Salzgitter
KINDER FÖRDERN UND FAMILIEN UNTERSTÜTZEN

Innenstadtkonzept Salzgitter-Lebenstedt

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:
Jan Erik Bohling

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

Ansprechpartner:
Tomasz Lachmann
Benjamin Grudzinski

Hannover, 14. Februar 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-Lebenstedt 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-Lebenstedt gehört zu einem der geförderten Projekte.

Ziel ist es, die Innenstadt von Salzgitter-Lebenstedt 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-Lebenstedt, 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 Akteur*innen 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 verschiedenen Maßnahmen vor, die den vier Handlungsfeldern „A. Ort zum Miteinanderleben", „B. Umweltbewusstes Zentrum", „C. Zukunftsfähiger Wirtschaftsstandort" und „D. Vernetzte Innenstadt" zuzuordnen sind.

Mit dem Gesamtergebnis des Innenstadtkonzeptes liegt nun ein von der Öffentlichkeit und relevanten Akteur*innen legitimiertes Arbeits- und Strategiepapier vor, das einerseits die wegweisende Richtung für eine zukunftsgerechte Innenstadtentwicklung aufzeigt und andererseits konkrete Möglichkeiten aufzeigt, dieses Ziel 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 Innenstadtspaziergang ... 25
     - 3.3.2 Expertisegespräche ... 25
     - 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 ... 39
   - 4.3 Themenbereich Stadtgestaltung ... 45
   - 4.4 Themenbereich Erlebnis & Kommunikation ... 51
   - 4.5 Ableitung des Handlungsbedarfs ... 57
   - 4.6 Chancen für die Innenstadt von Salzgitter-Lebenstedt ... 58
5. Leitbild, Ziele und Handlungsansätze ... 61
   - 5.1 Anspruchs- und Zielgruppen ... 61
   - 5.2 Leitbild und Ziele ... 62
   - 5.3 Räumliches Leitbild ... 63
   - 5.4 Quartiersprofile ... 65
     - 5.4.1 Quartiersprofil „Bahnhof“ ... 66
     - 5.4.2 Quartiersprofil „Berliner Straße“ ... 68
     - 5.4.3 Quartiersprofil „Chemnitzer Straße“ ... 70

5.4.4 Quartiersprofil „Fischzug/In den Blumentriften“ 72
5.4.5 Quartiersprofil „BraWo Carree“ 74
5.4.6 Quartiersprofil „Albert-Schweitzer-Straße“ 76
5.5 Öffentliche Beteiligungsformate und -veranstaltungen im Zuge der Konzeptionsphase 78
5.5.1 Fachforum 78
5.5.2 Online-Kommentierung 78
5.6 Maßnahmenkatalog und -steckbriefe zur Stärkung der Innenstadt 80
6. Verstetigung 100
6.1 Information und Kommunikation 100
6.2 Evaluierung und Monitoring 100

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-Lebenstedt 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-Lebenstedt 28
Abb. 12: Impressionen des Stadtlabors in Salzgitter-Lebenstedt 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) 37
Abb. 16: Impressionen zu den Schwächen im Bereich Angebot (Auswahl) 38
Abb. 17: Übersicht der Mobilitätsangebote im Untersuchungsgebiet 41
Abb. 18: Stärken im Bereich Mobilität & Erreichbarkeit (Auswahl) 43
Abb. 19: Schwächen im Bereich Mobilität & Erreichbarkeit (Auswahl) 44
Abb. 20: Städtebauliche Einordnung der Innenstadt in die historische Siedlungsgenese 46
Abb. 21: Eingangsbereiche, Plätze und Grünstrukturen im Untersuchungsgebiet 48
Abb. 22: Stärken im Bereich Stadtgestaltung (Auswahl) 49
Abb. 23: Schwächen im Bereich Stadtgestaltung (Auswahl) 50
Abb. 24: Angebote im Bereich Erlebnis und Kommunikation im Untersuchungsgebiet 53
Abb. 25: Stärken im Bereich Erlebnis & Kommunikation (Auswahl) 55
Abb. 26: Schwächen im Bereich Erlebnis & Kommunikation (Auswahl) 56
Abb. 27: Übersicht der wesentlichen Handlungsbedarfe 57
Abb. 28: Übersicht der Anspruchs- und Zielgruppen der Innenstadt von SZ-Lebenstedt 61
Abb. 29: Leitbild + Ziele für die Innenstadt von Salzgitter-Lebenstedt 63
Abb. 30: Räumliches Leitbild der Innenstadt Salzgitter-Lebenstedt 64
Abb. 31: Quartiere im Innenstadtbereich 65
Abb. 32: Lage und Abgrenzung des Quartiers „Bahnhof“ 66
Abb. 33: Impressionen aus dem Quartier „Bahnhof“ (Auswahl) 67
Abb. 34: Lage und Abgrenzung des Quartiers „Berliner Straße“ 68
Abb. 35: Impressionen aus dem Quartier „Berliner Straße“ (Auswahl) 69
Abb. 36: Lage und Abgrenzung des Quartiers „Chemnitzer Straße“ 70
Abb. 37: Impressionen aus dem Quartier „Chemnitzer Straße“ (Auswahl) 71

Abb. 38: Lage und Abgrenzung des Quartiers „Fischzug/In den Blumentriften“ 72
Abb. 39: Impressionen aus dem Quartier „Fischzug/In den Blumentriften“ (Auswahl) 73
Abb. 40: Lage und Abgrenzung des Quartiers „BraWo Carree“ 74
Abb. 41: Impressionen aus dem Quartier „BraWo Carree“ (Auswahl) 75
Abb. 42: Lage und Abgrenzung des Quartiers „Albert-Schweitzer-Straße“ 76
Abb. 43: Impressionen aus dem Quartier „Albert-Schweitzer-Straße“ (Auswahl) 77
Abb. 44: Impressionen aus dem Fachforum 78
Abb. 45: Beispiel aus der Online-Bewertung und -Kommentierung 79

Tabellen

Tab. 1: Maßnahmenkatalog zur Stärkung der Innenstadt 81

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 Besuchsanlässe 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-Lebenstedt 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-Lebenstedt 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-Lebenstedt festgelegt werden.

1.2 Zielsetzung

Ziel ist es, die Innenstadt von Salzgitter-Lebenstedt 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) Besuchsanlässe 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.

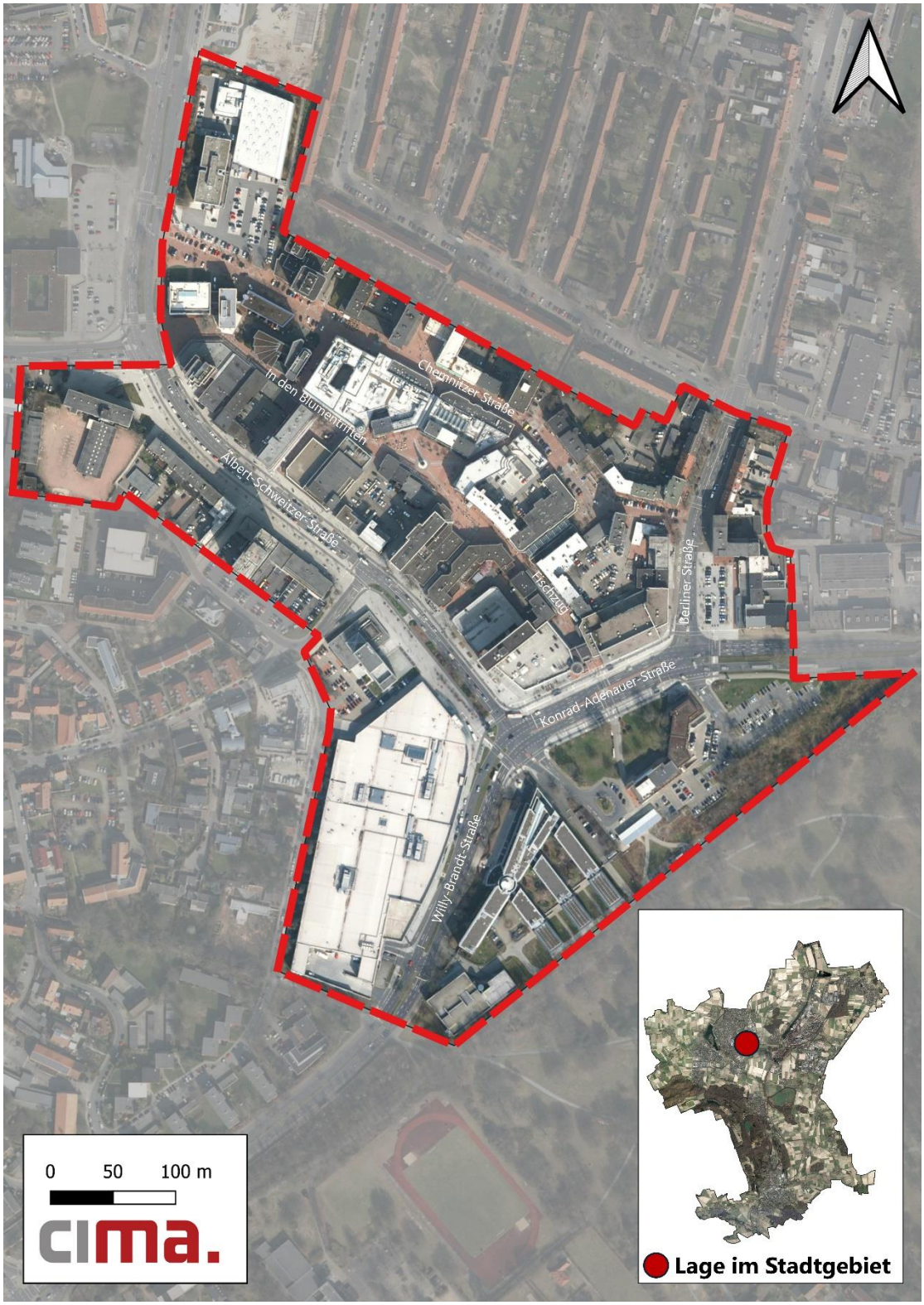
1.3 Vorgehensweise

Damit die Innenstadt von Salzgitter-Lebenstedt 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-Lebenstedt weist eine Größe von ca. 23,9 ha auf und umfasst einen Bereich, der im Süden durch die Bahnlinie und den Stadtpark, im Norden durch die

Marienbruchstraße und den Rathausbereich und im Westen durch die Straßen Posthof, Gothastraße und Heckenstraße 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 Innenstadtkonzeptes 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 Innenstadtkonzeptes im Zeitraum August 2023 – Oktober 2024. In Abb. 2 ist der zeitliche Prozessablauf zur Erstellung des Innenstadtkonzeptes übersichtlich dargestellt.

Abb. 2: Schematischer Prozessablauf

Quelle: cima, 2024

Kommunikation und Beteiligung

2. Kommunikation und Beteiligung

2.1 Steuerungsgruppe

Zu Beginn des Prozesses wurde eine interne Steuerungsgruppe gebildet, die im Verlauf des Erarbeitungsprozesses sechsmal zusammengekommen 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 miteinzubeziehen 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

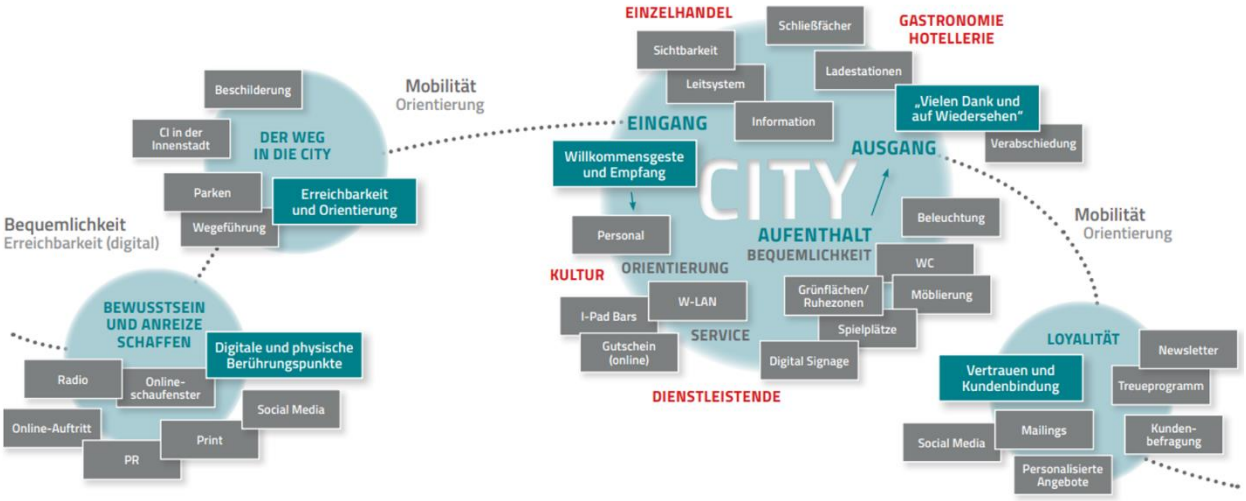
Der Ablauf und die (Kern-)Ergebnisse der einzelnen Partizipationsformate werden in den Kapiteln 3.3 sowie 5.5 beschrieben.

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 Innenstadtkonzeptes für Salzgitter-Lebenstedt setzt sich aus unterschiedlichen, aufeinander aufbauenden Leistungsbausteinen zusammen, für die das Modell der „Customer Journey" einen Orientierungsrahmen vorgibt.

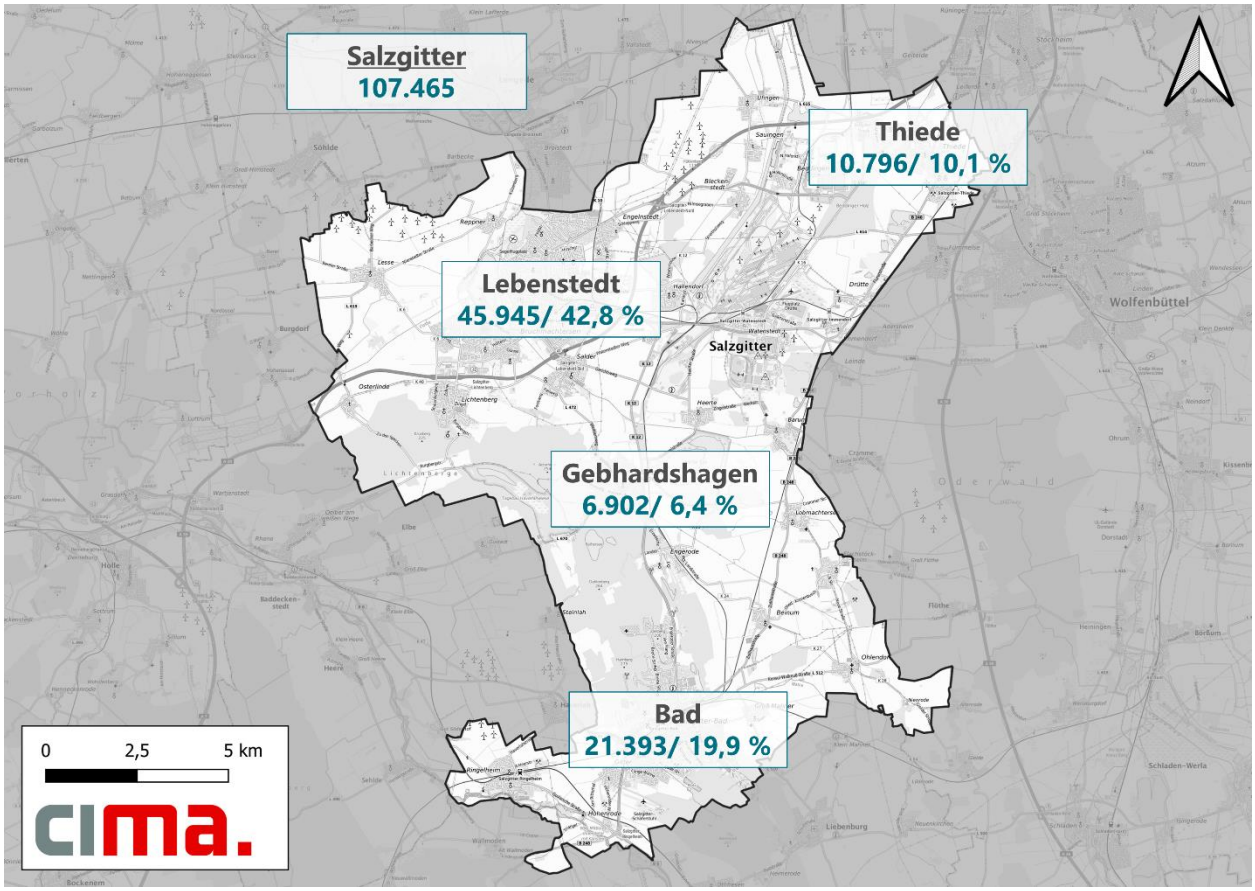
Entscheidend ist, dass die Erarbeitung des Innenstadtkonzeptes nicht im luftleeren Raum gestartet ist, sondern bereits vorhandene Konzepte und Gutachten berücksichtigt wurden. Neben der Erhebung aktueller Nutzungs- und Angebotsstrukturen in der Innenstadt von Salzgitter-Lebenstedt ergänzen auch qualitative 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-Lebenstedt, in dem das Untersuchungsgebiet des Innenstadtkonzeptes liegt, lebten zu dieser Zeit 45.945 Personen, was einem Anteil von rd. 42,8 % der Gesamtbevölkerung entspricht. Die übrige Bevölkerung verteilt sich mit 21.393 Personen in erster Linie auf den zweitgrößten Stadtteil Bad (rd. 19,9 % 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:

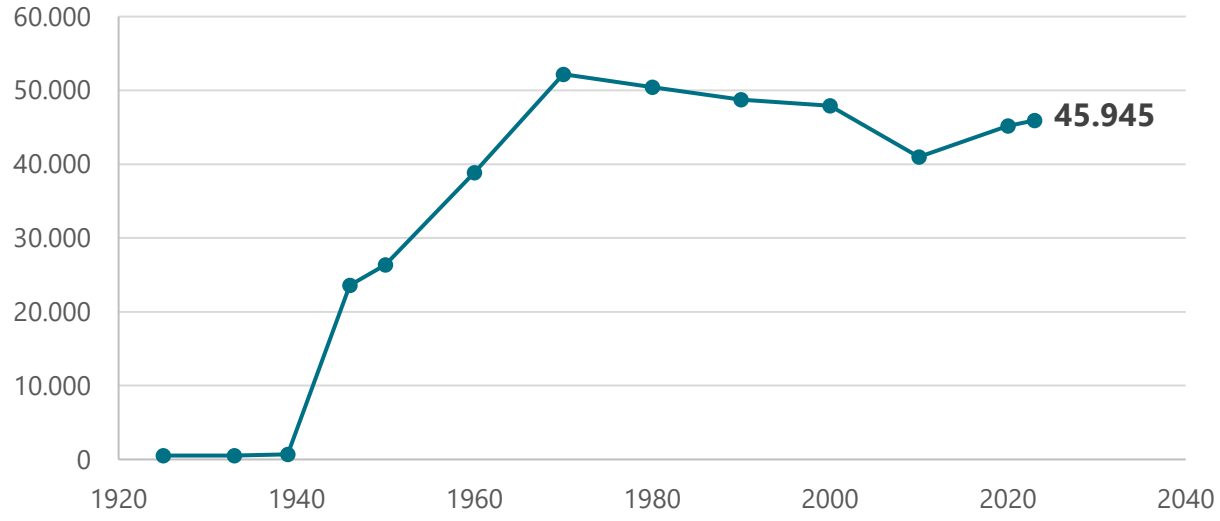
„Die Stadt Salzgitter wurde am 1. April 1942 gegründet. […] Salzgitter gehört neben Wolfsburg zu den bedeutendsten Großstadtgründungen des 20. Jahrhunderts in Deutschland. Die Stadtgeschichte ist durch die Rohstoffvorkommen in ihrem Gebiet - Salz und Erz - geprägt. Ihren Namen verdankt sie dem Salzvorkommen 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 Aufbaugebiet 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."[2]

Mit Blick auf den Stadtteil Salzgitter-Lebenstedt kann festgehalten werden, dass die Bevölkerung ab Ende der 1930er Jahre durch die o. g. industriellen und wirtschaftlichen Entwicklungen einen massiven Zuwachs erlebte. Insofern stieg die Bevölkerungszahl von gerade einmal 707 Personen im Jahr 1939 auf 23.574 Personen im Jahr 1946. 1970 umfasste die Bevölkerung in Lebenstedt gar 52.192 Menschen (Höchststand 1973 = 52.998 Personen). Nach leichten Bevölkerungsrückgängen in den darauffolgenden Jahrzehnten verzeichnete Salzgitter-Lebenstedt in den letzten 10 Jahren (Referenzjahr 2013: 42.859 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. 14,1 % im Jahr 2013 (6.025 Personen) auf rd. 33,6 % im Jahr 2023 (15.416 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-Lebenstedt



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 % prognostiziert[5]. 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 voraussagt[6].

