



Lokales Bündnis für eine lebendige Innenstadt in Hofgeismar

Ergebnisdokumentation der 3. Veranstaltung
am 06. Oktober 2022

**ZUKUNFT
INNENSTADT**



PROJEKTSTADT

EINE MARKE DER UNTERNEHMENSGRUPPE
NASSAUISCHE HEIMSTÄTTE | WOHNSTADT

AUFTRAGGEBER

Stadt Hofgeismar
Markt 1
34369 Hofgeismar



Ansprechpartner:
Dirk Lindemann
Tel.: 05671 999046
E-Mail: dirk.lindemann@stadt-hofgeismar.de

AUFTRAGNEHMER

ProjektStadt
Wolfsschlucht 18
34117 Kassel



Ansprechpartner und Projektleiter:
Marvin Coker
Tel.: 0561 1001-1376
E-Mail: marvin.coker@nh-projektstadt.de

Dominikus Hyazinth Stein
Tel.: 0561 1001-1347
E-Mail: dominikus-hyazinth.stein@nh-projektstadt.de

Projektmitarbeit:
Dr. Heike Neusüß
Tel.: 0561 1001-1254
E-Mail: heike.neuess@nh-projektstadt.de

Stand: 14. Oktober 2022

ABLAUF UND THEMEN DER VERANSTALTUNG

1	BEGRÜSSUNG	4
2	WAS IST BISHER PASSIERT.....	6
3	GESAMTSTRATEGIE UND RAHMENBEDINGUNGEN	7
4	INNENSTADTANALYSE UND KONZEPTION	10
5	ERGEBNISSE DER PROJEKTGRUPPEN	17
6	WORKSHOPS IN PROJEKTGRUPPEN.....	21
7	WEITERES VORGEHEN UND VERABSCHIEDUNG	24
8	ANHANG	25

BEI DER VERANSTALTUNG AM 06.10.2022 WAREN ANWESEND:

1. Torben Busse
2. Antje Büchner
3. Chris Dworak
4. Irmgard Ehl
5. Janina Filippi
6. Sabine Ganter-Shaw
7. Monika Grebing
8. Günther Koseck
9. Kirsten Köster
10. Karin Kranz
11. Corinna Leimbach
12. Dirk Lindemann
13. Hanna Maiterth
14. Regina Piller
15. Kristin Pleßmann
16. Alexander Degathoff
17. Anna Rein
18. Elke Scheffer
19. Stephanie Schier
20. Antje Stahl

1 BEGRÜSSUNG

Der Bürgermeister, Herr Busse, begrüßt die Teilnehmenden herzlich bei der Veranstaltung. Auch Bauamtsleiter, Herr Lindemann, ist beim Bündnistreffen zugegen.



Die ProjektStadt als beauftragtes Kernbereichsmanagement moderiert die Veranstaltung und stellte die Tagesordnung vor. Ziel des Bündnistreffens am 06.10. war es, die Bündnisarbeit noch einmal in Zusammenhang mit der Gesamtstrategie des Förderrahmens Zukunft Innenstadt zu setzen, darüber hinaus die Ergebnisse der Innenstadtdanalyse und -konzeption sowie die Ergebnisse der bisherigen Projektgruppen vorzustellen und letztendlich Projektideen zur Belebung des öffentlichen Raumes und zur Ladenbelebung zu priorisieren, zu konkretisieren und zu diskutieren.

Agenda

1. Begrüßung
2. Was ist bisher passiert?
3. Gesamtstrategie und Rahmenbedingungen
4. Innenstadtdanalyse und -konzeption
5. Ergebnisse der Projektgruppen
– 10 min Pause –
6. Der Weg zur Maßnahmenumsetzung (Workshop Projektgruppen)
7. Ausblick & Verabschiedung

2 WAS IST BISHER PASSIERT?

Herr Coker rekapituliert den Weg vom Programmaufruf bis zur Arbeit in den Projektgruppen.

2. Was ist bisher passiert?

- StaVo-Beschluss, Programmaufruf ZI, Konzeptionelle Vorüberlegungen, Bewerbung, Programmaufnahme ZI
- Erarbeitung einer Gesamtstrategie
- Beauftragung S+H (Durchführung Analyse und Umfrage)
- 2 Bündnistreffen & Arbeit in Projektgruppen



3 GESAMTSTRATEGIE UND RAHMENBEDINGUNGEN

Ziel ist es, eine lebendige Innenstadt zu schaffen, welche sich neben dem Einzelhandel durch eine aktive Kulturszene und Gastronomie sowie eine hohe Aufenthaltsqualität auszeichnet. Die Arbeit des lokalen Bündnisses „Wir für Hofgeismar“ stellt dabei eine von drei Säulen der Gesamtstrategie dar.

3. Gesamtstrategie und Rahmenbedingungen

Ziel:

- lebendige Innenstadt schaffen

Gesamtstrategie und Rahmenbedingungen – 3 Säulen:

- Gründung eines Lokalen Bündnisses
- Anreizprogramm
- Aufbau und Etablierung eines Altstadtmanagements



3. Gesamtstrategie und Rahmenbedingungen

Gründung eines Lokalen Bündnisses

- Ziel: Akteure vernetzen, Impulse generieren, tragfähige/bedarfsorientierte Maßnahmen entwickeln und umsetzen
- Arbeit sollte in einem Maßnahmenkatalog münden, welcher sukzessive umgesetzt werden kann
- Unterstützung durch Stadt, ProjektStadt und S+H
- Förderung bis max. 25.000 € für die Entwicklung von förderfähigen Maßnahmen (z.B. Herrichtung, Miete Ladenlokal / Konzepte-, Ausstattung für öftl. Raum)
- Projekte müssen bis März 2023 umsetzungsreif vorbereitet werden
- Auswahl der Maßnahme/n durch Bündnis und Empfehlung an Magistrat



3. Gesamtstrategie und Rahmenbedingungen

Anreizprogramm

- Ziel: Erhalt und Erweiterung der Angebotsvielfalt
- Ansatz: Direkte finanzielle Unterstützung von Gewerbetreibenden und Existenzgründungen
- Bezuschussung von förderfähigen Maßnahmen zunächst bis August 2023 bzw. Abrechnung bis Ende Oktober 2023
- Förderfähige Maßnahmen: Bauliche Maßnahmen, Ausstattung, Betriebsausstattung, Miete
- Förderung von bis zu 50%, max. 25.000 € für Gewerbetreibende und Existenzgründungen



3. Gesamtstrategie und Rahmenbedingungen

Aufbau und Etablierung eines Altstadtmanagements

- Ziel: Grundlagenermittlung und Vorbereitung der Arbeit eines Altstadtmanagements
- Aufbau und pflege Flächen- und Leerstandskataster (Erhebung von Leerständen, Abstimmung mit Eigentümer, Erstellung von Exposé)
- Unterstützung bei Marketing- und Tourismusaktivitäten (Analyse Ist-Zustand, Vorschlag zur Professionalisierung, Einbeziehung der Vorstellungen der Bevölkerung)
- Unterstützung der Gewerbetreibenden (Workshop mit Gewerbetreibenden, Professionalisierung, Vernetzung, Digitalisierung)
- Unterstützung bei der Umsetzung von Projekten des Bündnisses
- Dauerhaft soll die Stelle eines Altstadtmanagers/ Kümmerers geschaffen werden, welcher eine Art Schnittstelle zwischen Verwaltung und Bewohnern bildet und die bereits genannten Aktivitäten langfristig begleitet und umsetzt



4 INNENSTADTANALYSE UND KONZEPTION

Das Büro Stadt und Handel stellt die durchgeführte Analyse und die Vision für die Altstadt von Hofgeismar vor. Im Fokus stehen die Ergebnisse der Online Befragung zur Zukunft der Innenstadt von Hofgeismar sowie die Zielgruppenbetrachtung, das Leitbild und die Profilierungsziele der Innenstadt. Abschließend wurde die Zukunftsvision für die drei Quartiere Bahnhofstraße, Mühlenstraße und Markt vorgestellt.

