

# Gesamtbericht

**Handlungskonzept & Transformationsmanagement  
für die Innenstadt von Eschwege**

20.01.2026

Es werden Grafiken und Bildausschnitte zur besseren Darstellung von Kernaussagen verwendet. Eine öffentliche Nutzung bzw. Weitergabe, Vervielfältigung oder gar allgemeine Veröffentlichung kann jedoch Ansprüche der Rechteinhaber:innen auslösen. Wer diese Unterlagen deshalb in welcher Form auch immer weitergibt, vervielfältigt der veröffentlicht, übernimmt das volle Haftungsrisiko gegenüber den Inhaber:innen der Rechte. Stadt + Handel Beckmann und Führer Stadtplaner GmbH wird mit der Verletzung dieser Untersagung zur Weitergabe und Veröffentlichung von allen Ansprüchen Dritter freigestellt. Der/Die Verursacher:in dieser Verletzung oder heranzuhende Verantwortliche hierfür trägt die Kosten der ggf. notwendigen Abwehr von solchen Ansprüchen.

**AUFTRAGGEBERIN**  
**Kreisstadt Eschwege**

**VERFASSER:INNEN**  
Jens Nußbaum, M. A.  
Katharina Ruhr, M. Sc.  
Julia Brügger, M. Sc.  
Cira Zerres, M. Sc.  
Dortmund, 20.01.2026

**Endfassung**

**Stadt + Handel Beckmann und  
Führer Stadtplaner GmbH**  
[info@stadt-handel.de](mailto:info@stadt-handel.de)  
[www.stadt-handel.de](http://www.stadt-handel.de)  
Amtsgericht Dortmund,  
Handelsregisternummer HRB  
33826, Hauptzitz: 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

# Inhaltsverzeichnis

Einführung	4
Räumliche und thematische Analyse des Status Quo	28
SWOT-Analyse	52
Zielgruppenbetrachtung	58
Zukunftsvision der Innenstadt	74
Entwicklungsstrategien	84
Maßnahmenkatalog	87
Aktionsplan	102
Projektsteckbriefe	106
Das ABC der Innenstadttransformation	146
Fazit und Ausblick	186

# Einführung

# Einführung

## Ausgangssituation und Zielsetzung

Die Identität deutscher Innenstädte wird sich, insbesondere beschleunigt durch vergangene und fortlaufende Krisen, nachhaltig verändern. Rückläufige Passant:innenfrequenzen und zunehmende Leerstände sind keine selten zu beobachten Zustände mehr. Sozio-ökonomische, technische und räumliche Entwicklungsprozesse, allen voran die Digitalisierung, führen dazu, dass Innenstädte heutzutage anders wahrgenommen werden. Das verändert auch die Nutzungs- und Gestaltungsansprüche an diese. Sie sind nicht mehr allein Ort des Konsums und des Handels, sondern entwickeln sich stetig zu „Dritten Orten“, an welchen neben der Versorgung auch Aspekte des Wohnens, Arbeitens und Erlebens an Bedeutung gewinnen.

Gefördert durch das Bundesprogramm „**Zukunftsfähige Innenstädte & Zentren**“ (ZIZ) will die Kreisstadt Eschwege diesen Herausforderungen aktiv begegnen. Die Eschweger Innenstadt ist in vielerlei Hinsicht bereits durch eine starke inhaber:innen geführte Nutzungsstruktur und ein historisches Stadtbild an Fachwerkhäusern geprägt. Unter dem Projekttitel „**Eschwege: Von der Innenstadt zur Draußen-Stadt**“ soll sich die Innenstadt strukturell transformieren, indem die Aufenthaltsqualität gezielt erhöht wird, welche sowohl der Attraktivitätssteigerung der Innenstadt als Einkaufsstadt, als auch als Tourismusdestination und als Aufenthaltsraum dient.

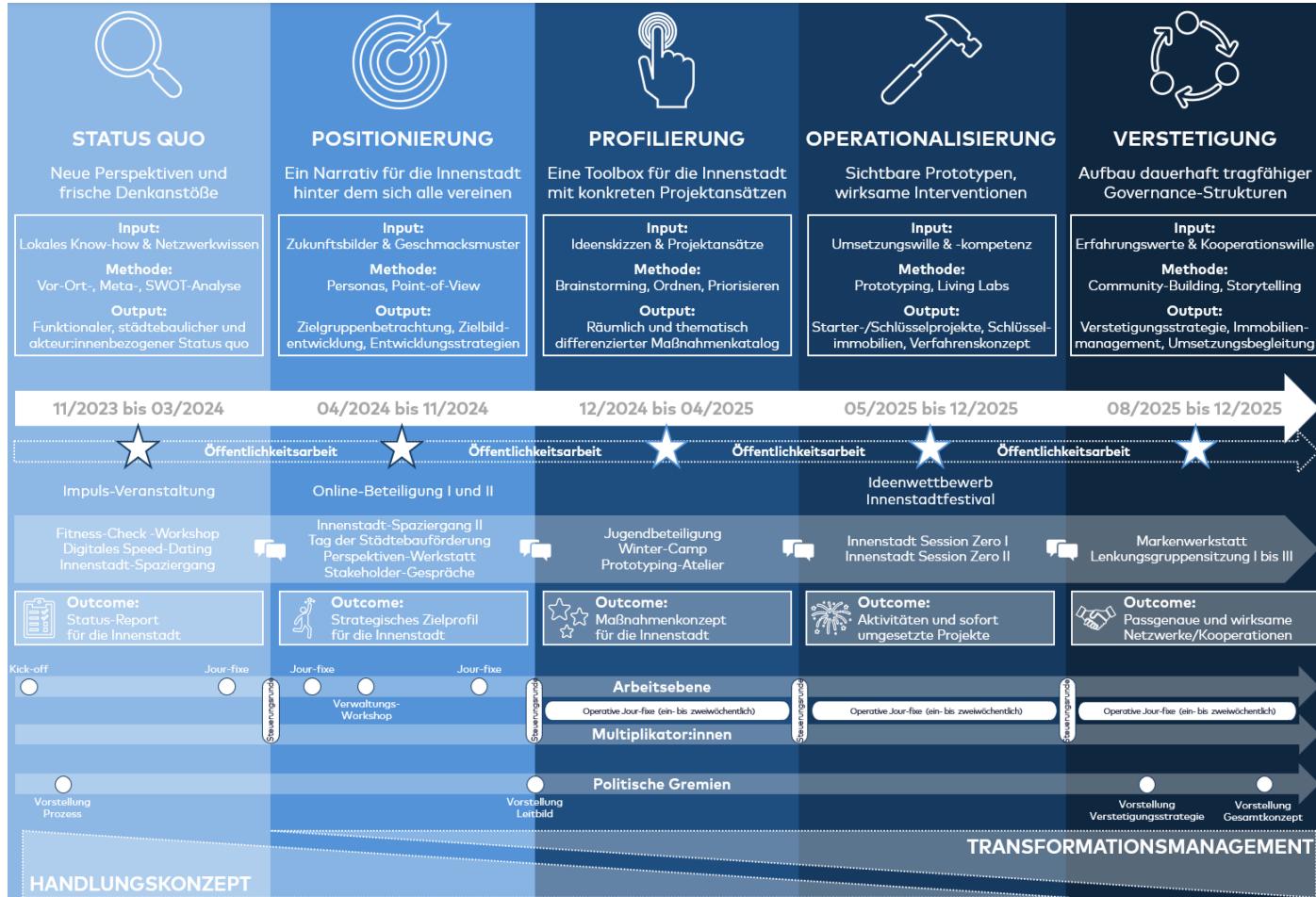
Mit dem **Handlungskonzept und Transformationsmanagement für die Eschweger Innenstadt**, ausgeführt durch das Dortmunder Stadtplanungsbüro Stadt + Handel, hat eine konsequente Verknüpfung von strategischer Konzeption und umsetzungsorientiertem Handeln stattgefunden. Der vorliegende Gesamtbericht stellt die Ergebnisse des mehrphasigen Prozesses dar (siehe Abb. auf S. 6). Ausgehend von einer umfassenden Analyse des **Status Quo** konnten die Stärken, Schwächen,

Chancen und Risiken der Innenstadt herausarbeitet werden. Diese wurde in der **Positionierung** in ein strategisches Zielprofil überführt, das auf dem gemeinsam erarbeiteten Leitbild sowie auf fünf definierten Fokuszielgruppen basiert. Aufbauend auf dieser strategischen Zielausrichtung folgte die Phase der **Profilierung**, in der eine „Toolbox“ in Form eines detaillierten Maßnahmenkatalogs mit 36 Projektansätzen für fünf definierte Fokusbereiche der Innenstadt dargestellt sind. Um deren Umsetzung entsprechend zu priorisieren, wurden in der Phase der **Operationalisierung** 13 Starter-, Aufstiegs- und Schlüsselprojekte ausgewählt und in detaillierten Projektsteckbriefen konkretisiert. In der letzten Phase des Handlungskonzeptes der **Verfestigung** wurde abschließend eine zukünftige Governance-Struktur zur dauerhaften Tragfähigkeit des weiteren Transformationsprozesses erarbeitet. Im Ergebnis steht die Verfestigungsstrategie mit dem sog. „ABC der Innenstadttransformation“, das sich auf sechs zentralen Tätigkeitsbereichen und einem klaren Umsetzungsplan aufbaut.

Während des gesamten, zweijährigen Prozesses standen diverse Dialog- und Partizipationsformate im Vordergrund, denn eine erfolgreiche Innenstadtentwicklung kann nicht nur durch Einzelakteuren gelingen. Aufgaben können nur dann zielgerichtet umgesetzt werden, wenn ein gemeinsames Bewusstsein der handelnden Akteuren geschaffen wurde. Das betrifft das Zusammenarbeiten innerhalb behördlicher Strukturen wie auch das umfassende Einbinden aller relevanten Innenstadtakteuren. Ehe die konzeptuellen Inhalte des Handlungskonzepts, auch allgemeinverständlich **Innenstadtkonzept** genannt, dargelegt werden, folgt daher zunächst ein Überblick der durchgeführten Beteiligungsformate.

# Einführung

## Konzeptbausteine

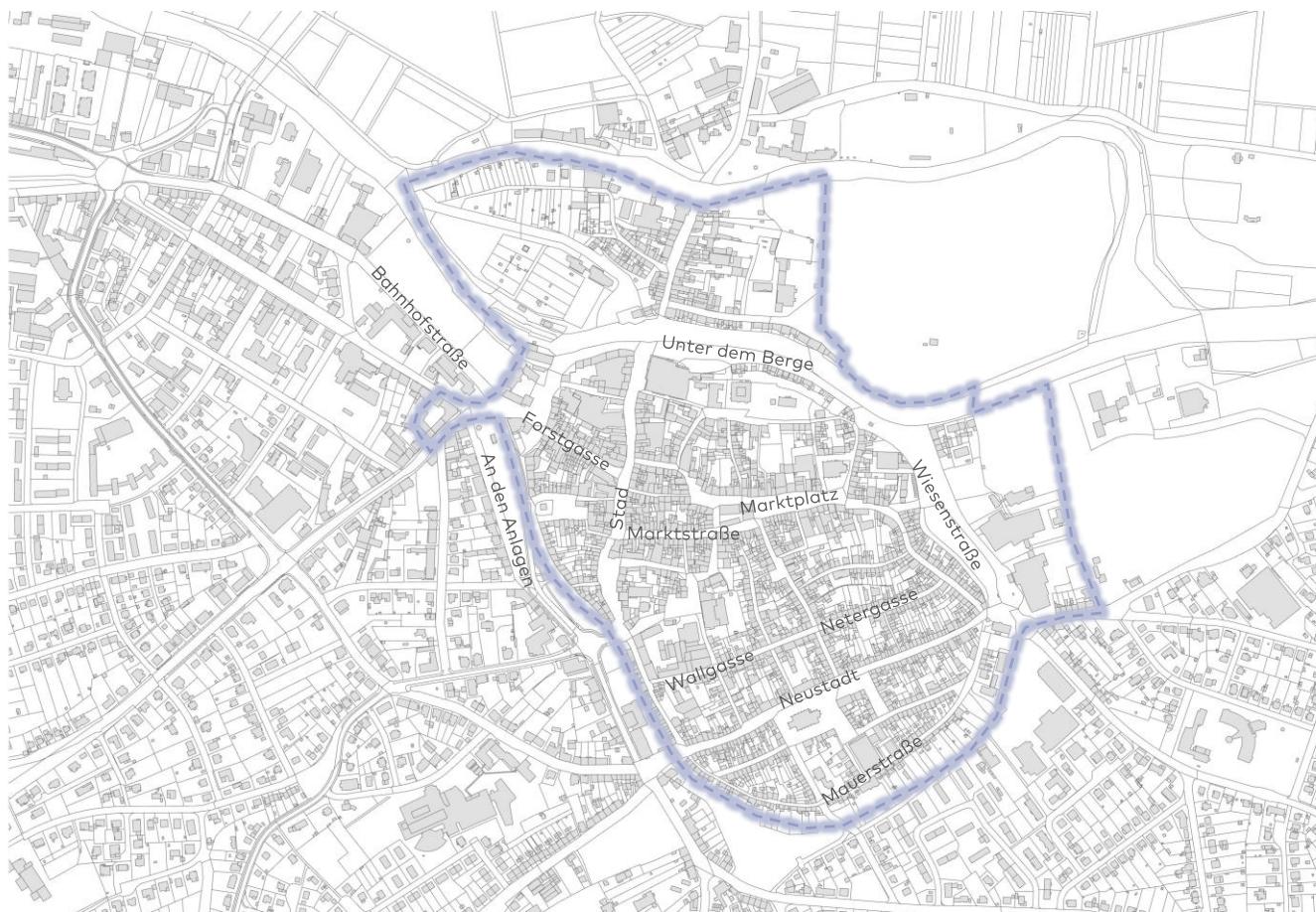


# Einführung

## Untersuchungsgebiet „Innenstadt Eschwege“

Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Kartengrundlage Kreisstadt Eschwege.

