

STADT+HANDEL

Abschlussbericht

Altstadtmanagement Hofgeismar

25. März 2024

Ute Marks | Laura Brähler

Impressum

AUFTRAGNEHMER

**Stadt + Handel Beckmann und
Föhler Stadtplaner GmbH**

info@stadt-handel.de
www.stadt-handel.de
Amtsgericht Essen
Partnerschaftsregister-
nummer PR 3496
Hauptsitz Dortmund

Standort Dortmund

Hörder Hafenstraße 11
44263 Dortmund
Fon +49 231 86 26 890
Fax +49 231 86 26 891

Standort Hamburg

Tibarg 21
22459 Hamburg
Fon +49 40 53 30 96 46
Fax +49 40 53 30 96 47

Standort Karlsruhe

Beiertheimer Allee 22
76137 Karlsruhe
Fon +49 721 14 51 22 62
Fax +49 721 14 51 22 63

Standort Leipzig

Markt 9
04109 Leipzig
Fon +49 341 92 72 39 42
Fax +49 341 92 72 39 43

AUFTRAGGEBER

Stadt Hofgeismar

VERFASSER*INNEN

**Dipl. Bio. Ute Marks
Laura Brähler, M.Sc.**

Inhaltsverzeichnis

Einführung	5
Leerstandskataster.....	6
Beispielprojekte und Best-Practice-Beispiele.....	31
Gespräche mit Eigentümer:innen.....	38
Aktivierung der Gewerbetreibenden.....	46
Dornröschenstadt Hofgeismar.....	52
Was tut der Handel/Gastronomie, um die Geschichte zu erzählen.....	71
Lesbare Stadt.....	85
Handlungsempfehlung: Altstadtmanagement	110
Exkurs: Aufbau eines Altstadtmanagements	114
Verzeichnisse.....	119

Einführung

Nach der von Stadt + Handel verfassten **Innenstadtanalyse** sollten daraus resultierende einige operative Bausteine umgesetzt werden.

Den aktuellen Geschehnissen in Hofgeismar Rechnung tragend wurde als dringlichstes Modul ein **Leestandskataster** erstellt. Die Masterliste mit allen relevanten Daten kann auch in Zukunft von der Verwaltung gepflegt und ergänzt werden. Zusätzlich wurden Gespräche mit den Eigentümer:innen der Immobilien über die Gründe des Leerstandes und über die Perspektiven der Vermarktung geführt. Wie auch in anderen Projekten, mussten wir auch für Hofgeismar bei manchen Immobilienbesitzer:innen mangelndes Interesse an einer Kooperation feststellen. Die Kommunikationsstrukturen aufzubauen und zu festigen, bleibt eine Aufgabe für Wirtschaftsförderung und Stadtverwaltung oder für ein zukünftiges Altstadtmanagement.

Um die Gewerbetreibenden der Stadt für den Transformationsprozess zu motivieren wurde ein **Vortragsabend** initiiert, bei dem Ute Marks als Teamleiterin von Stadt + Handel die aktuellen Trends der Innenstadtentwicklung vortrug, aber auch die Frage diskutierte, ob „Die Dornröschenstadt“ als Marke für Hofgeismar von den innerstädtischen Anbietern gewinnbringend vermarktet wird. Es bedurfte mehrerer Anläufe und eines großen Engagements der Stadtverwaltung sowie der Vorsitzenden der Werbegemeinschaft, damit der Vortrag doch noch mit ausreichendem Publikum gehalten werden konnte.

Im Vorfeld dieses Vortrages wurde eine Recherche zum Thema **„Analyse von Stadtmarke, Vermarktung, touristischem Potential und Außendarstellung“** erstellt, bei der schnell deutlich wurde, dass die touristische Vermarktung sowohl des Dornröschenthemas als auch der naturnahen Angebote wie Reinhardswald und Tierpark gut aufgestellt sind, das innerstädtische Gewerbe aber nur wenig Bezug zu diesen Angeboten nimmt und gerade auch das Thema Dornröschen kaum in die eigene Vermarktung integriert.

Für das Modul **„Online-Check“** wurden die Webseiten der Handelsbetriebe in Hofgeismar hinsichtlich ihrer Relevanz, ihre Sichtbarkeit und auch ihrer rechtlichen Schwächen hin überprüft. Ziel soll es sein, eine bestmögliche Sichtbarkeit für die Angebote Hofgeismars zu erzeugen. Für die Zukunft lassen sich aus den gewonnenen Erkenntnissen weitere Handlungsoptionen und Fortbildungen für Gewerbetreibenden ableiten.

Ein weiteres Modul war die **„lesbare Stadt“**. Der Begriff bezieht sich auf die Idee, städtische Räume so zu gestalten und zu organisieren, dass sie für die Bewohner:innen aber auch für Besucher:innen und Tourist:innen leicht verständlich, zugänglich und nutzbar sind. Eine lesbare Stadt ist im übertragenen Sinne "lesbar" wie ein Buch, sodass Menschen die Struktur, die Funktionen und die Identität der Stadt leicht verstehen können. Zu den Merkmalen einer lesbaren Stadt können gehören eine klare Beschilderung, eine barrierefreie Gestaltung und gute öffentliche Verkehrsmittel. Grüne Räume und Informationen zu kulturellen und historischen Stätten kommen hinzu. Eine "lesbare Stadt" betont auch die Notwendigkeit einer Bürgerfreundlichkeit in der Stadtplanung, um das Wohlbefinden der Bewohner:innen zu fördern und eine positive städtische Erfahrung zu ermöglichen.

Für alle Bausteine gilt, dass eine nachhaltige und dauerhafte Auseinandersetzung mit den transformatorischen Veränderungen und den Akteur:innen der Innenstadt professionell begleitet werden sollte. Daher wird zum Abschluss des Berichts eine Empfehlung zur Implementierung eines **Altstadtmanagements** gegeben.

Leerstandskataster

Altstadtmanagement – Leistungsbausteine

Leerstand

Entwicklungsziel Leerstandskataster

Maßnahme/Projekt Erhebung leerstehenden Gewerbeflächen in Erdgeschosslage

Beschreibung

Im Rahmen des Leerstandskatasters wird eine detaillierte Erfassung der leerstehenden Erdgeschosse durchgeführt. Ziel ist es, einen Überblick über die Lage, den Zustand und potenzielle Nachnutzungsmöglichkeiten zu gewinnen.

Diese Daten dienen als Arbeitsgrundlage für die Stadtverwaltung, um gezielte Maßnahmen zu entwickeln und umzusetzen. Ein regelmäßiges Monitoring der Leerstände soll dabei helfen, die Entwicklung im Stadtzentrum kontinuierlich zu beobachten und bei Anfragen nach Gewerbeflächen im Zentrum von Hofgeismar handlungsfähig zu sein.

Insgesamt wurden 15 leerstehende Erdgeschossflächen im Untersuchungsraum (siehe Karte) erhoben. Zwei dieser Ladenlokale befinden sich bereits in einer neuen Nutzung, ein Gebäude soll abgerissen und Neubebaut werden.

Erkenntnis/ Einordnung

- wenige Problemimmobilien (zwei baufällig im Steinweg),
- Ladenlokale in zentralen Bereich (Fußgängerzone) können schnell einer Nachnutzung zugeführt werden
- temporärer Leerstand, nur vereinzelt struktureller Leerstand

Leerstands-Portrait Nr. 8

Markstraße 8



STADT+HANDEL

Qualitative Merkmale und weitere Eigenschaften

Größe und baulicher Zustand allgemein	ca. 90m ² ; helles Holzparkett in gutem Zustand; geschlossene Decke; Sprinkler vorhanden; eine Säule
Zugang und Barrierefreiheit	Eingang durch vier Stufen erreichbar; daher nicht barrierefrei
Qualität und Sauberkeit des Außenbereichs + Erscheinung der Nachbargebäude	Außenwirkung derzeit durch abgehängtes Schaufenster und Baustelle beeinträchtigt. Orsa-Isprätiges Fachwerk-Gebäude
Umliegende Nutzungen	rechts: Der Tintenklecks (einenfalls Leerstand); links: Weltladen Tintaya
Potential der Handelsfassade und Schaufenster	Eingangsbreite ca. 3m durchgehende, saubere Glas-Schaufensterfront
Logestärkende Eigenschaften und Kopplungseffekte	Gastronomie und weiterer Einzelhandel in unmittelbarer Nähe. Fußgängerzone und Durchgang zum Marktplatz sorgen für Frequenz. Baustelle schränkt die Zugänglichkeit derzeit ein.
Frequenz- und Verkehrssituation	hohes Aufkommen von Fußverkehr
Aktuelle Außenwerbung	Teilweise abgehängtes Schaufenster, keine Kontaktdaten oder Verweis auf Mollerbüro
Letzte Nutzung	Blumenladen

Allgemeine Einordnung
Mitte großes Ladenlokal in Lauffuge, allerdings derzeit Zugänglichkeit durch die Baustelle sehr eingeschränkt. Durch zwei nebeneinanderliegende Leerstände ist zu klären, ob diese durch die Baustellen-Situation begünstigt wurden. Aufgrund der Lage und des ortstypischen Leerstand ist von einem temporären Leerstand auszugehen.

Altstadtmanagement Hofgeismar - Leerstandskataster 19

Einführung Ausgangssituation und Zielsetzung – Der Hofgeismarer Leerstand

Innenstädte sind die Orte der gesellschaftlichen, wirtschaftlichen und kulturellen Identität. Doch die aktuellen sozio-ökonomischen, technischen und räumlichen Transformationsprozesse – allen voran die Digitale Transformation – verändern alles, vieles davon grundlegend. Der Online-Handel ist dabei ein besonders einfach herzustellender Zusammenhang. Die Veränderungen gehen jedoch weit darüber hinaus. Themen, wie u. a. der gesellschaftliche Wandel, die Digitalisierung oder das veränderte Raumverständnis haben dazu geführt, dass die Innenstädte heutzutage anders wahrgenommen und genutzt werden. Dementsprechend haben sich auch die Anforderungen an die Innenstädte und damit auch an die

Haupteinkaufslagen gewandelt und sind an entsprechende Herausforderungen geknüpft.

Das vorliegende Konzept soll an dieser Stelle ansetzen und die Leerstands-situation in der Hofgeismarer Innenstadt konkreter untersuchen. Des Weiteren liegt der Analyse eine qualitativ-orientierte Methodik zu-grunde. Auf Grundlage einer Untersuchung der Leerstandsobjekte kombiniert mit umfangreichen Interviews mit Eigentümer:innen sollen Hemmnisse, Ursachen und potentielle Nachnutzungsmöglichkeiten in Bezug auf die strukturellen gewerblichen Leerstände in der Hofgeismarer Innenstadt aufgearbeitet werden.



Einführung

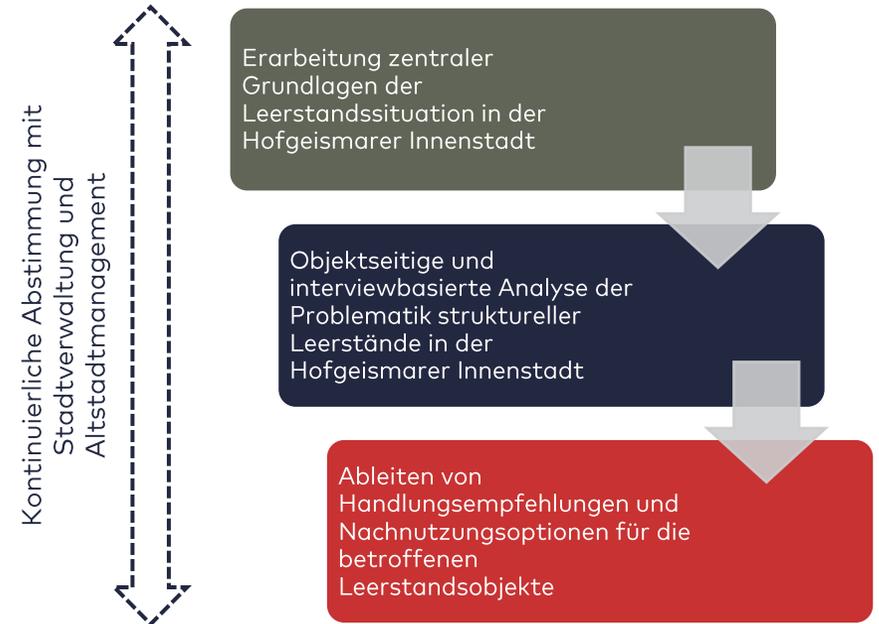
Weitere Projektdetails und Hintergrund

Das Leerstandskataster der Hofgeismarer Innenstadt, entwickelt im Rahmen des Altstadtmanagements ein Projekt des Landesprogramms "Zukunft Innenstädte", fokussiert sich intensiv auf die Thematik der Leerstände.

Die spezifische Betrachtung ermöglicht eine Analyse der aktuellen Situation. Dabei steht nicht nur die reine Erfassung von Leerständen im Vordergrund, sondern auch die Gründe, die zu diesen führen. Ein zentrales Element dieses Bausteins ist der Erstkontakt mit den Eigentümer:innen der betroffenen Immobilien. Dieser Dialog dient dazu, die Ursachen für den Leerstand aus erster Hand zu verstehen aber auch einen Blick in die Zukunft der Ladenlokale zu erlangen.

Durch diese Herangehensweise wird ein tieferes Verständnis der Leerstandsproblematik in Hofgeismar erlangt und ein Fundament für zukünftige Zusammenarbeit zwischen Stadtverwaltung und Eigentümerschaft geschaffen.

- Die Erfassung, Auflistung und Charakterisierung von Langzeitleerständen in Erdgeschosslage bzw. jener, die potentiell perspektivisch von dieser Problematik betroffen sein könnten, sowie der zugehörigen Mikrolagen (betroffene Arkaden, Passagen, etc.)
- Die Konzeption, Organisation sowie Durchführung qualitativer leitfragenbasierter Interviews mit Eigentümer*innen sowie Auswertung der Ergebnisse



Verortung der Leerstände

Räumliche Verteilung und Liste der untersuchten Leerstände

Abgrenzungen

■ Untersuchungsgebiet

Funktion

● Leerstand



Leerstände

Bahnhofstraße 8

Mühlenstraße 17

Mühlenstraße 12

Mühlenstraße 3

Steinweg 6

Steinweg 10

Marktstraße 1

Marktstraße 6

Marktstraße 8

Markt 3

Markt 15

Markt 16

Markt 27

Erhebungsmethodik und relevante Charakteristika

Von allen für diese Analyse relevanten (strukturellen) Leerständen wurden **qualitative Leerstandssteckbriefe** angefertigt. Auf dieser Grundlage sollen zum einen Gemeinsamkeiten der Objekte herausgearbeitet werden, welche auf immobilienseitige Aspekte beschränkt werden können und zum anderen eine Art „Datenbank“ geschaffen werden, welche für die zukünftige Vermittlung von Nach- oder Zwischennutzungen in den betroffenen Leerständen umgesetzt werden können. Folgende Parameter wurden für die Steckbriefe festgelegt:

Größe und baulicher Zustand allgemein

- Welche Größenkategorie weist der Leerstand auf?
- Beschaffenheit der Außenfassade, Werbeanlagen
- Ist eine Zusammenlegung der Flächen möglich?

Zugang und Barrierefreiheit

- Ist der Zugang zu den Objekten barrierefrei?
- Qualität des Zugangs für Anlieferung
- Ist die Ladenfläche barrierefrei?

Qualität und Sauberkeit des Außenbereichs + Erscheinung der Nachbargebäude

- Wie lässt sich die Reinlichkeit vor Ort einschätzen?
- Welche Wirkung hat die allgemeine Umgebung auf die Passant:innen?

Umliegende Nutzungen

- Welche Nutzungen befinden sich unmittelbar anliegend?
- Gibt es eine Dominanz bestimmter Bereiche?
- Lassen sich Leerstandsagglomerationen auffinden?

Potential der Handelsfassade und Schaufenster

- Anzahl und Breite der Eingangsbereiche
- Art, Beschaffenheit, Größe und Potential der Schaufensterfront

Lagestärkende Eigenschaften und Kopplungseffekte

- Gibt es gastronomische Nutzungen in unmittelbarer Nähe?
- Gibt es Einzelhandelsnutzungen in unmittelbarer Nähe?
- Wie kann das Ladenlokal erreicht werden?

Aktuelle Außenwirkung

- Wird der Leerstand zwischengenutzt?
- Macht der Leerstand einen „ordentlichen“ Eindruck?
- Sind Kontaktdaten (z.B. vom Makler) ausgeschrieben?

Letzte Nutzung

- Wie wurde der Leerstand zuvor genutzt?
- Wann wurde der Leerstand zuletzt genutzt?
- Hierfür werden Eigentümer:innen-Gespräche genutzt

Fazit Leerstandserhebung

Das Leerstandskataster in Hofgeismar offenbart sowohl Herausforderungen als auch Chancen für die Innenstadt. Mit insgesamt 15 ermittelten Leerständen zeigt sich ein deutlicher Handlungsbedarf, aber auch das Potential für eine positive Entwicklung. Erfreulicherweise konnten vier der Leerstände bereits erfolgreich mit neuen Nachnutzungen gefüllt werden, darunter ein Handyshop in der Mühlenstraße 17, ein Feinkostladen in der Neuen Straße 2, eine Umwandlung eines Objekts am Markt 5 in eine Tourismuszentrale sowie eine noch unbekannte Nachnutzung in der Mühlenstraße 3. Diese Beispiele zeigen, dass gezielte Maßnahmen und die aktive Suche nach passenden Nutzungen Früchte tragen können. Zusätzlich bieten sechs temporäre Leerstände aufgrund ihrer vorteilhaften Lage, guten Erreichbarkeit und dem Zustand der Immobilien gute Voraussetzungen für eine Wiederbelebung und zukünftige Nutzung. Dies unterstreicht die Notwendigkeit, individuelle Konzepte für diese Objekte zu entwickeln, die deren Potential voll ausschöpfen.