Analysegrundlage

Berücksichtigung von...

- Erkenntnissen aus bestehenden Konzepten (insb. ISEK)
- Erkenntnissen aus den Beteiligungselementen (Speed-Dating, Online-Befragung)
- Erkenntnisse aus Vor-Ort-Analysen

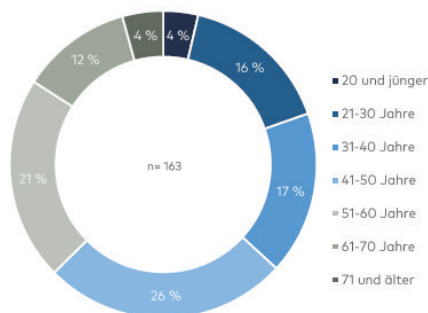
- **... Bei allen Analysen!**

STADT+HANDEL

Analyse und Vision für die Altstadt von Hofgeismar 3

Methodik

Online-Befragung



Quelle: Darstellung Stadt + Handel, Daten: Umfragebefragung Stadt + Handel U7A2017/2022, n = 163.

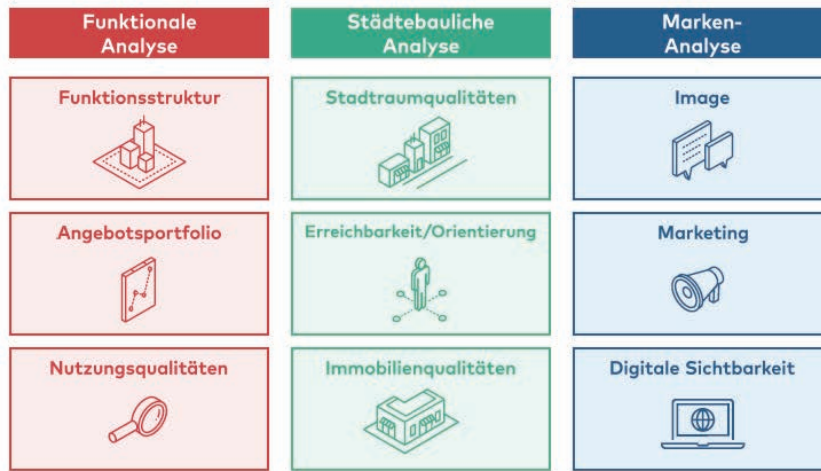


STADT+HANDEL

Analyse und Vision für die Altstadt von Hofgeismar 4

Methodik

Analyse der 9 Handlungsfelder



Quelle: Darstellung Stadt + Handel, Kartengrundlage Stadt Hofgeismar.

STADT+HANDEL

Analyse und Vision für die Altstadt von Hofgeismar 5

Zusammenfassende Analyse

Potenzial-Defizit-Plan

- Legende**
- Fußgängerzone
 - Platz mit Aufenthaltsqualität
 - Grünfläche
 - Hessischer Fernradweg
 - attraktiver Fachwerkbestand
 - ➔ zentrale Eingangssituation
 - ⚡ Trennwirkung
 - Ⓜ Zentraler Busbahnhof
 - 🏠 Wohnschwerpunkt
- Kristallisationspunkte**
- Einzelhandel
 - Dienstleistung
 - markante Leerstände
 - Kultur & Freizeit
 - öffentliche Einrichtung



Quelle: Darstellung Stadt + Handel, Kartengrundlage Stadt Hofgeismar.

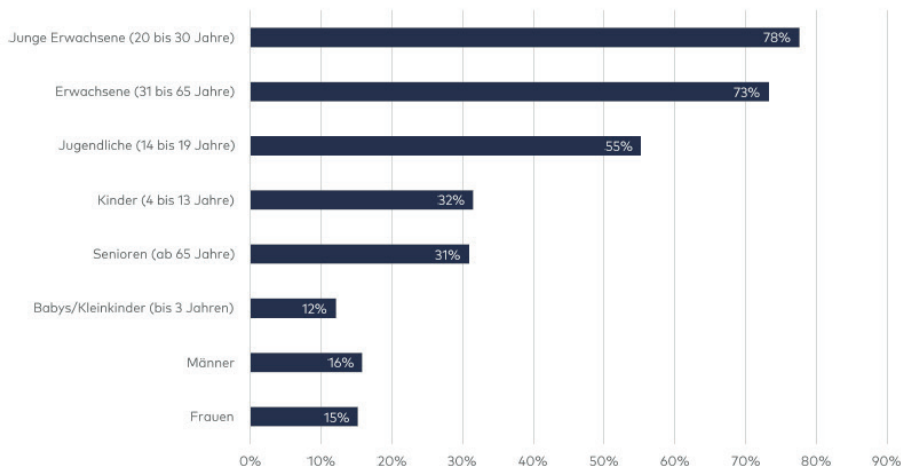
STADT+HANDEL

Analyse und Vision für die Altstadt von Hofgeismar 6

Vision

Zielgruppenbetrachtung Ergebnisse der Online-Befragung

„Für welche Zielgruppe sollte das Angebot in der Altstadt von Hofgeismar vorrangig ausgebaut werden?“



Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Daten: Umfragebefragung Stadt + Handel (U+AW/DU/22; n = 396)

Zielgruppenbetrachtung

Welche Zielgruppen soll die Hofgeismarer Altstadt besonders ansprechen?

Quelle: https://stock.adobe.com/de/images/familie-und-kind-er-machen-eine-balance-übung/?from_view=detail; https://stock.adobe.com/de/images/Propp-stein-sonne-in-steinm-Transparenz-Hilf-der-estate-meeting/285144207?ref=ui_finance_tourist-coinage



Familien

Best-Ager

Tourist:innen

STADT+HANDEL

Analyse und Vision für die Altstadt von Hofgeismar

9

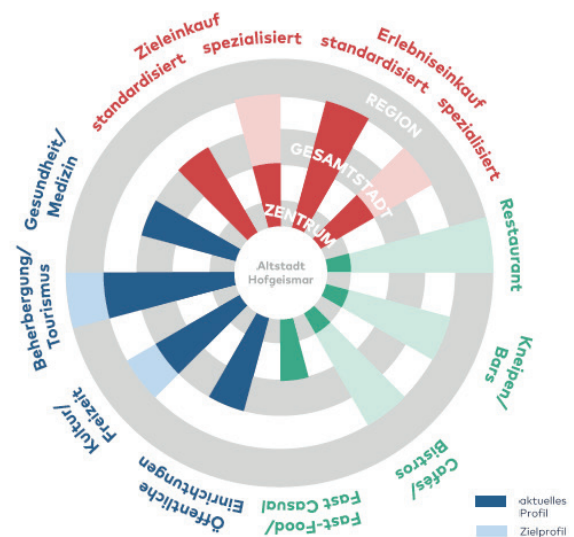
Zukunftsvision

Die märchenhafte Altstadt von Hofgeismar – Wohlfühlt für Hofgeismarer:innen und Tourist:innen