Untersuchungsgebiet



Das Untersuchungsgebiet umfasst die Eschweger Innenstadt innerhalb der Straßenzüge Unter dem Berge, Wiesenstraße, Mauerstraße, An den Anlagen sowie den Bereich „Brückenhäuser“ nördlich des Flusses Werra. Somit wird die Fußgänger:innenzone, der Marktplatz und weitere wesentliche Innenstadtnutzungen eingeschlossen.

Diese Abgrenzung wurde bewusst gewählt, um eine umfassende Betrachtung aller funktionalen und städtebaulichen Gegebenheiten der Innenstadt zu ermöglichen. Die Abgrenzung ist darüber hinaus nicht als „starre“ Linie zu verstehen, denn auch angrenzende Bereiche, die eine besondere Bedeutung für die Funktion des Zentrums haben (beispielsweise das Landgrafenschloss) finden Berücksichtigung.

# Einführung

## Impulsveranstaltung | 13. Dezember 2023



Im Rahmen der Impulsveranstaltung Mitte Dezember wurde der Transformationsprozess für die Neugestaltung der Eschweger Innenstadt öffentlich eingeleitet. Durch einen Vortrag über gegenwärtige Trends und Herausforderungen in der allgemeinen Entwicklung von Innenstädten und Einzelhandelsbereichen sollten die teilnehmenden Akteure für die aktuellen Entwicklungen sensibilisiert werden. Hierbei wurden konkrete Thesen zur Zukunftsfähigkeit sowie den Herausforderungen der Eschweger Innenstadt präsentiert. Das übergeordnete Ziel dieser öffentlichen Auftaktveranstaltung bestand darin, eine Aufbruchsstimmung in der Eschweger Innenstadt zu kreieren und die Teilnehmenden für das Mitwirken am laufenden Prozess zu begeistern. Hierzu wurden bewährte Beispiele präsentiert und die kommenden Formate der Beteiligung am Transformationsprozess vorgestellt. Ein informelles „Get Together“ bot zudem die Gelegenheit zu einem lockeren Austausch im Anschluss des Vortrages. **In diesem tauschte sich das Projektteam bereits über folgende Schwerpunkte aus:**

- Attraktivierung der Angebotsvielfalt und -qualität in den Bereichen Einzelhandel und Gastronomie
- Bespielung der leerstehenden Ladenlokale mit innovativen Nutzungen
- Umgang mit den Themen Sauberkeit und Vandalismus im Stadtraum
- Umgang mit den Themen Parken und Verkehr in der Innenstadt

# Einführung

## Speed-Datings | 17. und 18. Januar 2024



### Zeit für ein kurzes „Date“?

Einladung zum „Speed-Dating“ | 17. und 18. Januar 2024

HANDLUNGSKONZEPT UND TRANSFORMATIONSMANAGEMENT FÜR DIE  
INNENSTADT VON ESCHWEGE  
BUNDESPROGRAMM ZUKUNFTSFÄHIGE INNENSTÄDTE & ZENTREN (ZIZ)

Sehr geehrte Damen und Herren,  
liebe Macherinnen und Macher der Innenstadt von Eschwege,

sicher haben Sie es schon gehört oder gelesen: die Stadt Eschwege gestaltet gemeinsam mit dem Büro Stadt + Handel einen Zukunftsprozess für die Innenstadt von Eschwege in Form eines Handlungskonzepts und eines Transformationsmanagements.

Direkt zu Beginn des Prozesses wollen wir der Frage auf den Grund gehen, wie vor dem Hintergrund aktueller Entwicklungen und absehbarer Herausforderungen die Zukunft der Innenstadt aussieht. Wie ist eine lebendige und wundungsfähige Innenstadt neu zu justieren? Welche bislang gewohnten Nutzungen und Funktionen sind zu überdenken bzw. welcher Neuen bedarf es? Und welche Strukturen braucht es hierfür – jetzt und zukünftig? Das wollen wir tun. Mutig. Ehrlich. Perspektivisch. Und ja, ganz genau, gemeinsam mit Ihnen!

Den Akteurinnen und Akteuren der Innenstadt von Eschwege kommt eine besondere Bedeutung zu. Denn nur in einem engen Dialog und mit gemeinschaftlichem Handeln kann das Ziel erreicht werden, möglichst breit getragene Strategien und konkrete Maßnahmen zu entwickeln. Für die Umsetzung werden zudem kurzfristig handlungsfähige und langfristig tragfähige Strukturen benötigt.

Um direkt zu Beginn des Prozesses mit Ihnen, den Macherinnen und Machern der Innenstadt auf Tuchfühlung zu gehen und Sie sowie Ihre Sicht der Dinge kennenzulernen, laden wir Sie zu einem digitalen „Speed-Dating“ mit uns ein. Dieses findet wohlweise statt am

17. Januar 2024, vormittags in der Zeit von 9 bis 12 Uhr oder

18. Januar 2024, nachmittags in der Zeit von 14 bis 17 Uhr

Damit wir schnell und ohne großen Aufwand miteinander ins Gespräch kommen, finden unsere Speed-Dates online auf der Plattform „Zoom“ statt. Eine besondere Softwareinstallation ist nicht erforderlich. Eine Teilnahme ist alternativ auch per Telefon möglich. Ihr Computer, Tablet oder Mobiltelefon sollte jedoch mit einer Kamera und einem Mikrofon ausgestattet sein.

Der erste, intensivere Kontakt zu den wesentlichen Stakeholdern im Zuge des Transformationsprozesses erfolgte im Rahmen von digitalen Speed-Datings. Diese ermöglichen einen auf das Wesentliche konzentrierten, kurzweiligen und niedrigschwelligen Austausch mit einer Vielzahl an relevanten Akteuren der Eschweger Innenstadt. In kurzen, 10-minütigen Gesprächen mittels einer Videokonferenz konnte somit das erste Kennenlernen der Innenstadtakteuren und des Projektteams stattfinden. Die Gesprächspartner:innen wurden hinsichtlich ihrer Rolle in der Innenstadt von Eschwege sowie ihrer Erwartungshaltung an den beginnenden Prozess befragt. Darüber hinaus bestand die Möglichkeit, weitere für den Transformationsprozess potenziell relevante Akteuren zu identifizieren.

### Mit den Speed-Datings konnten zu Beginn des Prozesses folgende, wesentliche Schwerpunkte herausgefiltert werden:

- Attraktivierung und Ausbau der Angebotsvielfalt in der Eschweger Innenstadt
- Bespielung von leerstehenden Ladenlokalen mit temporären Nutzungen und langfristigen Lösungen
- Etablierung der Innenstadt als attraktiven Wohnstandort
- Bespielung des öffentlichen Raums mit Spiel- und Sportgeräten (insb. zur intensiveren Ansprache von Familien mit Kindern)
- Steigerung der Aufenthaltsqualität und Attraktivierung des öffentlichen Raums mit weiteren Grünelementen und Sitzmöglichkeiten
- Steigerung der Sichtbarkeit bzw. Lesbarkeit der Eschweger Innenstadt

# Einführung

## Innenstadt-Spaziergang | 06. Februar 2024



Um das „lokale Wissen“ der Akteure vor Ort zu erfassen, wurde am 6. Februar 2024 ein Innenstadt-Spaziergang durchgeführt. Mit rd. 40 Akteuren, darunter Einzelhändler:innen, Kulturschaffende, Anwohner:innen, Vertreter:innen der Stadtverwaltung und weitere Interessierte, wurden qualitative Strukturmerkmale sowie funktionale und städtebauliche Aspekte der Eschweger Innenstadt situationsbezogen am „lebendigen Objekt“ diskutiert. Die Route führte vom Marktplatz über den Obermarkt, Stad, Hospitalplatz sowie Wallgasse und Alter Steinweg zurück zum Rathaus.

### **Wesentliche Themenschwerpunkte umfassten insbesondere:**

- Bespielung bzw. Aufwertung des öffentlichen Raums und der Plätze mit Sitzgelegenheiten, Spielgeräten, Grün- und Schattenelementen
- Aufwertung und Stärkung der Nutzungsmischung in der Innenstadt mit neuen bzw. innovativen Konzepten
- Umgang mit Nutzungskonflikten zwischen Anwohner:innen vs. Nutzung des öffentlichen Raums in den Abendstunden vs. Gastronomie
- Berücksichtigung verschiedener Verkehrsteilnehmenden (u. a. Abstellmöglichkeiten für Fahrräder)
- differenzierte Betrachtungsweise bzw. Wahrnehmung der Eschweger Innenstadt zwischen Tourist:innen und Akteuren vor Ort

# Einführung

## Fitness-Check-Workshop | 13. Februar 2024



Mit rd. 30 Interessierten wurde Mitte Februar der Fitness-Check-Workshop durchgeführt, um den Status Quo der Innenstadt durch die Expertise und Vor-Ort-Kenntnis der Innenstadtakteuren themenspezifisch zu erweitern. Dazu tauschten sich die Teilnehmenden in Kleingruppen zu den Untersuchungsschwerpunkten **VITALITÄT**, **INDIVIDUALITÄT** und **MENTALITÄT** aus. An insgesamt sieben Dialogstationen diskutierten die Kleingruppen über die Hauptanlaufstellen in der Innenstadt und fehlende Angebote, bewerteten die Erreichbarkeit der Innenstadt und verorteten beliebte und unbeliebte Orte sowie empfehlenswerte Orte für Besucher:innen. Dabei zeichnete sich an vielen Stellen ein einheitliches Bild ab (siehe nachfolgende Seite):

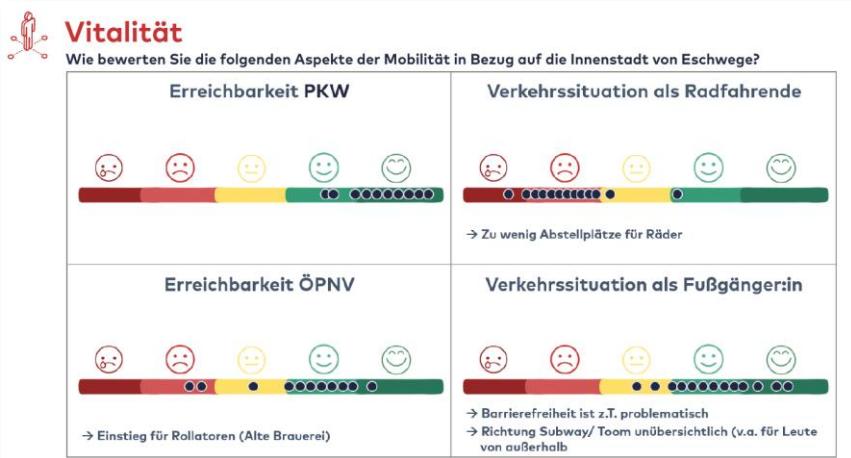
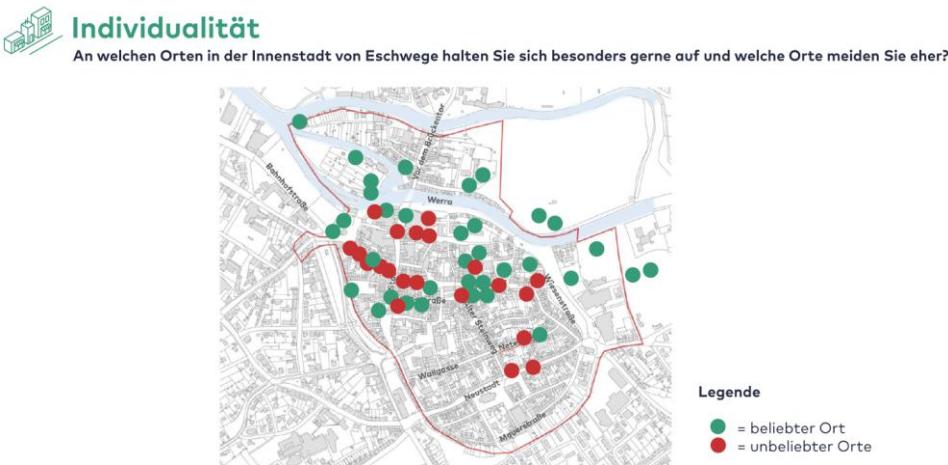
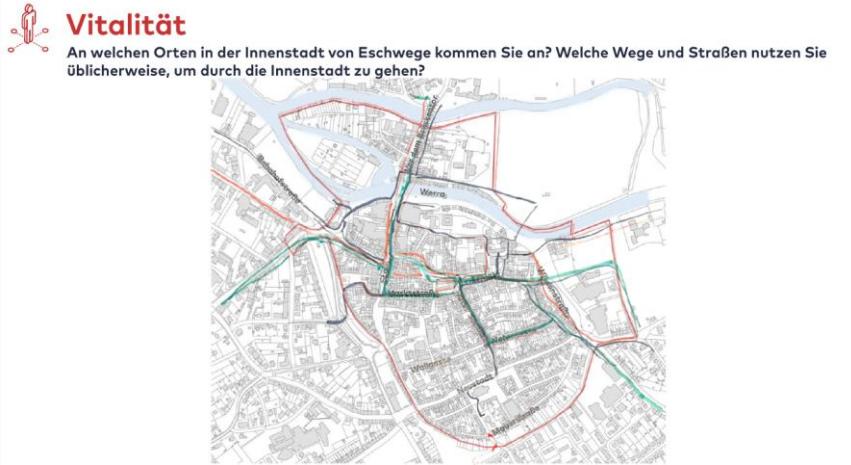
- negative Bewertung der Verkehrssituation für Radfahrende in der Innenstadt
- Forstgasse u. a. als einer der wesentlichen Wegeverbindungen in die Innenstadt; gleichzeitig nahezu eindeutige Bewertung der Forstgasse als unbeliebter Ort
- Eschweger Innenstadt wird v. a. aufgrund ihrer Ruhe, der kurzen Wege und des historischen Fachwerks geschätzt

Bereits in diesem frühen Status des Prozesses sind sich die Akteure einig, dass es ein „WIR-Gefühl“ braucht, um in einem (sich zu bildenden) Netzwerk aus Einzelhändler:innen, Gastronom:innen, Anwohner:innen, Kulturschaffenden, sozialen Träger:innen, Stadtverwaltung und Politik sowie weiteren Interessierten die Entwicklung der Eschweger Innenstadt gemeinsam voranzutreiben.