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-Lebenstedt 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]

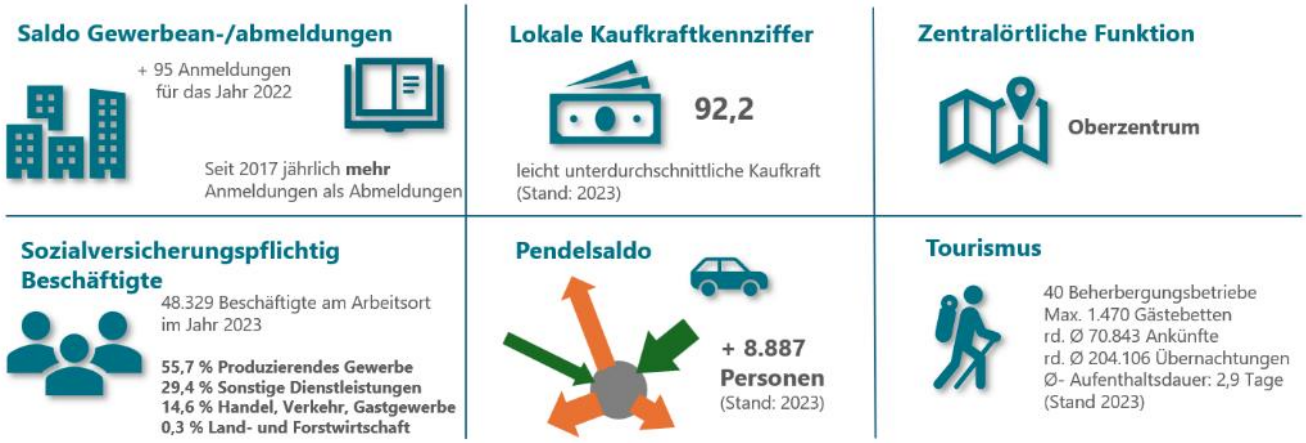
In der letzten Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes für die Stadt Salzgitter wurde dargelegt, dass die Kaufkraftabflüsse die Kaufkraftzuflüsse per Saldo übersteigen. Wichtiger Hinweisgeber hierfür ist die Zentralitätskennziffer, welche 2019 mit einem Wert von 85 % über alle Warengruppen hinweg ausgewiesen

[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 (LROP): 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 Mittelzentren (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] ebd.
[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-Lebenstedt 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] Landesamt für Statistik Niedersachsen, 2023

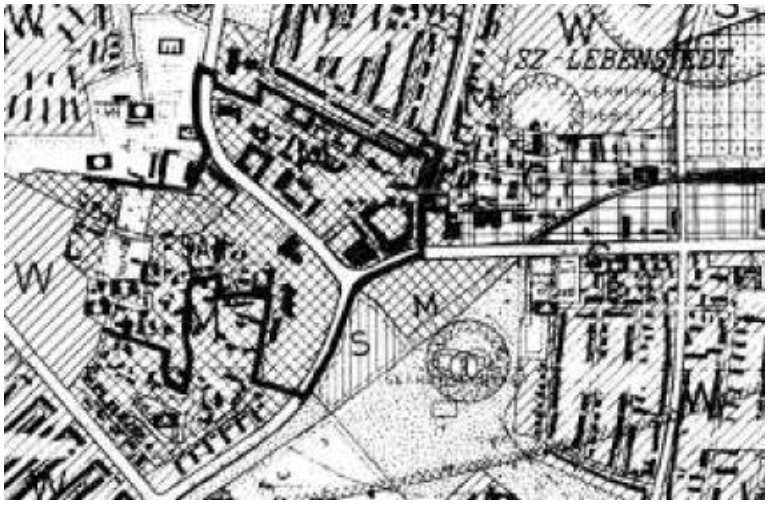
3.2 Planungsrechtliche Vorgaben und vorhandenes Material

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-Lebenstedt herangezogen.

3.2.1 Flächennutzungsplan

Der nachfolgenden Abb. 8 ist zu entnehmen, dass im Untersuchungsgebiet von Salzgitter-Lebenstedt nahezu ausschließlich gemischte Bauflächen ausgewiesen sind. Ein als Sonderbaufläche ausgewiesenes Areal findet sich südlich der Willy-Brandt-Straße, auf dem sich heute das Bundesamt für Strahlenschutz befindet. 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-Lebenstedt waren zum Zeitpunkt der Konzeptaufstellung v. a.:

- B-Plan Nr. 65 „Lebenstedt Alt, KVG/WEVG"
- B-Plan Nr. 110 „Stadtkern" (11. Änderung)
- B-Plan Nr. 133 „Bundesamt für Strahlenschutz" (inkl. 1. Änderung)
- B-Plan Nr. 134 „Bahnhofsvorplatz"
- B-Plan Nr. 159 „Altes Dorf"

Die Arten der baulichen Nutzungen in den Geltungsbereichen der o. g. B-Pläne beziehen sich überwiegend auf Kern- und Sondergebiete. 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-Lebenstedt, erarbeitet (u. a. Klimaschutzkonzept, Radverkehrskonzept, Einzelhandelsentwicklungskonzept). Diese dienten als wichtige Grundlage für die Erarbeitung des Innenstadtkonzeptes. Entsprechend wurden die bereits vorliegenden bzw. erarbeiteten strategischen Ziele und Entwicklungsansätze für die Innenstadt von Salzgitter-Lebenstedt geprüft, diskutiert und anlassbezogen in die vorliegende Konzeption mit einbezogen, v. a.:

- 2008–2015: Leitlinienprozess „Kinder- und Familienfreundliche Stadt Salzgitter"
- 2012: Integriertes Stadtentwicklungskonzept
- 2014: Klimaschutzkonzept
- 2014: Radverkehrskonzept
- 2015: Masterplan Mobilität
- 2017: Vergnügungsstättenkonzept
- 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 Donnerstag, den 17. August 2023 wurde eine Auftaktveranstaltung zur Beteiligung der Öffentlichkeit an der Erarbeitung des Innenstadtkonzeptes für Salzgitter-Lebenstedt 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 Kulturscheune 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.

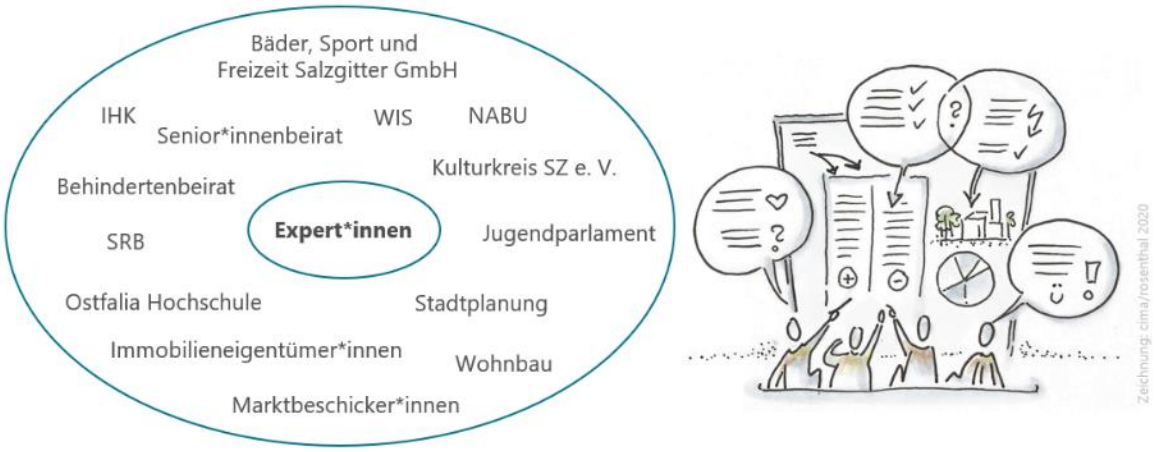
Anschließend folgte ein geführter Innenstadtspaziergang, der aufgrund der Anzahl der Teilnehmenden (rd. 35 Personen) in zwei Gruppen aufgeteilt wurde. Im Rahmen des Innenstadtrundgangs konnten Stärken, Schwächen, Verbesserungsbedarfe und erste Projektideen gesammelt sowie an Ort und Stelle diskutiert 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. 241 Personen haben an der Befragung teilgenommen. Ergänzend fand am 31. August 2023 eine Passantenbefragung in der Innenstadt von Salzgitter-Lebenstedt statt, bei der zusätzlich 23 Gespräche mit interessierten Bürgerinnen und Bürgern bzw. Besuchenden geführt wurden.

Insgesamt haben somit 264 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 Themen und Handlungsbedarfe. Nachfolgend werden die Kernergebnisse der Online- und Passantenbefragung zusammengefasst:

Abb. 10: Infoplakat zur Online-Befragung

Quelle: Wirtschafts- und Innovationsförderung Salzgitter GmbH, 2023

Persönliches Einkaufsverhalten

- Rund die Hälfte der Befragten besucht fast täglich bzw. mind. 1x wöchentlich die Innenstadt von Salzgitter-Lebenstedt.
- Die meisten Teilnehmenden besuchen die Innenstadt heute genauso oft wie in Zeiten vor der Corona-Pandemie; 25 % tun dies heute jedoch seltener als früher.
- 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-Lebenstedt zu erreichen.
- Deutliche Verbesserungsbedarfe werden hinsichtlich der Geh- und Radwegeinfrastruktur (v. a. Zustand der Geh- und Radwege) sowie für den ÖPNV (v. a. Taktung, Erreichbarkeit aus den umliegenden Stadtteilen) geäußert.

Einschätzungen zur Innenstadt

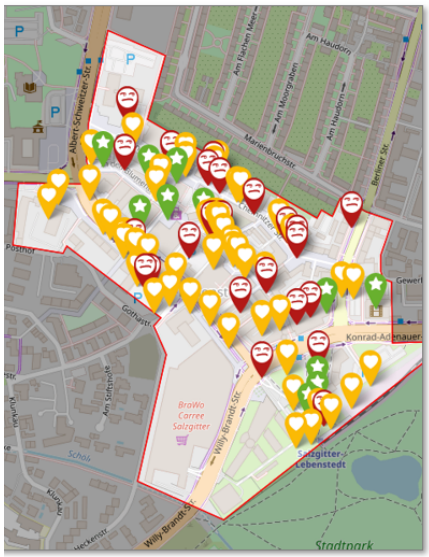
- Zentrale **Stärken** der Innenstadt von Salzgitter-Lebenstedt sind laut der Teilnehmenden die kurzen Wege und die grundsätzliche Erreichbarkeit. Viele Teilnehmende gaben allerdings auch an, dass sie keine zentrale Stärke wahrnehmen (Stärke = „nichts").

- Wesentliche **Schwächen** der Innenstadt von Salzgitter-Lebenstedt betreffen die Leerstandssituation in der Fußgängerzone, die Qualität und die Vielfalt des Geschäfts-/Einzelhandelsbesatzes sowie Angebotslücken im Bereich Gastronomie. Auch das Thema Migration und Kulturenvielfalt wurde mehrfach genannt.
- Die **Vermarktung** und das **Image** der Innenstadt von Salzgitter-Lebenstedt wird von den Teilnehmenden als deutlich verbesserungswürdig eingestuft. Grundsätzliche Probleme gibt es bei den Themen „Zusammenhalt der Gesellschaft" und „Wahrnehmung/Identität mit der eigenen (Innen-)Stadt". Rd. 76 % der Teilnehmenden bewerten das Image der Innenstadt von Salzgitter-Lebenstedt als eher bzw. sehr negativ.

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 88 Beiträge, 94 Kommentare und 1.231 Bewertungen erzielen. Die meisten Beiträge wurden den Themen Angebots- & Nutzungsvielfalt, Mobilität & Erreichbarkeit, Sauberkeit & Aufenthaltsqualität zugeordnet.

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



Parkplatz falsch platziert — 28

„Der REWE-Parkplatz ist stadtplanerisch eine Katastrophe → Zu viele Autos in der Innenstadt und an den Fußgängerverkehr hat der Architekt/Investor anscheinend auch nicht gedacht."

Leerstand und Geschäfte — 27

„Leerstand subventionieren und kleine Geschäfte so unterstützen, um die Innenstadt zu beleben. Keine Ketten oder den 1.000 Dönermann, sondern besondere Ideen, die die Stadt besonders machen."

Aufwertung und Anbindung des Stadtparkes — 22

„Aufwertung (Basketball, Fußball, Freizeitanlagen, Spielplätze usw.) und Anbindung des Stadtparkes an die Innenstadt von Salzgitter. Ähnlich wie am SZ-See (Café de Lago) ein Café im Stadtpark bauen."

Salzgitter von oben - Rooftop Beach/Cocktail-Bar — 20

„Über dem Restaurant Europa wäre der ideale Platz für eine Bar. Gerade im Sommer könnte man hier, ähnlich wie in anderen Städten, sein Kaltgetränk zu sich nehmen."

Taubenschlag — 20

„Ein betreuter Taubenschlag im Park, wo die Vögel zentral gefüttert werden und Brüten. Dann die Eier durch Gipseier tauschen, um den Bestand schonend zu minimieren."

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-Lebenstedt 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 Zielgruppe der Interviewpartner*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 30.09.2023 im Bereich des Stadtmonuments in Salzgitter-Lebenstedt ein Stadtlabor als „Zukunftswerkstatt vor Ort" ausgerichtet. In diesem Zuge wurden verschiedene Beteiligungsstationen 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-Lebenstedt

Quelle: cima und GfaZ, 2024

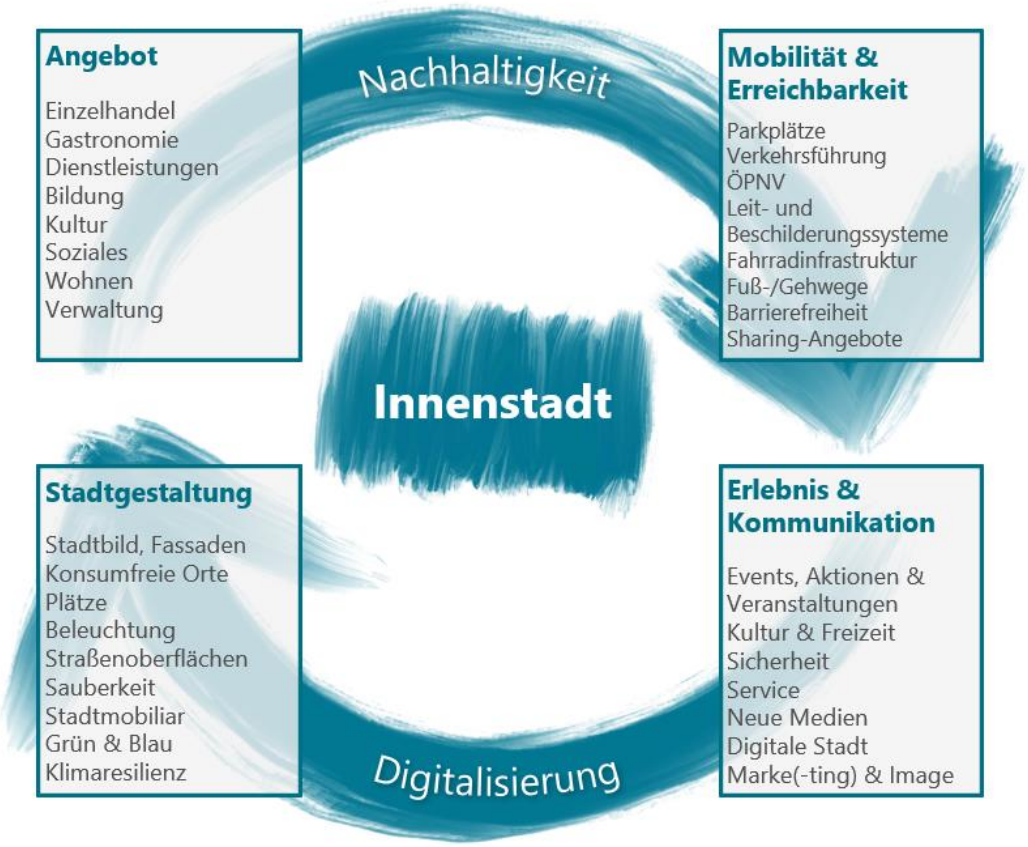
3.4 Standort-Check

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 ermöglichte 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 CityLebenstedt e. V. sowie weitere Internetrecherchen ergänzten den externen Blick auf die Innenstadt von Salzgitter-Lebenstedt.

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 Beteiligungsformate 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 2024 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.

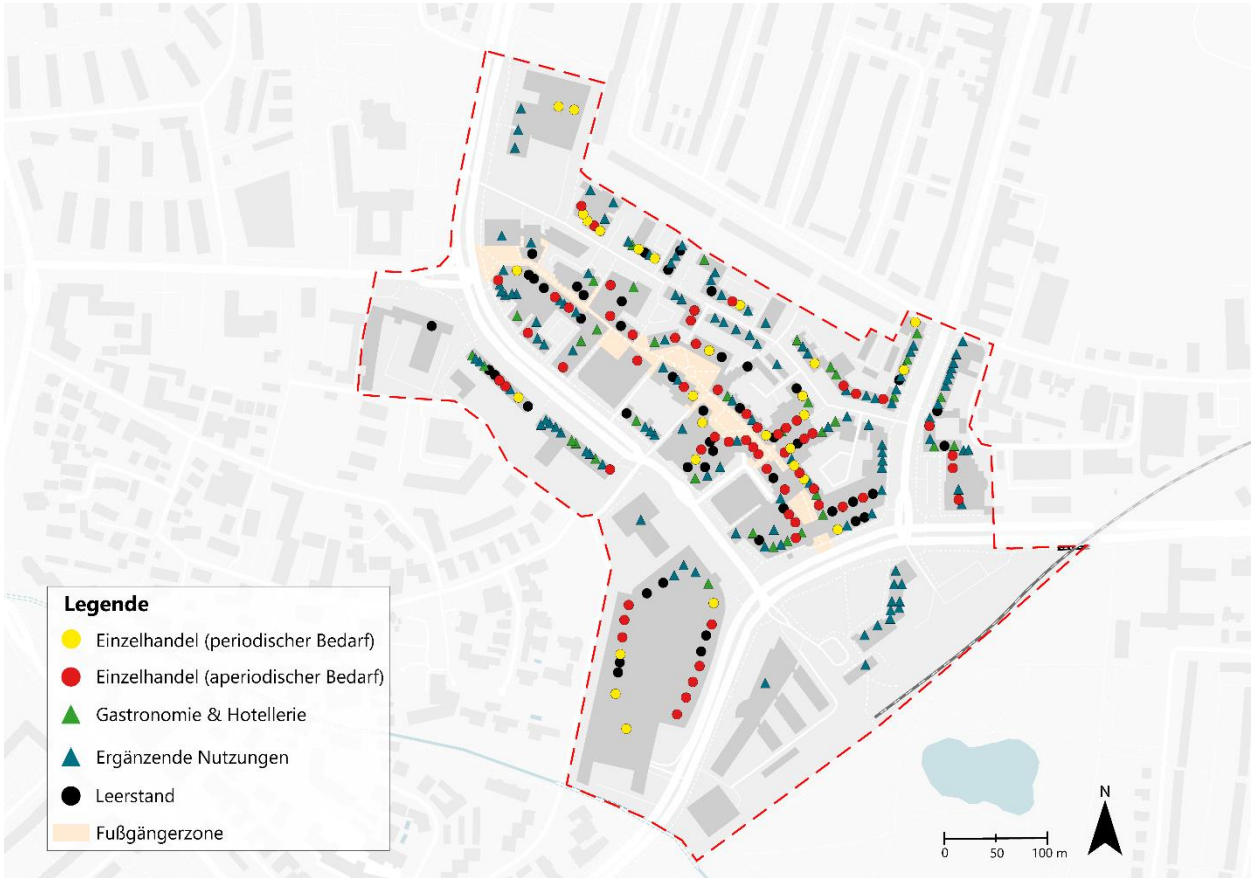
Zur Darstellung der räumlichen Verteilung des Geschäftsbesatzes im Innenstadtbereich von Salzgitter-Lebenstedt wurden die Nutzungen (Einzelhandel, Gastronomie, Leerstände sowie ergänzende Nutzungen) in der nachfolgenden Abb. 14 kartiert. Der Einzelhandelsbesatz verteilt sich über das gesamte innerstädtische Untersuchungsgebiet. Während sich im südlichen Teil der Straße In den Blumentriften sowie den Bereichen Fischzug und Créteilpassage primär kleinteilige Einzelhandelsbetriebe agglomerieren, finden sich die Einzelhandelsbetriebe mit umfangreicheren Verkaufsflächen vornehmlich am Platz des Stadtmonuments sowie im BraWo Carree.

In der letzten Fortschreibung des Einzelhandelsentwicklungskonzeptes für die Stadt Salzgitter wurden im Zuge der Datenerhebung Ende 2016/Anfang 2017 insgesamt 116 Einzelhandelsbetriebe im Innenstadtbereich von Salzgitter-Lebenstedt erfasst. Im Juli 2023 wurden von der cima nunmehr insgesamt 88 Einzel-

handelsbetriebe 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-Lebenstedt 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. Seit der Datenerhebung im Juli 2023 haben sich bis heute wiederum Veränderungen im Bestand ergeben. Zu den relevanten Abgängen zählen v. a. Esprit und Gerry Weber (beide Hauptsortiment Bekleidung) und Spiele Max (Hauptsortiment Spielwaren), hingegen hat sich u. a. der Haushaltswarendiscounter Action, sowie die Buchhandlung Thalia im BraWo Carree neu angesiedelt.

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 Hauptsortimenten (z. B. Bekleidung, Schuhe, Elektroartikel). Innenstadttypisch überwiegt in Lebenstedt der Anteil von Betrieben mit aperiodischen Hauptsortimenten. Von den erfassten 88 Betrieben führen 60 aperiodische Hauptsortimente. Hingegen bieten 28 Betriebe Waren des periodischen Bedarfs im Hauptsortiment an. Der Anteil filialisierter Betriebe ist merklich größer als in der Innenstadt von Salzgitter-Bad, was sich auch in den deutlich einheitlicheren (Kern-)Öffnungszeiten bemerkbar macht und sich weiterhin auch auf die vorhandenen Flächenkapazitäten in Lebenstedt zurückführen lässt.

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



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

Im periodischen Bedarfsbereich findet sich vor Ort ein umfassendes Angebot. Nahrungs- und Genussmittel werden primär durch die beiden großflächigen Nahversorgungsbetriebe Kaufland und Rewe angeboten. Während das SB-Warenhaus Kaufland im BraWo Carree verortet ist, findet sich ein Lebensmittelvollsortimenter der Fa. Rewe (Eröffnung im Sommer 2021) am Standort Chemnitzer Straße am nördlichen Ende der Innenstadt. Nach aktuell vorliegenden Informationen soll auf dem Areal des ehem. Postgebäudes im Kreuzungsbereich Joachim-Campe-Straße/Albert-Schweitzer-Straße der Neubau eines weiteren Lebensmittelmarktes inkl. Wohnungen für Menschen im Rentenalter und Tagespflege in den Obergeschossen realisiert werden. Demnach könnte das Angebot im Sortiment Lebensmittel künftig noch stärker ausgebaut werden. Ergänzend zu den vorweg genannten großflächigen Lebensmittelmärkten finden sich auch kleinteilige, internationale Anbieter*innen im Innenstadtbereich sowie mehrere Betriebe des Lebensmittelhandwerks (v. a. Bäckereien) und Kioske.

Dienstags und freitags findet darüber hinaus in der Chemnitzer Straße der Wochenmarkt statt. Dieser stellt eine wichtige Ergänzung des stationären Einzelhandels dar und erfüllt weiterhin eine wichtige 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. Zudem gibt es in Lebenstedt anhaltende Diskussionen über den Standort des Wochenmarktes, da es aufgrund der Pkw-Durchfahrtsberechtigung für Anwohnende und Lieferverkehre im Bereich der Chemnitzer Straße regelmäßig zu Konflikten kommt. Im Rahmen des Bundesförderprogrammes ZIZ werden daher im Jahr 2025 Marktkonzepte für die Wochenmärkte entwickelt, um zukünftige Entwicklungsperspektiven aufzuzeigen.