Profilierungsziele

- Die Altstadt setzt sich aus drei unterschiedlichen Schwerpunktbereichen zusammen, welche insbesondere die drei definierten Zielgruppen ansprechen.
- In der belebten Innenstadt reihen sich Einzelhandel, Gastronomie, Dienstleistungen und nicht-kommerzielle Nutzungen in einem attraktiven Angebotsmix aneinander.
- Kleine individuelle Fachgeschäfte schaffen charmante Einkaufsmöglichkeiten für Klein und Groß.
- Der Marktplatz und der Töpfermarkt werden durch vielfältige und qualitätvolle Gastronomie mit Außenplätzen bespielt.
- Die Gebäude entlang der Fußgängerzone befinden sich in einem guten Zustand und laden mit einer ansprechenden Schaufenster- und Werbegestaltung zu einem Besuch der dort angesiedelten Nutzung ein.
- Hofgeismar ist auch überregional als Dornröschenstadt bekannt und wird regelmäßig von Tourist:innen aufgesucht, welche neben einer sehenswerten Landschaft Freizeit-, Verweil- und Kulturmöglichkeiten in der Altstadt vorfinden.
- Regelmäßig stattfindende Veranstaltungen (z. B. Wochenmarkt, saisonale Events) in der Altstadt sind regionale Besucher:innenmagneten.
- Die bestehenden Leerstände werden für Freizeit- und Handelsangebote genutzt. Falls baulich möglich, sind die betreffenden Gebäude für Gastronomie nutzbar gemacht.

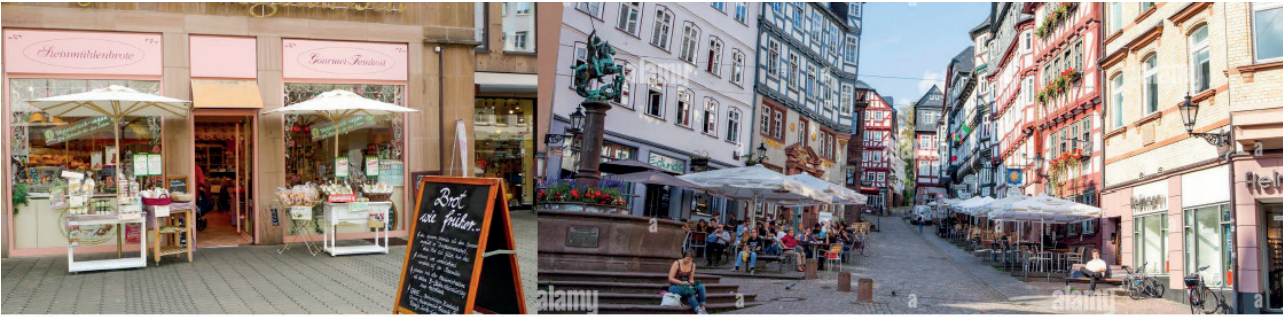
Quelle: Untertreibung Stadt + Handel



STADT+HANDEL

Analyse und Vision für die Altstadt von Hofgeismar

12



Die märchenhafte Altstadt von Hofgeismar – Wohlfühlort für Hofgeismarer:innen und Tourist:innen



Analyse und Vision für die Altstadt von Hofgeismar

Zukunftsvision Die Quartiere der Altstadt

Legende

- Quartier 1 – Bahnhofstraße
- Quartier 2 – Mühlenstraße
- Quartier 3 – Markt



Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Kartengrundlage Stadt Hofgeismar.

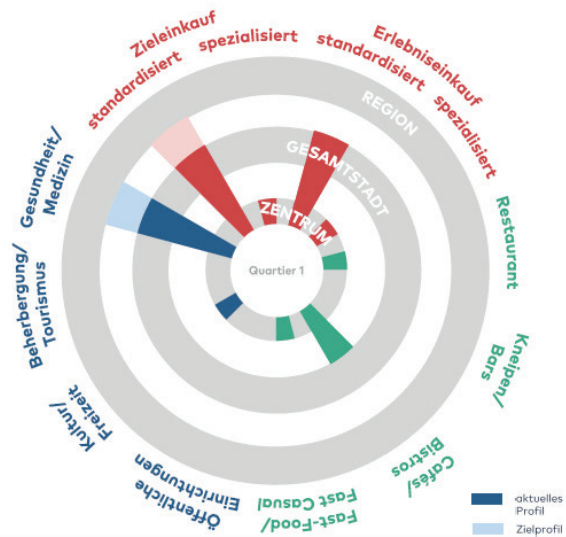
Zukunftsvision

Quartier 1 - Bahnhofstraße

Profilierungsziele

- Das Quartier ist die erste Anlaufstelle insbesondere der Hofgeismarer Bevölkerung, wenn es um die Versorgung mit alltäglichen Gütern und Dienstleistungen geht.
- Die funktionale Ausrichtung des Quartiers zeigt sich auch in dessen Gestaltung, wobei dennoch gewisse Gestaltungsrichtlinien befolgt werden (z. B. Eingangssituation, Werbeanlagen).
- Die bestehenden Fachmärkte bieten trotz ihrer discountorientierten Ausrichtung ein qualitativvolles Erscheinungsbild.
- Ärztinnen und weitere medizinische/gesundheitliche Dienstleistungen (beispielsweise in Form eines Ärztehauses) leisten einen erheblichen Beitrag zur medizinischen Versorgung in Hofgeismar.
- Gastronomie spielt eine deutlich untergeordnete Rolle und wird überwiegend als Ergänzung zum Einkauf zur Versorgung aufgesucht.
- Die Wegeführung zur Fußgängerzone ist ausgeschildert und intuitiv gestaltet.
- Der Würfelturm ist als eine der Hofgeismarer Sehenswürdigkeiten ansprechend in Szene gesetzt.
- Die vorhandenen Parkplätze sind gut beschildert und bieten eine ansprechende Verbindung zu den bestehenden Nutzungen im Quartier.
- Mit der Verkehrsberuhigung entlang der Neue Straße und Bahnhofstraße steigt die Sicherheit der Fußgänger:innen und Radfahrer:innen und erhöht sich die Standortqualität des Quartiers.

