

Innenstadtkonzept Salzgitter-Bad



Gefördert durch:



Bundesministerium
für Wohnen, Stadtentwicklung
und Bauwesen

Zukunftsfähige
Innenstädte und Zentren 

aufgrund eines Beschlusses
des Deutschen Bundestages

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 Auftraggeberin kann die Ausarbeitung innerhalb und außerhalb ihrer Organisation verwenden und verbreiten, wobei stets auf die angemessene Nennung der CIMA Beratung + Management GmbH 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 Auftraggeberin 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.

Auftraggebende Stellen:

Stadt Salzgitter
Referat 17 - Wirtschafts- und Europaangelegenheiten
Joachim-Campe-Straße 6–8
36226 Salzgitter
Tel.: 05341 839-0
Fax: 05341 839-4900
info@stadt.salzgitter.de
www.salzgitter.de



Ansprechpartner:

Jonathan Krämer

und

Wirtschafts- und Innovationsförderung Salzgitter GmbH
Windmühlenbergstraße 20
38259 Salzgitter
Tel.: 05341 900 99-0
Fax: 05341 900 99-11
info@wis-salzgitter.de
www.wis-salzgitter.de



*Ansprechpartner*innen:*

Jan Erik Bohling
Thomas Wetzel
Dr. Björn Gläser
Jacqueline Arndt
Sophie-Marie Feckler

Auftragnehmerinnen:

CIMA Beratung + Management GmbH
Rühmkorffstraße 1
30163 Hannover
Tel.: 0511 220079-50
Fax: 0511 220079-99
cima.hannover@cima.de



*Ansprechpartner*innen:*

Petra Bammann
Christopher Schmidt
Adrian Pietsch

und

Gesellschaft für außerordentliche Zusammenarbeit e. V.
Windthorststr. 3-4
30167 Hannover
Tel.: 0172/6331185
tl@gfaz.de

**Gesellschaft für
außerordentliche
Zusammenarbeit**

Ansprechpartner:

Tomasz Lachmann
Benjamin Grudzinski

Hannover, 18. Oktober 2024

www.cima.de
www.regionalwirtschaft.cima.de

Abstract

Die Innenstädte von Salzgitter stehen wie viele andere Innenstädte in Deutschland vor großen Herausforderungen. Um diesen zu begegnen, fehlt es jedoch derzeit an einer themenübergreifenden, gesamtheitlichen und strategischen Konzeption für die nächsten Jahre. Gemeinsam mit verschiedensten Akteursgruppen soll daher eine neue strategische Ausrichtung für den Standort als Richtschnur für die zukünftige Entwicklung der Innenstadt von Salzgitter-Bad festgelegt werden. Mit Bescheid vom 27.10.2022 wurden der Stadt Salzgitter vom Bundesinstitut für Bau-, Stadt- und Raumforschung (BBSR) Fördermittel im Rahmen des Bundesprogramms „Zukunftsfähige Innenstädte und Zentren“ gewährt. Die Erarbeitung eines Innenstadtkonzeptes für die Innenstadt von Salzgitter-Bad gehört zu einem der geförderten Projekte.

Ziel ist es, die Innenstadt von Salzgitter-Bad zukünftig stärker zu beleben, Nutzungsflexibilität zu etablieren und mit einem spezialisierten Angebot für Bürger*innen und Besucher*innen attraktiv zu gestalten. Die Innenstadt soll dabei als generationen- und kulturübergreifender Treffpunkt und Ort des gemeinsamen Lebens dienen und langfristig gestärkt werden. Mit dem Innenstadtkonzept besteht die Chance, der künftigen Rolle der Innenstadt aus der eigenen Perspektive ein Gesicht zu geben. Durch das Konzept sollen langfristig wirksame und vor allem lokal abgestimmte Lösungen für eine Vielzahl von Herausforderungen und Aufgabengebieten gefunden und Grundsätze für die zukünftige Entwicklung der Innenstadt festgelegt werden.

Die Methodik setzt sich aus einer umfassenden Bestandsanalyse inkl. verschiedener Partizipationsbausteine zusammen, um alle relevanten Informationen zur Ausgangslage, den bestehenden Akteursstrukturen, der Angebots- und Bedarfssituation etc. zu erfassen und somit die Grundlage für die anschließende Konzeption zu erarbeiten. Der konzeptionelle Teil des Innenstadtkonzeptes umfasst die Positionierung und Profilierung der Innenstadt von Salzgitter-Bad, die sich aus Leitbild, Zielen, Quartiersprofilen und einem umfassenden Maßnahmenkatalog mit Handlungsempfehlungen für die zukünftige Entwicklung und Ausrichtung der Innenstadt zusammensetzen. Die Konzeption fand ebenfalls unter Partizipation relevanter Akteure und der Öffentlichkeit statt, um (Zwischen-)Ergebnisse gemeinsam zu diskutieren und zu überprüfen. Der Prozess des Innenstadtkonzeptes wurde von einer laufenden Presse- und Öffentlichkeitsarbeit begleitet.

Als Ergebnis liegt neben der thematischen Ausrichtung der Innenstadt durch das Leitbild, den Zielgruppen und den Quartiersprofilen ein auf den gewonnenen Erkenntnissen aufbauender Maßnahmenkatalog mit insgesamt 16 verschiedene Maßnahmen vor, die den vier Handlungsfeldern „A. Ort zum Miteinanderleben“, „B. Grünes Zentrum mit Erholungsfaktor“, „C. Lebendig und zukunftsorientiert“ und „D. Vernetzte Innenstadt“ zuzuordnen sind.

Mit dem Gesamtergebnis des Innenstadtkonzeptes liegt nun ein von der Öffentlichkeit und relevanten Akteuren legitimes Arbeits- und Strategiepapier vor, das einerseits die wegweisende Richtung für eine zukunftsgerichte Innenstadtentwicklung aufzeigt und andererseits konkrete Möglichkeiten aufzeigt, dieses Ziel unter Berücksichtigung auch zu erreichen.

Inhalt

1. Anlass und Zielsetzung	11
1.1 Ausgangssituation	11
1.2 Zielsetzung	11
1.3 Vorgehensweise	11
2. Kommunikation und Beteiligung.....	15
2.1 Steuerungsgruppe	15
2.2 Presse- und Öffentlichkeitsarbeit.....	15
2.3 Öffentliche Beteiligungsformate und -veranstaltungen.....	16
3. Bestandserfassung und -analyse.....	18
3.1 Soziodemografische und sozioökonomische Rahmendaten	19
3.1.1 Soziodemografische Rahmendaten	19
3.1.2 Sozioökonomische Rahmendaten	21
3.2 Planungsrechtliche Vorgaben und vorhandenes Material	24
3.2.1 Flächennutzungsplan	24
3.2.2 Bebauungspläne im Untersuchungsgebiet	24
3.2.3 Bestehende Gutachten und Konzepte.....	25
3.3 Öffentliche Beteiligungsformate und -veranstaltungen im Zuge der Bestandsanalyse 25	
3.3.1 Auftaktveranstaltung inkl. geführtem Innenstadtpaziergang	25
3.3.2 Expertisegespräche	26
3.3.3 Online- und Passantenbefragung	26
3.3.4 Online-Ideenkarte.....	28
3.3.5 Fliegender Reporter	28
3.3.6 Stadtlabor	28
3.4 Standort-Check	30
4. Zusammenfassende Stärken-Schwächen-Analyse	32
4.1 Themenbereich Angebot	32
4.2 Themenbereich Mobilität & Erreichbarkeit.....	38
4.3 Themenbereich Stadtgestaltung	44
4.4 Themenbereich Erlebnis & Kommunikation	50
4.5 Ableitung des Handlungsbedarfs.....	56
4.6 Chancen für die Innenstadt von Salzgitter-Bad	57
5. Leitbild, Ziele und Handlungsansätze	60
5.1 Anspruchs- und Zielgruppen	60
5.2 Leitbild und Ziele	61
5.3 Räumliches Leitbild	62
5.4 Quartiersprofile	64
5.4.1 Quartiersprofil „Bahnhof“	65
5.4.2 Quartiersprofil „Vorsalzer Straße/Marktstraße“	67
5.4.3 Quartiersprofil „Schützenplatz/Am Pfingstanger“	69

5.4.4	Quartiersprofil „Altstadtweg“	71
5.4.5	Quartiersprofil „Kaiserstraße“	73
5.4.6	Quartiersprofil „Südwall“	75
5.5	Öffentliche Beteiligungsformate und -veranstaltungen im Zuge der Konzeptionsphase	77
5.5.1	Fachforum.....	77
5.5.2	Online-Kommentierung	77
5.6	Maßnahmenkatalog und -steckbriefe zur Stärkung der Innenstadt.....	79
6.	Verstetigung.....	97
6.1	Information und Kommunikation	97
6.2	Evaluierung und Monitoring	97

Abbildungen

Abb. 1: Abgrenzung des Untersuchungsgebietes und Lage im Stadtgebiet von Salzgitter	12
Abb. 2: Schematischer Prozessablauf	13
Abb. 3: Impressionen zur Presse- und Öffentlichkeitsarbeit (Auswahl)	15
Abb. 4: Innenstadt aus Kundschaftsperspektive gedacht – „Customer Journey“	18
Abb. 5: Bevölkerungsverteilung im Stadtgebiet Salzgitter (Darstellung der größten Stadtteile)	19
Abb. 6: Entwicklung der Bevölkerungszahl von Salzgitter-Bad.....	20
Abb. 7: Sozioökonomische Kennzahlen der Stadt Salzgitter	22
Abb. 8: Ausschnitt aus dem Flächennutzungsplan der Stadt Salzgitter	24
Abb. 9: Übersicht der Gesprächspartner*innen	26
Abb. 10: Infoplakat zur Online-Befragung.....	26
Abb. 11: Impression der Beiträge aus der Online-Ideenkarte: Salzgitter-Bad	28
Abb. 12: Impressionen des Stadtlabors in Salzgitter-Bad	29
Abb. 13: Themenbereiche des Standort-Checks	30
Abb. 14: Einzelhandels- und Dienstleistungsbesatz sowie gewerbliche Leerstände im Untersuchungsgebiet.....	33
Abb. 15: Impressionen zu den Stärken im Bereich Angebot (Auswahl).....	36
Abb. 16: Impressionen zu den Schwächen im Bereich Angebot (Auswahl)	37
Abb. 17: Übersicht der Mobilitätsangebote im Untersuchungsgebiet	40
Abb. 18: Stärken im Bereich Mobilität & Erreichbarkeit (Auswahl)	42
Abb. 19: Schwächen im Bereich Mobilität & Erreichbarkeit (Auswahl)	43
Abb. 20: Städtebauliche Einordnung der Innenstadt in die historische Siedlungsgenese	45
Abb. 21: Eingangsbereiche, Plätze und Grünstrukturen im Untersuchungsgebiet	47
Abb. 22: Stärken im Bereich Stadtgestaltung (Auswahl).....	48
Abb. 23: Schwächen im Bereich Stadtgestaltung (Auswahl)	49
Abb. 24: Angebote im Bereich Erlebnis und Kommunikation im Untersuchungsgebiet	52
Abb. 25: Stärken im Bereich Erlebnis & Kommunikation (Auswahl)	54
Abb. 26: Schwächen im Bereich Erlebnis & Kommunikation (Auswahl)	55
Abb. 27: Übersicht der wesentlichen Handlungsbedarfe	56
Abb. 28: Übersicht der Anspruchs- und Zielgruppen der Innenstadt von SZ-Bad.....	60
Abb. 29: Leitbild + Ziele für die Innenstadt von Salzgitter-Bad.....	62
Abb. 30: Räumliches Leitbild der Innenstadt Salzgitter-Bad.....	63
Abb. 31: Quartiere im Innenstadtbereich.....	64
Abb. 32: Lage und Abgrenzung des Quartiers „Bahnhof“	65
Abb. 33: Impressionen aus dem Quartier „Bahnhof“ (Auswahl)	66
Abb. 34: Lage und Abgrenzung des Quartiers „Vorsalzer Straße/Marktstraße“	67
Abb. 35: Impressionen aus dem Quartier „Vorsalzer Straße/Marktstraße“ (Auswahl)	68
Abb. 36: Lage und Abgrenzung des Quartiers „Schützenplatz/Am Pflingstanger“	69
Abb. 37: Impressionen aus dem Quartier „Schützenplatz/Am Pflingstanger“ (Auswahl)	70

Abb. 38: Lage und Abgrenzung des Quartiers „Altstadtweg“	71
Abb. 39: Impressionen aus dem Quartier „Altstadtweg“ (Auswahl)	72
Abb. 40: Lage und Abgrenzung des Quartiers „Kaiserstraße“	73
Abb. 41: Impressionen aus dem Quartier „Kaiserstraße“ (Auswahl)	74
Abb. 42: Lage und Abgrenzung des Quartiers „Südwall“	75
Abb. 43: Impressionen aus dem Quartier „Südwall“ (Auswahl)	76
Abb. 44: Impressionen aus dem Fachforum	77
Abb. 45: Beispiel aus der Online-Bewertung und -Kommentierung	78

Tabellen

Tab. 1: Maßnahmenkatalog zur Stärkung der Innenstadt	80
--	----



Anlass und Zielsetzung

1. Anlass und Zielsetzung

1.1 Ausgangssituation

Die Innenstädte von Salzgitter stehen wie viele andere Innenstädte in Deutschland vor großen Herausforderungen. Die demografische Entwicklung, der anhaltende Strukturwandel im Einzelhandel, ein verändertes Freizeitverhalten, die sich rasant wandelnden Konsumgewohnheiten, die Nachwirkungen der Corona-Krise, der Ukraine-Krieg und steigende Energiekosten stellen die urbanen Räume und ihr gewohntes Erscheinungsbild auf eine harte Probe. Neben dem Handel erhöhen andere Besuchsanslässe die Ansprüche an einen funktionierenden Nutzungsmix in den Innenstädten.

Mit Bescheid vom 27.10.2022 wurden der Stadt Salzgitter vom Bundesinstitut für Bau-, Stadt- und Raumforschung (BBSR) Fördermittel im Rahmen des Bundesprogramms „Zukunftsfähige Innenstädte und Zentren“ (ZIZ) gewährt. Die Erarbeitung eines Innenstadtkonzeptes für die Innenstadt von Salzgitter-Bad gehört zu einem der geförderten Projekte.

Wenngleich in der Vergangenheit bereits diverse Konzepte und Gutachten auf gesamtkommunaler Ebene für die Stadt Salzgitter bzw. auch für den Innenstadtbereich in Salzgitter-Bad erarbeitet wurden, fehlt es derzeit an einer themenübergreifenden, gesamtheitlichen und strategischen Konzeption für die nächsten Jahre. Gemeinsam mit verschiedensten Akteursgruppen soll daher eine neue strategische Ausrichtung für den Standort als Richtschnur für die zukünftige Entwicklung der Innenstadt von Salzgitter-Bad festgelegt werden.

1.2 Zielsetzung

Ziel ist es, die Innenstadt von Salzgitter-Bad zukünftig stärker zu beleben, Nutzungsflexibilität zu etablieren und mit einem spezialisierten Angebot für Bürger*innen und Besucher*innen attraktiv zu gestalten. Die Innenstadt soll dabei als generationen- und kulturübergreifender Treffpunkt und Ort des gemeinsamen Lebens dienen und langfristig gestärkt werden.

Essenziell für die Zukunft des Zentrums ist u. a., dass Investitionen zukünftig auf die Innenstadt gelenkt und (neue) Besuchsanslässe für die Kundschaft geschaffen werden. Dabei ist das Zusammenspiel verschiedener Akteursgruppen von enormer Bedeutung. Die Stadt Salzgitter darf nicht als alleinige Trägerin dieser komplexen Aufgabe verstanden werden. Eine zukunftsgerechte Innenstadtentwicklung kann nur durch ein starkes Zusammenspiel aus Politik, Verwaltung, Gewerbetreibenden, Immobilienbesitzenden, Bevölkerung und weiteren relevanten Akteursgruppen gestaltet werden.

Mit dem Innenstadtkonzept besteht die Chance, der künftigen Rolle der Innenstadt aus der eigenen Perspektive ein Gesicht zu geben. Durch das Konzept sollen langfristig wirksame und vor allem lokal abgestimmte Lösungen für eine Vielzahl von Herausforderungen und Aufgabengebieten gefunden und Grundsätze für die zukünftige Entwicklung der Innenstadt festgelegt werden.

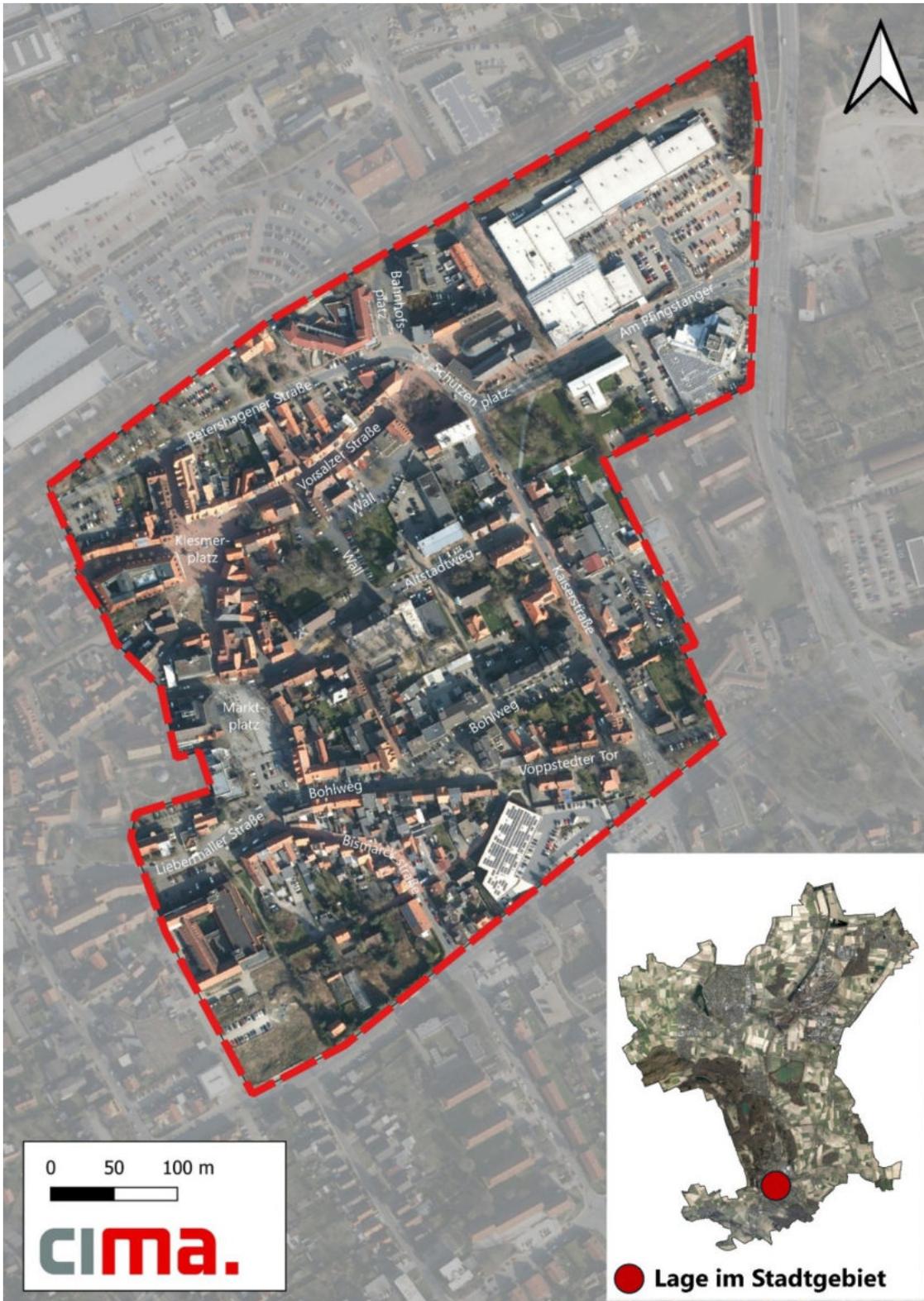
1.3 Vorgehensweise

Damit die Innenstadt von Salzgitter-Bad ihre individuellen Potenziale zukünftig stärker entfalten kann, gilt es diese zu untersuchen, ein passgenaues Leitbild zu erarbeiten sowie Projektideen und -ansätze für eine zukunftsgerichtete Stärkung des Zentrums aufzuzeigen. Dies geschieht unter der gesamtstädtischen Leitlinie der „Stadt mit Zukunft – die kinder- und familienfreundliche Lernstadt“.

Das Untersuchungsgebiet des Innenstadtbereichs in Salzgitter-Bad weist eine Größe von ca. 25,5 ha auf und umfasst einen Bereich, der im Norden durch die Bahnlinie, im Osten durch die Nord-Süd-Straße, im Süden

durch die Straße Hinter dem Salze und im Westen durch das Krankenhausareal und den Rosengarten abgegrenzt wird (vgl. Abb. 1).

Abb. 1: Abgrenzung des Untersuchungsgebietes und Lage im Stadtgebiet von Salzgitter



Kartengrundlage: ESRI Satellite, 2024
Bearbeitung: cima, 2024

Die Erarbeitung des Innenstadt-konzeptes erfolgte in enger Abstimmung mit der Stadt Salzgitter, der Wirtschafts- und Innovationsförderung Salzgitter GmbH (nachfolgend WIS genannt) sowie den weiteren projektbegleitenden Akteur*innen und der Bevölkerung. Aufgrund des bewilligten Förderzeitraumes erfolgte die Erarbeitung des Innenstadt-konzeptes im Zeitraum August 2023 – Oktober 2024. In Abb. 2 ist der zeitliche Prozessablauf zur Erstellung des Innenstadt-konzeptes übersichtlich dargestellt.

Abb. 2: Schematischer Prozessablauf



Quelle: cima, 2024



Lach yoga
in SZ-Bad

Spachcafé/
MultiKulturelles
Zentrum

Studi Kneipe

Taktung
der Züge
ausbauen

Erlabnis, Kultur, Kunst
(bezahlbar)
als Nutzungen in
den Leerständen

Jugendhaus
(Bsp. Jugendzentrum
Mühle in BS)

Kultur-/
Stadtteilbüro
u.a. für Veranstaltungen

autofreie
Innenstadt/
kostenloser ÖPNV/
Fahrradinfrastruktur

Mehr Aufenthalts-
qualität
(Grün, Bänke, Saubere-
keit)

Rollstuhlgerechte
Wohnungen

Ein Geschäft
auch am Samstag
eine Barohose
kaufen kann?

Restaurant
der Lebenshilfe
& CJD

Mehr
Schattenplätze

„Längere
Öffnungszeiten der
Toilette am
Bahnhof

Salzgrotte
im Ratskeller
zum Sole inhalieren
(Gesundheitstourismus)
s. Lebenshilfe

Fahrrad-
stellplätze
am
Bahnhof

Café +
Tourist info
im hist.
Bld.gebäude

Initiative
Kultur auf den Straßen
Konzerte, Buffet,
Tanzen, Yoga

Freilegung
der
Warne

Volkshochschul-
Kurse in der
Innenstadt

(Senioren)
Tanzcafé

Keine Bausünden
(moderne Gebäude,
schlecht gemachte Fack-
verküppeln)

Vor 9 Uhr
fahrradfrei
für Schüler

Spiel-
platz

Bearbeitung
hist.
Fackgebäude
architektonisch

Möbgestaltung
Grünraum

Boule-
platz
(Kirche)

Multi-
funktions-
RAUM

Spielplatz
(barrierefrei)

Kommunikation und Beteiligung

Arzte-
zentrum

Bohlweg

Bohlweg

2. Kommunikation und Beteiligung

2.1 Steuerungsgruppe

Zu Beginn des Prozesses wurde eine interne Steuerungsgruppe gebildet, die im Verlauf des Erarbeitungsprozesses sechsmal zusammgekommen ist. Die Steuerungsgruppe sollte wesentliche Richtungsvorgaben im Prozess geben, eigene Vorstellungen und Anregungen äußern, (Zwischen-)Ergebnisse legitimieren und als relevante Multiplikatorin zur Publikation der Inhalte fungieren.

Die Steuerungsgruppe setzte sich aus Vertreterinnen und Vertretern verschiedener Fachdienste und Referate der Stadt Salzgitter, der Wirtschafts- und Innovationsförderung Salzgitter GmbH sowie der cima zusammen.

2.2 Presse- und Öffentlichkeitsarbeit

Um die Bevölkerung der Stadt Salzgitter sowie weitere Interessierte von außerhalb in das Projekt miteinzu beziehen sowie über Projektziele, -stand, Beteiligungsformate und Ergebnisse zu informieren, fand über die gesamte Projektlaufzeit eine prozessbegleitende Öffentlichkeitsarbeit statt. Dies ermöglichte eine transparente und umfassende Einbindung der Bevölkerung:

- **Webseite der Stadt Salzgitter:** Zu Beginn des Prozesses und fortlaufend wurden relevante Informationen zum Innenstadtkonzept und zum Prozess (Veranstaltungshinweise) bereitgestellt. Über die Webseite der Stadt Salzgitter wurde auch die Teilnahme an ergänzenden digitalen Beteiligungsformaten (interaktive Ideenkarte, Online-Befragung) ermöglicht.
- **Pressearbeit:** Insbesondere zur Bewerbung der Beteiligungsformate und -veranstaltungen wurde in der lokalen Presse (print & digital) informiert.
- **Flyer/Plakate:** Neben der digitalen Presse- und Öffentlichkeitsarbeit wurde auch auf analoge Formen zurückgegriffen, um Formate wie die Auftaktveranstaltung, das Stadtlabor und Online-Formate zu bewerben.

Abb. 3: Impressionen zur Presse- und Öffentlichkeitsarbeit (Auswahl)



Quelle: Stadt Salzgitter, 2023; cima, 2023

2.3 Öffentliche Beteiligungsformate und -veranstaltungen

Zur Einbindung der breiten Öffentlichkeit fanden im Verlauf des Prozesses verschiedenste Beteiligungsformate und -veranstaltungen statt, die sowohl digital als auch vor Ort durchgeführt wurden, um für alle Generationen und Bevölkerungsgruppen eine Teilhabe zu ermöglichen.

Formate im Zuge der Analysephase:

- Auftaktveranstaltung inkl. geführtem Innenstadtspaziergang
- Expertisegespräche
- Online- und Passantenbefragung
- Online-Ideenkarten
- Fliegender Reporter
- Stadtlabor

Formate im Zuge der Konzeptionsphase:

- Fachforum
- Online-Kommentierung

Der Ablauf und die (Kern-)Ergebnisse der einzelnen Partizipationsformate werden in den Kapiteln 3.3 sowie 5.5 beschrieben.



Bestandserfassung und -analyse

3. Bestandserfassung und -analyse

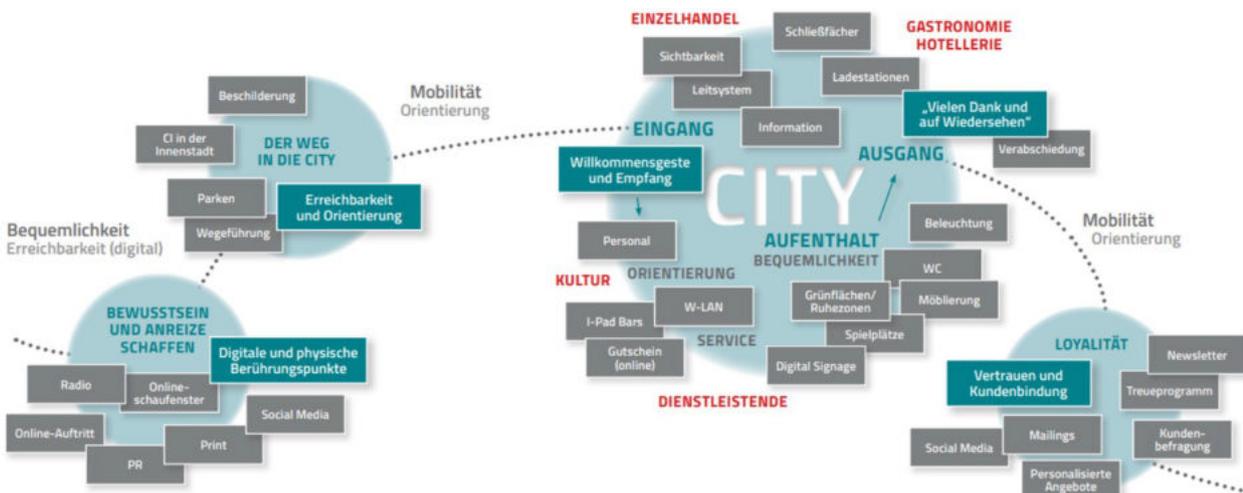
Eine zukunftsgerichtete Innenstadtentwicklung muss in erster Linie auch auf die Sichtweisen und die Bedürfnisse der Kundschaft ausgerichtet sein. Hierbei spielt das Modell der „Customer Journey“ (Reise der Kundschaft) eine zentrale Rolle (vgl. Abb. 4). Die „Customer Journey“ ist eine aus dem Marketing stammende Begrifflichkeit, die den Entscheidungsweg der potenziellen Kundschaft aufzeigt, bis sie sich für ein Produkt entscheiden. Die cima hat dieses Modell aufgegriffen und auf das Produkt Innenstadt übertragen – herausgekommen ist ein Schema, das die Berührungspunkte und den Weg der Menschen in ihre Innenstadt chronologisch nachzeichnet.

Die Kernbotschaft lautet dabei: Das „Erlebnis Innenstadt“ beginnt nicht erst vor Ort, sondern schon auf der heimischen Couch, wo analoge und digitale Information und Inspiration Bewusstsein und Anreize für den City-Besuch schaffen.

Vor der Ankunft in Fußgängerzonen und Ladenzeilen, in Museen oder Parks geht es zunächst um Themen wie Beschilderung, Wegeleitführung und Parkraum. Angekommen in der City zählen neben den Möglichkeiten und Angeboten vor Ort weiche Faktoren und Empfindungen zur Aufenthaltsqualität.

Zum Ende hin schließt sich der Kreis, denn Bindung der Besucher*innen an ihre Innenstadt bedingt den Rückblick auf ein zufriedenstellendes Ergebnis.

Abb. 4: Innenstadt aus Kundschaftsperspektive gedacht – „Customer Journey“



Quelle: cima, 2024

Die Bestandserfassung und -analyse zur Erarbeitung des Innenstadt-konzeptes für Salzgitter-Bad setzt sich aus unterschiedlichen, aufeinander aufbauenden Leistungsbausteinen zusammen, für die das Modell der „Customer Journey“ einen Orientierungsrahmen vorgibt.

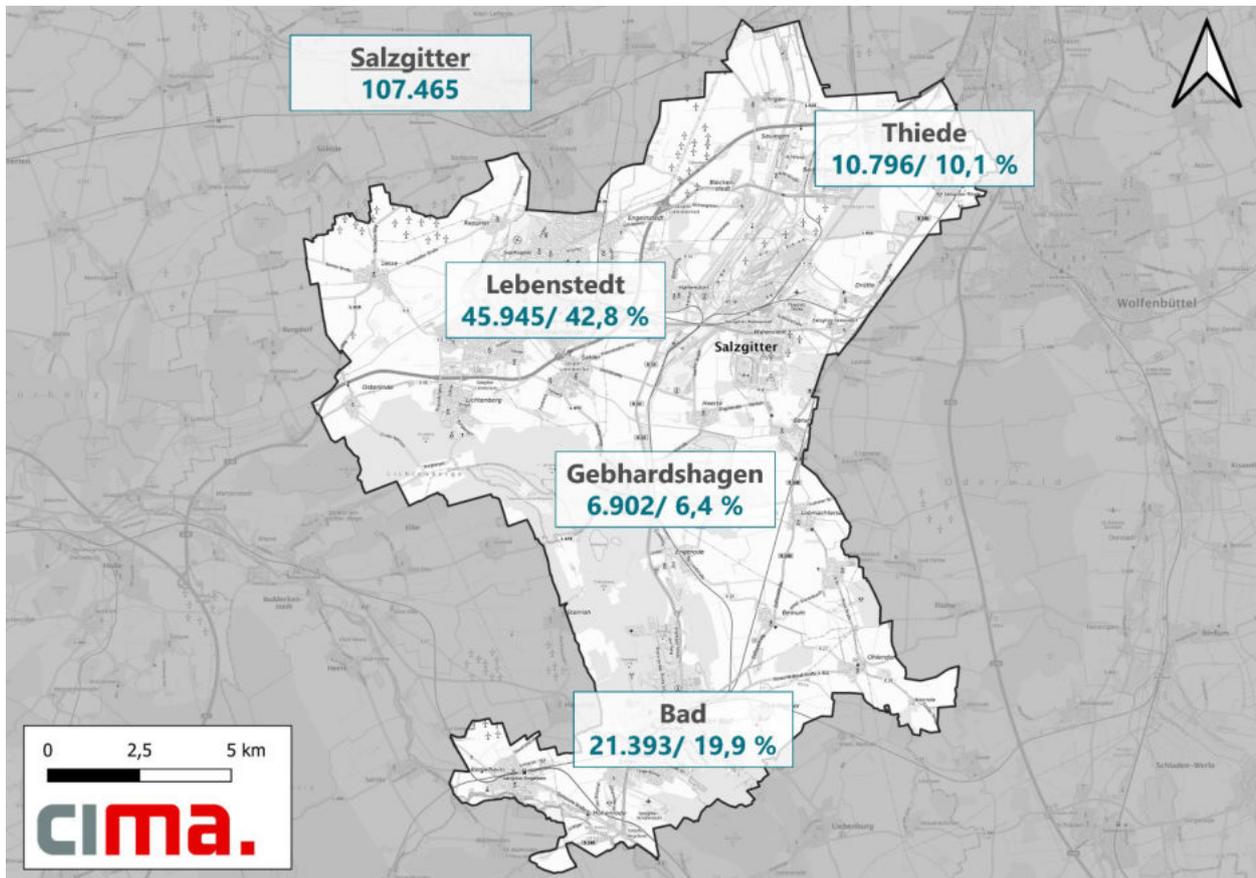
Entscheidend ist, dass die Erarbeitung des Innenstadt-konzeptes nicht im luftleeren Raum gestartet ist, sondern bereits vorhandene Konzepte und Gutachten berücksichtigt wurden. Neben der Erhebung aktueller Nutzungs- und Angebotsstrukturen in der Innenstadt von Salzgitter-Bad ergänzen auch qualitative Erkenntnisse aus verschiedenen Beteiligungsformaten und -veranstaltungen die Analyse.