# Einführung

## Fitness-Check-Workshop | 13. Februar 2024\*

Quelle: Fotos Stadt + Handel; \*Ausschnitte der Ergebnisdokumentation.



# Einführung

## Tag der Städtebauförderung | 10. Mai 2024



Das erste Beteiligungsformat in der Phase der Positionierung fand im Rahmen des Tags der Städtebauförderung am 10. Mai 2024 statt. Der Anlass wurde genutzt, um den Stadtteilbesucher:innen auf dem Obermarkt die Gelegenheit zu bieten, offen und niederschwellig ihre Meinung zur Innenstadt und deren zukünftige Entwicklung zu äußern. Durch den zentralen Standort konnten auch Gespräche mit regulären Innenstadtbesucher:innen, Anwohnenden und Tourist:innen geführt werden. Der Mix an Beteiligungsmöglichkeiten umfasste dabei speziell auf Kinder zugeschnittene Formate wie das Gedankenspiel „Du bist Bürgermeister:in“ (siehe Abbildung). Weiter wurde im Sinne der Positionierung erstmalig ein Perspektivenwechsel angestoßen, indem sich durch die Darstellung ausgewählter Personas aus verschiedenen Zielgruppen mit deren Bedürfnissen und Anforderungen an die Innenstadt auseinandergesetzt wurde.

Durch die öffentliche Beteiligung konnten wesentliche Erkenntnisse erfasst werden. Es konnte eine umfangreiche Liste an ersten Maßnahmenvorschlägen von öffentlichen Wasserspendern bis hin zu Indoor-Familien-Angeboten wie z. B. Kletterhallen zusammengetragen werden. Von den vier dargestellten Personas aus den Zielgruppen Schüler:innen, Alleinerziehende, Rentner:innen und Tourist:innen wurden vor allem für die letzten beiden zahlreiche Bedürfnisse formuliert. Die Wünsche der Senior:innen waren dabei stark service- und komfortorientiert, Tourist:innen interessieren sich dagegen mehr für ein Attraktivität im Stadtbild und bei den Aufenthaltsmöglichkeiten.

# Einführung

## Online-Beteiligung | Mai – Juni 2024

**Von der Innenstadt  
zur Draußen-Stadt**

Online-Beteiligung



IHRE MEINUNG IST  
GEFRAGT!

Bringen Sie sich im Rahmen der Erarbeitung des Handlungskonzeptes für die Entwicklung der Innenstadt von Eschwege mit Ihren Einschätzungen und Anregungen ein.

Jetzt Mitmachen!

SCAN ME

Oder besuchen Sie [www.menti.com](http://www.menti.com) und nutzen Sie den Code 5292 6114.

Laufzeit bis zum 10. Juni 2024!

Gefördert durch:  
Bundesministerium für Umwelt,  
Naturförderung und Reaktorsicherung  
Zukunftsfähige Immobilien und Zentren  
aufgrund eines Beschlusses  
des Deutschen Bundestages

KREISSTADT  
ESCHWEGE

STADTHANDEL

Um eine Breitenwirkung für den Gesamtprozess zu generieren und die Öffentlichkeit einzubeziehen, wurde eine Online-Beteiligung mit Fragen rund um die Innenstadt von Eschwege durchgeführt. Diese diente unter anderem dazu, Erkenntnisse zu räumlichen und gestalterischen Schwerpunkten zu sammeln und erste Priorisierungen zu Maßnahmen in den Handlungsfeldern Erreichbarkeit und Events in der Innenstadt einzuholen. Darüber hinaus konnten die Teilnehmenden eine Einordnung der Zielgruppen vornehmen und Ideen und Wünsche für die allgemeine Attraktivierung der Eschweger Innenstadt formulieren.

Die Online-Beteiligung erstreckte sich von Ende Mai bis Mitte Juni über drei Wochen hinweg und konnte eine Gesamtbeteiligung von rund 180 Teilnehmenden erreichen. Die Ergebnisse fließen im weiteren Prozessverlauf insbesondere in die Formulierung des Zielbilds für die Innenstadt ein und liefern erste Handlungsansätze im Rahmen des Transformationsmanagements.

**Wesentliche Erkenntnisse der Online-Beteiligung:** Ein genereller Fokus auf den Einzelhandel ist nur schwach erkennbar, denn die „Stärkung des Einzelhandels und der lokalen Geschäfte“ wird nur mit 27 % als größter Schwer-

punkt für die zukünftige Entwicklung der Innenstadt gewählt. Die fehlende Eindeutigkeit in der Schwerpunktsetzung deutet auf eine multifunktionale Ausrichtung hin. Bezuglich der Gestaltung der öffentlichen Plätze wird zwischen den fünf Auswahlmöglichkeiten ebenfalls recht homogen priorisiert: Sitzmöglichkeiten und Grünelemente heben sich zwar etwas stärker ab, die Wasser-, Schatten- und Spielelemente werden jedoch alle ähnlich stark gewichtet. Als Veranstaltungen und Events wünschen sich die Teilnehmenden vor allem kleinere Veranstaltungen, die auf die Bedürfnisse und Interessen der lokalen Bürgerinnen und Bürger zugeschnitten sind. Bei der Priorisierung der Förderung der Mobilität und Erreichbarkeit der Innenstadt belegen der Ausbau der Fahrrad-, ÖPNV- und Fußverkehrsinfrastruktur die ersten drei Plätze vor der Pkw-Infrastruktur, den Sharing-Angeboten und den E-Ladesationen. In der Zielgruppenbetrachtung werden mit etwa 45 % aller Stimmen die (jungen) Familien als wichtigste Zielgruppe für die zukünftigen Entwicklungen bewertet. Im Abschluss konnten ca. 120 konkrete Maßnahmen zur Attraktivierung der Innenstadt aus der Sicht der Teilnehmenden gesammelt werden. Diese sind zum Großteil (47 %) dem Handlungsfeld Individualität (d. h. Stadtraum-, Nutzungs- und Immobilienqualitäten) zuzuordnen.

# Einführung

## Online-Beteiligung auf dem Open Flair | 7. – 11. August 2024



Quelle: Darstellung Stadt + Handel.

Etwa zwei Monate nach der ersten Online-Beteiligung wurde eine weitere durchgeführt, die sich speziell an die Besucherinnen und Besucher des Open Flair Festivals gerichtet hat. Das Festival zieht jährlich deutschlandweit rund 20.000 Besucher:innen an, die während der fünf Veranstaltungstage oftmals Innenstadtbesuche vornehmen und damit eine nennenswerte Zielgruppe darstellen. An die Festivalbesucher:innen wurden entlang des Formats „5 schnelle Fragen an dich!“ ausgewählte Fragen rund um die Innenstadt gerichtet, um deren Prioritäten, Meinungen und Bedarfe zu erkennen.

Die Online-Beteiligung wurde für die Dauer des Festivals vom Mittwoch, den 7. August bis zum Sonntag, den 11. August 2024 durchgeführt und konnte eine Gesamtbeteiligung von rund 250 Teilnehmenden erreichen. Die Ergebnisse fließen im weiteren Prozessverlauf insbesondere in die Zielgruppenbetrachtung ein.

**Wesentliche Erkenntnisse der Online-Beteiligung:** Von den insgesamt 252 Teilnehmenden gaben 32 % an, in Eschwege zu wohnen. Von den restlichen haben 34 % die Innenstadt schon einmal während des Festivals besucht und lediglich 4 %

der Teilnehmenden waren noch nie in der Innenstadt. Weitere 30 % gaben an, nicht in der näheren Umgebung zu leben und trotzdem schon unabhängig vom Open Flair für einen Besuch in der Eschweger Innenstadt gewesen zu sein.

Im Vergleich zur ersten Online-Beteiligung ist hier kein Fokus auf den Einzelhandel erkennbar. Ein ansprechendes Gastronomieangebot, der Zugang zu Trinkwasser und Toiletten sowie Sauberkeit und gute Beleuchtung sind hier wichtige Aspekte für einen Innenstadtbesuch, was den vorherrschenden Bedürfnissen während eines Festivalbesuchs entspricht.

Bei einer Skala von 1 (ich stimme nicht zu) bis 5 (ich stimme voll zu) erreicht die Innenstadt mit 4.0 Punkten eine gute Bewertung hinsichtlich der Besuchswürdigkeit während des Open Flairs. Dieser Wert sinkt nur leicht auf 3.4 bei der Besuchswürdigkeit außerhalb des Festivals. Niedrigere Bewertungen wurden bei der Kenntnis über interessante Geschäfte und Angebote in der Innenstadt (2.9) abgegeben und ob sich die Teilnehmenden vorstellen können, in Eschwege zu leben (2.8). In allen Aspekten befinden sich die Antworten jedoch im Bereich über dem Durchschnitt (2.5).

# Einführung

## Innenstadt-Spaziergang II | 3. September 2024

**Von der Innenstadt  
zur Draußen-Stadt**

Einladung zum Innenstadtspaziergang

Der Blick in die Zukunft...  
Dieses Mal richten wir den Blick im Rahmen unseres Innenstadtspaziergangs auf die Entwicklungen und aktuellen Planungen im innerstädtischen Raum. Dabei sind wir auf Ihre Ideen und Perspektiven gespannt!

Jetzt anmelden!  
SCAN ME

Bitte melden Sie sich über den QR-Code bis zum 3. September 2024 an oder schreiben Sie uns eine Mail an: [eschwege@stadt-handel.de](mailto:eschwege@stadt-handel.de)

Wann?  
Dienstag, 3. September 2024  
von 18:30 bis ca. 20:30 Uhr

Wo?  
Start am Marktplatz  
37269 Eschwege

Gefördert durch:  
Bundesministerium für  
Bauen und Wohnen,  
Familie und Flüchtlinge  
Zukunftsfähige  
Innenstädte und Zentren  
Kreis Eschwege-Mitte  
Sachsen-Anhalt  
der Deutschen Bundespost

KREISSTADT  
**ESCHWEGE**

STADTHANDEL

Quelle: Foto Stadt+Handel.



Aufgrund weiterer Nachfrage v. a. aus dem Bereich der Gewerbetreibenden wurde am Abend des 3. September 2024 ein zweiter Innenstadt-Spaziergang durchgeführt. Mit rd. 25 interessierten Akteuren wurden die Strukturmerkmale und funktionalen Aspekte der Eschweger Innenstadt sowie die städtebaulichen Pläne und (Vor-)Entwürfe einzelner Projekte an verschiedenen Standorten diskutiert. Die Route führte vom Marktplatz über den Obermarkt, am Stad entlang mit Einschüben in die Forstgasse und den Nikolaiplatz zurück über die Marktstraße bis hin zur Marktkirche. Die Abschlussstation bildete der ehemalige Busbahnhof am Parkplatz an der Wiesenstraße. Zudem wurden Anregung zur Leerstandsbespielung geteilt.

### Wesentliche Themenschwerpunkte umfassten insbesondere:

- In der gesamten Innenstadt, aber vor allem am Stad, werden mehr Fahrradabstellmöglichkeiten benötigt
- Begrünungen erhöhen die Aufenthaltsqualität maßgeblich, die Auswahl der Pflanzen und Bäume muss dabei durchdacht sein (Laubproblematik)
- Stad braucht Aufmerksamkeit in Form von mehr Gestaltungselementen (z. B. grüne und blaue Infrastruktur) und konsumfreien Sitzgelegenheiten
- Forstgasse ist keine Einkaufsstraße mehr, sondern geprägt von Dienstleistungen und Gastronomie
- Leerstände könnten Werbeflächen, Räume für Workshopangebote und soziale Einrichtungen (z. B. Kinderbetreuung, generationenübergreifend) sein

# Einführung

## Perspektiven-Werkstatt | 23. September 2024



Am 23. September 2024 kamen verschiedenen Akteure zusammen, um in einem kreativen Werkstattformat die Eschweger Innenstadt der Zukunft aus der **Perspektive** verschiedener Zielgruppen zu betrachten. Einleitend wurden die bisherigen Analyseergebnisse des Status quo vorgestellt und der Blick auf mögliche Zukunftsvisionen gelenkt. In zwei Arbeitsphasen setzten sich die Teilnehmenden mit der Frage auseinander, wie die Innenstadt im Jahr 2035 von verschiedenen Fokuszielgruppen genutzt und wahrgenommen wird. Aus den bis dato aus den bisherigen Beteiligungsformaten abgeleiteten Zielgruppen der **Jugendlichen, jungen Familien, Senior:innen, Tourist:innen und Festivalbesucher:innen** wurde hierfür jeweils eine spezifische Persona bereitgestellt. Die fünf Personas wurden durch Arbeitsgruppen in Steckbriefen und einer eigenen Visitor-Journey konkretisiert. Diese fiktiven Innenstadtbesuche wurden anhand von verschiedenen Orientierungsfragen konstituiert: Mit welchem Anliegen suche ich die Innenstadt auf? Wo ist mein dortiger Lieblingsort? Weshalb wiederhole ich meinen Besuch?