Quelle: Darstellung Stadt + Handel



STADT+HANDEL

Analyse und Vision für die Altstadt von Hofgeismar 15

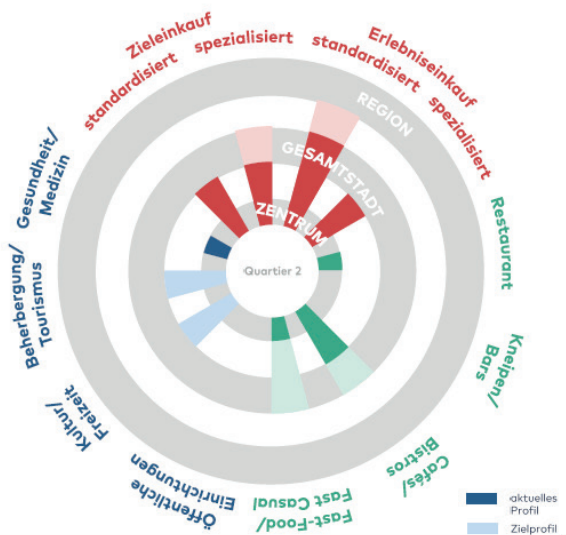
Zukunftsvision

Quartier 2 - Mühlenstraße

Profilierungsziele

- Im Fokus des Quartiers steht der standardisierte Erlebniseinkauf. Filialisten und inhabergeführte Geschäfte bieten ein standardisiertes Angebot im niedrigen bis mittleren Preissegment im aperiodischen Bedarfsbereich an (insb. Bekleidung, Schuhe/Lederwaren, Bücher, Haushaltswaren).
- Weitere Nutzungen des periodischen Bedarfs (z. B. Blumen, Schreibwaren, Zeitschriften) finden sich in Form von kleineren, spezialisierten Fachgeschäften in dem Quartier wieder und schaffen einen gewissen Frequenzfluss sowie ein abwechslungsreiches Angebot.
- Gastronomische Angebote mit Außenplätzen finden sich v. a. am Töpfermarkt sowie an geeigneten Stellen entlang der Mühlenstraße (hinreichende Straßenbreite erforderlich) wieder. Dabei handelt es sich überwiegend um Cafés/Bistros sowie niedrigschwellige Fast Casual-Restaurants.
- Freizeitangebote (z. B. als Zwischennutzung von Leerständen) für Klein und Groß runden den Angebotsmix im Quartier ab (z. B. Spieleinsel für Kinder, Fahrradreparatur, Näh-Café).
- Die bestehenden stadtgestalterischen Elemente sind in einem guten Zustand und sprechen die Zielgruppen der Kinder, (jungen) Erwachsenen und Best Ager an.
- Mithilfe von Schaufensterworkshops und -wettbewerben sowie Gestaltungsrichtlinien verfügen die Geschäfte und zwischengenutzten Leerstände über eine ansprechende und einladende Gestaltung.

Quelle: Darstellung Stadt + Handel



STADT+HANDEL

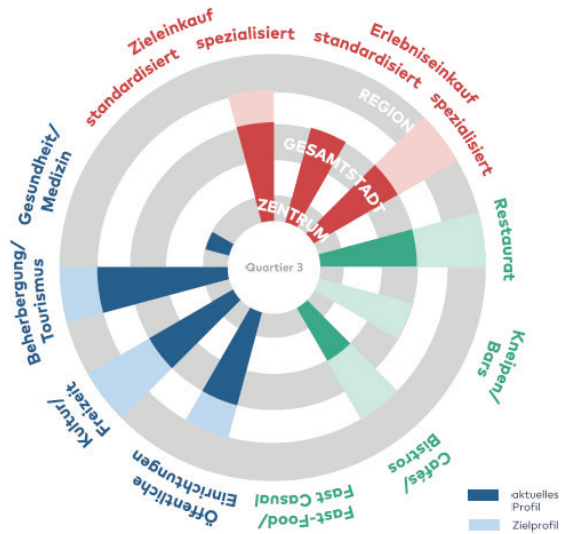
Analyse und Vision für die Altstadt von Hofgeismar 16

Zukunftsvision Quartier 3 - Markt

Profilierungsziele

- Kleine und spezialisierte Fachgeschäfte (z. B. Bekleidung, Feinkost, Geschenkideen) laden sowohl Hofgeismar:innen als auch Tourist:innen zum Stöbern ein.
- Gastronomische Angebote (Restaurants, Kneipen, Cafés) mit hinreichenden Außenplätzen befinden sich v. a. rund um den Marktplatz, weisen eine hohe Aufenthaltsqualität und Verweildauer auf und bilden den gastronomischen Schwerpunkt der Altstadt.
- Das Quartier ist mit den umliegenden tourismus- und freizeitorientierten Standorten (Wohnmobilstellplatz, Spielplatz, Museen) mithilfe von intuitiven Wegeverbindungen und Beschilderungen gut verknüpft.
- Anregende Angebote und optische Highlights in der Marktstraße regen die Passant:innen an, die Barriere nördlich des Töpfermarkts zu überwinden.
- Die Immobilien entlang der Marktstraße sowie nördlich des Marktes befinden sich in einem guten baulichen Zustand und fügen sich hinsichtlich ihrer Gestaltung nach Möglichkeiten in den Fachwerkcharme des Marktplatzes ein.
- In der Stadtbücherei als Dritter Ort steht nicht nur das Ausleihen von Büchern und Medien im Vordergrund. Bildungs- und Freizeitangebote für Kinder, Erwachsene und Senioren machen die Bücherei zu einem wichtigen Anlaufpunkt.
- Der Marktplatz mit seinen vielfältigen Verweilmöglichkeiten ist regelmäßig Ort für wechselnde Veranstaltungen (z. B. ausgebauter Wochenmarkt, Märchenfest, Antikmarkt).
- Die bestehenden Leerstände sind in einem guten Zustand und werden durch kreative Zwischennutzungen (z. B. Handwerkskunst, Pop-Up-Store) bespielt.

Quelle: Darstellung Stadt + Handel



STADT+HANDEL

Analyse und Vision für die Altstadt von Hofgeismar 17

Zukunftsvision Die Quartiere der Altstadt

Legende

- Quartier 1 – Bahnhofstraße
Schwerpunkt Versorgung
- Quartier 2 – Mühlenstraße
Schwerpunkt Einkaufen
- Quartier 3 – Markt
Schwerpunkt Verweilen und Entdecken
- Wegeverknüpfungen
- intuitive Wegeführung
- Aufenthaltsqualität
- Versorgungseinkauf
- standardisiertes Shopping-Erlebnis
- spezialisierte, individueller Einzelhandel
- gastronomischer Schwerpunkt
- Veranstaltungen
- Wohnmobilstellplatz
- Spielplatz
- gastronomische Bespielung
- Schwerpunkt Gesundheit & Medizin
- optische Verknüpfung



