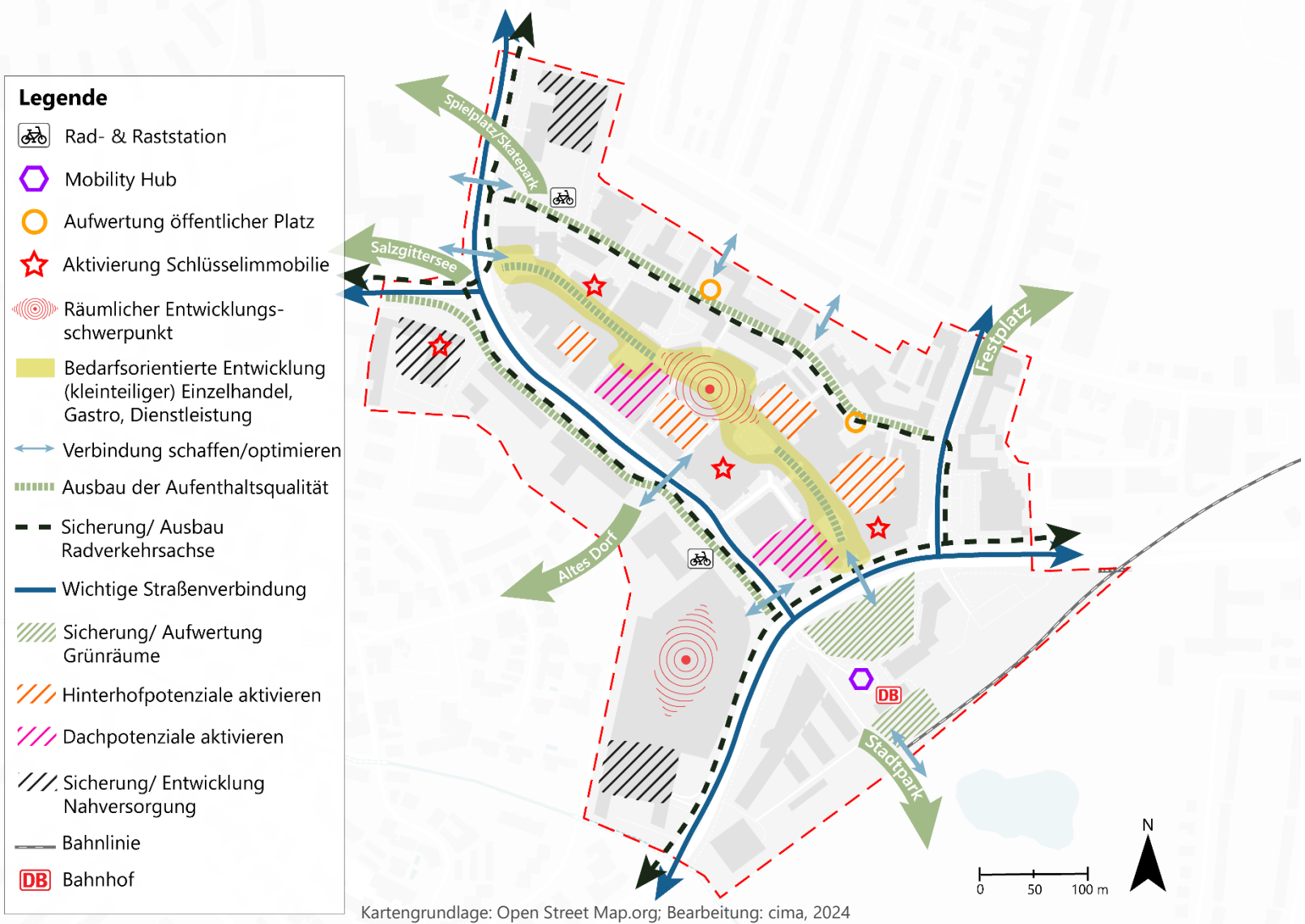
- Innovation und Transformation gestalten
- Branchenmix sichern und stärken aus Einzelhandel (für alle Bedarfsstufen/ Betriebstypen), Arbeit, Gastronomie, Wohnen, Freizeit und Kultur
- Kundschaftsbindung erhöhen durch Service und Erlebnis

Vernetzte Innenstadt

- Stärkung der Erreichbarkeit durch multimodale Mobilitätsangebote
- Förderung nachhaltiger Mobilität und Barrierefreiheit
- Sichtbarkeit der Innenstadt online & offline erhöhen (smart?)