3.1 Soziodemografische und sozioökonomische Rahmendaten

3.1.1 Soziodemografische Rahmendaten

Im Stadtgebiet von Salzgitter lebten zum Stichtag 31.12.2023 genau 107.465 Personen (Bevölkerung am Ort der Hauptwohnung). Im Stadtteil Salzgitter-Bad, in dem das Untersuchungsgebiet des Innenstadtkonzeptes liegt, lebten zu dieser Zeit 21.393 Personen, was einem Anteil von rd. 19,9 % der Gesamtbevölkerung entspricht. Die übrige Bevölkerung verteilt sich mit 45.945 Personen in erster Linie auf den größten Stadtteil Lebenstedt (rd. 42,8 % der Gesamtbevölkerung) sowie auf die Stadtteile Thiede (10.796 Personen, entspricht rd. 10,1 % der Gesamtbevölkerung) und Gebhardshagen (6.902 Personen, entspricht rd. 6,4 % der Gesamtbevölkerung). Da sich das Stadtgebiet von Salzgitter aus insgesamt 31 Stadtteilen zusammensetzt, verteilen sich die übrigen 22.429 Personen (rd. 20,9 % der Gesamtbevölkerung) auf weitere 27 Stadtteile. Der Anteil ausländischer Bürgerinnen und Bürger belief sich Ende 2023 auf rd. 22,6 % (24.264 Personen).¹

Abb. 5: Bevölkerungsverteilung im Stadtgebiet Salzgitter (Darstellung der größten Stadtteile)



Kartengrundlage: © GeoBasis-DE/ BKG 2024

Daten: Stadt Salzgitter, Stand: 31.12.2023

Bearbeitung: cima 2024

¹ Stadt Salzgitter: Arbeitsmarkt, Bevölkerung und Umwelt – Monatsbericht Dezember 2023

Erst in einer Langzeitbetrachtung wird die einzigartige Entwicklung der Stadt Salzgitter und ihrer Stadtteile deutlich:

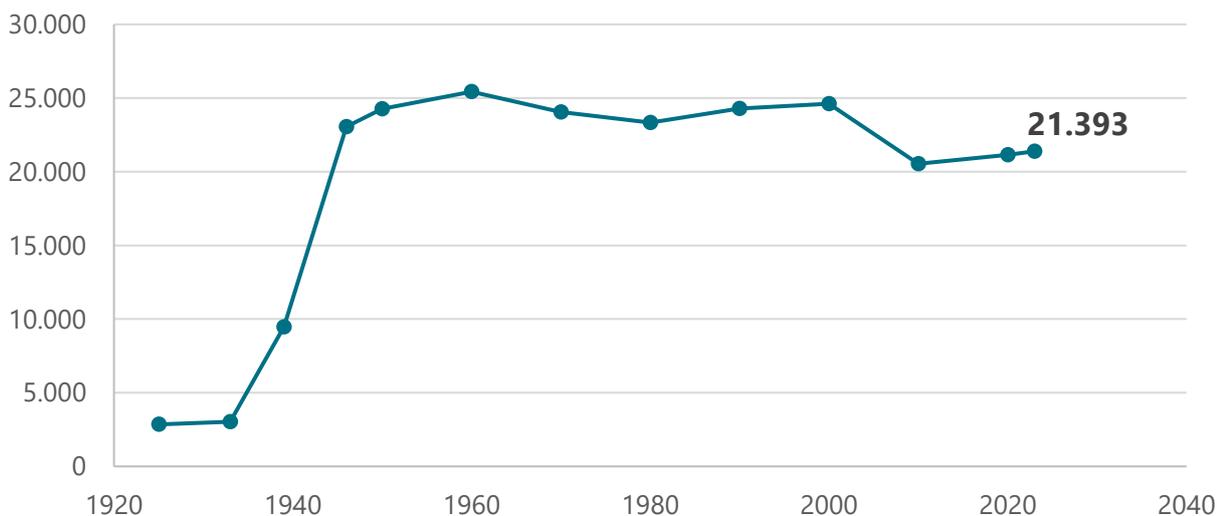
„Die Stadt Salzgitter wurde am 1. April 1942 gegründet. [...] Salzgitter gehört neben Wolfsburg zu den bedeutendsten Großstadtgründungen des 20. Jahrhunderts in Deutschland. Die Stadtgeschichte ist durch die Rohstoffvorkommen in ihrem Gebiet - Salz und Erz - geprägt. Ihren Namen verdankt sie dem Salzvorkommen in Salzgitter-Bad. Für die Gründung der Stadt Salzgitter am 01.04.1942 waren die Eisenerzvorkommen von maßgeblicher Bedeutung. 1937 wurden die Reichswerke "Hermann Göring" gegründet, mit dem Ziel Erz zu fördern, bei Watenstedt ein Hüttenwerk zu errichten und Stahl herzustellen.

Noch im gleichen Jahr begann der Aufbau des Hüttenkomplexes bei Watenstedt. Der Arbeitskräftebedarf war enorm. Aus dem gesamten Reichsgebiet wurden - zunächst angeworbene, später verschleppte und zur Arbeit gezwungene Arbeitskräfte in das Aufbaugesamt verbracht.

Bei Lebenstedt sollte eine Großsiedlung für mehr als 100.000 Menschen entstehen, von der sechs Abschnitte bis Kriegsende fertiggestellt waren. Die Bevölkerung wuchs innerhalb weniger Jahre von 20.000 auf mehr als 100.000 Menschen an. Auch im Süden des späteren Stadtgebietes entstanden in der Nähe der Erzgruben Siedlungen für die Bergleute, die meisten Arbeitskräfte lebten jedoch in Barackenlagern.“²

Mit Blick auf den Stadtteil Salzgitter-Bad kann festgehalten werden, dass die Bevölkerung ab den 1930er Jahren durch die o. g. industriellen und wirtschaftlichen Entwicklungen einen massiven Zuwachs erlebte. Im Jahr 1960 umfasste die Bevölkerung etwas mehr als 25.000 Personen. Nach leichten Bevölkerungsrückgängen in den 2000er Jahren verzeichnete Salzgitter-Bad in den letzten 10 Jahren (Referenzjahr 2013: 19.965 Personen) einen Bevölkerungszuwachs von rd. 7,2 %. Hervorzuheben ist hierbei vor allem die Zunahme des Anteils ausländischer Bürgerinnen und Bürger, der sich von einem prozentualen Anteil von rd. 8,0 % im Jahr 2013 (1.588 Personen) auf rd. 20,3 % im Jahr 2023 (4.345 Personen) erhöht hat.³ Zurückführen lässt sich dies insbesondere auf Zuwanderungen geflüchteter und schutzsuchender Personen, ausgelöst durch den Beginn der Flüchtlingskrise im Jahr 2015 bis hin zum russischen Angriffskrieg auf die Ukraine Anfang 2022.

Abb. 6: Entwicklung der Bevölkerungszahl von Salzgitter-Bad



Quelle: Stadt Salzgitter, Stand: 31.12.2023

² Stadt Salzgitter, 2024

³ Stadt Salzgitter: Statistische Jahrbücher und Monatsberichte div. Jahrgänge

Für die Stadt Salzgitter liegen derzeit verschiedenste Berechnungen vor, die auf Grundlage der jeweiligen Referenzjahre Aussagen zur zukünftigen Bevölkerungsentwicklung treffen. Die Stadt Salzgitter rechnet selbst mit einem leichten Bevölkerungszuwachs von rd. 1,0 % bis 2030 (Ausgangsjahr 2021).⁴ Der Regionalverband Großraum Braunschweig hat im Jahr 2022 eine Bevölkerungs- und Haushaltsprognose für den Großraum Braunschweig erstellen lassen (Nutzung der Bevölkerungsdaten des Landesamtes für Statistik Niedersachsen zum Stichtag 31.12.2021), die für die kreisfreie Stadt Salzgitter ein leichtes Bevölkerungswachstum bis 2030 von 0,5 % prognostiziert⁵. Hingegen hat die Bertelsmann-Stiftung im April 2024 eine Studie zur Bevölkerungsentwicklung in deutschen Kommunen bis 2040 veröffentlicht, die für die Stadt Salzgitter ein deutliches Bevölkerungswachstum von 9,1 % bis zum Jahr 2040 voraussagt⁶.

Aufgrund der zuwanderungsbedingten Bevölkerungszuwächse der letzten Jahre und der Unsicherheit über anhaltende Wanderungsbewegungen in den nächsten Jahren kann abschließend keine eindeutige Aussage über die Bevölkerungsentwicklung in Salzgitter getroffen werden. Für die nächsten Jahre ist jedoch zumindest von einem konstanten (leichten) Wachstum der Gesamtstadt und auch des Stadtteils Salzgitter-Bad auszugehen.

3.1.2 Sozioökonomische Rahmendaten

Als ausgewiesenes Oberzentrum gemäß Landes-Raumordnungsprogramm Niedersachsen 2022 hat die Stadt Salzgitter aus raumordnerischer Perspektive grundsätzlich eine wichtige Versorgungsfunktion für die eigene Wohnbevölkerung und für das Umland inne. Neben der Versorgung der eigenen Bevölkerung mit Angeboten des allgemeinen täglichen Grundbedarfs (periodischer Bedarf) übernimmt die Stadt auch den Versorgungsauftrag der Sicherung und Entwicklung der Angebote zur Deckung des gehobenen sowie des spezialisierten höheren Bedarfs, sowohl für die eigene Bevölkerung als auch im oberzentralen Verflechtungsbereich. Aufgrund der Nähe zu weiteren wichtigen zentralen Orten bilden die Oberzentren Salzgitter, Braunschweig und Wolfsburg mit dem Mittelzentrum Wolfenbüttel einen oberzentralen Verbund.⁷ Wenngleich die Stadt Salzgitter insgesamt eine Bevölkerung von mehr als 100.000 Menschen vorweist, sind für Salzgitter aufgrund der vorhandenen Siedlungsstrukturen (Aufteilung in 31 Stadtteile) und der Entfernung von rd. 12 km zwischen den beiden größten Stadtteilen (Lebenstedt mit rd. 46.000 Personen und SZ-Bad mit rd. 21.000 Personen) gewisse strukturelle Defizite gegenüber den nahegelegenen (kompakten) Oberzentren wie Hildesheim oder Braunschweig zu konstatieren.

Einen kompakten Überblick über die sozioökonomischen Kennzahlen der Stadt Salzgitter liefert die nachfolgende Abb. 7. Diese zeigt, dass die Kaufkraft der Bevölkerung im Stadtgebiet mit einer ausgewiesenen lokalen Kaufkraftkennziffer von 92,2 %⁸ leicht unterhalb des Bundesdurchschnitts von 100 % liegt. Unter dem Begriff „Kaufkraft“ wird die Summe des verfügbaren Einkommens (Einkommen ohne Steuern und Sozialversicherungsbeiträge, inkl. empfangener Transferleistungen) der Bevölkerung einer Region verstanden. Die Anteile des verfügbaren Einkommens, die für Ausgaben im Einzelhandel zur Verfügung stehen, werden als einzelhandelsrelevante Kaufkraft bezeichnet. Die einzelhandelsrelevante Kaufkraft pro Kopf belief sich im Jahr 2023 in Salzgitter auf 6.884 € und lag damit sowohl unter dem Durchschnitt des Landes Niedersachsen (7.368 €/Kopf) und der Bundesrepublik Deutschland (7.463 €/Kopf).⁹

In der letzten Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes für die Stadt Salzgitter wurde dargelegt, dass die Kaufkraftabflüsse die Kaufkraftzuflüsse per Saldo übersteigen. Wichtiger Hinweisgeber hierfür ist die Zentralitätskennziffer, welche 2019 mit einem Wert von 85 % über alle Warengruppen hinweg ausgewiesen

⁴ Stadt Salzgitter, Einwohnerprognose Stadt Salzgitter 2021–2030

⁵ Regionalverband Großraum Braunschweig: Bevölkerungs- und Haushaltsprognose für den Großraum Braunschweig – Entwicklung 2021–2040, 2022

⁶ Bertelsmann Stiftung: Wer, wo, wie viele? – Bevölkerungsentwicklung in deutschen Kommunen bis 2040, 2024

⁷ Landes-Raumordnungsprogramm Niedersachsen (LRÖP): Beschreibende Darstellung, 2022

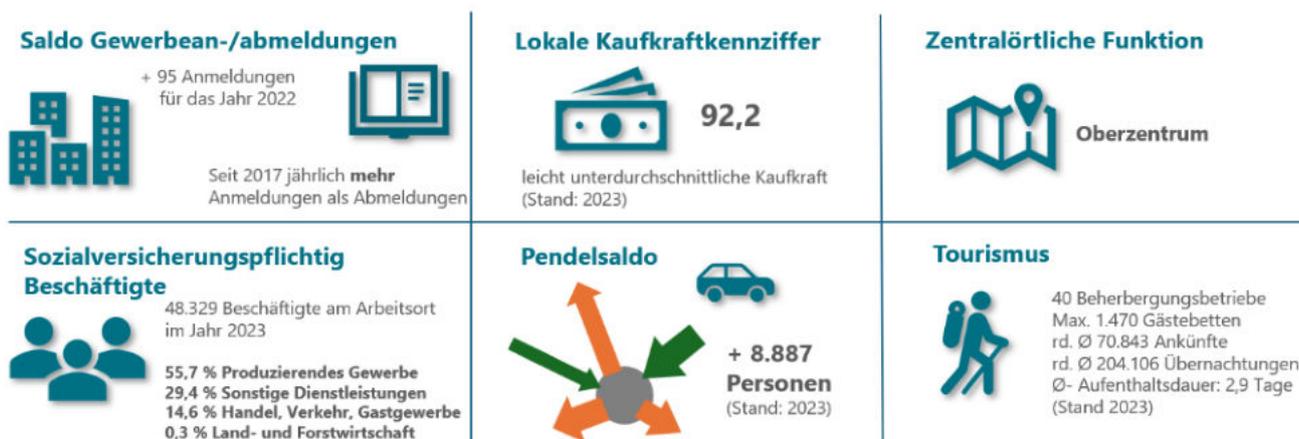
⁸ Michael Bauer Research GmbH, 2023

⁹ ebd., 2023

wurde.¹⁰ Die Einzelhandelszentralität eines Ortes beschreibt das Verhältnis des am Ort getätigten Einzelhandelsumsatzes zu der am Ort vorhandenen Nachfrage. Handelszentralitäten von über 100 signalisieren Kaufkraftzuflüsse; Handelszentralitäten von unter 100 bedeuten per Saldo Kaufkraftabflüsse aus der betreffenden Raumeinheit. Begründet wurde dies sowohl durch Betriebsschließungen in den vergangenen Jahren, die Zunahme des Online-Handels sowie die Nähe zu ausstattungsstarken Ober- und Mittzentren (v. a. Braunschweig, Wolfenbüttel, Goslar).¹¹

Im Jahr 2022 wurden per Saldo 95 Gewerbeanmeldungen erfasst. Insgesamt verzeichnet Salzgitter seit 2017 jährlich mehr Gewerbeanmeldungen als -abmeldungen.¹²

Abb. 7: Sozioökonomische Kennzahlen der Stadt Salzgitter



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

Die Zahl der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten am Arbeitsort belief sich zum Stichtag 30.06.2023 auf 48.329 Personen. Bei der Verteilung der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten auf die Wirtschaftssektoren fällt auf, dass mit rd. 55,7 % überdurchschnittlich viele Beschäftigte im produzierenden Gewerbe arbeiten, gefolgt von sonstigen Dienstleistungen (rd. 29,4 %), Handel, Verkehr und Gastgewerbe (rd. 14,6 %) sowie der Land- und Forstwirtschaft (rd. 0,3 %).¹³

Trotz der Nähe zu weiteren Oberzentren wie Braunschweig und Hildesheim weist Salzgitter einen deutlich positiven Pendelsaldo mit +8.887 Personen auf. Dies lässt sich vor allem auf ansässige Großunternehmen wie die Salzgitter AG, die Volkswagen AG, MAN Nutzfahrzeuge, ALSTOM/LHB und die Robert Bosch Elektronik GmbH zurückführen und unterstreicht die Rolle der Stadt als starken Arbeitsplatzstandort. Der positive Pendelsaldo bedeutet aber auch, dass viele der bei den Großunternehmen beschäftigten und z. T. hochspezialisierten (bzw. hochbezahlten) Arbeitskräfte einen Wohnort außerhalb Salzgitters haben. Im Gegensatz dazu rangiert das verfügbare Einkommen pro Person in Salzgitter mit einem Jahreswert von 21.295 € wiederum hinter den Werten umliegender Städte (Braunschweig = 23.850 €/Person, Wolfenbüttel = 24.354 €/Person, Goslar = 22.811 €/Person). Übergeordnetes Ziel der Stadt Salzgitter ist es vor diesem Hintergrund, zukünftig auch als attraktiver Wohnort von den o. g. hochspezialisierten Arbeitskräften wahrgenommen zu werden. Hierfür treibt die Stadt Salzgitter in verschiedenen Stadtteilen neue Wohnbauprojekte, die Ausweisung neuer Baugebiete oder auch die Revitalisierung einzelner Quartiere voran (z. B. Baugebiet SZ-Thiede „Am Bahnhof West“, SZ-Bad „Wohnen am Berg“). Bedeutend sind hierbei auch weitere Potenziale für neue

¹⁰ Einzelhandelsentwicklungskonzept (EEK) für die Stadt Salzgitter Fortschreibung 2017/2018 Endbericht zur Beschlussfassung 2019, Gesellschaft für Markt und Absatzforschung mbH

¹¹ Einzelhandelsentwicklungskonzept (EEK) für die Stadt Salzgitter Fortschreibung 2017/2018 Endbericht zur Beschlussfassung 2019, Gesellschaft für Markt und Absatzforschung mbH

¹² Landesamt für Statistik Niedersachsen, 2022

¹³ Landesamt für Statistik Niedersachsen, 2023

Bevölkerungszuwanderungen aufgrund von Betriebserweiterungen oder Betriebsneuansiedlungen wie z. B. durch die im Bau befindliche Batteriezellenfabrik der Volkswagen AG.

Hinsichtlich der touristischen Kennzahlen verzeichnet die Stadt Salzgitter insgesamt 40 Beherbergungsbetriebe (Stand 2023). Es wurden rd. 70.843 Ankünfte sowie rd. 204.106 Übernachtungen im Jahr 2023 erfasst. Die durchschnittliche Aufenthaltsdauer betrug 2,9 Tage.¹⁴ Die durchschnittliche Aufenthaltsdauer von weniger als drei Tagen verdeutlicht, dass Salzgitter überwiegend durch den Tagestourismus (v. a. auch Geschäftsreisende) geprägt ist.

Zieht man auf Grundlage der soziodemografischen und sozioökonomischen Daten Rückschlüsse auf die potenzielle Kundschaft bzw. die Besucher*innen der Innenstadt, lässt sich feststellen, dass es sich sowohl bei der eigenen Bevölkerung als auch bei den Besucher*innen und Tourist*innen um diverse Zielgruppen handelt, die aufgrund der sozialen Lage, Herkunft und Grundorientierung verschiedenen Sinus-Milieus zugeordnet werden können. Entsprechend müssen bei der Entwicklung der Innenstadt von Salzgitter-Bad diese Zielgruppen und ihre individuellen Bedarfe und Wünsche mitgedacht werden.

Eine große Herausforderung für die Stadt stellt die schwierige Haushaltslage dar. Diese erfordert ein kritisches Prüfen und Abwägen notwendiger Investitionen, aber auch der Einsparmöglichkeiten. Ebenso gilt es die Einnahmepotenziale zu optimieren.

¹⁴ ebd., 2023

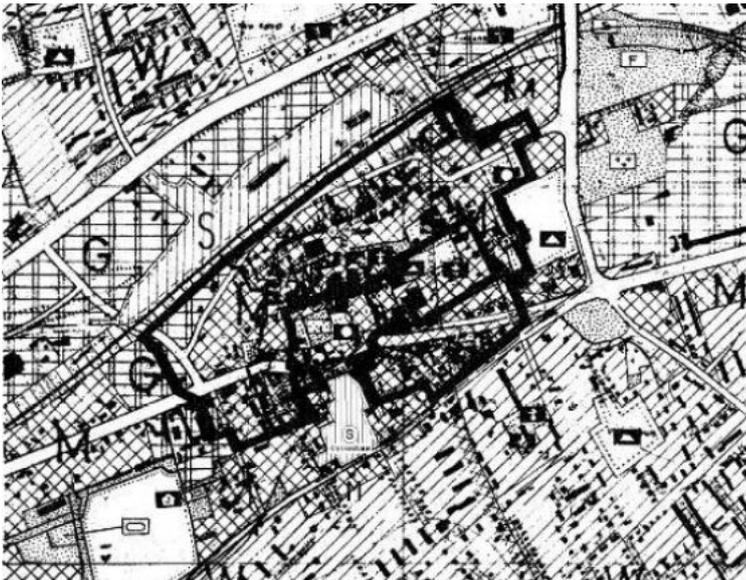
3.2 Planungsrechtliche Vorgaben und vorhandenes Material

Zur Bewertung der planungsrechtlichen Ausgangssituation wurden in erster Linie die örtlichen Grundlagen der Bauleitplanung herangezogen. Hierzu zählt zum einen der Flächennutzungsplan, der die beabsichtigte städtebauliche Entwicklung für das gesamte Stadtgebiet von Salzgitter darstellt und als „vorbereitender Bauleitplan“ ohne Rechtscharakter zu verstehen ist. Der Flächennutzungsplan der Stadt Salzgitter wurde im Jahr 1979 genehmigt. Im Jahr 1993 erfolgte eine Neubekanntmachung. Zum anderen wurden darüber hinaus auch die rechtskräftigen Bebauungspläne (inkl. Änderungen) als „verbindliche Bauleitpläne“ im Untersuchungsgebiet von Salzgitter-Bad herangezogen.

3.2.1 Flächennutzungsplan

Der nachfolgenden Abb. 8 ist zu entnehmen, dass im Untersuchungsgebiet von Salzgitter-Bad nahezu ausschließlich gemischte Bauflächen (in der Regel MD, MI oder MK) ausgewiesen sind. In deutlich untergeordnetem Maße finden sich sonstige Ausweisungen als z. B. Grünflächen oder Sonderbauflächen, wie im Bereich des heutigen St. Elisabeth-Krankenhauses im südlichen Teil des Untersuchungsgebietes. Das in der Abbildung ersichtliche Sanierungsgebiet wurde mittlerweile aufgehoben.

Abb. 8: Ausschnitt aus dem Flächennutzungsplan der Stadt Salzgitter



Quelle: Stadt Salzgitter, 1993
Bearbeitung: cima, 2024

3.2.2 Bebauungspläne im Untersuchungsgebiet

Neben dem Flächennutzungsplan der Stadt Salzgitter wurden auch die rechtskräftigen Bebauungspläne bei der Erarbeitung des Innenstadtkonzeptes berücksichtigt. Relevante Bebauungspläne im Untersuchungsgebiet von Salzgitter-Bad waren zum Zeitpunkt der Konzeptaufstellung v. a.:

- B-Plan Nr. 23 „Triftweg“ (1. Änderung)
- B-Plan Nr. 26 „Friedrich-Ebert-Straße – Wiesenstraße – Schloppweg“ (6. Änderung)
- B-Plan Nr. 37 „Vöppstedter Tor“ (inkl. 1.+2. Änderung)
- B-Plan Nr. 51 „Vorsalzer Straße“ (inkl. 2., 4., 6., 7. Änderung)
- B-Plan Nr. 63 „Töpferreihe/Nordwall“
- B-Plan Nr. 107 „Am Pflingstanger“
- B-Plan Nr. 113 „St. Elisabeth-Krankenhaus“

Insbesondere bei den Maßnahmensteckbriefen (vgl. Kap. 5.6) wurden - sofern möglich - Hinweise zu ggf. notwendigen Anpassungen der Bebauungspläne aufgelistet. Empfehlungen konnten allerdings nur bei den Projektideen angeführt werden, die aufgrund ihres Konkretisierungsgrades eine Aussage zur Anpassung der Bauleitplanung zulassen.

3.2.3 Bestehende Gutachten und Konzepte

In den vergangenen Jahren wurde bereits eine Vielzahl verschiedener Konzepte auf gesamtkommunaler Ebene für die Stadt Salzgitter, auch mit differenzierten Aussagen für die Innenstadt von Salzgitter-Bad, erarbeitet (u. a. Klimaschutzkonzept, Radverkehrskonzept, Einzelhandelsentwicklungskonzept). Darüber hinaus existieren auch Konzepte, die sich ausschließlich auf den Innenstadtbereich von Salzgitter-Bad beziehen (u. a. Örtliche Bauvorschrift über Gestaltung, Städtebaulicher Rahmenplan Altstadt Salzgitter-Bad). Diese dienen als wichtige Grundlage für die Erarbeitung des Innenstadtkonzeptes. Entsprechend wurden die bereits vorliegenden bzw. erarbeiteten strategischen Ziele und Entwicklungsansätze für die Innenstadt von Salzgitter-Bad geprüft, diskutiert und anlassbezogen in die vorliegende Konzeption mit einbezogen, v. a.:

- 1983: Örtliche Bauvorschrift über Gestaltung der Stadt Salzgitter zur Erhaltung und Gestaltung des Stadtbildes der Altstadt Salzgitter-Bad
- 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: Vergnügungstättenkonzept
- 2019: Fortschreibung Einzelhandelsentwicklungskonzept
- 2021: Klimaschutzteilkonzept zur Anpassung an den Klimawandel

3.3 Öffentliche Beteiligungsformate und -veranstaltungen im Zuge der Bestandsanalyse

3.3.1 Auftaktveranstaltung inkl. geführtem Innenstadtspaziergang

Am Freitag, den 18. August 2023 wurde eine Auftaktveranstaltung zur Beteiligung der Öffentlichkeit an der Erarbeitung des Innenstadtkonzeptes für Salzgitter-Bad ausgerichtet. Eingeladen waren alle Bürger*innen der Stadt Salzgitter, Gewerbetreibende, politische Vertreter*innen sowie weitere Interessierte. Auch bei den weiteren Beteiligungsformaten wurden in erster Linie diese Zielgruppen angesprochen.

Die Veranstaltung gliederte sich in zwei Teile. Zu Beginn der Veranstaltung wurde in der Stadtbibliothek eine Einführungspräsentation durch die cima vorgestellt, in der den Anwesenden Anlass & Ziele des Innenstadtkonzeptes, geplante Beteiligungsmöglichkeiten und Allgemeines zum Prozessablauf näher dargelegt wurden. Zudem wurde ein Einblick in aktuelle Trends und Herausforderungen der Innenstädte gegeben.

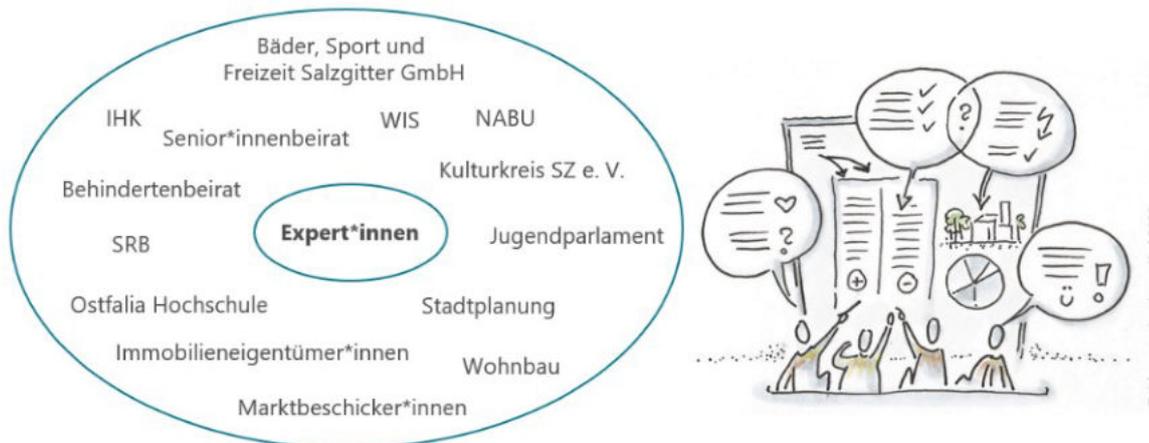
Anschließend folgte ein geführter Innenstadtspaziergang, der aufgrund der Anzahl der Teilnehmenden (rd. 40 Personen) in zwei Gruppen aufgeteilt wurde. Im Rahmen des Innenstadtrundgangs konnten Stärken, Schwächen, Verbesserungsbedarfe und erste Projektideen gesammelt sowie an Ort und Stelle diskutiert werden.

3.3.2 Expertisegespräche

Im Zuge der Analysephase wurden im September und Oktober 2023 Einzel- und Kleingruppengespräche mit diversen städtischen, gewerblichen und privaten Akteur*innen aus den Bereichen Einzelhandel, Gastronomie, Stadtplanung und -entwicklung, Tourismus, Kultur, Soziales, Mobilität sowie Gewerbe und Immobilien geführt. In den Expertisegesprächen ging es sowohl um die Evaluierung der bisherigen Innenstadtentwicklung mit Blick auf die letzten Jahre als auch um die aktuelle Situation (u. a. Alleinstellungsmerkmale, Stärken & Schwächen des Zentrums und individuelle Herausforderungen). Thematisiert wurden weiterhin die bestehenden Innenstadtmanagementstrukturen sowie Handlungsbedarfe für die Zukunft aus Sicht der Gesprächspartner*innen.

Die Gespräche ermöglichten es, ergänzend zu der cima-eigenen Bestandserhebung und -analyse (inkl. Desk-Research), ein entsprechendes „Insider-Wissen“ zu erlangen und den vorhandenen Informationsstand hierdurch qualitativ anzureichern.

Abb. 9: Übersicht der Gesprächspartner*innen



Quelle: cima, 2024

3.3.3 Online- und Passantenbefragung

Zu Beginn des Prozesses wurde eine Befragung der Bevölkerung durchgeführt, die Teilnahme war vom 17. August bis zum 17. September 2023 möglich. Um für alle Interessierten eine Teilnahme zu ermöglichen, wurde die Befragung hauptsächlich in digitaler Form, verlinkt über die städtische Homepage, durchgeführt. Auf Nachfrage bei der Stadtverwaltung gab es auch die Möglichkeit, eine Druckversion des Fragebogens zu erhalten und somit ebenfalls an der Befragung teilnehmen zu können. 215 Personen haben an der Befragung teilgenommen. Ergänzend fand am 30. August 2023 eine Passantenbefragung in der Innenstadt von Salzgitter-Bad statt, bei der zusätzlich 28 Gespräche mit interessierten Bürgerinnen und Bürgern bzw. Besuchenden geführt wurden.

Insgesamt haben somit 243 Personen an den Befragungen teilgenommen. Aufgrund der Teilnehmendenzahl im Verhältnis zur Gesamtbevölkerung sind die Ergebnisse nicht als repräsentativ zu bewerten, jedoch vermitteln sie ein wichtiges Stimmungsbild zur Zufriedenheit der Bürger*innen und geben Hinweise auf wichtige

Abb. 10: Infoplatkat zur Online-Befragung



Quelle: Wirtschafts- und Innovationsförderung Salzgitter GmbH, 2023

Themen und Handlungsbedarfe. Nachfolgend werden die Kernergebnisse der Online- und Passantenbefragung zusammengefasst:

Persönliches Einkaufsverhalten



- Ein überwiegender Großteil der Befragten besucht fast täglich bzw. mind. 1x wöchentlich die Innenstadt von Salzgitter-Bad.
- Die meisten Teilnehmenden besuchen die Innenstadt heute genauso oft, wie in Zeiten vor der Corona-Pandemie.
- Einkaufen/Shoppen sowie das Aufsuchen von Gastronomie- und Dienstleistungsangeboten stellen die wichtigsten Aufenthalts- und Besuchsgründe dar.

Erreichbarkeit & Mobilität



- Für die meisten Teilnehmenden stellt der Pkw das am häufigsten genutzte Verkehrsmittel dar, um die Innenstadt von Salzgitter-Bad zu erreichen.
- Deutliche Verbesserungsbedarfe werden hinsichtlich der Infrastruktur für den ÖPNV (v. a. Erreichbarkeit aus den umliegenden Stadtteilen) und den Radverkehr (v. a. Radwegenetz, Abstellanlagen) geäußert.

Einschätzungen zur Innenstadt



- Zentrale **Stärken** der Innenstadt von Salzgitter-Bad sind laut der Teilnehmenden das Fachwerk-Ambiente und der erkennbare historische Altstadtbereich. Die Innenstadt punktet weiterhin mit dem Wochenmarkt sowie arrondierenden Frei- und Grünflächen (v. a. Rosengarten).
- Wesentliche **Schwächen** der Innenstadt von Salzgitter-Bad betreffen die Leerstandssituation in der Fußgängerzone, die Qualität und die Vielfalt des Geschäfts-/Einzelhandelsbesatzes sowie Angebotslücken im Bereich Gastronomie.
- Die **Vermarktung** und das **Image** der Innenstadt von Salzgitter-Bad wird von den Teilnehmenden als verbesserungswürdig eingestuft. Grundsätzlich sehen die Teilnehmenden ein Vermarktungspotenzial in der Historie, gleichzeitig sehen sie aber auch die Notwendigkeit einer Belebung der Innenstadt durch Events und Veranstaltungen, um aktuellen Assoziationen wie „leblos, ausgestorben und langweilig“ künftig entgegenzuwirken.

3.3.4 Online-Ideenkarte

Die beschriebene Auftaktveranstaltung diente als Startschuss für die weitere Beteiligung der Bürger*innen im Rahmen der Analysephase. Im Zeitraum vom 17. August bis zum 17. September 2023 fand eine Beteiligung über eine **interaktive Ideenkarte** statt. Die Ideenkarte diente der virtuellen Verortung von Stärken, Schwächen, Anregungen und ersten Projektideen. Mittels einer Kommentarfunktion konnten die anderen Teilnehmenden die Beiträge kommentieren und bewerten (Like/Dislike) (vgl. Abb. 11). Zusätzlich konnten eigene Fotos oder Best-Practice-Beispiele ergänzt oder integriert werden. Die interaktive Ideenkarte konnte 78 Beiträge, 52 Kommentare und 788 Bewertungen erzielen. Die meisten Beiträge wurden den Themen Angebots- & Nutzungsvielfalt, Mobilität & Erreichbarkeit, Stadtgrün & Aufenthaltsqualität zugeordnet.