Die Identifizierung von fünf strukturellen Leerständen wirft jedoch auch Licht auf die Schwierigkeiten, die bestimmte Immobilien mit sich bringen. Die geplante Abreißung und Neuerstellung der Immobilie in Steinweg 6 könnte ein Beispiel dafür sein, wie mit solchen Herausforderungen umgegangen werden kann, indem vollständig neue Möglichkeiten für die Nutzung des Grundstücks geschaffen werden. Für die potenzielle gewerbliche Nutzung wurden verschiedene Standorte in der Bahnhofstraße, Marktstraße sowie am Markt und in der Mühlenstraße identifiziert. Diese Adressen zeigen ein breites Spektrum an Möglichkeiten für neue Geschäfte oder Dienstleistungen, die zur Belebung der Innenstadt beitragen können.

Die Überlegung, einige der leerstehenden Objekte in Wohn- oder Büroflächen umzuwandeln, insbesondere in den Steinweg- und Marktadressen, spiegelt die Flexibilität wider, die für eine nachhaltige Stadtentwicklung erforderlich ist. Solche Umnutzungen könnten nicht nur dem Leerstand entgegenwirken, sondern auch dazu beitragen, die Innenstadt als lebendigen und vielseitig genutzten Raum zu stärken.

Insgesamt zeigt das Leerstandskataster in Hofgeismar, dass trotz der vorhandenen Leerstände vielfältige Möglichkeiten bestehen, diese zu beleben und positiv in die Stadtentwicklung einzubinden. Eine Kombination aus gezielten Nachnutzungen, adaptiven Umnutzungskonzepten und der Bereitschaft, auch radikalere Schritte wie Abriss und Neubau in Betracht zu ziehen, kann dazu beitragen, die Innenstadt von Hofgeismar nachhaltig zu stärken und zukunftsfähig zu gestalten.

Beispielprojekte und Best-Practice-Beispiele

Aktives Leerstandsmanagement

- 1. Stärkung der Beziehung zwischen Stadtverwaltung, Eigentümer:innen und Nutzer:innengruppen:** Zur Stärkung der Beziehung zwischen der Stadtverwaltung, den Eigentümer:innen und Nutzer:innengruppen könnte die Einführung regelmäßiger Treffen, wie beispielsweise eines „Eigentümer:innenstammtisches“, dienen. Diese Treffen bieten eine Plattform für direkten Austausch, gemeinsame Problemidentifikation und die Entwicklung von Lösungsstrategien. Darüber hinaus können auch andere Beteiligungsformate wie Workshops, Umfragen oder Informationsveranstaltungen eingesetzt werden, um die Kommunikation und Kooperation zwischen den verschiedenen Beteiligten zu fördern.
- 2. Allgemeine Verbesserung der Vermarktungssituation leerstehender Ladenlokale in Hofgeismarer A-Lage:** Eine Verbesserung der Vermarktungssituation für leerstehende Ladenlokale in den bevorzugten Lagen von Hofgeismar kann durch das aktive Einbinden dieser Ladenlokale in innerstädtische Vermarktungsstrategien erreicht werden. Eine Möglichkeit hierfür ist die Präsentation der Objekte auf der Homepage der Stadt, um die Sichtbarkeit und damit das Interesse potenzieller Nutzer:innen zu erhöhen.
- 3. Einheitliche Bewerbung leerstehender Ladenlokale:** Die einheitliche Gestaltung von Werbematerialien, wie Plakaten und Exposés, für leerstehende Ladenlokale kann dazu beitragen, ein kohärentes und ansprechendes Bild dieser Objekte zu vermitteln. Durch ein gemeinsames Layout lässt sich die Wiedererkennung verbessern und die Attraktivität der Angebote steigern.
- 4. Beratungsangebote für Eigentümer:innen schaffen bzw. vermitteln:** Die Schaffung bzw. Vermittlung von Beratungsangeboten für Eigentümer:innen in Bereichen wie Sanierung, Denkmalschutz und Finanzierung kann diese bei der Entscheidungsfindung unterstützen. Durch Zugang zu solchen Informationen können Eigentümer:innen ihre Immobilien effektiver nutzen und zur Aufwertung des städtischen Raumes beitragen.
- 5. Kontinuierliches Arbeiten mit einer Übersicht leerstehender Ladenlokale:** Die kontinuierliche Aktualisierung und Pflege einer Übersicht über leerstehende Ladenlokale ist essenziell, um eine effiziente Nutzung und Vermarktung dieser Flächen zu gewährleisten. Eine solche Übersicht ermöglicht es allen Beteiligten, schnell und effektiv Informationen über verfügbare Objekte zu erhalten und Leerstände zielgerichtet zu adressieren.

Beispielprojekte und Best-Practice-Beispiele

Zwischennutzung durch soziale Akteure oder Bildungseinrichtungen - Emmerich

- Unter Zusammenarbeit mit dem Citymanagement und der städtischen Gesamtschule Emmerich wurde ein Langzeit-Leerstand einer Zwischennutzung zugeführt
- Das Ladenlokal wurde „Schülerfirmen“ zur Ausstellung, zum Verkauf und zur Herstellung ihrer Produkte zur Verfügung gestellt
- Zusätzlich wurde durch die Schüler:innen eine Reparaturwerkstatt für Fahrräder in den Räumlichkeiten initiiert
- Der Erlös, den die Schüler:innen erzielten, wurde einem Verein zur Unterstützung Krebskranker Kinder gespendet – das Projekt verfolgt quasi ein „doppelt-soziale“ Rolle



Beispielprojekte und Best-Practice-Beispiele

Kultur-Pavillon Werdemühlenplatz – Zürich (Schweiz)

- Frühere Nutzung: Ticketcorner und Infopoint
- Dauer der neuen Nutzung: 2,5 Jahre
- Umgestaltung als Ort für Veranstaltungen, Lesungen, Workshops, Diskussionsrunden rund um das Thema der (Innen-)Stadtentwicklung
- Vergabe des Raumes durch die Stadt Zürich
- Träger der Anmietung: zURBS (sozial-artistisches Stadtlabor ohne kommerzielle Nutzung) & Nextzürch (Plattform für Stadtentwicklung)
- Über 200 umgesetzte Programmpunkte über den Nutzungszeitraum hinweg



Beispielprojekte und Best-Practice-Beispiele

Interaktives Schaufenster NOVA/ „Das Wunder der Schaufenster“ – Berlin/ Köln

- Projekt des Kölner Kunstkollektivs in Zusammenarbeit mit Kristina Enders (Initiatorin)
- Nutzung der Schaufenster leerstehender Ladenlokale als Projektionsfläche
- Mit Hilfe des eigens entwickelten Tools NOWA können Bilder und Videos auf Schaufenster projiziert und ohne zusätzliche App per Smartphone angesehen werden (360-Grad-Ansicht, Hintergrundinformationen, etc.)
- Denkbar ist durchaus auch nicht-kommerzieller künstlerischer oder sozialer Inhalt
- Notwendig sind lediglich ein Beamer, sowie ein Computer mit der notwendigen Software; Nach Bekleben des Schaufensters mit einer Grafikfolie (gestaltbar nach den Vorlieben des Kunden) wird in rechteckigen Aussparungen eine matte Folie eingeklebt, auf die der Beamer die Inhalte projiziert
- Interessante Inhalte können auch versendet und in sozialen Medien geteilt bzw. zu einem späteren Zeitpunkt angesehen werden
- Dient der Überwindung der Trennung zwischen digitalem und analogem Point of Sale



Beispielprojekte und Best-Practice-Beispiele

geförderte Ansiedlung des Fachgeschäfts WhiskIT (Whisky und IT) – Velbert-Langenberg

- Geförderte Ansiedlung über städtisches Anmietungsprogramm der Stadt Velbert, betreut durch Altstadtmanagement Langenberg und Wirtschaftsförderung Velbert
 - Einjährige Förderung i.H.v. 50% der Nettokaltmiete zzgl. Zuschuss von 50% (max. 2.500€) für die Ausstattung des Ladenlokals
- Wiederbelebung eines Leerstands und Unterstützung zweier Existenzgründer
- Zweigeteiltes Konzept:
 - Vertrieb von hochwertigen Whiskys (Online Shop und stationär)
 - IT-Dienstleistungen und Vertrieb von Computern und Computerteilen (Einstiegsmodelle bis Profihardware)



Beispielprojekte und Best-Practice-Beispiele

3-in-1-Gastronomie-Konzept. System-Gastronomie Puro in Borken

- Ehemalige Bäckerei wurde zwischenzeitlich als Schnelltestzentrum genutzt
- Mix aus System-Gastronomie, Café sowie Wein- und Feinkosthandel
- Initiiert wurde das Projekt von den Immobilieneigentümer:innen sowie einem Investor gemeinsam mit Gastronomie-Entwickler **Martin Luible**
- Alleinstellungsmerkmal: erste Slow-Food-Systemgastronomie „gut, sauber, fair“
- Gastronomie bespielt zwei Bereiche der Innenstadt: Markplatz und Kirchvorplatz (beidseitig geöffnet)



Gespräche Eigentümer:innen

Altstadtmanagement – Leistungsbausteine

Leerstand

Entwicklungsziel	Leerstandskataster
Maßnahme/Projekt	Eigentümer: innen-Kontakt
Beschreibung	<p>Im Zeitraum von August bis November 2023 wurden Eigentümer:innen leerstehender Ladenlokale kontaktiert, und Gesprächstermine wurden vereinbart sowie geführt. Im Laufe des Prozesses haben sich für einzelne Ladenlokale bereits neue Nutzungen oder andere bauliche Planungen ergeben. In diesen Fällen wurde auf den ursprünglichen Interview-Leitfaden verzichtet. Der Großteil der kontaktierten Eigentümer:innen zeigte sich gesprächsbereit und stellte die benötigten Informationen zur Verfügung. Personen, die kein Gespräch führen wollten oder die nicht erreicht werden konnten, werden durch die Stadt Hofgeismar erneut kontaktiert. In einer gesonderten Excel-Tabelle sind die aktuellen Leerstände mit Kontaktdaten der Eigentümer:innen aufgelistet. Ebenfalls in der Liste enthalten ist eine Kontakthistorie sowie relevante Gesprächsnotizen.</p>
Erkenntnis/ Einordnung	<ul style="list-style-type: none"> • In Gesprächen wurde keine Nutzung konsequent ausgeschlossen („grundsätzlich für alle Konzepte offen“) • Eigentümer: innen sind zu baulichen Änderungen als auch im Mietpreis entgegenzukommen durchaus bereit (bei langfristigem Mietinteresse) • Alle Gesprächspartner: innen sind über die Immobilie hinaus auch an der positiven Entwicklung der Innenstadt interessiert

Ergebnisse der Interviews - Eigentümer:innen/ Objektmanagement

Erste Kernaussagen



Quelle: Darstellung Stadt + Handel

Aufbau und Inhalt der Interviews



Die grundlegende Leitfragen-Struktur für diese Akteursgruppe wurde wie folgt aufgebaut und chronologisch während der Interviews erfragt:

1. Wo sehen Sie als Immobilieneigentümer/ Objektmanagement die maßgeblichen Gründe für langfristige Leerstände in der Hofgeismarer Innenstadt?
2. Welche Ursache hat aus Ihrer Perspektive die langfristige Leerstandssituation Ihrer Gewerbeinheit/ Immobilie?
3. Welche Möglichkeiten bzw. Kanäle haben Sie in den letzten Jahren genutzt/in Anspruch genommen, um Ihre Gewerbeinheit/ Immobilie einer neuen Nutzung zuzuführen (z.B. private Makler, Internet-Kanäle etc.) und welche Schwierigkeiten traten dabei auf?
4. Welche Nutzung können Sie sich in Zukunft für Ihre leerstehende(n) Gewerbeinheit(en) vorstellen und welche Nutzung schließen Sie auch konsequent aus?
5. Könnten Sie sich vorstellen, Ihre leerstehenden Gewerbeinheit(en) an alternative Nutzergruppen (z.B. Manufakturen, Kreativwirtschaft/ urbane Produktion, Künstler:innen) zu vermieten bzw. auch neue und zeitlich begrenzte Shop-Konzepte zu unterstützen?
6. Könnten Sie sich vorstellen, Ihre aufgerufenen Mietpreisniveaus abzusenken, sofern damit die Nachnutzung eines Langzeitleerstands erreicht wird?
7. Für unterschiedliche Nutzergruppen ergeben sich oft auch unterschiedliche bauliche Anforderungen. Wären Sie dazu bereit auch in bauliche Veränderungen Ihrer leerstehenden Gewerbeinheit(en) zu investieren, um eine dauerhaft bessere Vermietbarkeit in einem handelsfremden Segment zu erreichen?
8. Wie groß ist Ihre leerstehende Gewerbeinheit und welchen Zuschnitt hat diese? Wie würden Sie die Lage der Gewerbeinheit in Bezug auf die Leerstandswahrscheinlichkeit einschätzen?
9. Was wünschen Sie sich für Hofgeismar? Was funktioniert in anderen Städten gut und könnte auch hier zielführend sein?

- Dauer der Interviews beläuft sich auf je ca. 30 bis 40 Minuten
- Der jeweilige Fragenkatalog für die semi-strukturierten Interviews variiert je nach:
 - Betroffener Immobilie/Objekt (falls Objektbezug gegeben)
 - Zustand der Immobilie
- Sofern sich in der Zwischenzeit einer Nutzung der Immobilie ergeben hat, wird auf den gesamten Leitfaden verzichtet.

Ergebnisse der Eigentümer:innen- Interviews



Erste Kernaussagen



Quelle Foto: Stadt + Handel, Zeitraum der Interviews: 08-11/23.

Ergebnisse der Eigentümer:innen-Interviews



Welche Nutzungen können Sie sich in Zukunft für Ihre leerstehende(n) Einheit(en) vorstellen bzw. schließen sie aus?



Kernaussagen:

- Eigentümer:innen betonen die Wichtigkeit von hochwertiger Qualität
- Die meisten Befragten teilten mit, dass sie grundsätzlich jeder Nutzung offen gegenüber stehen.
- Obwohl Restaurants eine erhöhte Frequenz bieten, sind Gastronomiebetriebe oft mit hohen (Um)Baukosten verbunden
- Gegen alternative Nutzergruppen haben die Eigentümer:innen prinzipiell nichts einzuwenden, solange diese auch gewinnbringend sind – und dies ist z.B. leider das Problem mit Manufakturen – obwohl sehr gern bei Eigentümer:innen gesehen sind, erbringen sie zu wenig Ertrag und können hohen Mietpreis nicht bedienen

Ergebnisse der Eigentümer:innen-Interviews

Wären Sie dazu bereit, bauliche Veränderungen vorzunehmen, sofern dies zu einer Nachnutzung führt?

Wären Sie dazu bereit, Ihr aufgerufenes Mietpreisniveau zu senken, um damit eine Nachnutzung zu erzielen?



Kernaussagen:

- Eigentümer:innen stehen baulichen Änderungen grundsätzlich positiv und offen gegenüber
- Wichtig ist, dass durch die baulichen Änderungen auch eine sinnvolle und gute (Nach)Nutzung zu Stande kommt
- Mieter:innen sollen Umbau bevorzugt alleine erledigen
- Gewisse Miete muss immer gegeben sein, damit die Immobilie rentabel bleibt
- Mietreduzierungen können unter bestimmten Bedingungen/ oder gewissen Zeitraum gegeben werden
- Konzept der Mieter:innen muss passen und zukunftsführend sein, um über Minderung reden zu können



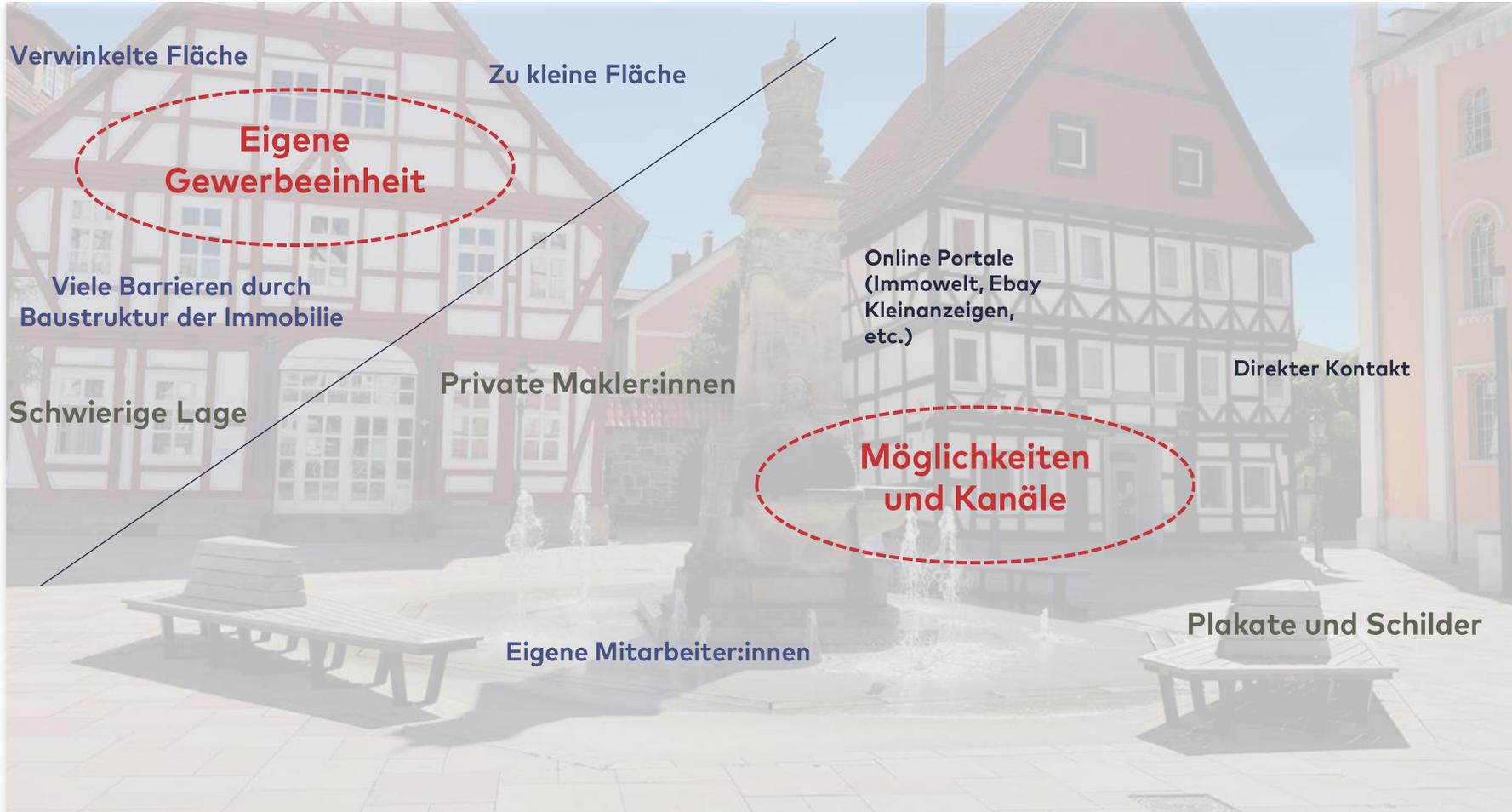
Ergebnisse der Eigentümer:innen-Interviews

Wie würden Sie die/ den Lage/Größe/Zustand Ihrer Gewerbeeinheit beschreiben? Welche Möglichkeiten bzw. welche Kanäle haben Sie in den letzten Jahren genutzt, um eine Nachnutzung zu erreichen?