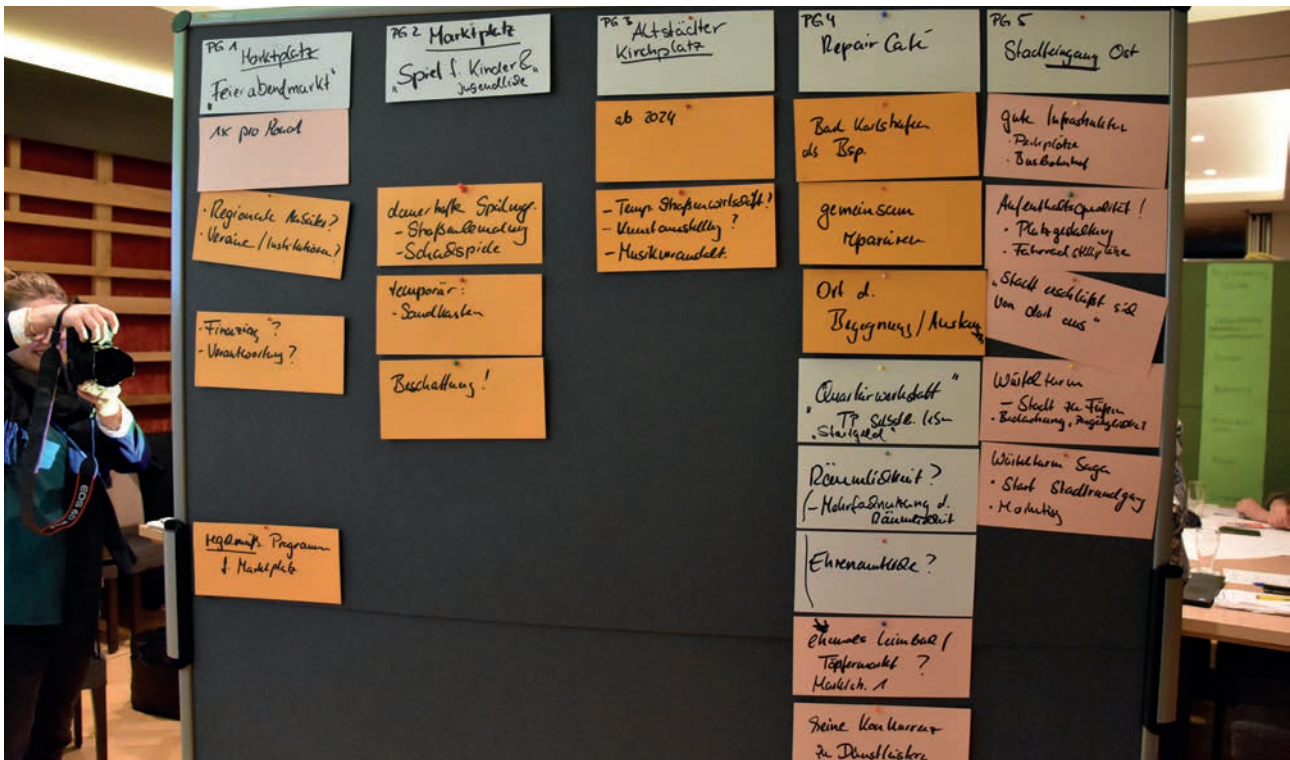
Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Kartengrundlage Stadt Hofgeismar.

STADT+HANDEL

Analyse und Vision für die Altstadt von Hofgeismar 18

5 ERGEBNISSE DER PROJEKTGRUPPEN

Die Projektgruppen der Projektfamilien „Öffentlicher Raum“ und „Ladenbelebung“ fassen kurz ihre bisherigen Ergebnisse zusammen und geben einen Einblick in die Gruppenarbeit.



Projektfamilie „Öffentlicher Raum“ Projektgruppe 1: Marktplatz „Feierabendmarkt“

- 1 mal pro Monat
- Regionale Anbieter?
- Vereine / Institutionen?
- Finanzierung?
- Verantwortung?
- Regelmäßiges Programm für Marktplatz

Projektgruppe 2: Marktplatz „Spielmöglichkeiten für Kinder und Jugendliche“

- Dauerhafte Spielmöglichkeiten:
Straßenbemalung
Schachspiel
- Temporär:
Sandkasten
- Beschattung

Projektgruppe 3: „Altstädter Kirchplatz“

- Umgestaltung ab 2024
- Temporäre Straßenwirtschaft?
- Kunstausstellung?
- Musikveranstaltungen

Projektgruppe 5: „Stadteingang Ost / Würfelturm“

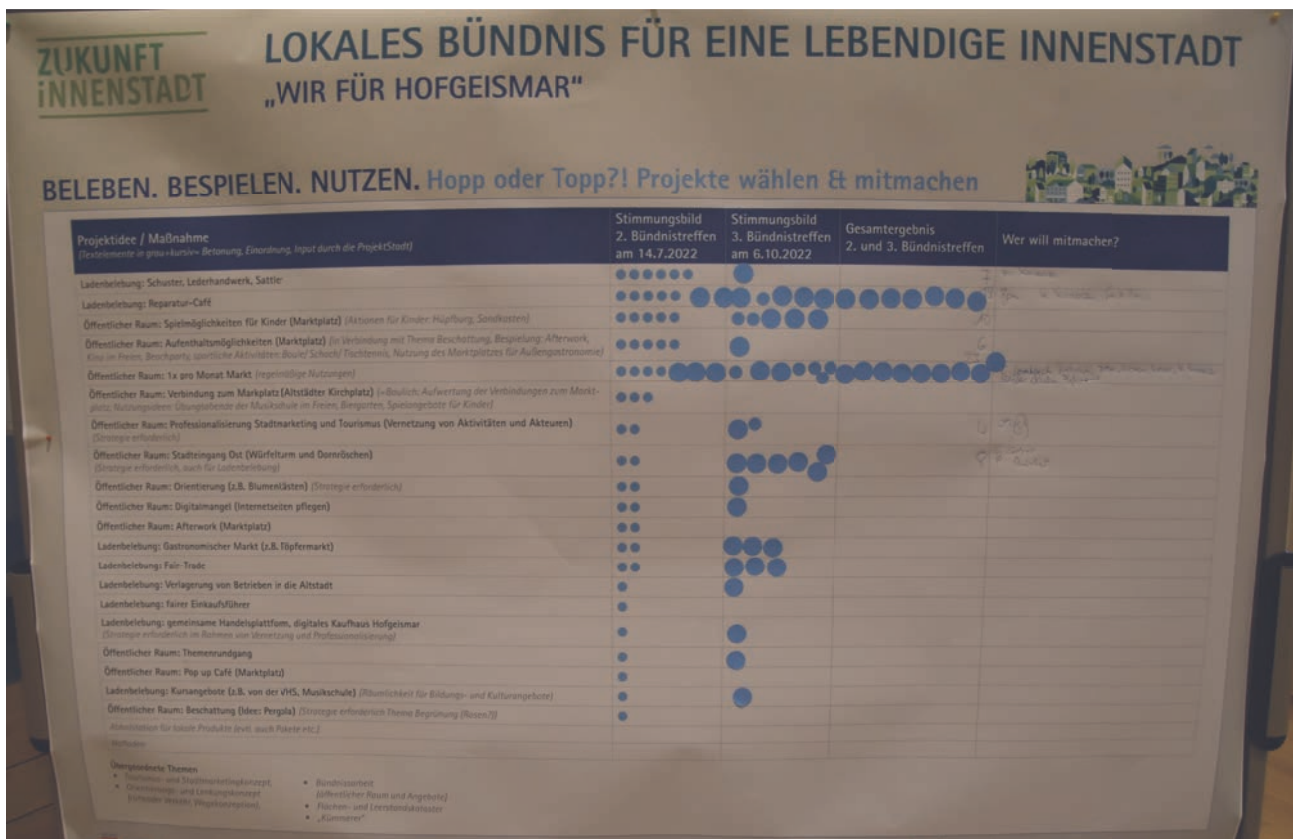
- Gute Infrastruktur vorhanden:
Parkplätze, Busbahnhof
- Aufenthaltsqualität schaffen:
Platzgestaltung
Fahrradstellplätze
- „Stadt erschließt sich von dort aus“
- Vom Würfelturm aus liegt die Stadt zu Füßen:
Bedachung
Zugänglichkeit
- Würfelturm Saga:
Start Stadtrundgang
Marketing

Projektfamilie „Ladenbelebung“

Projektgruppe 4: „Repair-Café“

- Bad Karlshafen als Beispiel
- Gemeinsam Reparieren
- Ort der Begegnung und des Austausches
- „Quartierswerkstatt“
Tagespflege Selbstbestimmt Leben „Startgeld“
- Räumlichkeit? (Mehrfachnutzung)
- Ehrenamtliche?
- Ehemals Leimbach / Töpfermarkt? Markstraße 1
- Keine Konkurrent zu Dienstleistern

Nach den Vorstellungen der Projektgruppen wurde ein zweites Stimmungsbild dazu eingeholt, welche der bislang gesammelten Projektideen von den Bündnismitgliedern als am wichtigsten eingeschätzt werden. Jede teilnehmende Person erhielt dafür drei Klebepunkte und wurde gebeten, sich in die Spalte „Wer will mitmachen?“ einzutragen. Am Schluss wurden die Punkte des Stimmungsbildes vom Bündnistreffen 14.7. und 6.10. zusammengezählt.