Als relevante Betriebe, die Drogerie- und Parfümeriewaren im Hauptsortiment anbieten, sind die beiden originären Drogeriemärkte Rossmann und dm zu nennen. Parfümeriewaren werden darüber hinaus auch durch die ansässige Douglas-Filiale angeboten. Das Angebot im periodischen Bereich wird abgerundet durch mehrere Apotheken und einen Floristikbetrieb.

Im aperiodischen Bedarfsbereich liegt eine differenzierte Bestandssituation im Innenstadtbereich von Salzgitter-Lebenstedt vor. Während einige Sortimente von einer Vielzahl an Betrieben im Hauptsortiment angeboten werden, werden andere (innenstadttypische) Sortimente z. T. nur von einem oder zwei Betrieben im Hauptsortiment, von den ansässigen Betrieben nur im Randsortiment oder auch gar nicht angeboten. Ein auf den ersten Blick umfangreiches Angebot gibt es in den Warengruppen Bekleidung, Optik/Hörgeräte sowie Glas/Porzellan/Keramik/Hausrat. Demgegenüber stehen einige Sortimente, die aktuell nur noch von einem oder zwei Betrieben im Hauptsortiment geführt werden, hierzu zählen insbesondere die Warengruppen Bücher, Schreibwaren, Spielwaren und Elektroartikel. Sollte einer dieser Betriebe kurz- bis mittelfristig vom Markt treten, könnte dies neue sortimentsspezifische Angebotslücken im Innenstadtbereich nach sich ziehen. In der Sortimentsliste des derzeit gültigen Einzelhandelskonzeptes für die Stadt Salzgitter sind darüber hinaus u. a. die Sortimente Sportartikel (inkl. -bekleidung und -schuhe, keine Sportgroßgeräte) sowie Fahrräder und Fahrradzubehör als zentrenrelevant deklariert. Aktuell sind keine Anbieter*innen in der Innenstadt von Salzgitter-Lebenstedt ansässig, die derartige Hauptsortimente führen. Sportbekleidung oder Sportschuhe sind bspw. nur auf untergeordneten Verkaufsflächen im Randsortiment zu finden (z. B. bei H&M oder C&A[15]). Angrenzend an den Innenstadtbereich gibt es jedoch Bestandsbetriebe, die die vorweg genannten Waren im Hauptsortiment führen. Zur Schließung vorhandener Angebotslücken und Konzentrierung zentrenrelevanter Sortimente im Innenstadtbereich wäre eine Umsiedlung dieser Betriebe grundsätzlich denkbar.

[15] Schließung der C&A-Filiale in 2025

Wenngleich in einigen Sortimenten in quantitativer Hinsicht ein umfassendes Angebot vorhanden ist, weist das Angebot über alle Sortimente hinweg jedoch z. T. qualitative Defizite auf. So ist hervorzuheben, dass insbesondere höherwertige Anbieter*innen vor Ort unterrepräsentiert sind, was sich auch auf das unterdurchschnittliche Kaufkraftniveau in Salzgitter zurückführen lässt (vgl. Kapitel 3.1.2). Im Sortiment Glas/Porzellan/Keramik/Hausrat wird das Angebot bspw. zum überwiegenden Großteil von Haushaltsdiscountern wie Woolworth, Tedi, Euroshop oder Action gestellt. In der Vergangenheit haben insbesondere mittelpreisige Filialisten unterschiedlichster Sortimente die Innenstadt von Salzgitter verlassen (u. a. Depot, Jack & Jones, Vero Moda, Gerry Weber, Esprit). Folglich ist davon auszugehen, dass sich das kaufkraftstärkere Klientel auf andere Einkaufsstandorte (v. a. Braunschweig) ausrichtet und Salzgitter hiermit entsprechend Kaufkraft verloren geht.

Gastronomische Betriebe sind im gesamten Innenstadtbereich verteilt. Das Angebot reicht vom schnellen Verzehr (Bäckerei, (Eis-)Café, Imbiss) bis zu Restaurants unterschiedlicher Küchen (v. a. deutsch, italienisch, griechisch, asiatisch). Da der Schwerpunkt vor Ort eher auf dem schnellen Verzehr (v. a. Imbisse) liegt, würden weitere Restaurants (auch höherpreisig) sowie außengastronomische Angebote 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 Angebotsbesatz in der Innenstadt wird abgerundet durch diverse ergänzende Nutzungen und Dienstleistungsbetriebe. Hierzu zählen u. a. Kreditinstitute, medizinische Praxen, Versicherungen und (körpernahe) Handwerksbetriebe. Diese sind grundsätzlich über den gesamten Innenstadtbereich verteilt (Erdgeschoss- und Obergeschoss-Lagen), eine Konzentration diverser Angebote findet sich in den Bereichen Chemnitzer Straße, Berliner Straße sowie am Bahnhof. Weitere frequenzbringende (städtische) Einrichtungen wie das Rathaus oder die Stadtbibliothek grenzen nordwestlich an das Untersuchungsgebiet an. Im Innenstadtbereich ist mittlerweile ein gewisser 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 Vergnügungsstättenkonzept aus dem Jahr 2017 wird bspw. dem städtebaulichen Ziel der Freihaltung der Fußgängerzone von Vergnügungsstätten zum Schutz des Stadtbildes eine besondere Bedeutung eingeräumt.

Mit der Eröffnung des DORMERO-Hotels in der Chemnitzer Straße konnte Mitte 2019 eine wichtige Flächenumgestaltung in der Innenstadt realisiert werden. Darüber hinaus hat der Betreiber LIMEHOME an der Albert-Schweitzer-Straße einen alten Wohnungsbestand in luxuriöse Appartements zur Kurzzeitvermietung umgewandelt. Diese werden von der touristischen Klientel in Salzgitter ebenfalls sehr gut angenommen. Der Übernachtungs-Tourismus in Salzgitter bezieht sich primär auf Geschäftsreisende und profitiert auch von der Messenachfrage in Hannover. Daher können sich hochpreisige und hochwertige Produkte am Markt halten. Bei anhaltend hoher Nachfrage wären weitere Hotelansiedlungen oder -umbauten im Innenstadtbereich grundsätzlich zu empfehlen. Im Zuge der Corona-Pandemie sind mit der Schließung eines Kinos („filmpassage“) und einer Bowlingbahn wichtige innerstädtische Freizeitangebote weggefallen. Die Flächen konnten bis heute nicht nachbesetzt bzw. aktiviert werden. Gleichwohl findet sich weiterhin am Standort Berliner Straße das Kultiplex City-Theater. Weitere Angebote finden sich angrenzend bzw. arrondierend an den festgelegten Innenstadtbereich (u. a. Kulturscheune, Indoorspielplatz). In zentraler Innenstadtlage finden regelmäßig Events & Veranstaltungen statt, nähere Informationen hierzu finden sich in Kapitel 4.4 zum Thema Erlebnis & Kommunikation.

Eine Besonderheit nimmt vor Ort der hohe Wohnanteil in den Obergeschosslagen ein. Im Gegensatz zur kleinteilig gewachsenen Bebauungsstruktur im Innenstadtbereich in Salzgitter-Bad ist die Innenstadt von Salzgitter-Lebenstedt aufgrund ihrer geschichtlichen Entstehungsgeschichte (vgl. Kapitel 3.1.1) geprägt von einer funktionalen Baustruktur der Nachkriegszeit, die vor allem den Anforderungen an bezahlbaren Wohnraum und funktionale Geschäftsräume entsprechen sollte. Demnach gibt es v. a. entlang der Albert-Schweitzer-Straße, in der Fußgängerzone (Fischzug/In den Blumentriften) und auch in der Chemnitzer Straße

überwiegend drei bis vier Wohnetagen über den gewerblichen Erdgeschosszonen. Weiterhin prägen mehrere Wohnblöcke mit jeweils ca. 10–12 Wohnetagen das Ortsbild, in denen sich ein umfassender Wohnungsbestand befindet. Wohnnutzungen in der Erdgeschosszone sind im Innenstadtbereich derzeit nicht bekannt. 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 47 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 nördlichen Bereich der Fußgängerzone (In den Blumentriften), im Citytor Center, im BraWo Carree und der Stadtpassage auszumachen.

Grundsätzlich existieren im Innenstadtbereich von Salzgitter-Lebenstedt keine leerstehenden Großimmobilien. Für das ehem. Postgebäude im Kreuzungsbereich Albert-Schweitzer-Straße/Joachim-Campe-Straße gibt es bereits konkrete Nachnutzungspläne (vgl. S. 34). Gleichwohl muss konstatiert werden, dass die einzelnen Leerstände insbesondere in Agglomerations- und Gesamtbetrachtung zu werten sind. Demnach muss sowohl für die Stadtpassage und auch das Citytor Center (v. a. unter ergänzender Betrachtung des geschlossenen Kino-Komplexes) eine verschärfte Leerstandssituation festgehalten werden. Deutliche Unterschiede zeigen sich in der Kaschierung und Vermarktung der einzelnen Leerstände. Während im BraWo Carree aufgrund großflächiger Folierungen die vorhandenen Leerstände nur indirekt ins Auge fallen, zeigen sich primär im Bereich der Fußgängerzone unterschiedlichste Erscheinungsbilder. Zum Teil sind die Schaufenster und die dahinterliegenden Verkaufsflächen einsichtig, es fehlen jedoch Kontaktinformationen zu den Eigentümer*innen oder weiterführende Informationen zu Größe oder Ausstattung der Flächen. An anderen Stellen sind die Schaufenster mit Papieren beklebt oder die Außenbereiche weisen einen deutlichen Pflegestau auf. Ziel muss es an dieser Stelle sein, die Leerstände v. a. in den höherfrequentierten Lagebereichen (Fischzug, In den Blumentriften) langfristig wieder vermietet zu bekommen. Das von der WIS initiierte Leerstandsmanagement inkl. Leerstandskataster sowie das Mietzuschussprogramm sind bereits gelungene Ansätze. 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 (v. a. in den Nebenlagen) sind in der Einzelfallbetrachtung abzuwägen (temporäre Zwischennutzungen, Mixed-Use-Konzepte oder auch Umnutzungen), um einen weiteren Trading-Down-Effekt auf angrenzende Gebäude und Nutzungen zu vermeiden.

Insgesamt gilt es die Angebotsvielfalt in der Innenstadt von Salzgitter-Lebenstedt 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 v. a. die inhabergeführten Betriebe in Bezug auf Ladenbau, Außengestaltung und Online-Sichtbarkeit.

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

Stärken
▪ **Angebots-Mix** aus Einzelhandel, Gastronomie und Dienstleistung (Magnetbetriebe/Ankermieter (noch) ansässig) ▪ Mischung aus (über-)regionalen **Filialisten** und **inhabergeführten Betrieben** ▪ Wichtige **Nahversorgungsangebote** vorhanden (z. B. Rossmann, dm, Apotheken, Kaufland, REWE, Wochenmarkt) ▪ Verschiedene **Gastronomieangebote** (Fokus liegt auf schnellem Verzehr: Bäckerei, Imbiss, etc.), z. T. Außengastronomie ▪ Div. **Dienstleistungen** vorhanden (Kreditinstitute, Versicherungen, körpernahe DL) ▪ **Verwaltungs- und Bildungseinrichtungen** unmittelbar angrenzend an die Innenstadt (u. a. Rathaus, Stadtbibliothek) ▪ Gute **medizinische Versorgung** mit Angebot an verschiedenen ärztlichen Praxen ▪ Großes Angebot an **Wohnraum** in den Obergeschossen ▪ Überwiegend einheitliche **(Kern-)Öffnungszeiten**

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

Filialisierte Magnetbetriebe, In den Blumentriften

Angebots-Mix sorgt für Passantenfrequenz

Außenwerbung sorgt für Sichtbarkeit der Betriebe

Außengastronomie, Fischzug

Quelle: cima, 2023

Schwächen

- Hoher Anteil an **discount- und konsumorientierten Geschäften**, z. T. **Angebotslücken** (u. a. Hausrat/Dekoartikel)
- **Abwanderung** wichtiger Magnetbetriebe (u. a. Esprit, Depot), **kurzweilige Ansiedlungen** (u. a. Vero Moda, Jack & Jones 2014–2017)
- **Allg. Leerstandssituation**, z. T. langfristig (div. Ladengrößen, Erscheinungsbild, Agglomerationen u. a. in Stadtpassage, Citytor Center, In den Blumentriften)
- Geringe **Passantenfrequenzen** – höhere Frequenzen eher in Verbindung mit Events & Veranstaltungen
- Kaum **Gastronomieangebote** zum längeren Verweilen (Restaurants/Angebote für abends/ Systemgastronomie)
- **Nutzungskonflikte** zwischen Wohnen & Gastronomie, Wohnen & Kultur/Events erschweren z. T. Entwicklung/Neuerungen

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

Discounthandel, Albert-Schweitzer-Straße

Hohe Leerstandsquote in der Stadtpassage

Mangelhafte Kaschierung und Pflege von Leerständen

Geringe Passantenfrequenzen in den Nebenlagen

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 zeitknappe 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 Kundschaft 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-Lebenstedt grundsätzlich eine gute Erreichbarkeit attestiert werden. Im Detail zeigen sich zwischen den einzelnen Verkehrsmitteln jedoch vereinzelte Qualitätsunterschiede und Entwicklungspotenziale.

Am südlichen Ende des Innenstadtbereichs findet sich der Bahnhof, der sich in fußläufiger Distanz zur Fußgängerzone befindet. Der Bahnhof von Salzgitter-Lebenstedt bildet die Endhaltestelle der Linien RB 44 und 48 (Salzgitter-Lebenstedt – Braunschweig Hbf). Die Fahrt zum Braunschweiger Hauptbahnhof als nächstgelegener Fernbahnhof dauert rd. 20 bzw. 25 Minuten. Eine direkte Bahnverbindung zwischen den beiden Zentren SZ-Lebenstedt und SZ-Bad besteht aufgrund der vorhandenen Streckenführung nicht, die Bevölkerung ist hierbei auf den Busverkehr angewiesen. Im Gegensatz zu anderen Bahnhöfen im Stadtgebiet (SZ-Bad und SZ-Ringelheim) ist der Bahnhof in Lebenstedt noch nicht barrierefrei ausgebaut. Im Sommer 2024 wurden die beiden Bahnhaltepunkte in SZ-Immendorf und SZ-Watenstedt barrierefrei ausgebaut, sodass auch für SZ-Lebenstedt mit einer zeitnahen Modernisierung zu rechnen ist. Derzeit konkretisieren sich die Planungen zur Reaktivierung der weiterführenden Teilstrecke zwischen SZ-Lebenstedt und SZ-Lichtenberg. Merkliche Defizite zeigen sich direkt auf dem Bahnhofsareal sowie im unmittelbaren Umfeld. Der Bahnsteig selbst sowie die umliegenden Grün- und Freiflächen weisen eine äußerst geringe Aufenthaltsqualität auf. Bahnhöfe dienen nicht als Verweilräume, gleichwohl wirkt sich ein gepflegtes Bahnhofsumfeld massiv auf das Sicherheits- und Wohlbefinden der Menschen aus. Bahnhöfe sind darüber hinaus wichtige Ankunftsbereiche für die eigene Bevölkerung sowie auch Besuchende, sodass der Fokus auf einen guten ersten Eindruck vor Ort gelegt werden sollte. Positiv hervorzuheben sind einige Serviceangebote im Bahnhofsbereich wie eine KVG-Servicestelle sowie eine gesicherte Fahrradabstellanlage („Fahrradkäfig“) nebst Schließfächern und Reparaturstation.

Aus Sicht der Pkw-Kundschaft ist die Innenstadt durch mehrere (über-)regionale Einfallstraßen sehr gut erreichbar. Zu den z. T. mehrspurigen Einfallstraßen zählen aus Norden die Albert-Schweitzer-Straße (K 39) und die Berliner Straße, aus Osten die Konrad-Adenauer-Straße (K 30), aus Südwesten die Willy-Brandt-Straße (K 30) und aus Westen die Joachim-Campe-Straße. Die positiven Aspekte für den Pkw-Verkehr gehen gleichwohl aber auch mit Einschränkungen für die fußläufige Erreichbarkeit der Innenstadt einher.

Insbesondere die mehrspurige K 30 im Süden (Konrad-Adenauer-Straße und Willy-Brandt-Straße) stellt eine starke städtebauliche Barriere zwischen der Innenstadt und dem Bahnhofsbereich dar.

Im Innenstadtbereich finden sich verschiedenste Parkmöglichkeiten. Hierzu zählen sowohl öffentliche als auch private Parkplatzanlagen, straßenbegleitendes Parken sowie zwei Parkhäuser (Citytor Center und BraWo Carree). Im Gegensatz zum kostenfreien (jedoch zeitlich limitierten) Parken in Salzgitter-Bad ist das Parken im Innenstadtbereich von Salzgitter-Lebenstedt grundsätzlich kostenpflichtig. Die Gebührenpflicht gilt montags bis freitags in der Zeit von 10:00–18:00 Uhr sowie samstags in der Zeit von 10:00–14:00 Uhr mit einer jeweiligen Höchstparkdauer von 2,5 Stunden. Die Parkgebühren stellen sich mit 0,70 € für die erste Stunde sowie 0,10 € für jede weitere 6 Minuten als moderat dar und liegen hiermit z. T. unterhalb der innerstädtischen Parkgebühren umliegender Städte wie z. B. Braunschweig oder Wolfenbüttel. In Einzelfällen können die Parkgebühren jedoch abweichen (Parkhaus BraWo Carree z. B. 1,50 €/Stunde). Durch die sog. „Brötchentaste" sind Parkaufenthalte in einigen Bereichen bis zu 30 Minuten kostenfrei. P+R-Parkplätze („Park+Ride") wie am Bahnhof von Salzgitter-Bad sind am Bahnhof in Salzgitter-Lebenstedt nicht vorhanden. Wenngleich auf den ersten Blick diverse Parkflächen im Innenstadtbereich vorhanden sind, steht hiervon ein nicht unwesentlicher Teil den Besuchenden nicht oder nur in Teilen zur Verfügung. Insbesondere bei mehreren in den Hinterhöfen gelegenen Parkplatzanlagen entlang der Chemnitzer Straße oder der Albert-Schweitzer-Straße handelt es sich um Privatparkplätze für Anwohner*innen, Angestellte der ansässigen Betriebe oder auch um Besuchsparkplätze ansässiger (medizinischer) Praxen und sonstiger Betriebe. Im Rahmen der Erarbeitung des Innenstadtkonzeptes wurde keine Auslastungserfassung der vorhandenen Parkflächen vorgenommen. Aus den qualitativen Expertisegesprächen sowie den vorhandenen Fokusstudien (v. a. Masterplan Mobilität 2015) konnte allerdings geschlussfolgert werden, dass entsprechend der Nachfrage ausreichend Stellplatzflächen im Innenstadtbereich (oder unmittelbar arrondierend) zur Verfügung stehen. Im Rahmen der Erarbeitung des Masterplans Mobilität im Jahr 2015 wurde eine stichprobenartige Auslastungserfassung vorgenommen. Im Ergebnis stellte sich heraus, dass insbesondere die kostenpflichtigen Parkflächen, straßenbegleitende Parkplätze und die Parkhäuser durchschnittlich eine geringe bis mittlere Auslastung aufwiesen. Hingegen zeigten die unbewirtschafteten Parkflächen arrondierend zur Innenstadt (z. B. entlang der Joachim-Campe-Straße, Gothastraße, Heckenstraße oder Thiestraße) durchgängig hohe Auslastungen auf. Auch der Parkplatz vor dem Kultiplex-Kino in der Berliner Straße gehörte zu den hochausgelasteten Parkflächen, da in diesem Bereich das Parken mit Parkscheibe bis max. 1 Stunde erlaubt ist. Es kann daher auch heute davon ausgegangen werden, dass Besuchende der Innenstadt primär längere Fußwegezeiten von kostenfreien Parkmöglichkeiten arrondierend zur Innenstadt in Kauf nehmen, um Parkgebühren und limitierte Parkzeiten zu umgehen. Im Vergleich der kostenpflichtigen Parkflächen zeigte sich weiterhin, dass bspw. die straßenbegleitenden Parkplätze entlang der Albert-Schweitzer-Straße eine durchweg höhere Auslastung aufwiesen als das gegenüberliegende Parkhaus des Citytor Centers. Auch im Rahmen der Begehungen vor Ort wurde festgestellt, dass insbesondere die oberen Etagen des Parkhauses überwiegend unausgelastet sind. Gleichwohl kann es z. B. bei Events & Veranstaltungen im Innenstadtbereich wie dem Cityfest 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 und sollten im Sinne der Mobilitätswende zukünftig stärker ausgebaut werden.

Im Innenstadtbereich finden sich mehrere Bushaltestellen, von denen primär die Haltestellen „Bahnhof" und „Rathaus" von den meisten Fahrgästen genutzt und von den meisten Linien bedient werden. Insbesondere von der Haltestelle „Bahnhof" bestehen Verbindungen in die umliegenden (nördlichen) Stadtteile von Salzgitter oder in umliegende Städte wie z. B. Braunschweig (Linie 601) oder Wolfenbüttel (Linien 604, 630). Mit der Linie 610 besteht eine Express-Linie zwischen den Zentren von SZ-Lebenstedt und SZ-Bad, die eine Erreichbarkeit von Bahnhof zu Bahnhof in rd. 22 Minuten ermöglicht. Vor dem Rathaus findet sich darüber hinaus auch ein Bushaltepunkt für den Fernverkehr („Flixbus"). Die Haltestelleninfrastruktur weist im Innenstadtbereich unterschiedliche Standards auf. Während die stark frequentierten Haltestellen „Bahnhof" und „Rathaus" über Hochborde, taktile Leitführungen, digitale Anzeigetafeln und wettergeschützte Wartebereiche verfügen, weisen wiederum andere (z. B. Berliner Straße, Bedarfshaltestelle City-Kino) gewisse Moderni-

sierungsdefizite auf. 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.