5. Leitbild(er), Ziele und Handlungsansätze

Leitbild + Ziele für die Innenstadt von SZ-Lebenstedt

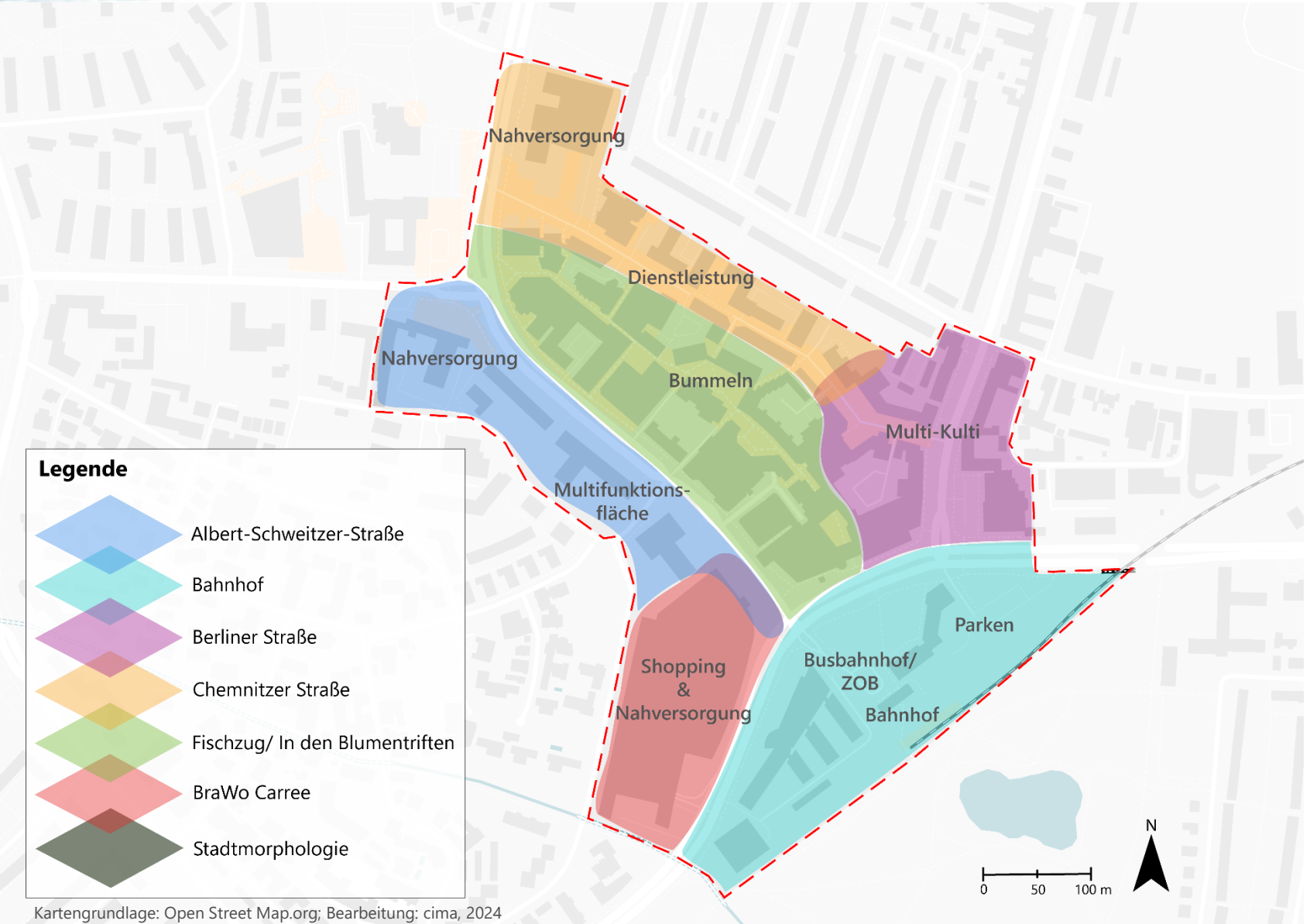


Kartengrundlage: Open Street Map.org; Bearbeitung: cima, 2024

- Bedarfsorientierte Entwicklung des Fischzuges und In den Blumentriften mit Fokus auf Einzelhandel (für alle Bedarfstypen und –gruppen), Dienstleistung und Gastronomie
- Stärkung und Ausbau der Verbindungen zur Fußgängerzone (Hauptverkehrs-straßen als städtebauliche Barrieren)
- Aktivierung der Potenziale in Hinterhöfen und auf Flachdächern sowie Aktivierung von Schlüsselimmobilien
- Aufwertung von zusätzlichen zentralen Plätzen auf der Chemnitzer Straße
- Erhöhung der Aufenthaltsqualität im gesamten Innenstadtgebiet durch Aufwertung Stadtmobiliar & Begrünung

5. Leitbild(er), Ziele und Handlungsansätze

Quartiersprofile SZ-Lebenstedt



Kartengrundlage: Open Street Map.org; Bearbeitung: cima, 2024

- Abgrenzung von **sechs innerstädtischen Quartieren** mit eigenen Charakteristika & Profilierungsansätzen
- Abgrenzungsentwurf basiert auf der von der cima durchgeführten Analyse und durchgeführten Begehung
- Abgrenzung ist weniger als definitiv zu verstehen, sondern als Orientierungsrahmen

5. Leitbild(er), Ziele und Handlungsansätze

Maßnahmenkatalog SZ-Lebenstedt

A	Ort zum Miteinanderleben	B	Umweltbewusstes Zentrum	C	Zukunftsfähiger Wirtschaftsstandort	D	Vernetzte Innenstadt