Die meisten Punkte erhielt das Teilprojekt „1 x pro Monat Markt“ (ÖR) mit 23 Stimmen. Darauf folgt das Teilprojekt „Reparatur-Café“ (LB) mit 19 Stimmen und das Teilprojekt „Spielmöglichkeiten für Kinder (Markt)“ (ÖR) mit 10 Stimmen sowie das Projekt „Stadteingang Ost (Würfelturm und Dornröschen)“ (LB) 8 Stimmen.

Projekte, für die sich bisher kein Projektteam gefunden hat, werden im weiteren Prozess zunächst zurückgestellt. Sollten sich doch noch Interessierte finden, können die Projekte jeder Zeit gern weiterbearbeitet werden. Als Grundlage hierfür dienen die Projektsteckbriefe. Übergeordnete Themen werden durch die beauftragten Planungsbüros weiter ausgearbeitet.

ZUKUNFT
INNENSTADT

LOKALES BÜNDNIS FÜR EINE LEBENDIGE INNENSTADT
„WIR FÜR HOFGEISMAR“



BELEBEN. BESPIELEN. NUTZEN. Hopp oder Topp?! Projekte wählen & mitmachen

Projekte / Maßnahme <i>(Textelemente in grau+kursiv = Betonung, Einordnung, Input durch die ProjektStadt)</i>	Stimmungsbild 2. Bündnistreffen am 14.7.2022	Stimmungsbild 3. Bündnistreffen am 6.10.2022	Gesamtergebnis 2. und 3. Bündnistreffen	Wer will mitmachen?
Ladenbelegung: Schuster, Lederhandwerk, Sattler	●●●●●	●	7	Karin Kranz
Ladenbelegung: Reparatur-Café	●●●●●	●●●●●	19	Torben Busse, Karin Kranz, Fr. Ganter-Shaw
Öffentlicher Raum: Spielmöglichkeiten für Kinder (Marktplatz) (Aktionen für Kinder: Hüpfburg, Sandkasten)	●●●●●	●●●●●	10	
Öffentlicher Raum: Aufenthaltsmöglichkeiten (Marktplatz) (in Verbindung mit Thema Beschattung, Beispiellsg: Afterwork, Kino im Freien, Beachparty, sportliche Aktivitäten: Boule/ Schach/ Tischtennis, Nutzung des Marktplatzes für Außengastronomie)	●●●●●	●	6	
Öffentlicher Raum: 1x pro Monat Markt (regelmäßige Nutzungen)	●●●●●	●●●●●	23	C. Leimbach, J. Filippi, K. Köster, M. Grebing, K. Kranz, E. Scheffer, (K. Pfeßmann)
Öffentlicher Raum: Verbindung zum Marktplatz (Altstädter Kirchplatz) (=Baulich:Aufwertung der Verbindungen zum Markt- platz;Nutzungs Ideen: Übungssabende der Musikschule im Freien, Biergarten, Spielangebote für Kinder)	●●●●●		3	
Öffentlicher Raum: Professionalisierung Stadtmarketing und Tourismus (Vernetzung von Aktivitäten und Akteuren) (Strategie erforderlich)	●●●●●	●●	4	
Öffentlicher Raum: Stadtgang Ost (Würfelraum und Domröschchen) (Strategie erforderlich, auch für Ladenbelegung)	●●●●●	●●●●●	8	Stephanie Schier, Antje Bütcher, Günther Kossek
Öffentlicher Raum: Orientierung (z.B. Blumenkästen) (Strategie erforderlich)	●●●●●	●	3	
Öffentlicher Raum: Digitalmangel (Internetseiten pflegen)	●●●●●	●	3	
Öffentlicher Raum: Afterwork (Marktplatz)	●●●●●		2	
Ladenbelegung: Gastronomischer Markt (z.B. Topfermarkt)	●●●●●	●●●●●	5	
Ladenbelegung: Fair-Trade	●●●●●	●●●●●	5	
Ladenbelegung: Verlagerung von Betrieben in die Altstadt	●●●●●	●	2	
Ladenbelegung: fairer Einkaufsführer	●●●●●		1	
Ladenbelegung: gemeinsame Handelsplattform, digitales Kaufhaus Hofgeismar (Strategie erforderlich im Rahmen von Vernetzung und Professionalisierung)	●●●●●	●	2	
Öffentlicher Raum: Themenrundgang	●●●●●	●●	2	
Öffentlicher Raum: Pop up Café (Marktplatz)	●●●●●	●	1	
Ladenbelegung: Kursangebote (z.B. von der VHS, Musikschule) (Räumlichkeit für Bildungs- und Kulturangebote)	●●●●●	●	2	
Öffentlicher Raum: Beschattung (Idee: Pergola) (Strategie erforderlich Thema Begrünung (Rosen?))	●●●●●		1	
Abholstation für lokale Produkte (evtl. auch Pakete etc.)				

Übergordnete Themen

- Tourismus- und Stadtmarketingkonzept
- Orientierungs- und Lenkungs-konzept (Inhuder-Verkehr, Wegekonzep-tion),
- „Kümmerer“
- Bündnisarbeit
- öffentlicher Raum und Angebote
- Flächen- und Leerstandskataster



Dieses Projekt wird von der Hessischen Staatsregierung gefördert. Die Finanzierung erfolgt über die Hessische Staatsregierung, die Städte und Gemeinden sowie die Bürgerinnen und Bürger.



Erläuterung der Darstellung:

- Die aufgeführten Projektideen sind das priorisierte Ergebnis des Bündnistreffens v. 14.7. (Ein erstes Stimmungsbild wurde eingeholt und nur bepunktete Projektideen nun aufgeführt.)
- Die voranstehenden Begriffe „Öffentlicher Raum“ und „Ladenbelebung“ bezeichnen die Projektfamilien, in denen die Ideen jeweils in Gruppenarbeit aufkamen.
- Die des Öfteren dahinterstehenden Orte (Marktplatz, Altstädter Kirchplatz usw.) geben den Hinweis, dass die jeweilige Projektidee im Zusammenhang mit der Betrachtung des Ortes am 14.7. aufkam.
- Textelemente in grau&kursiv sind Ergänzungen des Büros ProjektStadt, die Projektideen betonen, einordnen oder ergänzen.
- Die Aufzählung von übergeordneten Themen ist eine Zusammenschau von Themen, die in den bisherigen Bündnistreffen aufkamen, nun kanalisiert wurden und zukünftig einer gesonderten strategischen Handhabung bedürfen.