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-Lebenstedt ist im Vergleich etwas schlechter zu bewerten als für den Pkw-Verkehr oder den ÖPNV. Vom Pkw-Verkehr getrennte Radwege existieren entlang der größeren Hauptverkehrsstraßen (Albert-Schweitzer-Straße, Willy-Brandt-Straße, Konrad-Adenauer-Straße, Berliner Straße). Die Beschaffenheit dieser Radwege weist jedoch z. T. große qualitative Unterschiede auf. Positiv hervorzuheben sind sichtbare Investitionen der letzten Jahre in die Radwege entlang der Albert-Schweitzer-Straße und der Konrad-Adenauer-Straße. Hingegen weisen die Radwege entlang der Berliner Straße deutliche Sanierungsbedarfe auf. Weiterhin ist hervorzuheben, dass dem Radfahren im Innenstadtbereich aufgrund der flachen Topografie eine hohe Zugänglichkeit zugeschrieben werden kann. Im Bereich der Fußgängerzone (In den Blumentriften, Fischzug) ist das Radfahren nicht gestattet. Hingegen würde sich die Chemnitzer Straße zur Aufwertung für den Radverkehr durchaus anbieten. Vereinzelt finden sich moderne und zeitgemäße Infrastrukturangebote wie z. B. die gesicherte Fahrradabstellanlage nebst Schließfächern und Radservicestation am Bahnhof. Originäre Fahrradbügel, die ein sicheres Abstellen & Abschließen ermöglichen, finden sich vor dem Eingang zum BraWo Carree oder im nördlichen Bereich der Chemnitzer Straße. Insbesondere im Bereich der Fußgängerzone fehlen originäre Radabstellanlagen. Wenngleich dies konzeptionell nachvollziehbar ist, führt es praktisch jedoch dazu, dass Fahrräder in diesem Bereich z. T. an Verkehrsschildern, Laternen oder Mülleimern 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. Insgesamt könnten weitere klein-

teiligere Angebote wie z. B. die Installation von E-Bike-Ladestationen, weitere Service-/Reparaturstationen und Möglichkeiten zur Gepäckaufbewahrung die Fahrradinfrastruktur im Innenstadtbereich deutlich aufwerten. Über das Bundesförderprogramm ZIZ sind die Umsetzung von Fahrradabstell- und Serviceanlagen bereits in Planung.

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 taktile Leitsysteme auf (z. B. Promenade entlang der Albert-Schweitzer-Straße). Taktile Führungen und Leitsysteme für Personen mit Sehbehinderungen bzw. -einschränkungen sind insbesondere an den größeren Straßenüberquerungen vorhanden. Optimierungsbedarfe hinsichtlich der vorweg genannten taktilen Elemente zeigen sich primär im Bereich der Fußgängerzone. Vereinzelte Optimierungsbedarfe bestehen auch hinsichtlich der Eingangsbereiche der Einzelhandelsbetriebe, Gastronomiebetriebe und übrigen Geschäfte und Institutionen. In einigen Fällen erschweren Trittschwellen, Stufen oder fehlende Handläufe den Zugang für mobilitätseingeschränkte Personen, die ggf. auf Rollatoren, Rollstühle oder anderweitige Gehhilfen angewiesen sind.

Wenngleich der Freizeittourismus in Salzgitter-Lebenstedt eine eher untergeordnete Rolle spielt, ist die räumliche Orientierung für die eigene Bevölkerung, Besuchende und Geschäftstouristen nicht zu vernachlässigen. Demnach zeigen sich entsprechende Handlungsbedarfe zwecks einer modernen, funktionalen und übersichtlichen Wegeleitführung im gesamten Innenstadtbereich. Ausgehend von einer Ankunft mit dem ÖPNV (Bus oder Bahn) weist die Orientierung und Wegeleitführung (Willkommenstafeln, übersichtliche Stadtpläne, Ausweisung zentraler Angebote) Optimierungsbedarfe auf. Bereits vorhandene Stadtpläne und Schaukästen sind stets auf Aktualität zu prüfen und sauber zu halten. Auch entsprechende 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-Lebenstedt 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 Bikesharing das Mobilitätsangebot bereichern.

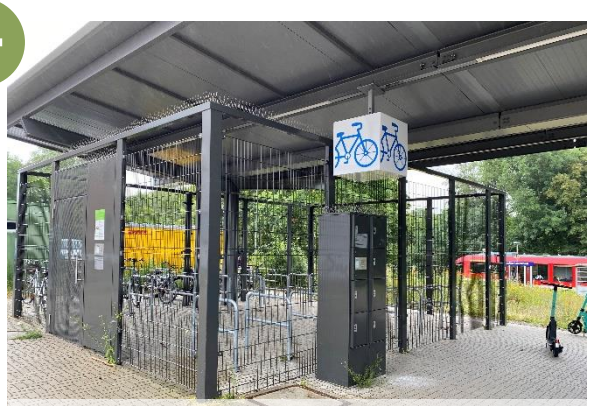
Über alle Verkehrsmittel hinweg sollte abschließend der Aspekt einer multimodalen Mobilität, also die Möglichkeit verschiedene Verkehrsmittel nutzen zu können, ganzheitlich gedacht und im Innenstadtbereich von Salzgitter-Lebenstedt umgesetzt werden. In diesem Sinne sollten Verkehrsmittel nicht getrennt 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

- Grundsätzlich gute **Erreichbarkeit der Innenstadt** mit dem Pkw, ÖPNV (Bus/Bahn), Fahrrad, zu Fuß
- **Mobilitäts-/Informationsstation**, gesichertes **Fahrradparken** und **Gepäckaufbewahrung** am Bahnhof
- **Bus-Fernverkehr Station** (Flixbus) am Rathaus
- Div. **Pkw-Parkmöglichkeiten** vorhanden - überwiegend gebührenpflichtig (geringfügig)
- Statisches **Parkleitsystem** vorhanden, aber kein dynamisches System mit Anzeige verfügbarer (freier) Plätze
- Fahrradfahren besitzt durch **flache Topografie** hohe Zugänglichkeit
- In weiten Teilen der Innenstadt ist eine **relative Barrierefreiheit** gegeben (Pflaster, Höhenunterschiede)
- Gut ausgebaute **Radwege** entlang der Albert-Schweitzer-Straße
- Vereinzelte **Sharing-Angebote** (E-Roller)

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



Gesicherte Fahrradabstellanlage am Bahnhof

KVG-Servicestelle am Bahnhof

Parkhaus Citytor Center, Albert-Schweitzer-Straße

Modernisierte Radwege, Albert-Schweitzer-Straße

Quelle: cima, 2023

Schwächen

- Unattraktive **Ankunftssituation am Bahnhof** (fehlende Gestaltungselemente, Sitzmöglichkeiten und Wegweiser)
- Standorte, Auffindbarkeit und Aktualität der **Stadtpläne**, uneinheitliches Leitsystem (Orientierung)
- Konrad-Adenauer-Straße und Albert-Schweitzer-Straße als starke **städtebauliche Barrieren** zwischen einzelnen Lagebereichen der Innenstadt (v. a. für Fußgänger*innen und Radfahrer*innen)
- Zahlreiche **zweckgebundene/private Parkplätze**, keine **P+R Parkplätze**
- Hoher **Flächenverbrauch** durch straßenbegleitendes Parken und Parkplätze (auch in Hinterhöfen)
- **Konfliktbereich Chemnitzer Straße**: u. a. Durchfahrtsregelung vs. Wochenmarkt
- **Ausbaufähige Situation im Radverkehr:**
  - z. T. mangelhafte/gefährliche **Radwegequalität**
  - **Fahrradabstellanlagen** uneinheitlich und nicht überall vorhanden (Qualität + Quantität)
  - **Fehlende Services:** Lademöglichkeiten für E-Bikes, Fahrradreparaturstationen o. ä.

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

Defizitäre Ankunftssituation am Bahnhof

Unausgelastetes Parkhaus, Albert-Schweitzer-Straße

Mangelhafte Situation im Bereich Radabstellanlagen

Sanierungsbedürftiger Radweg, Berliner Straße

Quelle: cima, 2023

4.3 Themenbereich Stadtgestaltung

Stadtgestaltung

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

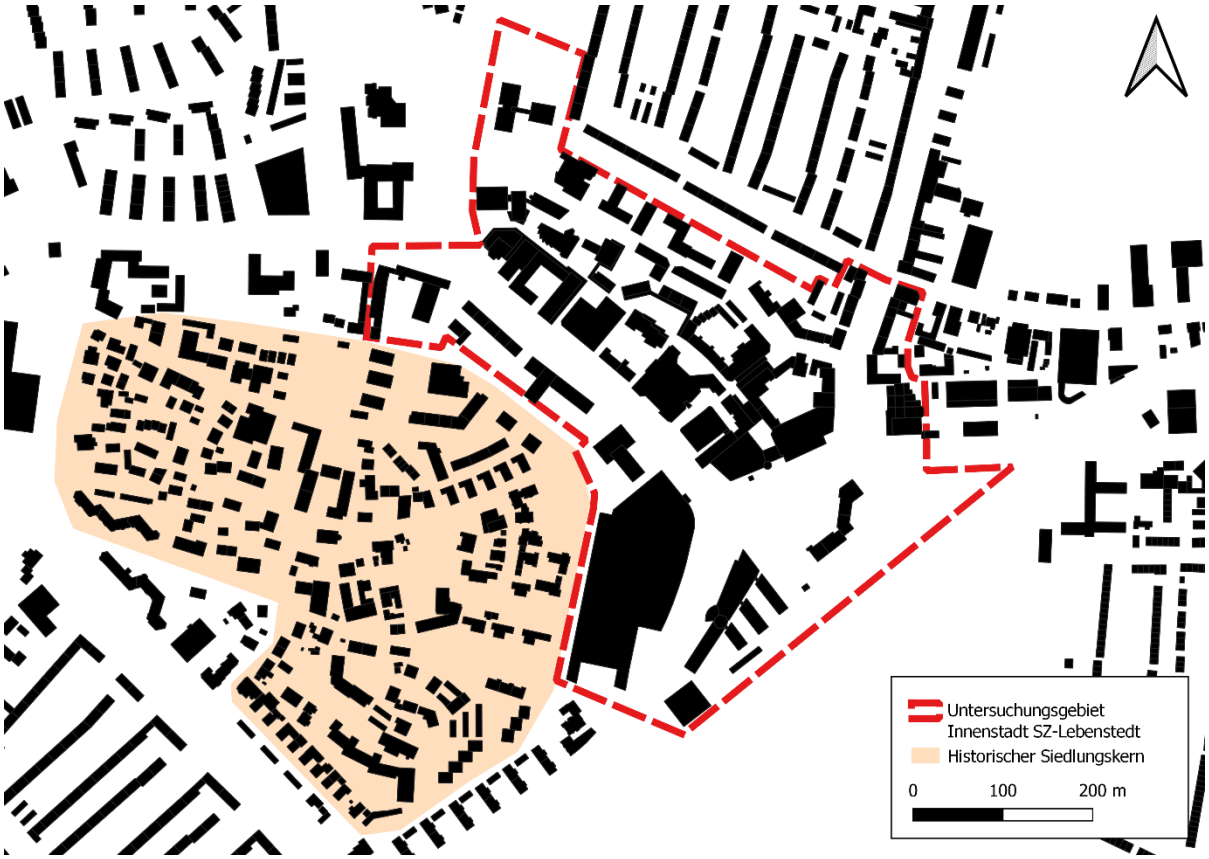
***Einführung**: Die Ansprüche an urbane Quartiere und Innenstädte wachsen. Schöne Plätze mit Aufenthalts-, Treffpunkt- und Pausenqualitäten, konsumfreie Zonen mit öffentlichem W-LAN sowie Spiel- und Erholungsbereiche sind für Familien, Senior*innen und Jugendliche von großer Bedeutung für eine lebenswerte 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-Lebenstedt unterscheidet sich aufgrund der historischen Siedlungsgenese und städtebaulichen Entwicklung maßgeblich von dem (Innen-)Stadtbild in SZ-Bad. Während sich das Zentrum von Bad zum überwiegenden Großteil aus dem historischen Siedlungskern heraus entwickelt hat, entstand das heutige Zentrum von Lebenstedt erst in den 1950er Jahren arrondierend an den historischen Siedlungskern „auf der grünen Wiese". Die Entstehung Salzgitter-Lebenstedts und seiner Innenstadt ist eng mit der Geschichte des Nationalsozialismus und der deutschen Schwerindustrie verbunden. In den frühen 1930er Jahren entdeckte man bedeutende Eisenerzvorkommen in der Region um Salzgitter, was die Grundlage für die industrielle Entwicklung der Region bildete. 1937 wurden die „Reichswerke Hermann Göring" gegründet, ein Staatskonzern zur Förderung von Eisen und Stahl, der zu einem der größten Industriekomplexe im Dritten Reich werden sollte. Lebenstedt, welches bis dahin ein kleines Dorf war, wurde als zentrales Siedlungsgebiet für die Arbeitskräfte der Reichswerke auserkoren. Die rasante Industrialisierung und der Bedarf an Arbeitskräften für die Schwerindustrie führten dazu, dass die Bevölkerung massiv anwuchs (vgl. Kapitel 3.1). Während des Zweiten Weltkriegs war der Bau der Innenstadt zunächst stark eingeschränkt, da die meisten Ressourcen in die Kriegswirtschaft flossen. Dennoch wurden in dieser Zeit die Grundzüge der Stadtplanung gelegt. Nach dem Krieg setzte sich die Entwicklung Lebenstedts fort, wobei insbesondere in den 1950er und 1960er Jahren zahlreiche Wohnhäuser, Geschäfte und öffentliche Einrichtungen gebaut wurden. Die Innenstadt von SZ-Lebenstedt entstand nach modernen städtebaulichen Konzepten der Nachkriegszeit. Der Wiederaufbau und Ausbau war stark durch funktionale Architektur geprägt, die auf den gestiegenen Wohnbedarf sowie auf die Anforderungen einer wachsenden Industriegemeinde zugeschnitten war.

Abb. 20 stellt dar, wie sich der heutige Bereich der Innenstadt an den historischen Siedlungskern („Altes Dorf") anschmiegt. Während im historischen Siedlungskern auch ältere Baustile (auch Fachwerkarchitektur) vorzufinden sind, ist der Innenstadtbereich von einer funktionalen Nachkriegs-Architektur geprägt, die seinerzeit auf Effizienz, praktische Wohn- und Geschäftsflächen sowie klare Strukturen setzte. Die Gebäudestrukturen sind häufig schlicht und funktional gestaltet, z. T. auch in serieller Bauweise. Großflächige Wohnblöcke und Geschäftshäuser dominieren das (Innen-)Stadtbild. Stadtbildprägend in der Innenstadt sind weiterhin die ortstypischen Flachdachstrukturen. Die Wohn- und Geschäftsblöcke sind häufig rechteckig und quadratisch angeordnet und in klaren, funktionalen Strukturen gebaut. Im Innenstadtbereich gibt es mehrere Einkaufszentren, Ladenzeilen und überdachte Passagengänge, die vor allem in den 1960er und 1970er Jahren erbaut wurden. In den letzten Jahrzehnten hat sich die Innenstadt an einigen Stellen städtebaulich weiterentwickelt. Vor allem durch Modernisierungen und Nachverdichtungen wurden ältere Bauten/Fassaden renoviert oder durch modernere Gebäude ersetzt („es tut sich etwas"). Dies gilt insbesondere für die Wohn- und Geschäftsgebäude, die sich um den Platz am Stadtmonument reihen oder auch für den

Neubau des DORMERO-Hotels in der Chemnitzer Straße. In anderen Bereichen der Innenstadt zeigen sich hingegen auch deutliche Sanierungs- und Modernisierungsbedarfe an einzelnen Gebäuden oder Gebäudezeilen und Fassaden, die derzeit mindernd auf die Aufenthaltsqualität vor Ort wirken. 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.

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



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

Die großen Eingangsbereiche zur Innenstadt bzw. Fußgängerzone im Süden (Konrad-Adenauer-Straße via Citytor Center) und im Norden (In den Blumentriften/Platz der Städtepartnerschaft) sind als solche erkennbar und durch Marketingelemente der CityLebenstedt gekennzeichnet.

Originäre Plätze stellen der vorweg genannte Platz der Städtepartnerschaft sowie der Platz um das Stadtmonument dar. Weiterhin finden sich in der Chemnitzer Straße Platzstrukturen, die im Gegensatz zu den erstgenannten Defizite in der Gestaltung und Aufenthaltsqualität aufweisen. Der Platz um das Stadtmonument zeigt sichtbare Investitionen der letzten Jahre. Hervorzuheben ist hierbei das neue Klima-Forum („kleines klimagerechtes Forum"), welches zum überwiegenden Großteil aus Mitteln des EU-Förderprogramms „Perspektive Innenstadt" finanziert und Mitte 2023 fertiggestellt wurde. In diesem Zuge wurden vor Ort auch neue Sitzmöblierungen und Grünstrukturen (Beete & Baumpflanzungen) geschaffen. Auf den Plätzen finden regelmäßig frequenzbringende Events und Veranstaltungen statt. Zu nennen sind hier neben dem Wochenmarkt (Chemnitzer Straße) insbesondere das Cityfest, der Bauernmarkt, die Mobilitätsmeile, der Weihnachtsmarkt sowie der Seniorentag. Die Events erstrecken sich z. T. über die Fußgängerzone und/oder finden auf einzelnen Plätzen statt (Platz am Stadtmonument, Rathausplatz).

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) erfolgt sind und das Stadtbild deutlich aufgewertet haben. Hierzu gehört insbesondere der Bereich um das Klima-Forum am Platz des Stadtmonuments sowie die Fußgängerpromenade entlang der Albert-Schweitzer-Straße. 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 sollte hierbei zunächst die Fußgängerzone (Fischzug, In den Blumentriften) gerückt werden. Darüber hinaus gibt es auch dringenden Handlungsbedarf für die Chemnitzer Straße. Entlang des gesamten Straßenzuges findet sich veraltetes und verschmutztes sowie z. T. ungenutztes (Schaukästen) oder untergenutztes (Blumenkübel) Stadtmobiliar. 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 und der Albert-Schweitzer-Straße bereits überwiegend modernisiert, weshalb die technische Modernisierung primär in den Nebenlagen nachgebessert werden sollte.

Im nördlichen Bereich der Fußgängerzone ist ein kleinteiliger Spielplatz verortet. Abgesehen davon existieren im gesamten Innenstadtbereich nur vereinzelt Spielgeräte. Um insbesondere die Aufenthaltsdauer von Familien mit Kindern im Innenstadtbereich deutlich zu verlängern, sollten Areale und Flächen identifiziert werden, um weitere (temporäre) Spielgeräte und -flächen zu installieren.

Im vorherigen Kapitel zum Thema Mobilität & Erreichbarkeit wurde der überwiegend positive Standard der Barrierefreiheit in der Innenstadt hervorgehoben. Allerdings ist insbesondere im Bereich der o. g. Plätze und auch der größeren Parkflächen (auch Hinterhöfe) ein hoher Versiegelungsgrad festzustellen. Größere, schattenspendende Bäume im Bereich der Innenstadt sind nur vereinzelt vorhanden. Aufgrund der Neugestaltung einzelner Teilbereiche mussten z. T. ältere Baumbestände gefällt werden. Wie im Bereich des klimagerechten Forums sollten weitere 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. Dies wird im Bereich der Fußgängerzone bereits erfolgreich umgesetzt, sodass mobile Bepflanzungen v. a. in den Nebenlagen (v. a. Chemnitzer Straße) eingesetzt werden könnten.

Im Innenstadtbereich sind, abgesehen von einer Rasenfläche vor dem Bahnhof, keine originären Grünräume und -flächen zu finden. In erster Linie gilt der südlich an den Bahnhof angrenzende Stadtpark als beliebter Treffpunkt und Erholungsraum für die Bevölkerung. Ziel sollte es daher zum einen sein, die Wegebeziehungen und Wege(leit-)führung zwischen der Innenstadt und dem Stadtpark zu verbessern sowie zum anderen vorhandene Flächenpotenziale im Innenstadtbereich für Begrünungsmaßnahmen auszunutzen. Hierzu zählen aufgrund der vorhandenen Baustruktur sowohl großflächige Fassaden- als auch Dachflächen. Fassadenbegrünungen erzeugen positive klimatische und umwelttechnische Effekte (Verdunstungskühlung, Reduzierung städtischer Wärmeinseln, Lebensräume für Insekten, Vögel und andere Kleintiere, Wasserretention), bauliche Effekte (Reduzierung des Energieverbrauchs, thermische Isolation, Schutz vor Witterungseinflüssen) und können positiv auf das Stadtbild wirken (ästhetische Aufwertung). Begrünte Dachflächen zeigen ähnliche Effekte auf und könnten, sofern die Dachflächen öffentlich zugänglich sind oder gemacht werden, zukünftig neue Begegnungsräume darstellen (z. B. auch für „Urban Gardening"). Für Fassaden- und Dachbegrünungen ist zunächst eine enge Zusammenarbeit mit den jeweiligen Immobilieneigentümer*innen notwendig.

Im Rahmen der Beteiligungsprozesse wurden auch Wünsche zur Aufwertung „blauer" Strukturen mit 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-Lebenstedt 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 Geschäftsvorflächen. Die Warenpräsentation und das Erscheinungsbild einiger (Einzelhandels-)Betriebe in den Nebenlagen scheint modernisierungsbedürftig. Vergilbte Preisschilder oder kaputte Dekoration/Warenständer im Schaufenster wirken veraltet und über das Geschäft hinaus auch negativ auf das Umfeld. Die Warenpräsentation der Betriebe in der Fußgängerzone ist aufgrund der vielen filialisierten Betriebe überwiegend modern gestaltet.