Kernaussagen:

- Gastronomiebetriebe erweisen sich aktuell in der Umsetzung als schwierig, da Fachkräfte und Personal fehlt
- Kleinere Leerstände sind in der Regel schwieriger zu bespielen, weil dort oft gute Konzepte fehlen
- Die Baustruktur in der Hofgeismarer Innenstadt gibt vielen Ladenlokalen einen besonderen Charme. Leider sind die kleinteiligen Flächen jedoch oft ein Ausschlusskriterium.
- Oft werden von den Eigentümer:innen alle Kanäle genutzt, um eine Nachnutzung der Immobilie zu erreichen
- Oft entsteht eine Neuvermietung durch einen persönlichen Kontakt. Eine Vermarktung auf Portalen oder durch ein Maklerbüro wird selten in Anspruch genommen.
- Ladenlokale, die nicht aktiv beworben werden, befinden sich meist in Umbau, Renovierung oder sind in einem nicht vermietbaren Zustand.



Zusammenfassung der wichtigsten Erkenntnisse aus den Interviews mit Eigentümer:innen

Im Zeitraum von August bis November 2023 wurden Eigentümer:innen leerstehender Ladenlokale kontaktiert, und Gesprächstermine wurden vereinbart sowie geführt. Im Laufe des Prozesses haben sich für einzelne Ladenlokale bereits neue Nutzungen oder andere bauliche Planungen ergeben. In diesen Fällen wurde auf den ursprünglichen Interview-Leitfaden verzichtet. Der Großteil der kontaktierten Eigentümer:innen zeigte sich gesprächsbereit und stellte die benötigten Informationen zur Verfügung. Personen, die kein Gespräch führen wollten oder die nicht erreicht werden konnten, werden durch die Stadt Hofgeismar erneut kontaktiert.

Aus den Interviews, die wir für einen Austausch gewinnen konnten, lassen sich vor allem nachstehende Kernerkenntnisse herausstellen:

- Die Interviewpartner:innen blieben in ihren Aussagen zu den Fragen, welche Nutzungen sie sich für die Leerstände wünschen bzw. welche Nutzungen Sie konsequent ausschließen, sehr vage. Zum einen mit der Begründung, dass sie „grundsätzlich für alle Konzepte offen sind“ und zum anderen, dass die Nachfrage in Hofgeismar nicht so groß sei.
- Eine Nachfrage für alternative Nutzungen gibt es in Hofgeismar nicht merklich. Obwohl die meisten Eigentümer:innen demgegenüber offen sind, gibt es keine konkreten Anfragen.
- Für Ladenlokale, die sich in einem guten baulichen Zustand sowie in einer guten Lage befinden, ergibt sich meist zeitnah eine neue Nutzung (Beispiel Mühlenstraße 12 oder Mühlenstraße 17). Bei langfristigen Leerständen besteht oft ein Zusammenhang mit Bau- und/ oder Renovierungsarbeiten.
- In den Gesprächen stellte sich heraus, dass Eigentümer:innen durchaus bereit sind sowohl bauliche Änderungen vorzunehmen als auch im Mietpreis entgegenzukommen. Wichtig ist Ihnen ein lukratives und wirtschaftliches Geschäftsmodell, sowie das Interesse an einem langfristigen Mietverhältnis.
- Die Tatsache, dass sich ein Großteil der Wohnsitze der Eigentümer:innen innerstädtischer Leerstände bzw. die deren Verwaltungen in Hofgeismar oder naher Umgebung verorten lassen, zeigt ein persönliches Interesse an einer positiven Entwicklung der Hofgeismarer Innenstadt. Die Personen, die zu einem Gespräch zur Verfügung standen, zeigten eine Identifikation mit der Innenstadt.
- Einzelne Leerstände weisen einen schlechten baulichen Zustand auf. Mögliche Abriss-Planungen oder dringender Sanierungsbedarf sollte gesondert betrachtet bzw. begleitet werden.
- In einer gesonderten Excel-Tabelle sind die aktuellen Leerstände mit Kontaktdaten der Eigentümer:innen aufgelistet. Ebenfalls in der Liste enthalten ist eine Kontakthistorie sowie relevante Gesprächsnotizen.

Aktivierung der Gewerbetreibenden

Altstadtmanagement – Leistungsbausteine

Nutzung

Entwicklungsziel **Aktivierung der Gewerbetreibenden**

Maßnahme/Projekt **Schaufenster-Workshop**

Beschreibung

Designexpertin Karin Wahl hielt einen Vortrag über die Grundsätze des Designs, der ästhetischen Gestaltung und effektiven Warenpräsentation, der sich an Gewerbetreibende richtete. Im praktischen Teil der Veranstaltung erarbeiteten die Teilnehmenden unter ihrer Anleitung Dekorationskonzepte anhand von Dekorationstischen. Dieser interaktive Ansatz zielte darauf ab, die Gestaltungsideen der Gewerbetreibenden aufzufrischen und sie zur kreativen Neugestaltung ihrer Schaufenster zu motivieren. Dabei legte Karin Wahl besonderen Wert auf die Vermittlung von leicht umsetzbaren Ideen, um die Ladenfronten attraktiv und kundenfreundlich zu gestalten.

An dem Workshop am 04. Juli 2023 nahmen 13 Personen aus dem Einzelhandel teil. Um zukünftig weitere Gewerbetreibende zu einem Update ihres Schaufensters zu ermutigen, empfiehlt es sich, dieses oder ein ähnliches Format erneut anzubieten und über den Verein für Handel und Gewerbe zu kommunizieren.

Erkenntnis/ Einordnung

- Zunächst war es schwer Interesse zu finden
- Sieben Unternehmen meldeten sich dann doch zu dem Workshop an
- Einige setzten das Erlernte sofort in ihren Schaufenstern um



Altstadtmanagement – Leistungsbausteine

Nutzung

Entwicklungsziel **Aktivierung der Gewerbetreibenden**

Maßnahme/Projekt **Impulsvortrag**

Beschreibung

Bei der Netzwerkveranstaltung ging es um die aktuellen Themen der Innenstadttransformation, den ersten Eindruck, der den Kunden vermittelt wird und die Frage, ob der Markenkern „Dornröschenstadt – Hofgeismar“ von den Betrieben in der Altstadt wahrnehmbar bestärkt wird.
Es wurden Vorschläge für die zukünftige Positionierung als Dornröschenstadt genannt und mit den anwesenden diskutiert.

**Erkenntnis/
Einordnung**

- Mit 25 Teilnehmer:innen war die Veranstaltung gut besucht, es gab eine anregende Diskussion, die aber in Teilen von hoher Erwartungshaltung gegenüber der Verwaltung geprägt war. Einzelne Stimmen stellten das Dornröschenthema als Markenbildung in Frage.



Altstadtmanagement – Leistungsbausteine

Nutzung

Entwicklungsziel	Unterstützung der digitalen Präsenz der Gewerbetreibenden
Maßnahme/Projekt	Online-Check
Beschreibung	<p>Eine umfassende Prüfung der digitalen Auftritte aller Gewerbetreibenden im Zentrum von Hofgeismar wurde durchgeführt. Geprüft wurden die Kategorien Wettbewerbsfähigkeit, Leistung, SEO, Best Practice, Barrierefreiheit, Recht und Soziale Netzwerke. Ziel war die Stärkung der digitalen Sichtbarkeit der Geschäfte. Zudem wurden rechtliche Defizite sowie Abweichungen von gesetzlichen Vorgaben identifiziert. Die Ergebnisse dieser Überprüfung liegen der Stadt Hofgeismar vor und dienen als Basis für die zukünftige Arbeit an der Verbesserung und Anpassung der digitalen Präsenz der Unternehmen in Hofgeismar.</p>
Erkenntnis/ Einordnung	<ul style="list-style-type: none"> • Von 87 gelisteten Betrieben in der Innenstadt (Handel + Gastronomie) haben 59 eine prüfbare Homepage • Auf Grundlage des Online-Checks sollten Digital-Coachings folgen • Betriebe die digitale nicht sichtbar sind, haben einen Nachteil am Standort



Quelle: Darstellung Stadt + Handel

Altstadtmanagement – Leistungsbausteine

Marketing

Entwicklungsziel	Sichtbarkeit des Dornröschens in der Innenstadt
Maßnahme/Projekt	Recherche, Gespräche, Empfehlungen
Beschreibung	<p>Eine eingehende Recherche wurde durchgeführt, um die Präsenz des Dornröschens-Themas in Hofgeismar zu erkunden, ein wichtiger Aspekt für den Tourismus der Stadt. Es wurden Expertengespräche mit Vertreter:innen aus dem Tourismussektor, dem Gewerbeverein und der Stadtverwaltung geführt. Diese Gespräche mündeten in ein Dialog-Format, das Gewerbetreibende und Bürger:innen als Impuls diente, um die Sichtbarkeit der Stadtmarke in der Innenstadt zu erhöhen. Aus diesen Dialogen resultierten konkrete Handlungsempfehlungen, die sowohl die touristische Vermarktung Hofgeismars als auch spezifische Aktionen und Maßnahmen für Gewerbetreibende im Kontext des Dornröschens-Themas betreffen. Diese Empfehlungen sollen als Anregung dienen, um Hofgeismar als attraktives Ziel für Besucher:innen weiterzuentwickeln.</p>
Erkenntnis/ Einordnung	<ul style="list-style-type: none"> • Dornröschens in der Altstadt nur vereinzelt sichtbar (Bänke, Figuren, vereinzelt Roseninstallation geplant), im Einzelhandel und Gastronomie nicht sichtbar • Tourismus wird regional gesteuert • Wenig Wirkung auf die Angebote in der Altstadt • Ein Altstadtmanagement wäre notwendig, um das Thema zu Leben zu bringen

Tourist-Information - Naturpark Reinhardswald

Quelle: Darstellung Stadt + Handel

Dornröschenstadt Hofgeismar

Die Aufweckung der Innenstadt - Ein Märchen oder mögliche Realität ?

Tourismuszahlen (2021)

- 18.261 Gäste in Hofgeismar (mind. Eine Übernachtung)
- 45.740 Übernachtungen
- Durchschnittlich 3 Nächste pro Gast

Die Daten deuten darauf hin, dass Hofgeismar mit seiner Anzahl an Gästen, Übernachtungen und durchschnittlichen Aufenthaltsdauer von drei Nächten pro Gast eine Anziehungskraft für Tourist:innen besitzt, was sich positiv auf die lokale Wirtschaft auswirken dürfte.

Tourismuszahlen



SIE SIND HIER: / KURZ & BÜNDIG / > ZAHLEN UND FAKTEN / > TOURISMUS

Tourismus (Kernstadt und Stadtteile)

	Anzahl	Bettenzahl / Stellplätze
Hotels	4	172
Pensionen	1	3
Ferienwohnungen	20	102
Campingsplatz	2	100 (Stellplätzen)
Wohnmobilstellplatz	1	58 (Stellplätzen)
Pfadfinderheim	1	Anzahl auf Anfrage
insgesamt	29	435



Akteurinnen und Akteure

- Gemeinschaft für Handel und Gewerbe
- Bündnis „Wir für Hofgeismar“
- Heimat- und Verkehrsverein Hofgeismar e.V.
- Kulturforum Hofgeismar e.V.
- Projekt Stadteingang Würfelturm
- Feierabendmarkt (Arbeitsgruppe)
- Quartier am Markt
- Generationenhaus Bahnhof Hümme e.V.
- Touristeninformation
- Naturpark Reinhardswald e.V
- Regionalmanagement Nordhessen
- GrimmHeimat Nordhessen
- Kooperation Diemelradweg (Geschäftsstelle Stadtmarketing und Wirtschaftsförderung Marsberg e.V.)
- Deutsche Märchenstraße e.V.



Attraktionen

- Historische Dorferkundung in Hümme
- Segelflugplatzgelände „Dingel“ mit Gastflügen in Hümme
- Fachwerkalstadt mit Fußgängerzone
- Rathaus mit Glockenspiel
- Apotheken- und Stadtmuseum (mit Führung)
- Gesundbrunnen mit Park. Brunnentempel, Schlösschen Schönburg, Brunnenkirche
- Bad am Park (Ganzjahres-Schwimmbad)
- Dornröschenschloss Sababurg (seit 2018 geschlossen)
- Tierpark Sababurg (ganzjährig)
- Urwald Sababurg – ältestes Naturschutzgebiet Hessen
- Digitaler Stadtrundgang / Schatzsuche
- Rätsel-Rundgang "das verlorene Manuskript der Brüder Grimm,,
- AR App Stadtrundgang mit Dornröschen (Deutsche Märchenstraße)
- - App Stadtkrimis (geplant ab 2025)



Attraktionen



RATHAUS ▾

RUNDUM VERSORGT ▾

KURZ & BÜNDIG ▾

HOFGEISMAR ERLEBEN ▾

WIRTSCHAFT & BAUEN ▾

SIE SIND HIER: / HOFGEISMAR ERLEBEN / > FÜHRUNGEN / BESICHTIGUNGEN

Führungen und Besichtigungen



Altstadt



Tierpark Sababurg



Altstadtführung mit dem Hauptmann der Stadtwache



Immen den Sagen nach Urwaldführung mit Ritter Dietrich



Apothekenmuseum



Dornröschenschloss Sababurg: Kulturprogramm



Brunnenpark



Führung "Wurstekammer" Feinkost Köhler



Stadtmuseum

Events und Aktionen

Viehmarkt

Feierabendmarkt

Mittelalterlicher Weihnachtsmarkt (Sababurg)

Weinfest

Apfelfest

Herbstmarkt

Dornröschenfest



Events und Aktionen

- Dornröschenfest
- Viehmarkt
- Feierabendmarkt
- Würfelturmfest
- Weinfest
- Apfelfest
- Herbstmarkt
- Stutewecken (Veranstaltung Altstädte Kirche nach einer Sage)
- Weihnachtsmarkt in der Fußgängerzone

Produkte, Werbemittel, Informationsmaterial



Touristische
Informationen unter
„Hofgeismar erleben“



Alle Kooperationen,
Bündnisse auf der HP
der Stadt zu finden und
verlinkt



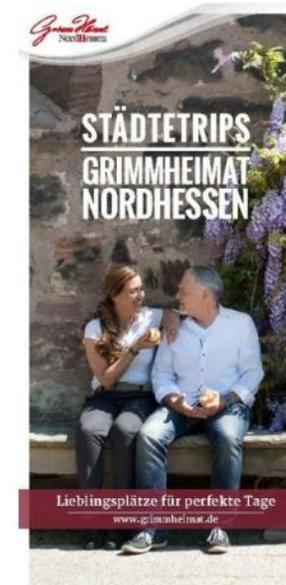
Stadtpläne zum
Abspeichern,
Infomaterial zum
Download



Verlinkung zu: Deutsche
Märchenstraße, Diemel
Radweg, Grimm Heimat
(z.B. Schatzsuche-App,
Schnuddelbank,
Städtetrips),



SIE SIND HIER: / HOFGEISMAR ERLEBEN / > BESONDERE TIPPS



Städtetrips - 15 zauberhafte und

Die Stadt Hofgeismar ist Partner der
NordHessen.