Die Ergebnisse zeigen, dass die Innenstadt perspektivisch zielgruppenübergreifend weniger als klassischer Einzelhandelsstandort, sondern mehr als **attraktiver und familiärer Aufenthaltsort** für Anwohnende ebenso wie für Besucher:innen charakterisiert wird. Die besondere Rolle der fünf Fokuszielgruppen wurde seitens der Teilnehmenden bestätigt. In der Diskussion wird außerdem die Wichtigkeit diverser Themen der **ökologischen und sozialen Nachhaltigkeit** betont.

# Einführung

## Jugendbeteiligung | 12. November 2024



Das erste Beteiligungsformat im Rahmen der Profilierungsphase fand Mitte November 2024 statt. Es zielte auf die direkte Einbindung der jungen Generation in die Innenstadtentwicklung ab.

In einem mehrstufigen Ansatz wurden die Schüler:innen der Beruflichen Schule Eschwege eingebunden, um die spezifischen Anforderungen und Wünsche der Jugend zu erfassen und in die laufenden Planungen zu integrieren. An drei zentralen Orten (**Busbahnhof, Werratalsee und Jugendzentrum / Schlossgarten**) hatten die Schüler:innen die Möglichkeit, Projektideen zu entwickeln und in Steckbriefen zu konkretisieren. In einer zweiten Phase legte sich die Schulklasse auf den Fokusbereich **Jugendzentrum / Schlossgarten** fest und vertiefte diesen mit digitalen Visualisierungen, der Erstellung eines Nutzungskonzepts sowie der Einbeziehung von Expert:innen durch Interviews. Das Format führte zu einer Vielzahl an Maßnahmenvorschlägen, die gezielt zur Aufwertung des Jugendzentrums und des Schlossgartens beitragen. Dazu zählen unter anderem gestalterische Anpassungen wie die Erneuerung des Basketballfeldes, die Schaffung eines Grillplatzes sowie die Erweiterung der Öffnungszeiten. Ergänzend wurden moderne Ansätze wie die Einrichtung eines „Contis“ (Container-Treffpunkt) angeregt.

Die Ergebnisse der Jugendbeteiligung fließen direkt in den Transformationsprozess ein. Gleichzeitig dienen sie den Schüler:innen als Impuls, um die Ansätze weiter auszuarbeiten und in ein konkretes Nutzungskonzept zu überführen.

# Einführung

## Winter-Camp | 8. Januar 2025



Das **Winter-Camp** fand am 8. Januar 2025 statt und richtete sich gezielt an Kinder im Alter von sechs bis zwölf Jahren. Ziel des Formats war es, die Perspektiven der jüngsten Bewohner:innen aktiv in die Planungen der Eschwege Innenstadt einzubringen.

Im Rahmen der Winterferienbetreuung der Stadt Eschwege wurden die Kinder spielerisch an die Themen der Stadtentwicklung herangeführt. An vier thematischen Stationen bewerteten sie in Kleingruppen verschiedene Aspekte der Innenstadt und entwickelten visionäre Ideen für eine **kinderfreundliche und zukunftsorientierte Gestaltung**. Anhand einer **Kinderkarte** dokumentierten die Kinder positive und negative Orte der Innenstadt und formulierten Vorschläge zur Verbesserung. Bei einer weiteren Station schrieben sie Urlaubspost aus ihrer Stadt, um ihre persönlichen Eindrücke und Wünsche zu schildern. Im Rahmen eines Planspiels konnten die Kinder mit Spielgeld in verschiedene Projekte investieren und so Prioritäten setzen. An der letzten Station gestalteten sie individuelle Schuhkartons mit Visionen für die Stadt, die abschließend zu einer Wand der Erwartungen zusammengeführt wurden.

Die Ergebnisse des Winter-Camps verdeutlichen die Wünsche der Kinder: **mehr Spielflächen, grünere und saubere öffentliche Räume sowie die Schaffung attraktiver Treffpunkte**.

# Einführung

## Prototypen-Atelier | 22. Januar 2025



Von der Zukunftsvision ging es mit unterschiedlichen Akteuren Ende Januar in die Formulierung **konkreter Projekttideen** für die einzelnen Eschweger Innenstadt. Zu Beginn der Veranstaltung wurden die **Quartiersprofilierungen** und **Projektansätze** aus der Profilierungsphase vorgestellt. Eine Matrix, die die Dimensionen Komplexität und Zielerreichung abbildete, diente dabei als Orientierungshilfe. In zwei Workshophphasen diskutierten die Teilnehmenden zunächst bestehende Ideen und wählten auf Basis verschiedener Kriterien eine zielführende und kurzfristig realisierbare Projekttidee aus. In der zweiten Phase ging es an die detaillierte Erarbeitung eines Projektsteckbriefs, in dem zentrale Aspekte wie Projektziele, Verantwortlichkeiten, benötigte Ressourcen und Rahmenbedingungen festgehalten wurden.

Insgesamt konnten vier Projekte durch die Teilnehmenden konkretisiert werden: **Feierabendmarkt**, **Sommer an der Werra**, **Projektraum Forstgasse** sowie **Eschwege-Haus**.

Die Ergebnisse der Manufaktur liefern eine wichtige Grundlage zur Formulierung konkreter Maßnahmen zur Erreichung der Zielvision. Dazu fließen sie in unterschiedlicher Ausrichtung in die Erarbeitung von Starter-, Aufstiegs- und Schlüsselprojekte ein.

# Einführung

## Innenstadtfest – Dein Stück Stadt | 24. Mai 2025



In Zusammenarbeit mit einer Vielzahl an unterschiedlichen lokalen Akteuren aus der Stadtverwaltung, ansässigen Vereinen, engagierten Künstler:innen u. v. m. konnte das Innenstadtfest am Samstag, den 24. Mai erfolgreich durchgeführt werden. Unterteilt in zwei räumlich und thematisch unterschiedliche Programmbereiche wurde damit ein Meilenstein der Innenstadttransformation gesetzt.

Am Nachmittag des Festtags wurde unter dem Motto „**Dein Stück Stadt**“ das Gelände des ehemaligen Busbahnhofs, das derzeit noch als Parkplatzfläche genutzt wird, zu einem lebhaften Schauplatz individueller Aneignung des öffentlichen Raums. Nach einer intensiven Phase der Planung und Vorbereitung, in welcher per Ideen-Wettbewerb die örtlichen Akteure dazu aufgerufen wurden, ihre Konzepte zur alternativen Bespielung des Platzes einzubringen, konnte gemeinsam ein temporärer Ort des Experimentierens und der Begegnung geschaffen werden.

Es wurden eine Vielzahl an **Mitmach- und Beteiligungsaktionen** wie z. B. eine Kinder-Rallye oder auch die gemeinsame Gestaltung einer angrenzenden Mauer angeboten, es gab musikalische Untermalungen. Explizite Themen der Innenstadtentwicklung wurden im „**Innenstadt-Talk**“ mit eingeladenen Expert:innen für die Öffentlichkeit platziert und diskutiert. Mit „Dein Stück Stadt“ konnte somit ein greifbares Beispiel dafür gesetzt werden, wie die Umsetzung spannender Events für Familien und junge Erwachsene durchgeführt werden kann.

# Einführung

## Innenstadtfest – Kunst und Kultur im Leerstand | 24. Mai 2025



Der zweite Programmbericht des Innenstadtfests fand unter dem Motto „**Kunst und Kultur im Leerstand**“ in den Abendstunden und in über 15 Leerständen der Eschweger Fußgängerzone statt. Eine Vielzahl an Kunstschauffenden bespielten dabei über mehrere Stunden leerstehende Geschäftsflächen und veranschaulichten, wie sich zukünftige Nutzungsformen darstellen können. Der sichtbare Erfolg der Veranstaltung bestätigt dabei eindrücklich die vorhandene Nachfrage nach **innovativen und außergewöhnlichen Angeboten und Aktionen** in der Innenstadt.

Eine Etablierung der Maßnahme i. S. e. ein- oder zweijährlichen Wiederholung nach entsprechender Evaluation könnte zukünftig auf verschiedene weitere Innenstadtmaßnahmen einzahlen. Insbesondere zu den für die Fokusbereiche Hauptlage und Nebenlage vorgesehenen Maßnahmen können direkte oder indirekte Synergien entstehen: Von einem Anlass für eine von den ansässigen Gewerbetreibenden gemeinsam durchgeführte verkaufsfördernde Aktion bis hin zur Inspirationsgrundlage für ein langfristig angesetztes neues Nutzungs-konzept in einer der im Rahmen des Fests gesehenen oder genutzten Fläche.

Im Nachgang wurde eine **Feedback-Umfrage** unter allen Mitorganisierenden des Fests gestreut. Die 18 Teilnehmenden bewerteten den Ablauf der Vorbereitungsphase sowie die Organisation während des Fests insgesamt als sehr gut (4,46 und 4,42 von möglichen 5 Zufriedenheits-Punkten).

# Einführung

## Innenstadt Session Zero | 17. Juni 2025



Um den Aufwind und die Themenpräsenz, die das Innenstadtfest in der Öffentlichkeit bewirkt hat, für Folgewirkungen zu nutzen, wurde bereits drei Wochen nach dem Fest das nächste Format der Operationalisierung angeschlossen. Die mitorganisierenden Akteure des Fests wurden zur sog. „**Innenstadt Session Zero**“ im neuen Stadtumbaubüro in der Marktstraße eingeladen, um gemeinsam an weiteren Projektumsetzungen zu arbeiten.

Das namensgebende Ziel des Abends lag in der Bildung von **Projektgruppen** zur Umsetzung eigener Innenstadt-Projekte. Die Gruppen führten darüber hinaus eine erste **Projektsitzung** durch, die mit vorbereiteten Tagesordnungen und Protokollen organisatorisch unterstützt wurde. Dabei lag der Fokus auf der Konkretisierung der Umsetzungsebene der vorhandenen Projektideen, um sicherzustellen, dass Zuständigkeiten definiert, Zeitpläne erstellt und Aufgaben so verteilt werden konnten, sodass die Projektumsetzung starten kann.

Im Ergebnis der ersten Session Zero resultierte die Bildung von **vier Projektgruppen** aus lokalen Akteuren, die sich insbesondere für Umsetzungen im Bereich der Maßnahme **Leerstandsbespielungen und Pop-Up-Konzepte** in der Innenstadt engagieren möchten. Diese Gruppen erhalten im weiteren Verlauf diverse Unterstützungsangebote für die eigenständige Durchführung ihrer Projektideen. Diese reichen von der Bereitstellung einer Räumlichkeit für weitere Projektsitzungen oder auch für eine erste, zeitlich begrenzte Testphase ihrer Idee, über das Angebot der Moderation weiterer Projektsitzungen bis hin zu Unterstützung bei Werbemaßnahmen in die Öffentlichkeit.

# Einführung

## Innenstadt Session Zero 2 | 16. Juli 2025



**Leerstands-  
bespielung /  
Pop-up-Konzepte**

Etablierung von Zwischenutzungen  
sowie Ansiedlung langfristiger  
Konzepte zur Aktivierung der Flächen  
z. B. auch Nutzungskonzepte für  
das neue Stadtumbaubüro



Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Fotos Stadt + Handel

### Innenstadt Session Zero

#### HANDLUNGSKONZEPT UND TRANSFORMATIONSMANAGEMENT FÜR DIE INNENSTADT VON ESCHWEGE

Datum: 16.07.2025, 18:00 – 20:00 Uhr  
Ort: Marktstraße 29a, 37269 Eschwege

#### ZIELE

- Bildung von Projektgruppen** für die Umsetzung weiterer Transformationsprojekte anhand von vier vorausgewählten Maßnahmengruppen
- Begleitung der ersten Projektsitzung zur Konstituierung der Projektgruppe inkl. Definition der nächsten Schritte in der Projektumsetzung
- Wenn nicht ausreichend Teilnehmende** für o. g. Ziele vorhanden sind, offenes Brainstorming zu den mitgebrachten Maßnahmen und mögliche erste Ansatz- und Unterstützungspunkte finden

#### MUST-HAVES

- Einrichtung von bis zu fünf Arbeitssituationen mit Tischen und Stühlen
- Vorbereitung eines kleinen Caterings aus Getränken und Snacks

#### PROGRAMM – INTERNE HINWEISE

Zeit	Thema	Anmerkung	Material
18:00	<b>Begrüßung</b> Stadt Eschwege	Begrüßung durch die Stadt Eschwege	
18:05	<b>Input: Wo stehen wir?</b> Stadt Eschwege	Einordnung in den Transformationsprozess	Laptop
18:10	<b>Ablauf und Spielregeln</b> Stadt Eschwege	Ablauf und Anspruch des Abends erläutern Kurzvorstellung und erste Einordnung der vier ausgewählten Maßnahmen	Beamer
18:20	<b>Raum für Fragen und Gruppenbildung</b>	Offene Fragen (organisatorisch oder projektbezogen) klären Offene Gruppenbildung nach bereits vorhandenen Ideen, der	5 vorbereitete A3-Plakate zu den ausgewählten Maßnahmen (zur Gruppenbildung und

Am 16. Juli 2025 wurde das Veranstaltungsformat der **Innenstadt Session Zero** ein zweites Mal durchgeführt. Aufbauend auf den Erfolgen der ersten Veranstaltung vom Juni, war es das Ziel, gezielt weitere Akteursgruppen wie insbesondere die ansässigen Gewerbetreibenden anzusprechen und auch unter diesen die Bildung von Projektgruppen für eigene **Innenstadt-Projekte** anzustoßen.