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

- **Sanierte Fassaden & neue Gebäudebestände** (Dormero-Hotel) an den Hauptplätzen („es tut sich etwas"), **Schaufenstergestaltung** in 1A-Lage gut gelungen (v. a. bei den filialisierten Betrieben)
- **Mehrere Plätze vorhanden** (baulich gefasst, offen gestaltet)
- **Neugestaltung Pflasterung** (überwiegende Barrierefreiheit)
- z. T. wiederkehrendes Element: neue, **moderne Sitzgelegenheiten und Solarbänke** „chillen-chatten-chargen" (In den Blumentriften und Albert-Schweitzer-Straße)
- Einheitliche **moderne/solarunterstützte Straßenlaternen/Beleuchtung**
- **Neugestaltung der Albert-Schweitzer-Straße** grundsätzlich positiv (Fahrbahnreduzierung, Fuß- und Radwege): aber Flächen-/Nutzungspotenziale
- **Innerstädtisches Grün** sektoral vorhanden (u. a. Blumenampeln, Blumenkübel – Fischzug und In den Blumentriften)
- **Klimagerechtes Forum** als Klimaanpassungsmaßnahme (Sprühnebelanlage)

Abb. 22: Stärken im Bereich Stadtgestaltung (Auswahl)

Platzsituation am Stadtmonument

Spielplatz, In den Blumentriften

Sitzmöglichkeiten und Begegnungsräume

Klimagerechtes Forum als Beitrag zur Klimaanpassung

Quelle: cima, 2023

Schwächen

- Aufenthaltsqualität wird gehemmt durch **Gebäudebestand der 50er-/60er-Jahre**, kein „historischer Fachwerk-Charme", z. T. offensichtlicher Sanierungsbedarf an den Gebäuden (Fassaden und Passagengänge)
- **Keine Kaschierung/Gestaltung der div. Leerstände** (oftmals zugeklebt, verdreckt)
- In den Nebenlagen überwiegend **veraltetes Stadtmobiliar** (Sitzbänke, Mülleimer, Fahrradabstell-anlagen), dies sind z. T. verdreckt/nicht mehr zeitgemäß; funktionslose Werbekästen
- **Hoher Versiegelungsgrad**, wenig Schatten, keine Grünflächen (insb. Chemnitzer Straße) → **viele ungenutzte Potenziale zur Begrünung oder Stadtgestaltung** (insbesondere Flachdächer, aber auch Fassaden)
- **Untergenutzte Grünstrukturen** (Blumenkübel) in der Chemnitzer Straße sind nicht städtisches, sondern privates Eigentum, eine Einigung mit dem Eigentümer zur Begrünung dieser durch die Stadt Salzgitter ist bisher gescheitert
- Lediglich ein Spielplatz in der Fußgängerzone: **zu wenig Spielflächen & (attraktive) Verweilmöglichkeiten**
- Entstehung von **Angsträumen** durch Passagen und wenig Frequenz in den Abendstunden

Abb. 23: Schwächen im Bereich Stadtgestaltung (Auswahl)

Gebäudebestand der 50er/60er Jahre bestimmt Ortsbild

Veraltetes Stadtmobiliar, Chemnitzer Straße

Untergenutzte Grünstrukturen, Chemnitzer Straße

Tunnelpassagen als potenzielle (gefühlte) Angsträume

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-Lebenstedt werden von verschiedenen Akteur*innen (v. a. CityLebenstedt 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 das Cityfest, der Bauernmarkt, die Mobilitätsmeile, der Weihnachtsmarkt, der Seniorentag oder neue Formate wie das Lichtfest „Light the Night“. Die Events erstrecken sich z. T. über die Fußgängerzone und/oder finden auf einzelnen Plätzen statt (Platz am Stadtmonument, Rathausplatz). 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. 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. 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. Zukünftig sollten neben den bestehenden und etablierten Events und Veranstaltungen auch neue Formate ausgetestet werden, um sich an die stetig wandelnden Ansprüche und Bedürfnisse der Bevölkerung und Besuchenden anzupassen.

Im Themenfeld Angebot wurde bereits dargelegt, dass im Zuge der Corona-Pandemie wichtige Freizeitangebote weggebrochen sind (v. a. Kino „filmpassage“ und Bowlingbahn). Die Flächen konnten bis heute nicht nachbesetzt bzw. aktiviert werden. Gleichwohl findet sich weiterhin am Standort Berliner Straße das Kultiplex City-Theater. Weitere Angebote finden sich eher angrenzend bzw. arrondierend an den festgelegten

Innenstadtbereich (u. a. Kulturscheune, Indoorspielplatz, Stadtbibliothek). Die Stadtbibliothek stellt über die reine Funktion einer Bibliothek auch einen wichtigen Veranstaltungsort in der Nähe der Innenstadt dar, da hier bspw. Lesungen, Literaturkreise oder Vorlese-Events für Kinder angeboten werden. Insbesondere im Bereich der Freizeitangebote bestehen im Innenstadtbereich Handlungsbedarfe. Zunächst sollte die Aktivierung der o. g. weggefallenen Freizeitangebote im Citytor Center in den Fokus gerückt werden. Neben der Ansiedlung vergleichbarer Angebote sollten auch neue (kreative) Nutzungen abgewogen werden. Im Rahmen der durchgeführten Beteiligungsformate wurden diverse Nutzungsmöglichkeiten gesammelt, die von unterschiedlichen Generationen eingebracht wurden (u. a. Diskothek, Fitnessstudio, EscapeRoom, Boulderhalle). Gemeinsam haben alle Ideen, dass neue Begegnungs- und Freizeitmöglichkeiten (auch in den Abendstunden) in der Innenstadt gewünscht werden. Dementsprechend können auch generationenübergreifende Begegnungsräume sowie Spiel- und Sportflächen eine zusätzliche Bereicherung für das Angebot vor Ort sein. Ein Augenmerk sollte hierbei auf die größeren Plätze und Freiflächen in der Innenstadt gelegt werden, die auch temporär bespielt werden könnten, sofern keine größeren Events oder Veranstaltungen geplant sind.

Im Gegensatz zur Innenstadt von SZ-Bad weist die Innenstadt von SZ-Lebenstedt ein deutlich geringeres touristisches Potenzial auf. Aus diesem Grund findet sich in SZ-Lebenstedt auch keine Tourist-Information, in der Materialien zu (touristischen) Angeboten, Events & Veranstaltungen im Stadtgebiet erhältlich wären. Da das Monument zur Stadtgeschichte im Innenstadtbereich die einzige Sehenswürdigkeit darstellt, bietet das Tourismusmanagement der Stadt Salzgitter im Innenstadtbereich von SZ-Lebenstedt keine öffentlichen Führungen an (Organisation nur auf Nachfrage); gleichwohl gibt es andere Anbieter*innen für Stadtführungen vor Ort (u. a. Arbeitskreis Stadtgeschichte). Touristische Angebote finden sich in erster Linie außerhalb des Innenstadtbereichs. Hierzu zählen primär der Salzgittersee (inkl. Wasserski-Anlage, Piratenspielplatz, div. Sportanlagen, Reisemobilstellplatz) das Schloss Salder, die Eissporthalle oder auch das Stadtbad. Zukünftig sollte es das Ziel sein, stärkere Synergieeffekte zwischen den Angeboten außerhalb der Innenstadt und der Innenstadt selbst zu erzeugen. Tagesbesucher*innen des Salzgittersees sollten idealerweise auch eingeladen werden, die Innenstadt zu besuchen. Erlebnisgastronomische Angebote könnten hier einen Anreiz bieten. Hilfreich wären in diesem Zusammenhang auch kostenfreie Busparkplätze (z. B. für Reisegruppen am Ostufer des Salzgittersees).

Die wirtschaftliche Entwicklung der Stadt Salzgitter bietet weiterhin Potenzial für einen umfassenden Imagewechsel. Insbesondere der geschichtliche Hintergrund der Stadt dient hierbei als Transformationsgrundlage: weg von einem reinen „Industriestadt-Image“, hin zu einem zukunftsfähigen Wirtschaftsstandort, der einen Fokus auf nachhaltige und erneuerbare Energien legt. Derzeit erinnern gestalterische (Kunst-)Objekte (z. B. Denkmal Förderrad, Stadtmonument, Denkmal Grubenbahn) im öffentlichen Raum der Innenstadt ausschließlich an die industrielle Entstehungsgeschichte von Salzgitter. Die zukunftsorientierte Wirtschafts- und Industrieentwicklung, die im übrigen Stadtgebiet bereits heute stattfindet (u. a. Wasserstoff-Campus, Batteriezellentechnik), sollte daher auch in der Innenstadt sichtbarer 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. Positiv hervorzuheben ist die Sichtbarkeit der Interessensvertretung CityLebenstedt e. V., auf die bereits in den Eingangsbereichen der Fußgängerzone durch gebrandete Stelen und Fahnen aufmerksam gemacht wird. Als wichtiges Instrument zur Kundschaftsbindung gibt es in der Innenstadt von SZ-Bad einen Stadt-GUTSCHEIN, der in über 80 teilnehmenden Betrieben eingelöst werden kann. In SZ-Lebenstedt gibt es einen vergleichbaren Gutschein derzeit nicht. Eine (Wieder-)Einführung eines (standortgerechten) Gutscheinsystems ist zu empfehlen. 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 mehreren öffentlichen WC-Anlagen, 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 (gefühlte) Angsträume wurden im Rahmen der Beteiligung insbesondere das Bahnhofsareal sowie die diversen überdachten Seitengänge und Passagen im Innenstadtbereich genannt. Insbesondere in den Abendstunden oder nachts können sich die vorweg genannten Bereiche zu (gefühlten) Angsträumen entwickeln. Durch eine standortgerechte Beleuchtung und Gestaltung dieser Bereiche kann das Sicherheitsgefühl verstärkt werden. Bei dem Thema Sauberkeit ist für den Innenstadtbereich eine ausgeprägte Problematik aufgrund der vorhandenen Taubenpopulation festzustellen. Mehrere Taubenschwärme sorgen für Verschmutzungen im öffentlichen Raum. Vor allem die vorhandenen Passagenüberdachungen weisen oftmals starke Verschmutzungen auf den Überdachungen selbst oder darunter auf. Da sich die Thematik mittlerweile massiv auf die Aufenthaltsqualität vor Ort auswirkt, haben sowohl Gewerbetreibende als auch Immobilieneigentümer*innen bereits Bereitschaft gezeigt, sich an etwaigen Lösungsmaßnahmen (z. B. Umsiedlung/Verkleinerung der Taubenpopulation) zu beteiligen.

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). Derzeit ist keine „Marke" der Innenstadt von SZ-Lebenstedt erkennbar. 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. 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. Wichtig für die Innenstadt von SZ-Lebenstedt ist, dass die Innenstadt als Ganzes gedacht und nicht in Teilbereichen gedacht wird. Dies gilt bspw. für das BraWo Carree, dessen Management ein eigenständiges Marketing betreibt. Das BraWo Carree darf jedoch nicht als Konkurrenz zur übrigen Innenstadt vermarktet bzw. verstanden werden, sondern als Bestandteil eben dieser. Gleiches gilt auch für das Citytor Center und die Stadtpassage.

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-Lebenstedt abgefragt. Im Vergleich zur Innenstadt von SZ-Bad wurde das Image der Innenstadt von SZ-Lebenstedt deutlich negativer bewertet. Als positiv bestimmende Faktoren wurden in erster Linie die kurzen Wege und die grundsätzliche Erreichbarkeit genannt. Viele Teilnehmende gaben allerdings auch an, dass sie keine zentrale Stärke wahrnehmen (Stärke = „nichts"). Zu den Faktoren, die das Image eher negativ beeinflussen, zählten nach Aussage der Teilnehmenden die Leerstandssituation in der Fußgängerzone, die Qualität und die Vielfalt des Geschäfts-/Einzelhandelsbesatzes sowie Angebotslücken im Bereich Gastronomie. Auch das Thema Migration und Kulturenvielfalt wurde mehrfach genannt. Zusammengefasst haben drei von vier Personen derzeit ein negatives Bild der Innenstadt von SZ-Lebenstedt. Es sollten gezielt Maßnahmen ergriffen werden, um dies zu verbessern.

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

Stärken

- **Events & Veranstaltungen** als wichtige Frequenzbringer in der Innenstadt (Cityfest, Weihnachtsmarkt, Bauernmarkt, Seniorentag etc.)
- **Wochenmarkt** in der Innenstadt (dienstags & freitags, Chemnitzer Straße)
- **Zeitgemäße Services zur Erhöhung der Aufenthaltsqualität**
  - Öffentliche Toiletten (Chemnitzer Straße, Bahnhof, BraWo-Carree, Citytor Center)
  - Wasserspender (In den Blumentriften)
  - WLAN-HotSpots (jedoch z. T. nur im Bereich der Solarbänke oder via Betriebe)
- Gute Sichtbarkeit der **Werbegemeinschaft** „City Lebenstedt Einkaufen und (Er)Leben"
- Hohes Potenzial zur **Ausschöpfung möglicher Synergieeffekte** durch Nähe zum Salzgittersee, dem Schloss Salder oder der Kulturscheune (Tagestourismus)

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

Cityfest als Frequenzbringer

Öffentliche (barrierefreie & kostenlose) WC-Anlage

Wochenmarkt, Chemnitzer Straße

WLAN-HotSpots & Lademöglichkeit an Solarbänken

Quelle: cima, 2023

Schwächen

- **„Marke" Innenstadt** nicht erkennbar
- Abseits der Veranstaltungen in der Innenstadt mangelt es an Besuchsanreizen/-gründen, **es fehlt ein „Leuchtturm" bzw. „Erlebnisfaktor"**
- Zu wenig Angebote für **Kultur, Freizeit** (v. a. für Kinder und Jugendliche), (generationen-übergreifende) **Begegnungsorte, Erlebnisgastronomie** (zuletzt Schließung Kino + Bowling durch die Auswirkungen der Corona-Pandemie)
- Wenig bzw. keine **touristischen Angebote**, ungepflegte/verdreckte Informationstafeln
- Potenziale bleiben ungenutzt!
- Fehlende digitale **Werbetafeln und Leitsysteme** für Besuchende in der Innenstadt
- Ausbaufähige **digitale Präsenz der Betriebe** und damit der Innenstadt (einzelne gute Beispiele)
- **Besondere Services im Einzelhandel** (Click + Collect, Lieferdienste etc.) nur selten bis gar nicht
- Entstehung von **Angsträumen** durch Passagen und wenig Frequenz in den Abendstunden

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

Sauberkeit und Pflege des Stadtmobiliars

Veraltete Werbeplakate (Kino-Schließung im Jahr 2021)

Innenstadt als (gefühlter) Angstraum (abends/nachts)

Mangelnde Sauberkeit von Informationstafeln

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

Angebot

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

Mobilität & Erreichbarkeit

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

Stadtgestaltung

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

Erlebnis & Kommunikation

- Schaffung von „Leuchttürmen", Alleinstellungsmerkmale fördern
- Image nach innen stärken und nach außen profilieren
- Touristische Potenziale stärker für die Innenstädte nutzen
- Ausbau von Kultur- und Freizeitangeboten in den Innenstädten (generationenübergreifende 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-Lebenstedt

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

- Durch die Nach- und Auswirkungen der Corona-Krise ergeben sich neue Rahmenbedingungen und Trends, die genutzt werden können und sollten. Hierzu zählt bspw. der zunehmende Anklang des **regionalen und Tages-Tourismus**. Tagesbesucher*innen des nahegelegenen Salzgittersees, der Eissporthalle oder des Stadtbades sollten idealerweise auch eingeladen werden, die Innenstadt zu besuchen. Vorrangig (erlebnis-)gastronomische Angebote könnten Besuchsanreize bieten und Kopplungseffekte fördern. Während der Corona-Pandemie erreichten die Neuzulassungen von (kleineren) Reisemobilen Rekordhöhen, weshalb auch der Reisemobilstellplatz am Salzgittersee bei den vorweg genannten Potenzialen eine Rolle spielt.
- 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 Lebenstedt 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 die Chemnitzer Straße sowie die frequenzstarken Bereiche In den Blumentriften und Fischzug gelten als wichtige Schlüsselbereiche. Die vorhandenen Fassaden- und Dachflächen bieten große Potenziale für Begrünungsvorhaben.
- 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 größeren Immobilien-

gesellschaften) oft als eingeschränkt und mühselig herausstellt, sollten die Bestrebungen der Kontaktaufnahme aufrechterhalten 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 helfen, 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-Lebenstedt 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-Lebenstedt. 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-Lebenstedt 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-Lebenstedt 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 eingeteilt: 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-Lebenstedt

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-Lebenstedt 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-Lebenstedt 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 v. a. auch in Salzgitter-Lebenstedt 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 „Umweltbewusstes Zentrum"

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-Lebenstedt essenziell, um eine nachhaltige und lebenswerte städtische Umgebung zu schaffen. Zur Förderung grüner Elemente sollen auch die Themen Entsiegelung und Fassaden-/Dachbegrünung stärker in den Fokus gerückt werden. Das Entwicklungsziel „Umweltbewusstes Zentrum" trägt weiterhin dazu bei, die Themen Klimaschutz und die Klimaanpassung in der Innenstadt von Salzgitter-Lebenstedt voranzutreiben.

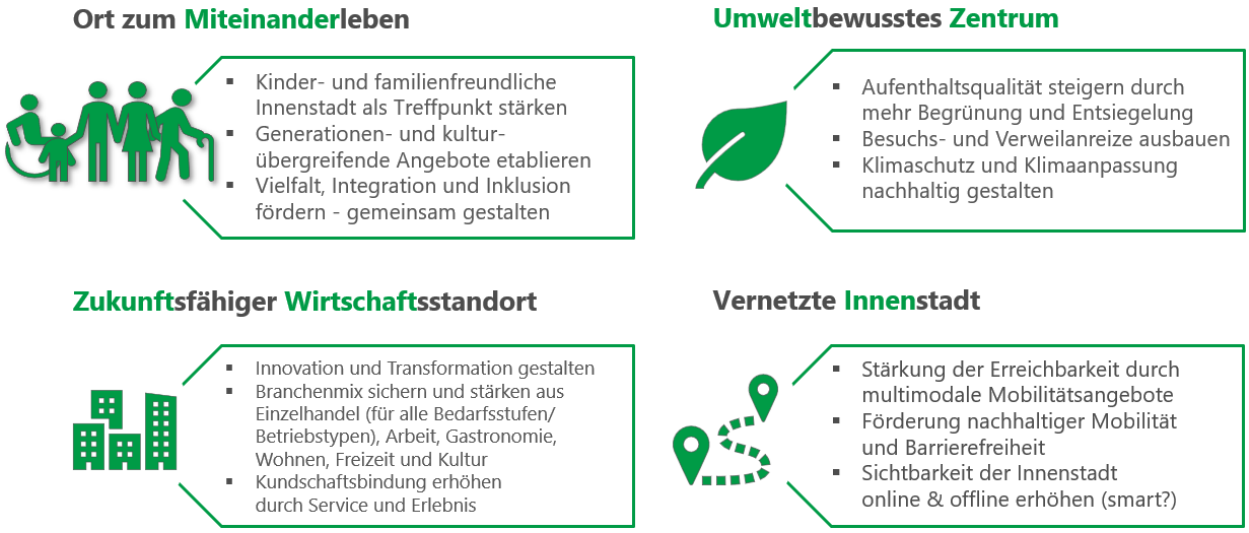
Entwicklungsziel „Zukunftsfähiger Wirtschaftsstandort"

Die wirtschaftliche Entwicklung der Stadt Salzgitter bietet Potenzial für einen umfassenden Imagewechsel. Insbesondere der geschichtliche Hintergrund der Stadt dient hierbei als Transformationsgrundlage: weg von einem reinen „Industriestadt-Image", hin zu einem zukunftsfähigen Wirtschaftsstandort, der einen Fokus auf nachhaltige und erneuerbare Energien legt. Die Aspekte Innovation und Transformation sollen daher auch in der Innenstadt sichtbarer werden. Die alleinige Leuchtturmfunktion des Einzelhandels verliert in den Zentren der gesamten Bundesrepublik 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-Lebenstedt, 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 zukünftig insbesondere derzeit bestehende Angebotslücken im Bereich Einzelhandel und Gastronomie abgebaut bzw. geschlossen 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-Lebenstedt soll die Mobilität & Erreichbarkeit der Innenstadt durch den Aufbau multimodaler Mobilitätsangebote und -strukturen verbessert werden. Die einzelnen Verkehrsmittel dürfen hierzu nicht getrennt voneinander, sondern vielmehr miteinander und ganzheitlich gedacht werden. Insbesondere die Geh- und Radwegeinfrastruktur, die Erreichbarkeit aus den umliegenden Stadtteilen, die innerstädtische Barrierefreiheit sowie auch die Ankunftssituation am Bahnhof Lebenstedt 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-Lebenstedt



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-Lebenstedt übertragen. Dieses stellt die Funktionen und Wechselwirkungen der strategischen Ausrichtung hinsichtlich der diversen Themenbereiche und Handlungsfelder räumlich im Innenstadtbereich dar (vgl. Abb. 30).