A1	Zentrumsanker einrichten als Ort der Begegnung	B1	Begrünung und Gestaltung von Dach- und Fassadenflächen, Förderung nachhaltiger Energiegewinnung/-erzeugung	C1	Multifunktionalen Branchenbesatz/ Nutzungsmix stärken und diversifizieren	D1	Verbesserung der Barrierefreiheit sowie Aufwertung der Wegeleitführung und Eingangsbereiche zur Innenstadt
A2	CitytorCenter multifunktional stärken & aufwerten	B2	Grünstrukturen im öffentlichen Raum stärken/ Platzpotenziale (funktional & nachhaltig) ausschöpfen	C2	Etablierung eines Lernortes für Studierende und Interessierte	D2	Mobilitätshub am Bahnhof komplettieren
A3	Freizeit-/Kulturangebote und Begegnungsorte für alle Generationen ausbauen bzw. aufwerten	B3	Feste und temporäre/mobile Möblierungs- & Gestaltungselemente	C3	Märkte, Veranstaltungen und Aktionen sichern, optimieren und ausbauen	D3	Optimierung der Radverkehrsinfrastruktur
A4	Stadtpassage multifunktional stärken & aufwerten	B4	Sicherung und Stärkung des Wochenmarktes	C4	Kundschaftsbindung erhöhen durch Service, Beratung und Erlebnis	D4	Ausbau der (digitalen) Präsenz der Betriebe und Angebote, Stärkung freier WLAN-Hotspots in der Innenstadt
A5	Vielfalt und Inklusion im öffentlichen Raum sichtbarer machen	B5	Sauberkeit im öffentlichen Raum erhöhen	C5	TranSZformations-Labor		
A6	Abbau von Angsträumen/Sicherheitsgefühl im öffentlichen Raum erhöhen						