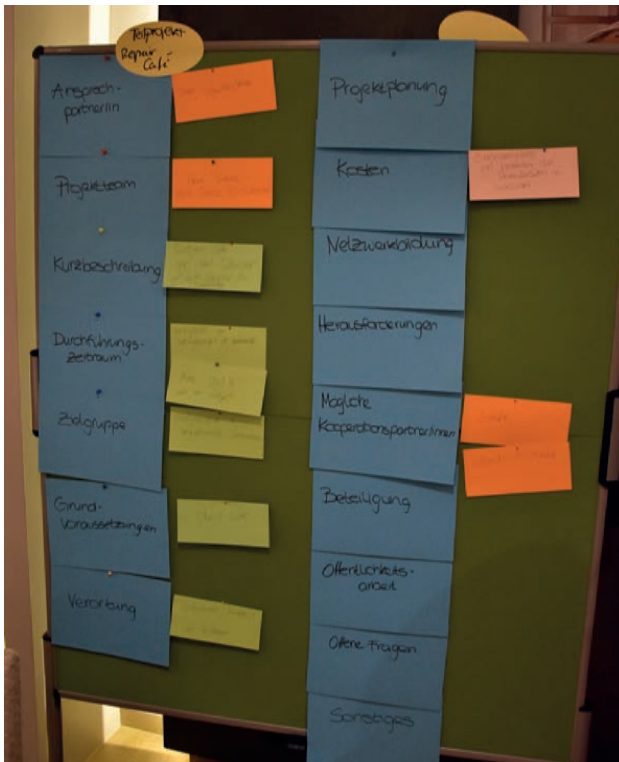
6 WORKSHOPS IN PROJEKTGRUPPEN

Von der Projektidee zur Maßnahmenumsetzung

In den anschließenden Workshops wurden Teilprojekte weiter konkretisiert. Dabei wurden Fragen aus den Projektsteckbriefen (siehe Anhang) in den Mittelpunkt gestellt.

Projektfamilie Ladenbelebung

Teilprojekt „Reparatur-Café“



Gruppenmitglieder:

- Alina Lang
- Anna Rein
- Torben Busse
- Sabine Ganter-Shaw
- Alexander Degethoff

Ansprechpartner/in

- Frau Ganter-Shaw

Projektteam

- Frau Kranz, Horst Giese (Elektroniker)

Kurzbeschreibung

- Repair-Café ggf. mit Schuster ggf. mit Bastel-Workshop für Jugendliche

Durchführungszeitraum

- Gekoppelt an Verfügbarkeit der Immobilie, März 2023 abhängig von Budget

ZielGruppe/n

- Hofgeismar und angrenzende Gemeinden

Grundvoraussetzungen

- Siehe Checkliste

Verortung

- Töpfermarkt/Marktstraße 1, Café Hoffmann

Kosten

- Einnahmequelle ggf. Vermietung der Räumlichkeiten und Workshops

Mögliche Kooperationspartner/innen

- Schule und Volkshochschule

Projektfamilie Öffentlicher Raum

Teilprojekt „1x pro Monat Markt (Feierabendmarkt)“



Gruppenmitglieder:

- Corinna Leimbach
- Monika Grebing
- Regina Piller
- Kristin Pleßmann
- Chris Dworak
- Antje Stahl
- Elke Scheffer
- Irmgard Ehls
- Kirsten Köster
- Stephanie Schier
- Antje Büchner
- Günther Koseck

Ansprechpartner/in

- Frau Köster

Kurzbeschreibung

- Regionale Produkte und Rahmenprogramm (Musik, Bühne, Kochen, Streetfood, ...)

Durchführungszeitraum

- Freitags / 1. Freitag im Monat
- oder donnerstags

Grundvoraussetzungen

- Stehtische / Bestuhlung
- Werbung (Marketing)
- Beständige Partner
- Strom / Wasser
- Planungssicherheit für beide Seiten
- Aussteller
- Finanzielles Budget (Standmieten)

Herausforderungen

- Betreiber und Aussteller finden
- Vielseitiges ansprechendes Angebot
- Ansprechpartner
- Versicherung des Markts

Lösungsansätze

- Musik über Kulturforum (kein Problem mit GEMA)

Netzwerkbildung: „Multiplikatoren“/Kooperationspartner

- Vernetzung über Kulturforum

Teilprojekt „Stadteingang Ost (Würfelturm und Dornröschen)“



Gruppenmitglieder:

- Stephanie Schier
- Antje Büchner
- Günther Koseck

Ansprechpartner/in

- Günther Koseck

Projektteam

- Stephanie Schier
- Antje Büchner

Kurzbeschreibung

- Es geht um die Entwicklung des Bereiches entlang der Straße Am Anger, zwischen Würfelturmstraße und Husarenstraße sowie der angrenzenden Bereiche.
- Ort hat eine wichtige Funktion, da es die erste Stadteingangssituation vom Bahnhof aus kommend ist/ bzw. werden könnte.
- Deshalb soll dieser Bereich entsprechend umgestaltet werden.
- Im Rahmen der Konkretisierung des Projektes wird sich dabei insbesondere mit der Umgestaltung der ehem. Buswendeschleife als Aufenthaltsraum sowie mit Entwicklungsmöglichkeiten für den Würfelturm auseinandergesetzt.
- Zudem wird als zweites Teilprojekt der Gruppe an einem Stadtrundgang gearbeitet.

Durchführungszeitraum

- Konzeptionelle Vorüberlegungen und Ideensammlung bis März 2023
- Konzepterstellung bis Ende 2023
- Umsetzung ggf. Anfang 2024

Zielgruppe/n

- Besucher der Stadt Hofgeismar

Grundvoraussetzungen

- Entwicklung eines konzeptionellen Ansatzes
- Einbindung in das Gesamtkonzept der Stadt Hofgeismar

Herausforderungen

- Strategisches Thema, welches auf mehreren Ebenen bearbeitet werden muss

7 AUSBLICK UND VERABSCHIEDUNG

7. Ausblick

- Die Projektgruppen können sich selbstständig treffen und Teilprojekte weiter konkretisieren bis zum nächsten Bündnistreffen (mit Hilfe Vorlage Projektsteckbriefe).
- nächstes Bündnistreffen: Mi, 18.01., 19-21 Uhr:
 - Vorstellung Arbeitsergebnisse der Projektgruppen bzw. Teilprojekte
 - ggf. Weiterarbeit an/ Vertiefung von Teilprojekten
 - Blick auf „Themenspeicher“
- Haben Sie sich bereits zu Ihrer Bündnismitwirkung bekannt und auf dem Plakat „Bündnisgründung“ unterschrieben?



In weiteren Projektgruppentreffen sollte es darum gehen, das jeweilige Teilprojekt „umsetzungsreif“ zu machen. Das heißt v.a. daran zu arbeiten, dass Grundvoraussetzungen hergestellt werden, Lösungen für Herausforderungen gefunden werden und Netzwerkarbeit betrieben wird (Arbeitsaufträge innerhalb der jeweiligen Projektgruppe diesbzgl. verteilen bzw. übernehmen). Die ProjektStadt bittet um die Zusendung der Ergebnisse der Projektgruppenarbeit (befüllte Projektsteckbriefe und ggf. Protokolle) bis zum 9. Januar 2023.

Bauamtsleiter Dirk Lindemann und Bürgermeister Torben Busse bieten Unterstützung im Rahmen ihrer Möglichkeiten an. Die ProjektStadt und das Büro Stadt+Handel können ebenfalls bei offenen Fragen kontaktiert werden.