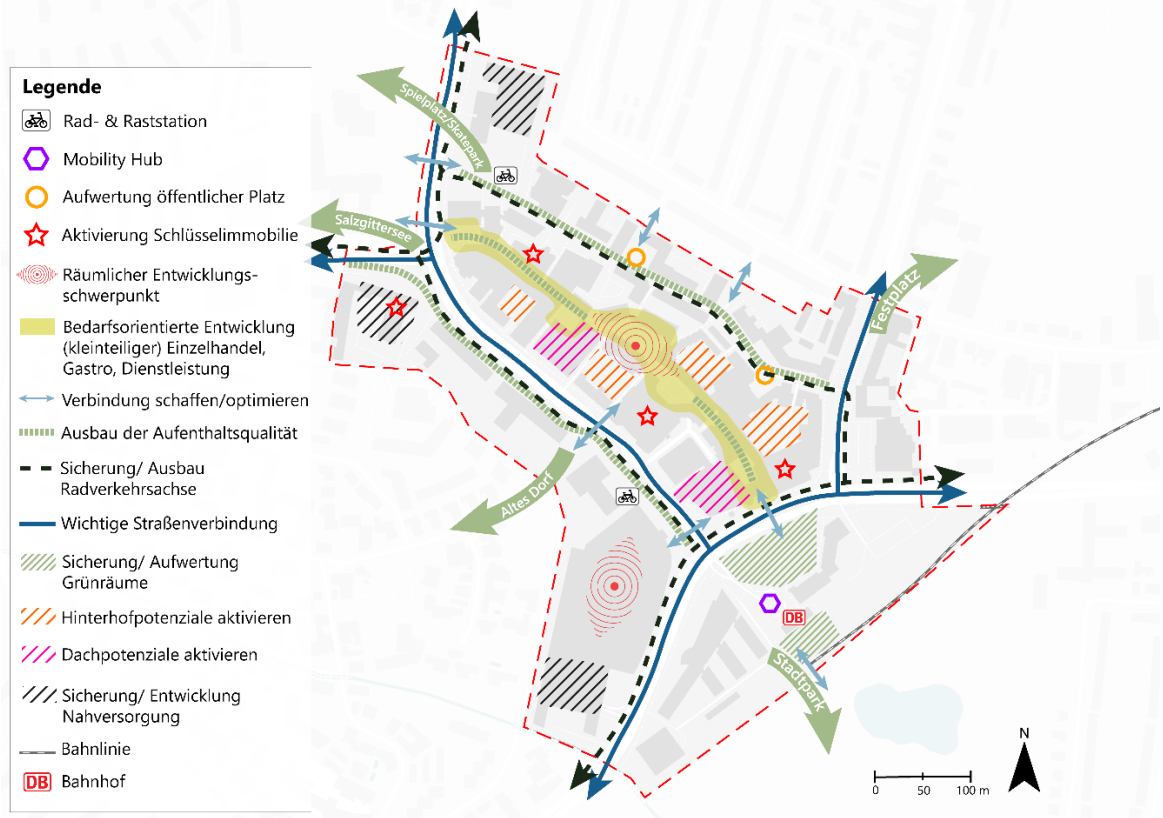
Auf Grundlage der Bestandsaufnahme und -analyse und den Erkenntnissen der Beteiligungsveranstaltungen ergeben sich folgende Entwicklungsschwerpunkte:

- Prioritäre **räumliche Entwicklungsschwerpunkte** mit Ausstrahlungseffekten stellen der Bereich um das Stadtmonument sowie das BraWo Carree dar. Durch bereits getätigte Investitionen in die Aufenthaltsqualität (klimagerechtes Forum, neues Sitzmobiliar, Trinkwasserbrunnen etc.) sowie die Immobilienstruktur konnten im Bereich des Stadtmonuments bereits Aufwertungseffekte erzielt werden. Zukünftig muss insbesondere die Leerstandssituation im Umfeld verbessert werden. Gleiches gilt auch für das BraWo Carree, in dem z. T. nicht unwesentliche Verkaufsflächen leerstehen.
- Durch die **Neugestaltung und Aufwertung zentraler Plätze und Bereiche** soll die Aufenthalts- und Begegnungsqualität in der Innenstadt merklich erhöht werden. Neben dem o. g. (bereits aufgewerteten) Bereich um das Stadtmonument stehen insbesondere die Nebenlagen wie die

Chemnitzer Straße 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 (bzw. Entsiegelung) soll auch die **Sicherung und Qualifizierung** bestehender (bislang jedoch untergenutzter) **Grünflächen** (v. a. im Bahnhofsumfeld) neue Impulse setzen und die Ankunftssituation für die Bevölkerung und Besuchende aufwerten.
- Entlang der Haupteinkaufsbereiche Fischzug und In den Blumentriften soll eine **bedarfsorientierte Entwicklung der Einzelhandelsstrukturen** sowie von (neuen) **Gastronomie- und Dienstleistungsangeboten** forciert werden.
- In Salzgitter-Lebenstedt nimmt die **Aktivierung zentraler Schlüsselimmobilien** einen maßgeblichen Stellenwert ein. Hierzu gehören v. a. das Citytor Center (v. a. Räumlichkeiten des ehem. Kinos) und die Stadtpassage (Aktivierung/Umnutzung der div. Leerstände). Für das ehem. Postgebäude stehen bereits Nachnutzungspläne fest (Neubau Lebensmittelmarkt nebst Wohnungen für Menschen im Rentenalter).
- Einen Schwerpunkt zur Attraktivierung und Stärkung der Innenstadt nimmt zukünftig das Thema **Mobilität & Erreichbarkeit** ein. Im Fokus muss hierbei sowohl die Verbesserung der Geh- und Radwegeinfrastruktur innerhalb des Innenstadtbereichs stehen sowie auch die Optimierung der Anbindung an umliegende Siedlungsbereiche (auch Eingangsbereiche). Zentrale Handlungsansätze beziehen sich weiterhin v. a. auf die Barrierefreiheit, eine effiziente Parkraumsteuerung, Förderung von Sharing-Angeboten und die Aufwertung der ÖPNV-Infrastruktur.
- Ein besonderes Augenmerk soll zukünftig auf die **Ausschöpfung vorhandener Flächenpotenziale** gelegt werden. Hierzu zählen insbesondere Hinterhöfe und Dachflächen, die derzeit z. T. un(ter)genutzt sind und deutliche funktionale Aufwertungs-/Nutzungspotenziale vorweisen.

Abb. 30: Räumliches Leitbild der Innenstadt Salzgitter-Lebenstedt



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

5.4 Quartiersprofile

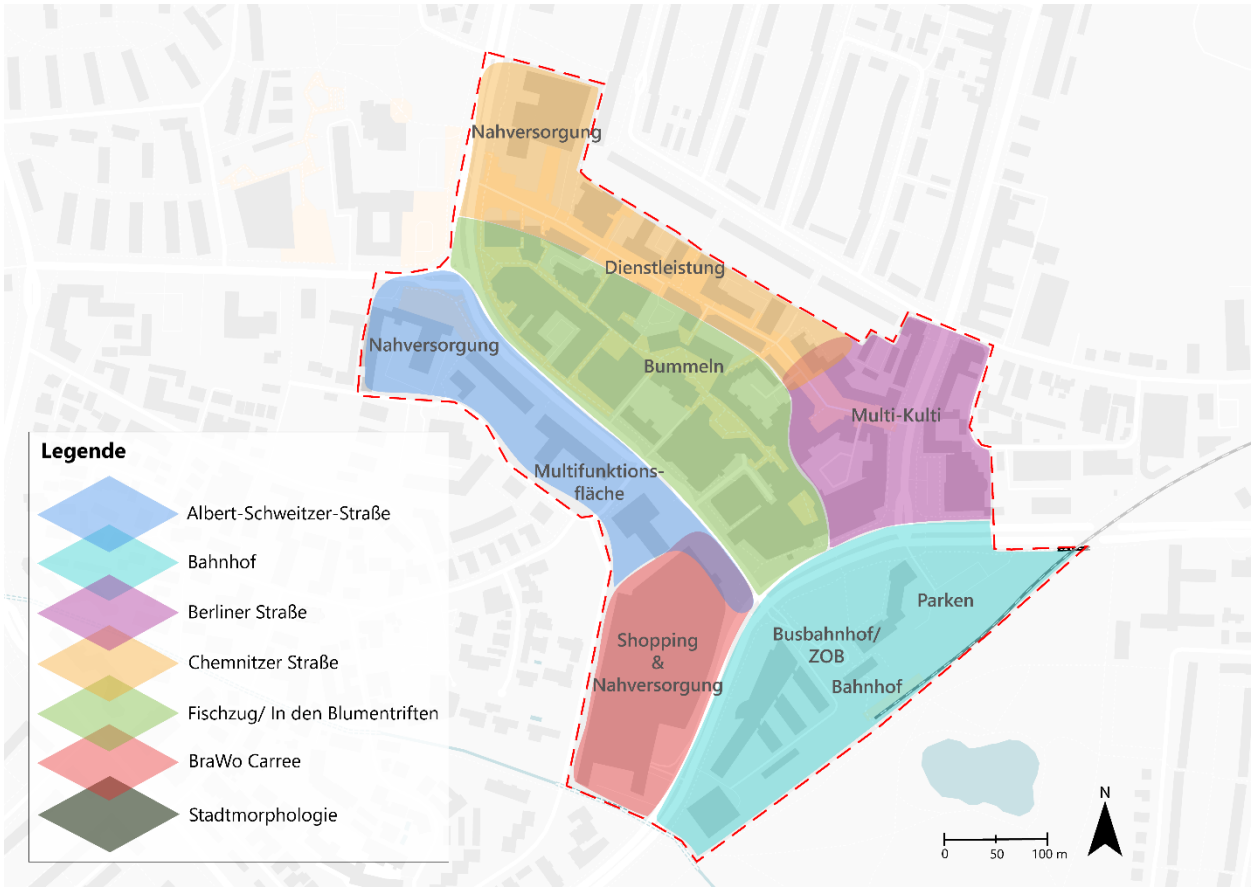
Die strategische Ausrichtung (Leitbild und Ziele) für die Innenstadt von Salzgitter-Lebenstedt stellt das Dach für die zukünftige Entwicklung des Standortes als multifunktionalen Erlebnisraum dar und gibt die thematischen Vorgaben dafür. Alle künftigen Maßnahmen und Projekte sollen sich an dieser Ausrichtung 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 Besatzes 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.

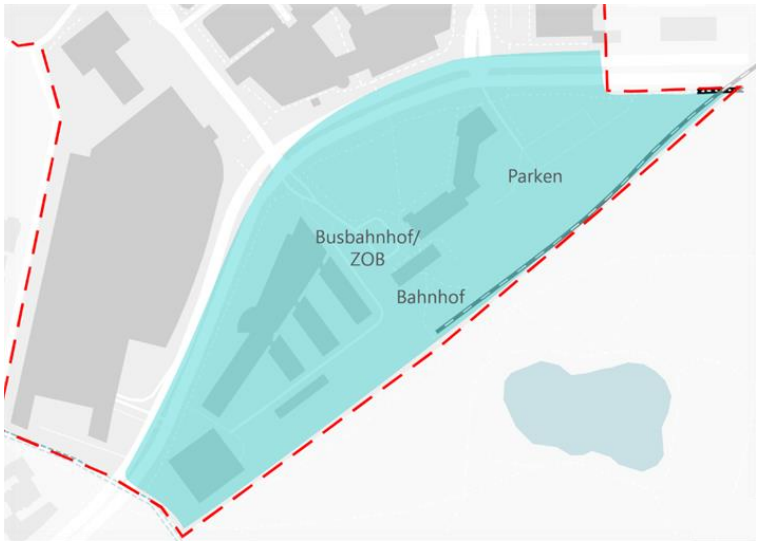
Abb. 31: Quartiere im Innenstadtbereich



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

- „Ort des Ankommens“ in Lebenstedt; Bahnhof und ZOB mit prägenden Funktionen für das Quartier
- Konrad-Adenauer-Straße/Willy-Brandt-Straße als „Brücken“ zur Innenstadt sowie wichtige Einfallstraßen für den Pkw-Verkehr
- Büros, Gesundheitszentrum, Bundesamt für Strahlenschutz ansässig, Stadtpark südlich angrenzend

Stärken

- Unmittelbare Nähe zur Innenstadt
- Knotenpunkt diverser Verkehrsmittel (Bahn, Bus, Rad, Pkw)
- Service-Center der KVG ansässig
- Gesichertes Fahrradparken, Gepäckaufbewahrung und barrierefreie öffentliche Toilette am Bahnhof
- Grünflächenpotenziale zur Aktivierung/Attraktivierung

Schwächen

- Unattraktive Ankunftssituation am Bahnhof (fehlende Gestaltungselemente, Grünpflege, Sitzmöglichkeiten)
- Unzureichende Wegeleitführung zur Innenstadt und zum Stadtpark
- Konrad-Adenauer-Straße als starke städtebauliche Barriere zwischen Bahnhof und Innenstadt
- Keine P+R Parkplätze oder weitere Sharing-Angebote am Bahnhof

Entwicklungs-/Handlungsempfehlungen

- Weiterentwicklung zu einer vollwertigen Mobilitätsstation („Mobility Hub“)
- Aufenthaltsqualität steigern durch Sitzmöglichkeiten, Wegeleitführung
  → „Willkommenssituation“ erzeugen
- Vereinfachung der Überquerung der Konrad-Adenauer-Straße für Fußgänger*innen und Radfahrende
- Einrichtung von P+R-Parkplätzen

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

Bahnhofsareal Salzgitter-Lebenstedt

Fahrradkäfig inkl. Gepäckaufbewahrung

KVG-Servicestelle

Öffentliche WC-Anlage

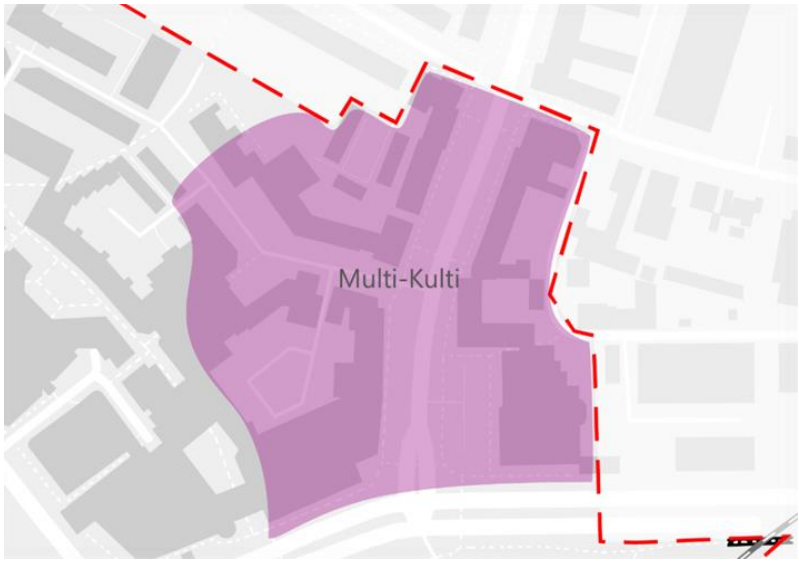
Parkplatz an der Konrad-Adenauer-Straße

Bundesamt für Strahlenschutz

Quelle: cima, 2023/2024

5.4.2 Quartiersprofil „Berliner Straße“

Abb. 34: Lage und Abgrenzung des Quartiers „Berliner Straße“



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

Charakteristika
▪ Gemischtgenutztes Quartier mit dem Fokus auf multikulturelle Gastronomie, Freizeit und div. Dienstleistungen ▪ Berliner Straße als Nord-Süd-Achse für Pkw-Verkehr ▪ „Übergangsbereich“ in Richtung Chemnitzer Straße/Fischzug durch die Créteilpassage ▪ Innenhöfe mit Parkplätzen in der Blockrandbebauung
Stärken
▪ Kulturelles (Freizeit-)Angebot: Kino „Kultiplex“, Kneipen und Restaurants, arrondierend u. a. Indoorspielplatz ▪ (vergleichsweise) wenig Leerstand ▪ Potenzial, um als „Multi-Kulti-Quartier“ ausgebaut zu werden
Schwächen
▪ Leerstand ehem. Kino „filmpassage“ ▪ Berliner Str. als städtebauliche Barriere ▪ Unübersichtliche Verkehrssituation in der Chemnitzer Straße ▪ Hoher Flächenverbrauch durch Parkplätze (auch auf Hinterhöfen) ▪ Allg. wenig Begrünung (Chemnitzer Str.) ▪ Veraltetes Stadtmobiliar auf der Chemnitzer Straße
Entwicklungs-/Handlungsempfehlungen
▪ Etablierung als „Kiez“, z. B. durch gezielte Ansiedlung von Gastronomie- und Kulturangeboten ▪ Steigerung der Aufenthaltsqualität: Reduzierung weniger Parkflächen, Modernisierung des Stadtmobiliars, mehr Begrünung, mehr Außenbestuhlung ▪ Aktivierung ehem. Kino als Schlüsselimmobilie ▪ Potenzialprüfung Pocket-Parks (Hinterhöfe)

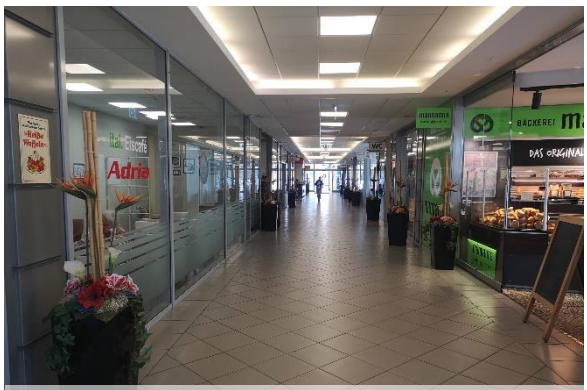
Abb. 35: Impressionen aus dem Quartier „Berliner Straße“ (Auswahl)

Kultiplex City-Theater

Gastronomisches Angebot, Chemnitzer Straße

Östlicher Teil des Citytor Centers (Außenbereich)

Kleinteiliges Gewerbe entlang der Berliner Straße



Östlicher Teil des Citytor Centers (Innenbereich)

Innenhöfe als Parkflächen

Quelle: cima, 2023/2024

5.4.3 Quartiersprofil „Chemnitzer Straße“

Abb. 36: Lage und Abgrenzung des Quartiers „Chemnitzer Straße“

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

Charakteristika

- „Dienstleistungsquartier“ im rückwärtigen Bereich der Einkaufsstraße: Besatz aus Dienstleistungen, Wohnen und vereinzelter Gastronomie
- Standort Wochenmarkt (2x/Woche)
- Hohe städtebauliche Dichte: Mehrgeschossigkeit, Flachdächer und große Fassadenflächen
- Lebensmittelvollsortimenter im Norden des Quartiers

Stärken

- Dienstleistungen/Institutionen (Banken) als Frequenzbringer
- Wochenmarkt als belebendes Event auf der Chemnitzer Straße
- Dormero-Hotel wertet das Stadtbild auf
- Öffentliche, barrierefreie Toilette
- Informations- und Besucherzentrum zu Schacht Konrad
  → Anknüpfungs-/Inspirationsquelle für ähnliche Projekte

Schwächen

- Hohe Versiegelung, wenig Begrünung
- Veraltetes/verschmutztes Stadtmobiliar, allg. wenig/keine Sitzmöglichkeiten
- Konfliktpotenzial Durchgangsverkehr vs. Wochenmarkt
- Verkehrsregelung im Bereich der REWE-Einfahrt
- Albert-Schweitzer-Straße als städtebauliche Barriere zum Rathaus

Entwicklungs-/Handlungsempfehlungen

- Neugestaltung Stadtmobiliar und Intensivierung der Begrünung
- Regelung Durchgangsverkehr, Priorität auf den Radverkehr legen
- Kinder- und familienfreundliche Lernstadt profilieren: Ableger Wasserstoff-Campus, Welcome-Center Salzgitter AG, „Mini-Phaeno“ o. ä.
- Dach- und Fassadenbegrünung/-gestaltung

Abb. 37: Impressionen aus dem Quartier „Chemnitzer Straße“ (Auswahl)

Stadtmobiliar, Chemnitzer Straße

Platz-/Flächenpotenziale, Chemnitzer Straße

Verkehrsregelung, Chemnitzer Straße

Begrünungspotenziale, Chemnitzer Straße

Dormero-Hotel

Wochenmarkt

Quelle: cima, 2023/2024

5.4.4 Quartiersprofil „Fischzug/In den Blumentriften“

Abb. 38: Lage und Abgrenzung des Quartiers „Fischzug/In den Blumentriften“

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

Charakteristika
▪ Haupteinkaufslage mit Angebots-Mix aus Einzelhandel, Gastronomie und Dienstleistungen ▪ Hohe städtebauliche Dichte durch mehrgeschossige Gebäude (Wohnen im OG) ▪ Prägung durch Baustil der 1950er/60er-Jahre ▪ Gekennzeichnet durch mehrere Plätze, Passagen/Center und (überdachte) Durchgänge
Stärken
▪ Angebots-Mix für div. Bedarfsstufen und Betriebstypen (Ankermieter ansässig) ▪ Sichtbare Investitionen: Aufwertung Begrünung, Stadtmobiliar, Beleuchtung, Fassaden, Gebäudebestände etc. ▪ Außengastronomie lädt zum Verweilen ein (u. a. Eiscafé) ▪ Schaufenstergestaltung in 1A-Lage gut gelungen
Schwächen
▪ Trading-Down-Effekte und Leerstand, z. T. Angebotslücken (abends wenig/keine Frequenz wg. fehlender Angebote) ▪ Leerstandsgestaltung/-belebung ▪ Ausbaufähige digitale Präsenz der Betriebe ▪ Z. T. Konflikte Wohnnutzungen vs. Belebung in den Abendstunden ▪ Städtebauliche Defizite: Fassaden, Überdachungen/Gänge → Angsträume
Entwicklungs-/Handlungsempfehlungen
▪ Aktives Leerstandsmanagement, Kontakte zu Eigentümer*innen intensivieren ▪ Neue Nutzungen ermöglichen: Kultur- und Freizeitangebote, Begegnungsraum ▪ Konsequente Aufwertung Stadtmobiliar, Begrünung, Beleuchtung ▪ Eingangsbereiche aufwerten ▪ Flächenpotenziale ausschöpfen: Hinterhöfe, Fassaden, Dächer

Abb. 39: Impressionen aus dem Quartier „Fischzug/In den Blumentriften“ (Auswahl)

Südlicher Eingangsbereich am Citytor Center

Cityfest als Frequenzbringer

Leerstände in der Stadtpassage

Modernisierte Grünstrukturen und Sitzmöglichkeiten

Créteilpassage

Spielplatz, In den Blumentriften

Quelle: cima, 2023/2024

5.4.5 Quartiersprofil „BraWo Carree“

Abb. 40: Lage und Abgrenzung des Quartiers „BraWo Carree“

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

Charakteristika
▪ BraWo Carree als innerstädtisches Shopping-Center mit SB-Warenhaus, Drogerie, Textilwaren, Elektronik etc. ▪ Ausschließlich filialisierter Einzelhandel ▪ Einbindung in die Promenade entlang der Albert-Schweitzer-Straße ▪ Fokus auf gezielte Shopping-Einkäufe
Stärken
▪ Anker-/Magnetbetriebe (Kaufland, Media-Markt, dm) sorgen für Frequenz ▪ Leerstände werden geschickt kaschiert ▪ (Tief-)Garage mit umfassenden Pkw-Stellplätzen ▪ Eigenes Marketing & Management → z. B. Parken per Kennzeichenerfassung
Schwächen
▪ Konkurrenz vs. Ergänzung zur übrigen Innenstadt ▪ Konrad-Adenauer-Straße als städtebauliche Barriere zwischen dem BraWo Carree und der Fußgängerzone ▪ Großflächige (langfristige) Leerstände ▪ Trading-Down-Effekte (ehem. Spiele Max → Action)
Entwicklungs-/Handlungsempfehlungen
▪ BraWo Carree einbinden in Gesamtbetrachtung der Innenstadt, keine Trennwirkung erzeugen/stärken! ▪ Regen Austausch mit Centermanagement zur Profilierung der gesamten Innenstadt etablieren ▪ Potenziale zu Fassaden-/Dachbegrünung klären

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

BraWo Carree, Einfahrt Parkhaus, Willy-Brandt-Straße

Leerstandskaschierung

Zwischennutzungen

Fahrradabstellanlagen im Außenbereich

Blick in den Mallbereich

Blick in den Mallbereich

Quelle: cima, 2023/2024

5.4.6 Quartiersprofil „Albert-Schweitzer-Straße“

Abb. 42: Lage und Abgrenzung des Quartiers „Albert-Schweitzer-Straße“

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

Charakteristika

- Weitläufige Promenade entlang der Albert-Schweitzer-Straße
- Discountorientierter Einzelhandel, Dienstleistungen/Institutionen und Imbisse ansässig
- Prägung durch Leerstand ehem. Postgebäude
- Verbindungssteg zwischen der Fußgängerzone und dem alten Dorf (historischer Kern)

Stärken

- Neugestaltung der Promenade mit modernem Stadtmobiliar und neuer Begrünung (Baumpflanzungen)
- Gut ausgebauter und sicherer Fuß- und Radweg, moderne Fahrradstellplätze
- Bestehende Planungen: Abriss Postgebäude, Neubau Vollsortimenter im EG inkl. Wohnungen für Menschen im Rentenalter und Tagespflege im OG → Perspektive!