Entdecken Sie mittels dieser Brosch
ihre Lieblingsplätze

Weitere Infos unter: [GrimmHeim](#)

> Flyer Städtetrips Grimmheimat Nor

Naturpark Reinhardswald

- Regionalmanagement Nordhessen (Ständeplatz 8, Kassel)
- www.naturpark-reinhardswald.de
- Zusammenschluss aus: Grebenstein, Bad Karlshafen, Hofgeismar, Innenhausen, Liebenau und Trendelburg
- Tipps, Urlaubsplaner, Unterkünfte; Tourenplaner
- + über 150 Führungen der Netzwerkpartner (Naturerlebnisse)



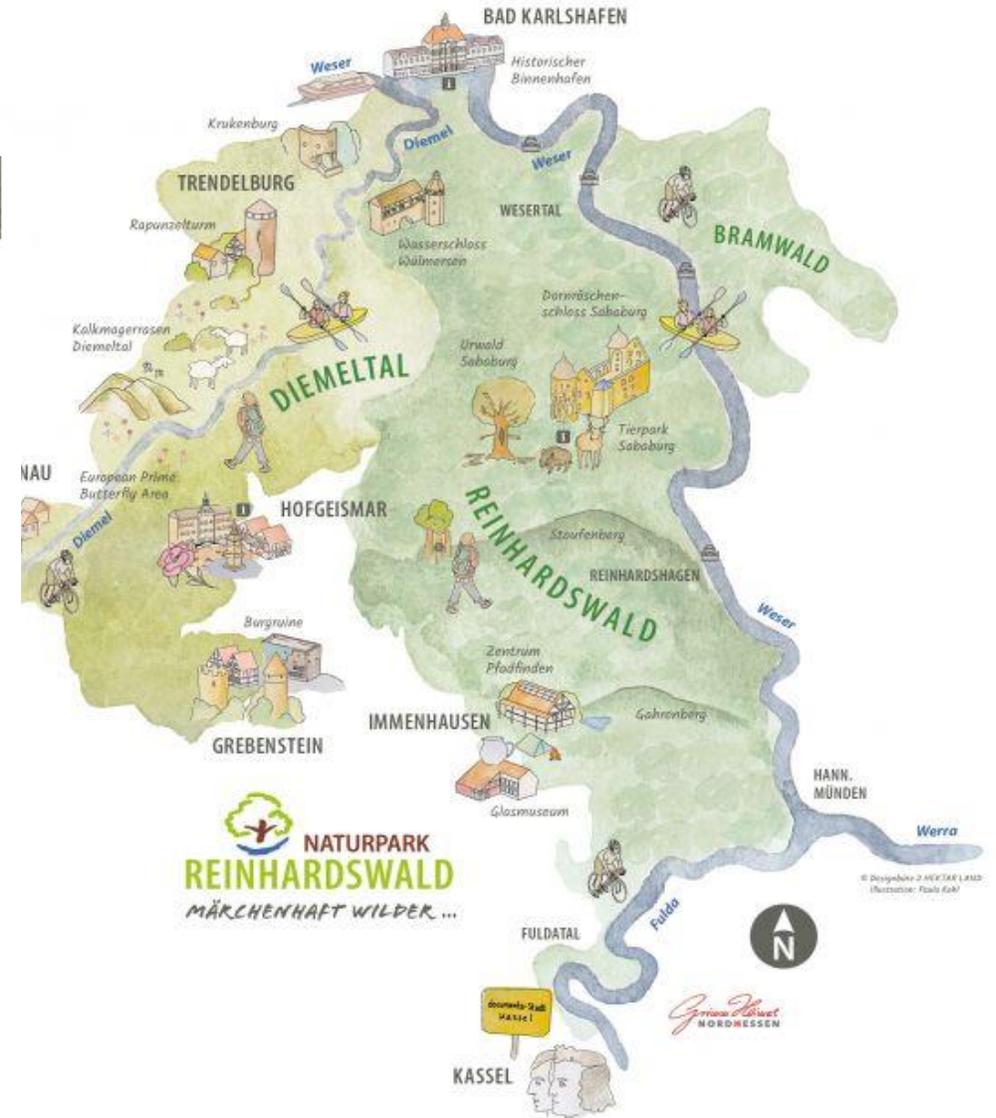
Naturpark Reinhardswald



MÄRCHENHAFTE ENTDECKUNGEN

URLAUB RUND UM DIE SABABURG

Eingebettet in der **GrimmHeimat NordHessen** - der märchenhaften Mitte Deutschlands - laden die Naturpark-Orte **Bad Karlshafen**, **Grebenstein**, **Hofgeismar**, **Immenhausen**, **Liebenau** und **Trendelburg** zu abwechslungsreichen Ausflügen ein. Ob Tagesausflug oder längerer Urlaub, ob Naturliebhaber, Entschleunigungs-Suchender, Aktiver oder Kulturbegeristerter, der Naturpark Reinhardswald bietet vielfältige Angebote. Lasst euch auf unserer Seite inspirieren und findet euer besonderes Erlebnis, wir freuen uns auf euren Besuch!



Quelle: https://www.naturpark-reinhardswald.de/extension/portal-ngh/var/storage/images/media/bibliothek/reinhardswald/logos-icons-slogan/naturpark-reinhardswald-grafische-karte-2021/2082586-1-ger-DE/naturpark-reinhardswald-grafische-karte-2021_front_embed.jpg

Tourist-Information - Naturpark Reinhardswald



Informationen zu Hofgeismar und Umland



Buchung von Stadt-, Brunnen-, und Urwaldführungen



Vielfältige Prospekte und Broschüren, weitere Infomaterialien können nach Bedarf angefordert werden



Regelmäßige Öffnungszeiten mit Mittagspause (auf HP ersichtlich)

Tourist-Information "Naturpark Reinhardswald"



Tourist-Information "Naturpark Reinhardswald"
Marktstraße 18 - Nebeneingang der Stadtbücherei
34369 Hofgeismar
☎ 05671 999222
✉ mail@naturpark-reinhardswald.de
🌐 naturpark-reinhardswald.de

Geschlossen:
öffnet nächsten Montag um 10:00 Uhr

Weitere Fotos: [hier](#)

Ihnen Stadt-, Brunnen- und Urwaldführungen anbieten, bis hin zu individuelle Tipps von der Unterkunft bis zum Ausflugsziel, vom Wanderweg bis zum Restaurantbesuch.



Auch weitere Informationen zur Region des Naturparks Reinhardswald mit ihren vielen Sehenswürdigkeiten, Ausflugsstipps und vieles mehr. Vielfältige Prospekte und Broschüren stehen zur Verfügung und können auf Wunsch gerne angefordert werden.

Hier geht es zur Homepage des [Naturpark Reinhardswald](#)

Diemelradweg

- Umfasst die Orte: Willingen, Diemelsee, Marsberg, Diemelstadt, Warburg, Liebenau, Hofgeismar, Trendelburg, Bad Karlshafen
- Umfassende Homepage mit Informationen über Orte, Routen und Unterkünfte
- Imagefilme zu einzelnen Streckenabschnitten



Diemelradweg



Startseite

Orte ▾

Gastgeber ▾

Routenkarte

Service ▾

Kontakt



Entdecken Sie nur auf dem **Diemelradweg** – der **Qualitätsradroute mitten in Deutschland**. Der Diemelradweg verbindet **abwechslungsreiche Landschaft, Ruhe und Erholung, Freizeitgestaltung, Kultur und Geschichte**. Vom Allgemeinen Deutschen Fahrrad-Club mit **5 Sternen** bewertet, gehört der Diemelradweg seit 2023 zu den **zwei exzellentesten Qualitätsradwegen in Deutschland** und erhält **vom ADFC die bestmögliche Auszeichnung**. Das Gütesiegel "ADFC-Qualitätsradroute" bewertet Fernradwege nach deutschlandweit einheitlichen Kriterien wie Befahrbarkeit, Oberflächenbeschaffenheit, Wegweisung, Routenführung, touristische Infrastruktur und Öffentlichen Nahverkehr.

Begleiten Sie die Diemel auf dem rund 112 Kilometer langen Radweg durchs liebeliche Diemeltal, von ihrer Quelle in **Willingen-Usseln bis zur Mündung in Bad Karlshafen**. "Diemeln" Sie auf dem gut ausgebauten und leicht zu befahrenden Flussradweg durch **vielfältige Naturlandschaften**, von den Höhen des Waldecker Uplandes über den Naturpark Diemelsee durch sanft hügelige Mittelgebirgslandschaften bis hin zur Weser.

Nehmen Sie sich Zeit für die freundlichen Fachwerkdörfer und schmucken Städtchen mit Geschichte und Erlebnisangeboten am Wegesrand. Begegnen Sie den Historien unserer Region oder lassen Sie es sich aus Küche und Keller richtig gutgehen.

Nutzen Sie die **zahlreichen Freizeitmöglichkeiten** bei einem Abstecher nach **Willingen**, entspannen Sie am **Diemelsee**, besichtigen Sie das geschichtsträchtige **Marsberg**, rasten Sie an den Mühlen und Hämmern im Tal der Orpe in **Diemelstadt**, bummeln Sie durch die fast 1000-jährige Hansestadt **Warburg**, tauchen Sie ins Muschelkalkmeer in **Liebenau**, besuchen Sie das malerische Fachwerkdorf **Hofgeismar-Hümme**, genießen Sie die Ruhe im Luftkurort **Trendelburg** oder verbringen Sie ein bisschen Zeit in der Hugenottenstadt **Bad Karlshafen**.

Wenn Sie Padberg erklommen haben, fahren Sie weitestgehend ohne große Steigungen.

Eine **durchgängige Beschilderung** – ein mit bunten Kreisen dargestellter Radfahrer – weist Ihnen den Weg. Charakteristisch für das Logo ist der Ammonit im Vorderrad. Die Zwischenwegweiser (rote Fahrräder auf weißem Grund in NRW, grüne Fahrräder auf weißem Grund in Hessen) weisen Ihnen den korrekten Verlauf des Diemelradweges. An Kreuzungspunkten stehen Pfeilwegweiser, die Ihre Richtung, Ziel- und Fernziel mit der Entfernungsangabe anzeigen.

Der Diemelradweg ist entspannt an einem Wochenende zu befahren. Doch vielfältige Möglichkeiten und Angebote am Wegrand und in der Gegend laden Sie zu einem längeren Aufenthalt in unserer Region ein.



Deutsche Märchenstraße

- Deutsche Märchenstraße e.V. (Sitz Kassel)
- Deutschlandweiter Zusammenschluss
- Sehr großes Angebot an Infomaterial, Broschüren, Lehrmaterial
- Online Shop
- Interaktive Karte

Dornröschenstadt – Sichtbarkeit in der Stadt

- Stadtlogo
- Dornröschenstadt Hofgeismar
- Dornröschenfest (Mai)
- Dornröschendenkmal (Presseartikel)
- Dornröschenschloss Sababurg (seit 2018 geschlossen)
- Villa Dornröschen (Ferienwohnungen)
- Teilnahme der Dornröschenfiguren an weiteren Stadtfesten



Dornröschenstadt – Werbefilm



Neuproduktion eines dreiteiligen Imagefilms steht bevor.

Stadtmuseum Hofgeismar

Sammlungen des Museums

Sie können im Stadtmuseum Hofgeismar, auf vier Gebäude verteilt, zahlreiche spannende Sammlungen entdecken:



Haus I

Ur- und Frühgeschichte
Töpferei im Reinhardswald
Keramiker Rolf Weber
Geschichte der Hugenotten und Waldenser
Garnisonsstadt Hofgeismar
Maler Theodor Rocholl
Wechselnde Sonderausstellungen

Archive des Museums

Haus I

Hugenotten und Waldenser
Flüchtlinge
Theodor Rocholl



Haus II

Archäologie / Geologie
Garnisonsgeschichte
Biologie
Judaica
Mechthild-Jahn-Bibliothek
Künstler der Region

Stadtmuseum Hofgeismar

Das Stadtmuseum Hofgeismar versteht sich als Ort der Begegnung und des Austauschs. Wir bieten Raum für Inspiration und Reflexion. Hier finden Sie lebendige Traditionen und die Gelegenheit, sich mit unserer Vergangenheit auseinander zu setzen.



Petriplatz 2
34369 Hofgeismar
Tel.: 05671 - 47 91

Dornröschenstadt – Kritik

Auszug HNA (22.01.2022)

In Sachen Tourismus sind nicht alle Hofgeismarer mit der Vermarktung der Stadt zufrieden. Eine Arbeitsgemeinschaft soll den Mythos Dornröschenstadt in den Vordergrund zu rücken.

Dazu hatten auch die Stadtverordneten einen Beschluss gefasst. Stefan Dworak von der WSD fand bereits seinerzeit in der Sitzung klare Worte: „Da ist in der Vergangenheit etwas schief gelaufen.“ Fakt seien die sinkenden Zahlen der internationalen Gäste in der Stadt. Statt „Sleeping Beauty“ (englisch für schlafende Schönheit) würden Besucher an manchen Stellen Hofgeismars eher Fratzen begegnen. „Wir müssen Dornröschen in unserer Stadt wirklich sichtbar machen und uns auf unsere Stärken besinnen.“ Hofgeismar vermarkte seinen Sagenschatz nicht richtig, bemängelt Dworak.

**Was tut der Handel/
Gastronomie um die
Geschichte zu erzählen**

Einbindung der Innenstadt Hofgeismar

Die touristischen Angebote sowohl in Bezug auf Dornröschen als auch auf die Naturangebote zum Reinhardswald sind gut dargestellt und werden von Touristinnen auch nachweislich angenommen. Allerdings zählt das wenig auf die Nutzung der Angebote in der **Innstadt** ein. Hier böte sich an beide Attraktionen - „**Märchen**“ und „**Natur**“ - stärker einzubinden und so die Verknüpfung zu den touristischen Angeboten zu knüpfen. Die Gewerbetreibenden haben diesen USP nicht genügend in ihre eigene Vermarktung aufgenommen. Auch gibt es keine Bestrebungen hinsichtlich der Ansiedlung neuer Angebote unter der erzählen Geschichte. Das Angebot an verfügbarer und attraktiver Gastronomie für Besucher ist ausbaufähig.

Auf der anderen Seite wird das innerstädtische Gewerbeangebot nicht über die kommunalen Seiten transportiert. „**Hofgeismar erleben**“ bezieht sich ausschließlich auf touristische Angebote bzw. Events. Die Darstellung der **gastronomischen Angebote** scheint umfassend, ist aber von der Attraktivität (Bilder, Bewertungen) ausbaufähig. Ein Angebot der Beherbergungsbetriebe erfolgt nicht auf Hofgeismar konzentriert. Es erscheint lediglich als Teil des Naturparkes Reinhardswald. (Fremdlink – ohne Info an Nutzer, dass sie die Seite verlassen.)

Storytelling

Ein paar Anregungen für Produkte und Aktionen

Alles rund um einen gesunden Schlaf:

- Betten - Kissen - Wäsche
- Tinkturen
- Wellbeing: Seminare zur Entspannung/ erholsamen Schlaf





Alles rund um die Rose:

- Rosenfest - <https://www.derozenhoflottum.nl/index.php/de/>
- Kosmetik/Duftwasser etc.
- Waren mit Deko
- Rosenpatenschaften

Alles rund um gute Wünsche, gute Gaben:

- Geschenke
- Stil- und Farbberatung
- Blumenladen
- Karten mit Sprüchen





Alles rund ums Spinnen:

- Handwerkszeug
- Wolle, weitere Waren (Märchenwolle)
- Strickkurse





Ein Beispiel – „Der Wiener Bücherschmaus“

- Die Gäste stricken, häkeln und sticken bei Lebkuchen und Tee. Petra Öllinger & Alice Wang begleiten die handwerkenden Damen und Herren mit Märchen, Harfe und Gemshorn.
- Bringen Sie Ihre Handarbeit(en) mit und verbringen Sie einen gemütlichen Nachmittag im „Wiener Bücherschmaus“.
- Zur Erquickung in der Vorweihnachtszeit: Der „Wiener Bücherschmaus“ lädt zum Werknachmittag mit Märchen und Musik Gewinnspiel

Zur Erquickung in der Vorweihnachtszeit: Der „Wiener Bücherschmaus“ lädt zum Werknachmittag mit Märchen und Musik.



Alles rund um Märchen:

- Schaufenster-Kalligrafie
- Themen-Produkte
- Märchenwochen





Ein Beispiel - Rothenburger Märchenzauber & Märchenbummel

- Interaktiver Märchen-Erlebnisspaziergang im Rätsel/ Gewinnspiel
- Märchenzitate an Fenstern, QR-Codes enthüllen Geschichten
- Teilnehmer*innen erhalten Karten und Routenbeschreibung
- Veranstaltet vom Tourismusreferat und Stadtmarketing Rothenburg e.V.
- Verbindet das Erkunden der Innenstadt mit dem Sichtbarmachen der Schaufenster

Weitere Ideen...

- **Dornröschen-Literaturfestival:** Ein jährliches Festival, das sich auf Märchen und insbesondere auf die Geschichte von Dornröschen konzentriert. Es könnte Lesungen, Diskussionen, Workshops und andere literarische Veranstaltungen beinhalten.
- **Dornröschen-Kunstaussstellung:** Eine Ausstellung, die lokale Künstler einlädt, Werke zu schaffen, die von der Geschichte von Dornröschen inspiriert sind. Die Ausstellung könnte im Stadtmuseum oder in öffentlichen Räumen in der Stadt stattfinden und mit Lehrveranstaltungen für Schulen verknüpft werden.
- **Dornröschen-Musikfestival:** Ein Musikfestival, das Musik und Performances präsentiert, die von der Geschichte von Dornröschen inspiriert sind. Dies könnte klassische Musik, Oper, Ballett, aber auch moderne Interpretationen beinhalten.
- **Dornröschen-Kulinarisches Festival:** Ein kulinarisches Festival, das Gerichte und Getränke präsentiert, die von der Geschichte von Dornröschen inspiriert sind. Dies könnte in Zusammenarbeit mit lokalen Restaurants und Cafés organisiert werden.
- **Dornröschen-Filmnacht:** Eine Filmnacht, die verschiedene Filminterpretationen der Geschichte von Dornröschen zeigt. Dies könnte in einem lokalen Kino oder als Open-Air-Veranstaltung im Sommer organisiert werden.
- **Dornröschen-Spaziergänge:** Geführte Spaziergänge, die die Besucher zu Orten in der Stadt führen, die mit der Geschichte von Dornröschen in Verbindung gebracht werden können. Dies könnte historische Gebäude, Parks oder andere Sehenswürdigkeiten beinhalten.

Weitere Ideen...

- **Märchenhafte Straßenkunst:** Beauftragung lokaler Künstler, um Wandgemälde zu schaffen, die Szenen aus dem Dornröschen-Märchen darstellen. Diese könnten an prominenten Orten in der Stadt platziert werden, um Farbe und Interesse zu erzeugen.
- **Dornröschen-Skulpturenpark:** öffentlicher Park mit Skulpturen und Installationen, die auf dem Dornröschen-Märchen basieren. Dies könnte ein Ort für Menschen sein, um zu entspannen, zu spielen und die Kunst zu genießen.
- **Themenbezogene Straßenbeleuchtung:** Straßenbeleuchtung mit Elementen aus dem Dornröschen-Märchen, wie Rosen oder Spindeln. (Ampelmuster)
- **Dornröschen-Themen-Parkbänke:** Parkbänke in der Stadt, die Elemente aus dem Dornröschen-Märchen aufweisen, wie zum Beispiel in Form von Dornenranken oder mit Bildern aus der Geschichte.
- **Interaktive Kunstinstallationen:** Interaktive Kunstinstallationen, die die Besucher einladen, Teil der Dornröschen-Geschichte zu werden. Dies könnte eine Installation sein, bei der die Menschen durch ein "Dornenlabyrinth" gehen oder auf einer "Dornröschen-Schloss"-Schaukel schaukeln können.
- **Dornröschen-Graffiti-Wand:** eine Wand zur Verfügung, an der lokale Künstler Graffiti-Kunstwerke erstellen können, die auf dem Dornröschen-Märchen basieren.