ENTWURF

5. Leitbild(er), Ziele und Handlungsansätze

Beteiligung im Zuge der Konzeption: Fachforum am 23.05.2024

Fotos: cima 2024

5. Leitbild(er), Ziele und Handlungsansätze

Beteiligung im Zuge der Konzeption: Online-Kommentierung

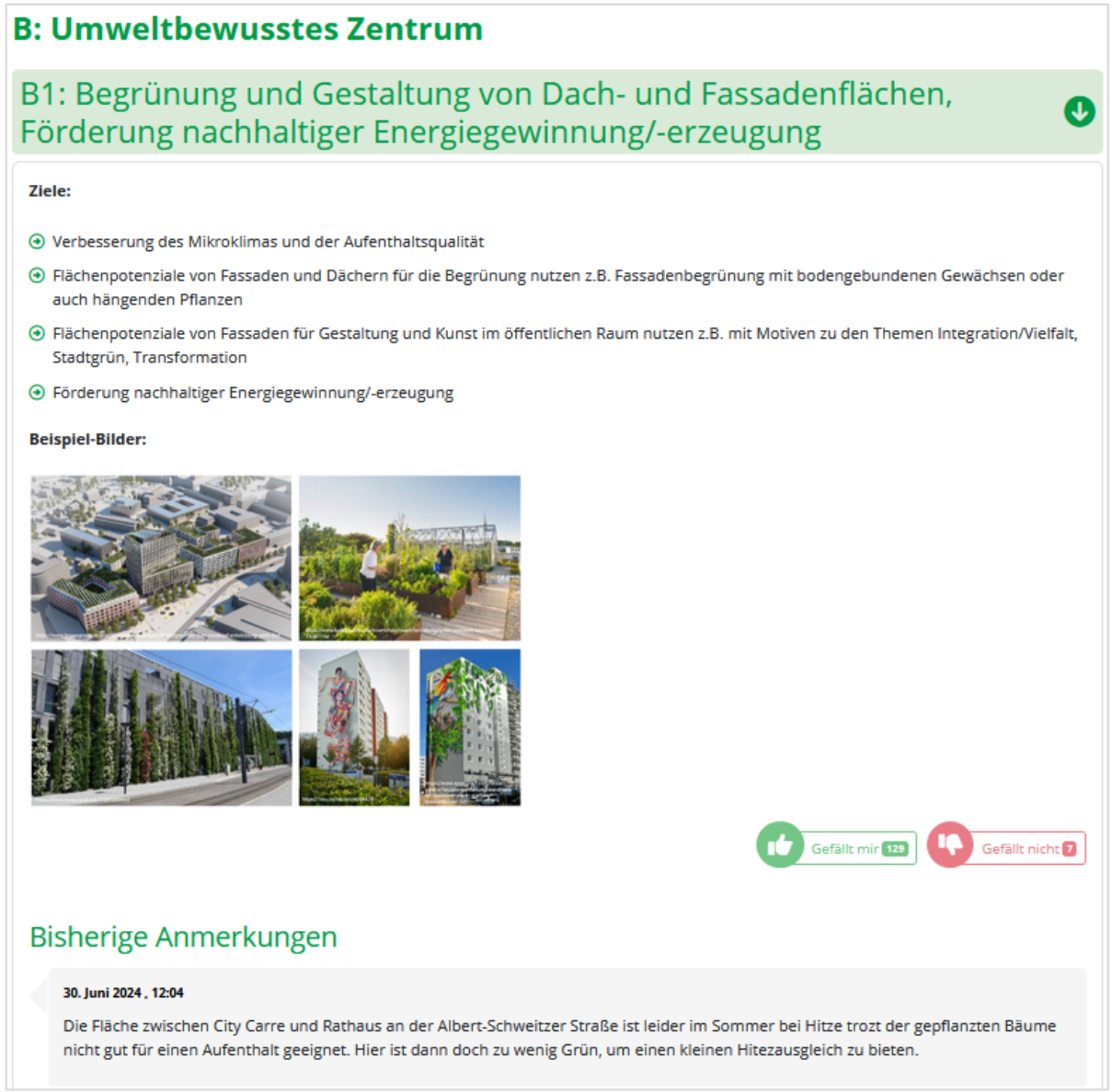
- Möglichkeit der **Online-Kommentierung & -bewertung der Maßnahmen** (01.-30.06.2025)
- Insgesamt **8.319 Bewertungen** & **357 Kommentare** (184 in SZ-Bad)