Schwächen

- Hoher Versiegelungsgrad
- Albert-Schweitzer-Straße als städtebauliche Barriere
- Teilbereiche ohne Frequenzfunktion (Bereich um WEVG, ehem. Post)
- Mangelhafte Qualität des Geschäftsbesatzes
- Städtebauliche Qualität wirkt negativ auf Aufenthaltsqualität

Entwicklungs-/Handlungsempfehlungen

- Promenade/Platzmöglichkeiten als Potenzial verstehen: Veranstaltungen/Events, Sport-/ Bewegungsflächen
- Synergieeffekte der Postgelände-Planung nutzen: „neue“ Anspruchsgruppe → aktives Leerstandsmanagement, Aufwertung Besatz
- Steigerung der Aufenthaltsqualität durch (mobile) Begrünung, Aufwertung der Fassaden

Abb. 43: Impressionen aus dem Quartier „Albert-Schweitzer-Straße“ (Auswahl)

Kleinteiliger Besatz im Bohlweg

Ehem. Postgebäude, zukünftig Nahversorgung & Wohnen

Sitzgelegenheiten entlang der Promenade

Von der Straße getrennter Radweg

Kleinteiliges Gewerbe

Blick auf das Quartier

Quelle: cima, 2023/2024

5.5 Öffentliche Beteiligungsformate und -veranstaltungen im Zuge der Konzeptionsphase

5.5.1 Fachforum

Im Rahmen eines Fachforums am 23.05.2024 in der Kulturscheune wurden die umfassenden Ergebnisse der Analyse, das erarbeitete Leitbild sowie die Entwicklungsziele für die künftige Entwicklung der Innenstadt von Salzgitter-Lebenstedt 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 CityLebenstedt e. V., 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

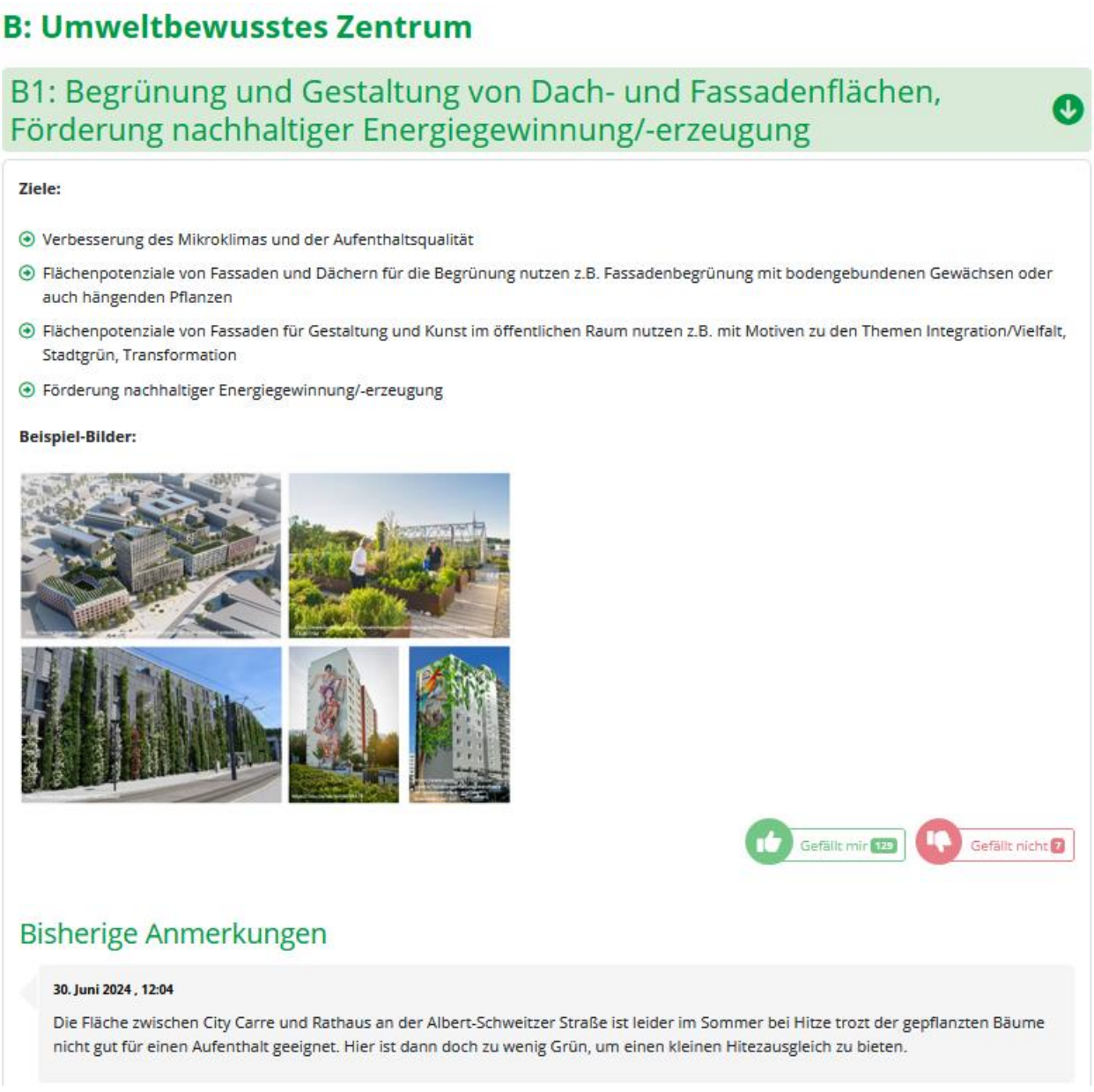
Quelle: cima, 2024

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-Lebenstedt 4.592 Bewertungen abgegeben, zu den Maßnahmen wurden insgesamt 184 Kommentare geschrieben.

Im Ergebnis konnte die überwiegende Anzahl der Maßnahmen mit einer Mehrheit bestätigt werden. Bei wenigen einzelnen Maßnahmen fiel 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



Quelle: cima, 2024

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

1. CitytorCenter multifunktional stärken & aufwerten (173 „Gefällt mir"-Angaben)
2. Sauberkeit im öffentlichen Raum erhöhen (151 „Gefällt mir"-Angaben)
3. Abbau von Angsträumen/Sicherheitsgefühl im öff. Raum erhöhen (135 „Gefällt mir"-Angaben)

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

1. Vielfalt und Inklusion im öffentlichen Raum sichtbarer machen (68 „Gefällt mir nicht"-Angaben)
2. TranSZformations-Labor (49 „Gefällt mir nicht"-Angaben)
3. Zentrumsanker einrichten als Ort der Begegnung (44 „Gefällt mir nicht"-Angaben, jedoch 130 „Gefällt mir"-Angaben)

In Bezug auf die vier Handlungsfelder „Ort zum Miteinanderleben", „Umweltbewusstes Zentrum", „Zukunftsstarker Wirtschaftsstandort" sowie „Vernetzte Innenstadt" wurden insbesondere die Handlungsfelder „Umweltbewusstes Zentrum" und „Vernetzte Innenstadt" in ihrer Gesamtheit 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 Innenstadtspaziergang
- 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 somit der

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

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

Quelle: cima, 2024

Good-Practice-Beispiele

Bsp.: Jugendzentrum Innenstadt (Hanau)

Bsp.: PlanTreff (München)

Bsp.: Begegnungszentrum (Essen)

Beschreibung

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 aktiv 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 vielfätig 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-Lebenstedt 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 Zentrums-anker zu einem „Schaufenster der Stadt" bzw. zu einem Ort für transparente Stadtprozesse und Mit-gestaltung machen. Der Prozess einer Konzeptions-phase inkl. öffentlicher Beteiligungsformate ist im Juni 2024 bereits gestartet.

Umsetzungsprogramm

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 Zentrenanker und Jahr ca. 90.000 € (Personal-, Sach- und Werbekosten)

Good-Practice-Beispiele

Bsp.: Diskothek Skala in ehem. Kino (Bielefeld)

Bsp.: Rooftop-Bar Jupiter (Hamburg)

Bsp.: Boulderhalle auf der Schildergasse (Köln)

Beschreibung

A2: Citytor Center multifunktional stärken & aufwerten

Ziel:

Das Citytor Center befindet sich in der Fußgängerzone (Fischzug) im südlichen Innenstadtgebiet von Salzgitter-Lebenstedt und kann als südliches Eingangstor zur Innenstadt und damit als Schlüsselimmobilie verstanden werden. Da insbesondere der erste Eindruck der Innenstadt zählt, gilt es das Citytor Center vor dem Hintergrund der aktuell vorhandenen Leerstandssituation multifunktional zu stärken & aufzuwerten.

Im Citytor Center befinden sich derzeit neben Büroräumen, einem Parkhaus sowie Einzelhandels-, Gastronomie- und Dienstleistungsbetrieben auch zwei außer Betrieb genommene Freizeiteinrichtungen: das ehem. Kino („filmpassage") mit sieben Sälen sowie eine ehem. Bowling-Anlage.

Da über alle Generationen hinweg eine hohe Nachfrage an Freizeitangeboten besteht, ist es das Ziel, das Citytor 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:

Im Innenbereich soll zur Belebung des Citytor Centers die aktive Betreibersuche zur Wiederbelebung des geschlossenen Kinos (filmpassage) im OG und des Bowling-Centers im UG des Gebäudes verfolgt werden. Alternativ sollen für die oben genannten Flächenpotenziale zur Belebung der Schlüsselimmobilie mit neuen Kultur- und Freizeitangeboten auch kreative (neue) Nutzungs-/Umnutzungskonzepte geprüft werden: z. B. Diskothek, Rooftop-Bar, Fitnessstudio, EscapeRoom, Boulderhalle. Im Außenbereich des Citytor Centers sollen verschiedene Aufwertungsmaßnahmen greifen. Dazu ist insbesondere die Aufwertung der Fassade zu zählen, was künstlerisch oder durch Fassadenbegrünung erreicht werden könnte. Auch Potenziale einer Dachbegrünung sollen 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 Wunschunternehmen durch die WIS im Sinne eines Gründungswettbewerbes (siehe Maßnahme C1) stattfinden.

Umsetzungsprogramm

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

Zeithorizont:

kurzfristig
mittelfristig
langfristig

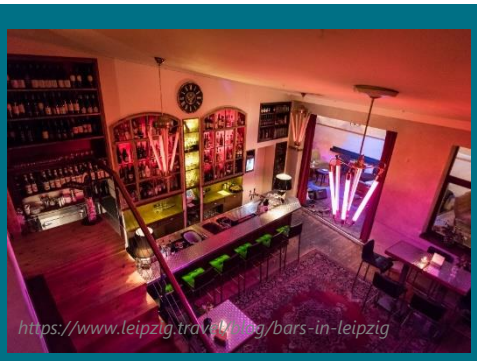
Akteur*innen/Verantwortliche:
- Eigentümer*innen
- WIS (fachliche Begleitung und Unterstützungsarbeit)

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

Mögliche Projektfinanzierung:
- Eigentümer*in
- Förderprogramme: z. B. Bundesförderung für effiziente Gebäude

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

Good-Practice-Beispiele



Bsp.: Bar

Bsp.: Jugendtreff

Bsp.: Pop-Up-Store

Beschreibung

A3: Stadtpassage multifunktional stärken & aufwerten

Ziel:

Die Stadtpassage befindet sich zentral gelegen im Innenstadtgebiet von Salzgitter-Lebenstedt zwischen der Albert-Schweitzer-Straße und der Fußgängerzone. Die Immobilie charakterisiert sich durch ihre Funktion als Verbindungsbereich zwischen den vorweg genannten Bereichen sowie ihrer umfangreichen Verkaufsflächen, die gleichwohl eine hohe Leerstandsquote aufweisen. Die Gebäudefassade weist einen gewissen Modernisierungs- und Sanierungsstau auf. In der Stadtpassage finden sich derzeit nur wenige Betriebe aus den Bereichen Einzelhandel, Dienstleistung und Gastronomie.

Um der vorhandenen Leerstandsquote entgegenzuwirken und die hohe Nachfrage nach Freizeitangeboten zu bedienen, ist es das Ziel, kreative Nachnutzungs-/Umnutzungskonzepte für die derzeit leerstehenden Verkaufsflächen zu entwickeln. Durch neue Angebote für Freizeit, Austausch und Begegnung, insbesondere für Jugendliche & (junge) Erwachsene (auch in den Abendstunden), soll die Stadtpassage multifunktional gestärkt und aufgewertet werden.

Inhalt:

Zur Belebung der Leerstände in der Stadtpassage können unterschiedliche Nutzungen angestrebt werden. Dazu sind u. a. ein Jugendtreff/Jugendzentrum als zentraler und geschützter Begegnungsort sowie als einkommensunabhängiger und konsumfreier Aufenthaltsort zu zählen. Temporäre Nutzungen (Pop-Up-Stores) oder langfristige Nutzungen in Form neuer gastronomischer Angebote sind weiterhin zu prüfen.

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 Wunschunternehmen durch die WIS im Sinne eines Gründungswettbewerbes (siehe Maßnahme C1) stattfinden.

Umsetzungsprogramm

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

Zeithorizont:

kurzfristig
mittelfristig
langfristig

Akteur*innen/Verantwortliche:
- Eigentümer*innen
- WIS (fachliche Begleitung und Unterstützungsarbeit)

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

Mögliche Projektfinanzierung:
- Eigentümer*in
- WIS: „Förderprogramm für den inhabergeführten Einzelhandel" (Mietzuschussprogramm)
- Förderprogramme: z. B. Bundesförderung für effiziente Gebäude

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

Good-Practice-Beispiele

Bsp.: Plauderbänkli (Luzern)

Bsp.: Vielfalt im öff. Raum (Hannover)

Bsp.: Sprachförderung zur Integration (Oberkirch)

Beschreibung

A4: Vielfalt und Inklusion im öffentlichen Raum sichtbarer machen

Ziele:

Salzgitter-Lebenstedt zeichnet sich u. a. durch eine große kulturelle Vielfalt aus. Die Förderung dieser und auch der Inklusion durch die Stadt Salzgitter sollte daher 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, 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.

Umsetzungsprogramm

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:
- Kommunaler Haushalt
- Sponsoring/Patenschaften

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

Good-Practice-Beispiele

https://www.pikist.com/free-photo-svabc/de

Bsp.: Beleuchteter Durchgang

https://www.sonderstrahlend/landkreis-neunkirchen/gute-beleuchtung-soll-fuer-besseres-sicherheitsgefuehl-in-neunkirchen-sorgen,389588.html

Bsp.: Moderne Beleuchtung

https://journal.lokal.de/innenstadt-wird-sicherer-und-sauberer/

Bsp.: Reinigung des öffentlichen Raumes

Beschreibung

A5: Abbau von Angsträumen/Sicherheitsgefühl im öffentlichen Raum erhöhen

Ziele:

Der Abbau von Angsträumen und die Erhöhung des Sicherheitsgefühls im öffentlichen Raum ist von zentraler Bedeutung für die Lebensqualität und die soziale Teilhabe der Bürger*innen. Öffentliche Räume, die als unsicher empfunden werden, können zu sozialer Isolation, einer eingeschränkten Nutzung und damit zu einer verringerten Urbanität führen. Durch moderne und ansprechende Gestaltungselemente, wie bessere Beleuchtung, sichtbare Fluchtwege und eine höhere soziale Kontrolle, können (Teil-)Räume der Innenstadt inklusiver und attraktiver gestaltet werden, was nicht nur das subjektive Sicherheitsgefühl, sondern auch die tatsächliche Sicherheit erhöht.

Dies hat zudem Einfluss auf die Identifikation der Bevölkerung mit ihrer Stadt: Fühlen sich Menschen sicher, nutzen sie öffentliche Plätze häufiger, was das Zugehörigkeitsgefühl und die Verbundenheit zur städtischen Gemeinschaft fördert. Eine sichere Stadt stärkt somit nicht nur das Wohlbefinden, sondern auch das Engagement und die Identifikation der Bürgerinnen und Bürger.

Inhalt:

Im Innenstadtbereich von Salzgitter-Lebenstedt gilt es zuallererst, entsprechende (gefühlte) Angsträume zu identifizieren. Hilfreich sind an dieser Stelle Begehungen ggf. mit Bürger*innen, der Polizei und dem Ordnungsamt. Charakteristisch im Innenstadtbereich von Lebenstedt sind die zahlreichen Passagengänge und Verbindungswege zwischen der Albert-Schweitzer-Straße, Fischzug/In den Blumentriften und der Chemnitzer Straße, insbesondere im nördlichen Bereich der Innenstadt.

Darüber hinaus wurden auch einige Parkplätze und Hinterhöfe von den Bürgerinnen und Bürgern als (gefühlte) Angsträume identifiziert. An diesen und weiteren zu identifizierenden Orten sollten die Beleuchtungskonzepte geprüft und modernisiert/ergänzt werden. Zudem trägt auch eine durch Straßenreinigung, Aufstellen von Mülleimern und Entfernung von Graffitis verbesserte Sauberkeit zu einem sicheren Gefühl und erhöhter Aufenthaltsqualität bei (vgl. Maßnahme B5).

Umsetzungsprogramm

Projektschritte:
- Identifikation von Angsträumen, z. B. durch gemeinsame Begehung mit der Polizei, Ordnungsamt, Stadt Salzgitter und interessierten Bürger*innen
- Erarbeitung eines Gestaltungs- und Beleuchtungskonzeptes für die jeweiligen identifizierten Angsträume
- bauliche und gestalterische Umsetzung

Zeithorizont:
kurzfristig
mittelfristig
langfristig

Akteur*innen/Verantwortliche:
- Eigentümer*innen
- Stadt Salzgitter (u. a. FD 32, EB 70, FD 61)
- Polizei und Ordnungsamt

Planungshorizont:
- kurzfristig: Verbesserung der Sauberkeit, künstlerische Gestaltung
- mittel- bis langfristig: Ausbau der Beleuchtung

Mögliche Projektfinanzierung:
- Förderprogramme: z. B. Klimaschutzinitiative – Klimaschutzprojekte im kommunalen Umfeld (förderfähig z. B. energiesparende Beleuchtung)

Kostenschätzung:
- je nach Umfang und Ausführung
- zusätzliche Reinigungsarbeiten sind mit dem SRB abzustimmen und können nicht unbedingt abgedeckt werden

Good-Practice-Beispiele

Bsp.: Photovoltaik/ Dachbegrünung (Wolfsburg)

Bsp.: Dachgarten (München)

Bsp.: Fassadenbegrünung (Freiburg)

Beschreibung

B1: Begrünung und Gestaltung von Dach- und Fassadenflächen, Förderung nachhaltiger Energiegewinnung/-erzeugung

Ziele:

Die Begrünung und Gestaltung von Dach- und Fassadenflächen spielen eine zentrale Rolle in der nachhaltigen Stadtplanung. Sie tragen wesentlich zur Verbesserung des Mikroklimas und der Aufenthaltsqualität bei, indem sie städtische Wärmeinseln reduzieren und die Luftqualität verbessern. Die oft ungenutzten Flächen von Dächern und Fassaden bieten enormes Potenzial für Begrünungsmaßnahmen, die nicht nur einen ökologischen Mehrwert schaffen, sondern auch ästhetische und gestalterische Akzente setzen können. Zudem können mit umgenutzten Dachflächen auch neue (halb-)öffentliche Räume erschlossen werden. Fassaden bieten zudem Platz für Kunst im öffentlichen Raum und stärken so die kulturelle Identität der Stadt.

Darüber hinaus kann durch die Integration nachhaltiger Technologien, wie Photovoltaik, auf Dach- und Fassadenflächen erneuerbare Energie effizient gewonnen und so der städtische Energieverbrauch nachhaltig reduziert werden. Die Gebäude in der Innenstadt von Salzgitter-Lebenstedt weisen ausschließlich Flachdächer auf. Das Potenzial zur Nutzung von Dachbegrünung und Photovoltaik ist dementsprechend hoch.

Inhalt:

Bei der Erschließung und Nutzung der Dach- und Fassadenflächen steht allen voran die intensive Zusammenarbeit und Abstimmung mit den Gebäudeeigentümer*innen sowie das Aufzeigen und Gegenüberstellen von Kosten & Nutzen. Anreize könnten bspw. durch städtische Zuschüsse für Dach- oder Fassadensanierungen im Zuge der Umnutzung der Flächen geschaffen werden. Durch die extensive/ intensive Begrünung der Dachflächen oder durch bodengebundene/hängende Bepflanzungen an den Fassaden können Verbesserungen der Wärme- und Kältedämmung der Gebäude erzielt werden.

Neben dem ökologischen Mehrwert können auch neue (halb-)öffentliche Räume für Bürger*innen und Besucher*innen geschaffen werden. Die Nutzung der Dachflächen (z. B. der Schlüsselimmobilien) durch Dachgärten, Urban Farming oder Rooftop-Bars stellen Möglichkeiten dar, die Aufenthaltsqualität zu steigern und neue Highlights („Leuchttürme“) im Innenstadtbereich zu schaffen. Wo die Begrünung von Fassaden nicht möglich ist, könnten Flächenpotenziale für die Gestaltung und Kunst im öffentlichen Raum genutzt werden (bspw. Motive zu den Themen Integration/Vielfalt, Stadtgrün und Transformation).