Weitere Ideen...

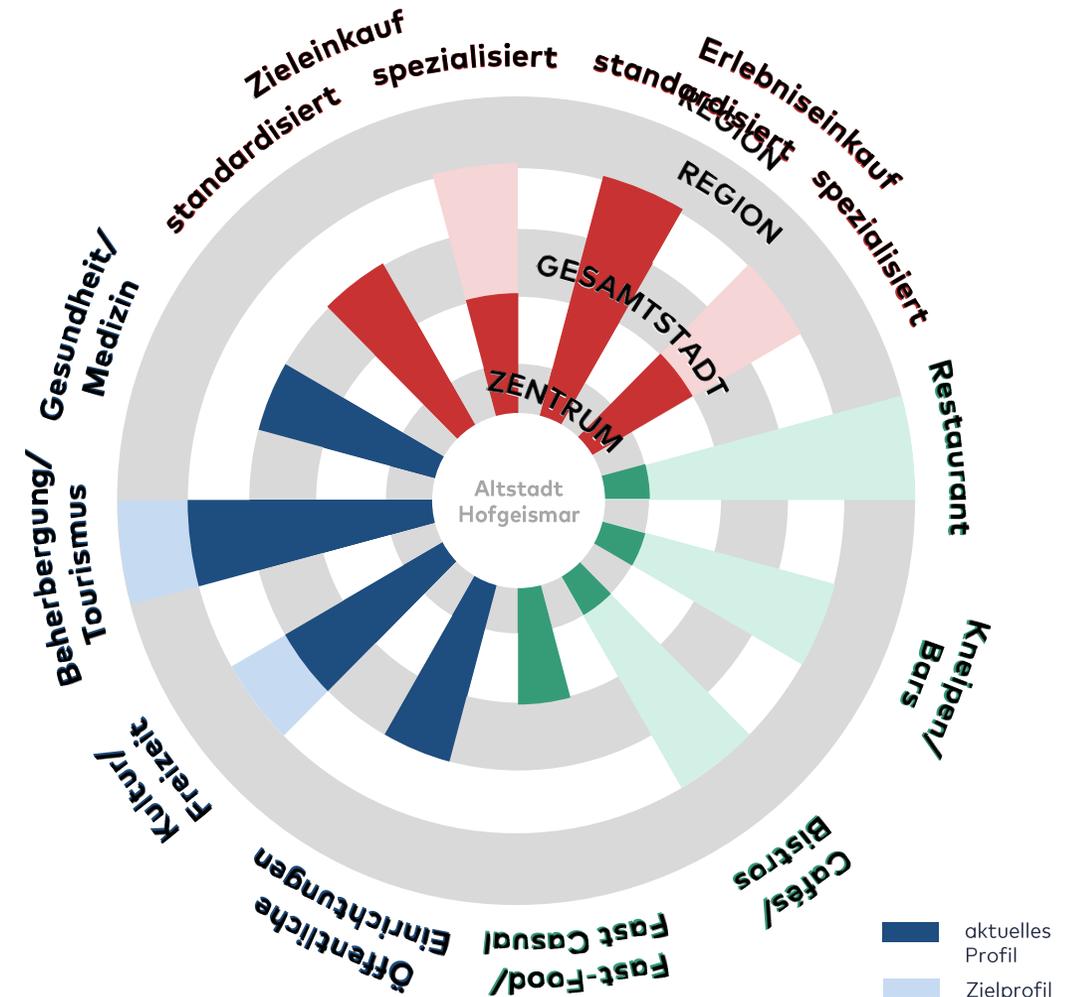
- **Dornröschen-Rosengarten:** Öffentlicher Garten, der verschiedene Arten von Rosen zeigt, die mit dem Dornröschen-Märchen in Verbindung gebracht werden können. Informationstafeln aufstellen, die über die verschiedenen Rosenarten und ihre Bedeutung im Märchen informieren.
- **Dornenhecken-Labyrinth:** Labyrinth aus Dornenhecken, ähnlich dem, das das Schloss in der Dornröschen-Geschichte umgibt. Dies könnte ein unterhaltsamer und interaktiver Weg sein, das Märchen zum Leben zu erwecken.
- **Pflanzenworkshops:** Workshops, in denen die Teilnehmer lernen, wie sie ihre eigenen "Dornröschen-Gärten" anlegen können. Dies könnte das Pflanzen von Rosen und anderen Pflanzen beinhalten, die in der Dornröschen-Geschichte vorkommen.
- **Städtische Begrünung:** Städtisches Begrünungsprojekt, bei dem die Einwohner ermutigt werden, Pflanzen und Blumen zu pflanzen, die mit dem Dornröschen-Märchen in Verbindung stehen. Dies könnte auf öffentlichen Plätzen, in Straßen oder in privaten Gärten geschehen.

Zukunftsvision

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

Profilierungsziele

- Bahnhofstraße, Mühlenstraße, Marktstraße und Marktplatz (ohne Straße Markt)
- Die Altstadt setzt sich aus drei unterschiedlichen Schwerpunktbereichen zusammen, welche insbesondere die drei definierten Zielgruppen (Familien, Best-Ager, Tourist:innen) 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.





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



Lesbare Stadt

Altstadtmanagement – Leistungsbausteine

Orientierung

Entwicklungsziel	Orientierung für Besucher: innen steigern
Maßnahme/Projekt	Lesbare Stadt
Beschreibung	<p>Eine detaillierte Überprüfung der Infrastruktur von Hofgeismar wurde durch persönliche Begehungen, umfassende Recherche und gezielte Fotografie durchgeführt. Die Schwerpunkte lagen auf der Analyse der Wegweiser und Informationsangebote, der Zugänglichkeit und den Erreichbarkeiten von Schlüsselorten, der Ausprägung der Corporate Identity sowie der Identität der Innenstadt. Darüber hinaus wurde die Wegeführung und ihre Ausgestaltung betrachtet. Aus diesen Untersuchungen werden praxisorientierte Handlungsempfehlungen abgeleitet, die auf eine klarere Ausschilderung und Erhöhung des Wiedererkennungswerts der Stadt abzielen. Diese sollen die Orientierung für Besucher:innen verbessern und die Gesamterfahrung in Hofgeismar optimieren.</p>
Erkenntnis/ Einordnung	<ul style="list-style-type: none"> • Die Beschilderung und Wegeführung holt Besucher: innen nur an einzelnen Punkten in der Stadt ab • Die Identität der Innenstadt (Dornröschentadt) kann klarer und sichtbarer herausgestellt werden • Zahlreiche Parkmöglichkeiten direkt im Zentrum ermöglichen ein intuitives Erleben der Innenstadt

1. Ausgangssituation

Bereits seit geraumer Zeit wird in Innenstädten und Stadtteilzentren wachsender Handlungsbedarf sichtbar. Die Corona-Pandemie wirkte als Brandbeschleuniger und verdeutlicht das Erfordernis integrierter, umfassender Herangehensweisen um die Innenstädte als lebenswerte, liebenswerte und lohnenswerte Orte des Einkaufens, Verweilens und Begegnens zu entwickeln. Dabei zeigt der Rückgang des stationären Handels in aller Deutlichkeit, dass Innenstädte mehr als Versorgung bieten müssen. Als zusammenhängendes Stadtsystem ist es essenziell, dass die Ansprüche verschiedenster Nutzer*innengruppen berücksichtigt werden. Darüber hinaus gilt es, passende „Unique Selling Points“, d.h. Alleinstellungsmerkmale und Identitäten zu entwickeln, die das lokale Lebensgefühl widerspiegeln und zu einer Identifikation der Besucher*innen mit der Innenstadt beitragen.

Ein wesentlicher Baustein dessen ist die **Lesbarkeit**. Für verschiedenste Nutzungsansprüche müssen Innenstädte und Stadtteilzentren intuitiv begehbar und erlebbar sein. Darunter wird zum einen die Orientierung durch klassische Elemente wie Wegweiser und Infotafeln verstanden. Darüber hinaus trägt eine einheitliche und harmonische Gestaltung der Innenstadt durch aufeinander abgestimmtes Stadtmobiliar, Pflasterung und Bausubstanz dazu bei, dass der Innenstadtraum als konsistenter und zusammenhängender Raum wahrgenommen wird. Auch ohne die Hilfe digitaler Endgeräte und Ortskenntnisse müssen alle relevanten Orte, Einrichtungen und Institutionen auffindbar sein – gerade für die Gruppe der Tourist*innen. Digitale Informationssysteme können eine wertvolle Ergänzung, aber kein vollständiger Ersatz für die erforderliche analoge Orientierung bieten. Als zusammenhängendes Raumsystem kann die Innenstadt so eine Corporate Identity gewinnen und Wiedererkennungswerte generieren.



Bestandteile der lesbaren Innenstadt

STADT+HANDEL

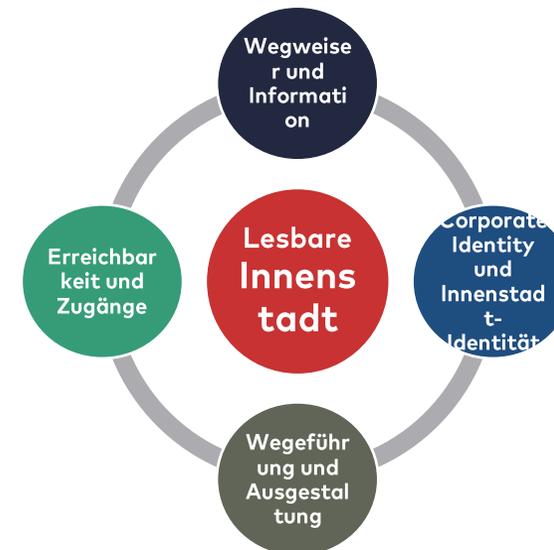
lesbare Innenstadt | Altstadtmanagement Hofgeismar

1. Ausgangssituation

Bereits seit geraumer Zeit wird in Innenstädten und Stadtteilzentren wachsender Handlungsbedarf sichtbar. Die Corona-Pandemie wirkte als Brandbeschleuniger und verdeutlicht das Erfordernis integrierter, umfassender Herangehensweisen um die Innenstädte als lebenswerte, liebenswerte und lohnenswerte Orte des Einkaufens, Verweilens und Begegnens zu entwickeln. Dabei zeigt der Rückgang des stationären Handels in aller Deutlichkeit, dass Innenstädte mehr als Versorgung bieten müssen. Als zusammenhängendes Stadtsystem ist es essenziell, dass die Ansprüche verschiedenster Nutzer*innengruppen berücksichtigt werden. Darüber hinaus gilt es, passende „Unique Selling Points“, d.h. Alleinstellungsmerkmale und Identitäten zu entwickeln, die das lokale Lebensgefühl widerspiegeln und zu einer Identifikation der Besucher*innen mit der Innenstadt beitragen.

Ein wesentlicher Baustein dessen ist die **Lesbarkeit**. Für verschiedenste Nutzungsansprüche müssen Innenstädte und Stadtteilzentren intuitiv begehbar und erlebbar sein. Darunter wird zum einen die Orientierung durch klassische Elemente wie Wegweiser und Infotafeln verstanden. Darüber hinaus trägt eine einheitliche und harmonische Gestaltung der Innenstadt durch aufeinander abgestimmtes Stadtmobiliar, Pflasterung und Bausubstanz dazu bei, dass der Innenstadtraum als konsistenter und zusammenhängender Raum

wahrgenommen wird. Auch ohne die Hilfe digitaler Endgeräte und Ortskenntnisse müssen alle relevanten Orte, Einrichtungen und Institutionen auffindbar sein – gerade für die Gruppe der Tourist*innen. Digitale Informationssysteme können eine wertvolle Ergänzung, aber kein vollständiger Ersatz für die erforderliche analoge Orientierung bieten. Als zusammenhängendes Raumsystem kann die Innenstadt so eine Corporate Identity gewinnen und Wiedererkennungswerte generieren.



Bestandteile der lesbaren Innenstadt

2. Ziel

Ein intuitiver, zusammenhängender und klar verständlicher Innenstadtbereich ist das übergeordnete Entwicklungsziel. Durch die Ergebnisse und Handlungsempfehlungen dieser Analyse werden wichtige Bausteine zur Erreichung dieses Entwicklungsziels formuliert. Sie umfassen unter anderem die Etablierung spezifischer Wiedererkennungswerte, Hinweisschilder, Informationen und Leitsysteme. Digitale Ergänzungen und Lösungen werden dabei stets mitgedacht. Fokussiert wird die digitale Sichtbarkeit an dieser Stelle allerdings nicht – der Fokus liegt auf der räumlichen Orientierung innerhalb des Innenstadtraums.

Fortwährend gilt es, verschiedenste Ansprüche unterschiedlicher Nutzer*innengruppen zu berücksichtigen. In Hofgeismar zählen, neben den Anwohner*innen und Besucher*innen der Innenstadt, insbesondere auch Tagestourist*innen dazu. Ihre Ansprüche unterscheiden sich deutlich von denen derer, die die Innenstadt gezielt aufsuchen, um dort bestimmte Geschäfte zu frequentieren. Die Ansprüche der Nutzer*innengruppen werden grundsätzlich entlang der Merkmale Alter, Mobilität und Motivation des Innenstadtbesuchs unterschieden (s. Abbildung 2). Neben den unterschiedlichen Ansprüchen der verschiedenen Nutzer*innen- und Altersgruppen, entscheidet zusätzlich die Wahl des Verkehrsmittels darüber, welche Zugänge zur Innenstadt genutzt werden. Unterschiedliche Verkehrsmittel setzen somit unterschiedliche Leit- und Orientierungssysteme voraus. Im Sinne einer intuitiven Innenstadt für alle Nutzer*innengruppen, muss damit für alle Besucher*innen eine intuitive Begehung ermöglicht werden.



Nutzer*innengruppen und besondere Ansprüche an die lesbare Innenstadt

3. Analyse

Das Oberziel, die Hofgeismarer Innenstadt als intuitiven, zusammenhängenden Raum für unterschiedliche Nutzer*innengruppen zu entwickeln, wird durch verschiedene Unterziele erreicht. Diese umfassen:

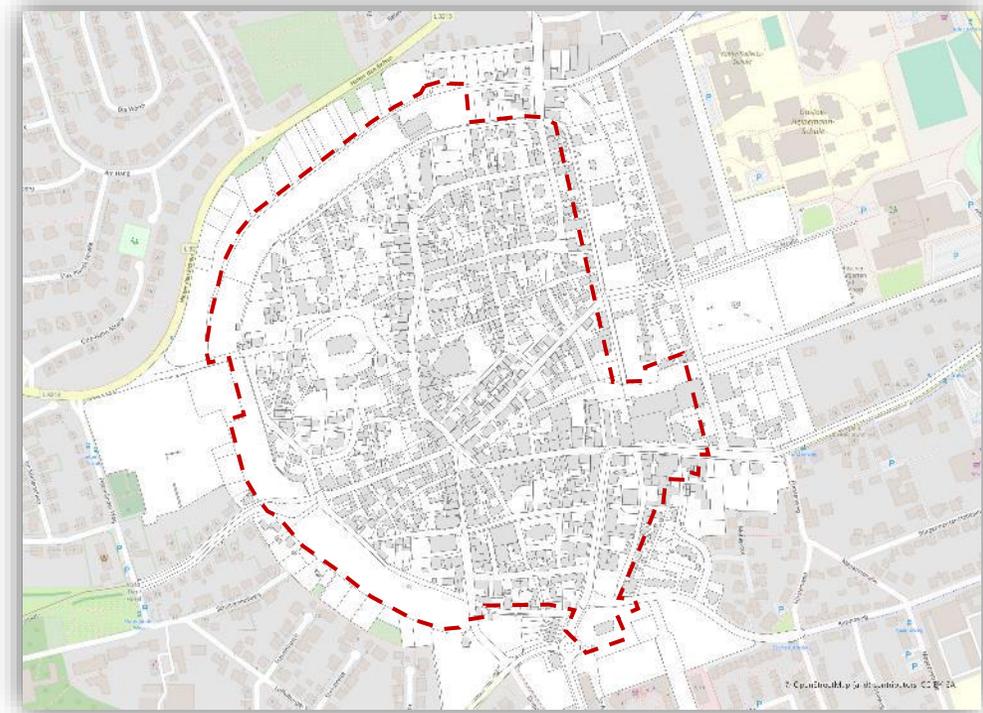
- die Verbesserung der Orientierung,
- das Schaffen von Wiedererkennungswerten,
- die Stärkung der Verbindungen zwischen einzelnen Lagen/Plätzen.

Durch die Analyse werden Handlungsbedarfe aufgedeckt und anschließend Empfehlungen zur Verbesserung der Ist-Situation formuliert. Bei der Bedarfsermittlung werden stets die Ansprüche der verschiedenen Nutzer*innengruppen berücksichtigt.

Die Bestandsanalyse gliedert sich wie folgt:

- Erreichbarkeit und Zugänge
- Eingangssituationen
- Wegweiser und Informationen
- Corporate Identity
- Innenstadtidentität (Dornröschen in der Stadt)
- Wegführung und -ausgestaltung

Immer unter Berücksichtigung der unterschiedlichen Nutzer*innengruppen und Verkehrsmittel.



Untersuchungsraum

3. Analyse – Erreichbarkeit und Zugänge

Verkehrsmittel

Die Altstadt wird verkehrlich über den MIV insbesondere über die Bahnhofstraße und Neue Straße erschlossen. Mehrere, teilweise kostenlose Parkmöglichkeiten befinden sich häufig in rückwärtiger und versteckter Lage rund um die Fußgängerzone. Außerhalb des Untersuchungsraumes in östlicher Richtung befindet sich der ZOB.