Abb. 11: Impression der Beiträge aus der Online-Ideenkarte: Salzgitter-Bad



Quelle: cima, 2024

3.3.5 Fliegender Reporter

Ergänzend zu den eher fachlichen Expertisegesprächen, standen bei dem Format „Fliegender Reporter“ vor allem Emotionen und Geschichten im Fokus. Hierzu wurden in der Kalenderwoche 36 (04.–08. September 2023) Interviews mit wichtigen Stakeholdern der Innenstadt von Salzgitter-Bad geführt, wodurch ein anekdotisches Verständnis für die Herausforderungen und Potenziale in dem Zentrum insgesamt und einzelnen Quartieren erlangt werden sollte. Die Interviews sollten dazu beitragen, konkrete Probleme, aber auch Ideen und Lösungsansätze für die zukünftige Entwicklung der Innenstädte zu generieren, die breite Öffentlichkeit für die Themen zu sensibilisieren und zeitgemäß davon zu erzählen. Bei der Auswahl der Zielpartner*innen wurde besonders darauf geachtet, dass eine der Gesellschaft entsprechende Diversität erreicht wurde. Einzelne Zitate aus den Interviews wurden insbesondere bei dem Stadtlabor (vgl. nachfolgendes Kapitel) künstlerisch im Format „Stadtstimmen“ in Szene gesetzt.

3.3.6 Stadtlabor

Um eine möglichst breite Öffentlichkeit direkt im Stadtraum anzusprechen, wurde am Samstag, den 07.10.2023 auf dem zentral gelegenen Klesmerplatz in Salzgitter-Bad ein Stadtlabor als „Zukunftswerkstatt vor Ort“ ausgerichtet. In diesem Zuge wurden verschiedene Beteiligungstationen installiert, die Interessierte informieren, inspirieren, zum Dialog einladen und Ideen bzw. Vorstellungen für die Zukunft der Innenstädte generieren sollten.

Zu den Angeboten gehörten:

- Ausstellung bestehend aus Stadtstimmen (Impressionen aus dem Format „Fliegender Reporter“), Zwischenergebnissen bereits durchgeführter Beteiligungsformate (u. a. Online-Ideenkarte) und Best-Practice-Beispielen aus anderen Städten
- Panel-Diskussion: „Innenstadt gemeinsam beleben“
- Workshopstationen zu den Themen „Leerstand-Prototyping“ sowie „Urbanes Gärtnern“
- Beteiligungsbar: „Drinks gegen Beteiligung“
- Audiowalk: 5 KI-generierte Charaktere gaben Anregungen zur Innenstadt der Zukunft

Abb. 12: Impressionen des Stadtlabors in Salzgitter-Bad



Quelle: cima und GfaZ, 2024

3.4 Standort-Check

Der cima Standort-Check analysierte auf der Basis einer intensiven Begehung des Innenstadtbereichs durch ein cima-Team die vier Themen Angebot, Mobilität & Erreichbarkeit, Stadtgestaltung sowie Erlebnis & Kommunikation und ermöglicht so den Blick „von außen“. Die Ergebnisse der vor-Ort-Begehung wurden schriftlich und via Fotodokumentation festgehalten.

Eine Desk-Research und die anlassbezogene Überprüfung verfügbarer Informationen auf den Homepages und Social-Media-Seiten der Stadt Salzgitter, der Wirtschafts- und Innovationsförderung Salzgitter GmbH (WIS), der Werbegemeinschaft Salzgitter Bad e. V. sowie weitere Internetrecherchen ergänzten den externen Blick auf die Innenstadt von Salzgitter-Bad.

Die nachfolgende Grafik stellt die vier Themenbereiche des Innenstadt-Checks „Angebot“, „Mobilität & Erreichbarkeit“, „Stadtgestaltung“ und „Erlebnis & Kommunikation“ und ihre Unterpunkte dar. Als Prüfschema des Standort-Checks bildeten sie später auch die Analysestruktur und dienten als Diskussions- und Handlungsfelder im Rahmen der öffentlichen Teilnehmungsformate und Steuerungsgruppensitzungen. Die Themenbereiche Nachhaltigkeit und Digitalisierung sind als themenübergreifend zu verstehen und finden sich in allen Bereichen wieder.

Abb. 13: Themenbereiche des Standort-Checks



Quelle: cima, 2024



Zusammenfassende Stärken-Schwächen-Analyse

4. Zusammenfassende Stärken-Schwächen-Analyse

Die Ergebnisse der vorweg dargestellten Analysebausteine werden zu einer Stärken-Schwächen-Analyse zusammengefasst. In dieser werden die innerstädtischen Qualitäten und Defizite gegenübergestellt und somit wichtige Grundlagen für die zukünftige Entwicklung dargelegt. Diese Bilanz zeigt die künftigen zentralen Handlungsfelder sowie die Prioritäten der weiteren Arbeit auf.

4.1 Themenbereich Angebot

Angebot

Einzelhandel
Gastronomie
Dienstleistungen
Bildung
Kultur
Soziales
Wohnen
Verwaltung

Einführung: Sowohl Innenstädte als auch Ortszentren müssen sich heute mehr denn je als vielfältige, multifunktionale Versorgungsräume und soziale Treffpunkte verstehen. Dienstleistung, Handwerk, Verwaltung, Bildungs- und Kultureinrichtungen bringen Menschen in die City und die Zunahme der Wohnfunktion belebt die Geschäftsbereiche auch nach Ladenschluss. Der Handel bleibt der wichtigste Frequenzbringer, jedoch ist es entscheidend, den Branchenmix und das Zusammenspiel der unterschiedlichen Attraktivitätsfaktoren in den Fokus zu nehmen, zu moderieren und zu fördern. Wenn bei der cima-Umfrage der „Deutschlandstudie Innenstadt“ Bürger*innen in ganz Deutschland gefragt wurden, was eine attraktive Innenstadt ausmacht, waren es stets die Einkaufsmöglichkeiten, die mit Abstand am häufigsten genannt wurden. Das ist auch bei der jüngsten Ausgabe 2022 so. Im besonderen Fokus stehen dabei die sogenannten innenstadtrelevanten Branchen. Gleichzeitig ist jedoch eine langsame, aber stetige Trendwende abzusehen. Nicht mehr allein Shoppingmöglichkeiten sind gefragt, sondern verstärkt auch die Mischung aus Einkaufen, Besuch einer möglichst vielfältigen Gastronomie und schöne Plätze und Orte zum Verweilen. Entsprechend finden sich gegenüber den Vorjahren Zuwächse bei der Bedeutung von öffentlichem Grün, Aufenthaltsqualität und Sauberkeit (vgl. „Kapitel Stadtgestaltung“ bzw. „Erlebnis & Kommunikation“).

Jedoch reicht heutzutage das offensichtliche Angebot im Stadtbild und den Schaufenstern nicht mehr aus. Wer als Akteur*in im Internet nicht präsent ist, existiert für eine wachsende Zahl der Kundschaft und Besucher*innen quasi nicht. So muss sich der Branchenmix mit seinen Sortimenten, Dienstleistungen und sonstigen Qualitäten online widerspiegeln und Impulse und Informationen für den nächsten Innenstadtbesuch bieten.

Wichtig ist die Betrachtung der einzelnen Zielgruppen und ihrer individuellen Bedarfe und Erwartungen. Eine zentrale Zielgruppe sind die jungen Menschen. Die Innenstadtstudie zeigt deren Innenstadt-Affinität: Sie wollen die Innenstädte bewusst unterstützen - brauchen aber Freizeit, Kultur und Aufenthaltsqualität sowie aktuelle, digitale Informationen.

Wichtig ist die Betrachtung der einzelnen Zielgruppen und ihrer individuellen Bedarfe und Erwartungen. Eine zentrale Zielgruppe sind die jungen Menschen. Die Innenstadtstudie zeigt deren Innenstadt-Affinität: Sie wollen die Innenstädte bewusst unterstützen - brauchen aber Freizeit, Kultur und Aufenthaltsqualität sowie aktuelle, digitale Informationen.

Zur Darstellung der räumlichen Verteilung des Geschäftsbesatzes im Innenstadtbereich von Salzgitter-Bad wurden die Nutzungen (Einzelhandel, Gastronomie, Leerstände sowie ergänzende Nutzungen) in der nachfolgenden Abb. 14 kartiert. Der Einzelhandelsbesatz im Untersuchungsgebiet konzentriert sich in erster Linie auf den Standortbereich Am Pflingstanger sowie auf die Bereiche am Schützenplatz, entlang der Vorsalzer Straße und Marktstraße bis zum Marktplatz und in Teilen entlang des Bohlweges.

Das Einzelhandelsangebot der Innenstadt ist grundsätzlich gekennzeichnet durch eine Nutzungsmischung aus Geschäften mit periodischen Hauptsortimenten (z. B. Nahrungs- und Genussmittel, Drogerie- und Parfümeriewaren) und aperiodischen (z. B. Bekleidung, Schuhe, Elektroartikel). Innenstadttypisch wäre ein Überhang von Betrieben mit aperiodischen Hauptsortimenten. In Salzgitter-Bad ist dies nicht der Fall. Die größeren Magnetbetriebe im Innenstadtbereich sind in erster Linie Nahversorgungsbetriebe mit

umfassenden Verkaufsflächen (v. a. Rewe, Penny, Aldi, trinkgut und Rossmann), die am östlichen bzw. südlichen Innenstadtrand angesiedelt sind. Am östlich gelegenen Standort Am Pflingstanger sind darüber hinaus auch (primär filialisierte) Betriebe mit aperiodischen Hauptsortimenten ansässig, die im Vergleich zu den Geschäften in der kleinteiligen Fußgängerzone etwas größere Verkaufsflächen vorweisen (u. a. Jeans Fritz, Ernsting's family, Tedi, KiK). Die Verteilung von Betrieben unterschiedlicher Verkaufsflächengrößen ist im Zentrum von Salzgitter-Bad daher deutlich durch den vorhandenen Immobilienbestand bestimmt.

Für den Bereich Schützenplatz/Am Pflingstanger ist in dieser Hinsicht ein kurzer historischer Abriss vorzunehmen: Anfang der 1960er Jahre wurde hier eine Karstadt-Filiale eröffnet, die mehrere Jahrzehnte als wichtiger Magnetbetrieb in der Innenstadt fungierte und eine (über-)regionale Ausstrahlungskraft besaß. Nach Schließung der Filiale im Jahr 2005 wurde der Standortbereich gänzlich neu strukturiert. Auf dem ehem. Karstadt-Areal erfolgte der Neubau eines Einkaufszentrums, in dem sich u. a. die oben genannten (filialisierten) Betriebe angesiedelt haben. Der Schützenplatz selbst wurde ebenfalls bebaut („Solte-Zentrum“).

Im Bereich der Vorsalzer Straße, Klesmerplatz, Marktstraße, Marktplatz sowie entlang des Bohlweges, in dem zu einem nicht unwesentlichen Teil Fachwerkarchitektur das Stadtbild bestimmt, sind in erster Linie inhabergeführte Einzelhandelsbetriebe ansässig.

Abb. 14: Einzelhandels- und Dienstleistungsbesatz sowie gewerbliche Leerstände im Untersuchungsgebiet



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

Über alle Einzelhandelsbetriebe hinweg zeigt sich auf Sortimentsebene, dass im periodischen Bedarf ein umfassendes Angebot vorliegt. Das Angebot im Bereich Nahrungs- und Genussmittel der großflächigen Nahversorgungsbetriebe wird v. a. ergänzt durch mehrere Betriebe des Lebensmittelhandwerks, Kioske und internationale Angebote (City Markt). Mittwochs und samstags findet darüber hinaus auf dem Marktplatz der Wochenmarkt statt. Dieser stellt eine wichtige Ergänzung des stationären Einzelhandels dar und erfüllt weiterhin eine bedeutende frequenzbringende Funktion für die Innenstadt. Besonders im Hinblick auf die

zunehmende Bedeutung der Nachhaltigkeit und der Nachfrage nach regionalen Produkten hat der Wochenmarkt für die Innenstadt einen bedeutenden Wert. Zukünftig könnte der Wochenmarkt konzeptionell und hinsichtlich des Marketings jedoch aufgewertet werden, um diesen als Ort der Begegnung und des Austausches sowie der Nahversorgung für die Bürger*innen sowie Besucher*innen zu bereichern und langfristig zu stärken. Als relevanter Betrieb, der Drogerie- und Parfümeriewaren im Hauptsortiment anbietet, ist Rossmann zu nennen. Das periodische Angebot wird abgerundet durch mehrere Apotheken und Floristikbetriebe.

Relevante Entwicklungsbedarfe bzw. auch Angebotslücken bestehen in erster Linie im aperiodischen (innenstadttypischen) Bedarfsbereich. Im Bereich Bekleidung sind neben den genannten Filialisten am Standort Am Pfingstanger auch inhabergeführte Betriebe im Zentrum ansässig (u. a. Modehaus Hempel, Rittersporn, Fräulein Liebesglück). Auch im Sortiment Optik, Akustik, Sanitätsartikel sind mehrere Anbieter zu nennen, u. a. KIND Hörgeräte, Optik Wetter, Apollo Optik, Optik Press, Amplifon Hörexperten, Orthopädiehaus Wachtel, Sanitätshaus Christoph und Sanitätshaus Enge. In den übrigen aperiodischen Sortimenten sind je Sortiment deutlich weniger Betriebe vertreten. Die innenstadttypischen Sortimente Schuhe, Bücher oder Spielwaren werden bspw. jeweils nur von einem Fachbetrieb im Hauptsortiment angeboten (Schuhgeschäft Pape, Buchhandlung Lesezeichen, Spielwaren Klaper). Einzelhandelsbetriebe, die Sportartikel oder auch Elektronikartikel/Unterhaltungselektronik im Hauptsortiment anbieten, sind in der Innenstadt von Salzgitter-Bad nicht ansässig.

In Ergänzung zum vorweg beschriebenen Angebotsbesatz ist der Standortbereich nördlich des Bahnhofes im Bereich An der Erzbahn/Breslauer Str. zu sehen, der im Detail jedoch nicht mehr zum Untersuchungsgebiet bzw. zum definierten Innenstadtbereich zählt. Aufgrund der dort vorhandenen Verkaufsflächenpotenziale haben sich in diesem Bereich in den letzten Jahren diverse Fachmärkte aus dem periodischen und aperiodischen Bereich angesiedelt. Neben großflächigen Lebensmittelmärkten (E-Center, Penny, Lidl, Aldi) ist dort auch eine weitere Rossmann-Filiale ansässig sowie darüber hinaus Betriebe aus den Bereichen Bekleidung (KiK, Takko), Schuhe (ABC Schuhcenter, Deichmann) und Haushaltswaren (Action).

In der letzten Fortschreibung des Einzelhandelsentwicklungskonzeptes für die Stadt Salzgitter wurden im Zuge der Datenerhebung Ende 2016/Anfang 2017 insgesamt 88 Einzelhandelsbetriebe im Innenstadtbereich von Salzgitter-Bad erfasst. Im Juli 2023 wurden von der CIMA nunmehr insgesamt 76 Einzelhandelsbetriebe erhoben. Diese Entwicklung der Abnahme von Einzelhandelsbetrieben im Zentrum fügt sich in das Trendbild auf Bundesebene ein, wonach insgesamt (über alle Stadtgrößen hinweg) ein Rückgang von Einzelhandelsbetrieben in den Innenstädten zu verzeichnen ist, bei gleichzeitig zunehmender Diversifizierung des Angebotsmixes durch sonstige Nutzungen. Auch in der Innenstadt von Salzgitter-Bad ist seit einiger Zeit zu beobachten, dass Geschäftsansiedlungen/Neueröffnungen primär auf neue Gastronomieangebote oder Dienstleistungen und nicht auf Einzelhandelsbetriebe zurückzuführen sind. Ergänzend muss an dieser Stelle auch noch einmal auf die monatelangen Einschränkungen und Auswirkungen durch die Corona-Pandemie, v. a. in den Jahren 2020 und 2021, hingewiesen werden.

Gastronomische Betriebe sind im gesamten Untersuchungsgebiet verteilt. Räumliche Konzentrationen finden sich am Marktplatz, Klesmerplatz, in der östlichen Vorsalzer Straße und am Schützenplatz. Das Angebot reicht vom schnellen Verzehr (Bäckerei, (Eis-)Café, Imbiss) bis zu Restaurants unterschiedlicher Küchen (v. a. deutsch, italienisch, griechisch, asiatisch). Weitere Restaurants (auch höherpreisig) sowie außergastronomische Angebote würden die Verweildauer weiter erhöhen und auch in die Abendstunden hinein ausdehnen. Es mangelt an Konzepten für jüngeres Publikum, diese wären aber wichtig, um auch diese Zielgruppe (z. B. Studierende) in die Innenstadt zu locken.

Der Angebotsmix in der Innenstadt von Salzgitter-Bad wird insgesamt abgerundet durch diverse ergänzende Nutzungen bzw. Dienstleistungsbetriebe. Hierzu zählen u. a. Kreditinstitute, medizinische Praxen, städtische Einrichtungen (Rathaus, Stadtbibliothek), Versicherungen und Handwerksbetriebe. Ein Schwerpunkt ist im Segment medizinischer Angebote festzustellen. Begründet wird dies in erster Linie durch das ansässige St. Elisabeth-Krankenhaus, welches in gewisser Weise eine frequenzbringende Funktion für die Innenstadt erzeugt sowie weiterhin auch durch eine Vielzahl gesundheitsnaher Dienstleistungen und

medizinischer Praxen in den Lagen Bohlweg, Kaiserstraße und Altstadtweg. In zentraler Lage am Klesmerplatz sind im April 2019 durch einen Brand zwei Wohn- und Geschäftshäuser zerstört worden. Auf dem Areal soll nach aktuellen Planungen ein Wohn- und Geschäftshaus (medizinische Praxis im EG) neu errichtet werden. In der Fußgängerzone ist mittlerweile ein nicht unwesentlicher Anteil von Nagelstudios, Handyshops und Spielhallen auszumachen, der die Qualität des Angebotsbesatzes mindert. In diesem Zusammenhang sind langjährig bestehende Konzepte und Strategien stringent zu verfolgen. In dem gültigen Vergnügungstättenkonzept aus dem Jahr 2017 wird bspw. dem städtebaulichen Ziel der Freihaltung der Fußgängerzone von Vergnügungstätten zum Schutz des Stadtbildes eine besondere Bedeutung eingeräumt.

Am Marktplatz ist das Hotel Ratskeller als einziger Hotelbetrieb im abgegrenzten Innenstadtbereich angesiedelt. Weitere Hotelbetriebe finden sich u. a. nördlich (Kniestedter Hof, Hotel Harßhof), südlich (Hotel Quellenhof, Hotel BonaMari) oder westlich (Boarding Haus) der Innenstadt.

Bildungs- oder Verwaltungseinrichtungen, die Frequenz in die Innenstadt von Salzgitter-Bad bringen, sind zum Teil direkt in der Innenstadt oder arrondierend vorhanden. Hierzu zählen primär die Zweigstelle des Rathauses der Stadt Salzgitter („Kleines Rathaus“) und die Stadtbibliothek am Marktplatz, die Grundschule am Altstadtweg sowie die Realschule von Salzgitter-Bad an der Friedenstraße.

Zu den relevanten Kultur- und Freizeitangeboten zählt primär das Bürgerkino im Anger-Center am östlichen Rand des Untersuchungsgebietes. Weitere Angebote finden sich angrenzend bzw. arrondierend an den festgelegten Innenstadtbereich (u. a. Musikschule, Veranstaltungshaus Kniestedter Kirche). In zentraler Innenstadtlage finden regelmäßig Events & Veranstaltungen statt, nähere Informationen hierzu finden sich in Kapitel 4.4 zum Thema Erlebnis & Kommunikation.

Auch die Wohnfunktion ist als wichtiges Element des Innenstadtbetriebes in Salzgitter-Bad zu nennen. Während das Wohnen im nordöstlichen Bereich des Innenstadtbereiches eine deutlich untergeordnete Funktion einnimmt, nimmt der Besatz im südwestlichen Bereich merklich zu. Entlang der Vorsalzer Straße, der Marktstraße, am Klesmerplatz, am Marktplatz und am Bohlweg sind neben den gewerblichen Betrieben in den Erdgeschosslagen in den Obergeschossen vornehmlich Wohnungen untergebracht. In Teilbereichen der Innenstadt wie bspw. in der Bismarckstraße sind fast ausschließlich Wohnlagen (auch im Erdgeschoss) zu verzeichnen. Die Wohnfunktion birgt allerdings auch ein gewisses Konfliktpotenzial (v. a. Lärm) bzgl. Events & Veranstaltungen sowie Außengastronomie in den Abendstunden.

Im Untersuchungsgebiet wurden zum Erhebungszeitpunkt (Juli 2023) insgesamt 41 gewerbliche Leerstände erfasst. Es sei jedoch anzumerken, dass in einzelnen Fällen keine zweifelsfreie Zuordnung als Leerstand vorgenommen werden konnte, da nicht alle Schaufenster dieser augenscheinlichen Leerstände Einsicht in die dahinterliegenden Räumlichkeiten ermöglichten. Insofern ist die erfasste Gesamtsumme als Orientierungswert zu verstehen. Die erfassten Leerstände verteilen sich über den gesamten Innenstadtbereich (vgl. Abb. 14). Einzelne Agglomerationen sind im Bereich Schützenplatz oder im Anger-Center auszumachen. Im Unterschied zur Innenstadt von SZ-Lebenstedt gibt es in der Innenstadt von SZ-Bad - auch aufgrund des vorhandenen Immobilienbesatzes - keine leerstehenden „Großimmobilien“ mit umfangreichen Verkaufsflächen. Insofern fallen die z. T. kleinteiligen Leerstände in der Einzelbetrachtung nicht immer unmittelbar ins Auge. Vielmehr ist in Salzgitter-Bad die Leerstandssituation in der Gesamtbetrachtung zu werten. Ziel muss es an dieser Stelle sein, die Leerstände in den höherfrequentierten Lagebereichen wie der Vorsalzer Straße, am Klesmerplatz, am Marktplatz, in der Marktstraße und im Bereich Schützenplatz langfristig wieder vermietet zu bekommen. Das von der WIS initiierte Leerstandsmanagement inkl. Leerstandskataster ist bereits ein gelungener Ansatz. Es sollte auch weiterhin versucht werden die Zustimmung der Eigentümer*innen für die Eintragung der Leerstände in das Leerstandskataster zu erhalten, um die Vermarktung der Leerstände umfassender voranzubringen. Auch neue Nutzungen sind in der Einzelfallbetrachtung abzuwägen (temporäre Zwischennutzungen, Mixed-Use-Konzepte oder auch Umnutzungen zu Arbeits- und Wohnräumen etc.), um einen weiteren Trading-Down-Effekt auf angrenzende Gebäude und Nutzungen zu vermeiden.

Insgesamt gilt es die Angebotsvielfalt in der Innenstadt von Salzgitter-Bad zu stärken und entsprechend den Bedarfen und Wünschen der Bevölkerung und der Besucher*innen zu entwickeln. Besonderheiten, Services und Erlebnisse der Betriebe sind herauszustellen und offline und online zu kommunizieren.

Unterstützung benötigen viele Gewerbetreibende in Bezug auf Ladenbau, Außengestaltung und Online-Sichtbarkeit. Vor allem in den Randbereichen der Fußgängerzone und angrenzenden Straßen ist die Fernwirkung der Betriebe entscheidend („Kommt da noch was?“).

Nachfolgend werden für den Themenbereich Angebot die wichtigsten **Stärken** und **Schwächen** zusammengefasst:

Stärken
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Angebots-Mix aus Einzelhandel, Gastronomie und Dienstleistung (Magnetbetriebe allerdings eher aus dem Bereich Nahversorgung) ▪ Inhabergeführte Betriebe in der Altstadt und (über-)regionale Filialisten in den Randlagen ▪ Hotel- und Beherbergungsbetriebe in der Altstadt ansässig bzw. im näheren Umfeld ▪ Vorhandensein mehrerer Bildungs-, Verwaltungs- und Kultureinrichtungen ▪ Wichtige Nahversorgungsangebote und großflächiger Einzelhandel v. a. nördlich, östlich und südlich der Altstadt (2x Lebensmittelvollsortimenter, 5x Lebensmitteldiscounter, 2x Drogeriemarkt) ▪ Wochenmarkt auf dem Marktplatz (mittwochs und samstags) ▪ Verschiedene Gastronomieangebote mit z. T. Außengastronomie (Restaurants, (Eis-)Cafés, Bäckereien, Imbiss etc.) ▪ Div. Dienstleistungen vorhanden (Kreditinstitute, Versicherungen, körpernahe Dienstleistungen) ▪ Sehr großes Angebot an medizinischer Versorgung (Krankenhaus, ärztliche Praxen, Reha etc.) ▪ Angebot an Wohnraum in den OG der Altstadt, z. T. auch im EG in den Randlagen

Abb. 15: Impressionen zu den Stärken im Bereich Angebot (Auswahl)



Quelle: cima, 2023

Schwächen

- Einzelhandel: Kein Schwerpunkt innenstadttypischer (aperiodischer) Sortimente erkennbar, z. T. **Angebotslücken** einzelner Sortimente wie z. B. Schuhe, Bücher, Sportartikel
- **Trading-Down-Effekt:** Anhaltende Abnahme Einzelhandelsbesatz vs. Zunahme ergänzender Nutzungen/Dienstleistungen (Nagelstudios, Handyshops, Spielhallen) in der Fußgängerzone
- Diverse (teils langfristige) **Leerstände** diverser Größe und Qualität (z. T. Konzentrierung in der Fußgängerzone, Anger-Center und am Schützenplatz)
- Wenige **Gastronomieangebote** zum längeren Verweilen, für jüngeres Publikum oder auch im höherpreisigen Segment (Erlebnis-/Systemgastronomie)
- Wenig Angebote für **jüngeres Publikum**
- **Wohnfunktion birgt Konfliktpotenzial** hinsichtlich Events, Veranstaltungen und Außengastronomie (v. a. in den Abendstunden)

Abb. 16: Impressionen zu den Schwächen im Bereich Angebot (Auswahl)



Spielhalle am Schützenplatz



Qualitätsdefizite im Branchenbesatz, Vorsalzer Straße



Geschäftsaufgabe inhabergeführter Einzelhandel



Leerstand im Anger-Center

Quelle: cima, 2023

4.2 Themenbereich Mobilität & Erreichbarkeit

Mobilität & Erreichbarkeit

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

Einführung: Nicht nur der/die zeitknapp(e) Arbeitnehmer*in braucht eine schnelle Erreichbarkeit der Versorgungseinrichtungen und Angebote in der Innenstadt, auch Tourist*innen und Besucher*innen schätzen es, einfach an ihr Ziel zu gelangen. Wichtig ist dabei der Aspekt der Bequemlichkeit. Unsere Städte und Einkaufstouren müssen nicht nur attraktiv und erlebnisreich, sondern v. a. auch bequem sein. Einer der Hauptgründe für die Kundenschaft vom stationären Handel zum Einkaufen ins Internet bzw. E-Commerce abzuwandern, ist der Faktor Bequemlichkeit: Sie sind nicht an Öffnungszeiten gebunden, stehen nicht im Stau, müssen keinen Parkplatz suchen und haben ein größeres Sortiment auf Knopfdruck zur Verfügung. Im Umkehrschluss bedeutet das für (inner-)städtische Angebote Folgendes:

Wenn sich die Gäste in der heutigen Zeit noch auf den Weg in die Innenstadt machen, sollten sie es so einfach wie möglich haben, dort mit dem

Verkehrsmittel eigener Wahl hinzukommen, sollten sich gut zurechtfinden können und bestenfalls zufrieden oder gar begeistert wieder nach Hause zurückkehren. Der Pkw bleibt dabei zunächst das wichtigste Verkehrsmittel, die nachhaltige Mobilität rückt jedoch zunehmend ins Bewusstsein. Wenn es darum geht, welche Mobilitätsangebote zum Erreichen der Innenstadt am ehesten verbessert werden müssten, stehen laut Deutschlandstudie Innenstadt der CIMA die Verbesserung der Fußwege und Fußgängerfreundlichkeit, die Fahrradinfrastruktur und die günstigere Anbindung und Erreichbarkeit mit dem ÖPNV entsprechend im Fokus.

Im Querschnitt über alle Verkehrsmittel hinweg kann der Innenstadt von Salzgitter-Bad grundsätzlich eine gute Erreichbarkeit attestiert werden. Im Detail zeigen sich zwischen den einzelnen Verkehrsmitteln jedoch deutliche Qualitätsunterschiede und Entwicklungspotenziale.

Am nördlichen Ende des Innenstadtbereichs findet sich der Bahnhof von Salzgitter-Bad, der in fußläufiger Distanz zur Vorsalzer Straße (rd. 100 m) einen zentralen Ankunfts-/Abfahrtsbereich darstellt. Der Verlauf der Bahnstrecke wirkt gleichzeitig aber auch als markante städtebauliche Barriere zu den nördlichen Siedlungsbereichen. Der Bahnhof von Salzgitter-Bad ist mit den Linien RB 82 (Kreiensen – Braunschweig Hbf) sowie RB 46 (Herzberg am Harz – Braunschweig Hbf) an den Nah- bzw. Regionalverkehr angeschlossen. Die Fahrt zum Braunschweiger Hauptbahnhof als nächstgelegener Fernbahnhof dauert rd. 18 Minuten. Eine direkte Bahnverbindung zwischen den beiden Zentren SZ-Bad und SZ-Lebenstedt besteht aufgrund der vorhandenen Streckenführung nicht, die Bevölkerung ist hierbei auf den Busverkehr angewiesen. Im Gegensatz zu anderen Bahnhöfen im Stadtgebiet (SZ-Lebenstedt, SZ-Thiede, SZ-Immendorf und SZ-Watenstedt) ist der Bahnhof in SZ-Bad, wie auch der Bahnhof in SZ-Ringelheim, bereits barrierefrei ausgestattet. Die vorhandene Barrierefreiheit zeigt sich auch im weiteren Bahnhofsumfeld. Die Bereiche nördlich und südlich der Bahnlinie sind durch einen Tunnel miteinander verbunden, der über eine großzügige Treppenanlage inkl. Handläufen sowie eine Rampe erschlossen ist.

Die Trennwirkung der Bahnlinie ist keine neue Erkenntnis, sondern wird bereits seit Jahren vor Ort kontrovers diskutiert. In diversen Konzepten und Untersuchungen (u. a. Städtebaulicher Rahmenplan Altstadt Salzgitter-Bad 2010, Integriertes städtebauliches Entwicklungskonzept 2012 oder auch Masterplan Mobilität 2015) wurden Handlungsbedarfe und Lösungsmöglichkeiten (z. B. Bau einer neuen Brücke für Fußgänger*innen) thematisiert, die bislang vornehmlich aus Kostengründen nicht realisiert werden konnten. Im vorliegenden Innenstadt-konzept soll daher der Blick auf die Stärkung & Sicherung der bereits vorhandenen Wegebeziehungen gerichtet werden. Insofern sollte insbesondere ein Fokus auf die Aufwertung des Bahnhofstunnels sowie die Fuß- & Radwegeverbindung entlang der Breslauer Straße gelegt werden. Hierbei wird den Aspekten Beleuchtung, Sicherheit, Gestaltung und Barrierefreiheit ein hoher Stellenwert eingeräumt. Insbesondere im kurvigen und schlecht einsehbaren Übergangsbereich der Breslauer Straße auf den

Bahnhofplatz, der gleichzeitig auf der Streckenführung zahlreicher Buslinien liegt, ist eine Aufwertung und Sicherung der Straßenquerung dringend notwendig. Dieser Übergangsbereich stellt sowohl für Fußgänger*innen, insbesondere auch Schüler*innen sowie auch für den Radverkehr (Verlauf der Radroute 31 Südwest) eine wichtige Wegeverbindung dar.

Aus Sicht der Pkw-Kundschaft ist die Innenstadt von mehreren (über-)regionalen Straßen eingefasst, die damit gleichzeitig eine gute Erreichbarkeit der Innenstadt ermöglichen. Nördlich der Bahnlinie verläuft in Ost-West-Richtung die mehrspurige Braunschweiger Straße (B 248), im Osten die Nord-Süd-Straße (L 472) und im Süden die Straße Hinter dem Salze (K 32). Aus Richtung Westen führt die Straße Gittertor direkt ins Zentrum. Insbesondere der Bereich Am Pflingstanger im Osten gilt als zentrales Pkw-Eingangstor zur Innenstadt. Die Kaiserstraße, der Bohlweg, der Altstadtweg und die Petershagener Straße zählen weiterhin zu den wichtigsten Achsen der Verkehrslenkung im Innenstadtbereich. Die positiven Aspekte für den Pkw-Verkehr gehen gleichwohl aber auch mit Einschränkungen für die fußläufige Erreichbarkeit einher. Insbesondere die mehrspurige B 248 im Norden stellt in Kombination mit der Bahnlinie eine doppelte städtebauliche Barriere zwischen Innenstadt und Nordstadt dar.