Analog zur ersten Session lag der Fokus darauf, die Teilnehmenden von einer ersten Idee zu einem konkreten Projektplan zu begleiten. Mithilfe einer strukturierten Tagesordnung wurden die Projektideen zunächst auf ihren Status Quo hin überprüft: Was ist die Idee? Was ist das Ziel? Welche Ressourcen sind vorhanden? Anschließend wurde die Umsetzung konkretisiert, indem Bedarfe definiert und die konkreten Unterstützungsmöglichkeiten seitens der Stadt geklärt wurden.

Die Benennung einer projektverantwortlichen Person bei der Stadtverwaltung sowie die gemeinsame Erarbeitung eines konkreten Zeitplans und verbindlicher To-Do-Listen schaffen die notwendigen Strukturen, um die Verfestigung der Projekte zu sichern.

# Einführung

Markenwerkstatt | 27. August 2025



Als dialogorientiertes Veranstaltungsformat im Rahmen des Transformationsmanagements fand am 27. August 2025 die **Markenwerkstatt** im Rathaussaal der Kreisstadt Eschwege statt. Das zentrale Ziel der Veranstaltung war es, gemeinsam mit den lokalen Akteuren eine Markenentwicklung für die Innenstadt anzustoßen und gleichzeitig erste Inhalte für den notwendigen Umsetzungs- und Verstetigungsrahmen zu sammeln.

Unter der Leitfrage **Die Innenstadt als Produkt?** arbeiteten die Teilnehmenden in Kleingruppen potenzielle Elemente einer zukünftigen Marke für Eschwege heraus. Die Arbeitsphasen umfassten:

**1. Markenbildung:** Die Gruppen identifizierten die bestehenden Alleinstellungsmerkmale (Qualitäten) der Eschweger Innenstadt und formulierten anschließend eine Zukunftsvision für diese. In einem nächsten Schritt leiteten sie mögliche Werbeslogans sowie entscheidende Handlungsfelder für eine erfolgreiche Bewerbung der Innenstadt ab.

**2. Organigramm-Werkstatt:** Aufbauend auf den definierten Handlungsfeldern ordneten die Teilnehmenden die anfallenden Innenstadt-Aufgaben konkreten **Akteuren** inklusive **Verantwortlichkeiten** zu. Ziel war die Entwicklung einer grafischen Struktur, die den organisatorischen Rahmen für die zukünftige Umsetzung der Maßnahmen sicherstellt.

Die erarbeiteten Inhalte und Ideen der Kleingruppen fließen direkt in die weitere Konzepterstellung der Verstetigungsstrategie ein.

# Einführung

## Lenkungsgruppensitzungen 1, 2 und 3 | 15. September, 22. und 27. Oktober 2025

Quelle: Darstellung Stadt + Handel.

STADT+HANDEL

### Lenkungsgruppensitzung 1 zum Thema Verstetigung

HANDLUNGSKONZEPT UND TRANSFORMATIONSMANAGEMENT FÜR DIE INNENSTADT VON ESCHWEGE

Datum: 15.09.2025, 09:00-10:30 Uhr  
Ort: Online, Microsoft Teams

#### TEILNEHMENDE INSTITUTIONEN

- Wirtschaftsförderung Eschwege
- Stadtplanung Eschwege
- Stadtmarketing
- Tourist-Info
- Stadt + Handel

#### ZIELE

- Verstetigung:** Es geht um die Klärung der Frage, wie es nach Abschluss des Prozesses mit Stadt + Handel perspektivisch im Thema Innenstadt- und Innenstadttransformation weitergeht – d.h. wo welche Aufgaben i.S. e. Zentrenmanagements verteilt liegen (siehe Abbildung).
- Sitzung 1: Aufgaben definieren.** Alle innenstadtrelevanten Aufgaben, die in Eschwege aktuell und ggf. zukünftig anfallen und die übernommen werden müssen, werden gemeinsam gesammelt, definiert und ggf. priorisiert!
- Sitzung 2: Verantwortlichkeiten definieren.** Es werden gemeinsam klare Zuständigkeiten für die herausgestellten Aufgaben (sozusagen) definiert und damit eine realistische und verlässliche Organisationsstruktur für Innenstadtthemen aufgebaut.

#### ABLAUFPPLAN – SITZUNG 1

Zeit	Thema	Anmerkung
09:00	Begrüßung Stadt + Handel	Kurze Erläuterung des Ziels und Ablaufs der Sitzung Ggf. Klärung bereits vorab bestehender Fragestellungen
09:05	Brainstorming Teil 1: Aufgabenbereiche	Welche innenstadtbezogenen Aufgabenbereiche gibt es in Eschwege aufzustellen? Abschluss Teil 1 mit einer Zusammenfassung – ggf. 5 Minuten Pause -

Aufbauend auf den ersten Ansätzen und Ideen aus der Markenwerkstatt für eine zukünftige Governance-Struktur zur Innenstadttransformation wurden mehrere Lenkungsgruppensitzungen durchgeführt. Die Lenkungsgruppe setzte sich dafür aus diversen Vertreter:innen der drei zentralen Innenstadt-Institutionen **Stadtverwaltung, Initiative Stadtmarketing Eschwege e. V. und Tourist-Info** zusammen. Die insgesamt drei Sitzungen bildeten dabei die zentrale Arbeitsebene zur Entwicklung einer dauerhaften und tragfähigen Organisationsstruktur für die weitere Transformation der Eschweger Innenstadt.

Die **erste Lenkungsgruppensitzung** am 15. September 2025 diente der Vorstellung und Diskussion eines Aufgabenkatalogs für die zukünftige Innenstadttransformation. Die Gruppe definierte zunächst insgesamt sechs Tätigkeitsbereiche und ordnete diese untereinander in eine Organisationsstruktur ein. Ergänzend wurden je Bereich einzelne Aufgaben zugeordnet und diskutiert, sodass im Ergebnis ein umfassender Katalog an querschnittlich anfallenden Innenstadt-Aufgaben steht.

In der **zweiten Lenkungsgruppensitzung** am 22. Oktober 2025 erfolgte die Finalisierung der Aufgabenformulierungen der zukünftigen Transformationsthemen. Anschließend wurde der Übergang zur Verantwortungsdefinition vollzogen. Zu jeder Aufgabe im Katalog wurde zwischen den drei Innenstadt-Institutionen diskutiert, wer zukünftig welche Rolle in der entsprechenden Umsetzung und somit in der Governance-Struktur einnehmen sollte.

In der **dritten Lenkungsgruppensitzung** am 27. Oktober 2025 wurde die Verantwortungsdefinition fortgeführt. Es wurde sich abschließend auf die Finalisierung des „Wer“, „Was“ und „Wie“ fokussiert, um eine geeignete Organisationsstruktur zu verankern.

Die Ergebnisse der so gemeinsam definierten Inhalte zu den anfallenden Aufgaben und Verantwortlichkeiten bilden dabei die Grundlage für die nachfolgend ausformulierte Verstetigungsstrategie, die in der Form des „ABCs der Innenstadttransformation“ für Eschwege dargelegt wird.

# Einführung

## Stadtmarketingworkshop | 9. Dezember 2025

Quelle: Fotos Stadt + Handel

**WERTE LEITBILD**

- WIESO wollen wir Eschwege sichtbar machen?**
  - zerrest 26. Nov. 2025 Was ist unser Antrieb? Geht es um wirtschaftliches Überleben? Um Stolz auf die Heimat? Um den Erhalt der Lebensqualität?
  - zerrest 4. Dez. 2025 Identifikation schaffen ("Wir für Eschwege")
  - zerrest 4. Dez. 2025 Förderung des WfG-Gefühls durch Formate wie das Feierabendbier
  - zerrest 8. Dez. 2025 Spätschicht als Format ("Bring deinen Laptop mit")
  - zerrest 4. Dez. 2025 Wirtschaftliche Impulse und Frequenz
  - zerrest 4. Dez. 2025 Anbieter und Kund:innen sollen zurück nach Eschwege kommen
  - zerrest 4. Dez. 2025 Eschwege hat auch eine breite Produktpalette
  - zerrest 4. Dez. 2025 Wissen über Produktvielfalt stärken und nach außen tragen
  - zerrest 4. Dez. 2025 SM + Netzwerktreffen nutzen
- WIE wollen wir Eschwege sichtbar machen?**
  - zerrest 26. Nov. 2025 Wie treten wir auf? Laut und schrill? Oder authentisch und qualitätsbewusst? Digital und analog verknüpft?
  - zerrest 4. Dez. 2025 Transparent und nahbar (offene Kommunikation)
  - zerrest 4. Dez. 2025 Mehr Menschen vor Ort | weniger Online Shoppen
  - zerrest 4. Dez. 2025 Hoher lokaler Bezug durch regionale Anbieter
  - zerrest 5. Dez. 2025 Hybride Konzepte (Online bestellen - vor Ort abholen)
  - zerrest 9. Dez. 2025 Die Unternehmen bei den Plattformen unterstützen
  - zerrest 9. Dez. 2025 Plattform auf der zentralen Informationen der Betriebe gesammelt werden
  - zerrest 9. Dez. 2025 Gemeinschaftlich (Netzwerk)
  - zerrest 9. Dez. 2025 Netzwerkarbeit stärken/ attraktiver machen | mehr Mitglieder wieder bei den Sitzungen haben/ die unterstützen
  - zerrest 9. Dez. 2025 Mitglieder stärker ins Boot nehmen | direkt ansprechen | Um Hilfe bitten bspw. bei der Wiederbelebung der Webseitenstrukturen
  - zerrest 10. Dez. 2025 Interne Präsenz stärken
  - zerrest 10. Dez. 2025 App + direkte Verlinkungen
  - zerrest 10. Dez. 2025 SM + Netzwerk
- Mit WEM wollen wir Eschwege sichtbar machen?**
  - zerrest 26. Nov. 2025 Damit das gelingt – wie müssen wir in Eschwege miteinander umgehen? Innerhalb des Vereins und mit anderen Akteuren? Wer könnte uns in unserer Arbeit unterstützen?
  - zerrest 4. Dez. 2025 Lokale Akteure und regionale Unternehmen
  - zerrest 4. Dez. 2025 Innerhalb des Vereins (Mentoring)
  - zerrest 9. Dez. 2025 Vereinsmitglieder müssen in den Fokus gebracht werden (Es muss sich für diese Iohnen im Stadtmarketing zu sein)
  - zerrest 9. Dez. 2025 Wirtschaftsförderung
  - zerrest 9. Dez. 2025 Indirekter Ansprechpartner | Unterstützung bei Themen, die über das eigene Themenspektrum hinausgehen

Am 09. Dezember 2025 kam die Initiative Stadtmarketing Eschwege zu einem digitalen Workshop zusammen, um im Kontext des laufenden Transformationsprozesses der Innenstadt ihre künftige strategische Ausrichtung zu schärfen. Innerhalb der zentralen Governance-Struktur, bestehend aus der Stadtverwaltung, der Tourist-Information und der Initiative Stadtmarketing Eschwege e. V. selbst, wurde dabei ein grundlegender Rollenwechsel vollzogen. Der Verein versteht sich künftig weniger als reiner Veranstalter, sondern vielmehr als strategischer „**Möglichmacher**“, Netzwerker und zentrale „**Stimme der Wirtschaft**“. Ziel ist ein aktives und aktivierendes Stadtmarketing, das Impulse setzt und Hilfe zur Selbsthilfe leistet.

Im Zentrum der gemeinsamen Erarbeitung standen zwei komplementäre Leitbilder. Das **Werte-Leitbild** definiert den inneren Antrieb: Es geht darum, durch den Slogan „Wir für Eschwege“ eine starke Identifikation und Stolz auf die Heimat zu schaffen, während gleichzeitig die wirtschaftliche Frequenz und Produktvielfalt gestärkt werden. Ein besonderer Fokus liegt dabei auf der Hybridität, also der engen Verzahnung von analogem Erleben vor Ort und einer professionellen digitalen Sichtbarkeit.