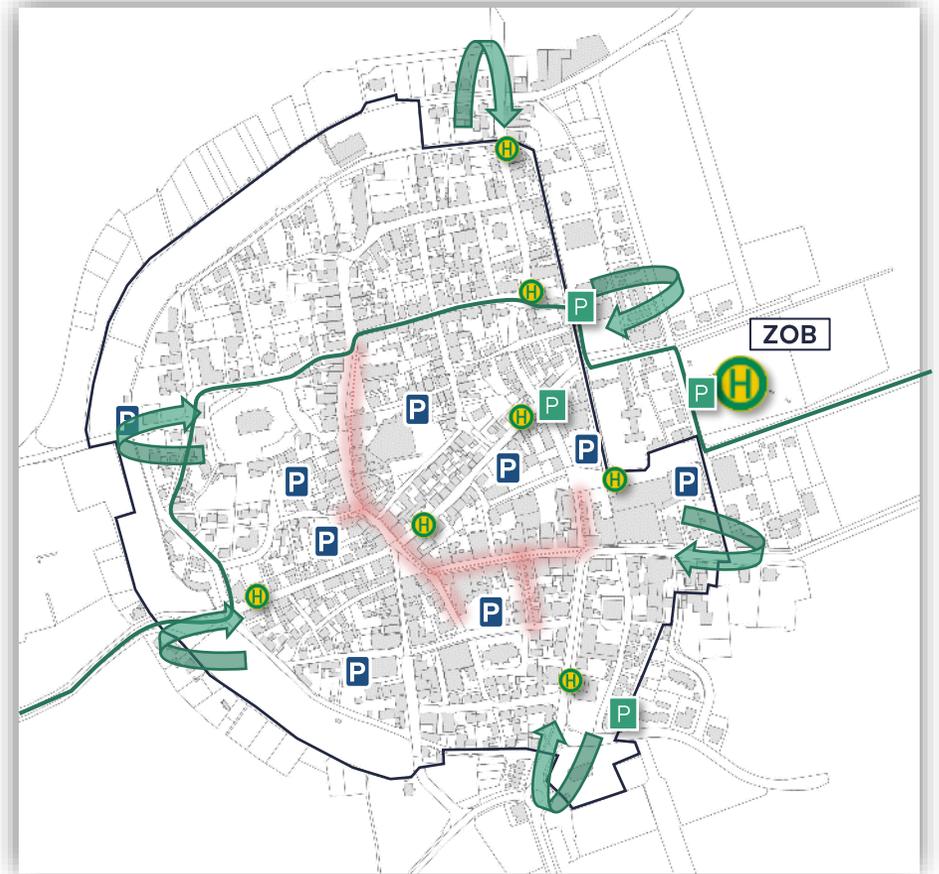
Die hiervon abgehenden Buslinien führen in Teilen durch den Untersuchungsraum, wobei eine fußläufige ÖPNV-Anbindung insbesondere für die südlichen und östlichen Lagen gegeben ist. Darüber hinaus queren einige Radwege den Untersuchungsraum, wobei der Hessische Fernradweg R4 eine überregionale Bedeutung innehat.

Innerhalb des Altstadttrings sind in regelmäßigen Abständen Wegweiser zu den zentralen und touristisch interessanten Orten Hofgeismars verortet. Im Bereich der Marktstraße ist zur Orientierung außerdem ein Stadtplan mit weiteren Informationen lokalisiert. Die Gestaltung der jeweiligen Orientierungselemente ist jedoch als verbesserungswürdig zu bewerten.

(Auszug aus vorherigem Bericht)

Legende

- Untersuchungsraum
- P größere Parkmöglichkeiten
- P Fahrradparkplätze
- Fußgängerzone
- H Bushaltestelle
- Hessischer Fernradweg
- ➔ Zugänge in die Innenstadt



Erreichbarkeit MIV (Karte aus vorherigem Bericht)

3. Analyse – Erreichbarkeit und Zugänge

ÖPNV

Bei der Betrachtung der ÖPNV-Erreichbarkeit lohnt eine Differenzierung. Die Vielzahl an Bushaltestellen sorgt für eine ausreichende Erreichbarkeit durch den Busverkehr. Insbesondere die zentralste Lage rund um den Marktplatz ist durch den Busverkehr direkt zu erreichen.

Da der Bahnhof nicht in den Innenstadtbereich integriert ist, entsteht eine Distanz zwischen Bahnhof zu Innenstadt von ca. 20 Fußminuten. Der Raum, der auf diesem Weg durchquert wird, hat eine herauszuheben Bedeutung. Diese Wichtigkeit des Raumes zwischen Bahnhof und Innenstadt als Visitenkarte hebt auch ein aktueller Bericht des Netzwerk Innenstadt NRW hervor (Netzwerk Innenstadt NRW 2021). Durch den neu ausgebauten Fuß- und Radweg wird er dieser Bedeutung partiell gereicht. Ausbaufähig ist jedoch die Beschilderung zwischen Bahnhof und Innenstadt



Regionalbahnhof Hofgeismar



Bushaltestelle Stadtmuseum



Bushaltestelle Unterer Graben



Bushaltestelle am Würfelturm

3. Analyse – Erreichbarkeit und Zugänge

Radverkehr

In Hofgeismar sind die Fahrradabstellmöglichkeiten durch einige positive Entwicklungen, aber auch durch deutliche Mängel gekennzeichnet. Einerseits existieren feste Fahrradparkplätze am Bahnhof, die besonders für Pendler eine wesentliche Erleichterung darstellen. Sie ermöglichen eine sichere und bequeme Abstellung der Fahrräder in unmittelbarer Nähe zu einem wichtigen Verkehrsknotenpunkt.

Im gesamten Innenstadtbereich sind mehrere Abstellmöglichkeiten verteilt, wie Anlehnbügel und Bügelparker. Diese bieten eine praktische und flexible Lösung für das Abstellen von Fahrrädern während kurzer Erledigungen oder Besuche in der Innenstadt.

Jedoch weist die Infrastruktur Lücken auf, insbesondere hinsichtlich der Unterbringungsmöglichkeiten für Fahrräder oder E-Bikes über einen längeren Zeitraum. Es fehlt an spezialisierten Einrichtungen, die eine sichere und wettergeschützte Aufbewahrung über Nacht oder für mehrere Tage ermöglichen.

Ein weiteres Problem ist die mangelnde Sichtbarkeit und Zugänglichkeit dieser Optionen im Internet. Diese Informationslücke stellt eine erhebliche Barriere dar, insbesondere für Radtouristen, die ihren Aufenthalt in Hofgeismar planen. Die fehlende Online-Präsenz der Abstellmöglichkeiten erschwert es, sich im Voraus über die Fahrradparkoptionen zu informieren.

Zudem sind zwar die Radwege in Hofgeismar ausgeschildert, jedoch gibt es kaum Hinweise auf vorhandene Abstellmöglichkeiten entlang dieser Wege. Dieses Defizit erschwert es Radfahrern, geeignete und sichere Abstellorte während ihrer Fahrt zu finden, was insbesondere für Touristen und Gelegenheitsradler ein Hindernis darstellen kann.



beispielhafte Zugänge mit Radabstellmöglichkeiten (Radverkehr)

3. Analyse – Erreichbarkeit und Zugänge

MIV

MIV-Erreichbarkeit hört nicht mit dem Parkplatz auf. Von dort aus muss ein problemloses, intuitives Erreichen des Innenstadtbereichs (insbes. der Einkaufslagen) ermöglicht werden. Es erfordert somit an den mit dem MIV zu erreichenden Eingängen einheitliche wegweisende Beschilderungen.

Links: Zugang „Neue Straße“ zu dem Teil der Fußgängerzone Mühlenstraße

Rechts unten links: Parkplatz „Hinter dem Rathaus“ . Die Erschließung der Innenstadt erfolgt über die Farbestraße oder Georgenstraße. Dies erfolgt allerdings intuitiv. Besucher*innen werden nicht dorthin geführt (beispielsweise durch Wegweiser)

Unten rechts: Parkmöglichkeiten am Markt



beispielhafte Zugänge und Parkmöglichkeiten (MIV)

3. Analyse – Eingangssituationen

Eingangssituationen

Die abgebildete Karte verortet sämtliche Eingänge in die Innenstadt. Herausgehoben werden die besonders frequentierten.

1: Eingang Petriviertel:

- Keine klar erkennbare Eingangssituation
- Durchgang durch Wohnviertel
- Keine Wegweiser in die Innenstadt

2: Eingang Bahnhof:

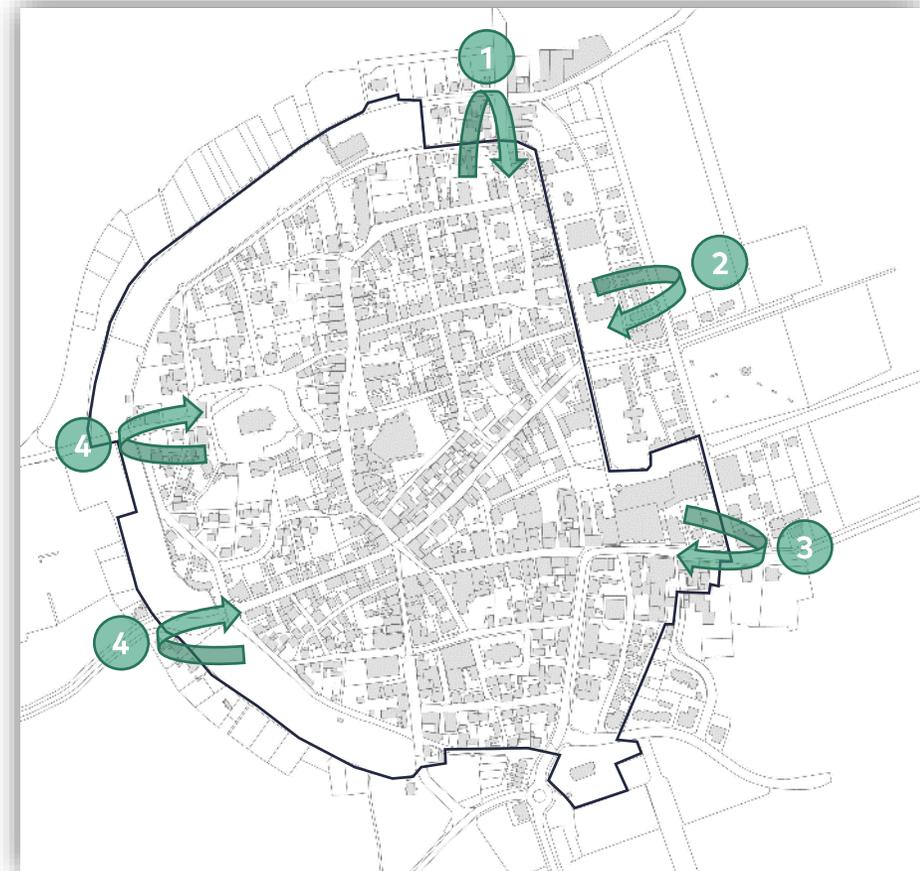
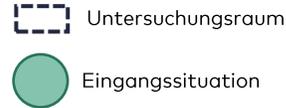
- Entfernung zwischen Bahnhof und Zentrum ca. 2 km/ 20 Minuten zu Fußweg
- Die Hauptverbindung zwischen Bahnhof und Innenstadt verläuft über die Straße am Anger
- keine sichtbare Eingangssituation
- Moderner Bahnhof mit Parkplätzen und Fahrradparkplätzen
- Keine zusammenhängende Wegeführung vom Bahnhof zur Innenstadt

3: Eingang Bahnhofstraße/ Neue Straße:

- Die Bahnhofstraße bietet Sichtachse in die Mühlenstraße und somit einen klar erkennbaren Eingang in die Innenstadt
- Über diesen Eingang ist eine intuitive Erkundung der Innenstadt für Besucher:innen möglich

4: Eingang Sälber Tor:

- Zugang von dem Friedhof zur Innenstadt
- Verbindung zwischen Grüngürtel und Innenstadt



3. Analyse – Wegweiser und Informationen

Wegweiser und Informationen

Wegweiser und Infosäulen sollen den Innenstadtbesucher*innen einerseits die Orientierung erleichtern und andererseits die Aufmerksamkeit auf die spezifischen „Unique Selling Points“ einer Innenstadt lenken.

Darüber hinaus ist auch das Bereitstellen von aktuellen und öffentlichen Informationen zu Veranstaltungen, Neuigkeiten oder anderen Nachrichten von zentraler Bedeutung als Kommunikations-Tool einer kommunizierenden Innenstadt. Erstgenannte Punkte sind in Hofgeismar deutlich ausbaufähig, während letztgenannter Punkt gänzlich fehlt.

In der Hofgeismarer Innenstadt ist kein einheitlich ausgebautes System an Wegweisern und Informationssystemen vorzufinden. Der defizitäre, wenig konsistente Bestand umfasst:

- Informationstafeln (Stadtpläne, Veranstaltungshinweise)
- einzelne Ausschilderungen (Rathaus, Stadtmuseum, Parkplätze)
- Informationssäule



bestehende Wegweiser und Informationssysteme

3. Analyse – Corporate Identity

Corporate Identity

Durch wiederkehrende Elemente im Stadtmobiliar, in der Pflasterung, in der Bepflanzung oder sonstiger baulicher Strukturen kann es gelingen, einer Innenstadt eine Corporate Identity zu verleihen. Dies schafft Wiedererkennungswerte und macht die Innenstadt als zusammenhängenden Raum erlebbar. Ein besonderes Merkmal von Hofgeismar ist seine Verbindung zur Dornröschenlegende. Als Dornröschenstadt könnte Hofgeismar Elemente dieses märchenhaften Erbes in das Stadtbild integrieren, um eine einzigartige und konsistente Identität zu schaffen.

Zum Zeitpunkt der Erhebung zeigt sich jedoch, dass in Hofgeismar kein durchgängiges Gestaltungsbild des Stadtmobiliars vorhanden ist. Es dominieren verschiedene Gestaltungslinien, die einen uneinheitlichen Eindruck hinterlassen. Eine Kombination aus Dornröschen-Bänken, und Holzelementen, die teils Zeichen der Verwitterung zeigen, prägt das Stadtbild. Hinzu kommt, dass im Verantwortungsbereich der Gewerbetreibenden deutliche Unterschiede in der Qualität und Gestaltung von Werbeanlagen und Aufstellern existieren, was das Erscheinungsbild zusätzlich fragmentiert.

Um Hofgeismar als Dornröschenstadt gerecht zu werden und eine kohärente Corporate Identity zu schaffen, wäre eine Überarbeitung und Vereinheitlichung des Stadtbildes wünschenswert



bestehendes Stadtmobiliar

3. Analyse – Innenstadtidentität

Innenstadtidentität

Die historischen Bauten und Sehenswürdigkeiten übernehmen für die Stadt Hofgeismar wichtige Funktionen. Sie dienen der Identifikation (Stadt der Geschichte und des Dornröschens) und können – wenn sichtbar – eine Orientierungsfunktion übernehmen. Aktuell sind diese markanten Punkte Hofgeismars im Innenstadtbereich jedoch nur wenig hervorgehoben. Um diese als USP zu nutzen, gilt es, sie besser in die Innenstadt zu integrieren. So könnten Sichtachsen betont werden oder die Sehenswürdigkeiten durch neue Beschilderung, thematisches Spielmobiliar oder Kunstwerke, die Bezug auf das Dornröschens-Thema nehmen, präsenter gemacht werden.

Der Marktplatz vor dem Rathaus in Hofgeismar bietet aktuell noch nicht das volle Potential, das er in Bezug auf die Dornröschens-Thematik und die Innenstadtidentität haben könnte. Durch gezielte Maßnahmen, wie die Integration von thematischen Installationen, mobilen Grünelementen, einer besonderen Farbgebung oder neu gestalteten Brunnen, könnte der Marktplatz stärker in das Gesamtkonzept der Stadt eingebunden werden und so zur Stärkung der Innenstadtidentität beitragen. Dabei sollte stets der rote Faden einer übergreifenden, Hofgeismarer Identität in Form und Gestaltung bewahrt werden.



Hofgeismar – Dornröschensstadt?

3. Analyse – Wegeführung und -ausgestaltung

Wegeführung und -ausgestaltung

Wege sollten zum einen intuitiv begehbar und als zusammenhängende Wegeverbindungen gestaltet sein. Zum anderen ist in der baulichen Ausgestaltung das Thema der Barrierefreiheit ein must-have, um allen Nutzer*innengruppen einen angemessenen Innenstadtbesuch zu ermöglichen.

Die Innenstadt von Hofgeismar ist geprägt durch einige Wechsel der Pflasterung. Die sind zum einen Zeitzeugen verschiedener baulicher Projekte und erfüllen zum anderen eine visuelle Grenzfunktion. Sie markieren das Ende bzw. den Anfang einer bestimmten Lage. In denjenigen Fällen, in denen dadurch Plätze, Fußgängerzonen o.ä. abgegrenzt werden, ist diese Funktion ein Gewinn für die Lesbarkeit der Innenstadt. In vielen Fällen suggerieren die Wechsel in der Pflasterung allerdings Grenzen, die nicht existieren. Dadurch wirkt der Innenstadtbereich stark fragmentiert.

Barrierefreiheit ist in weiten Teilen der Innenstadt gegeben. Blindenleitsysteme sind in Teilen der Mühlenstraße sowie rund um den Marktplatz vorhanden.