Top 3 „Gefällt mir“-Angaben

- CitytorCenter multifunktional stärken & aufwerten
- Sauberkeit im öffentlichen Raum erhöhen
- Abbau von Angsträumen/Sicherheitsgefühl im öff. Raum erhöhen

Top 3 „Gefällt mir nicht“-Angaben

- Vielfalt und Inklusion im öffentlichen Raum sichtbarer machen
- TranSZformations-Labor
- Zentrumsanker einrichten als Ort der Begegnung



5. Leitbild(er), Ziele und Handlungsansätze

Maßnahmenkatalog SZ-Lebenstedt

Orange markierte Projekte beziehen sich nur auf SZ-Lebenstedt, die übrigen sind auch für SZ-Bad angedacht.

A	Ort zum Miteinanderleben	B	Umweltbewusstes Zentrum	C	Zukunftsfähiger Wirtschaftsstandort	D	Vernetzte Innenstadt
A1	Zentrumsanker einrichten als Ort der Begegnung	B1	Begrünung und Gestaltung von Dach- und Fassadenflächen, Förderung nachhaltiger Energiegewinnung/-erzeugung	C1	Multifunktionalen Branchenbesatz/ Nutzungsmix stärken und diversifizieren	D1	Verbesserung der Barrierefreiheit sowie Aufwertung der Wegeleitführung und Eingangsbereiche zur Innenstadt
A2	CitytorCenter multifunktional stärken & aufwerten	B2	Grünstrukturen im öffentlichen Raum stärken/ Platzpotenziale (funktional & nachhaltig) ausschöpfen	C2	Märkte, Veranstaltungen und Aktionen sichern, optimieren und ausbauen	D2	Mobilitätshub am Bahnhof komplettieren
A3	Stadtpassage multifunktional stärken & aufwerten	B3	Feste und temporäre/mobile Möblierungs- & Gestaltungselemente	C3	Kundschaftsbindung erhöhen durch Service, Beratung und Erlebnis	D3	Optimierung der Radverkehrsinfrastruktur
A4	Vielfalt und Inklusion im öffentlichen Raum sichtbarer machen	B4	Sicherung und Stärkung des Wochenmarktes	C4	TranSZformations-Labor	D4	Ausbau der (digitalen) Präsenz der Betriebe und Angebote, Stärkung freier WLAN-Hotspots in der Innenstadt
A5	Abbau von Angsträumen/ Sicherheitsgefühl im öffentlichen Raum erhöhen	B5	Sauberkeit im öffentlichen Raum erhöhen				

5. Leitbild(er), Ziele und Handlungsansätze

Projektsteckbrief: CitytorCenter multifunktional stärken & aufwerten

Ziel

- CitytorCenter als südliches Eingangstor zur Innenstadt & Schlüsselimmobilie aufwerten – der erste Eindruck zählt!
- Neue Angebote schaffen für Freizeit, Austausch und Begegnung insbesondere für Jugendliche & (junge) Erwachsene - auch in den Abendstunden

Inhalt

- **Maßnahmen im Außenbereich:**
  - Sofortmaßnahme: u. a. Entfernung der Kinoplakate aus 2020 (Schaukästen)
  - Aufwertung durch Fassadengestaltung/ -begrünung, Dachbegrünung
- **Maßnahmen im Innenbereich:**
  - aktive Betreibersuche zur Wiederbelebung des geschlossenen Kinos (filmpassage) im OG und des Bowling-Centers im UG des Gebäudes
  - Alternativ: kreative (neue) Nachnutzungs-/ Umnutzungskonzepte entwickeln für o. g. Flächenpotenziale zur Belebung der Schlüsselimmobilie mit neuen Kultur- und Freizeitangeboten: z. B. Diskothek, Rooftop-Bar, Fitnessstudio, EscapeRoom, Boulderhalle
- **Wichtig: intensive Zusammenarbeit & Abstimmung mit Gebäudeeigentümer*in**