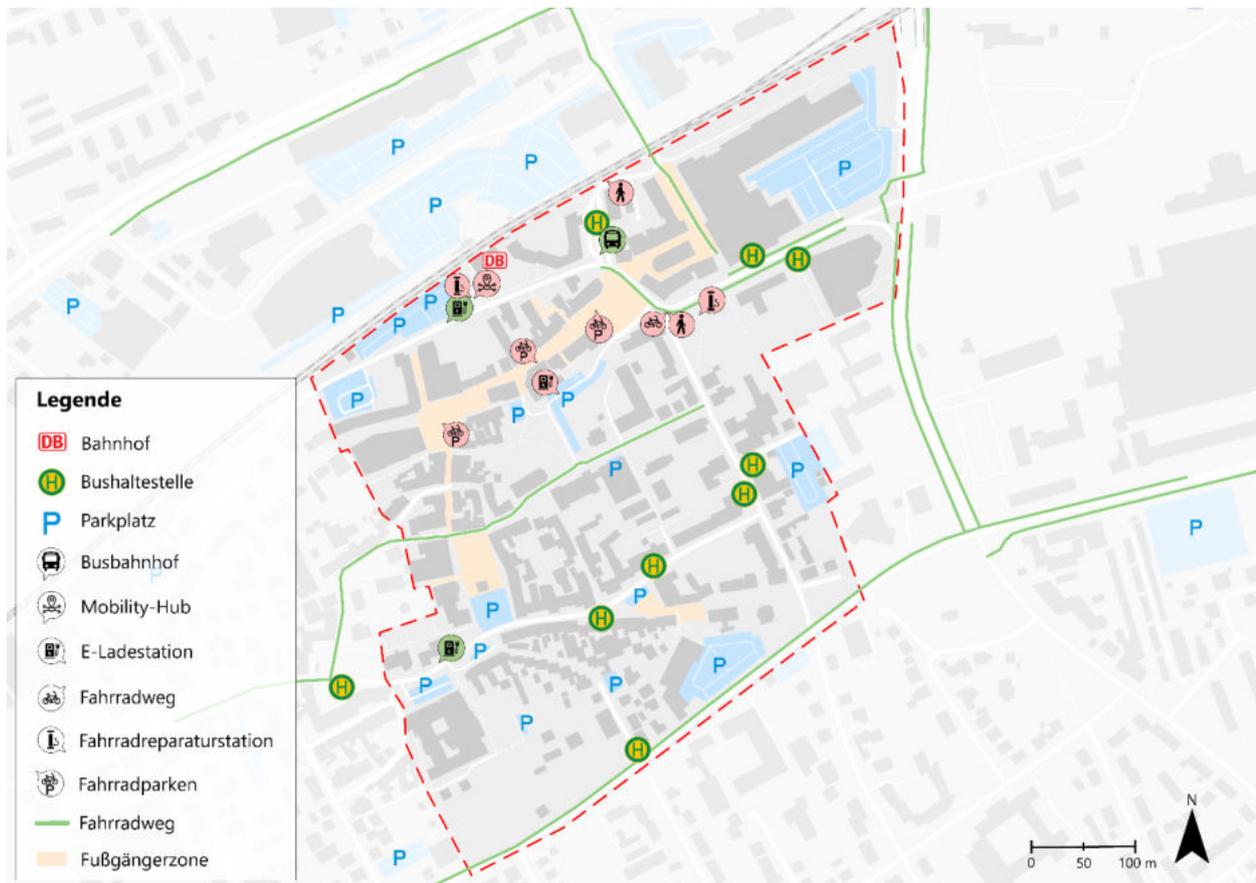
Im Innenstadtbereich finden sich verschiedene (öffentliche und private) Parkplatzanlagen, die kostenlos (jedoch zeitlich limitiert) mit Parkscheibe genutzt werden können. Hierzu zählen bspw. die Stellplatzanlage im Bereich des Einkaufszentrums Am Pflingstanger (max. 120 Minuten), die Stellplatzanlage Petershagener Straße (max. 120 Minuten), die Stellplatzanlage Wall (max. 120 Minuten) oder auch der Parkplatz am Marktplatz (max. 60 Minuten). In den Abendstunden, in der Regel ab 18 Uhr, kann auf den Stellplatzanlagen kostenfrei und zeitlich unbegrenzt geparkt werden. Rege genutzt werden auch die P+R-Parkplätze („Park+Ride“) südlich und nördlich der Bahnlinie. Kostenloses straßenbegleitetes Parken ist insbesondere im Bohlweg oder Altstadtweg zu finden. Im gesamten Innenstadtbereich von Salzgitter-Bad gibt es, im Gegensatz zum Zentrum Lebenstedt, kein originäres Parkhaus. Eine Tiefgarage findet sich im Bereich Marienplatz. Im Rahmen der Erarbeitung des Innenstadtkonzeptes wurde keine Auslastung der vorhandenen Parkflächen vorgenommen. Aus den qualitativen Expertisegesprächen sowie den vorhandenen Fokusstudien (v. a. Masterplan Mobilität 2015) konnte geschlussfolgert werden, dass entsprechend der Nachfrage ausreichend Stellplatzflächen im Innenstadtbereich (oder unmittelbar arrondierend) zur Verfügung stehen. Gleichwohl kann es bei den zentraler gelegenen Parkplätzen in den Stoßzeiten, zu Zeiten des Wochenmarktes oder auch bei sonstigen Events & Veranstaltungen im Innenstadtbereich wie dem Altstadtfest o. Ä. zu einem gewissen Parksuchverkehr und einer Vollauslastung einzelner Flächen kommen. Im Sinne einer Reduzierung des Parksuchverkehrs wäre auch eine Aufwertung/Modernisierung des Parkleitsystems anzudenken. Parkplätze inkl. E-Ladesäulen sind nur vereinzelt im Innenstadtbereich zu finden (u. a. Petershagener Str. und Liebenhaller Str.) und sollten im Sinne der Mobilitätswende zukünftig stärker ausgebaut werden.

In rd. 100 m Gehdistanz zum Bahnhof findet sich der zentrale Busbahnhof von Salzgitter-Bad, der von diversen Buslinien bedient wird. Von hier aus kann das gesamte Siedlungsgebiet von Salzgitter-Bad mit dem Bus erreicht werden. Darüber hinaus bestehen Verbindungen in die umliegenden (südlichen) Stadtteile von Salzgitter, nach Goslar (Linie 860) sowie mit verschiedenen Linien via Calbecht und Gebhardshagen weiter in Richtung Lebenstedt. Mit der Linie 610 besteht eine Express-Linie zwischen den Zentren von SZ-Bad und SZ-Lebenstedt, die eine Erreichbarkeit von Bahnhof zu Bahnhof in rd. 22 Minuten ermöglicht. Die Haltestelleninfrastruktur weist im Innenstadtbereich einen ausbaufähigen Standard auf. Hochborde und taktile Leitführungen existieren lediglich am Busbahnhof und der Haltestelle Kaiserstraße. Die Verpflichtung zum barrierefreien Ausbau von Haltestellen zum 1. Januar 2022 lt. Personenbeförderungsgesetz wurde damit noch nicht komplett erfüllt und sollte von den Verkehrsbetrieben für die übrigen Haltestellen im Innenstadtbereich konsequent vorangetrieben werden. Auch darüber hinaus ist die Ausstattung der Haltestellen, abgesehen vom Busbahnhof, modernisierungsbedürftig. In der Regel fehlt es an Witterungsschutz und Sitzgelegenheiten, z. T. auch an Mülleimern. Digitale Abfahrtstafeln sind in Zeiten der fortschreitenden Digitalisierung (Echtzeitdaten) zu diskutieren.

In Zeiten schwacher Verkehrsnachfrage steht auf der Linie 603 (SZ-Bad – SZ-Thiede) ein Anruf-Sammel-Taxi nach dem On-Demand Prinzip bei vorheriger Anmeldung der Fahrt zur Verfügung. Darüber hinaus existiert

im südlichen Stadtgebiet von Salzgitter das Rufbusangebot „flexo“ der KVG Braunschweig. Das Angebot soll insbesondere die Mobilität in den Stadtteilen Bad, Calbecht, Gitter, Hohenrode und Ringelheim bereichern. Besonders nachgefragt ist hierbei die Strecke SZ-Ringelheim (Bahnhof) – SZ-Bad (Bahnhof) – SZ-Calbecht (Fachhochschule).

Abb. 17: Übersicht der Mobilitätsangebote im Untersuchungsgebiet



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

Die Infrastruktur für den Radverkehr im Innenstadtbereich von Salzgitter-Bad ist im Vergleich deutlich schlechter zu bewerten als für den Pkw-Verkehr oder den ÖPNV, da diese in der Innenstadt nur einen geringen Ausbaustandard aufweist. Vom Pkw-Verkehr getrennte Radwege existieren vorwiegend entlang der größeren Hauptverkehrsstraßen, die die Innenstadt begrenzen (v. a. Nord-Süd-Straße, Hinter dem Salze). Der einzige originäre Radweg im Innenstadtbereich führt entlang der Straße Am Pflingstanger und weiter in Richtung Schützenplatz. In den übrigen Lagen sind aufgrund der engen städtebaulichen Situation keine Radwege ausgebaut. Fahrradstraßen, die dem Radverkehr eine besondere Bedeutung beimessen würden, sind im Innenstadtbereich nicht ausgewiesen. In der Regel findet die Radverkehrsführung im Mischverkehr auf der Straße statt. Um Konflikte mit dem Pkw-Verkehr und auch Fußgänger*innen zu vermeiden, sind klare Regelungen und übersichtliche Wegeführungen erforderlich. Positiv hervorzuheben ist zumindest die Tatsache, dass dem Radfahren im Innenstadtbereich aufgrund der flachen Topografie eine hohe Zugänglichkeit zugeschrieben werden kann. Eine Lenkung des Radverkehrs existiert lediglich hinsichtlich der Beschilderung (touristischer) Fahrradrouten. Diesbezüglich ist die Route 31 Südwest zu nennen, die durch den Südwesten Salzgitters und die Stadtteile Bad, Gitter, Hohenrode und Ringelheim führt. Im Innenstadtbereich führt diese Route von Westen aus über die Warnestraße und den Kirchplatz, entlang des Altstadtweges und über den Schützenplatz in Richtung Norden entlang der Breslauer Straße. Das (touristische) Potenzial dieser Route sollte auch im Hinblick auf den Alltags-Radverkehr genutzt und ausgebaut werden.

Die Fahrradabstellanlagen im Innenstadtbereich unterscheiden sich hinsichtlich ihrer Art und Ausstattung teilweise deutlich. An vielen Stellen werden lediglich Vorderradständer angeboten. Nur vereinzelt sind modernere Fahrradbügel vorhanden, die ein sicheres Abstellen & Abschließen ermöglichen. An stärker frequentierten Punkten wie dem Bahnhof sind die Abstellanlagen deutlich zu klein dimensioniert und in den Stoßzeiten überlastet. Nördlich der Bahnlinie ist im direkten Bahnhofsumfeld keine Fahrradabstellanlage vorhanden. Aber auch im übrigen Innenstadtbereich, vorrangig in der Vorsalzer Straße, am Schützenplatz, am Klesmerplatz und am Marktplatz, mangelt es an Fahrradabstellanlagen, sodass Fahrräder in diesen Bereichen z. T. an Verkehrsschildern oder Laternen angeschlossen werden. Da das „unterstützte“ Radfahren in den letzten Jahren immer mehr an Bedeutung gewonnen hat, fehlen insbesondere auch sichere Abstellmöglichkeiten für hochwertige E-Bikes/Pedelecs. Auffällig ist die große Anzahl uneinheitlicher Abstellanlagen, bei denen kein stringenter Gestaltungsansatz erkennbar ist. Insgesamt könnten weitere kleinteiligere Angebote wie z. B. die Installation von E-Bike-Ladestationen, Service-/Reparaturstationen und Möglichkeiten zur Gepäckaufbewahrung die Fahrradinfrastruktur im Innenstadtbereich deutlich aufwerten.

Durch die flache Topografie ist eine barrierefreie Erreichbarkeit der gesamten Innenstadt weitestgehend gegeben. In den Bereichen der Fußgängerzone ist das Pflaster überwiegend intakt, größere Höhenunterschiede bestehen nicht. Insbesondere die Bereiche, die jüngst modernisiert oder umgestaltet wurden, weisen moderne barrierefreie Elemente wie Rampen und Handläufe auf (z. B. am Marktplatz). Taktile Führungen und Leitsysteme für Personen mit Sehbehinderungen bzw. -einschränkungen sind an wichtigen Straßenquerungen zum überwiegenden Teil vorhanden. Jedoch sollten die wichtigsten Wegebeziehungen und Eingangsbereiche zur Innenstadt überprüft und wenn nötig um die vorweg genannten taktilen Elemente ergänzt werden. Handlungsbedarfe bestehen bspw. im Übergangsbereich vom Bahnhof in die Innenstadt (Querung der Petershagener Straße) und an mehreren Bushaltestellen. Vereinzelt Optimierungsbedarfe bestehen auch hinsichtlich der Eingangsbereiche der Einzelhandelsbetriebe, Gastronomiebetriebe und übrigen Geschäfte und Institutionen. In diversen Fällen erschweren Trittschwellen, Stufen oder fehlende Handläufe den Zugang für mobilitätseingeschränkte Personen, die ggf. auf Rollatoren, Rollstühle oder anderweitige Gehhilfen angewiesen sind.

An einigen Stellen wirken Werbeaufsteller in Kombination mit der Möblierung der Einkaufsstraßen wie eine Barriere für Fußgänger*innen. An dieser Stelle wäre eine Aktualisierung der örtlichen Bauvorschrift über Gestaltung der Stadt Salzgitter zur Erhaltung und Gestaltung des Stadtbildes der Altstadt von Salzgitter-Bad aus dem Jahr 1983 dringend zu empfehlen, die bereits Festsetzungen zu Werbeanlagen und -aufstellern umfasst. Diese Festsetzungen sind allerdings auch umzusetzen und zu kontrollieren.

Sowohl der Bahnhof als auch der Busbahnhof befinden sich im Innenstadtbereich, unmittelbar arrondierend zur Fußgängerzone. Ausgehend von einer Ankunft mit dem ÖPNV (Bus oder Bahn) ist ein Wegeleitsystem zur Altstadt grundsätzlich vorhanden, allerdings weist dieses gestalterische und funktionale Modernisierungsbedarfe auf. Insbesondere Willkommenstafeln, Stadtpläne und Schaukästen sind stets auf Aktualität zu prüfen und sauber zu halten. Auch die Wegeleitschilder an Laternen oder Straßenmasten sollten sichtbar und sauber sein. Vor dem Hintergrund fortschreitender Digitalisierung wurde bereits die Aufstellung digitaler Infostelen diskutiert, die einen deutlichen Mehrwert zur Orientierung im Innenstadtbereich über Angebote und Aktionen leisten könnten.

Zuletzt sind auch Ansätze geteilter Mobilität, sog. „Sharing-Angebote“ in Salzgitter-Bad zu erkennen. In erster Linie beziehen sich diese auf E-Roller, die in Teilen des Stadtgebietes genutzt werden können. Ergänzend könnten auch Standorte für Car-Sharing-Stationen oder ein Angebot an stationsgebundenem Bike-sharing das Mobilitätsangebot bereichern.

Über alle Verkehrsmittel hinweg sollte abschließend der Aspekt einer multimodalen Mobilität, also die Möglichkeit verschiedene Verkehrsmittel nutzen zu können, ganzheitlich gedacht und im Innenstadtbereich von Salzgitter-Bad umgesetzt werden. In diesem Sinne sollten Verkehrsmittel nicht getrennt voneinander, sondern im Zusammenhang gesehen werden (z. B. Fahrradabstellanlagen nicht nur am Bahnhof, sondern auch an Bushaltestellen → Umsteigemöglichkeit).

Nachfolgend werden für den Themenbereich Mobilität & Erreichbarkeit die wichtigsten **Stärken** und **Schwächen** zusammengefasst und übersichtlich dargestellt:

Stärken
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Grundsätzlich gute Erreichbarkeit der Innenstadt über alle Verkehrsmittel hinweg, v. a. Pkw und ÖPNV (Bus/Bahn) ▪ Zentral gelegener Bahnhof und Busbahnhof ▪ Rufbus „flexo“ und Anruf-Sammel-Taxi (AST) als ergänzendes Angebot im ÖPNV ▪ Kostenloses Pkw-Parken (in der Regel 1-2h), P+R am Bahnhof, ausreichend Stellplatzanlagen im Innenstadtbereich vorhanden ▪ Fahrradfahren besitzt durch flache Topografie grundsätzlich eine hohe Zugänglichkeit ▪ Touristische Potenziale durch regionale Radroute durch die Innenstadt („Route 31 Südwest“) ▪ In weiten Teilen der Innenstadt (öffentlicher Raum) ist eine gute Barrierefreiheit gegeben (Pflaster, Rampen, Handläufe, taktile Systeme) ▪ Wegeleitsystem grundsätzlich vorhanden, jedoch modernisierungsbedürftig (gestalterisch und funktional) ▪ Vereinzelte Sharing-Angebote (E-Roller), Potenziale im Bereich Car-Sharing sind zu prüfen

Abb. 18: Stärken im Bereich Mobilität & Erreichbarkeit (Auswahl)



Zentral gelegener Busbahnhof



Taktiler Leitsystem in der Marktstraße



P+R-Parkplätze am Bahnhof



E-Ladesäulen in der Petershagener Straße

Quelle: cima, 2023

Schwächen

- Trennung der Innenstadt durch die **Bahnlinie** und **Hauptverkehrsstraßen** von den nördlichen Siedlungsbereichen (eingeschränkte fußläufige Erreichbarkeit)
- **Keine direkte Bahnverbindung** zwischen den beiden größten Zentren SZ-Bad und SZ-Lebenstedt
- **Aufwertung/Modernisierung des Parkleitsystems** nötig
- **Modernisierungsbedürftige Bushaltestellen:** z. T. kein Witterungsschutz, keine Sitzmöglichkeiten und kein barrierefreier Zustieg möglich; nur an der Haltestelle Bahnhof digitale Anzeigen des Fahrplanes vorhanden
- Aufwertung und Sicherung von **Gehwegeverbindungen/Straßenüberquerungen** notwendig
- **Deutliche Optimierungsbedarfe der Radverkehrsinfrastruktur:**
 - Überregionale Beschilderung/Radwege
 - Prüfung der Ausweisung von Fahrradstraßen
 - Uneinheitliche Fahrradabstellanlagen
 - Wenige Radabstellanlagen auf der Südseite des Bahnhofes, keine auf der Nordseite
 - Keine E-Bike-Ladestation, Möglichkeiten der Gepäckaufbewahrung, Service-/Reparaturstation
- Zum Teil geringe/keine **Barrierefreiheit** bei Geschäftseingängen (Stufen, Bodenschwellen)
- **Multimodale Mobilität ausbaufähig:** Mobilität ganzheitlich denken

Abb. 19: Schwächen im Bereich Mobilität & Erreichbarkeit (Auswahl)



„Gefahrenstelle“ Breslauer Straße



Trennwirkung der Innenstadt durch die Bahnlinie



Privat installierte Radabstellanlage, Vorsalzer Straße



Modernisierungsbedürftige Bushaltestelle, Bohlweg

Quelle: cima, 2023

4.3 Themenbereich Stadtgestaltung

Stadtgestaltung

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

Einführung: Die Ansprüche an urbane Quartiere und Innenstädte wachsen. Schöne Plätze mit Aufenthalts-, Treffpunkt- und Pausenqualitäten, konsumfreie Zonen mit öffentlichem W-LAN sowie Spiel- und Erholungsbereiche sind für Familien, Senior*innen und Jugendliche von großer Bedeutung für eine lebenswerte Stadt. Ortsprägende Architektur und atmosphärische Installationen (Licht, Wasser, Begrünung) bergen viele Potenziale zur Faszination und Identifikation mit der Innenstadt als Visitenkarte der Gesamtstadt oder gar einer ganzen Region. Inszenierungen und Provisorien oder Installationen auf Zeit wecken Neugierde und ziehen Einheimische wie Besucher*innen gleichermaßen an.

Das (Innen-)Stadtbild von SZ-Bad unterscheidet sich aufgrund der historischen Siedlungsgenese und städtebaulichen Entwicklung maßgeblich von dem (Innen-)Stadtbild in SZ-Lebenstedt. Während das heutige Zentrum von Lebenstedt erst in den 1950er Jahren arrondierend an den historischen Siedlungskern „auf der grünen Wiese“ erbaut wurde, hat sich das Zentrum von Bad zum überwiegenden Großteil aus dem historischen Siedlungskern heraus entwickelt. Wie in Kapitel 3 bereits dargelegt, verdankt die Stadt Salzgitter ihren Namen in erster Linie dem Salzvorkommen in Salzgitter-Bad. Auf einer touristischen Informationstafel zur Stadtgeschichte heißt es: „Die Bürger schützten ihre Siedlung, indem sie den Ort bereits im 13. Jahrhundert mit einem Wall und einem Graben umgaben. Durch das Vepstedter Tor, das Kniestedter Tor und das Gitter-Tor führten Wege hinaus, die Salzgitter mit den umliegenden Dörfern und Städten verbanden. Der mächtige Wehrturm der Kirche St. Mariae-Jakobi war Teil des Befestigungswerkes“. Mehrere Straßenzüge und -namen (u. a. Nordwall, Südwall, Vöppstedter Tor) weisen auch heute noch auf die historischen Siedlungsstrukturen hin. In den Siedlungsanfängen von Bad lag der (heutige) Rosengarten, unter dem die zentrale Quelle des Salzvorkommens verortet ist und aus der seit Jahrhunderten Sole gefördert wird, zentral in der Siedlungsmitte. Heute grenzt der Rosengarten unmittelbar an die Innenstadt an. Insbesondere im verdichteten zentralen und westlichen Bereich der Fußgängerzone prägen diverse Fachwerkgebäude und weitere historische Gebäudestrukturen (Kirche St. Mariae-Jakobi) das Stadtbild. Im östlichen Bereich lockert sich die Siedlungsstruktur merklich auf. Die neu strukturierten Bereiche um das Einkaufszentrum Am Pflingstanger sowie um das Sollte-Zentrum grenzen sich städtebaulich klar von den historischen Strukturen ab (vgl. Abb. 20).

Im Altstadtbereich ergänzen kleinere Gässchen und Wege das Stadtbild und verleihen der Fußgängerzone einen besonderen Charme. Ein Großteil der Fachwerkgebäude zeigt sich in einem gepflegten Zustand. In der Fußgängerzone (v. a. entlang der Vorsalzer Straße, am Klesmerplatz) oder auch am Bohlweg sind jedoch vereinzelt Gebäudestrukturen auszumachen, die sich in einem baulich schlechten Zustand befinden (Fassade, Fenster, Dächer). Oftmals weisen diese Gebäude auch leerstehende Ladenlokale im Erdgeschoss auf, was sich auf mangelnde Investitionsbereitschaft seitens der Eigentümer*innen zurückführen lässt. Auch die Leerstände selbst wirken aufgrund fehlender Gestaltung oder Kaschierung negativ auf das Stadtbild, da die Schaufenster z. T. zugeklebt oder verdreckt sind und keine qualitative Vermarktung erkennen lassen.

Abseits der Altstadt sind, insbesondere im östlichen Bereich des Bohlweges, abnehmende Gestaltungsqualitäten im Gebäudebestand zu konstatieren. Als Schlüsselimmobilie ist hierbei auch das Anger-Center zu nennen, welches aufgrund der Gebäudekubatur den wichtigen Eingangsbereich im Osten der Innenstadt städtebaulich prägt und zum Teil überfrachtet.

Abb. 20: Städtebauliche Einordnung der Innenstadt in die historische Siedlungsgenese



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

Die übrigen Eingangsbereiche zur Innenstadt und besonders zur Altstadt sind überwiegend ansprechend gestaltet. Hervorzuheben ist hierbei das neue Klima-Forum („kleines klimagerechtes Forum“) im Übergangsbereich Schützenplatz/Vorsalzer Straße, welches zum überwiegenden Großteil aus Mitteln des EU-Förderprogramms „Perspektive Innenstadt“ finanziert und Mitte 2023 fertiggestellt wurde. Originäre Plätze stellen in erster Linie der Klesmerplatz und der Marktplatz dar. Der Marktplatz wurde im Jahr 2015 umfassend umgestaltet und neu strukturiert. Durch die Umgestaltung wurde die Barrierefreiheit deutlich gesteigert, Spielgeräte für Kinder wurden installiert und neue Sitzmöglichkeiten geschaffen. Die Brunnenanlage, künstlerische Skulpturen sowie die meisten Bäume konnten erhalten werden. Auf dem offen gestalteten Platz findet 2x wöchentlich der Wochenmarkt statt. Darüber hinaus wird der Marktplatz auch für Veranstaltungen (Altstadtfest, Sölter Weinfest etc.) genutzt. Der Klesmerplatz, der ebenfalls eine wichtige Veranstaltungsfläche im Innenstadtbereich darstellt, weist im Gegensatz zum Marktplatz in Bezug auf die Aufenthaltsqualität und das Stadtmobiliar einen gewissen Modernisierungsstau auf. Zuletzt ist der Schützenplatz im nordöstlichen Bereich der Innenstadt nur noch ansatzweise als „Platz“ zu werten. Nach Abriss des ehem. Karstadt-Gebäudes und der Bebauung des Schützenplatzes hat sich das Areal in den letzten Jahren auch aufgrund mehrerer Betriebsschließungen sukzessive zu einer Art Durchgangsbereich zwischen Einkaufszentrum und Altstadt entwickelt. In der Breslauer Straße ist zwar ein kleinteiliger Spielplatz verortet, jedoch sollten auf den Plätzen oder arrondierend zu diesen weitere (temporäre) Spielgeräte und -flächen installiert werden. Hierdurch kann die Aufenthaltsdauer im Innenstadtbereich von Familien mit Kindern deutlich verlängert werden.

Beim Stadtmobiliar zeigen sich Qualitäts- und Modernisierungsunterschiede in den verschiedenen Lagebereichen der Innenstadt. Positiv hervorzuheben ist, dass in einzelnen Bereichen bereits Investitionen in das Mobiliar (v. a. Sitzgelegenheiten, Mülleimer, Fahrradabstellanlagen) erfolgt sind und das Stadtbild deutlich aufgewertet haben. Hierzu gehören neben dem Marktplatz auch der östliche Teil der Vorsalzer Straße bis zum Klima-Forum und der westliche Teil des Schützenplatzes. Zu den weiteren Projekten des EU-Förderprogramms „Perspektive Innenstadt“ zählt auch die Aufstellung von mobilen Solarbänken, die neben der reinen Sitzfunktion auch als WIFI-Hotspots und Ladestationen für Mobilgeräte fungieren. Gleichwohl sollte konsequent ein einheitliches, modernes und funktionsfähiges Stadtmobiliar für den Innenstadtbereich angestrebt werden, um konsumfreie Aufenthalts- und Begegnungsräume aufzuwerten. In den Fokus sollten hierbei zunächst der Klesmerplatz, der Schützenplatz und die Breslauer Straße gerückt werden. Neben der Modernisierung bereits vorhandenen Mobiliars sollten bislang „unterversorgte“ Bereiche, vor dem Hintergrund einer alternden Stadtgesellschaft, identifiziert werden, um die Distanzen zwischen den Sitzgelegenheiten im öffentlichen Raum zu verringern. Zum Stadtmobiliar im weiteren Sinne zählen an dieser Stelle auch Straßenlaternen und Beleuchtungsanlagen. Diese sind im Bereich der Fußgängerzone einheitlich im klassischen Stil gehalten, sollten jedoch vor dem Hintergrund der Energieeffizienz technisch modernisiert werden.

Im vorherigen Kapitel zum Thema Mobilität & Erreichbarkeit wurde der überwiegend positive Standard der Barrierefreiheit in der Innenstadt hervorgehoben. Das nahezu durchgängig rote Pflaster im Bereich der Fußgängerzone erzeugt in Kombination mit den Fachwerkgebäuden ein harmonisches Stadtbild. Allerdings ist insbesondere im Bereich der o. g. Plätze und auch der größeren Parkflächen ein hoher Versiegelungsgrad festzustellen. Größere, schattenspendende Bäume im Bereich der Fußgängerzone sind vorwiegend am Marktplatz oder in der Breslauer Straße, z. T. auch am Klesmerplatz, zu finden. Ähnlich wie am Stadtmonument in der Innenstadt von Lebenstedt sollten Potenzialflächen identifiziert werden, die ggf. kleinteilig entsiegelt und begrünt werden könnten. Kleinere Beete und Grünflächen dienen als wichtige Versickerungsflächen, als Lebensräume für Kleintiere und Insekten und benötigen einen überschaubaren Pflegeaufwand. In Ergänzung hierzu können auch temporäre bzw. mobile Begrünungsmöglichkeiten in Form von Pflanzkübeln oder Hängeampeln die Aufenthaltsqualität verbessern. Im Innenstadtbereich sind bereits wichtige Grünräume und -flächen zu finden. In erster Linie gilt der Rosengarten hinter der Stadtbibliothek als beliebter Treffpunkt und Erholungsraum für die Bevölkerung sowie als Anziehungspunkt für Tourist*innen. Andere Grünflächen wirken hingegen aktuell untergenutzt. Hierzu zählt die Grünfläche zwischen dem Parkplatz Wall und der Kirche St. Mariae-Jakobi sowie auch die Grünfläche im Bereich Kaiserstraße/Schützenplatz. Diese zentral gelegenen Flächen bieten jeweils ein hohes Potenzial, um mit überschaubaren finanziellen Mitteln als konsumfreie Erholungsräume aufgewertet zu werden.

Neben den grünen Strukturen tragen auch sogenannte „blaue Elemente“ zu einer Steigerung der Aufenthaltsqualität bei. Im Innenstadtbereich sind mehrere Brunnenanlagen/Wasserspiele vorhanden, die z. T. jedoch gestalterische und funktionale Modernisierungsbedarfe vorweisen. Die Anlagen finden sich am Bohlweg, am Marktplatz, auf dem Klesmerplatz und am Schützenplatz. Im Rahmen der Beteiligungsprozesse wieder erstarkte Forderungen und Wünsche einer Freilegung der kanalisierten Warne wurden mit Verweis auf die Erkenntnisse des Altstadtrahmenplans nicht wieder mit in die Diskussion aufgenommen. Das neue Klima-Forum hat bereits zu einer Aufwertung der „blauen Elemente“ im Innenstadtbereich beigetragen. Der Bereich, der mit einer Sprühnebelanlage ausgestattet ist (Bodendüsen), trägt durch den Effekt der Verdunstungskühlung an wärmeren Sommertagen zu einer Reduzierung des Mikroklimas/der Umgebungstemperatur bei. Neben dem Forum findet sich auch ein neu installierter Wasserspender, der kostenloses

Trinkwasser bereitstellt. Die Aufstellung weiterer Trinkwasserspender an anderen Stellen der Fußgängerzone ist zu empfehlen. Ergänzende Festsetzungen und Maßnahmen zur Anpassung an den Klimawandel und zur Förderung der Klimaresilienz sind bereits seit einigen Jahren im städtischen Klimaschutzkonzept für die Stadt Salzgitter aus dem Jahr 2014 sowie im Klimaschutzteilkonzept zur Anpassung an den Klimawandel in Salzgitter aus dem Jahr 2021 niedergeschrieben. In diesen sind z. T. auch Aussagen und Empfehlungen für das Zentrum von Salzgitter-Bad enthalten.

Abb. 21: Eingangsbereiche, Plätze und Grünstrukturen im Untersuchungsgebiet



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

Neben dem öffentlichen Stadtraum sind auch im „privaten Raum“ Handlungsbedarfe festzustellen. Qualitätsunterschiede zeigen sich bspw. bei der Gestaltung der Schaufenster und Auslagen sowie der Geschäftsvorfächern. Die Warenpräsentation und das Erscheinungsbild einiger (Einzelhandels-)Betriebe scheint modernisierungsbedürftig. Vergilbte Preisschilder oder kaputte Dekoration/Warenständer im Schaufenster wirken veraltet und über das Geschäft hinaus auch negativ auf das Umfeld.

Zusammenfassend sollte verstärkt darauf geachtet werden, nicht nur einzelne Teilbereiche städtebaulich aufzuwerten, sondern diese in einen Gesamtkontext zu setzen, sodass ein einheitliches Design (v. a. Stadtmobiliar, Begrünung) und eine Gesamtstrategie erkennbar bleiben.

Nachfolgend werden für den Themenbereich Stadtgestaltung die wichtigsten **Stärken** und **Schwächen** zusammengefasst und übersichtlich dargestellt:

Stärken
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Kleinteiliger historischer Altstadt kern mit vielen Gassen und Wegen, „Fachwerk-Charme“ & „Bummelatmosphäre“ ▪ Eingangsbereiche der Innenstadt überwiegend ansprechend gestaltet ▪ Mehrere Plätze vorhanden (baulich gefasst, offen gestaltet) ▪ Neugestaltung Pflasterung (überwiegende Barrierefreiheit) ▪ Z. T. neue, moderne Sitzgelegenheiten (Rundbänke) und Solarbänke „chillen-chatten-charge“ in der Fußgängerzone, Sitzgelegenheiten zumeist in ausreichender Anzahl vorhanden ▪ Einheitliche Beleuchtung, techn. Standard jedoch modernisierungsbedürftig (Energieeffizienz) ▪ Klimagerechtes Forum als Klimaanpassungsmaßnahme (Sprühnebelanlage, Wasserspender) ▪ Innerstädtisches Grün sektoral vorhanden (div. Neuanpflanzungen → Grün muss erst wachsen, Rosengarten als Highlight & Erholungsraum (arrondierend zur Innenstadt), mehrere Brunnenanlagen in der Fußgängerzone

Abb. 22: Stärken im Bereich Stadtgestaltung (Auswahl)



Moderne Sitzmöblierung, Schützenplatz



Rosengarten als Erholungsraum



Fachwerkarchitektur entlang der Vorsalzer Straße



Klimagerechtes Forum als Beitrag zur Klimaanpassung

Quelle: cima, 2023

Schwächen

- Z. T. **Sanierungsbedarf** an den (Fachwerk-)Gebäuden (Fassaden, Fenster, Dächer)
- **Abnehmende Gestaltungsqualität abseits der Altstadt** (50er/60er-Jahre-Stil)
- **Keine Kaschierung/Gestaltung der div. Leerstände** (oftmals zugeklebt, verdreckt oder ohne ersichtliche Vermarktung)
- In einigen Bereichen überwiegend **veraltetes Stadtmobiliar** (Sitzbänke, Mülleimer, Fahrrad-abstellanlagen), dies ist z. T. verdreckt/nicht mehr zeitgemäß
- **Hoher Versiegelungsgrad** an den Plätzen (v. a. Klesmer- & Marktplatz), wenig Schatten & Grünflächen - hoher **Flächenverbrauch/Versiegelung** durch Pkw-Parkplätze
- **Untergenutzte Potenziale** zur (temporären) Begrünung bzw. Bespielung der Plätze durch Spielgeräte, Aufwertung vorhandener Grünareale (z. B. Ecke Kaiserstraße/Schützenplatz)
- **Schaufenstergestaltung ausbaufähig**, überwiegend veraltete Warenpräsentation
- Z. T. **mangelhaftes Erscheinungsbild** und fehlende Sichtbarkeit der Betriebe

Abb. 23: Schwächen im Bereich Stadtgestaltung (Auswahl)



Gebäudearchitektur am östlichen Stadteingang



Veraltetes Stadtmobiliar, Breslauer Straße



Untergenutzte Grünstrukturen, Schützenplatz



Hoher Versiegelungsgrad am Klesmerplatz

Quelle: cima, 2023

4.4 Themenbereich Erlebnis & Kommunikation

Erlebnis & Kommunikation

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

Einführung: Um dem Frequenzrückgang in den Innenstädten entgegenzutreten, muss der Besuch gegenüber dem Einkauf im Internet Besonderheiten bereitstellen. Es reicht nicht mehr, dass die Innenstadt eine bloße Versorgungsfunktion erfüllt, vielmehr muss der Innenstadtbesuch für die Besuchenden zum Erlebnis werden. Dazu bedarf es passender Rahmenbedingungen. Märkte und Aktionen, die Bereitstellung von Kultur und Veranstaltungen sowie die Vermittlung von positiven Gefühlen müssen zunehmend in den Fokus gesetzt werden. Eine nicht zu unterschätzende Rolle kommt dabei digitalen und analogen Informationsmöglichkeiten sowie der Bereitstellung von Serviceangeboten zu.