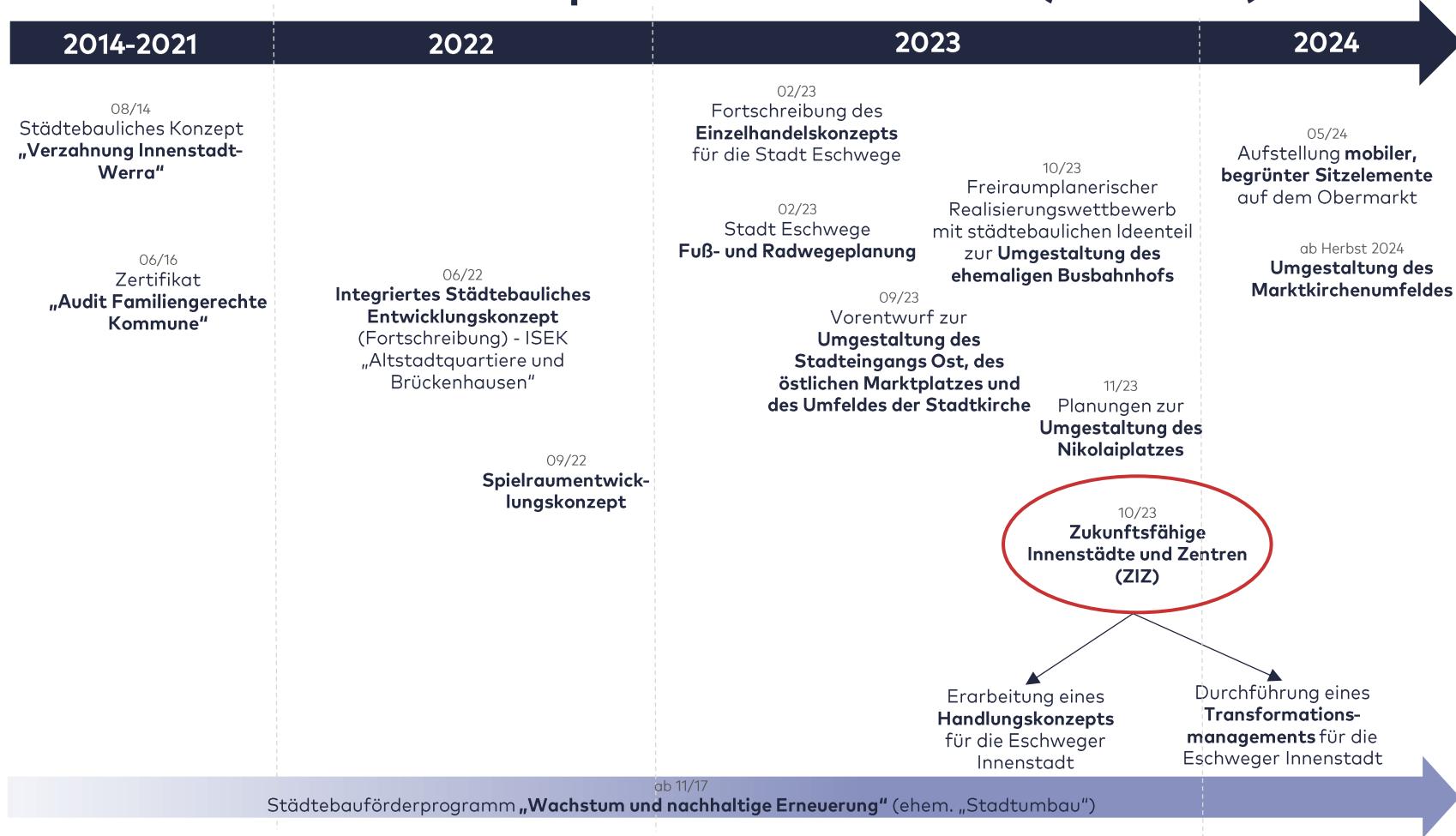
Das darauf aufbauende **Vereins-Leitbild** konkretisiert die Aufgaben gegenüber den Mitgliedern. Der Verein agiert hierbei als Dienstleister und Guide, der Synergien nutzt und den Multiplikatoreffekt durch Vernetzung stärkt. Neben der klassischen Umsatzförderung, etwa durch den Eschweger Gutschein, rücken Beratungsangebote zur Digitalisierung in den Vordergrund. Um diesen Austausch lebendig zu gestalten, wurden innovative Formate wie das „Feierabendbier“ zur Stärkung des Gemeinschaftsgefühls und die „Spätschicht“ als Plattform für Wissensvermittlung und neue Arbeitsformen konzipiert. Damit ist die Initiative Stadtmarketing Eschwege e. V. fest als proaktiver Gestalter im Handlungskonzept der Stadt Eschwege verankert.

# Räumliche und thematische Analyse des Status Quo

# Innenstadtanalyse

## Übersicht zentraler Konzepte und Maßnahmen (Auswahl)

Quelle: Darstellung Stadt + Handel.



Die Übersicht zeigt, dass die Kreisstadt Eschwege insbesondere in den letzten zwei Jahren einen starken Fokus auf die **städtische Stadt- bzw. Innenstadtentwicklung** in verschiedenen Teilbereichen gelegt hat. Mit dem ISEK besteht zudem ein integrierter Ansatz. Vor allem im Rahmen des Förderprogramms „Wachstum und nachhaltige Erneuerung“ werden Maßnahmen zur Verbesserung der Stadteingänge, Aufenthaltsqualität, Grün-blaue-Infrastruktur sowie zur Reduzierung des Verkehrs fokussiert.

Im Rahmen des Handlungskonzepts und Transformationsmanagements gilt es nun, neben ergänzenden Maßnahmen, den Fokus auf die Aktivierung der Innenstadtkräfte zu setzen und perspektivisch ein handlungsfähiges Netzwerk aufzubauen.

# Innenstadtanalyse

## Untersuchungsschwerpunkte

### VITALITÄT

#### Frequenzen



#### Angebotsportfolio



#### Erreichbarkeit/Lesbarkeit



### INDIVIDUALITÄT

#### Stadtraumqualitäten



#### Nutzungsqualitäten



#### Immobilienqualitäten



### MENTALITÄT

#### Image/Marketing



#### Aktivitäten/Kooperation



#### Digitale Sichtbarkeit



Im Folgenden wird die Innenstadt von Eschwege hinsichtlich ihrer ökonomischen (Vitalität), städtebaulichen (Individualität) und aktivitätsbezogenen (Mentalität) Handlungsfelder analysiert:

**VITALITÄT.** Untersucht die Ökonomie und Frequenzen und prüft, ob moderne und smarte Angebote die Funktionsstruktur der Innenstadt prägen.

**INDIVIDUALITÄT.** Ermittelt, wie der Stadtraum funktioniert und was die einzelnen Lagen bieten, um einen Mehrwert für die Individualität zu schaffen und den Erlebnischarakter der Innenstadt zu stärken.

**MENTALITÄT.** Analysiert die bestehenden Akteursstrukturen, Kooperationen und das Image der Innenstadt sowie das Umdenken hinsichtlich aktueller Trends und Herausforderungen.

Die Analyse stützt sich zudem auf die Erkenntnisse der bestehenden Gutachten, Konzepte und weiteren Materialien zur Innenstadt von Eschwege sowie auf eigene Vor-Ort-Analysen und Auswertungen der eigens durchgeföhrten Partizipationselemente.



# Frequenzen

## Legende

Untersuchungsgebiet

### Frequenzanker

- Einzelhandel
- Gastronomie
- Dienstleistung
- Freizeit und Kultur

### Frequenzhemmnisse

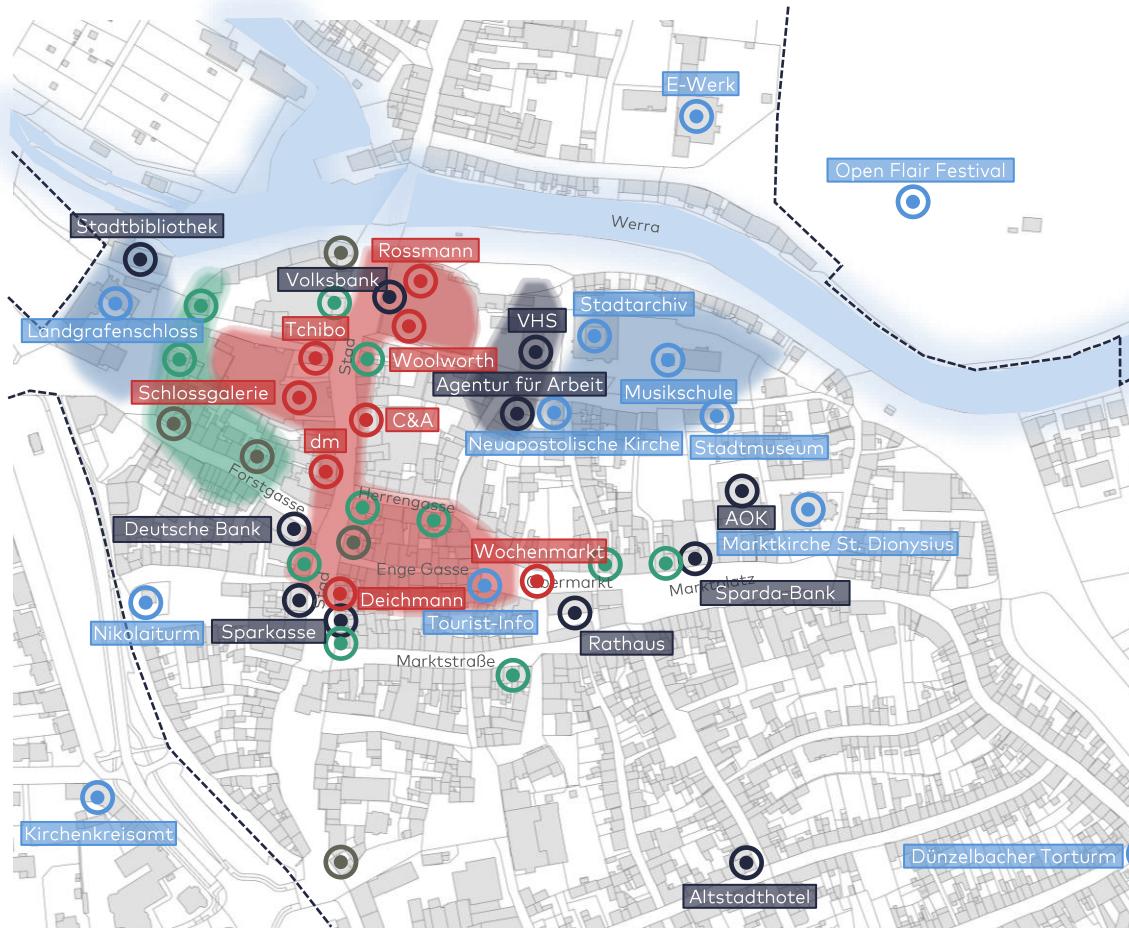
- Leerstand

### Funktionale Schwerpunkte

- Einzelhandel
- Gastronomie
- Dienstleistung
- Freizeit und Kultur

Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Kartengrundlage Kreisstadt Eschwege; Daten: eigene Recherche (Stand: 01/2024).

100 m



Die Bestandsstruktur gibt einen Überblick darüber, wo funktionale Konzentrationsbereiche in der Innenstadt von Eschwege an welcher Stelle verortet sind. Dabei handelt es sich nicht um eine detaillierte Kartierung der innerstädtischen Nutzungen. Nutzungsstrukturelle Agglomerationen von Einzelhandel, Gastronomie und Dienstleistungen sowie weiteren Nutzungen (z. B. öffentliche/soziale/kirchliche Einrichtungen) dienen als Grundlage zur **Identifikation funktionaler Schwerpunkte**.

Die **Frequenzanker** spielen eine zentrale Rolle als Anziehungspunkte für die Kund:innen und dienen als maßgeblicher Grund für den Besuch einer Innenstadt. Die Funktion kann vielfältige Attraktionen, wie Einkaufszentren, kulturelle Einrichtungen, Unterhaltungsstätten oder besondere Veranstaltungen umfassen, die eine breite Zielgruppe ansprechen und somit die Attraktivität und Vitalität der Innenstadt steigern.

Ein **Frequenzhemmnis** bezeichnet eine Funktion, die aufgrund verschiedener Faktoren nicht in der Lage ist, nennenswerte Besucher:innenzahlen anzuziehen oder eine hohe Verkehrsfrequenz zu generieren. Dies kann aus einer mangelnden Attraktivität, eingeschränkter Zugänglichkeit oder anderen Anziehungshemmissen, wie bspw. Leerstände, resultieren. Im Allgemeinen haben Frequenzhemmnisse einen negativen Einfluss auf die Belebung und Attraktivität einer Innenstadt und sind zur nachhaltigen Entwicklung einer Innenstadt zu überwinden.



# Frequenzen

## Legende

## Untersuchungsgebiet

## Frequenzanker

-  Einzelhandel

-  Gastronomie

-  Dienstleistung

-  Freizeit und Kul

## Frequenzhemmisse

- Leerstand

## Funktionale Schwerpunkte

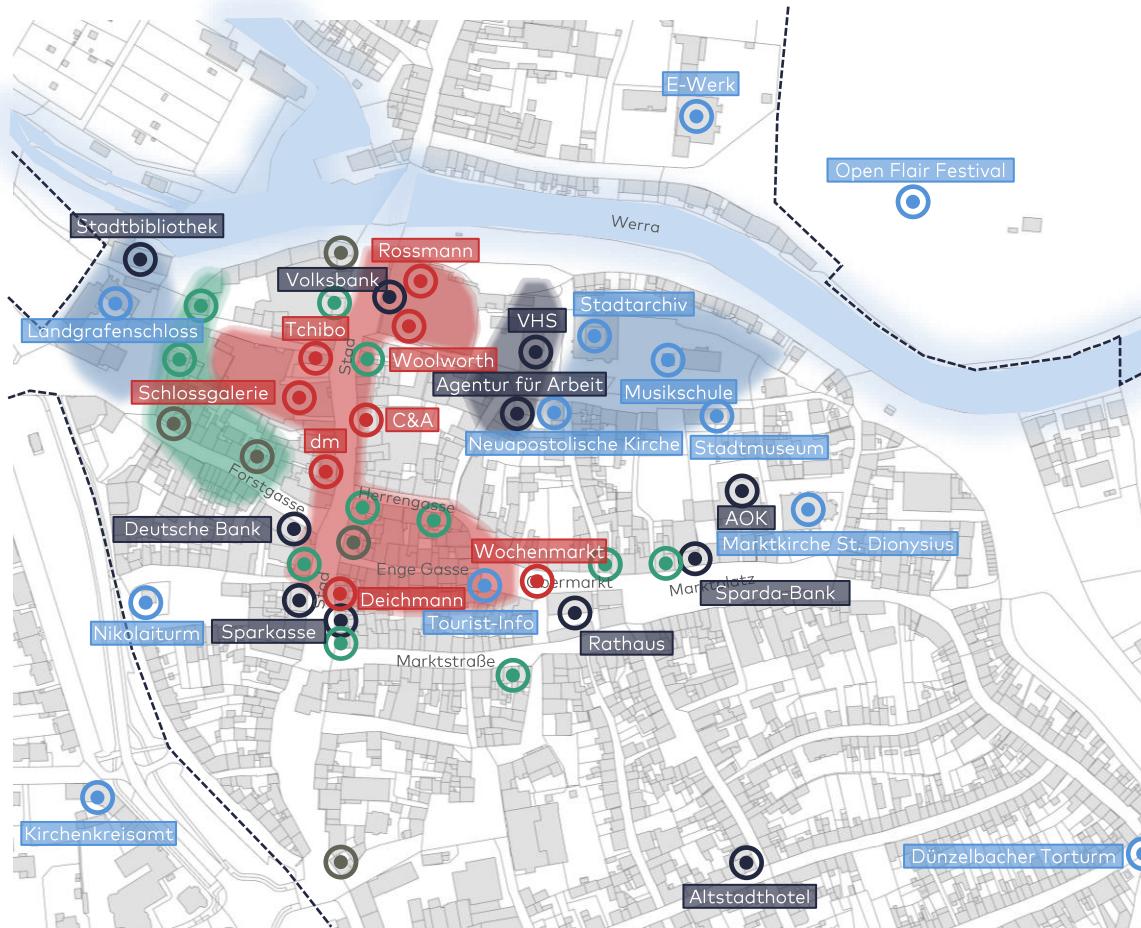
- ## Einzelhandel

-  Gastronomie

- ## Dienstleistung

 Freizeit und Kultur

100 m



Die Haupteinkaufslage der Eschweger Innenstadt erstreckt sich L-förmig über den **Stad** in Nord-Süd-Ausrichtung sowie die Marktstraße und den **Marktplatz** in Ost-West-Ausrichtung. Zudem umfasst die **Fußgänger:innenzone** die **Forst- und Herrengasse** sowie die **Enge Gasse**.