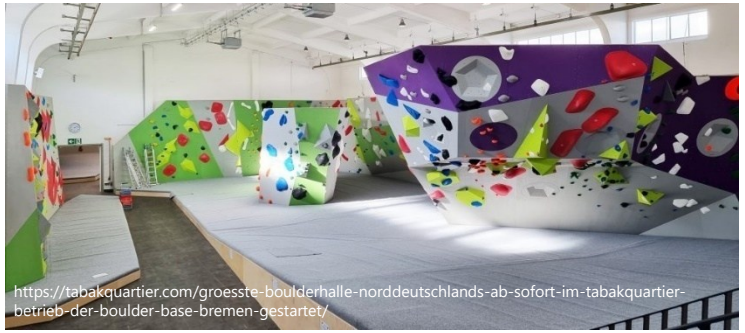
Good-Practice-Beispiele

https://www.westfalen-blatt.de/owl/bielefeld/altes-kino-ist-jetzt-eine-diskothek-1873692?&npg

https://kreativgesellschaft.org/site/assets/files/10767/jupiter_terrasse_c_jan-marius_komorek.webp

https://www.hidden.games/escape-room-hannover/#

https://www.kervita.de/de/news-detail/nachricht-3.html


https://tabakquartier.com/groesste-boulderhalle-norddeutschlands-ab-sofort-im-tabakquartier-betrieb-der-boulder-base-bremen-gestartet/

5. Leitbild(er), Ziele und Handlungsansätze

Projektsteckbrief: Begrünung und Gestaltung von Dach- und Fassadenflächen

Ziel

- Verbesserung des Mikroklimas und der Aufenthaltsqualität
- Flächenpotenziale von Fassaden und Dächern für die Begrünung nutzen
- Flächenpotenziale von Fassaden für Gestaltung und Kunst im öffentlichen Raum nutzen

Inhalt

- **Fassadenbegrünung durch bodengebundene Gewächse oder auch hängende Pflanzen**
  - neue Lebensräume für Insekten und Kleinstlebewesen
  - Verbesserung der Wärme- und Kältedämmung der Gebäude ("Hitzeschild")
- **Dachbegrünung durch reine Flächenbepflanzungen oder zur Nutzbarkeit**
  - Dach-/Kräutergärten, Urban Farming etc.
- **Flächenpotenziale von Fassaden für Gestaltung und Kunst im öffentlichen Raum nutzen**
  - Motive z. B. zu den Themen Integration/Vielfalt, Stadtgrün, Transformation
  - Kostendeckung durch Stiftungen/Sponsoring
- **Wichtig: intensive Zusammenarbeit & Abstimmung mit Gebäudeeigentümer*in**
  - Kosten & Nutzen aufzeigen/ gegenüberstellen

Good-Practice-Beispiele

https://www.brawogroup.de/presse/presseveroeffentlichungen/detail/gewinner-fuer-nordkopf-entwicklung-steht-fest

https://www.sueddeutsche.de/muenchen/muenchen-dachgaerten-architekt-wirzmueller-1.5361194

https://www.freiburg.de/pb/1700720.html

https://bbu.de/nachricht/38478

https://www.appelloart.com/bilder-galerie/fassadengestaltung/wandmalerei-fassadenmalerei-graffiti-fassadenbilder-3d/

5. Leitbild(er), Ziele und Handlungsansätze

Projektsteckbrief: Multifunktionalen Branchenbesatz/Nutzungsmix stärken und diversifizieren

Ziel

- Förderung eines starken Angebotsmixes aus Einzelhandel, Gastronomie, Freizeit und Kultur
- Schaffung neuer Angebote und Besuchsanreize für die Kundschaft
- Verweilanreize ausbauen
- Flächenpotentiale nutzen

Inhalt

- **Identifizierung von Angebotslücken** (ggf. Fortschreibung Einzelhandelskonzept 2019)
- **Fokus auf mehr Diversität in der Gastronomie**
  - Fokus auf "höherwertige" (Erlebnis-) Restaurants, Bars, Studierendenkneipen, Café/Bäckerei mit Außenbestuhlung
- **Anreizprogramme schaffen/ausbauen**
  - Mietzuschüsse für neue Einzelhandel- und Gastronomiekonzepte
  - Initiierung Gründungswettbewerb
- **Flächenpotentiale nutzen**
  - z. B. Rooftop-Bar (Flachdach/Parkhaus-Dach)
  - Aktives Leerstandsmanagement
- **Fokusraum: „Kiez-Quartier“ im Bereich südlicher Chemnitzer Straße**