Alle Register, die den Besuchenden den Aufenthalt angenehmer und emotionaler gestalten, müssen gezogen werden. Eine Selbstverständlichkeit sollte dabei die sichere und saubere Gestaltung der Innenstadt sein.

Das (Innen-)Stadtimage, sprich die Vorstellung oder das Bild, das Personen von einer (Innen-)Stadt haben, spielt neben den tatsächlichen Gegebenheiten eine ausschlaggebende Rolle für deren Attraktivität und Wahrnehmung. Dabei entsteht das Image aus direkten oder indirekten Erfahrungen und steht damit im engen Zusammenhang mit dem Erlebnis vor Ort und dem, was über die (Innen-)Stadt kommuniziert wird. Das Stadtimage hat Auswirkungen auf viele Bereiche, v. a. auf die Entscheidung, einen Ort zu besuchen, das Ansiedlungsinteresse von Betrieben, die Attraktivität als Wohn- und Arbeitsraum etc. Das Image hat auch Auswirkungen auf die Strahlkraft und Fähigkeit der Bindung von Personen an eine (Innen-)Stadt. Wichtig ist, dass Image sowohl nach innen als auch nach außen wirkt – wobei sich immer wieder zeigt, dass sich dieses deutlich unterscheiden kann und häufig die Bewertung außenstehender Personen besser ausfällt als die der eigenen Bevölkerung.

In Salzgitter-Bad werden von verschiedenen Akteur*innen (v. a. Werbegemeinschaft Salzgitter-Bad e. V., Komitee Bürgerfeste e. V., Stadt Salzgitter, Wirtschafts- und Innovationsförderung Salzgitter GmbH) mehrmals im Jahr größere Events und Veranstaltungen organisiert, die Besucher*innen in die Innenstadt locken. Zu nennen sind hier insbesondere die Altstadt-Kirmes, das Weinfest, das Altstadtfest sowie der Weihnachtstreff. Die Events erstrecken sich z. T. über die Fußgängerzone oder finden auf einzelnen Plätzen statt (Marktplatz oder Klesmerplatz). Einzelne Veranstaltungen werden anlassbezogen auch durch verkaufsoffene Sonntage begleitet. Zu Feiertagen oder besonderen Anlässen wie zu Nikolaus oder an Ostern werden ebenfalls kleinere (Marketing-)Aktionen organisiert. In Salzgitter besteht aufgrund des Vorhandenseins mehrerer Zentren ein erhöhter Abstimmungsbedarf zwischen den relevanten Akteur*innen und Organisator*innen der verschiedenen Events und Veranstaltungen. Frühzeitig sollte eine Veranstaltungsplanung bzw. -koordination der einzelnen Events erfolgen, damit es nicht zu etwaigen Terminüberschneidungen größerer Events und Veranstaltungen kommt. Dies gilt in erster Linie für die beiden Innenstädte von Bad und Lebenstedt. Darüber hinaus besteht auch innerhalb der Innenstadt von SZ-Bad ein wichtiger Abstimmungsbedarf zwischen den Akteur*innen. Als Beispiel ist die Berücksichtigung des Wochenmarktes zu nennen, der 2x wöchentlich (mittwochs & samstags) auf dem Marktplatz stattfindet. Da der Marktplatz jedoch auch ein wichtiger Veranstaltungsort für die o. g. Großveranstaltungen darstellt, muss bei einer notwendigen (temporären) Standortverlagerung des Wochenmarktes bspw. eine entsprechende Öffentlichkeitsarbeit erfolgen, um die Kundschaft zu informieren.

Der Erfolg der Events und Veranstaltungen, die maßgeblich zu einer Belebung der Innenstadt beitragen, kann aber nicht allein in der Verantwortung der o. g. Akteur*innen liegen, sondern setzt auch das Engagement und die Beteiligungsbereitschaft der anliegenden Betriebe, z. B. bzgl. der Teilnahme an verkaufsoffenen Sonntagen, voraus. Leider hat dieses Engagement wie in vielen anderen Innenstädten und Zentren auch

in SZ-Bad abgenommen. Wichtige Ansätze für eine neue Motivation vor Ort wurden etwa mit dem Event „Lichterzauber im Rosengarten“ im Dezember 2023, finanziert aus dem Bundesförderprogramm „Zukunftsfähige Innenstädte und Zentren“, gesetzt. Events wie diese zeigen nicht nur nach außen, sondern auch nach innen, dass sich etwas in der Innenstadt tut.

Im Themenfeld Angebot wurde bereits dargelegt, dass zu den relevanten Kultur- und Freizeitangeboten primär das Bürgerkino im Anger-Center am östlichen Rand des Untersuchungsgebietes zählt. Im Bereich Kultur ist darüber hinaus auch die Stadtbibliothek am Marktplatz zu nennen. Diese stellt über die reine Funktion einer Bibliothek auch einen wichtigen Veranstaltungsort in der Innenstadt dar, da hier bspw. Lesungen, Literaturkreise oder Vorlese-Events für Kinder angeboten werden. Weitere Angebote finden sich eher angrenzend bzw. arrondierend an den festgelegten Innenstadtbereich (u. a. Musikschule, Veranstaltungshaus Kniestedter Kirche). Insbesondere im Bereich der Freizeitangebote bestehen im Innenstadtbereich Handlungsbedarfe. Generationenübergreifende Begegnungsräume sowie Spiel- und Sportflächen können eine Bereicherung für das Angebot vor Ort sein. Ein Augenmerk sollte hierbei auf die größeren Plätze der Fußgängerzone gelegt werden, die auch temporär bespielt werden könnten, sofern keine größeren Events oder Veranstaltungen geplant sind. Auch die Stadtbibliothek selbst bietet aufgrund der Lage und Räumlichkeiten weitere Nutzungspotenziale.

In touristischer Perspektive ist primär der Rosengarten inkl. Gradierpavillon und Armtauchbecken erster Anlaufpunkt für (Tages-)Besucher*innen. Der Rosengarten weist aufgrund der Gestaltung und der umgebenden historischen Fachwerkgebäude eine hohe Aufenthaltsqualität auf. Salzgitter-Bad als staatlich anerkannter Ort mit Sole-Kurbetrieb hat mit diesem „Leuchtturm“ ein Aushängeschild für die eigene touristische Vermarktung etabliert. Darüber hinaus findet sich die „Kunst-Straße“ im Innenstadtbereich, die mithilfe eines Audioguides entdeckt werden kann. Weiterhin werden im Innenstadtbereich auch verschiedene Führungen angeboten (v. a. Altstadttrundgang, Kriminalstadtrundgang) und Informationen über die Stadtgeschichte auf Infotafeln dargelegt („Auf den Spuren des Salzes“). Sonstige touristische Angebote finden sich eher außerhalb des Innenstadtbereichs. Hierzu zählen primär das Thermalsole-Wellenbad nebst Kneipp-Tretbecken, Wohnmobilstellplatz, Golfplatz und der Skulpturenweg. Zukünftig sollte es das Ziel sein, stärkere Synergieeffekte zwischen den Angeboten außerhalb der Innenstadt und der Innenstadt selbst zu erzeugen. Tagesbesucher*innen des Thermalbades sollten idealerweise auch eingeladen werden, die Innenstadt zu besuchen. Weiterhin werden auch Potenziale gesehen, das Prädikat „staatlich anerkannter Ort mit Sole-Kurbetrieb“ zukünftig stärker in der Innenstadt (v. a. in der Fußgängerzone) und deren Eingangsbereichen sichtbar zu machen. Durch gestalterische Elemente im öffentlichen Raum, neue (gesundheits-/wellnessaffine) Dienstleistungsangebote oder Sortimente (lokale Erzeugnisse: „Salz“-Produkte/Souvenirs) könnten diese Potenziale stärker ausgeschöpft werden.

In SZ-Bad sind zwei Tourist-Informationen lokalisiert, in denen umfangreiche Materialien zu (touristischen) Angeboten, Events & Veranstaltungen im Stadtgebiet erhältlich sind. Die Hauptstelle findet sich außerhalb der Innenstadt in der Windmühlenbergstraße, die etwas kleinere Zweigstelle ist hingegen zentral am Marktplatz in der Stadtbibliothek ansässig. Die Sichtbarkeit der Tourist-Information in der Innenstadt könnte mithilfe geringfügiger Mittel stark erhöht werden.

Die Aspekte Erlebnis und Service sowie Maßnahmen zur Kundschaftsbindung (sowohl übergreifend als auch in den einzelnen Betrieben) werden immer wichtiger für die Attraktivität eines Standortes bzw. Betriebes. Ein guter Ansatz ist mit dem StadtGUTSCHEIN vorhanden, der in über 80 teilnehmenden Betrieben der Werbegemeinschaft eingelöst werden kann. Positiv hervorzuheben ist wiederum die Sichtbarkeit der Werbegemeinschaft, auf die bereits bei Ankunft am Bahnhof durch gebrandete Willkommenstafeln aufmerksam gemacht wird.

Wie erläutert fehlt es an gezielten, gemeinsamen Angeboten und Anreizen für z. B. Tourist*innen (mit Bezug zum Sole-Kurort). Gewünscht wurden in den Beteiligungsformaten auch immer wieder einheitliche Öffnungszeiten der Betriebe (Mittagsruhe). Besondere, auch einzelbetriebliche Serviceangebote im Einzelhandel (z. B. Click+Collect, Lieferdienste etc.) gibt es vor allem unter den inhabergeführten Betrieben nur selten.

Wichtige Serviceangebote sind mit der zentral gelegenen Tourist-Information, öffentlichen WC-Anlagen am Marktplatz und am Bahnhof, einem Trinkwasserspender sowie öffentlichen WLAN-Hotspots bereits vorhanden. Als Wiederholung der Ausführungen im Kapitel Mobilität & Erreichbarkeit wären darüber hinaus mehr Angebote im Bereich der Fahrradabstellmöglichkeiten, wie z. B. überdachte, abschließbare Fahrradabstellanlagen oder Gepäck-Schließfächer sinnvoll.

Abb. 24: Angebote im Bereich Erlebnis und Kommunikation im Untersuchungsgebiet



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

Auch die (gefühlte) Sicherheit und die Sauberkeit haben einen Einfluss auf das Erlebnisgefühl und die Aufenthaltsqualität vor Ort. Hier ist es häufig der erste Eindruck, der bei den Besucher*innen hängen bleibt. Verschmutzungen im öffentlichen und privaten Bereich (insbesondere bei Leerständen oder in den Randbereichen) sollten daher kurzfristig und regelmäßig behoben werden. Als (gefühlter) Angsträum wurde im Rahmen der Beteiligung insbesondere der Bahnhofstunnel genannt, der eine wichtige fußläufige Verbindung zu den nördlichen Siedlungsbereichen darstellt. Auch in den Abendstunden oder nachts können sich die kleinen Wege und Gässchen im Innenstadtbereich zu (gefühlten) Angsträumen entwickeln. Durch eine standortgerechte Beleuchtung und Gestaltung dieser Bereiche kann das Sicherheitsgefühl verstärkt werden. Hinsichtlich der Kommunikation und Vermarktung der Innenstadt zeigen sich Optimierungsbedarfe in Bezug auf eine gebündelte Übersicht der Angebote und Betriebe in der Innenstadt (sowohl digital als auch in gedruckter Version). Es existiert zwar ein Einkaufsberater („Branchenheft“), dieser stellt jedoch nicht den aktuellen Branchenbesatz dar und sollte regelmäßig aktualisiert werden. Auch gedruckte Informationstafeln und Schaukästen müssen stets aktuell gehalten und gepflegt werden (z. B. Übersichtskarte am Bahnhof). Gleiches gilt auch für den Kulturbereich zur Bewerbung von Events & Veranstaltungen. Leere Schaukästen

oder veraltete Aushänge wirken hierbei eher negativ. Vor dem Hintergrund fortschreitender Digitalisierung wurde bereits die Aufstellung digitaler Infostelen diskutiert, die einen deutlichen Mehrwert zur Kommunikation und Vermarktung der Angebote im Innenstadtbereich leisten könnten.

Einige Betriebe zeigen bereits eine sehr gute digitale Präsenz (Google Unternehmensprofil, eigene Webseite, Social-Media-Kanal). Insbesondere die filialisierten Betriebe weisen aufgrund ihrer Unternehmensstruktur im Vergleich eine höhere digitale Sichtbarkeit auf als die inhabergeführten Betriebe. Es gibt allerdings auch Betriebe, die über kein qualifiziertes Google-Unternehmensprofil verfügen. Diese sind z. T. im Internet nur schwer zu finden oder stellen nicht alle wichtigen Grundinformationen bereit (aktuelle Öffnungszeiten, Kontaktinformationen). Weiterhin sind vereinzelte Einträge von bereits geschlossenen Betrieben nicht gelöscht. All dieses wirkt sich negativ auf die (digitale) Präsenz der Innenstadt aus. Vor allem im digitalen Bereich gilt heute: „Wer online nicht präsent ist, existiert für die digital affine Kundschaft nicht!“

Im Rahmen der Beteiligung wurde auch das Image der Innenstadt von SZ-Bad abgefragt. Im Vergleich zur Innenstadt von Lebenstedt wurde das Image der Innenstadt von SZ-Bad zwar deutlich besser, wenngleich aber auch nicht übermäßig gut bewertet. Als positiv bestimmende Faktoren wurden in erster Linie die Historie, die eigene Identität und Feste & Veranstaltungen genannt. Zu den Faktoren, die das Image eher negativ beeinflussen, zählten nach Aussage der Teilnehmenden die geringe Frequenz (v. a. in den Abendstunden), die Abnahme der Einzelhandelsbetriebe und die Leerstandssituation. Attribute wie „lemblos“ oder „langweilig“ wurden häufig genannt. Hinsichtlich der Innen- und Außenwahrnehmung ist eine leichte Tendenz ersichtlich, dass die Außenwahrnehmung leicht positiver ausfällt als die Innenwahrnehmung. Interessanterweise wurde das Image von SZ-Bad insbesondere von Personen, die im nördlichen Stadtgebiet von Salzgitter leben (v. a. Lebenstedt) positiver bewertet als von der Bevölkerung aus SZ-Bad selbst.

Nachfolgend werden für den Themenbereich Erlebnis & Kommunikation die wichtigsten **Stärken** und **Schwächen** zusammengefasst:

Stärken
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Größere Veranstaltungen finden in der Altstadt statt (Altstadtfest, Altstadt-Kirmes, Weihnachts-treff, Weinfest etc.) ▪ Audioguide „Geschichte hören“, Infotafeln „Auf den Spuren des Salzes“, geführte Altstadtrund-gänge ▪ Bürgerkino (im Anger-Center), Stadtbibliothek mit weiteren Nutzungspotenzialen ▪ Zeitgemäße Services zur Erhöhung der Aufenthaltsqualität <ul style="list-style-type: none"> - Öffentliche Toiletten (am Bahnhof und in der Stadtbibliothek) - Wasserspender (Vorsalzer Straße) - WLAN-Hotspots im Bereich der Solarbänke, am Rathaus, auf Marktplatz + Klesmerplatz ▪ Maßnahmen zur Kundschaftsbindung wie StadtGUTSCHEIN, Sichtbarkeit der Werbegemeinschaft ▪ (Zweigstelle der) Tourist-Info in der Stadtbibliothek am Marktplatz ▪ Stadtbibliothek als multifunktionaler Veranstaltungsort ▪ Spielplätze (Bohlweg, Breslauer Str.), vereinzelte Spielgeräte in der Fußgängerzone

Abb. 25: Stärken im Bereich Erlebnis & Kommunikation (Auswahl)



Touristische Informationstafeln zur Stadtgeschichte



Bürgerkino



StadtGUTSCHEIN der Werbegemeinschaft SZ-Bad e. V.

DER REISEFÜHRER FÜR DIE HOSENTASCHE www.world-qr.com

AUDIOGUIDE IN SALZGITTER-BAD

Onkel Stoot (10)

aufgenommen in Kategorie:
 Rundgang Sehenswertes - Orte/Plätze/Strassen
 Rundgang Sehenswertes - Touristinformation/Infopoint

Reinhard Martin Stoot wurde am 09.11.1863 in Bad-Salzgitter am Harz geboren und starb dort am 20.07.1944.

Quelle: cima, 2023

Schwächen

- Pflege & Sauberkeit der **Aushänge/Schaukästen/Infotafeln** z. T. mangelhaft, manche auch leer
- **Innen- vs. Außenwahrnehmung**
- Viele **Freizeitangebote nur arrondierend zur Innenstadt** (Kniestedter Kirche, Musikschule etc.) und nicht zentral gelegen, wenige (generationenübergreifende) Begegnungsräume
- Hauptstelle der **Tourist-Information** außerhalb der Innenstadt
- **Besondere Services im Einzelhandel** (Click + Collect, Lieferdienste etc.) nur selten bis gar nicht
- Ausbaufähige **digitale Präsenz der Betriebe** und damit der Innenstadt (einzelne gute Beispiele)
- Sehr diverse, uneinheitliche **Öffnungszeiten** der Betriebe (Mittagsruhe)
- Möglichkeiten der **multifunktionalen Platzgestaltung** (Klesmer- & Marktplatz) **bleiben ungenutzt** (temporäre Begrünung bzw. Spielgeräte)
- Bahnhofstunnel als gefühlter **Angstraum**

Abb. 26: Schwächen im Bereich Erlebnis & Kommunikation (Auswahl)



Aktualität und Pflege von Schaukästen



Sichtbarkeit & Sauberkeit von Infotafeln (hier: Audiowalk)



Bahnhofstunnel als gefühlter Angstraum



Unregelmäßige Öffnungszeiten

Quelle: cima, 2023

4.5 Ableitung des Handlungsbedarfs

Auf Grundlage der zusammengefassten Stärken-Schwächen-Analyse werden nachfolgend die wesentlichen Handlungsbedarfe dargestellt, die als Überleitung zur konzeptionellen Ebene (Leit- und Entwicklungsziele, Maßnahmen) dienen.

Abb. 27: Übersicht der wesentlichen Handlungsbedarfe

<p style="text-align: center;">Angebot</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Angebote für alle Bevölkerungsgruppen sowie Altersklassen schaffen (v. a. für Jugendliche) ▪ Aktives Leerstandsmanagement & -vermarktung (Nachbesetzung bzw. zunächst Kaschierung/Bespielung) ▪ Ergänzung Angebotsmix durch attr. Gastronomieangebote (v. a. abends) ▪ Intensivierung & Pflege der Kontakte zu Grund- und Immobilieneigentümer*innen ▪ 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.) 	<p style="text-align: center;">Mobilität & Erreichbarkeit</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ 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
<p style="text-align: center;">Stadtgestaltung</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ 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) 	<p style="text-align: center;">Erlebnis & Kommunikation</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ 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

Quelle: cima, 2024

4.6 Chancen für die Innenstadt von Salzgitter-Bad

Aus der vorangestellten, aggregierten Stärken-Schwächen-Analyse können übergeordnete Chancen und Potenziale für die zukünftige Entwicklung der Innenstadt von Salzgitter-Bad abgeleitet werden:

- Durch die Nach- und Auswirkungen der Corona-Krise ergeben sich neue Rahmenbedingungen und Trends, die genutzt werden können und sollten. Hierzu zählen bspw. der zunehmende Anklang des **regionalen Tourismus**, der sich v. a. in spezialisierten Formen (u. a. E-Bike-/Fahrradtourismus) ausdrückt. Vorhandene Potenziale, z. B. durch den Verlauf der Radroute 31 Südwest zentral durch die Innenstadt, sollten hierbei unbedingt ausgeschöpft werden. Ein Ansatz könnte die Aufwertung der (touristischen) Radverkehrsinfrastruktur durch die Aufstellung zeitgemäßer Radabstellanlagen, ggf. in Kombination mit einer zentral gelegenen Raststation und weiteren Serviceangeboten (z. B. Gepäckaufbewahrung, Reparaturstation) darstellen.
- Ein nicht unwesentliches Potenzial für die Innenstadt liegt im **(Tages-)Tourismus** selbst. Tagesbesucher*innen des Thermalbades sollten idealerweise auch eingeladen werden, die Innenstadt zu besuchen. Weiterhin werden auch Potenziale gesehen, das Prädikat „**staatlich anerkannter Ort mit Sole-Kurbetrieb**“ zukünftig noch stärker in der Innenstadt (v. a. in der Fußgängerzone) und deren Eingangsbereichen sichtbar zu machen. Durch gestalterische Elemente im öffentlichen Raum, neue (gesundheits-/wellnessaffine) Dienstleistungsangebote oder Sortimente (lokale Erzeugnisse: „Salz“-Produkte/Souvenirs) könnten diese Potenziale stärker ausgeschöpft werden.
- Gleichzeitig rückt die Bedeutung der Themen **Lokalität und Regionalität** bei der Kundschaft zunehmend in den Fokus, was sich auch in der Nachfrage nach regionalen Erzeugnissen widerspiegelt und vornehmlich für die Stärkung des Wochenmarktes in Salzgitter-Bad sowie auch in touristischer Perspektive („Souvenirs/Mitbringsel“) von Bedeutung sein kann.
- Vor allem Geschäfte/Einkaufsmöglichkeiten und ein ansprechender Angebotsmix zeichnen eine attraktive Innenstadt aus. Aber auch Grünstrukturen, Gastronomie und Cafés, Freizeit- und Kultureinrichtungen sowie Aufenthaltsqualität und Sauberkeit werden immer wichtiger. Die Chance der Innenstadt besteht entsprechend darin, künftig als **Gesamtdestination** zu überzeugen, denn nicht einzelne Faktoren ziehen Besuchende in die Innenstadt, sondern die Kombination aus mehreren, auch städtebaulichen Individualitäten oder Magneten. Im Fokus steht dabei die gezielte Entwicklung einer **multifunktionalen Innenstadt** (zeitgemäßer Nutzungsmix aus Handel, Dienstleistungen, Gastronomie, Soziales, Bildung, Wohnen, Arbeiten, Freizeit und Kultur).
- Kinder, Jugendliche und junge Erwachsene/Studierende sind als Kundschaft von heute und morgen eine wichtige Zielgruppe für Innenstädte und Zentren. Eine Chance liegt daher in der „**Verjüngung der Innenstadt**“ durch Angebote und Aktivitäten, die diese Zielgruppen in die Innenstadt ziehen. Dieses können Bildungseinrichtungen, aber auch Alltags- und Freizeitangebote wie Spiel- und Sportangebote sein. Eine wichtige Partnerin für dieses Ziel kann die Ostfalia Hochschule sein.
- Im Innenstadtbereich befinden sich mehrere **Flächen- und Platzpotenziale**, durch deren Aktivierung neue Angebote und Aufenthaltsqualitäten geschaffen werden können. Durch eine Funktionszuweisung und entsprechende Neugestaltung und Aufwertung der Plätze kann die Verweil- und Begegnungsqualität im zentralen Innenstadtbereich merklich erhöht werden. Zentrale Aspekte zur Steigerung der städtebaulichen Qualität sind hierbei v. a. die Themen Gestaltungselemente & Sitzmobiliar, Grünstrukturen, Freizeit- und Spielflächen. Insbesondere der Schützenplatz als verbindendes Element zwischen dem Einkaufszentrum und der übrigen Fußgängerzone in Richtung Vorsalzer Straße ist dabei ein wichtiger Schlüsselbereich. Einen weiteren Schlüsselbereich stellt auf Grund der Größe und Lage der Klesmerplatz dar.
- Die Entwicklung der Innenstadt kann nur mit Unterstützung der Eigentümer*innen gelingen. Die Vermietung und Nachbesetzung von leerstehenden oder untergenutzten Flächen liegt in ihrer

Verantwortung und Entscheidung. Auch liegt es in ihrer Hand, ob und wieviel sie in ihre Immobilien und Flächen investieren, um diese zu sanieren/modernisieren oder ggf. vorhandene städtebauliche Missstände zu beheben. Stadt und Politik können jedoch durch **gezielte Ansprache und Sensibilisierung der Eigentümer*innen** ggf. Einfluss auf deren Entscheidungen nehmen und ihnen mit **Beratungs- und Unterstützungsangeboten** zur Seite stehen. Hierzu gehört auch die Vermittlung von Mietinteressent*innen und die Information über (Förder-)Programme und Instrumente der Quartiersentwicklung. Auch wenn sich die Erreichbarkeit sowie Einbindung der Eigentümer*innen (insbesondere bei Erbgemeinschaften, wie sie in Salzgitter-Bad häufiger vorkommen) oft als eingeschränkt und mühselig herausstellt, sollten die Bestrebungen der Kontaktaufnahme aufrecht-erhalten werden.

- Wie in vielen anderen Innenstädten und Zentren auch, nimmt das Engagement und die Beteiligungsbereitschaft der Betriebe zunehmend ab. Die Verantwortung und die Arbeit für Veranstaltungen und Aktionen übernehmen meist einige wenige Personen. Die Chance liegt hierbei in der **Aktivierung der Gewerbetreibenden**. Ziel kann und sollte es dabei nicht sein, alle zu überzeugen, sondern den Kreis der Aktiven kontinuierlich durch persönliche Ansprache und den Erfolg der Arbeit zu überzeugen. Ein neues „**Wir-Gefühl**“ und eine starke Gemeinschaft hilft, den Entwicklungsprozess voranzutreiben und die Interessen der Innenstadt gegenüber Politik und Verwaltung zu vertreten. Ein weiteres Ziel der Aktivierung der Gewerbetreibenden ist es, sich gemeinsam gegenüber dem Online-Handel zu positionieren und die Aspekte Erlebnis, persönliche Beratung, Service und Kundschaftsbindung vermehrt in den Fokus zu rücken. Als Gemeinschaft besteht die Chance, sich über gemeinsame Aktionen und Kampagnen stärker aufzustellen und die **Präsenz** zu steigern.
- Ein gut organisiertes **Innenstadtmanagement** ist eine zentrale Grundlage für die Bewältigung der künftigen Herausforderungen der Innenstadtentwicklung. Durch eine fortlaufende Prüfung und Weiterentwicklung der Organisationsstrukturen kann die Kommunikation und Kooperation zwischen den relevanten Akteur*innen professionalisiert werden. Es geht dabei um eine klare Festlegung von Aufgaben, Verantwortlichkeiten und Ansprechpartner*innen sowie die Anpassung der personellen und finanziellen Kapazitäten.
- Da die Innenstadt von Salzgitter-Bad sowohl in Konkurrenz zu umliegenden Zentren als auch in Konkurrenz zum Online-Handel steht, ist es wichtig, die Angebote, Aktionen und Veranstaltungen marketingtechnisch nach innen und außen zu tragen und darüber das Image der Innenstadt positiv zu beeinflussen. Hierbei ist die Nutzung von vielfältigen Online- sowie Offline-Kanälen gefragt. Die Informationen sollten dabei gebündelt kommuniziert werden, um die Vielfalt aufzuzeigen und eine größere Wirkung zu erzielen. Wichtig ist es, die **Marketingstrategie** auf die verschiedenen Zielgruppen auszurichten.



Leitbild, Ziele und Handlungsansätze

5. Leitbild, Ziele und Handlungsansätze

Das Leitbild, die Ziele und Handlungsansätze definieren die strategische Ausrichtung und damit die wesentlichen Zielsetzungen der zukünftigen Innenstadtentwicklung in Salzgitter-Bad. Die Innenstadt braucht eine umsetzungsorientierte und schlagkräftige Gesamtstrategie, um sich im Wettbewerb positionieren zu können. Ein akzeptiertes Leitbild verstärkt darüber hinaus die Identifikation/Bindung der Bürgerinnen und Bürger mit ihrer (Innen-)Stadt. Die strategische Ausrichtung leitet sich aus den Analyseergebnissen (inkl. der Beteiligungen) sowie aus Impulsen und Diskussionen der Steuerungsgruppe ab. Sie orientiert sich zudem an bereits heute verfolgten Entwicklungsstrategien von Politik und Verwaltung in Salzgitter und schreibt diese fort.

Von besonderer Relevanz sind hierbei die gesamtstädtische Initiative „Kinder fördern und Familien unterstützen“ sowie die Leitlinie „Salzgitter – Stadt mit Zukunft“ zur Förderung einer kinder- und familienfreundlichen Lernstadt. Die strategische Ausrichtung der Innenstadt von Salzgitter-Bad fügt sich daher unter das „Dach“ dieser gesamtstädtischen Entwicklungsstrategie und steht nicht in Konkurrenz zu dieser.

Der Entwurf des Leitbildes, der Ziele und Handlungsansätze wurde mit der Steuerungsgruppe diskutiert und im Zuge des Fachforums vorgestellt und konkretisiert (vgl. Kapitel 5.6).

5.1 Anspruchs- und Zielgruppen

Zur Erarbeitung von Leitbild und Zielen für die Innenstadt von Salzgitter-Bad mussten zunächst die einzelnen Anspruchs- und Zielgruppen definiert werden. Die Identifizierung und Segmentierung von einzelnen Anspruchs- und Zielgruppen dienen dazu, Marketingstrategien gezielt auszurichten und das (touristische) Angebot optimal an die Bedürfnisse und Wünsche der Bürger*innen und Besucher*innen anzupassen.

Die Anspruchs- und Zielgruppen der Innenstadt wurden in drei Kategorien sortiert: Eigene Bevölkerung, Gäste sowie Unternehmen & Gründer*innen. Alle dargestellten Anspruchs- und Zielgruppen sollen durch die Angebote der Innenstadt angesprochen werden. Fett hervorgehoben sind diejenigen, die zukünftig noch stärker als bisher angesprochen werden sollen, da diese Gruppen entweder eine besondere Bedeutung für die Stadt Salzgitter erfahren, wie z. B. Familien, Kinder und Jugendliche, oder bislang z. T. zu wenig Berücksichtigung erfahren haben.

Abb. 28: Übersicht der Anspruchs- und Zielgruppen der Innenstadt von SZ-Bad



Quelle: cima, 2024; Fotos: cima, 2023 und Pixabay

5.2 Leitbild und Ziele

Ein übergeordnetes Leitbild und Ziele zur Innenstadtentwicklung sollen den Entscheidungsträger*innen aber auch den Bürger*innen von Salzgitter-Bad einen Orientierungsrahmen für das künftige Handeln vorgeben. Auf Grundlage der Analyseergebnisse wurde ein Leitbild erarbeitet, welches sich aus vier Entwicklungszielen zusammensetzt (vgl. Abb. 29). Inhaltlich werden mit den Entwicklungszielen alle wesentlichen Aspekte der zukünftigen Innenstadtentwicklung abgedeckt. So berücksichtigen die Ziele sowohl soziale Belange, Umweltfaktoren als auch wirtschaftliche und städtebauliche Qualitäten.

Entwicklungsziel „Ort zum Miteinanderleben“

In der Innenstadt von Salzgitter-Bad soll das „Miteinander“ zukünftig stärker in den Fokus gerückt werden. Durch die Förderung von generations- und kulturübergreifenden Angeboten sollen bestehende Segregationen abgebaut werden. Die Innenstadt soll insbesondere für Kinder und Familien als Treffpunkt attraktiviert werden. Gleichzeitig sollen aber auch Angebote für junge Menschen (v. a. Jugendliche und Studierende) sowie ältere Generationen gefördert werden. Aufgrund der kulturellen Vielfalt der Bevölkerung in der Stadt Salzgitter und auch in Salzgitter-Bad stellt die Förderung von Integration und Inklusion ein wichtiges Teilziel dar. Angestrebt wird, dass alle Bürgerinnen und Bürger, unabhängig von ihren individuellen Unterschieden, Fähigkeiten oder sozialen, wirtschaftlichen oder kulturellen Hintergründen, gleichberechtigt und vollumfänglich an den Angeboten der Innenstadt teilhaben können. Dem Entwicklungsziel „Ort zum Miteinanderleben“ liegt das Prinzip zugrunde, dass Vielfalt normal ist und jeder Mensch die Möglichkeit hat, aktiv am Gemeinschaftsleben teilzunehmen.

Entwicklungsziel „Grünes Zentrum mit Erholungsfaktor“

Grünräume und -strukturen spielen eine entscheidende Rolle für die Aufenthaltsqualität und das Stadtklima einer (Innen-)Stadt. Stärkere Investitionen in die Planung und Pflege von Grünflächen und urbanem Grün sind daher für die Innenstadt von Salzgitter-Bad essenziell, um eine nachhaltige und lebenswerte städtische Umgebung zu schaffen. Neben den grünen Elementen soll auch der Ausbau „blauer Strukturen“ in Form von Brunnen und Wasserspielen die Aufenthaltsqualität im Zentrum steigern. Der Rosengarten inkl. Grädierpavillon stellt derzeit das (touristische) Aushängeschild der Innenstadt von Salzgitter-Bad als „staatlich anerkannter Ort mit Sole-Kurbetrieb“ dar. Durch eine stärkere Inszenierung dieses Prädikats im Stadtraum (v. a. in der Altstadt) sollen die Themen Gesundheit und Erholung zukünftig auch aus marketingtechnischer Perspektive intensiver bespielt werden. Das Entwicklungsziel „Grünes Zentrum mit Erholungsfaktor“ trägt weiterhin dazu, bei die Themen Klimaschutz und die Klimaanpassung in der Innenstadt von Salzgitter-Bad voranzutreiben.

Entwicklungsziel „Lebendig und zukunftsorientiert“

Die alleinige Leuchtturmfunktion des Einzelhandels verliert in der gesamten Bundesrepublik in den Zentren stetig an Bedeutung. Wenngleich der Einzelhandel heute und auch in der Zukunft eine zentrale Rolle in den Innenstädten spielt und spielen wird, muss zukünftig, auch in der Innenstadt von Salzgitter-Bad, der Fokus auf eine gezielte Entwicklung einer multifunktionalen Innenstadt (zeitgemäßer Nutzungsmix aus Handel, Dienstleistungen, Gastronomie, Soziales, Bildung, Wohnen, Arbeiten, Freizeit und Kultur) gelegt werden. Hierdurch soll das Zentrum lebendig und zukunftsorientiert aufgestellt werden. Bezüglich des aktuellen Branchenmixes, den vorweg genannten Anspruchs- und Zielgruppen sowie den Gegebenheiten vor Ort sollen insbesondere der qualitätsorientierte (Fach-)Einzelhandel sowie auch eine höherwertige und vielfältigere Gastronomieszene gefördert werden. Die Kundschaftsbindung soll durch besondere Service- und Erlebnisangebote gefördert werden. Hierdurch soll sich die Innenstadt auch gegenüber umliegenden (konkurrierenden) Innenstädten sowie dem Online-Handel positionieren.