Der Stad zeichnet sich durch eine ausgewogene Mischung an **Einzelhandels- und Gastronomienutzungen** aus. Im Bereich des Einzelhandels frequentieren vor allem großflächige, filialisierte Betriebe, wie Rossmann, Woolworth und C&A die Fußgänger:innenzone. Auch die Schlossgalerie sowie das Rathaus und die Tourist-Information tragen wesentlich zur Frequentierung der Eschweger Innenstadt bei.

Ein weiterer Nutzungsschwerpunkt ist im westlichen Bereich der Forstgasse vorzufinden. Hier prägen **gastronomische Nutzungen** sowie kleinteilige **Leerstände** das Erscheinungsbild der Seitengasse. Vor allem die Leerstände bieten Möglichkeitsräume bzw. Ansätze zur individuellen Profilierung des Teilraums.

In den weiteren Bereichen des Untersuchungsgebiets, insb. südlich der Marktstraße, erfolgt eine deutliche Reduzierung der Dichte an frequenzintensiven Nutzungen. Der Bereich zwischen Marktstraße und Mauerstraße ist vorrangig durch Wohnnutzungen geprägt. Weitere Nutzungsprägungen lassen sich nördlich des Flusses Werra feststellen. Hier prägen Wohn- und Kulturnutzungen (u. a. E-Werk, Festplatz Open Flair Festival) die Nutzungsstruktur des Bereiches „Brückenhausen“.



# Frequenzen

## Legende

Untersuchungsgebiet

### Frequenzanker

Einzelhandel

Gastronomie

Dienstleistung

Freizeit und Kultur

### Frequenzhemmisse

Leerstand

### Funktionale Schwerpunkte

Einzelhandel

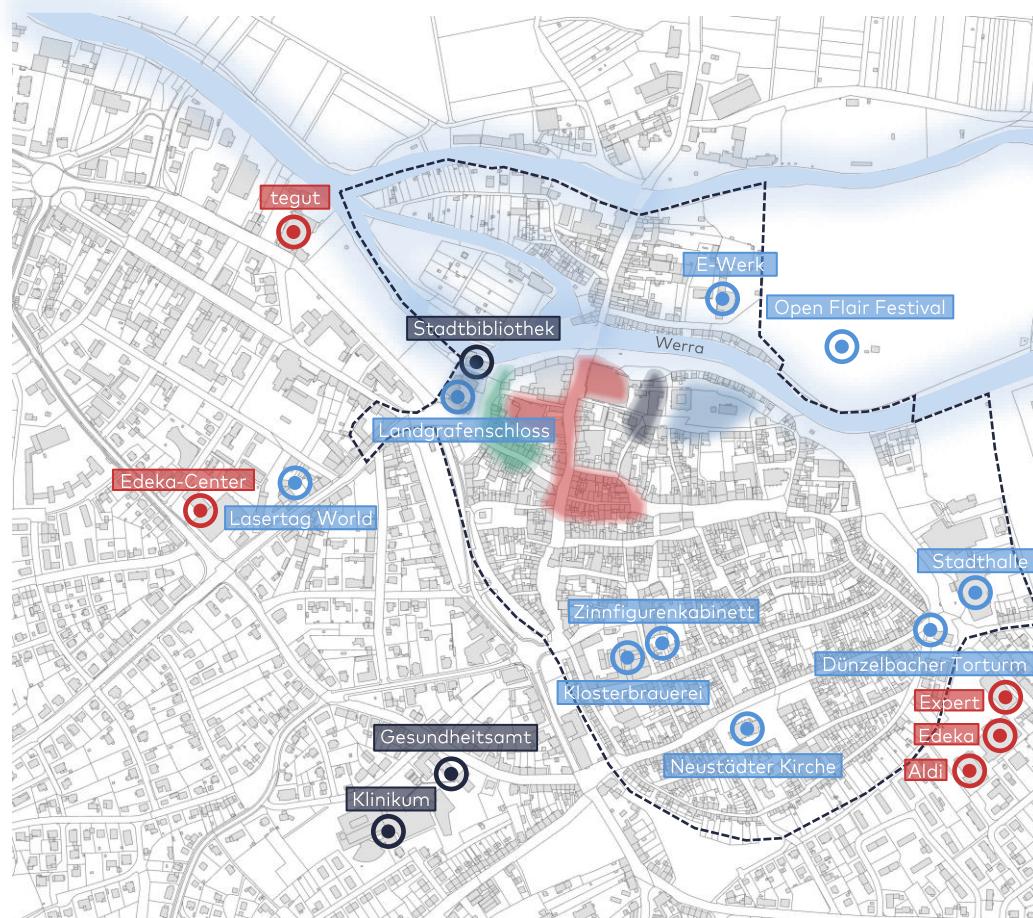
Gastronomie

Dienstleistung

Freizeit und Kultur

Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Kartengrundlage Kreisstadt Eschwege; Daten: eigene Recherche (Stand: 01/2024).

100 m



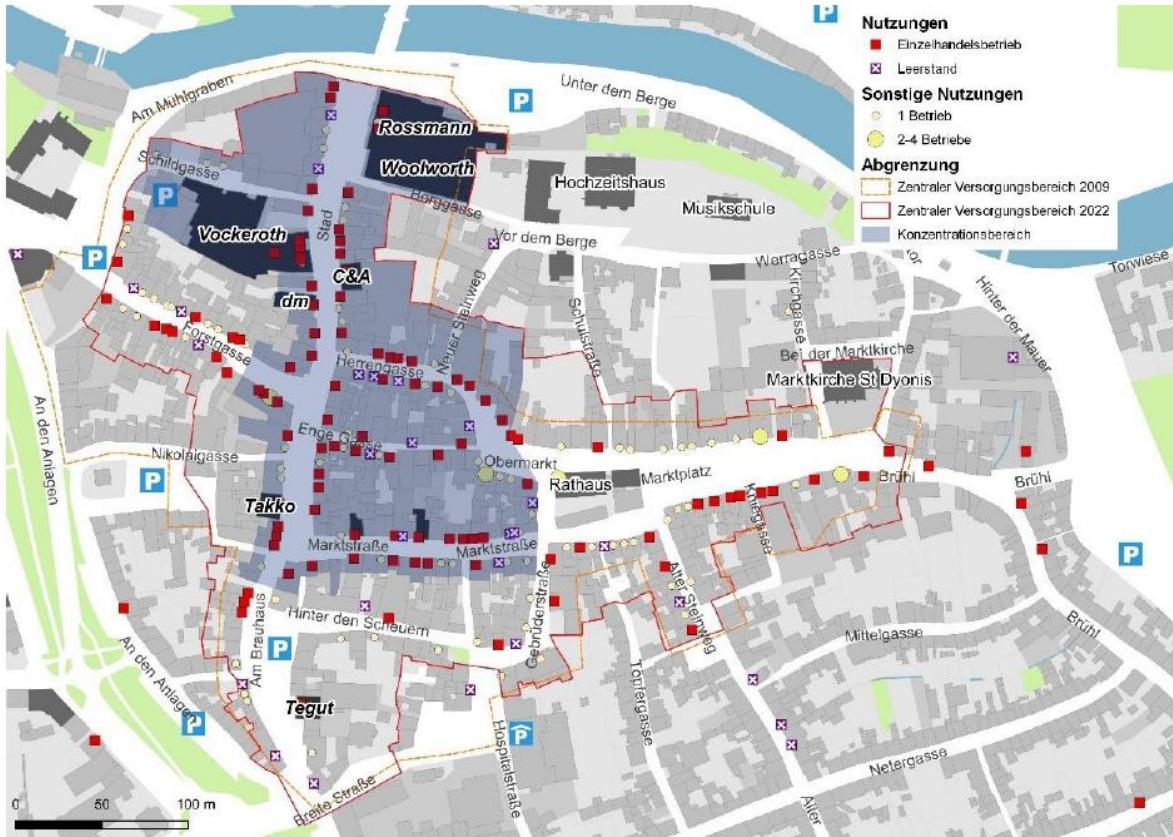
Weitere frequenzbringende Ankernutzungen sind außerhalb des Innenstadtkerns vorzufinden:

- In Brückenhausen löst insbesondere das **Open Flair Festival** temporär Frequenzen aus, von denen die Innenstadt profitiert.
- Im östlichen Teil befinden sich die **Stadthalle** (mit der Durchführung verschiedener Veranstaltung) und der Dünzelbacher Turm als städtebaulicher Ankerpunkt.
- Nordwestlich der Fußgänger:innenzone sorgen die **Stadt-bibliothek** (vorrangig von Bürger:innen genutzt) und das Landgrafenschloss (vorrangig von Tourist:innen besucht) ebenfalls für Frequenzen.

Auch der Fluss Werra beeinflusst, aufgrund seiner räumlichen Nähe, abseits der „klassischen“ Innenstadtnutzungen, die Frequenzen in der Innenstadt. Dennoch besteht hier die Chance die Potenziale des Wassers intensiver zu nutzen und die Verbindung von Werra und Innenstadt zu stärken.



# Angebotsportfolio



Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Daten: Bestandsserhebung Dr. Acocella (Stand: 06/2018).

In der Funktion eines Mittelzentrums deckt Eschwege ein breites Angebotsportfolio in den Bereichen Einzelhandel, Gastronomie und Dienstleistungen ab.

Entsprechend der **Fortschreibung des Einzelhandelskonzepts für die Stadt Eschwege (2023)** sind in der Innenstadt rd. 50 % der gesamtstädtischen Einzelhandelsbetriebe verortet. Dabei besteht ein Nebeneinander von inhaber:innengeführten und filialisierten Angeboten unterschiedlicher Bedarfsstufen und Preisklassen. Insbesondere die Fußgänger:innenzone im Stad weist aufgrund der angesiedelten, vor allem großflächigen Einzelhandelsbetriebe (u. a. Woolworth, C&A, Rossmann), einen hohen Filialisierungsgrad auf. Der Angebotsschwerpunkt liegt dabei im innenstadtypischen Sortiment Bekleidung. Eine hohe Einzelhandelsdichte ist zudem auf der Marktstraße zu verzeichnen, wobei hier vermehrt inhaber:innengeführte Geschäfte vorzufinden sind. Hinsichtlich des Preisniveaus ist das Einzelhandelsangebot in der Innenstadt als standardisiert bis preis- bzw. discountorientiert einzuordnen. Insbesondere in den letzten Jahren prägen neue Ansiedlungen zusätzlich die preisorientierte Ausrichtung des Einzelhandelsangebots. In diesem Kontext ist jedoch auch das Kaufkraftniveau der Stadt Eschwege zu berücksichtigen. Aktuell liegt dieses bei 92,66 und ist somit im Vergleich zum Bundesdurchschnitt (= 100) als unterdurchschnittlich einzuordnen (s. Fortschreibung des Einzelhandelskonzepts für die Stadt Eschwege 2023).

Im Bereich Obermarkt wird der Einzelhandel durch einen zweimal wöchentlich stattfindenden Wochenmarkt ergänzt, der sowohl einen versorgenden als auch sozialen Anziehungspunkt darstellt. Über eine eigene Homepage erhalten die Besucher:innen u. a. Informationen über die Angebote und Beschicker:innen des Marktes. Von Gemüse und Obst, über Fleisch- und Fischwaren hin zu Feinkost und Spezialitäten bietet der Eschweger Wochenmarkt ein ausgewogenes und umfangreiches Warenangebot.



# Angebotsportfolio



Das gastronomische Angebot ist **inhaber:innengeführt** aufgestellt und setzt sich vor allem aus (Schnell-)Imbissen und Restaurants zusammen. Filialisierte Gastronomie-betriebe sind in der Innenstadt nur geringfügig im Form von Bäckereien mit einem Café-Bereich vorzufinden. Hinsichtlich des Preisniveaus sind die Angebote insbesondere dem preisorientierten bis standardisierten Segment zuzuordnen. Zudem ist eine starke Ausrichtung der Betriebe mit einer Hauptbesuchszeit im Mittagsbereich festzustellen. Die aktuelle Angebotsstruktur bietet Entwicklungspotenziale insbesondere in der Angebotsvielfalt und der Aufstellung der Angebote im qualitativ höherwertigen Segment. In Abhängigkeit der zu definierenden Zielgruppen könnte zukünftig zudem die Ergänzung der Angebotsstruktur um Betriebe der Nachtkökonomie eine Rolle spielen. Dabei sind jedoch Nutzungskonflikte zwischen den Anwohnenden und der Gastronomie zu berücksichtigen.