Blindenleitsystem am Marktplatz



Unterscheidbarkeit zwischen Gehweg und Fahrbahn

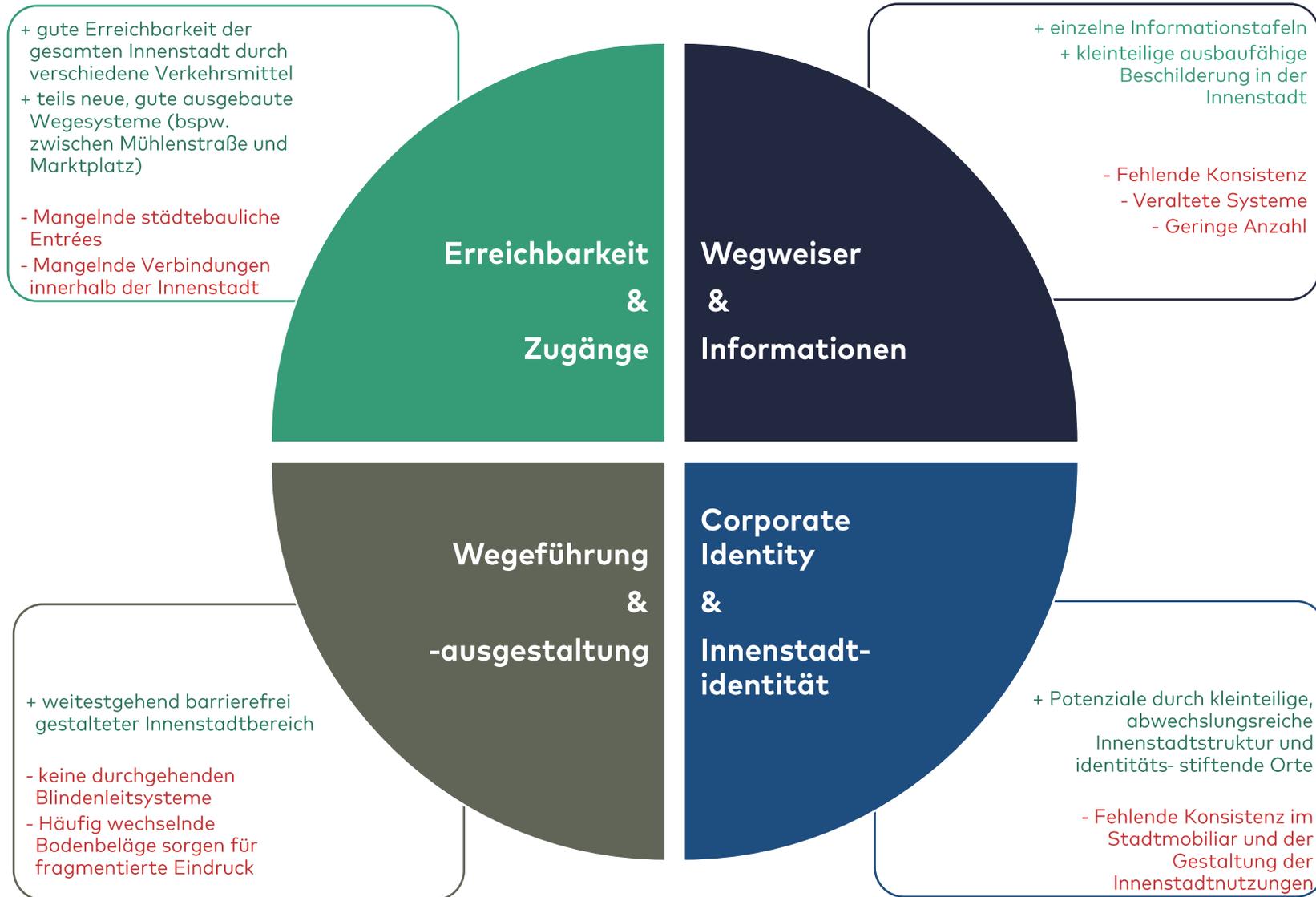


Neuer Bodenbelag in dem sanierten Bereich der Mühlenstraße



Unterschiedliche Bodenbeläge im unteren Bereich der Mühlenstraße

4. Fazit

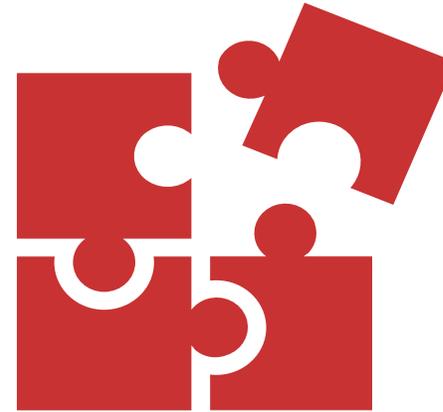


5. Handlungsempfehlungen

Auf Grundlage der vorausgegangenen Analyse werden auf den folgenden Seiten passgenaue Maßnahmen vorgestellt, die die Lesbarkeit der Hofgeismarer Innenstadt verbessern. Die Maßnahmen unterscheiden sich deutlich hinsichtlich ihres Anwendungsbereiches, ihrer Zielsetzung sowie ihres Aufwandes. Aus gutachterlicher Sicht wird dazu angeraten, die Umsetzung der Maßnahmen aufeinander abzustimmen. Das bedeutet nicht, dass alle der vorgeschlagenen Maßnahmen umgesetzt werden sollten. Diejenigen, die umgesetzt werden, sollten allerdings passgenau koordiniert werden, so dass sie tatsächlich zu einer Verbesserung der Lesbarkeit beitragen und nicht das Gegenteil bewirken und den fragmentierten Eindruck durch weiteres Stückwerk verstärken.

Übersichtshalber werden die Maßnahmen in Steckbriefform aufgeführt.

Die Maßnahmen unterscheiden sich deutlich hinsichtlich ihres Aufwandes (zeitlich und finanziell). Im Sinne des beauftragten Anstoßprozesses eines Altstadtmanagements wird angeraten, mit weniger zeitaufwändigen Maßnahmen unmittelbar in die Umsetzung zu gehen. Kooperativ unter Einbezug der bereits identifizierten Innenstadtakteur*innen.



5. Handlungsempfehlungen

1. Einheitliches Leit- und Informationssystem

Ziel	Verbesserung der Lesbarkeit und Orientierung - Wegweiser und Informationen	
Verortung	gesamte Innenstadt	
Beschreibung	<p>Leit- und Infosysteme gehören gewissermaßen zum Standardinventar der meisten Innenstädte. Gute Informationssysteme zeichnen sich zum einen durch ihre Aufstellorte auf. An allen vielfrequentierten Knotenpunkten sowie an den bedeutenden Eingangssituation sollten Infostelen aufgestellt werden. Das zweite Qualitätskriterium umfasst die inhaltliche Ausgestaltung. Eine gut lesbare kartografische Darstellung des Innenstadtbereichs darf nicht fehlen. Sie sollte alle wichtigen Informationen (Einkaufslagen, bedeutende öffentliche- und Freizeiteinrichtungen, Kirchen...) beinhalten, ohne überladen zu wirken. Darüber hinaus empfehlen sich Pfeile, die als Wegweiser dienen – bestenfalls mit einer Entfernungsangabe, die vorzugsweise in Gehminuten erfolgt. Die Gestaltung der Infostelen erfolgt in einem Corporate-Design, welches entweder bereits vorhanden ist oder für die (Innen-)Stadt neu aufgesetzt wird.</p>	
Zeithorizont	■ ■ □	
Aufwand	■ ■ □	
Dringlichkeit	■ ■ ■	



Infostelen in Emmerich und Speyer

Quelle: Fotos Stadt + Handel.

5. Handlungsempfehlungen

2. Selfie-Rahmen/-points

Quelle: Fotos <https://www.outdooractive.com/de/poi/niederrhein/selfie-point-am-lambertmarkt/64681408/>.

Ziel	Stärkung der Identifikation durch Förderung von Interaktionen der Besucher*innen mit dem Stadtraum - Corporate Identity und Innenstadtidentität
Verortung	Vor bedeutenden Plätzen und Sehenswürdigkeiten
Beschreibung	<p>Selfies sind nicht nur das Phänomen des digitalen Raumes, sondern stehen auch in einer stetigen Wechselwirkung mit dem analogen Stadtraum. Gefragte Orte für die Selbstportraits sind in aller Regel Wahrzeichen, besondere Landmarken oder Aussichtspunkte. Durch sogenannte Selfie-Rahmen werden diese Hintergrundmotive in Szene gesetzt. Die Rahmen können „wandern“ und so in bestimmten Intervallen den Standort wechseln oder fest an bestimmten Orten installiert werden. Auf diese Weise gelingt es, prominente und/oder weniger bekannte Orte und Motive der Innenstadt wortwörtlich in den Fokus zu rücken. Ergänzt werden können die Rahmen durch kleine Hinweisschilder mit kompakten Informationen über das Fotomotiv.</p>
Zeithorizont	■ ■ □
Aufwand	■ □ □
Dringlichkeit	■ □ □



Selfie-Point in Fulda

5. Handlungsempfehlungen

3. Temporäre Platzgestaltung

Ziel	Durchgangsräume werden zu Blickfängen und Aufenthaltsräumen und stärken so die Lageverbindungen - Corporate Identity und Innenstadtidentität
Verortung	Platzlagen im Innenstadtbereich
Beschreibung	<p>Graue Durchgangsräume werden durch temporäre Interventionen zu Verweilräumen und ermöglichen dadurch einen anderen Blick auf den Stadtraum, der den Diskurs über Möglichkeiten und Stadtzukünfte anregt. Zudem wird unmittelbar die Aufenthaltsqualität wird gesteigert, was sich wiederum auf die umliegende Umgebung auswirkt. Die gestalteten Plätze laden zum längeren Verweilen ein.</p>
Zeithorizont	■ □ □
Aufwand	■ ■ □
Dringlichkeit	■ ■ □



Temporäre Grünfläche Kalkar

Quelle: Fotos Stadt + Handel.

5. Handlungsempfehlungen

4. Lesbarkeit durch Grünelemente

Ziel	Begleitung der Wegeführung durch Grünelemente (Blumenampeln), Unterstützung der Eingangssituationen (Rankenbögen) - Wegeführung und -ausgestaltung
Verortung	Eingangssituationen zur Innenstadt, markante Laufwege, Platzentrées
Beschreibung	<p>Rankenbögen, straßenbegleitende Blumenampeln oder Hochbeete setzen sichtbare Akzente und betonen wichtige Wegeverbindungen und Achsen. Insbesondere durch Rankenbögen wird das Gefühl eines Eingangs betont.</p> <p>Straßenbegleitende Blumenampeln übernehmen demgegenüber eine andere Funktion. Sie stärken die Sichtbarkeit von Verbindungen und sorgen für eine ansprechendere Gestaltung des Stadtraumes. Angebracht werden sie beispielsweise an Laternen.</p>
Zeithorizont	■ □ □
Aufwand	■ ■ □
Dringlichkeit	■ ■ □



Rankenbogen

Quelle: Fotos Stadt + Handel.

5. Handlungsempfehlungen

5. lesbare Leerstände

Ziel Aufwertung bestehender Leerstände, schnellere Vermarktung der Flächen – Wegweiser und Informationen

Verortung

Beschreibung

Leerstände und insbesondere Lagen mit hohen Leerstandquoten werden von Besucher*innen der Innenstadt negativ gelesen. Sie stehen für defizitäre Entwicklungstendenzen oder gar für den Verfall gesamter Lage. Durch die Umgestaltung der Leerstände kann diese Lesart allerdings umgedeutet werden. Im Sinne eines positiven Storytellings tragen Teilfolierungen, sogenannte Fakeshops oder Illuminationen zu einem positiven Gesamteindruck bei. Kunstausstellungen, Informationen oder sonstige temporäre Leerstandsgestaltungen lassen sich bspw. durch Kooperationen zwischen Citymanagement und Immobilieneigentümer*innen umsetzen.

Zeithorizont ■ □ □

Aufwand ■ ■ □

Dringlichkeit ■ ■ □



Leerstands-Ausstellung Remscheid

5. Handlungsempfehlungen

6. Kunstelemente in der Innenstadt

Ziel	Schaffung von Wiedererkennungswerten und Überraschungsmomenten - Corporate Identity und Innenstadtidentität
Verortung	Gesamte Innenstadt
Beschreibung	<p>Überraschungsmomente und „leuchtende Augen“ sind das, was Innenstadtbesucher*innen begeistert – und wiederkommen lässt. Innenstädten, die (temporär) zur Galerie und Ausstellungsfläche werden, gelingen ebendiese Überraschungsmomente. Temporär wechselnde Kunstwerke/Installationen schaffen Abwechslung, während dauerhaft installierte Werke langfristig gesehen zu Identifikationsorten/-bildern werden können – wie beispielsweise die Dortmunder geflügelten Dortmunder Nashornfiguren. Originär als Wappentier des Dortmunder Konzerthauses entwickelt, stehen lebensgroße Nashörner in verschiedensten Gestaltungsformen seit gut 15 Jahren an verschiedenen Orten der Dortmunder Innenstadt.</p> <p>Kunstprojekte können auch dazu genutzt werden, der lokalen Kunstszene eine Bühne zu bieten.</p>
Zeithorizont	■ □ □
Aufwand	■ ■ □
Dringlichkeit	■ □ □



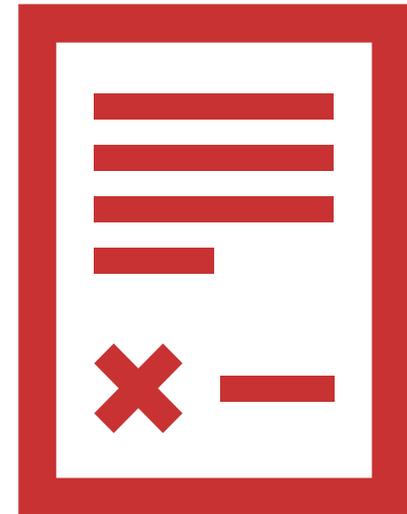
Nashorn in der Dortmunder Innenstadt

Quelle: Fotos Stadt + Handel.

5. Handlungsempfehlungen

7. Überarbeitung der Gestaltungssatzung (Fokus Werbeanlagen und Handelsfassaden)

Ziel	Einheitliches Erscheinungsbild des innerstädtischen Gewerbes, Steigerung des Wiedererkennungswertes - Corporate Identity und Innenstadtidentität
Verortung	Hofgeismarer Innenstadt
Beschreibung	<p>An der Verbesserung der Qualität des öffentlichen Raums sind sowohl die Gewerbetreibenden als auch die öffentliche Hand beteiligt. Ein bedeutendes Instrument zur Steuerung der Ausgestaltung von Werbeanlagen ist die Gestaltungssatzung. Die Erfahrung in vielen Projekten hat gezeigt, dass Städte damit erfolgreich sind, klare Vorgaben über die Quantität und Qualität zu machen und gleichzeitig bei den Akteur*innen für eine Umsetzung dieser Vorgaben zu werben. Die Untersagung von Werbeaufstellern, Beachflags o.ä. steht beispielhaft für eine rigide Maßnahme, die allerdings einen großen Benefit für die Fußgängerzonen erzeugt. Strenge Vorgaben mögen bei den Gewerbetreibenden zunächst auf wenig Verständnis stoßen, erläutert man den größeren Zusammenhang und skizziert die Perspektive eines harmonischeren Stadtraums, der auch für Besucher*innen attraktiver wird, kann Überzeugungsarbeit geleistet werden. Auch aus Akzeptanzgründen wird empfohlen, gemeinsam mit strategischen Partnern des Stadtteils, eine formelle Weiterentwicklung der Gestaltungs- und Sondernutzungssatzung des Stadtteils zu erarbeiten.</p>
Zeithorizont	■■■
Aufwand	■■■
Dringlichkeit	■■■



Quelle: Fotos Stadt + Handel.

5. Handlungsempfehlungen

8. Masterplan Licht und Illumination stadtbildprägender Bausubstanz

Ziel	Sichtbarkeit bei Nacht stärken, abgestimmtes Erscheinungsbild in den dunklen Stunden, Illumination markanter Gebäude (Türme) - Corporate Identity und Innenstadtidentität
Verortung	Gesamte Innenstadt, Fokus Plätze und ortsbildprägende Immobilien
Beschreibung	<p>Die Lesbarkeit eines Stadtraums ist auch in dunklen Stunden nicht zu vernachlässigen. Der gezielte Einsatz von Licht im innerstädtischen Kontext erfüllt vielerlei Zwecke. Angsträume werden reduziert, bauliche Strukturen werden akzentuiert und die Orientierung verbessert. Der einheitliche, einem übergeordneten Konzept folgende Einsatz von Licht in der Innenstadt führt zudem auch in Dämmerung und Dunkelheit zu einem konsistenten und zusammenhängenden Eindruck und fungiert als leitendes Element. Durch einen Masterplan Licht wird ein Leitfaden entwickelt, der für künftige Maßnahmen und Planungen im Umgang mit Licht Leiplanken formuliert. Die Beauftragung erfolgt an entsprechende Fachbüros.</p> <p>Vor allem der Marktplatz mit seiner weitläufigen Baustruktur sowie einzelne ortsbildprägende Gebäude können – temporär oder dauerhaft – durch ansprechende Beleuchtung der Gebäudefassaden in den dunklen Stunden an Aufenthaltsqualität gewinnen. Darüber hinaus stärkt die Maßnahme das Sicherheitsgefühl.</p>
Zeithorizont	■ ■ ■ □
Aufwand	■ ■ ■
Dringlichkeit	■ □ □



Illumination in Plettenberg

5. Handlungsempfehlungen

9. Baustellenmarketing

Ziel	Ansprechendere Baustellengestaltung, Steigerung der Akzeptanz von Baumaßnahmen - Corporate Identity und Innenstadtidentität
Verortung	Andauernde und künftige Baustellen in der Innenstadt
Beschreibung	<p>Innenstädte befinden sich auch baulich in einem stetigen Wandel. Die Hofgeismarer Innenstadt bildet mit einer Vielzahl laufender und künftiger baulicher Umgestaltungen im Zuge der Städtebauförderung keine Ausnahme. Um Bürger*innen und Besucher*innen fortwährend über die Entwicklungen zu informieren, empfiehlt sich insbesondere bei größeren Baumaßnahmen ein gezieltes Baustellenmarketing. Neben der Informationen über das Projekt, Baufortschritte oder Visualisierungen des fertiggestellten Projektes können ansprechend und abwechslungsreich gestaltete Pläne auf den Bauzäunen auch für verschiedene Arten der Bürgerbeteiligung genutzt werden.</p> <p>Dies bietet sich beispielsweise in den einzelnen Bauabschnitten im Bereich der Mühlenstraße an.</p>
Zeithorizont	■ □ □
Aufwand	■ □ □
Dringlichkeit	■ □ □



Baustellenmarketing in Erkrath

Quelle: Fotos Stadt + Handel.