Entwicklungsziel „Vernetzte Innenstadt“

Über alle Stadtgrößen hinweg stellt der Pkw derzeit das wichtigste bzw. beliebteste Verkehrsmittel dar, um die Innenstadt zu erreichen. Gleichwohl rücken nachhaltige Mobilitätsangebote zunehmend ins Bewusstsein. Für Salzgitter-Bad soll die Mobilität & Erreichbarkeit der Innenstadt durch den Aufbau multimodaler Mobilitätsangebote und -strukturen verbessert werden. Die einzelnen Verkehrsmittel dürfen hierzu nicht getrennt voneinander, sondern müssen vielmehr miteinander und ganzheitlich gedacht werden. Insbesondere der Ausbau der Radwegeinfrastruktur sowie die Verbesserung der fußläufigen Erreichbarkeit und Barrierefreiheit stehen hierbei im Mittelpunkt. Das Entwicklungsziel einer „vernetzten Innenstadt“ umfasst über die Themen Mobilität & Erreichbarkeit hinaus auch den Aspekt der digitalen Innenstadt. Insofern soll die (digitale) Sichtbarkeit der Innenstadt und der Betriebe online & offline durch gezielte Maßnahmen erhöht werden.

Abb. 29: Leitbild + Ziele für die Innenstadt von Salzgitter-Bad



Quelle: cima, 2024

5.3 Räumliches Leitbild

Das vorweg beschriebene konzeptionelle Leitbild und die Ziele werden nachfolgend in ein räumliches Leitbild zur Innenstadtentwicklung von Salzgitter-Bad übertragen. Dieses stellt die Funktionen und Wechselwirkungen der strategischen Ausrichtung hinsichtlich der diversen Themenbereiche und Handlungsfelder räumlich im Innenstadtbereich dar (vgl. Abb. 30).

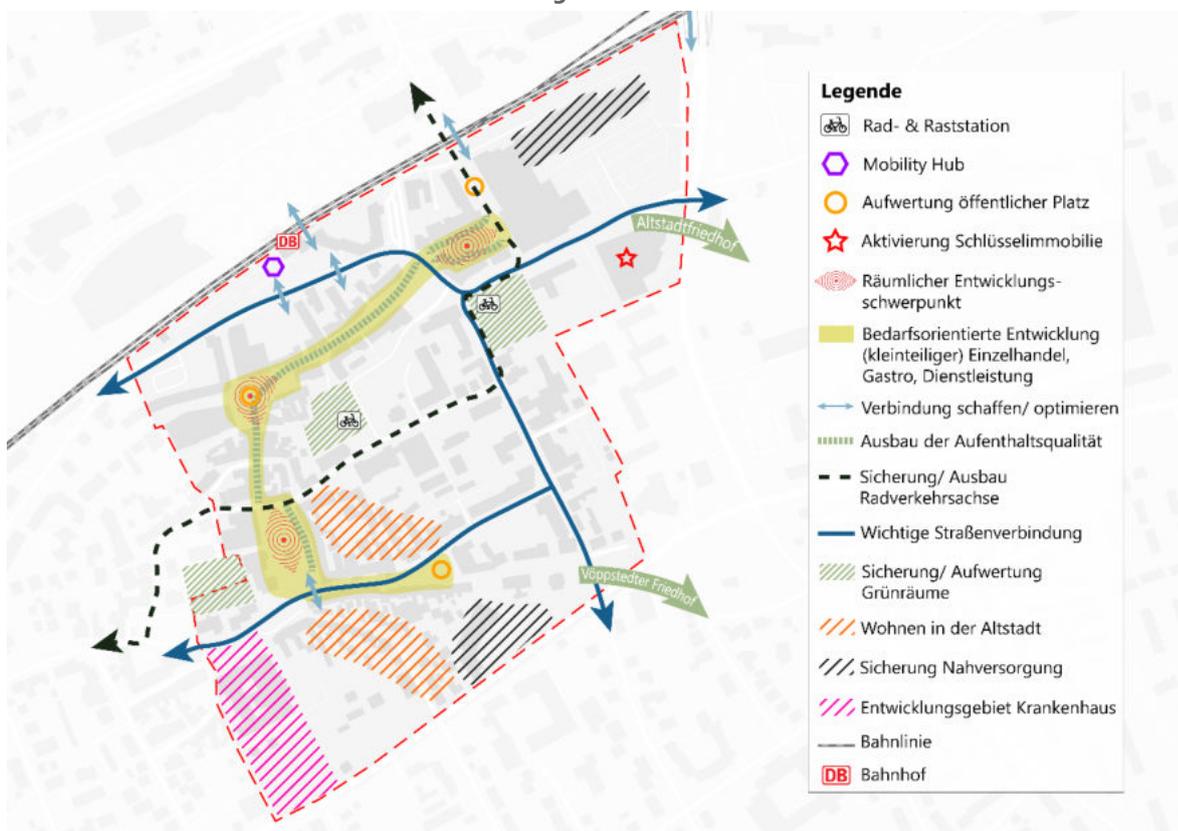
Auf Grundlage der Bestandsaufnahme und -analyse und den Erkenntnissen der Beteiligungsveranstaltungen ergeben sich folgende Entwicklungsschwerpunkte:

- Prioritäre **räumliche Entwicklungsschwerpunkte** mit Ausstrahlungseffekten stellen die größeren Plätze im Innenstadtbereich dar. Hierzu zählen neben dem Marktplatz auch der Klesmerplatz und der Schützenplatz. Insbesondere der Schützenplatz hat sich in den letzten Jahren zu einem Durchgangsbereich zwischen Altstadt und Einkaufszentrum entwickelt. Durch gezielte Maßnahmen soll zukünftigen Trenneffekten entgegengewirkt werden, indem die einzelnen Lagebereiche der Fußgängerzone funktional stärker miteinander verbunden werden.
- Durch die **Neugestaltung und Aufwertung zentraler Plätze und Bereiche** soll die Aufenthalts- und Begegnungsqualität im Innenstadtbereich merklich erhöht werden. Neben den o. g. Plätzen stehen auch Nebenlagen wie die Breslauer Straße und der Bohlweg im Fokus. Schlüsselaspekte zur

Steigerung der städtebaulichen Qualität sind hierbei v. a. die Themen Gestaltungselemente & Sitzmobiliar, Grünstrukturen, Freizeit- und Spielflächen.

- Neben der Begrünung versiegelter Bereiche soll auch die **Sicherung und Qualifizierung** bestehender (bislang jedoch untergenutzter) **Grün- und Erholungsflächen** neue Impulse setzen.
- Ausgelöst durch den bundesweit zu beobachtenden Strukturwandel (Zunahme des Online-Handels, Rückgang des v. a. inhabergeführten Einzelhandels etc.) wird der **bedarfsorientierten Entwicklung und Sicherung des (inhabergeführten) Einzelhandels** sowie von (neuen) **Gastronomie- und Dienstleistungsangeboten** ein hoher Stellenwert eingeräumt.
- Einen Schwerpunkt zur Attraktivierung und Stärkung der Innenstadt nimmt zukünftig das Thema **Mobilität & Erreichbarkeit** ein. Ein besonderes Augenmerk muss hierbei sowohl auf die Verbesserung der Wegeverbindungen innerhalb des Innenstadtbereichs gelegt werden sowie auch auf die Optimierung der Anbindung an umliegende Siedlungsbereiche (auch Eingangsbereiche). Wichtige Fokusräume sind der Bahnhofstunnel und die Eingangsbereiche Breslauer Straße und Am Pflingstanger. Zentrale Handlungsansätze beziehen sich weiterhin v. a. auf die Barrierefreiheit, eine effiziente Parkraumsteuerung, Förderung von Sharing-Angeboten und die Aufwertung der ÖPNV-Infrastruktur. Im Fokus steht zuletzt auch die **Sicherung und der Ausbau der (touristischen) Radverkehrsinfrastruktur**. Zentrale Anliegen sind die Verbesserung der Erreichbarkeit der Innenstadt mit dem Rad, die Erhöhung der Verkehrssicherheit und die Erhöhung von Angeboten und Services (Abstellanlagen, Reparaturstationen, Gepäckaufbewahrung).
- In den südlichen Bereichen der Innenstadt sollen **zentrumsergänzende Funktionen und Strukturen** (v. a. Gesundheit, Wohnen, Nahversorgung) berücksichtigt werden. Auch bereits in Umsetzung befindliche Planungen und Vorhaben (Erweiterung Krankenhausareal) fließen in das räumliche Leitbild ein.

Abb. 30: Räumliches Leitbild der Innenstadt Salzgitter-Bad



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

5.4 Quartiersprofile

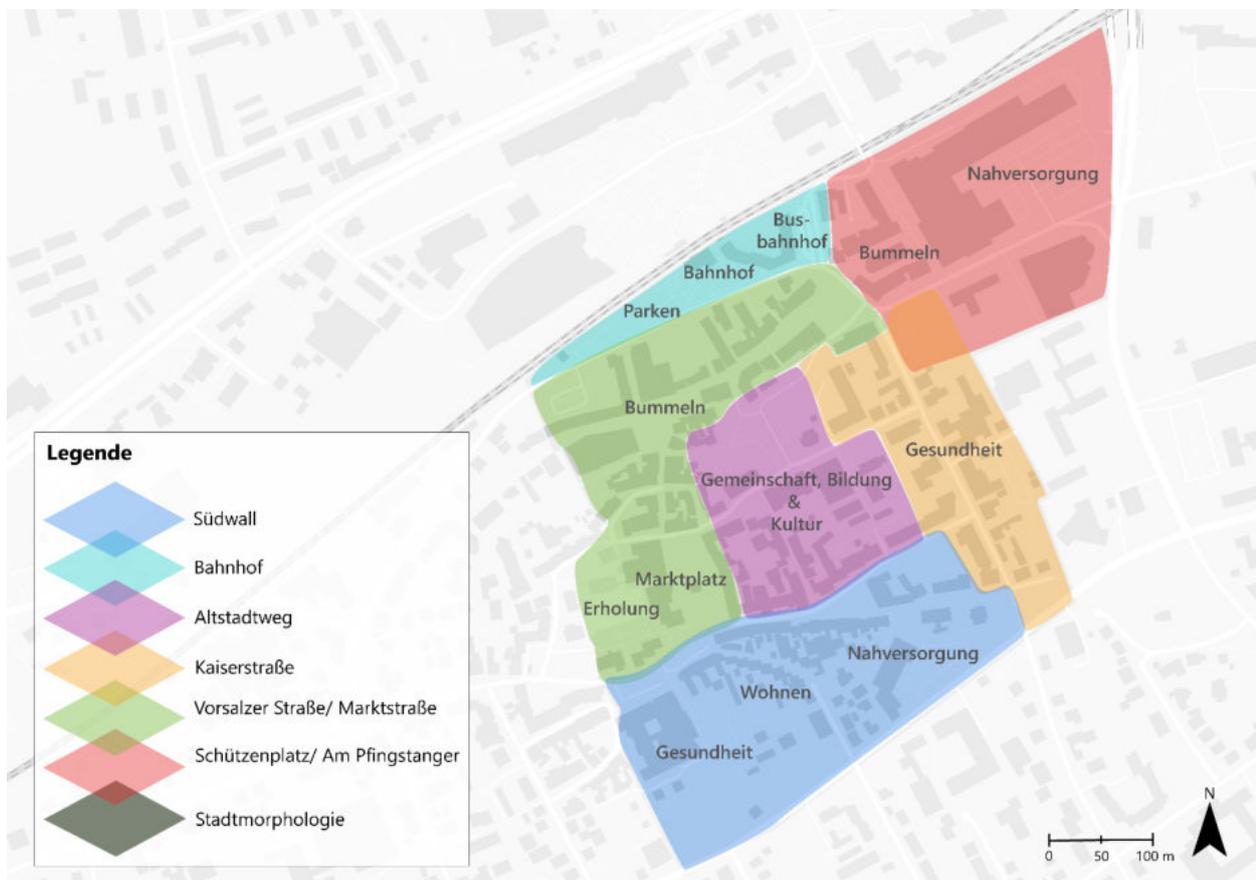
Die strategische Ausrichtung (Leitbild und Ziele) für die Innenstadt von Salzgitter-Bad stellt das Dach für die zukünftige Entwicklung des Standortes als multifunktionaler Erlebnisraum dar und gibt die thematischen Vorgaben dafür. Alle künftigen Maßnahmen und Projekte sollen sich an dieser Ausrichtung orientieren und diese stützen. Zu berücksichtigen sind hierbei die verschiedenen Anspruchs- und Zielgruppen.

Eine Positionierung und Profilierung erfolgt jedoch nicht nur für den Gesamtstandort „Innenstadt“, sondern auch auf Ebene der einzelnen Quartiere im Zentrum. Durch eine Ausdifferenzierung kann nicht nur eine Stärkung der einzelnen Quartiere, sondern auch des gesamten Zentrums erreicht werden.

Im Zuge der Konzeptionierung wurden auf Grundlage des vorhandenen Bestandes und der Strukturen sechs innerstädtische Quartiere mit eigenen Charakteristika und Profilierungsansätzen abgegrenzt. Der Abgrenzungsentwurf basiert auf der von der cima durchgeführten Analyse und Vor-Ort-Begehungen. Die Abgrenzung der einzelnen Quartiere ist weniger als definitiv zu verstehen, sondern vielmehr als Orientierungsrahmen.

In der Abb. 31 werden die Quartiersabgrenzungen in der Gesamtübersicht dargestellt. In den nachfolgenden Kapiteln werden die jeweiligen Quartiere einzeln beschrieben. Die Quartiersprofile fassen die individuellen Charakteristika, die zentralen Stärken und Schwächen sowie Entwicklungs- und Handlungsempfehlungen zusammen.

Abb. 31: Quartiere im Innenstadtbereich



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

5.4.1 Quartiersprofil „Bahnhof“

Abb. 32: Lage und Abgrenzung des Quartiers „Bahnhof“



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

Charakteristika
<ul style="list-style-type: none"> ▪ „Ort des Ankommens“ in SZ-Bad (Bahnhof + Busbahnhof), prägende Funktion des Quartiers ▪ Bahnschienen grenzen das Quartier nach Norden hin ab, Bahnhofstunnel als wichtige Wegeverbindung ▪ Fachmarktcenter sowie P+R Parkplätze angrenzend im Norden ▪ P+R Parkplätze + weitere Parkplätze (2h) entlang der Petershagener Straße
Stärken
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Unmittelbare Nähe zur Innenstadt ▪ Erster Eindruck/Ankommenssituation: historisches Bahnhofsgebäude, Barrierefreiheit, Bepflanzung ▪ Öffentliche Toilette vor dem Bahnhofsgebäude ▪ Knotenpunkt diverser Verkehrsmittel (Bahn, Bus, „flexo“, Rad, Pkw) ▪ Angebote: u. a. Ladesäulen für E-Autos
Schwächen
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Trennwirkung der Bahnschienen zwischen Innenstadt und nördlichen Siedlungsbereichen → Bahnhofstunnel als „Nadelöhr“ und (gefühlter) Angstrraum ▪ Ausbaufähige Situation für den Radverkehr: Abstellanlagen, E-Bike-Ladestation, Fahrradbox etc. ▪ Leitsystem zur Innenstadt: Pflege, Aktualität, Sauberkeit ▪ Leerstände prägen das Umfeld des Busbahnhofs
Entwicklungs-/Handlungsempfehlungen
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Weiterentwicklung zu einer vollwertigen Mobilitätsstation („Mobility Hub“) ▪ Attraktivierung Bahnhofstunnel (Beleuchtung, Wandbemalung) → Angstrraum abschaffen ▪ Aufwertung (Einheitlichkeit), Pflege, Sauberkeit, Aktualisierung Leitsystem

Abb. 33: Impressionen aus dem Quartier „Bahnhof“ (Auswahl)



Quelle: cima, 2023/2024

5.4.2 Quartiersprofil „Vorsalzer Straße/Marktstraße“

Abb. 34: Lage und Abgrenzung des Quartiers „Vorsalzer Straße/Marktstraße“



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

Charakteristika
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Fußgängerzone mit Branchenmix aus (v. a. inhabergeführtem) Einzelhandel, Gastronomie, Dienstleistungen etc. ▪ Geprägt durch historische Fachwerkarchitektur ▪ Überwiegend Gewerbe im EG & Wohnen im OG ▪ Platzsituationen: „Kleines klimagerechtes Forum“, Klesmerplatz, Marktplatz ▪ „Kleines“ Rathaus & Stadtbibliothek ansässig, arrondierender Rosengarten
Stärken
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Baustruktur: „Fachwerk-Charme“ & „Bummelatmosphäre“ ▪ Baulich gefasste/offen gestaltete Plätze ideal für Wochenmarkt, Feste & Veranstaltungen ▪ „Es tut sich etwas“: z. T. neue/moderne Sitzgelegenheiten, Begrünung → „Kleines klimagerechtes Forum“ als Klimaanpassungsmaßnahme mit hoher Aufenthaltsqualität ▪ Rosengarten als Erholungsort und touristischer Anlaufpunkt
Schwächen
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Hoher Versiegelungsgrad auf Klesmer- und Marktplatz ▪ Teilweise veraltetes Stadtmobiliar ▪ Keine Kaschierung/Bespielung der vorhandenen gewerblichen Leerstände ▪ Wenige kulturelle Angebote/Begegnungsstätten ▪ Wenige Spielmöglichkeiten/-geräte im Bereich der Fußgängerzone
Entwicklungs-/Handlungsempfehlungen
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Stärkung des kleinteiligen Branchenbesatzes ▪ Erhöhung der Aufenthalts- und Verweilqualität (Begrünung, Spielmöglichkeiten, Stadtmobiliar) ▪ „Sole-Kurort“ als Erlebnisraum inszenieren ▪ Verknüpfungen/Verbindungen zum Rosengarten stärken ▪ Fassaden/städtebauliche Qualitäten sichern ▪ Aufrechterhalten des aktiven Flächen-/Leerstandsmanagements, Aktivierung der Eigentümer*innen

Abb. 35: Impressionen aus dem Quartier „Vorsalzer Straße/Marktstraße“ (Auswahl)



Quelle: cima, 2023/2024

5.4.3 Quartiersprofil „Schützenplatz/Am Pfingstanger“

Abb. 36: Lage und Abgrenzung des Quartiers „Schützenplatz/Am Pfingstanger“



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

Charakteristika
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Östlicher Eingangsbereich zur Innenstadt ▪ Schwerpunkt im Bereich der Nahversorgung (Nahrungs- und Genussmittel, Drogerie- und Parfümeriewaren), aperiodische Sortimente (v. a. Bekleidung) ▪ Fokus auf Pkw-Kundschaft ▪ Anbindung an nördl. Siedlungsbereiche via Breslauer Straße/Nord-Süd-Straße ▪ Bürgerkino, Gastronomie, Polizeiwache als komplementärer Besatz
Stärken
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Nahversorger als Frequenzbringer auch für die Innenstadt (Verbundeinkäufe) ▪ Ergänzendes Angebot durch Filialisten ▪ Spielplatz/-geräte am Schützenplatz/in der Breslauer Straße
Schwächen
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Sanierungsbedürftiges Anger-Center prägt das „Eingangstor“ zur Innenstadt ▪ Mehrere Leerstände im Bereich Schützenplatz sowie in der Anger-Center ▪ Ansässige Spielhallen mindern die Aufenthaltsqualität (Trading-Down-Effekte) ▪ Modernisierungsbedarfe des Stadtmobiliars im Bereich Schützenplatz/Breslauer Straße ▪ Untergenutzte Potenziale: Grünareal im Südwesten des Quartiers (ohne besondere Gestaltung)
Entwicklungs-/Handlungsempfehlungen
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Als Eingangstor zur Innenstadt aufwerten ▪ Sicherung der Nahversorgungsstrukturen ▪ Trading-Down-Effekten vorbeugen: Agglomeration von Vergnügungsstätten vermeiden ▪ Schützenplatz als wichtigen Entwicklungsbereich sehen (Durchgangscharakter abbauen) ▪ Aufwertung/Belebung des Grünareals im Süden (Sport, Bewegung, Begegnung), ggf. Installation einer Raststation am Streckenverlauf der „Route 31 Südwest“

Abb. 37: Impressionen aus dem Quartier „Schützenplatz/Am Pfungstanger“ (Auswahl)



Einkaufszentrum Am Pfungstanger



Anger-Center



Schützenplatz



Grünfläche Kaiserstraße/Schützenplatz



Solte-Zentrum am Schützenplatz

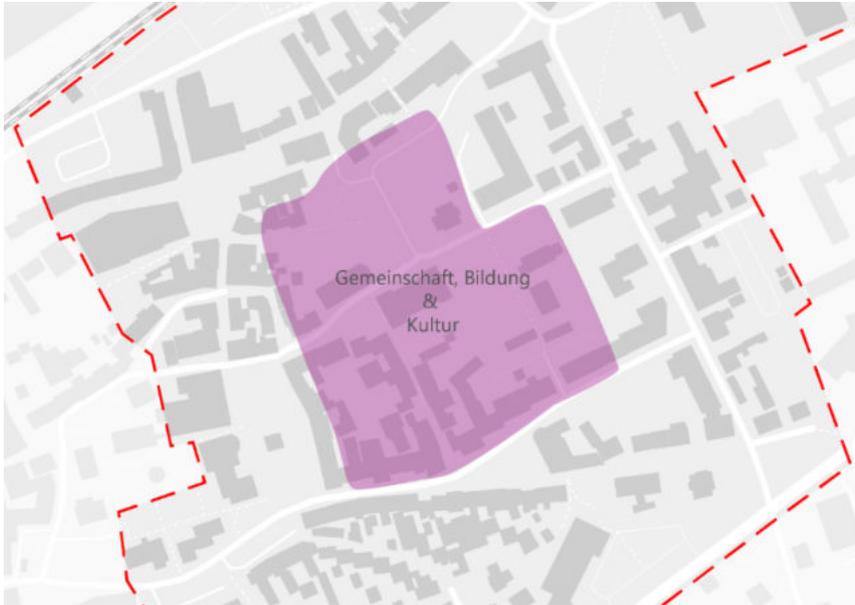


Spielgeräte in der Breslauer Straße

Quelle: cima, 2023/2024

5.4.4 Quartiersprofil „Altstadtweg“

Abb. 38: Lage und Abgrenzung des Quartiers „Altstadtweg“



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

Charakteristika
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Prägung durch historische Bausubstanz ▪ Kirche St.-Mariae-Jakobi mit arrondierender Grünfläche, Kirche St.-Marien im Osten des Quartiers ▪ Altstadtschule (Grundschule) mit angrenzendem öffentlichem Spielplatz ▪ Zentrale Parkplatzanlage im Bereich „Wall“ ▪ Mix aus Wohnen & Dienstleistungen im südlichen Bereich (Bohlweg)
Stärken
<ul style="list-style-type: none"> ▪ „Aufgelockertes Quartier“ mit ortsbildprägender Bausubstanz im Norden ▪ Ruhige Grünfläche mit Potenzial für mehr Aufenthaltsqualität an der Kirche St.-Mariae-Jakobi ▪ Öffentlicher Spielplatz (einziger originärer Spielplatz im Innenstadtbereich) ▪ Platzsituation mit Potenzial vor der Altstadtschule
Schwächen
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Parkplatz mit hohem Flächenverbrauch/Versiegelungsgrad an der Kirche St.-Mariae-Jakobi ▪ Stark versiegelte Innenhöfe am Bohlweg ▪ Städtebauliche Qualität der Fassaden (Stil der 50er/60er Jahre) entlang des Bohlweges, „städtebaulicher Bruch“ im Bereich Gutenbergstraße
Entwicklungs-/Handlungsempfehlungen
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Etablierung als gemischtgenutztes „beruhigtes“ Quartier mit dem Fokus auf Gemeinschaft, Bildung & Kultur ▪ Sicherung von Frei- und Grünflächen, Potenziale der Aufenthaltsqualität nutzen → ggf. Installation einer Raststation am Streckenverlauf der „Route 31 Südwest“ (z. B. vor der Kirche St.-Mariae-Jakobi)

Abb. 39: Impressionen aus dem Quartier „Altstadtweg“ (Auswahl)



Kleinteiliger Einzelhandel, Kirchplatz



Spielplatz am Bohlweg



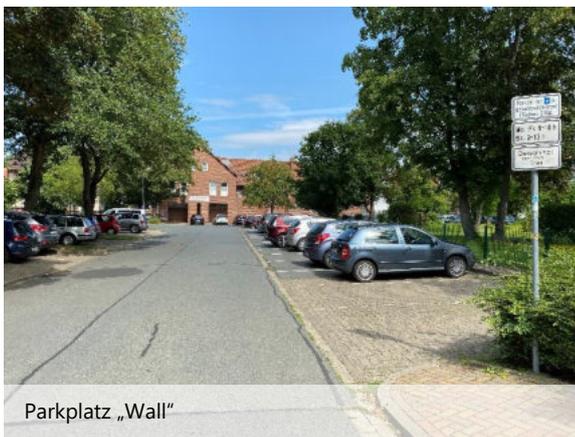
Kirche St.-Mariae-Jakobi



Platzsituation vor der Altstadtschule



Ladenzeile am Bohlweg



Parkplatz „Wall“

Quelle: cima, 2023/2024

5.4.5 Quartiersprofil „Kaiserstraße“

Abb. 40: Lage und Abgrenzung des Quartiers „Kaiserstraße“



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

Charakteristika
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Diverse Gesundheitsangebote und medizinische Praxen ansässig ▪ Gesundheit und Wohnen als zentrale Funktionen im Quartier ▪ Dienstleistungsquartier mit geringer Verweilqualität ▪ Arrondierend Seniorenheim, Realschule, Pflegezentrum ▪ Kaiserstraße als Nord-Süd-Verbindung zum Bahnhof
Stärken
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Zahlreiche Gesundheitsangebote und -einrichtungen, die für die Funktion von Salzgitter-Bad (Ort mit Sole-Kurbetrieb) eine wichtige Bedeutung einnehmen
Schwächen
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Wenige/keine Sitzgelegenheiten im öffentlichen Raum ▪ Untergenutzte Potenziale bei Grünarealen (Übergang zum Quartier „Schützenplatz/Am Pflingstanger“): ohne besondere Gestaltung ▪ Unsichere Querungsmöglichkeit im Kreuzungsbereich Kaiserstraße/Schützenplatz
Entwicklungs-/Handlungsempfehlungen
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Sicherung als gemischtgenutztes Quartier mit Fokus auf den Themen „Gesundheit“ + „Wohnen“ ▪ Aufwertung/Modernisierung der Bushaltestellen mit Sitzgelegenheiten und Wetterschutz, Barrierefreiheit prüfen → Anspruchs- und Zielgruppen des Quartiers beachten

Abb. 41: Impressionen aus dem Quartier „Kaiserstraße“ (Auswahl)



Bushaltestelle Kaiserstraße



Wohn- und Ärztehaus im Bohlweg



Blick in den Bohlweg



Blick in den Altstadtweg



Blick in die Kaiserstraße



Pfarramt St. Marien, Altstadtweg

Quelle: cima, 2023/2024

5.4.6 Quartiersprofil „Südwall“

Abb. 42: Lage und Abgrenzung des Quartiers „Südwall“



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

Charakteristika
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Besatz mit kleinteiligem (inhabergeführtem) Einzelhandel, Dienstleistungen und Gastronomie (Bohlweg/Liebenhaller Str.) ▪ St. Elisabeth-Krankenhaus im Westen (aktuell in Erweiterung) ▪ Nahversorger (Lebensmitteldiscounter) im Süden ▪ Wohnen v. a. in der Bismarckstraße oder im OG der übrigen Lagen ▪ Bohlweg und Liebenhaller Str. als Ost-West-Achse
Stärken
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Fachwerkkarchitektur entlang des Bohlweges und der Bismarckstraße ▪ Krankenhaus als wichtige Komplementierung für den „Gesundheits-Bezug“ von SZ-Bad ▪ Wenig gewerblicher Leerstand ▪ Platzsituation inkl. Brunnenanlage im Bereich Bohlweg (eines von wenigen Wasserelementen in SZ-Bad)
Schwächen
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Aufenthaltsbereiche Bohlweg/Südwall „aus der Zeit gefallen“ ▪ Städtebaulicher „Bruch“ der Gebäudearchitektur im östlichen Bereich des Bohlweges ▪ Z. T. Sanierungsbedarfe an den Fassaden im Bohlweg
Entwicklungs-/Handlungsempfehlungen
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Sicherung des Branchenbesatzes (u. a. inhabergeführter) Einzelhandel entlang des Bohlweges ▪ Straßenbegleitetes Parken erhalten ▪ Städtebauliche Aufwertung/Neuordnung der Plätze am Bohlweg/Südwall ▪ Synergieeffekte mit St. Elisabeth-Krankenhaus ausschöpfen

Abb. 43: Impressionen aus dem Quartier „Südwall“ (Auswahl)



Kleinteiliger Besatz im Bohlweg



Lebensmitteldiscounter im östlichen Bereich des Quartiers



Blick in die Straße „Vöppstedter Tor“



Brunnenanlage am Bohlweg



Sitzgruppe in der Straße „Vöppstedter Tor“



St. Elisabeth-Krankenhaus

Quelle: cima, 2023

5.5 Öffentliche Beteiligungsformate und -veranstaltungen im Zuge der Konzeptionsphase

5.5.1 Fachforum

Im Rahmen eines Fachforums am 21.05.2024 im Foyer der Wirtschafts- und Innovationsförderung Salzgitter GmbH (WIS) wurden die umfassenden Ergebnisse der Analyse, das erarbeitete Leitbild sowie die Entwicklungsziele für die künftige Entwicklung der Innenstadt von Salzgitter-Bad vorgestellt. Im Fokus der Veranstaltung stand der Entwurf des Maßnahmenkataloges, der mit den Teilnehmenden in Kleingruppen (aufgeteilt nach Themenfeldern) diskutiert wurde. Ziel des Fachforums war die gemeinsame Diskussion und Schärfung des Maßnahmenkataloges und die Sammlung von Detailinformationen für die Ausarbeitung der einzelnen Maßnahmensteckbriefe. Zu dieser nicht-öffentlichen Veranstaltung wurden gezielt städtische Vertreter*innen relevanter Fachbereiche (u. a. Stadtplanung, Kultur & Soziales, Klimaschutz) sowie diverse Akteur*innen u. a. aus der Werbegemeinschaft SZ-Bad, dem Jugendparlament, der Ostfalia Hochschule, dem Senior*innenbeirat, dem Beirat für Menschen mit Behinderungen, dem Wochenmarkt und dem Kulturbereich eingeladen. Ein Großteil dieser Personen hatte bereits im Rahmen der Analysephase an den Expertisegesprächen teilgenommen (vgl. Kapitel 3.3).

Abb. 44: Impressionen aus dem Fachforum



Quelle: cima, 2024

5.5.2 Online-Kommentierung

Als Ergänzung zu den nicht-öffentlichen Fachforen erhielt zum Abschluss der Konzeptionsphase auch die breite Öffentlichkeit noch einmal die Gelegenheit, ihre Anregungen, Ideen und Kritiken zu dem erarbeiteten Maßnahmenkatalog und den einzelnen Projektansätzen zu äußern. Hierzu wurde der Maßnahmenkatalog online zugänglich gemacht, die Weiterleitung erfolgte über die städtische Homepage. In der Zeit vom 10.-30. Juni 2024 konnten die Bürger*innen entsprechend digital allgemeines Feedback geben, die einzelnen Maßnahmen bewerten und Kommentare einfügen, die für die Detailausarbeitung der Projektideen im weiteren Prozess berücksichtigt werden sollten. Insgesamt wurden für die Maßnahmen inkl. Kommentare in Salzgitter-Bad 3.724 Bewertungen abgegeben, zu den Maßnahmen wurden insgesamt 178 Kommentare geschrieben.

Im Ergebnis konnte die überwiegende Anzahl der Maßnahmen mit einer Mehrheit bestätigt werden. Bei wenigen einzelnen Maßnahmen viel die Bewertung nicht deutlich positiv aus. Durch die Möglichkeit der Kommentierung der einzelnen Maßnahmen konnten jedoch insbesondere die Maßnahmen, die von der Öffentlichkeit kritischer betrachtet wurden, durch die vorgebrachten Anregungen und Ideen weiter ergänzt und geschärft werden.

Abb. 45: Beispiel aus der Online-Bewertung und -Kommentierung

B: Grünes Zentrum mit Erholungsfaktor

B1: Sole-Kurort in der Innenstadt inszenieren und erlebbar machen

Ziele:

- Sole-Kurort in der Innenstadt aufgreifen, inszenieren und erlebbar machen z.B. Infotafeln, zweites Kneipp-(Armtauch-)becken in der Fußgängerzone
- Besuchs-, Erhol- und Verweilanreize ausbauen z.B. neues Mobiliar, begehbare Gestaltungselemente
- Steigerung der Aufenthaltsqualität in der Innenstadt
- Kulturangebote ausbauen

Beispiel-Bilder:



Bisherige Anmerkungen

25. Juni 2024, 13:15

Die Idee und Umsetzung mit dem Salzkristall ist sehr gelungen. Vielleicht kann man ein ähnliches Projekt ,bezogen auf die Salzstadt an anderer Stelle-vielleicht an einem anderen Ortseingang von SZ Bad -ähnlich umsetzen?

Quelle: cima, 2024

Zu den **Top 3 „Gefällt mir“-Angaben** sind folgende Maßnahmen zu zählen:

1. Zentrumsanker einrichten als Ort der Begegnung (129 „Gefällt mir“-Angaben)
2. Anger-Center als Kultur- & Freizeitort stärken & aufwerten (125 „Gefällt mir“-Angaben)
3. Sole-Kurort (Tourismus allg.) in der Innenstadt inszenieren und erlebbar machen (118 „Gefällt mir“-Angaben)

Zu den **Top 3 „Gefällt mir nicht“-Angaben** sind folgende Maßnahmen zu zählen:

1. Potenzial-/Machbarkeitsstudie Hotelansiedlung (56 „Gefällt mir nicht“-Angaben)
2. Vielfalt und Inklusion im öffentlichen Raum sichtbar machen (40 „Gefällt mir nicht“-Angaben)
3. Ausbau der (digitalen) Präsenz der Betriebe und Angebote, Stärkung freier WLAN-Hotspots in der Innenstadt (28 „Gefällt mir nicht“-Angaben)

In Bezug auf die vier Handlungsfelder „Ort zum Miteinanderleben“, „Grünes Zentrum mit Erholungsfaktor“, „Lebendig und zukunftsorientiert“ sowie „Vernetzte Innenstadt“ wurden insbesondere die Handlungsfelder „Grünes Zentrum mit Erholungsfaktor“ und „Vernetzte Innenstadt“ in Ihrer Gesamtheit ausschließlich überwiegend positiv bewertet, wodurch diesen in Bezug auf die Akzeptanz durch die Öffentlichkeit eine zusätzliche Bedeutung zugeschrieben werden kann.