Umsetzungsprogramm

Projektschritte:
- Gespräche mit Grundstücks- und Gebäudeeigentümer*innen
- Ggf. Initiierung eines städtischen Förderprogrammes zu Dach- und Fassadensanierungen bei gleichzeitiger Begrünung und Installation von Photovoltaikanlagen

Zeithorizont:
kurzfristig
mittelfristig
langfristig

Akteur*innen/Verantwortliche:
- Eigentümer*innen
- Stadt Salzgitter (u. a. FD 61)

Planungshorizont:
- kurzfristig: Fassadengestaltung durch Kunst
- mittel- bis langfristig: Begrünung von Dach- und Fassadenflächen sowie die Installation von Photovoltaikanlagen

Mögliche Projektfinanzierung:
- Kommunaler Haushalt
- Förderprogramme: z. B. Bundesförderung für effiziente Gebäude, Klimaschutzinitiative – Klimaschutzprojekte im kommunalen Umfeld & vers. Förderprogramme zu Photovoltaik

Kostenschätzung:
- grundsätzlich keine Investitionskosten für die Stadt Salzgitter, sofern kein Förderprogramm initiiert werden soll
- Unterstützungsarbeit durch FD 61 (Klimaschutzmanagement) gedeckt

Good-Practice-Beispiele

Bsp.: Platzbegrünungen (Wolfsburg)

Bsp.: Pflanz-/Sitzinseln (Essen)

Bsp.: Außengastronomie als Frequenzbringer

Beschreibung

B2: Grünstrukturen im öffentlichen Raum stärken/ Platzpotenziale (funktional & nachhaltig) ausschöpfen

Ziele:

Vor dem Hintergrund des Klimawandels und der zunehmenden Bedeutung notwendiger Klimaanpassungsmaßnahmen setzen viele Städte vermehrt auf eine Stärkung der Grünstrukturen in den zumeist stark versiegelten Innenstädten. Durch neue Frei- und Versickerungsflächen (und weiteren Ansätzen einer Schwammstadt) können zudem Starkregenereignisse besser kompensiert werden.

Insgesamt kann durch Grünstrukturen sowohl die Aufenthaltsqualität als auch das Mikroklima verbessert werden. In Lebenstedt wurde u. a. mit dem im Jahr 2023 realisierten Projekt „Kleines klimagerechtes Forum" am Turm der Arbeit eine Klimaanpassungsmaßnahme gefördert, die den zentralen Platz auch hinsichtlich der Aufenthaltsqualität aufgewertet hat. Weitere Räume, die in den Fokus für zusätzliche Begrünungselemente gerückt werden könnten, sind der Platz der Städtepartnerschaft sowie insbesondere die Chemnitzer Straße. Letztere soll weiterhin hinsichtlich ihrer vorhandenen Platzpotenziale aufgewertet werden (Förderung der Außengastronomie im südlichen Bereich, Erhöhung der Aufenthalts-/Verweilqualität).

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 Chemnitzer Straße) mobile/ temporäre Begrünungen in Form von Blumenkübeln, Urban Farming-Projekten, Gartenwettbewerben, Beetpatenschaften, o. Ä. initialisiert werden. Für die Innenstadt sind bereits neue Blumenkübel z. T. 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. Auch die Installation von Brunnen oder Wasserspielen könnte zur Aufwertung des öffentlichen Raumes beitragen.

Zur funktionalen Ausschöpfung der bestehenden Platzpotenziale sollen insbesondere (temporäre) Freizeitangebote einen Mehrwert schaffen (vgl. Maßnahme B3) sowie eine Förderung von außengastronomischen Angeboten erfolgen (v. a. im südlichen Teil der Chemnitzer Straße).

Umsetzungsprogramm

Projektschritte:
- Identifizierung von potenziellen Flächen zur (kleinräumigen) 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:
- Kommunaler 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 €

Good-Practice-Beispiele

Bsp.: Mobile Stadtmöbel (Österreich)

Bsp.: Sommer Sandkasten (Unna)

Bsp.: Trendsportarten in der City (Hannover)

Beschreibung

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 die Begegnung und das Miteinander sowie 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 Stadtmobiliar zählen neben Sitzmöglichkeiten grundsätzlich auch Mülleimer, Fahrradbügel oder Pflanzkübel.

Inhalt:

Vorrangig soll das feste Stadtmobiliar im Innenstadtbereich von Lebenstedt sukzessive erneuert und vereinheitlicht werden. Insbesondere im Bereich Fischzug, In den Blumentriften und Chemnitzer Straße kann das Stadtbild durch neues Stadtmobiliar aufgewertet werden.

Ergänzend bieten sich durch temporäre Möblierungs- und Gestaltungselemente Möglichkeiten, auf Plätzen, auf denen regelmäßige Veranstaltungen eines großen Platzbedarfs bedürfen, zeitweise Spielgeräte oder Gestaltungselemente aufzustellen. Insbesondere der Platz beim Turm der Arbeit und die Platzsituationen auf der Chemnitzer Straße erscheinen dafür geeignet.

Der Spielplatz im nördlichen Bereich der Fußgängerzone wird sehr gut angenommen. Temporär (v. a. in den Sommermonaten) könnte ein zusätzliches Angebot für verschiedene Generationen geschaffen werden (z. B. Klettertürme, Tischtennisplatten, Sandkisten etc.). Im Sommer kann darüber hinaus bspw. die Einrichtung eines temporären Stadt-Strandes („City-Beach") Bürger*innen und Besuchende in die Innenstadt locken. Im Rahmen des ZIZ-Förderprogrammes wurden bereits einige mobile Elemente im Innenstadtbereich umgesetzt: u. a. Kletterwand, Kräuterregale, Klavier, Open- Stage (Bühne). Jedoch gab es zu einigen Elementen Beschwerden über Lärm und Vandalismus.

Umsetzungsprogramm

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 Stadtmobiliar

Mögliche Projektfinanzierung:
- Kommunaler Haushalt
- Projektpartner*innen, Sponsoring/Patenschaften
- Förderprogramme: z. B. Landeskulturförderung 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)

Good-Practice-Beispiele

Bsp.: Sitzgruppe (Bad Bramstedt)

Bsp.: Wochenmarkt Flyer (Plettenberg)

Bsp.: Café Mobil (Köln)

Beschreibung

B4: Sicherung und Stärkung des Wochenmarktes

Ziele:

Der Wochenmarkt in Salzgitter-Lebenstedt findet jeden Dienstag und Freitag von 8 bis 13 Uhr auf der Chemnitzer Straße 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 Verweilanreize 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 Verweil-Anreize 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 Wochenmarktbeschicker*innen: „Blick hinter die Kulissen") verbessert werden und zusätzliche Besucher*innen anziehen.

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

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

Umsetzungsprogramm

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

Zeithorizont:
kurzfristig
mittelfristig
langfristig

Akteur*innen/Verantwortliche:
- Marktbeschicker*innen
- Stadt Salzgitter (u. a. FD 32)

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

Mögliche Projektfinanzierung:
- keine Investitionskosten für die Stadt Salzgitter
- Unterstützungsarbeit durch FD 32 gedeckt

Kostenschätzung:
- keine Investitionskosten für die Stadt Salzgitter
- Unterstützungsarbeit durch FD 32 gedeckt

Good-Practice-Beispiele

Bsp.: Kontrollierter Taubenbestand (Augsburg)

Bsp.: Sauberkeits-Kampagne (Wolfsburg)

Bsp.: Smarte Abfallentsorgung

B5: Sauberkeit im öffentlichen Raum erhöhen

Beschreibung

Ziele:

Saubere Straßen, Plätze und Grünflächen steigern das Wohlbefinden der Besuchenden einer Innenstadt und wirken positiv auf die Aufenthaltsqualität & Verweildauer. Eine saubere Innenstadt zieht grundsätzlich mehr Kundschaft an, was dem lokalen Einzelhandel und der Gastronomie zugutekommt. Saubere und ansprechende Stadtzentren fördern somit den Umsatz und stärken die lokale Wirtschaft. Zuletzt prägt die Sauberkeit einer Stadt auch das Bild, welches Besucher*innen, Tourist*innen und Investor*innen von ihr haben. Eine saubere Innenstadt wirkt einladend und fördert ein positives Image, das langfristig die Attraktivität einer Stadt steigert.

Übergeordnetes Ziel ist es daher für die Innenstadt von SZ-Lebenstedt, die Sauberkeit im öffentlichen Raum zu erhöhen und einen neuen „Sauberkeits-Standard" zu etablieren.

Inhalt:

Im Innenstadtbereich ist seit einiger Zeit eine ausgeprägte Problematik aufgrund der vorhandenen Taubenpopulation festzustellen. Mehrere Taubenschwärme sorgen für Verschmutzungen im öffentlichen Raum. Vor allem die vorhandenen Passagenüberdachungen weisen oftmals starke Verschmutzungen auf den Überdachungen selbst oder darunter auf. Da sich die Problematik mittlerweile massiv auf die Aufenthaltsqualität auswirkt, müssen gemeinsam mit den Gewerbetreibenden und den Immobilieneigentümer*innen geeignete Lösungsansätze erarbeitet werden. Ein Ansatz bietet bspw. das „Augsburger Modell", welches eine behutsame Regulierung/Reduzierung innerstädtischer Taubenpopulationen vorsieht.

Um einen neuen Sauberkeits-Standard nachhaltig zu fördern, soll auch die Bevölkerung für das Thema sensibilisiert werden. Dies kann durch öffentlich wirksame Marketingaktionen oder Events (z. B. „Lebenstedt räumt auf") gefördert werden. Gleichzeitig kann hierdurch das Gemeinschaftsgefühl gestärkt und der soziale Zusammenhalt verbessert 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 Akteur*innen zu aktivieren (z. B. Deutsche Bahn, Verkehrsbetriebe, Eigentümer*innen von Großimmobilien).

Umsetzungsprogramm

Projektschritte:
- Diskussion von Lösungsansätzen zur Taubenproblematik mit den relevanten Akteur*innen
- Konzeption und Initiierung einer Sauberkeits-Kampagne, Organisation von Themen-Veranstaltungen

Zeithorizont:
kurzfristig
mittelfristig
langfristig

Akteur*innen/Verantwortliche:
- Salzgitter (u.a. FD 61, 66, EB 70/SRB)
- Grund- und Immobilieneigentümer*innen
- Gewerbetreibende
- Ehrenamtliche, Vereine (z. B. NABU, Tierschutzverein)

Planungshorizont:
- kurzfristig: Planung und Konzeption der o. g. Maßnahmen
- mittelfristig: terminierte Durchführung, z. B. gemeinsame Putz-Aktion im Frühjahr

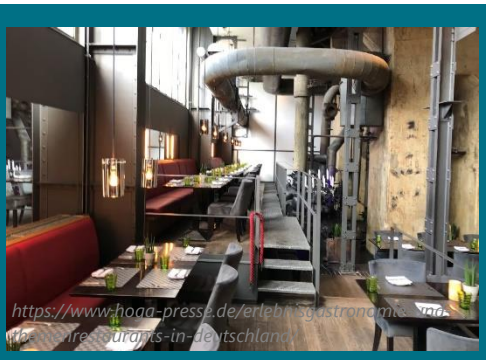
Mögliche Projektfinanzierung:
- Kommunaler Haushalt
- Grundstücks-/Gebäudeeigentümer*innen
- Gewerbetreibende

Kostenschätzung:
- Reinigungskosten durch SRB grundsätzlich abgedeckt
- Anschaffungskosten und laufende Kosten der Taubenhäuser abhängig nach Anzahl und Größe
- ggf. Anschaffungskosten weiterer Mülleimer (ab 100 €)

Good-Practice-Beispiele

Bsp.: Gründungswettbewerb (Schwerte)

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



Bsp.: (Erlebnis-/Themen-)Gastronomie

Beschreibung

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 u. v. m. 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 Besuchsanreize für alle Bürger*innen und Besucher*innen zu schaffen. Gewerbliche Leerstände sollen zwischengenutzt/kaschiert und im besten Fall durch neue Nutzungen wiederbelebt werden.

Inhalt:

Der Branchenbesatz in der Innenstadt von SZ-Lebenstedt setzt sich zu einem wesentlichen Anteil aus filialisierten Betrieben zusammen. Daher gilt es die wenigen inhabergeführten Betriebe durch ein aktives Innenstadtmanagement zu sichern. Dies kann durch Beratungs- und Coachingangebote (vgl. C3 & D4) erfolgen.

Um das Einzelhandels- und Dienstleistungsangebot in SZ-Lebenstedt zu stärken und zu diversifizieren, sollten gezielt derzeit vorhandene Angebotslücken identifiziert und gestärkt werden. Auch lokale Handwerksbetriebe könnten eine Bereicherung des Angebotes darstellen.

Mit Blick auf die Attraktivierung des Gastronomieangebotes sollte die Diversität des Angebotes gefördert und die Etablierung von "höherwertigen" (Erlebnis-)Restaurants, Bars, Studierendenkneipen, 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

Umsetzungsprogramm

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

Zeithorizont:
kurzfristig
mittelfristig
langfristig

Akteur*innen/Verantwortliche:
- WIS
- Gewerbetreibende/Werbegemeinschaft CityLebenstedt 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 inhabergeführten Einzelhandel" (Mietzuschussprogramm), „Förderprogramm für Existenzgründungen und Kleinbetriebe"

Kostenschätzung:
- Vernetzungsarbeit durch WIS gedeckt
- ggf. Marketingbudget für Aktionen

Good-Practice-Beispiele

Bsp.: White Dinner (Braunschweig)

Bsp.: E-Sport-Event (Solingen)

Bsp.: Kunsthandwerkermarkt (Goslar)

Beschreibung

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-Lebenstedt finden v. a. mit dem Cityfest, dem Bauernmarkt, Salzgitter Mobil, dem Weihnachtsmarkt, Light the Night - Lichtfest sowie Aktionstagen wie verkaufsoffenen Sonntagen 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 Aktionstag zu Wissenschaft und Technologie, Kunsthandwerkermarkt, 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 Akteur*innen sowie eine gemeinsame, einheitliche Kommunikation nach außen notwendig.

Umsetzungsprogramm

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
- Gewerbetreibende/Werbegemeinschaft CityLebenstedt e.V.
- 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:
- Kommunaler Haushalt
- Projektpartner*innen, Sponsoring
- Förderprogramme: z. B. Landeskulturförderung Nds.

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

Good-Practice-Beispiele

https://www.goerlitz.de/news/detail/2021-Goerlitz-ruft-Neue-Innenstadt-Kampagne

Bsp.: Innenstadtkampagne (Görlitz)

https://www.gbg-bedstadt.de/fileadmin/suedstadt/images/suedstadtgesichter/Gruppenbild%20Suedstadtgesichter%20komplett.png

Bsp.: Aktion „Südstadtgesichter“ (Bonn)

https://www.verivate.de/SumUP

Bsp.: Digitale Zahlungsmöglichkeiten

Beschreibung

C3: Kundschaftsbindung erhöhen durch Service, Beratung und Erlebnis

Ziele:

Zur Positionierung gegenüber dem Online-Handel ist es für die Innenstadt von Salzgitter-Lebenstedt 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-Suchaktion (WIS), den Weihnachtsbaumwettbewerb (WIS) und LaufstegAktion (WG Lebenstedt) ergänzen, sollen gezielt die stationären (inhabergeführten) Betriebe in den Fokus gerückt werden („Gesichter und Besonderheiten hinter den Betrieben“, „Innenstadt-Botschafter*innen“ o. Ä.). Dies könnte sowohl digital (Newsletter/Social-Media-Kampagne) als auch als Print-Variante (Schaufensterbeklebung, Poster-Aktion) durchgeführt werden. Bisher in Planung ist die „Rätsel-Aktion“ (WEVG und WIS).

Um die Serviceangebote in der Innenstadt weiter auszubauen, sollten in erster Linie bei den inhabergeführten Betrieben 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-Lebenstedt sollen Betriebe diesbezüglich sensibilisiert werden, die bisher lediglich Bargeldzahlung akzeptieren. 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 weitere Maßnahmen zur Kundschaftsbindung wie (digitale) Gutscheinsysteme (für Lebenstedt oder gesamtstädtisch), Newsletter, „Give-aways“, Foto-Points oder Grußkarten sollten hier mitgedacht werden.

Umsetzungsprogramm

Projektschritte:
- Planung und Etablierung eines (digitalen) Gutscheinsystems
- 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 CityLebenstedt 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

Good-Practice-Beispiele

Bsp.: WOW (Wolfenbüttel)

Bsp.: Science in the City (Heidelberg)

Bsp.: Haus des Wissens (Bochum)

Beschreibung

C4: TranSZformationslabor

Ziele:

Die wirtschaftliche Entwicklung der Stadt Salzgitter bietet Potenzial für einen umfassenden Imagewechsel. Insbesondere der geschichtliche Hintergrund der Stadt dient hierbei als Transformationsgrundlage: weg von einem reinen „Industriestadt-Image", hin zu einem zukunftsfähigem Wirtschaftsstandort, der einen Fokus auf nachhaltige und erneuerbare Energien legt. Die zukunftsorientierte Wirtschafts- und Industrieentwicklung, die im übrigen Stadtgebiet bereits heute stattfindet (u. a. Wasserstoff-Campus, Batteriezellentechnik), sollte daher auch in der Innenstadt sichtbarer und erlebbarer werden.

Inhalt:

Das TranSZformationslabor als Wissenschaftsort soll Unternehmen eine Plattform bieten, sich vorzustellen und ihre Arbeit im Dialog mit der Gesellschaft zu präsentieren. Gleichzeitig fördern sie den Wissenstransfer zwischen Wissenschaft, Wirtschaft und Bürger*innen und machen Forschung – insbesondere auch für Kinder – erlebbar und greifbar. So wird die Innenstadt zu einem lebendigen Ort der Bildung und Innovation. Durch regelmäßige Veranstaltungen, öffentliche Vorträge, Ausstellungen und interaktive Installationen können die neuesten Forschungsergebnisse und technologische Entwicklungen hautnah erlebt werden.

So wird Wissenschaft nicht nur konsumiert, sondern aktiv erlebt und in den urbanen Alltag eingebunden. Das fördert nicht nur das Verständnis für komplexe wissenschaftliche Themen, sondern schafft auch eine tiefere Verbindung zwischen den Menschen und den Herausforderungen und Chancen der Zukunft sowie den in Salzgitter ansässigen Unternehmen, wie bspw. Salzgitter AG, Alstom, Bosch, VW, MAN.

Zusätzlich könnte das TranSZformationslabor Start oder Ziel von Unternehmensführungen sein. Die Umsetzung der Maßnahme könnte mit dem Zentrumsanker (A1) zusammengedacht werden.

Umsetzungsprogramm

Projektschritte:
- Ansprache der Unternehmen und Aufbau eines Netzwerkes
- Planung und Umsetzung eines Aktionstages in der Innenstadt (Bsp. „Science goes City" in Göttingen)
- Verstetigung ggf. als temporäre Ausstellung im Zentrenanker
- Implementierung des TranSZformationslabores in einem Leerstand in der Innenstadt

Zeithorizont:
kurzfristig
mittelfristig
langfristig

Akteur*innen/Verantwortliche:
- Wasserstoff-Campus
- (Groß-)Unternehmen aus Salzgitter (v. a. „Big 5")
- Ostfalia Hochschule
- WIS

Planungshorizont:
- kurzfristig: Aktionstag in der Innenstadt mit Unternehmen
- mittelfristig: Implementierung als zeitweilige Ausstellung im Zentrenanker
- langfristig: Umnutzung eines Leerstandes für eigenständiges TranSZformationslabor

Mögliche Projektfinanzierung:
- Co-Finanzierung durch Unternehmen/ Wasserstoffcampus
- Förderprogramme: z.B. „ZIZ" (zeitnah auslaufend), „STARK"

Kostenschätzung:
- Unterstützungsarbeit durch WIS gedeckt
- weitere Kosten abhängig von Trägerschaft

Good-Practice-Beispiele

Bsp.: Rampen aus Lego (Hanau)

Bsp.: Barrierefreiheits-Check (Michelstadt)

Bsp.: Modernes Wegeleitsystem (Neustadt)

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

Beschreibung

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.

Umsetzungsprogramm

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

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

Good-Practice-Beispiele

Bsp.: E-Ladesäule (Hausham)

Bsp.: Carsharing-Station (Bremen)

Bsp.: Umsteigezone Rad/Bus (Bad Lippspringe)

Beschreibung

D2: Mobilitätshub am Bahnhof komplettieren

Ziele:

Ziel ist der Ausbau des Mobilitätshubs im Bahnhofsbereich in SZ-Lebenstedt zur verstärkten Verknüpfung von Pkw, ÖPNV und Fahrrad sowie der Förderung intermodaler Mobilität im Umweltverbund durch umstandsfreies und sicheres Wechseln zwischen unterschiedlichen Verkehrsmitteln.

Inhalt:

Zur Förderung intermodaler Fortbewegung, insbesondere im Umweltverbund, spielt die Innenstadt von Salzgitter-Lebenstedt als zentraler Bündelungsort der Mobilitätsformen (Pkw, Bus, Zug, Fahrrad, zu Fuß etc.) eine bedeutende Rolle. Die räumliche Nähe des Bahnhofes 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 ist bereits eine abschließbare Fahrradabstellanlage (Fahrradbox) sowie eine Servicestation installiert. Darüber hinaus ist neben einer öffentlichen Toilette auch eine KVG-Servicezentrale vertreten. Ergänzt werden könnte das Angebot um die Möglichkeit zum Laden von Pedelecs. Darüber hinaus sollte insbesondere das Angebot an Pkw-E-Ladestationen am Bahnhof im Bereich der Parkplätze ausgebaut werden. Kombiniert werden könnten diese mit Carsharing-Angeboten sowie Sharing-Angeboten der Mikromobilität (Fahrräder, Lastenräder, 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.

Umsetzungsprogramm

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, lokale Energieversorger (WEVG)

Planungshorizont:
- mittelfristig: Ergänzung um Lademöglichkeiten und Sharing-Angebote

Mögliche Projektfinanzierung:
- Kommunaler Haushalt
- Verkehrsbetriebe, Energieversorger
- Förderprogramme: z. B. „Sonderprogramm Stadt & Land“, „Innovative Projekte zur Verbesserung des Radverkehrs in Deutschland“

Kostenschätzung:
- abhängig von Ausgestaltung und Trägerschaft

Good-Practice-Beispiele

Bsp.: Fahrradautobahn (Göttingen)

Bsp.: Fahrrad-Servicestation (Frastanz)

Bsp.: Fahrradabstellanlage (Schlangen)

D3: Optimierung der Radverkehrsinfrastruktur

Beschreibung

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 (z. B. Fahrradweg Berliner Straße) 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 Radwegebeschilderung.

Im Fokus sollte primär die bessere Anbindung der Innenstadt von SZ-Lebenstedt 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.

Umsetzungsprogramm

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:
- Kommunaler 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

Good-Practice-Beispiele

Bsp.: Digitale Infostele (Kiel)

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

Bsp. Social-Media-Werbung

D4: Ausbau der (digitalen) Präsenz der Betriebe

Beschreibung

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.

Umsetzungsprogramm

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 CityLebenstedt 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:
- Kommunaler 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-Lebenstedt 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-Lebenstedt. 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. Der Verstetigungsprozess umfasst folgende Bausteine:

- Information und Kommunikation
- Evaluierung und Monitoring

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. 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.