Good-Practice-Beispiele

https://www.hannover.de/Service/Gastronomie,-Hotels-Shopping/Clubs-und-Bars/Bars-und-Cocktails/Sch%C3%B6ne-Aussichten

Quelle: cima 2019

Quelle: Zentrenmanagement Ebermannstadt

https://berliner-abendblatt.de/service/sperrstunde-neue-linie-gegen-partylaerm-id71151

5. Leitbild(er), Ziele und Handlungsansätze

Projektsteckbrief: Verbesserung der Barrierefreiheit & Aufwertung der Wegeleitführung und Eingangsbereiche

Ziel

- Gewährleistung einer barrierefreien Mobilität und Erreichbarkeit, insbesondere für mobilitätseingeschränkte Personen, Menschen mit Behinderung, Eltern mit Kinderwagen u. v. m.
- Orientierung zur und innerhalb der Innenstadt zu gewährleisten
- Eingangsbereiche der Innenstadt ansprechend gestalten sein – der erste Eindruck zählt!

Inhalt

- **Rückbau/Beseitigung baulicher Barrieren im öffentlichen und privaten Raum**
  - Schaffung abgesenkter Zugänge und Bordsteine (Null-Absenkung)
  - Schaffung stolper- & rutschfreier Oberflächen sowie barrierefreier Zugänge zu Gebäuden, Geschäften und Verkehrsmitteln
  - Barrierefreiheits-Checks mit Senior*innen und Behindertenbeauftragten
- **Aufwertung taktiler und akustischer Elemente**
  - Erneuerung Blindenleitsystem
  - Barrierefreie Toiletten
  - Ausreichend Sitzgelegenheiten
- **Modernisierung Wegeleitsystem**
  - Pflege, Aktualisierung und Ergänzung des bestehenden Leitsystems (Beschilderung, Infotafeln etc.) – ggf. digitale Infotafeln

Good-Practice-Beispiele

Worauf es jetzt ankommt:

- ✓ **Nähe sticht Größe**
  – Innenstädte leben von Menschen, nicht von Quadratmetern.
- ✓ **Vom Point of Sale zum Point of Experience!**
  - es geht um Erlebnisse, nicht um Umsätze
- ✓ **Plätze ohne Konsumzwang**
  - dafür mit Charme & Gastronomie
- ✓ **Mut statt Modus Stillstand**
  - wir brauchen neue Ideen UND Räume
- ✓ **Transformation braucht Teamplay**
  - jede*r muss mit anpacken!

6. Fragen & Diskussion

Vielen Dank für Ihr Interesse!

Petra Bammann
bammann@cima.de
T 0511/220079-76

Christopher Schmidt
c.schmidt@cima.de
T 0511/220079-74

Adrian Pietsch
pietsch@cima.de
T 0511/220079-79

CIMA Beratung + Management GmbH
Rühmkorffstr. 1
30163 Hannover

0511/220079-50
cima.hannover@cima.de

Weitere Informationen zur CIMA und unseren Projekten finden Sie auf www.cima.de

Rechtliche Hinweise

Nutzungs- und Urheberrechte

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

Die auftraggebende Stelle kann die Ausarbeitung innerhalb und außerhalb ihrer Organisation verwenden und verbreiten, wobei stets auf die angemessene Nennung der cima als Urheberin zu achten ist. Jegliche - vor allem gewerbliche -Nutzung darüber hinaus ist nicht gestattet, sofern nicht eine gesonderte Vereinbarung getroffen wird.

Veranstaltende von Vorträgen und Seminaren erwerben keinerlei Rechte am geistigen Eigentum der cima und ihrer Mitarbeitenden. Inhalte von Präsentationen dürfen deshalb ohne schriftliche Genehmigung nicht in Dokumentationen jeglicher Form wiedergegeben werden.

Haftungsausschluss gutachterlicher Aussagen

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