Handlungsempfehlung: Altstadtmanagement

Handlungsempfehlung: Altstadtmanagement

- Das Altstadtmanagement in Hofgeismar nimmt eine Schlüsselrolle in der Entwicklung und Revitalisierung der historischen Innenstadt ein. Durch eine Vielzahl von Aufgaben und Verantwortlichkeiten wird ein ganzheitlicher Ansatz verfolgt, um die Altstadt als lebendiges, wirtschaftliches und kulturelles Zentrum zu stärken. Im Einzelnen umfasst dies:
 - **Strategieentwicklung und Maßnahmenumsetzung:** Das Altstadtmanagement in Hofgeismar entwickelt strategische Pläne, um die Attraktivität und Funktionalität der Altstadt zu erhöhen. Diese Strategien beinhalten sowohl kurzfristige Aktionen als auch langfristige Visionen zur Steigerung der Lebensqualität und zur Förderung des lokalen Gewerbes. Die Umsetzung dieser Maßnahmen erfolgt in enger Abstimmung mit allen relevanten Akteur:innen.
 - **Zentraler Ansprechpartner:in:** Als zentrale Anlaufstelle dient das Altstadtmanagement allen Stakeholdern, darunter Geschäftsinhaber:innen, Immobilieneigentümer:innen, Bewohner:innen und Besucher:innen, als Informations- und Kommunikationshub. Es fördert den Dialog und unterstützt bei Anliegen rund um die Altstadt.
 - **Manager:in innerstädtischer Aktionen:** Von der Organisation kultureller Veranstaltungen bis hin zu Marketingaktionen – das Altstadtmanagement initiiert und koordiniert eine Vielzahl von Aktivitäten, die die Innenstadt beleben und für Bürger:innen sowie Besucher:innen attraktiv machen.
- **Moderator:in und Aktivator von Netzwerken und Initiativen:** Das Altstadtmanagement von Hofgeismar vernetzt Akteur:innen, moderiert zwischen verschiedenen Interessengruppen und fördert die Bildung von Initiativen, die sich für die Belebung und Aufwertung der Altstadt einsetzen. Es schafft Plattformen für den Austausch und die Zusammenarbeit.
- **Vermittlung zwischen Stadtverwaltung und Akteur:innen:** Das Altstadtmanagement übernimmt eine wichtige Vermittlerrolle zwischen der Stadtverwaltung und den lokalen Akteur:innen. Es sorgt dafür, dass die Interessen der Altstadtgemeinschaft Gehör finden und in Entscheidungsprozessen berücksichtigt werden.
- **Gesamtkoordination des angestoßenen Prozesses:** Die Koordination des gesamten Revitalisierungsprozesses liegt in den Händen des Altstadtmanagements. Es überwacht die Fortschritte, passt Maßnahmen an und stellt sicher, dass die gesetzten Ziele erreicht werden.
- **Verfügt über Handlungsfähigkeit und Budget:** Um effektiv agieren zu können, ist es entscheidend, dass das Altstadtmanagement von Hofgeismar sowohl über die notwendige Handlungsfähigkeit als auch über ein Budget verfügt. Dies ermöglicht die schnelle und flexible Umsetzung von Projekten und Maßnahmen, die direkt zur Aufwertung der Altstadt beitragen.

Handlungsempfehlung: Altstadtmanagement

Die Tätigkeitsfelder des Altstadtmanagements decken eine große, aber zugleich abgegrenzte Bandbreite an Aufgaben ab. Im Folgenden wird ein Teil von ihnen aufgezeigt. Im Rahmen der Strategieweiterentwicklung und Maßnahmenumsetzung ist das Altstadtmanagement, je nach Aufgabenzuschreibung, sowohl für die eigene operative Umsetzung innerstädtischer Projekte zuständig als auch in die Umsetzung von Projekten in der Innenstadt eingebunden (z. B. zur Aufwertung des öffentlichen Raums). Ziel ist es, die sektoralen Kompetenzen der Fachverwaltungen auf das komplexe Feld der Innenstadtentwicklung zu fokussieren und zu einem integrierten, strategischen Handlungsansatz zu formen.

- Das Altstadtmanagement agiert als **zentraler Ansprechpartner** rund um das Thema der Altstadt und ist **Manager** innerstädtischer Aktionen und Aktivitäten. Es ist **Moderator** und **Aktivator** (analog wie digital) von Netzwerken und Initiativen in der Stadt und agiert als Vermittler in die entsprechenden Fachämter der Stadt Hofgeismar.
- Das Altstadtmanagement ist **Interessensvertreter** für Anlieger:innen und Nutzer:innen. Das Altstadtmanagement vertritt darüber hinaus die Interessen der Altstadt/Innenstadt in allen Stadtentwicklungsprozessen.
- Zu den Leitthemen zählen der **Erhalt und die Stärkung der Vermögenswerte** der Innenstadt.

- Das Handeln des Altstadtmanagements zählt auf die **funktionale und nutzungsstrukturelle Aufwertung** der Altstadt ein.
- Bei der **Umsetzung von Maßnahmen und Aktionen zur Identitätsbildung** nimmt das Altstadtmanagement eine aktive Rolle ein.
- Das Hauptmotiv des Altstadtmanagements ist die **Verwirklichung einer multifunktionalen Innenstadt**.
- Zu den Sonderaufgaben des Altstadtmanagements zählen die Erarbeitung innovativer Strategien zur inneren Entwicklung und der Erfahrungsaustausch.
- Das Altstadtmanagement **stärkt die Aktivitäten und Initiativen** der Innenstadt und übernimmt die übergeordnete **Gesamtkoordination**.
- Das Altstadtmanagement verzahnt öffentliche und private Akteur:innen. Dabei sensibilisiert es die Politik und Stadtgesellschaft für die **Notwendigkeit einer aktiven Innenstadtentwicklung**.
- Das Altstadtmanagement wirkt nicht nur **konzeptionell strategisch**, sondern agiert auch **operativ** bei der Maßnahmenumsetzung.
- Das Altstadtmanagement verfügt über die notwendige **Handlungsfähigkeit** in allen zugewiesenen Aufgabenbereichen und ein entsprechendes **Budget zur Umsetzung kleinerer Projekte und Maßnahmen**.
- Das Altstadtmanagement erfährt eine **hohe Akzeptanz** bei den innerstädtischen Akteur:innen.

Handlungsempfehlung: Altstadtmanagement

Das Altstadtmanagement kann perspektivisch Aufgaben übernehmen, die heute durch bestehende Fachämter und sonstige Institutionen übernommen werden, daher gilt es, Schnittstellen zu identifizieren und klare Zuständigkeitsbereiche auszutarieren.

Die Einführung eines effektiven Altstadtmanagements ist für eine Stadt von entscheidender Bedeutung, um ihre Entwicklung und Lebensqualität zu fördern. Ein gut organisiertes Altstadtmanagement dient als Schlüsselinstrument, um die vielfältigen Herausforderungen urbanen Wachstums anzugehen und eine nachhaltige, lebendige Gemeinschaft zu schaffen.

Ein Altstadtmanagement ermöglicht es, Ressourcen effizient zu nutzen und städtische Aktivitäten zu koordinieren. Durch die Integration von Stadtplanung, Wirtschaftsförderung, Verkehrsplanung und sozialen Programmen kann eine Stadt ihre Infrastruktur besser optimieren und den Bedürfnissen ihrer Bürger gerecht werden.

Des Weiteren spielt das Altstadtmanagement eine zentrale Rolle bei der Förderung lokaler Wirtschaftsaktivitäten. Es schafft eine unterstützende Umgebung für Unternehmen, stärkt die Attraktivität für Investitionen und fördert den lokalen Handel. Dies trägt nicht nur zur wirtschaftlichen Vitalität der Stadt bei, sondern schafft auch Arbeitsplätze und steigert das Einkommen der Bürger:innen.

Ein gut funktionierendes Altstadtmanagement berücksichtigt auch soziale Aspekte. Es kann dazu beitragen, soziale Ungleichheiten zu minimieren, Gemeinschaftsprojekte zu fördern und die Integration verschiedener Bevölkerungsgruppen zu erleichtern. Dies schafft ein inklusives und lebendiges Stadtbild, in dem sich die Bewohner wohlfühlen und aktiv am städtischen Leben teilnehmen können.

Zusammenfassend ist ein Altstadtmanagement von entscheidender Bedeutung, um die Herausforderungen des urbanen Lebens zu bewältigen und eine nachhaltige, florierende Stadtgemeinschaft zu schaffen. Es bietet einen Rahmen für effiziente Ressourcennutzung, wirtschaftliche Entwicklung und soziale Integration, was letztendlich zu einer lebenswerten Umgebung für alle Bewohner:innen führt.

Exkurs: Aufbau eines Altstadtmanagements

Das ABC des Altstadtmanagements

A ... wie Auftrag.

Hauptmotiv

Funktion

Rolle

Legitimation

B ... wie Betrieb

Mitgliedschaft

Finanzierung

Organisation

Controlling

C ... wie Charta

Leittätigkeiten

Handlungsfelder

Kernaufgaben

Sonderaufgaben

Welchen Auftrag hat das Altstadtmanagement? Wie wird der Betrieb organisiert und welche Tätigkeiten gehören ganz konkret zum Portfolio des Altstadtmanagements? Nur mit einer verbindlichen Klärung dieser Fragestellungen zwischen allen Beteiligten und über alle Ebenen hinweg kann das Altstadtmanagement im Zusammenspiel mit den weiteren Innenstadtakteur:innen für die Hofgeismarer Innenstadt wirken und Projektideen sowie Maßnahmen maßgeblich voran bringen.

Aufgaben und Organisation

ABC der/des Altstadtmanager:in - A... wie Anforderungen

A

... wie Anforderungen

Durch die Neuordnung der Organisation und Aufgaben in der Innenstadt ergeben sich unterschiedliche Anforderungen an ein/e hinzukommende/r Altstadtmanager:in:

Hauptmotiv

Das **Hauptmotiv** des/der Altstadtmanager:in ist die Positionierung und Profilierung der Innenstadt entsprechend der Zukunftsvision sowie der dafür notwendige Aufbau und die Pflege von handlungs- und tragfähigen Netzwerk- und Kooperationsstrukturen. Übergeordnetes Ziel ist die Attraktivierung und Belebung der Hofgeismarer Innenstadt.

Funktion

Die **Funktion** des/der Altstadtmanager:in besteht darin, für die Innenstadt als operative/r Gesamtkoordinator:in Projekte anzustoßen, in die Umsetzung zu bringen und weiterzuentwickeln sowie für die Innenstadt als Ansprechpartner:in, Sprachrohr und Interessensvertreter:in im politischen und gesellschaftlichen Raum zu wirken und sich eine entsprechende Durchschlagskraft zu verschaffen.

Rolle

Die **Rolle** des/der Altstadtmanager:in ist es, gemäß der Zukunftsvision für die Innenstadt operativ „auf der Straße“ zu wirken und die Innenstadttakteur:innen zu koordinieren.

Legitimation

Die **Legitimation** des/der Altstadtmanager:in umfasst Umsetzungs- und Entscheidungskompetenz bei Aktionen mit Innenstadtrelevanz sowie die Handlungsfähigkeit in allen relevanten Aufgabenfeldern unter Verwendung eines eigenen Budgets.

Aufgaben und Organisation

ABC der/des Altstadtmanager:in – B ... wie Betrieb

B

... wie Betrieb

Aus den Anforderungen an eine/n Altstadtmanager:in leiten sich die Betriebsstruktur und –organisation ab.

Mitgliedschaft

Die Möglichkeit einer **Mitgliedschaft** an Arbeiten des/der Altstadtmanager:in ist nicht gegeben. Der/die Altstadtmanager:in agiert eigenständig und kooperiert mit den innerstädtischen Akteur:innen.

Finanzierung

Die **Finanzierung** der Aktivitäten des/der Altstadtmanager:in ist durch kommunale Mittel und/oder Fördermittel getragen.

Organisation

Der/die Altstadtmanager:in ist **organisatorisch** als personelle Stelle bei der Stadt Hofgeismar angesiedelt, kann dabei jedoch von einer/m externe/n Dienstleister:in besetzt werden. Räumlich sollte der/die Zentrenmanager:in dabei eine Anlaufstelle in der Innenstadt, z. B. im „Quartier am Markt“, möglichst außerhalb des Rathauses mit Sprechstunden anbieten, um möglichst nah an „am Geschehen“ agieren zu können.

Controlling

Das **Controlling** der Aktivitäten des/der Altstadtmanager:in erfolgt durch das Hauptamt oder Bauamt der Stadtverwaltung Hofgeismar sowie durch die politischen Gremien der Stadt Hofgeismar.

Aufgaben und Organisation

ABC der/des Altstadtmanager:in - C... wie Charta

C

... wie Charta

Auf dem Betrieb des Altstadtmanagements baut die Charta auf, welche mit konkreten Handlungsfeldern und Maßnahmen zur Umsetzung der Zukunftsvision die Aufgaben des Altstadtmanagements definiert.

Leittätigkeiten

Die **Leittätigkeiten** des/der Altstadtmanager:in sind die Koordination der Aktivitäten der Innenstadtakteur:innen, die operative Maßnahmenumsetzung, das Standortmarketing der Innenstadt sowie Netzwerk- und Wissensmanagement.

Handlungsfelder

Die zentralen **Handlungsfelder** des/der Altstadtmanager:in sind die funktionale, städtebauliche und Markenprofilierung der Hofgeismarer Innenstadt. Handlungsbedarf besteht hier gemäß Anstoßprozess in den Bereichen Marke „Dornröschentadt“, Erreichbarkeit & Orientierung und Marketing & Image.

Kernaufgaben

Die **Kernaufgaben** des/der Altstadtmanager:in bestehen in der Moderation, Begleitung und Vernetzung von Innenstadtakteur:innen und Prozessen mit Innenstadtbezug sowie der Umsetzung von sichtbaren innerstädtischen Maßnahmen.

Sonderaufgaben

Der/die Altstadtmanager:in koordiniert einen regelmäßigen Austausch aller Innenstadtakteur:innen (Altstadtmanagement, Gewerbetreibende aus Gastronomie und Handel, Verein für Handel und Gewerbe, Tourismus Hofgeismar, Stadtverwaltung Hofgeismar). Der/die Altstadtmanager:in etabliert und koordiniert einen runden Tisch „Innenstadt“ mit Sprecher:innen der relevanten Innenstadtakteur:innen (aus den Bereichen Einzelhandel/Gastronomie/ Dienstleistung, Soziales/Bildung/Kirche, Bürgerschaft, Verbände/Vereine/Institutionen).

Verzeichnisse

Literatur- und Quellenverzeichnis

Literatur

Netzwerk Innenstadt NRW (2021): Gestaltqualität zwischen Bahnhof und Innenstadt. Arbeitsergebnisse der Arbeitsgruppe „Gestaltqualität zwischen Bahnhof und Innenstadt“ des Netzwerk Innenstadt NRW.

Quellenverzeichnis

<https://www.pkv-institut.de/magazin/artikel/rosenduft-beim-schlafen-hilft-beim-lernen>,

<https://www.gruenes-archiv.de/tinkturen-herstellen-anwendung-arten-und-rezept/>

<https://www.pinterest.de/pin/58687601364579361/>

<https://www.einrichtungsradar.de/himmelbett-test/>

<https://diversity-spielzeug.de/shop/postkarte-maerchen-reloaded-aschenputtel/>

[https://www.etsy.com/de/listing/1339739876/dornroschen-](https://www.etsy.com/de/listing/1339739876/dornroschen-jahreszeitentisch?ga_order=most_relevant&ga_search_type=all&ga_view_type=gallery&ga_search_query=Dornr%C3%B6schen&ref=sr_gallery-1-2&local_signal_search=1&organic_search_click=1)

[jahreszeitentisch?ga_order=most_relevant&ga_search_type=all&ga_view_type=gallery&ga_search_query=Dornr%C3%B6schen&ref=sr_gallery-1-2&local_signal_search=1&organic_search_click=1](https://www.etsy.com/de/listing/1339739876/dornroschen-jahreszeitentisch?ga_order=most_relevant&ga_search_type=all&ga_view_type=gallery&ga_search_query=Dornr%C3%B6schen&ref=sr_gallery-1-2&local_signal_search=1&organic_search_click=1), unten: https://www.etsy.com/de/listing/1537295801/dornroschen-100g?ga_order=most_relevant&ga_search_type=all&ga_view_type=gallery&ga_search_query=Dornr%C3%B6schen&ref=sr_gallery-1-3&local_signal_search=1&organic_search_click=1

https://www.thalia.de/shop/home/artikeldetails/A1063563981?ProvID=11000522&gad_source=1&gclid=CjwKCAiA3aeqBhBzEiwAxFiOBsXlxx4Zx4X0RQAIFgAAPXHYgzAOnnbvMHa--TUrfDnprls6fMdvxoC6DcQAvD_BwE, mitte: https://www.etsy.com/de/listing/1208190289/hakelanleitung-lalylala-rotkappchen?ga_order=most_relevant&ga_search_type=all&ga_view_type=gallery&ga_search_query=m%26auml%3Brchen+h%26auml%3Bkeln&ref=sr_gallery-1-2&dd=1&organic_search_click=1, unten: <https://literaturblog-duftender-doppelpunkt.at/2016/12/08/frau-wolle-und-die-7-nadeln/>

<https://www.lms.de/detail/index/sArticle/97338>, oben rechts: <https://www.westfalen-blatt.de/owl/kreis-hoexter/hoexter/spruche-mit-sinn-schon-an-vielen-schaufenstern-801678?&npg>, unten: <https://stadtmarketing-rothenburg.de/aktionsstart-maerchenbummel-2021-2/>

<https://stadtmarketing-rothenburg.de/maerchenbummel/>

Neue Wege.
Klare Pläne.

STADT+HANDEL



www.linkedin.com/company/stadt-und-handel



www.instagram.com/stadtundhandel/

**Stadt + Handel Beckmann und
Föhler Stadtplaner GmbH**

info@stadt-handel.de

www.stadt-handel.de

Amtsgericht Dortmund
Handelsregisternummer
HRB 33826
Hauptsitz Dortmund

Standort Dortmund

Hörder Hafenstraße 11
44263 Dortmund
Fon +49 231 86 26 890
Fax +49 231 86 26 891

Standort Hamburg

Tibarg 21
22459 Hamburg
Fon +49 40 53 30 96 49
Fax +49 40 53 30 96 47

Standort Karlsruhe

Beiertheimer Allee 22
76137 Karlsruhe
Fon +49 721 14 51 22 62
Fax +49 721 14 51 22 63

Standort Leipzig

Markt 9
04109 Leipzig
Fon +49 341 92 72 39 42
Fax +49 341 92 72 39 43