Ziel ist die Erarbeitung umsetzungsreifer Teilprojekte bis März 2023.

8 ANHANG

Nachfolgend finden Sie die Abbildungen der so genannten Projektsteckbriefe, die als Vorlage zur konkreten Bearbeitung eines jeden Teilprojektes als Word-Dokument zur Verfügung stehen. Die entsprechenden Dateien werden gemeinsam mit der Dokumentation versandt.

Hofgeismar – Landesprogramm „Zukunft Innenstadt“
Projektsteckbriefe Projektfamilie „Belebung Öffentlicher Raum“

Teilprojekt:	
1. Wer ist Ansprechpartner oder Ansprechpartnerin aus Ihrer Projektgruppe?	<ul style="list-style-type: none"> • ... • ...
2. In der Projektgruppe (AG) machen mit:	<ul style="list-style-type: none"> • ... • ... • ... • ... • ...
3. Kurzbeschreibung des Projektes: (Was soll umgesetzt werde? Nutzung? Gestaltung? Wo wird das Projekt umges.?)	...
4. Durchführungszeitraum: Wann soll das Projekt durchgeführt werden? ([ab] Monat?)	<ul style="list-style-type: none"> • ...
5. Zielgruppe/n: Für wen wird das Projekt umgesetzt?	<ul style="list-style-type: none"> • ... • ... • ...
6. Grundvoraussetzungen: Welche externen Rahmenbedingungen muss/ müssen gegeben sein, um das Projekt umzusetzen?	<ul style="list-style-type: none"> • ... • ... • ...

<p>(Ist für die Umsetzung des Projektes z.B. eine externe Unterstützung/ Begleitung in Form von Moderation, Sachverstand, o.ä.?)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • ... • ...
<p>7. Projektplanung: Welche Schritte sind nacheinander erforderlich, um das Projekt umzusetzen (in der Planungsphase, in der Ankündigungsphase [Öffentlichkeitsarbeit], in der Umsetzungsphase, in der Verstetigungsphase)?</p>	<p>Planungsphase:</p> <ul style="list-style-type: none"> • ... • ... • ... <p>Ankündigungsphase:</p> <ul style="list-style-type: none"> • ... • ... • ... <p>Umsetzungsphase:</p> <ul style="list-style-type: none"> • ... • ... • ... <p>Verstetigungsphase:</p> <ul style="list-style-type: none"> • ... • ... • ...
<p>8. Netzwerkbildung: Welche Kontakte bestehen (u.a. in den Bereich des lokalen Handwerks, des Einzelhandels, der lokalen Kunst- bzw. Kulturszene, Politik und Verwaltung, Presse/ Medien etc.)? Gibt es „Multiplikatoren“ / Kooperationspartner, die das Projekt aufgrund ihrer Kontakte, ihres Charismas, ihrer Kraft und Energie vorantreiben können?</p>	<ul style="list-style-type: none"> • ... • ... • ...

<p>9. Welche Herausforderungen (Hürden) sehen Sie in Bezug auf die Umsetzung des Projektes? Lösungsansätze?</p>	<ul style="list-style-type: none"> • ... • ... • ...
<p>10. Kosten: Können Sie zum jetzigen Zeitpunkt Aussagen zu den Kosten des Projektes machen, ggf. Kosten der einzelnen Phasen, auch Material usw.?</p>	<ul style="list-style-type: none"> • ... • ... • ...
<p>11. Beteiligung der Öffentlichkeit: Inwiefern ist die Öffentlichkeit bei der Planung des Projektes zu beteiligen (zielgruppenspezifisch: Familien, Kinder, Jugendliche, Senioren oder „allg. Öffentlichkeit“)? Und wie können Sie sich das vorstellen (Umfrage, aufsuchende Befragung, Ideen-workshop, Spaziergang?)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • ... • ... • ...
<p>12. Öffentlichkeitsarbeit: Welche Art von Bewerbung des Projektes wäre Ihrer Meinung nach angebracht? (Pressemitteilung, Plakate, Internetankündigungen, Kampagne mit mehreren Bausteinen – welche?)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • ... • ... • ...
<p>13. Welche Fragen können zum jetzigen Zeitpunkt nicht beantwortet werden und müssen im weiteren Verlauf der Projektarbeit geklärt werden? Wer ist Ansprechpartner dafür?</p>	<ul style="list-style-type: none"> • ... • ... • ...
<p>14. Sonstiges (Ggf. fallen Ihnen noch weitere Punkte ein, die betrachtet werden sollten)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • ... • ...

Projektsteckbrief „Ladenbelebung“

Projektname	
Ansprechpartner (Wer ist der zentrale Ansprechpartner aus der Projektgruppe?)	
Projektteam (Wer wirkt noch in der Projektgruppe mit? Wer ist für was verantwortlich?)	
Kurzbeschreibung (Was soll umgesetzt werden?)	
Durchführungszeitraum (Ab wann (Monat) soll das Projekt durchgeführt werden? Ggf. wie lange soll das Projekt umgesetzt werden?)	
Zielgruppe Für wen wird das Projekt umgesetzt?	
Grundvoraussetzungen (Welche externen Rahmenbedingungen müssen gegeben sein, um das Projekt umsetzen?)	
Verortung (Wo genau wird das Projekt umgesetzt?)	

Projektsteckbrief „Ladenbelebung“

	Planungsphase
	Ankündigungsphase
<p>Projektplanung (Welche Schritte sind nacheinander erforderlich, um das Projekt umzusetzen?)</p>	Umsetzungsphase
<p>Kosten (Können Sie zum jetzigen Zeitpunkt Aussagen zu den (personellen) Kosten des Projektes machen? Ggf. auch bereits den einzelnen Phasen zuordnen?)</p>	Verstetigungsphase
<p>Netzwerkbildung (Welche Kontakte bestehen (u.a. in den Bereich des lokalen Handwerks, des Einzelhandels, der lokalen Kunst- bzw. Kulturszene, Politik und Verwaltung, Presse/Medien etc.)? Gibt es „Multiplikatoren“, die das Projekt aufgrund ihrer Kontakte, ihres Charismas, ihrer Kraft und Energie vorantreiben können?)</p>	

Projektsteckbrief „Ladenbelebung“

<p>Herausforderungen (Welche Herausforderungen und Hürden sehen Sie in Bezug auf die Umsetzung? Gibt es hierzu bereits vorab Lösungsansätze?)</p>	
<p>Mögliche Kooperationspartner:innen (Welche Personen oder Institutionen können bei der Umsetzung unterstützen?)</p>	
<p>Beteiligung (Inwiefern ist die Öffentlichkeit bei der Planung zu beteiligen? Soll zielgruppenspezifisch oder allgemein beteiligt werden? Wie soll eine Beteiligung aussehen?)</p>	
<p>Öffentlichkeitsarbeit (Welche Art von Bewerbung ist angebracht und förderlich? Welche Mittel und Kanäle wollen Sie nutzen?)</p>	
<p>Offene Fragen (Welche Fragen können zum jetzigen Zeitpunkt nicht beantwortet werden und müssen im weiteren Verlauf der Projektarbeit geklärt werden? Wer ist Ansprechpartner dafür?)</p>	
<p>Sonstige</p>	



PROJEKSTADT

EINE MARKE DER UNTERNEHMENSGRUPPE
NASSAUISCHE HEIMSTÄTTE | WOHNSTADT