Insgesamt erwies sich die Online-Beteiligung als ein wichtiges Tool zur Überprüfung und Ergänzung der Ergebnisse, sodass sich in den nachfolgenden Maßnahmensteckbriefen diverse Detailhinweise und -informationen, die auch im Zuge der Online-Bewertung & -kommentierung geäußert wurden, wiederfinden.

5.6 Maßnahmenkatalog und -steckbriefe zur Stärkung der Innenstadt

Als zentraler Bestandteil der konzeptionellen Entwicklungsstrategie wurde ein Maßnahmenkatalog zur praktischen Umsetzung erarbeitet. Entstanden ist dieser zum einen aus dem erarbeiteten Leitbild, den Entwicklungszielen und Handlungsansätzen und zum anderen gemeinschaftlich aus der Arbeit der Steuerungsgruppe und der Bevölkerung, die im Zuge diverser Beteiligungsformate und -veranstaltungen in den Prozess eingebunden wurde:

Formate im Zuge der Analysephase:

- Auftaktveranstaltung inkl. geführtem Innenstadtpaziergang
- Expertisegespräche
- Online- und Passantenbefragung
- Online-Ideenkarten
- Fliegender Reporter
- Stadtlabor

Formate im Zuge der Konzeptionsphase:

- Fachforum
- Online-Kommentierung

Die (Kern-)Ergebnisse der einzelnen Partizipationsformate wurden in den Kapiteln 3.3 sowie 5.5 näher beschrieben. Aus den Beteiligungsformaten und Abstimmungsrunden sind zunächst unzählige Projektideen und -vorschläge zusammengetragen worden, die sukzessive gruppiert und nach Themenbereichen zusammengefasst wurden. Gemeinsam mit der Steuerungsgruppe wurde der Ideenkatalog konkretisiert und anschließend digital veröffentlicht (vgl. Kapitel 5.5.2), sodass die Bürgerinnen und Bürger die einzelnen Maßnahmen bewerten und durch eigene Hinweise und Kommentare ergänzen konnten. Ergebnis hieraus war ein Stimmungsbild aus der Bevölkerung, auf dessen Grundlage die Steuerungsgruppe die finale Konkretisierung des Maßnahmenkataloges vornehmen konnte.

Bei den Maßnahmen handelt es sich um einen Mix aus kurz-, mittel- und langfristigen Maßnahmen. Diese verteilen sich bzgl. der Umsetzungsarbeit auf mehrere Schultern. Einige Maßnahmen liegen in Verantwortung der Stadt/Wirtschaftsförderung und der Politik. An dieser Stelle ist darauf hinzuweisen, dass die Möglichkeiten, aber auch Grenzen der Umsetzbarkeit der Maßnahmen in Abhängigkeit zu den finanziellen Ressourcen (Haushaltslage der Stadt Salzgitter) und auch personellen Ressourcen (Leistungsfähigkeit von Verwaltung und WIS) stehen. Aber auch die Privaten können und müssen einen wichtigen Beitrag zur positiven Entwicklung der Innenstadt leisten. Ebenso gibt es Maßnahmen, die nur in öffentlich-privater Partnerschaft anzugehen sind.

Die nachfolgende Tabelle veranschaulicht die zusammengefassten Maßnahmen, die jeweils den übergeordneten Themenbereichen des Leitbildes zugeordnet wurden. Die zentrale Strategie und der Schwerpunkt des

Maßnahmenkataloges liegt in der Schaffung von Voraussetzungen und der Steuerung einer städtebaulich nachhaltigen und sozial verträglichen Innenentwicklung für Salzgitter-Bad.

Eine ausführlichere Beschreibung der Maßnahmen erfolgt in den nachfolgenden Maßnahmensteckbriefen.

Tab. 1: Maßnahmenkatalog zur Stärkung der Innenstadt

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

Quelle: cima, 2024



Bsp.: Jugendzentrum Innenstadt (Hanau)



Bsp.: PlanTreff (München)



Bsp.: Begegnungszentrum (Essen)

A1: Zentrumsanker einrichten als Ort der Begegnung

Ziele:

Innenstädte sind aktuell von großen Transformationen betroffen. Die Kommunen suchen daher bundesweit nach neuen Ideen, um diese zu begleiten und zu gestalten. Es braucht dabei eine Stärkung der bestehenden Strukturen, sowie neue Impulse und alternative Nutzungskonzepte.

Mit dem "Zentrumsanker" können multifunktionale Räume geschaffen werden, die nicht nur von der Stadtgesellschaft mitgestaltet, sondern auch genutzt, betrieben und getragen werden. Damit steht Salzgitter nicht alleine dar. Andere Kommunen gehen ähnliche Wege, indem sie selbst Leerstände beleben und verschiedene Angebote bereitstellen.

Die Nutzungsideen und Möglichkeiten für den Zentrumsanker können vielfältig sein. Ziel ist es im Grundsatz einen zentralen Leerstand als Aufenthalts-, Ausstellungs- und Veranstaltungsfläche umzunutzen und neue Angebote für Freizeit, Austausch, Beratung und Begegnung für die Zivilbevölkerung zu schaffen.

Inhalt:

Für den Zentrumsanker ist die Herrichtung eines Leerstandes notwendig, der zentral in der Innenstadt von Salzgitter-Bad verortet ist und einen niedrigschwelligen/offenen und einladenen Charakter hat. Er soll jedem Menschen unabhängig von Herkunft, Alter oder Geschlecht als konsumfreier Ort offen stehen. Die Räumlichkeiten können als Ausstellungs- und Veranstaltungsfläche und Ort für soziale Interaktion (z. B. Kicker, Sprachkurse, Lernort für Schüler*innen und Studierende und weitere Kursangebote) genutzt werden.

Darüber hinaus können Angebote, wie Beratung durch soziale Institutionen oder eine „offene Sprechstunde“ des Citymanagements der WIS sowie Ausstellungen geschaffen werden, die den Zentrumsanker zu einem „Schaufenster der Stadt“ bzw. zu einem Ort für transparente Stadtprozesse und Mitgestaltung machen. Der Prozess einer Konzeptionsphase inkl. öffentlicher Teilnehmungsformate ist im Juni 2024 bereits gestartet.

Projektschritte:

- Konzeptionsphase inkl. Beteiligung & Bedarfsanalyse (bereits in Umsetzung)
- Immobiliensuche
- Produktionsphase: Umbau/Modernisierung und Einrichtung/Ausstattung der Immobilie
- Kooperation mit anderen Institutionen, Finanzierung und Betreuung sicherstellen und verstetigen

Zeithorizont:

- kurzfristig
- mittelfristig**
- langfristig

Akteur*innen/Verantwortliche:

- WIS
- Stadt Salzgitter (u. a. FD 40, 41, 48, 50, 51)
- Vereine, Institutionen und Bevölkerung

Planungshorizont:

- kurzfristig: Erarbeitung einer Konzeption
- Umsetzung in 2025/2026
- mittelfristig: Etablierung weiterer Angebote, Stärkung von Kooperationen und Netzwerken

Mögliche Projektfinanzierung:

- Konzeptionsphase durch Fördermittel finanziert
- Betrieb durch Fördermittel, Eigenanteil Stadt Salzgitter, Mieteinnahmen, monatliche Beiträge und Sponsoring

Kostenschätzung:

- Konzeption: rd. 35.700 € (beauftragt und in Umsetzung)
- Umsetzung: pro Zentrumsanker und Jahr ca. 90.000 € (Personal-, Sach- und Werbekosten)



Bsp.: Billiard



Bsp.: Sportsbar (Emden)



Bsp.: Escape-Room (Hannover)

A2: Anger-Center als Kultur- und Freizeitort stärken & aufwerten

Ziel:

Das Anger-Center befindet sich im Osten des Innenstadtgebietes von Salzgitter-Bad (Am Pflingstanger/Nord-Süd-Straße), dieser Bereich kann als östliches Eingangstor zur Innenstadt verstanden werden. Hier gilt: der erste Eindruck zählt!

Die Immobilie charakterisiert sich durch eine hohe Leerstandsquote sowie eine modernisierungs- und sanierungsbedürftige Fassade. Im Anger-Center befinden sich derzeit ein Restaurant, ein Sonnenstudio, eine Spielhalle, ein Fachgeschäft für Hörakustik, medizinische Praxen, ein Bürgerkino sowie ein Getränkemarkt.

Da eine hohe Nachfrage an Freizeitangeboten besteht, ist es das Ziel das Anger-Center aufzuwerten und dort neue Angebote für Freizeit, Austausch und Begegnung zu schaffen. Insbesondere Angebote in den Abendstunden für Jugendliche & (junge) Erwachsene sollten hier berücksichtigt werden.

Inhalt:

Zur Belebung des Anger-Centers sollen im Innenbereich kreative Nutzungskonzepte mit neuen Kultur- und Freizeitangeboten, insbesondere „Freitag- & Samstagabend-Angebote“, angestrebt werden. Mögliche Nutzungen könnten ein Club/eine Diskothek, eine (Sports-) Bar (inkl. Billiard, Snooker, Darts etc.), eine Gaming-Area oder ein Escape-Room sein, die die bereits bestehenden Angebote ergänzen könnten.

Aufgrund der Lage und fehlender Wohnnutzungen im direkten Umkreis wären diese Angebote grundsätzlich denkbar. Im Außenbereich des Anger-Centers sollten verschiedene Aufwertungsmaßnahmen greifen. Dazu ist insbesondere die Aufwertung der Fassade zu zählen, die saniert und ggf. in diesem Zuge auch begrünt werden könnte. Auch Potenziale einer Dachbegrünung sollten geprüft werden.

Die Etablierung neuer Nutzungen setzt zwingend eine (Investitions-)Bereitschaft und enge Zusammenarbeit mit dem/der Eigentümer*in voraus. Sollte dies möglich sein, so könnte für die genannten Ideen eine Ausschreibung für Wunsunternehmen durch die WIS im Sinne eines Gründungswettbewerbes (siehe Maßnahme C1) stattfinden.

Projektschritte:

- Kontaktaufnahme mit Eigentümer*in
- Gemeinsame Erarbeitung von Gestaltungs- und (Zwischen-)Nutzungskonzepten
- Nutzungsakquise

Zeithorizont:

- kurzfristig
- mittelfristig**
- langfristig**

Akteur*innen/Verantwortliche:

- Eigentümer*in
- WIS (fachliche Begleitung und Unterstützungsarbeit)

Planungshorizont:

- mittelfristig: Kontaktaufnahme Eigentümer*in und Nutzungsakquise
- langfristig: Etablierung & Verstetigung neuer Angebote

Mögliche Projektfinanzierung:

- Eigentümer*in
- WIS: „Förderprogramm für den inhabergeführter Einzelhandel“ (Mietzuschussprogramm)
- Förderprogramme: z. B. Bundesförderung für effiziente

Kostenschätzung:

- keine Investitionskosten für die Stadt Salzgitter
- Unterstützungsarbeit WIS durch Personal gedeckt



© Stadt Luzern, Bild: <https://www.weltwoche.ch/kommunale/stadtmobilitaet/plauderbanken-gegen-ensamkeit-31070>

Bsp.: Plauderbänkli (Luzern)



Quelle: cima 2024

Bsp.: Vielfalt im öff. Raum (Hannover)



https://www.bundesrat.de/SharedDocs/Pressemitteilungen/DE/2019/08/190814_oberkirch.html#snr=1

Bsp.: Sprachförderung zur Integration (Oberkirch)

A3: Vielfalt und Inklusion im öffentlichen Raum sichtbarer machen

Ziele:

Die Förderung von Vielfalt und Inklusion durch die Stadt Salzgitter sollte auch im städtischen Raum erkennbar werden, um die Zufriedenheit und Mitnahme aller Bürger*innen zu erhöhen sowie Menschen aller Generationen, Religionen und Kulturen zusammenzubringen und ein Zeichen für mehr Toleranz zu setzen. Auch die Willkommenskultur sowie das Image der Stadt Salzgitter können auf diesem Wege gefördert werden. Einerseits können durch gestalterische Maßnahmen im öffentlichen Raum Zeichen für Toleranz und Offenheit gesetzt werden. Andererseits können hierdurch interkulturelle Begegnungen zur Stärkung des Miteinanders aller Bevölkerungsgruppen gefördert und ggf. neu initiiert werden.

Inhalt:

Die Umsetzung der Ziele könnte einerseits durch die Gestaltung des öffentlichen Raumes erfolgen. Die Botschaften für mehr Toleranz könnten durch mehrsprachige Begrüßungen an verschiedenen Objekten und Orten der Stadt, z. B. Bänke, Stufen, Masten (Flaggen), oder auch durch Schaufenstergestaltung, Wand-/Straßenbilder künstlerisch verpackt

werden. Zusätzlich würden die Gestaltungsmaßnahmen zur Attraktivierung des öffentlichen Raumes beitragen. Auch eine Installation einer dauerhaften (Kunst-)Ausstellung in Form eines „Demokratiepfades“ könnte abgewogen werden. Veranstaltungen, die Menschen verschiedener Kulturen zusammenbringen und den Dialog fördern oder über kulturelle Traditionen und Feste aufklären, unterstützen die Vielfalt und Inklusion. So könnten Kulturfeste (z. B. Ramadan), demokratiefördernde Veranstaltungen (z. B. 75 Jahre GG), Sportveranstaltungen oder auch Aktionen speziell für Kinder (Mal- oder Spielaktionen) die Vielfalt und Inklusion fördern. Eine weitere Maßnahme wäre, Informationen für Menschen jeder Herkunft zugänglich zu machen. Dies könnte z. B. durch mehrsprachige digitale Infostelen umgesetzt werden, die u. a. Informationen zu Veranstaltungen, Wegbeschreibungen oder Geschäften bereithalten. Die Generierung von Gestaltungsideen, aber auch die Umsetzung selbst bspw. im Rahmen von Kunstprojekten kann in Zusammenarbeit mit verschiedenen Akteur*innen wie Kitas, Schulen oder auch Vereinen geschehen.

Projektschritte:

- Sammeln von Gestaltungsideen durch Beteiligung verschiedener Akteur*innen
- Gestaltbare Flächen ausfindig machen, ggf. Absprache mit den Eigentümer*innen
- Gestaltung der Flächen in Zusammenarbeit mit den Akteur*innen & ggf- Eigentümer*innen

Zeithorizont:

- kurzfristig
- mittelfristig
- langfristig

Akteur*innen/Verantwortliche:

- Stadt Salzgitter (u. a. FD 41, 48, 50, 51)
- Kunst- & Kulturschaffende, (Integrations-)Vereine
- Kitas, Schulen, Jugendparlament, Eigentümer*innen

Planungshorizont:

- kurzfristig: Ideen- und Maßnahmenentwicklung unter frühzeitiger Beteiligung und Einbindung der Akteur*innen
- mittel- bis langfristig: Umsetzung

Mögliche Projektfinanzierung:

- Kommunalen Haushalt
- Sponsoring/Patenschaften

Kostenschätzung:

- Integrations- & Kulturarbeit durch Fachdienste gedeckt
- Aufwände für Aktionen & Veranstaltungen je nach Umfang



Bsp.: Lokale (Salz-)Erzeugnisse (Bad-Sooden)



Bsp.: Salzgrotte (Magdeburg)



Bsp.: Fahrradverleih (Nordhorn)

B1: Sole-Kurort (Tourismus allg.) in der Innenstadt inszenieren und erlebbar machen

Ziele:

Das Thema Salz/Sole ist tief in der Geschichte und Identität von Salzgitter-Bad verankert und trägt zum Erlebnisfaktor vor Ort sowohl für Tourist*innen und Kurgäste als auch für die Bevölkerung bei. So ist in Salzgitter-Bad der kultur-historische Erlebnispfad „Auf den Spuren des Salzes“, mit verschiedenen Informationsstationen, installiert und wird ergänzt durch den Gradierpavillon mit seiner Saline im Rosengarten.

Das Erlebnis- und Tourismuspotenzial wird bislang thematisch nicht vollends ausgeschöpft und bietet daher die Möglichkeit, den Sole-Kurort Salzgitter-Bad zukünftig noch stärker zu profilieren, zu inszenieren und erlebbar zu machen. Das Ziel sollte sein, die (Kultur-)Angebote zum Thema Sole-Kurort auszubauen und die damit verbundenen Besuchs-, Erhol- und Verweilanreize sowie die Aufenthaltsqualität in der Innenstadt zu steigern.

Inhalt:

Um die bisherigen Angebote zum Thema Sole-Kurort (v. a. Rosengarten, Touristinfo) zu stärken und deren Sichtbarkeit

zu erhöhen, sollten diese in Salzgitter-Bad insgesamt breiter kommuniziert werden. Dies kann zum Beispiel durch die Installation von (digitalen) Infotafeln und Wegweisern zum Rosengarten oder eine stärkere Sichtbarkeit der Touristinfo (z. B. Beachflags, Fassadenbeschriftung) gelingen.

Aktuell wird durch die WIS ein Projekt zur Begrünung mit heimischen Wildstauden umgesetzt, sodass die Qualität des Rosengartens als Grünraum in die Innenstadt fortgetragen werden kann. Um das Element Salz erlebbarer zu machen und zu inszenieren, sollte das Kneipp-(Armtauch-)becken im Rosengarten funktionstüchtig gemacht werden. Darüber könnten in der Fußgängerzone bspw. Kunstobjekte (in Anlehnung an den Salzkristall an der B6) installiert werden. Auch die Ansiedlung einer förderbaren Salzgrotte (wie in Lebenstedt) würde den Erlebnischarakter des Sole-Kurortes erhöhen und das Thema bestens aufgreifen.

Synergieeffekte zum Tourismus könnten darüber hinaus durch eine stärkere Vermarktung lokaler (Salz-)Erzeugnisse/Produkte („Mitbringsel/Souvenirs“) erzielt werden.

Projektschritte:

- Konzeptionelle Ausarbeitung/Schärfung der touristischen (Marken-)Strategie
- Abstimmung mit Gewerbetreibenden
- Auswahl & Umsetzung einzelner zu realisierender Projekte

Zeithorizont:

- kurzfristig
- mittelfristig
- langfristig

Akteur*innen/Verantwortliche:

- WIS inkl. Touristinfo
- Gewerbetreibende
- touristische Partner*innen/Sponsoring

Planungshorizont:

- kurzfristig: Erhöhung der Sichtbarkeit der Touristinfo
- mittel- bis langfristig: Image & Marke SZ-Bad stärken

Mögliche Projektfinanzierung:

- Kommunalen Haushalt
- Förderprogramme: z. B. „Touristische Projekte“ des Landes Niedersachsen

Kostenschätzung:

- laufende Tourismusförderung durch WIS gedeckt
- Aufwände für Aktionen je nach Umfang (z.B. Anschaffung und Instandsetzung Leihfahrräder)



Bsp.: Platzbegrünungen (Wolfsburg)



Bsp.: Wasserspiel (Alsfeld)



Bsp.: Boulebahn (Beverungen)

B2: Grüne und blaue Elemente stärken, Platzpotenziale (funktional & nachhaltig) ausschöpfen

Ziele:

Vor dem Hintergrund des Klimawandels und der zunehmenden Bedeutung notwendiger Klimaanpassungsmaßnahmen setzen viele Städte vermehrt auf eine Stärkung „blauer und grüner Strukturen“. Durch grüne (Pflanzen) und blaue (Wasser) Elemente können sowohl Aufenthaltsqualität als auch Mikroklima verbessert werden. Frei- und Versickerungsflächen werden bei gleichzeitiger Steigerung der Nutzbarkeit gesichert. Zudem können durch Elemente einer Schwammstadt Starkregenereignisse besser kompensiert werden. In Salzgitter-Bad wurde u. a. mit dem im Jahr 2023 realisierten Projekt „Kleines klimagerechtes Forum“ eine Klimaanpassungsmaßnahme gefördert.

Grüne und blaue Elemente stehen insbesondere mit den innerstädtischen Plätzen in enger Wechselwirkung. Abgesehen von der Funktion als Veranstaltungsfläche (wenige Male im Jahr) ist insb. für den Klesmerplatz keine klare funktionale Zuordnung erkennbar. Der Klesmerplatz weist aufgrund des hohen Versiegelungsgrades und der veralteten Möblierung eine geringe Verweilqualität auf. Auch die übrigen Plätze im Innenstadtbereich (z. B. Schützenplatz) weisen Potenziale auf, zukünftig stärker funktional bespielt und (grüner/blauer) gestaltet zu werden.

Inhalt:

Zunächst sollten versiegelte Flächen(-bereiche) identifiziert werden, die ggf. kleinteilig entsiegelt werden könnten. Diese neuen Grünflächen sind pflegearm und dienen als wichtige Versickerungsflächen. Ergänzend können in ausgewählten Bereichen (z. B. entlang der Vorsalzer Straße, Klesmerplatz) mobile/temporäre Begrünungen in Form von Blumenkübeln, Urban Farming-Projekten, Gartenwettbewerben, Beetpatenschaften, „Mobiler Rosen-/Palmengarten“ o. Ä. initialisiert werden. Neue Blumenkübel sind z. T. bereits über das Förderprogramm „ZIZ“ bestellt und sollen auch der Verschönerung der Außengastronomie zugute kommen. Darüber hinaus läuft aktuell auch eine Ausschreibung zur Förderung von mobilem Grün.

Blaue Elemente, in Form von Brunnen, sind bereits an einigen Plätzen in der Innenstadt vorhanden. Diese könnten aufgewertet/modernisiert werden, um als Wasserspiele eine Attraktion für Kinder zu bieten.

Bestehende Grünflächen können funktional besser genutzt werden. Die an die Innenstadt angrenzende Grünfläche Kaiserstraße/Schützenplatz könnte bspw. mit einem OutdoorGym, einer Boulebahn, einer Tischtennisplatte, oder einem Basketballkorb aufgewertet werden.

Projektschritte:

- Identifizierung von potenziellen Flächen zur Entsiegelung
- Beschaffung und Aufstellung von mobilen/temporären Grünelementen → Pflege gewährleisten
- neue Funktionszuordnung der Plätze, ggf. Freiraumplanung

Zeithorizont:

- kurzfristig
- mittelfristig
- langfristig

Akteur*innen/Verantwortliche:

- Stadt Salzgitter (u.a. FD 61, EB 70/SRB)
- Ehrenamtliche, Beetpatenschaften, Vereine (z. B. NABU)

Planungshorizont:

- kurzfristig: Definition Platzfunktionen
- mittel- bis langfristig: Freiraumplanung und Umsetzung der gestalterischen Maßnahmen

Mögliche Projektfinanzierung:

- Kommunalen Haushalt
- Sponsoring/Patenschaften
- Förderprogramme: z. B. „Maßnahmen zur Anpassung an die Folgen des Klimawandels“

Kostenschätzung:

- je nach Umfang und Ausführung
- Freiraumplanung je Platz rd. 25.000 €



Bsp.: Mobile Stadtmöbel (Österreich)



Bsp.: Sommer Sandkasten (Unna)



Bsp.: Trendsportarten in der City (Hannover)

B3: Feste und temporäre/mobile Möblierungs-, Freizeit- und Gestaltungselemente

Ziele:

Feste, aber vor allem auch temporäre, mobile Gestaltungs-, Sitz- und Spielmöglichkeiten bieten die Möglichkeit einer wichtigen Aufwertung des öffentlichen Raumes, fördern durch das zusätzliche Freizeit- und Kulturangebot die Begegnung und steigern die Aufenthaltsqualität und dadurch auch die Aufenthaltsdauer. Neben fest installierten können auch mobile Elemente an wechselnden Orten platziert werden, sodass je nach Bedarf und Funktion variiert werden kann. Große versiegelte Flächen können verschönert werden und an Lebendigkeit gewinnen. Aber auch Orte, an denen aus verschiedenen Gründen keine fest installierten Elemente in Frage kommen, können so besser genutzt werden. Zum Stadtmöbiliar zählen neben Sitzmöglichkeiten grundsätzlich auch Mülleimer, Fahrradbügel oder Pflanzkübel.

Inhalt:

Vorrangig soll das feste Stadtmöbiliar im Innenstadtbereich von Salzgitter-Bad sukzessive erneuert und vereinheitlicht werden. Insbesondere im Bereich Klesmerplatz und Schützenplatz kann durch neues Stadtmöbiliar das Stadtbild aufgewertet werden. Ergänzend bieten sich durch temporäre

Möblierungs- und Gestaltungselemente Möglichkeiten, auf Plätzen auf denen regelmäßige Veranstaltungen einen großen Platzbedarf bedürfen, zeitweise Freizeit-, Spiel- oder Gestaltungselemente aufzustellen. Insbesondere der Marktplatz und der Klesmerplatz eignen sich dafür. Spielplätze im Bereich der Fußgängerzone sind in Salzgitter-Bad nicht vorhanden. Temporär (z. B. in den Sommermonaten) könnten hiermit attraktive Möglichkeiten geschaffen werden (bspw. Klettertürme, Tischtennisplatten, Sandkisten etc.). Im Sommer kann darüber hinaus bspw. die Einrichtung eines temporären Stadt-Strandes („City-Beach“) Bürger*innen und Besucher*innen in die Innenstadt locken. Auch einfache Ansätze wie die Bereitstellung von kleinteiligen Sitzelementen, die frei auf den Plätzen zu Gruppen zusammengestellt werden können, können positive Effekte für die Innenstadt erzeugen.

Im Rahmen des ZIZ-Förderprogrammes ist die Installation einiger mobiler Elemente bereits in Planung bzw. Umsetzung: u.a. Kletterwand, Kräuterregale, Klavier, Open-Stage (Bühne).

Projektschritte:

- Identifizierung von potenziellen Plätzen/Bereichen/Flächen zur (temporären) Bespielung sowie Kontaktaufnahme zu Künstler*innen, Kultur- und Sportvereinen und -einrichtungen (Kooperationen)
- Beschaffung verschiedener Freizeit- und Gestaltungselemente
- Umsetzung temporärer und langfristiger Maßnahmen, wechselnde Nutzung je nach Bedarf und Eignung

Zeithorizont:

- kurzfristig
- mittelfristig
- langfristig

Akteur*innen/Verantwortliche:

- Stadt Salzgitter (u. a. FD 41, 51, 61, EB 70/SRB)
- WIS
- Soziale Einrichtungen, Vereine, Kooperationspartner*innen

Planungshorizont:

- kurzfristig: Ideen- und Maßnahmenentwicklung und Anschaffung/Aufstellung mobiler Elemente
- mittelfristig: wechselnde Nutzung und weitere Anschaffungen, Modernisierung festes Stadtmöbiliar

Mögliche Projektfinanzierung:

- Kommunalen Haushalt
- Projektpartner*innen, Sponsoring/Patenschaften
- Förderprogramme: z. B. „ZIZ“ (zeitnah auslaufend), Landes- kulturförderung Nds.

Kostenschätzung:

- Kosten für neue (feste) Sitzelemente & Mülleimer je nach Material, Design & Anzahl
- mobile Spiel- & Sportgeräte: rd. 10.000-100.000 € je nach Umfang (inkl. Beschaffung, Auf- und Abbau, Instandhaltung, Reinigung)



Bsp.: Sitzgruppe (Bad Bramstedt)



Bsp.: Wochenmarkt Flyer (Plettenberg)



Bsp.: Café Mobil (Köln)

B4: Sicherung und Stärkung des Wochenmarktes

Ziele:

Der Wochenmarkt in Salzgitter-Bad findet jeden Mittwoch und Samstag von 8 bis 13 Uhr auf dem Marktplatz statt. Ziel ist es den bereits etablierten Wochenmarkt zu sichern und für die Zukunft zu stärken.

Dafür sollte sich der Wochenmarkt noch mehr als Treffpunkt und sozialer Begegnungsort etablieren („klönen“), um die Aufenthaltsdauer sowie die Frequenz der Besucher*innen zu erhöhen. Die Wahrnehmung des Wochenmarktes soll in der Bevölkerung und auch bei Besuchenden wachsen.

Um dies zu realisieren, sollten die Vielfalt und Qualität des Angebotes erhöht und Verweilanzreize ausgebaut werden.

Inhalt:

Das Angebot auf dem Wochenmarkt könnte bspw. durch internationale(re)s Sortiment, Vorstellung ansässiger Geschäfte mit eigenen Ständen oder Angeboten, wie einem Mittagsimbiss, ausgebaut werden. Zusätzliche Verweilanzreize könnten weiterhin durch Bewirtung, Wetterschutz, Show-Küche oder der Aufstellung mobiler

Sitzgelegenheiten (auch zum Verzehr mitgebrachter/eigener Speisen), insb. für Senior*innen und mobileingeschränkte Personen geschaffen werden.

Die Vermarktung des Wochenmarktes könnte durch emotionalere/persönlichere Kommunikation (Marketing) in verschiedenen Medien vorangebracht werden. So könnte das Image und die Wahrnehmung in der Bevölkerung beispielsweise durch Flyer/Kulturprospekte oder auch digitale Kampagnen (Vorstellung der Wochenmarktbesucher*innen: „Blick hinter die Kulissen“) verbessert werden und zusätzliche Besucher*innen anziehen.

Insgesamt ist ein enger Austausch und eine regelmäßige Abstimmung mit den Besucher*innen des Wochenmarktes zwingend erforderlich, um den Wochenmarkt weiterzuentwickeln. Dazu ist auch die Vernetzung mit der Umgebung und die Zusammenarbeit mit Handel, Dienstleistern und ansässiger Gastronomie zu zählen, wodurch sich Synergieeffekte ergeben können.

Aktuell wird eine Ausschreibung für zwei Marktkonzepte (SZ-Lebenstedt und -Bad) vorbereitet. Diese werden über ZIZ finanziert und könnten genannte Aspekte aufgreifen.

Projektschritte:

- Entwicklungsmöglichkeiten des Wochenmarktes mit den Verantwortlichen ausloten
- Marketingkampagne starten
- Akquisition neuer Besucher*innen/Angebote, Nachfolgesituationen frühzeitig planen
- wechselnde Nutzung je nach Bedarf und Eignung

Zeithorizont:

- kurzfristig
- mittelfristig
- langfristig

Akteur*innen/Verantwortliche:

- Marktbesucher*innen
- Stadt Salzgitter (u. a. FD 32)
- WIS (Unterstützung bei größeren Events/Veranstaltungen)

Planungshorizont:

- kurzfristig: Marketingkampagne
- mittel- bis langfristig: Schaffung neuer Angebote

Mögliche Projektfinanzierung:

- keine Investitionskosten für die Stadt Salzgitter
- Unterstützungsarbeit durch FD 32 und WIS gedeckt

Kostenschätzung:

- keine Investitionskosten für die Stadt Salzgitter
- Unterstützungsarbeit durch FD 32 und WIS gedeckt



Bsp.: Wegbeleuchtung (Neunkirchen)



Bsp.: Beleuchtete Unterführung



Bsp.: Smarte Abfallentsorgung

B5: Sicherheit und Sauberkeit im öffentlichen Raum erhöhen

Ziele:

Unzureichend beleuchtete Stadträume sowie schlecht einsehbare Straßen, Wege, Tunnel, Hinterhöfe oder Platzsituationen rufen bei Dunkelheit ein ungutes Gefühl bei Menschen hervor und können als Angsträume wahrgenommen werden. Sind diese Räume zusätzlich wenig belebt oder verunreinigt, verstärkt sich dieses Gefühl. Diese Angsträume gilt es zu identifizieren und auflösen, um die Aufenthaltsqualität und Sicherheit (v.a. in den Abend- und Nachtstunden) zu erhöhen.

Inhalt:

Als „gefühlter“ Angstraum in der Innenstadt von Salzgitter-Bad konnte im Rahmen der Analyse sowie aus Gesprächen mit der Bevölkerung allen voran der Bahnhofstunnel identifiziert werden, der die Innenstadt mit den nördlichen Stadtteilen verbindet. Dieser lässt sich durch eine veraltete Beleuchtung sowie eine geringe soziale Kontrolle charakterisieren. Zur Auflösung dieses „gefühlten“ Angstraumes sollte an diesem Ort das

Beleuchtungskonzept geprüft und modernisiert sowie die Sauberkeit erhöht werden.

In diesem Zuge könnte auch eine künstlerische Neugestaltung des Tunnels z. B. durch (Licht-) Kunst/Bemalung in Zusammenarbeit mit lokalen Aktiven der Kunstszene umgesetzt werden. Bei Maßnahmen im Bahnhofsbereich sind grundsätzlich die konzeptionellen Neuplanungen der Verkehrsplanung und der Deutschen Bahn zu berücksichtigen.

Neben dem Bahnhofstunnel wurde auch die Unterführung im Bereich Breslauer Straße als „gefühlter“ Angstraum genannt. Weiterhin sollten auch kleine Gässchen und Verbindungswege im Altstadtbereich zwecks Beleuchtung/Ausleuchtung geprüft werden.

Zur Erhöhung der Sauberkeit im öffentlichen Raum sollte in Kombination mit der Maßnahme B3 das Vorhandensein und die Anzahl von Mülleimern geprüft und ggf. angepasst werden. Im Bedarfsfall sind weitere Akteure zu aktivieren (z.B. Deutsche Bahn, Verkehrsbetriebe).

Projektschritte:

- Identifikation von Angsträumen, Maßnahmen zur Erhöhung der Sicherheit (Einbeziehung Bevölkerung)
- Erarbeitung und Umsetzung von Beleuchtungskonzepten für die identifizierten Angsträume (in Absprache mit Eigentümer*innen, z. B. Deutsche Bahn)
- Zusammenarbeit mit der lokalen Kunstszene

Zeithorizont:

- kurzfristig
- mittelfristig**
- langfristig

Akteur*innen/Verantwortliche:

- Salzgitter (u.a. FD 61, 66, EB 70/SRB)
- Grundstücks-/Gebäudeeigentümer*innen
- lokale Kunstszene

Planungshorizont:

- kurzfristig: Identifizierung von Angsträumen
- mittelfristig: Erarbeitung von Maßnahmen zur Erhöhung der Sicherheit

Mögliche Projektfinanzierung:

- Kommunaler Haushalt
- Grundstücks-/Gebäudeeigentümer*innen

Kostenschätzung:

- Reinigungskosten durch SRB grundsätzlich abgedeckt
- ggf. Anschaffungskosten weiterer Mülleimer (ab 100 €)
- Kosten für Bahnhofstunnel in Abhängigkeit der Planung



Bsp.: Dezentale Werbung am Fachwerk (Alsfeld)



Bsp.: Blumenampeln (Haltern)



Bsp.: Leitfaden/Arbeitshilfe (Stade)

B6: Fassadenprogramm/Gestaltungssatzung als Richtlinie

Ziele:

Eine Gestaltungssatzung, die von einer Kommune als örtliche Bauvorschrift (ÖBV) gemäß § 84 Abs. 3 NBauO erlassen wird, gibt der Stadtplanung die Möglichkeit, die Gestaltung von Gebäuden und öffentlichen Räumen in einem bestimmten Gebiet zu regeln. In der Satzung können bestimmte Baustile oder Materialien vorgeschrieben, Anforderungen an die Fassaden- bzw. Oberflächen-gestaltung, die Dachform und -bedeckung oder an die Farbgebung von Gebäuden festgelegt werden. Ebenso können Vorschriften zur Gestaltung öffentlicher Räume wie Parks, Plätze oder Fußgängerzonen erlassen sowie die dortige Ausgestaltung von Werbeanlagen geregelt werden. Übergeordnetes Ziel ist es, das Erscheinungsbild eines Stadtteils, einer Straße, eines Platzes oder das Umfeld von Denkmälern zu erhalten oder zu verbessern. Darüber hinaus können Maßnahmen der Klimaanpassung festgesetzt werden, die bspw. die Nutzung, Gestaltung und Bepflanzung von Grundstücksfreiflächen, wie auch die Begrünung von baulichen Anlagen betreffen, um das Stadtklima positiv zu beeinflussen.

Inhalt:

In Salzgitter-Bad sollte die bestehende Gestaltungssatzung (Örtliche Bauvorschrift über Gestaltung der Stadt Salzgitter zur Erhaltung und Gestaltung des Stadtbildes der Altstadt Salzgitter-Bad von 1983) überprüft und hinsichtlich aktueller Rahmenbedingungen und der genannten Ziele aktualisiert und fortgeschrieben werden.

Die Erfahrung zeigt, dass die Beteiligung der „Betroffenen“, d.h. insb. Eigentümer*innen, Kaufmannschaft und Gastronomie, bei der Aufstellung der Gestaltungssatzung dabei hilft, die Akzeptanz und Umsetzung zu erhöhen. Die Innenstadt soll nicht durch zu hohe Auflagen „in Schönheit sterben“ oder zum Museum werden, gleichwohl sollen historische Baustrukturen und -elemente jedoch nicht von blinkender Leuchtreklame und einer Überzahl an Werbeanlagen verdeckt werden.

Zur Erleichterung der Umsetzung empfiehlt sich zudem die Erarbeitung eines Leitfadens oder einer Arbeitshilfe. Diese kann Bauträger*innen, Architekt*innen sowie Eigentümer*innen und Gewerbetreibenden aufzeigen, wie mit baulichen Änderungen Gestaltungssatzungskonform umzugehen ist. Als Anreiz für die Eigentümer*innen könnte ein Förderprogramm (bspw. von der WIS) aufgesetzt werden, das die Fassadensanierung bezuschusst.

Projektschritte:

- Bestehende Gestaltungssatzung überprüfen
- Gestaltungssatzung in Abstimmung mit relevanten Akteur*innen aktualisieren
- Kommunikation der Gestaltungssatzung
- Einhaltung der Festsetzungen kontrollieren & Verstöße ahnden

Zeithorizont:

- kurzfristig
- mittelfristig**
- langfristig**

Akteur*innen/Verantwortliche:

- Stadt Salzgitter (u.a. FD 61)
- Bauträger*innen, Architekt*innen, Eigentümer*innen, Gewerbetreibende

Planungshorizont:

- mittelfristig: Fortschreibung der Gestaltungssatzung
- langfristig: Umsetzung und Kontrolle

Mögliche Projektfinanzierung:

- Kommunalen Haushalt

Kostenschätzung:

- ggf. geringfügige Kosten für Beteiligungsformate oder Leitfadenerstellung (bei externer Vergabe rd. 10.000 €)



Bsp.: Gründungswettbewerb (Schwerte)



Bsp.: ALWIN=Aktives Leerstandsmanagement Wittlicher Innenstadt (Wittlich)



Bsp.: FACHmarkt (Stade)

C1: Multifunktionalen Branchenbesatz/Nutzungsmix stärken und diversifizieren

Ziele:

Der Trend der letzten Jahre (v. a. Zunahme Online-Handel, Abnahme der Einzelhandelsbetriebe in den Innenstädten) und die Folgen der Corona-Pandemie zeigen, dass sich attraktive Innenstädte zukünftig nur durch einen starken Angebotsmix aus Einzelhandel, Gastronomie, Freizeit, Kultur uvm. werden behaupten können. Gleichwohl sollte insbesondere der lokale Handel vor Ort gesichert und gestärkt werden.

Ziel ist es den Nutzungsmix durch die Schaffung neuer Angebote zu stärken und somit neue Besuchsreize für alle Bürger*innen und Besucher*innen zu schaffen. Gewerbliche Leerstände sollen zwischengenutzt/kaschiert und im besten Falle durch neue Nutzungen wiederbelebt werden.

Inhalt:

Der Branchenbesatz in der Innenstadt von SZ-Bad setzt sich zu einem wesentlichen Anteil aus inhabergeführten Betrieben zusammen. Durch ein aktives Innenstadtkonzept sollen die vorhandenen Angebote gesichert werden. Dies kann durch Beratungs- und Coachingangebote (vgl. C3 & D4) erfolgen.

Um das Einzelhandels- und Dienstleistungsangebot in SZ-Bad zu stärken und diversifizieren, sollten inhabergeführte Nischenangebote, durch die Förderung kleinerer Fachgeschäfte mit regionalen Produkten (z. B. "Salz"-Erzeugnisse) gestärkt werden. Auch lokale Handwerksbetriebe könnten in den Fokus gerückt werden.

Mit Blick auf die Attraktivierung des Gastronomieangebotes sollte die Diversität des Angebotes gefördert und die Etablierung von "höherwertigen" Restaurants, Bars, Studierendenkneipe, Café/Bäckerei mit Außenbestuhlung fokussiert werden. Als Anreiz für neue Gastronomieansiedlungen könnte das Mietzuschussprogramm der WIS, das bisher nur den inhabergeführten Einzelhandel berücksichtigt, für weitere Branchen (hier Gastronomie) geöffnet werden und durch ggf. höhere Fördersummen bestimmte Nutzungen gezielt unterstützen.

Um weitere Anreize zu schaffen ist zur Ansiedlungsförderung von Einzelhandel und Gastronomie auch die Durchführung eines Gründungswettbewerbes denkbar, bei dem interessierte Betriebe als Gewinn bspw. Mietzuschüsse (bzw. -erlasse) erhalten. Voraussetzung ist auch hier die Kooperationsbereitschaft der Eigentümer*innen.

Projektschritte:

- Bezugnahme zum Einzelhandelskonzept, ggf. Fortschreibung inkl. Bestandserfassung im Rahmen einer gesamtstädtischen Post-Corona-Analyse
- Identifizierung von Angebotslücken, Direktsprache von möglichen Betrieben und Investierenden
- Ansiedlungs- und Gründungswettbewerb durchführen, Coaching- und Beratungsangebote anbieten

Zeithorizont:

- kurzfristig
- mittelfristig**
- langfristig

Akteur*innen/Verantwortliche:

- WIS
- Gewerbetreibende/Werbegemeinschaft SZ-Bad e. V.
- Immobilieneigentümer*innen
- Coachings z. B. via IHK/Handelsverband

Planungshorizont:

- fortlaufende Ansiedlungsbestrebungen
- fortlaufende Unterstützung ansässiger Betriebe

Mögliche Projektfinanzierung:

- Kommunaler Haushalt
- WIS: „Förderprogramm für den inhabergeführter Einzelhandel“ (Mietzuschussprogramm), „Förderprogramm für Existenzgründungen und Kleinbetriebe“

Kostenschätzung:

- Vernetzungsarbeit durch WIS gedeckt
- ggf. Marketingbudget für Aktionen



Bsp.: White Dinner (Braunschweig)



Bsp.: E-Sport-Event (Solingen)



Bsp.: Kunsthawerkermarkt (Goslar)

C2: Märkte, Veranstaltungen und Aktionen sichern, optimieren und ausbauen

Ziele:

Feste und "Kult"-Veranstaltungen haben eine wichtige frequenzbringende Funktion inne und beeinflussen die Bekanntheit und das Image einer Stadt. Im Innenstadtbereich von Salzgitter-Bad finden v. a. mit der Altstadt-Kirmes, dem Altstadtfest, dem Weinfest, dem Weihnachtsmarkt sowie Aktionstagen wie verkaufsoffenen Sonntagen, „Salzgitter putzt sich“ oder dem Wochenmarkt verschiedene etablierte Festivitäten, Veranstaltungen und Events statt.

Im Fokus der Bemühungen sollen zukünftig die Sicherung vorhandener Qualitäten und der Ausbau der Veranstaltungsvielfalt und auch neuer (experimenteller/innovativer) Formate in der Innenstadt liegen. Mit einem Mix aus kleineren und größeren Attraktionen/Veranstaltungen kann es gelingen auch neue Interessens- und besuchsgruppen anzusprechen. Insbesondere bei den größeren Veranstaltungen ist es von hoher Relevanz generations- und kulturübergreifende Angebote zu fördern und die Innenstadt als Treffpunkt aller Generationen zu verstehen.

Inhalt:

Wichtige Grundlage für die Optimierung des Veranstaltungsangebotes ist eine kritische Prüfung der derzeitigen Formate und Events - auch mit Blick auf das Leitbild der Stadt und die Wünsche von Bürger*innen und Besucher*innen. Hieraus können Anpassungsbedarfe und sinnvolle Ergänzungsmöglichkeiten abgeleitet werden.

Ergänzend zu den größeren Veranstaltungen könnten etwa in regelmäßigen Abständen kleinere Formate integriert werden, die teils weniger Vorbereitung benötigen (z.B. Flohmärkte) – auch in Verbindung mit dem bereits etablierten Wochenmarkt.

Mögliche neue Formate könnten auch ein White Dinner (auf dem Klesmer- oder Marktplatz), Kunsthawerkermarkt, Poetry-Slam (insb. für jüngeres Publikum), Open-Air-Kino, Live-Musik oder eine eGaming-Meisterschaft darstellen. Bei allen bestehenden & neuen Veranstaltungen ist ein intensives Marketing auf diversen Kanälen, eine enge Zusammenarbeit aller wichtigen Akteure sowie eine gemeinsame, einheitliche Kommunikation nach außen notwendig.

Projektschritte:

- Prüfung/Reflexion bestehender Veranstaltungen & Events, Etablierung neuer Formate (Recherche neuer Trends und nachgefragter Formate) → Sichtung und Ausbau des Angebotes
- Kontaktaufnahme zu Künstler*innen, Kulturvereinen und -einrichtungen → Abfrage von Handlungs- und Kooperationsmöglichkeiten

Zeithorizont:

- kurzfristig
- mittelfristig**
- langfristig

Akteur*innen/Verantwortliche:

- WIS
- Stadt Salzgitter (u. a. FD 41)
- Vereine, Kulturschaffende
- Kooperationspartner*innen und Sponsor*innen

Planungshorizont:

- mittelfristig: Bedarfsanalyse, Aktivierung der Akteur*innen
- frühzeitige Einbindung und Beteiligung relevanter Akteursgruppen

Mögliche Projektfinanzierung:

- Kommunalen Haushalt
- Projektpartner*innen, Sponsoring
- Förderprogramme: z. B. ZIZ (zeitnah auslaufend), Landeskulturförderung Nds.

Kostenschätzung:

- Finanzierung durch WIS (Weiterreichung an die Werbegemeinschaft) gedeckt (in Abhängigkeit der aktuellen Kapazität)
- Eventskosten in Abhängigkeit der Maßnahme: z. B. Anmietung mobile Bühne (ohne Technik) rd. 1.000 €/Tag



Bsp.: Innenstadtkampagne (Görlitz)



Bsp.: Aktion „Südstadtgesichter“ (Bonn)



Bsp.: Digitale Zahlungsmöglichkeiten

C3: Kundschaftsbindung erhöhen durch Service, Beratung und Erlebnis

Ziele:

Zur Positionierung gegenüber dem Online-Handel ist es für die Innenstadt von Salzgitter-Bad wichtig die Gesamtheit und Vielfalt der Angebote zielgruppengerecht zu kommunizieren und zeitgemäße Serviceangebote zu etablieren, um die Kundschaftsbindung zu erhöhen und den Standort Innenstadt als Ganzes zu stärken.

Inhalt:

Durch kleine Motto-Kampagnen und Aktionen, die die bisherigen Aktivitäten Oster-Aktion (WIS), Adventskalenderaktion (WG Bad), Nikolaus-Aktion (WG Bad) ergänzen, sollen gezielt die stationären (inhabergeführten) Betriebe in den Fokus gerückt werden („Gesichter und Besonderheiten hinter den Betrieben“, „Innenstadt-Botschafter“ o. Ä.). Dies könnte sowohl digital (Newsletter/Social-Media-Kampagne) als auch als Print-Variante (Schaufensterbeklebung, Poster-Aktion) durchgeführt werden. Bisher in Planung sind die Aktionen „Rätsel-Aktion (WEVG und WIS) sowie ein „Weihnachtsbaumwettbewerb“ (WIS).

Um die Serviceangebote in der Innenstadt weiter auszubauen, sollten in erster Linie einheitliche(re) (Kern-)Öffnungszeiten angestrebt werden, um der Kundschaft das

Aufsuchen mehrerer Betriebe während eines Besuchs zu ermöglichen und Mehrfachanfahrten zu vermeiden.

Darüber hinaus gehören mittlerweile neben der Bargeldbezahlung auch digitale Zahlungsmöglichkeiten (per Karte, Mobiltelefon, Smart Watch etc.) zum Standard (insbesondere bei jüngeren Zielgruppen). In der Innenstadt von SZ-Bad sollen Betriebe diesbezüglich sensibilisiert werden, die bisher lediglich Bargeldzahlung akzeptieren.

Das bestehende Gutscheinsystem (StadtGUTSCHEIN) ist in Salzgitter-Bad bereits mit ca. 80 Betrieben verknüpft. Der Ausbau des Systems durch weitere Akzeptanzstellen, einer Digitalisierung des Gutscheins sowie die mediale Bewerbung sollten forciert werden. Auch weitere Service-/Erlebnisangebote wie „Click & Collect“ (online bestellen & im Geschäft abholen), Lieferdienste oder die Stärkung regionaler/nachhaltiger Produkte sollten diskutiert werden.

Letztendlich wird es darauf ankommen, die Innenstadt und ihre Angebote stärker und vor allem gebündelt über verschiedene Vertriebskanäle zu kommunizieren. Auch Maßnahmen zur Kundschaftsbindung wie Newsletter, „Give-aways“, Foto-Points oder Grußkarten sollten hier mitgedacht werden.

Projektschritte:

- Reflexion Gutscheinsysteme: nicht funktionierende Formate aufgeben → Fokus auf ein starkes Angebot
- Planung und Durchführung von Kampagnen/Aktionen zur Vermarktung der Betriebe (digital & analog)
- Ausbau Service und Erlebnis, ggf. Coaching und Seminare

Zeithorizont:

- kurzfristig
- mittelfristig
- langfristig

Akteur*innen/Verantwortliche:

- Gewerbetreibende/Werbegemeinschaft SZ-Bad e.V.
- WIS
- Coachings z. B. via IHK/Handelsverband

Planungshorizont:

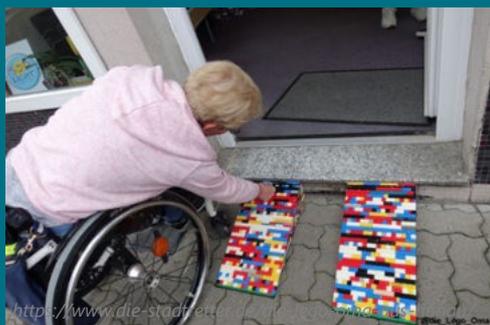
- kurzfristig: Unterstützungsangebote durch Coaching und Beratung, Planung von Marketing-Kampagnen
- mittelfristig: Aktionen vor Ort (digital & analog)

Mögliche Projektfinanzierung:

- Gewerbetreibende/Werbegemeinschaft
- Förderprogramme: z. B. „Digitalbonus.Niedersachsen-innovativ“

Kostenschätzung:

- Unterstützungsarbeit durch WIS gedeckt
- ggf. Marketingbudget für Aktionen
- ggf. (geringfügige) Kosten für (externe) Coachings



Bsp.: Rampen aus Lego (Hanau)



Bsp.: Barrierefreiheits-Check (Michelstadt)



Bsp.: Modernes Wegeleitsystem (Neustadt)

D1: Verbesserung der Barrierefreiheit & Aufwertung der Wegeleitführung und Eingangsbereiche zur Innenstadt

Ziele:

Zur Attraktivierung der Innenstadt für alle Bevölkerungs- und Nutzungsgruppen gehört auch die Gewährleistung einer barrierefreien Mobilität und Erreichbarkeit, insbesondere für mobilitätseingeschränkte Personen, Menschen mit Behinderung, Eltern mit Kinderwagen u.v.m.

Neben der Barrierefreiheit ist auch die Orientierung zur und innerhalb der Innenstadt zu gewährleisten. Auch die Eingangsbereiche der Innenstadt sollten erkennbar und ansprechend gestaltet sein, um die Besucher*innen willkommen zu heißen – der erste Eindruck zählt!

Inhalt:

Ein wichtiger Bestandteil zur Optimierung der Barrierefreiheit ist der Rückbau/die Beseitigung baulicher Barrieren im öffentlichen und privaten Raum. Die Schaffung abgesenkter Zugänge und Bordsteine (Null-Absenkung), schaden-, stolper- und rutschfreier Oberflächen sowie barrierefreier Zugänge zu Gebäuden, Geschäften und Verkehrsmitteln etc. gehören hier zu den zentralen Ziel-Maßnahmen. Kreative

Lösungen, wie Rampen aus Lego zu Ladeneingängen können ebenfalls zum Einsatz kommen. Eine Bestandsaufnahme sollte im Rahmen eines Barrierefreiheits-Checks mit den Senior*innen- und Behindertenbeauftragten, interessierten Bürger*innen sowie der Verwaltung durchgeführt werden.

Durch den vermehrten Einsatz von taktilen oder akustischen Elementen kann die Orientierung und Wegeführung für seh- und höreingeschränkte Personen erleichtert und sicherer gestaltet werden. Das vorhandene Blindenleitsystem sollte überprüft und ggf. erneuert werden. Wichtig ist auch die Vorhaltung öffentlicher, barrierefreier Toiletten sowie das Vorhandensein von ausreichend Sitzgelegenheiten. Insbesondere für mobilitätseingeschränkte Personen ist es wichtig in regelmäßigen Abständen Rastmöglichkeiten zur Erholung zu haben.

In Bezug auf das Wegeleitsystem in die Innenstadt und innerhalb dieser sollte das vorhandene Leitsystem (Beschilderung inkl. Infotafeln) gepflegt, aktualisiert und ergänzt werden. Digitale Infotafeln könnten zusätzliche Informationen für Bewohner*innen und Gäste bereithalten.

Projektschritte:

- Bestandsaufnahme der Barrierefreiheit durch Begehungen vor Ort, Behebung von baulichen Barrieren & Ausbau taktiler und akustischer Elemente und Sitzgelegenheiten
- Pflege, Aktualisierung und ggf. Modernisierung des Leit- und Beschilderungssystems inkl. gestalterischer Wegeführung, Aufwertung der Innenstadteingänge

Zeithorizont:

- kurzfristig
- mittelfristig
- langfristig

Akteur*innen/Verantwortliche:

- Stadt Salzgitter (u. a. FD 50, 61, EB 70/SRB)
- WIS
- Senior*innen- und Behindertenbeirat

Planungshorizont:

- kurzfristig: Begehung und Bestandsaufnahme
- mittelfristig: Behebung von baulichen Defiziten, laufende Pflege und Überprüfung sowie Ausbau der Elemente

Mögliche Projektfinanzierung:

- Kommunalen Haushalt
- Investor*in
- Sponsoring (z. B. für neue Sitzbänke)

Kostenschätzung:

- Kosten kleinteiliger Maßnahmen je nach finaler Planung
- Neues Leit- und Beschilderungssystem mind. 40.000 €



Bsp.: E-Ladesäule (Hausham)



Bsp.: Carsharing-Station (Bremen)



Bsp.: Fahrradparkhaus am Bahnhof (Hildesheim)

D2: Mobilitätshub am Bahnhof ausbauen

Ziele:

Ziel ist der Ausbau eines vollwertigen Mobilitätshubs im Bahnhofsbereich in SZ-Bad zur Verknüpfung von PKW, ÖPNV und Fahrrad sowie die Förderung intermodaler Mobilität im Umweltverbund durch umstandsreiches und sicheres Wechseln zwischen unterschiedlichen Verkehrsmitteln.

Inhalt:

Zur Förderung intermodaler Fortbewegung, insbesondere im Umweltverbund, spielt die Innenstadt von Salzgitter-Bad als zentraler Bündelungsort der Mobilitätsformen (PKW, Bus, Zug, Fahrrad, zu Fuß etc.) eine bedeutende Rolle. Die räumliche Nähe des Bahnhofes, Busbahnhofes (inkl. On-Demand-Angebot „flexo“) und Parkplätzen untereinander sowie zur Innenstadt ist bereits eine sehr gute Grundvoraussetzung. Allerdings sollen die Möglichkeiten zur einfachen Verknüpfung der unterschiedlichen Mobilitätsformen zukünftig verbessert werden. Dabei geht es um weit mehr als um die ausreichende Verfügbarkeit von PKW-Stellplätzen am Bahnhof. Der Knotenpunkt an der Innenstadt ist so zu entwickeln, dass sich der Wechsel zwischen den verschiedenen Verkehrsmitteln als möglichst umstandsfrei erweist.

Am Bahnhof sind hierfür sichere, witterungsgeschützte und abschließbare Fahrradabstellanlagen (z. B. Fahrradboxen) zu errichten, bestehende Anlagen sollten modernisiert werden. Da über das Förderprogramm „ZIZ“ bereits neue Fahrradabstellanlagen und Servicestationen für das Jahr 2025 geplant sind, sollte der Bahnhof an dieser Stelle berücksichtigt werden. Zudem sollte die Möglichkeit zum Laden von Pedelecs und sicherer Gepäckaufbewahrung angeboten werden.

Auch das Angebot an PKW-E-Ladestationen sollte am Bahnhof im Bereich der Parkplätze ausgebaut werden. Kombiniert werden könnten diese mit Carsharing-Angeboten sowie Sharing-Angeboten der Mikromobilität (Lastenrädern, E-Roller).

Die Einrichtung eines vollwertigen Mobilitätshubs schafft zudem geeignete Flächen im Innenstadtbereich, um in Zukunft flexibel auf neue Mobilitätsformen (z. B. autonomer Busverkehr) reagieren und diese schnell und verträglich implementieren zu können. Bei den künftigen Planungen sind die Neukonzeptionierung der Verkehrsplanung, des Regionalverbandes und der Deutschen Bahn zu berücksichtigen.

Projektschritte:

- zukunftsorientierte Bedarfsanalyse durchführen
- Umsetzung sichtbarer Maßnahmen, z. B. Überdachung Abstellanlagen und Schaffung neuer Anlagen
- Einbettung des Mobilitätshubs in übergeordnete Verkehrskonzepte (z. B. Radverkehrskonzept)

Zeithorizont:

- kurzfristig
- mittelfristig**
- langfristig

Akteur*innen/Verantwortliche:

- Stadt Salzgitter (u. a. FD 61, 66)
- Deutsche Bahn, KVG
- Regionalverband

Planungshorizont:

- kurzfristig: Überdachung bestehender Anlagen
- mittelfristig: Aufstellung Fahrradboxen, Planung Mobilitätsstation

Mögliche Projektfinanzierung:

- Kommunalen Haushalt
- Förderprogramme: z. B. „Sonderprogramm Stadt & Land“, „Innovative Projekte zur Verbesserung des Radverkehrs in Deutschland“

Kostenschätzung:

- Aufstellung Fahrradboxen (je rd. 600-1.000 €)
- Fahrradparkhaus (bis zu 1 Mio. € je nach Ausgestaltung)



Bsp.: Fahrradautobahn (Göttingen)



Bsp.: Fahrrad-Servicestation (Frastanz)



Bsp.: Fahrradabstellanlage (Schlangen)

D3: Optimierung der Radverkehrsinfrastruktur

Ziele:

Ein wichtiges Ziel für die Stadt Salzgitter ist die Optimierung der Radverkehrsinfrastruktur und die damit einhergehende Verbesserung der Verkehrssicherheit für Radfahrende (Bürger*innen und Tourist*innen) durch Beseitigung von Gefahrenstellen (insbesondere mit dem MIV und Fußverkehr). Hierdurch soll die Attraktivität des Radverkehrs als emissionsfreies und gesundheitsförderndes Verkehrsmittel gesteigert werden.

Inhalt:

Für eine umfangreiche und zielgerichtete Radverkehrsplanung sollte zunächst eine Fortschreibung des gesamtstädtischen Radverkehrskonzeptes aus dem Jahr 2014 erfolgen, in dem auch konkrete Verbesserungsmaßnahmen zur Erreichbarkeit der beiden großen Zentren in Bad und Lebenstedt festgeschrieben werden sollten.

Die Radverkehrsinfrastruktur sollte in diesem Zuge durch eine Bestandsaufnahme analysiert und im Weiteren durch notwendige Sanierungsarbeiten verbessert sowie durch neue Maßnahmen ausgebaut werden. Hierzu gehören u. a. die Installation sicherheitsrelevanter Merkmale wie Fahrbahnmarkierungen oder Fahrradampeln, der fortlaufende Ausbau neuer Radrouten sowie die Instandhaltung und der Ausbau der Radwegeschilderung.

Im Fokus sollte primär die bessere Anbindung der Innenstadt von SZ-Bad an das übrige Stadtgebiet stehen. Bereits angedacht ist die Verlängerung des Radschnellweges von SZ-Lebenstedt nach SZ-Bad. Als sicher gilt darüber hinaus der Ausbau des Radschnellweges auf der Strecke Wolfenbüttel – Braunschweig – SZ-Lebenstedt, wodurch der zukünftige Ausbau der Verbindung SZ-Lebenstedt und SZ-Bad nochmals an Bedeutung gewinnt.

Neben dem Ausbau des Radwegenetzes ist auch die Optimierung der weiteren Radverkehrsinfrastruktur zu berücksichtigen. Hierzu sind sichere Radabstellanlagen, Fahrradreparaturstationen, E-Ladestationen sowie Bänke oder auch Rastplätze zum Verweilen zu zählen. Die Bedarfe an ein stationsgebundenes Bikesharing-System sollten geprüft werden. Über das Förderprogramm „ZIZ“ sind bereits neue Fahrradabstellanlagen und Servicestationen für das Jahr 2025 geplant. Gleichwohl sollte im Bedarfsfall im Areal des Bahnhofs/ Busbahnhofs (Südseite) auch die Errichtung einer Fahrradstation/ eines Fahrradparkhauses diskutiert werden (siehe Maßnahme D2).

Die Einrichtung von (Rad-)Raststationen würde sich z. B. am Rosengarten, an der Grünfläche Wall/Kirchplatz oder an der Grünfläche Kaiserstraße/Schützenplatz entlang des Radschnellweges Route 31 Südwest anbieten und könnte touristische Synergieeffekte fördern.

Projektschritte:

- Initiierung der Fortschreibung des Radverkehrskonzeptes aus 2014
- Identifizierung und Beseitigung akuter Gefahrenstellen
- Umsetzung sichtbarer Maßnahmen: Ausbau Abstellanlagen, Einrichtung (Rad-)Raststation etc.

Zeithorizont:

- kurzfristig
- mittelfristig
- langfristig

Akteur*innen/Verantwortliche:

- Stadt Salzgitter (u. a. FD 61, 66)
- öff. & private Institutionen (Polizei, Schulen, ADFC)

Planungshorizont:

- kurzfristig: Initiierung Konzeptfortschreibung, Beseitigung akuter Gefahrenstellen
- mittel- bis langfristig: Konzeptfortschreibung, Umsetzung einzelner Maßnahmen

Mögliche Projektfinanzierung:

- Kommunalen Haushalt
- Förderprogramme: z.B. „Sonderprogramm Stadt & Land“, „Innovative Projekte zur Verbesserung des Radverkehrs in Deutschland“

Kostenschätzung:

- Fortschreibung Radverkehrskonzept rd. 50.000 €
- Gesamtkosten abhängig von finaler Ausgestaltung



Bsp.: Digitale Infostele (Kiel)



Bsp.: Lückenlose Sichtbarkeit der Betriebe (online & offline)



Bsp. Social-Media-Werbung

D4: Ausbau der (digitalen) Präsenz der Betriebe und Angebote, Stärkung freier WLAN-Hotspots in der Innenstadt

Ziele:

Die Auffindbarkeit der Innenstadt und ihrer Betriebe und Angebote ist heutzutage besonders wichtig, da sich viele Kund*innen und Besucher*innen bereits vor ihrem Besuch informieren. Auch ist es wichtig die Gesamtheit und Vielfalt der Angebote zu kommunizieren, um den Standort Innenstadt als Ganzes zu stärken. Um dies zu kommunizieren und zu bewerben sowie die Kundschaftsbindung unter Berücksichtigung aller Zielgruppen/Generationen an die Innenstadt zu erhöhen, sollte die Sichtbarkeit online als auch offline ausgebaut werden.

Inhalt:

Die Online- & Offline-Präsenz der Betriebe (insb. der inhabergeführten) kann durch gezielte Unterstützungs- und Coaching-Angebote (Seminare oder auch einzelbetriebliche Beratungen, z. B. Store-Checks) zu den Themen digitale Präsenz/Social-Media, Service, (Schaufenster-)Gestaltung etc. verbessert werden. Zur Beratung dieser Themenschwerpunkte könnte bspw. das durch die WIS bereits etablierte und mehrmals im Jahr stattfindende Format „Unternehmer*innenfrühstück“ oder ein neu initiiertes Austausch-Format, z. B. „Runder Tisch Innenstadt“ genutzt werden.

Um den aktuellen Stand beim Thema digitale Sichtbarkeit der Betriebe zu ermitteln und Verbesserungsmöglichkeiten aufzuzeigen, bietet sich ein Online-Präsenz-Check für die Betriebe der Innenstadt an, der die digitale Wettbewerbsfähigkeit der Unternehmen ermittelt und mit den Bedürfnissen der Kundschaft vergleicht.

Durch digitale Anzeigen, wie z. B. Bildschirme in Schaufenstern von Leerständen oder im Zentrumsanker (siehe Maßnahme A1) oder digitalen Infostelen (sofern die Standortsuche in Bezug auf die technischen Voraussetzungen erfolgreich ist), kann das innerstädtische Angebot (Betriebe, Veranstaltungen etc.) sowie Verknüpfungen zu Angeboten in der Region für alle Zielgruppen transparent gemacht werden.

Als weiterer Service sollte der Ausbau freier WLAN-Hotspots in der Innenstadt weiter vorangetrieben werden, um die Aufenthaltsqualität und -dauer zu steigern. Die bereits installierten Solarbänke mit integriertem öffentlichen WLAN sowie der WLAN-Hotspot am Marktplatz sind bereits ein gelungener Ansatz. Die WLAN-Hotspots könnten entlang der Vorsalzer Straße und im Rosengarten weiter ausgebaut werden.

Projektschritte:

- Sensibilisierung zur Thematik, Zielgruppen (Betriebe) ansprechen → Beratung & Coaching anbieten
- Durchführung eines Online-Präsenz-Checks, Ableitung von Maßnahmen und Handlungsbedarfen
- Kampagnen/Aktionen zur Vermarktung der Betriebe und Angebote (digital & vor Ort)

Zeithorizont:

- kurzfristig
- mittelfristig
- langfristig

Akteur*innen/Verantwortliche:

- WIS
- Gewerbetreibende/Werbegemeinschaft SZ-Bad e. V.
- Coachings z. B. via IHK/Handelsverband

Planungshorizont:

- kurzfristig: Unterstützungsangebote durch Coaching und Beratung, Online-Präsenz-Check
- mittelfristig: Verbesserung der einzelbetrieblichen Sichtbarkeit

Mögliche Projektfinanzierung:

- Kommunalen Haushalt
- Gewerbetreibende
- Förderprogramme: z. B. „Digitalbonus.Niedersachsen-innovativ“, „Digitales Europa (2021–2027)“

Kostenschätzung:

- Online-Präsenz-Check rd. 5.000 € (je nach Betriebszahl)
- Digitalisierungscoachings rd. 2.000 €/Sitzung (bei externer Vergabe)
- weitere Maßnahmen abhängig von Ausgestaltung

6. Verstetigung

Das Innenstadtkonzept für Salzgitter-Bad wurde in der Steuerungsgruppe final abgestimmt. Der nächste Schritt wird die Vorstellung, Diskussion und Verabschiedung in der Politik sein. Wenn es der Stadt Salzgitter gelingt, sich (auch politisch) auf dieses Konzept festzulegen, bedeutet dies folglich Planungs- und Entwicklungssicherheit für (gewünschte) Entwicklungen im Innenstadtbereich von Salzgitter-Bad. Damit liegt der Umsetzungsfahrplan für die nächsten Monate und Jahre sowie eine Grundlage für das Monitoring und die Evaluierung vor. Der weitere Prozess ist durch ein konsequentes, zielorientiertes Umsetzungsmanagement, im Sinne einer Verstetigung, zu realisieren.

6.1 Information und Kommunikation

Auch im weiteren Entwicklungsprozess sollen Prozessfortschritte und Umsetzungserfolge kommuniziert sowie weitere Beteiligungsmöglichkeiten angekündigt werden. Dieses sollte weiterhin über die Webseite der Stadt Salzgitter erfolgen (<http://www.salzgitter-de/wirtschaft/regional/dachmarke-und-innenstadtkonzept/innenstadtkonzepte.php>). Die laufende Information der Bürger*innen erfolgt darüber hinaus durch Pressemitteilungen und die Nutzung der sozialen Medien.

6.2 Evaluierung und Monitoring

Wichtige Bausteine im Rahmen der Verstetigung des Entwicklungsprozesses sind das laufende Monitoring und die regelmäßige Evaluierung zur Zielerreichung und Prozessqualität, um auf dieser Grundlage ggf. notwendige Anpassungen bzw. Fortschreibungen des Innenstadtkonzeptes vornehmen zu können.

Das Monitoring erfolgt hauptverantwortlich durch die Wirtschaftsförderungsgesellschaft. Die Evaluierung erfolgt in der Steuerungsgruppe und kann ggf. durch einen externen Dienstleister begleitet werden. Um die Entwicklung auch künftig an den Bedarfen und Wünschen der Bürger*innen auszurichten, kann zudem eine erneute Befragung oder Abfrage über eine interaktive Ideenkarte durchgeführt werden, um auf dieser Grundlage die Ziele und Maßnahmen des Innenstadtkonzeptes auf Aktualität zu prüfen.