**Dienstleistungsangebote** zeichnen sich in der Eschweger Innenstadt vor allem durch Banken und frequenzintensive Dienstleistungen, wie Friseursalons, aus. Die Tourist-Information versorgt die Besucher:innen mit Informationen über Sehenswürdigkeiten und die Historie der Stadt. **Öffentliche Einrichtungen** wie Kirchen, Bildungseinrichtungen und kulturelle Einrichtungen ergänzen das Angebotsportfolio im Bereich der Dienstleistungen.

Zusätzlich bietet Eschwege eine Reihe von **touristischen Attraktionen** wie das Eschweger Zinnfigurenkabinett und das Stadtmuseum. Damit zeichnet sich in der Angebotsstruktur neben dem versorgenden Charakter auch ein eindeutiger Tourismusschwerpunkt ab.

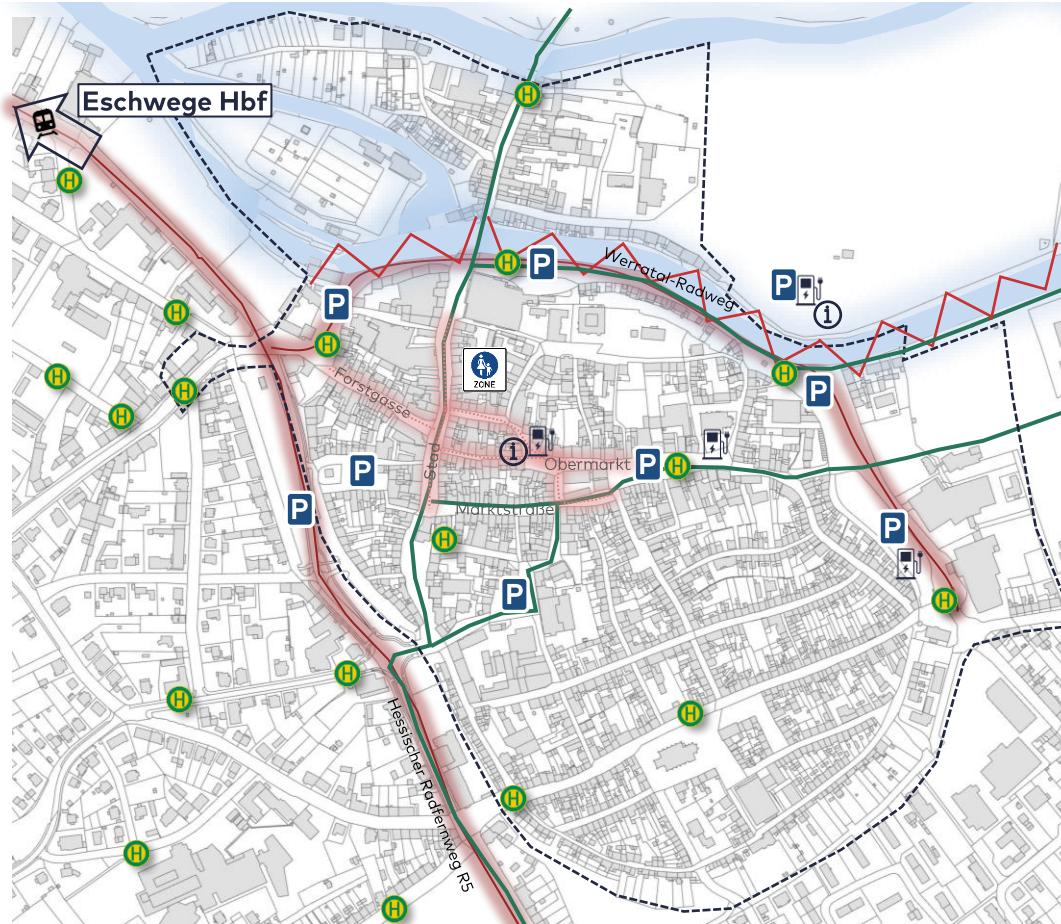


# Erreichbarkeit & Orientierung

## Legende

- Untersuchungsgebiet
- größere Parkmöglichkeiten
- E-Ladestation
- Informationstafel
- Fußgänger:innenzone
- frequentierte Verkehrsachsen
- Bushaltestelle
- überregionale Radwege
- Barrierefunktion

100 m



Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Kartengrundlage Kreisstadt Eschwege.

Die Innenstadt von Eschwege ist über diverse Zuwegungen für alle Verkehrsteilnehmenden erreichbar. Für den **motorisierten Individualverkehr (MIV)** stehen ausreichend viele Parkmöglichkeiten in fußläufiger Nähe zur Fußgänger:innenzone zur Verfügung. Kurzzeitparkplätze in der Marktstraße ermöglichen schnelle Besorgungen, ohne dass die Einkäufe über größere Strecken zum Pkw transportiert werden müssen. Größere **Parkplätze** sind u. a. auf dem Marktplatz sowie dem Parkplatz Wiesenstraße vorzufinden, welcher zusätzlich mit Ladestationen für Elektrofahrzeuge ausgestattet ist. Diese sind vor Ort durch gut sichtbare Beschilderungen sowie auf der Website der Kreisstadt Eschwege durch eine interaktive Karte einfach zu finden. Aus fachgutachterlicher Sicht verfügt die Eschweger Innenstadt über ein ausreichendes Angebot an fußläufig erreichbaren Parkplätzen. Im weiteren Prozess ist die Zugänglichkeit des MIV vor dem Hintergrund der zu definierenden Zielgruppen zu diskutieren.

Der **Stadtbahnhof**, welcher sich in rd. 850 Metern Entfernung zum Untersuchungsgebiet befindet, bietet den Verkehrsknotenpunkt für den öffentlichen Personennahverkehr (ÖPNV). Ein Anschluss ist von dort mit dem Zug u. a. nach Kassel und Göttingen möglich. Das **Buslinienverkehrsnetz** bedient das Eschweger Stadtgebiet mit fünf Linien halbstündlich bis stündlich und verknüpft zudem die umliegenden Ortschaften. Ein **Ruf-Taxi** erweitert dieses Angebot. Die Fußgänger:innenzone ist vom Buslinienverkehr frei gehalten. Somit kommt es in diesem Bereich zu keinen Konflikten zwischen den Verkehrsteilnehmenden.



# Erreichbarkeit & Orientierung



Quelle: Fotos Stadt + Handel.

Die beiden überregional bedeutsamen Radwege „**Werratal-Radweg**“ sowie „**Hessischer Radfernweg R5**“ binden die Innenstadt von Eschwege für Radfahrende an. Während des Aufenthalts besteht die Möglichkeit, den Akku in der Tourist-Information aufzuladen. Durch die Anbindung der Innenstadt an die Radwege besteht gleichzeitig das Potenzial den Radtourismus zukünftig zu stärken und entsprechende Angebote zu etablieren.

**Hinweisschilder** begünstigen an diversen Stellen im Innenstadtbereich die Orientierung und führen die Besucher:innen zu den wichtigsten Anlaufpunkten in der Innenstadt. Zusätzlich informiert eine Informationstafel in der Nähe der Tränenbrücke über die Sehenswürdigkeiten sowie Wander- und Radwege. Aufgrund der kompakten Struktur sind die unterschiedlichen Nutzungen in der Innenstadt fußläufig gut erreichbar. Barrierebedingte Einschränkungen ergeben sich aus westlicher Richtung aufgrund der hohen Verkehrsbelastung sowie aus nördlicher Richtung aufgrund der naturräumlichen Barriere durch den **Fluss Werra**. Zudem wird die **Barrierefreiheit** für mobilitätseingeschränkte Personen aufgrund des Kopfsteinpflasters stark eingeschränkt. Hier kommt es allerdings zu einem Konflikt zwischen der Barrierefreiheit und der architektonischen Gestaltung der Innenstadt bestehend aus der historischen Bausubstanz, den Fachwerkhäusern sowie dem Kopfsteinpflaster.

Insgesamt ist die Orientierung anhand der **Beschichtung** in der Eschweger Innenstadt als gut zu bewerten. Dennoch ergeben sich Entwicklungspotenziale hinsichtlich der Lesbarkeit und intuitiven Wahrnehmung der Innenstadt. Insbesondere der südliche Bereich ist für die Besucher:innen kein wesentlicher Anlaufpunkt und muss daher nicht als Innenstadtbereich wahrgenommen werden. Andere Orte, wie der Brunnenplatz oder der Sophiengarten, könnten wiederum stärker wahrgenommen bzw. genutzt werden.

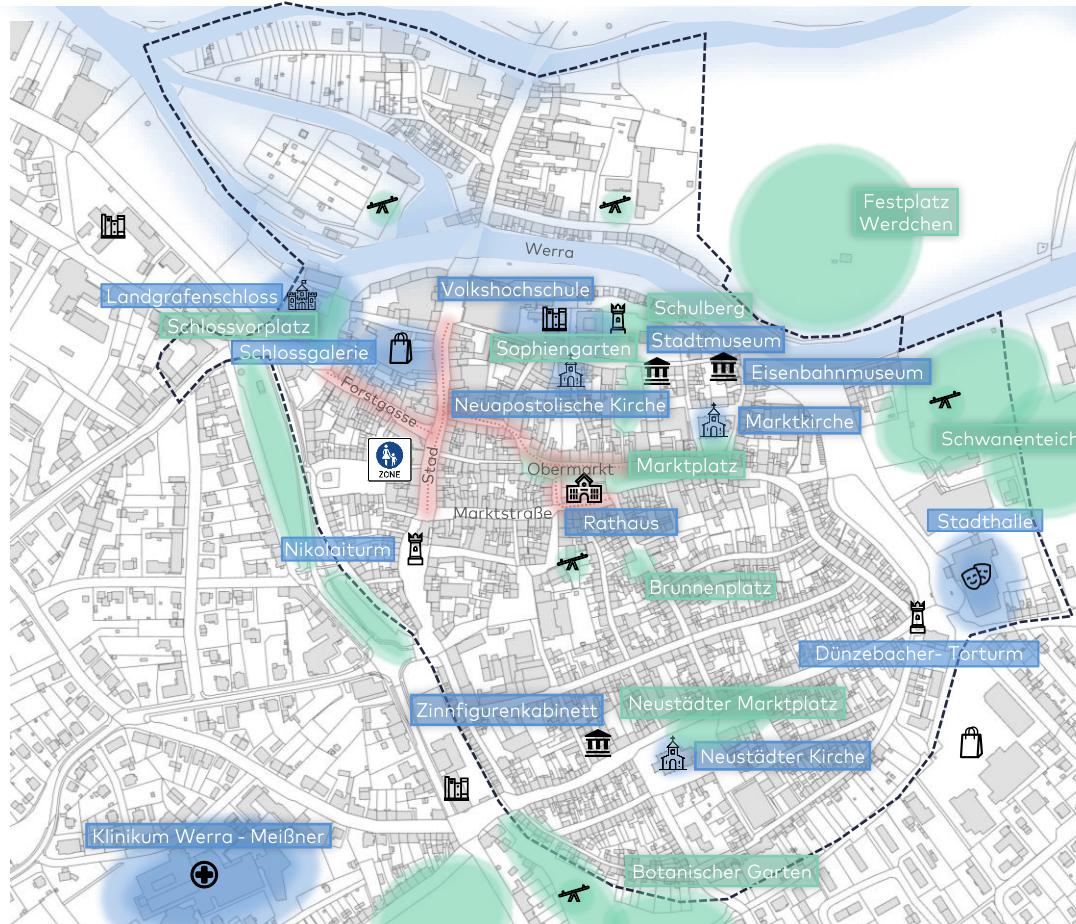


# Stadtraumqualitäten

## Legende

- - Untersuchungsgebiet
- Plätze/Grünflächen
- ..... Fußgänger:innenzone
- stadtbildprägende Nutzungen
- Kirche
- Rathaus
- Museum
- Schloss
- Versammlungsstätte
- großflächige Einzelhandelsstrukturen
- Sehenswürdigkeit
- Spielplatz
- Bildungseinrichtung
- Gesundheitliche Einrichtung

100 m



Das Stadtbild der Innenstadt zeichnet sich durch eine **kleinteilige Bebauungsstruktur, Fachwerkhäuser** und zum Teil **schmale Gassenstrukturen** aus. Die in großen Teilen gestalterisch hochwertige Pflasterung unterstützt die Stadtgestaltung der Fachwerkhäuser. Gleichzeitig ist an dieser Stelle auch der Konflikt zur Barrierefreiheit für mobilitätseingeschränkte Personen zu betonen. Insbesondere die Fassadengestaltung der Fachwerkhäuser vermittelt einen historischen Charakter und verleiht der Innenstadt einen gewissen Altstadtcharme.

Aus der eher kleinteiligen Bebauungsstruktur stechen vor allem stadtbildprägende Nutzungen, wie die **Schlossgalerie**, das **Rathaus** sowie diverse **Kirchen** und **Museen** heraus. Durch die geschlossene Blockrandbebauung sind Bereiche bzw. der öffentliche Raum klar gefasst und Platzsituationen eindeutig abgegrenzt.

Der **Schulberg** mit den Standorten VHS und Musikschule sowie der **Sophiengarten** setzt sich aufgrund der Topografie von den Einkaufslagen der Innenstadt deutlich ab. Gleichzeitig bildet dieser Bereich eine Art innerstädtische Ruheoase abseits des „Innenstadttrubels“, welche Potenziale es zukünftig zu stärken gilt.



# Stadtraumqualitäten



Der **Stad** verfügt als **Haupteinkaufslage** über einen vergleichsweise großzügigen Straßenquerschnitt, welcher gleichzeitig Potenzial zur Steigerung der Aufenthaltsqualität bietet. Aktuell sind **Grünelemente** sowie **Sitz- und Spielmöglichkeiten** in einem geringen Umfang vorhanden. Auch in den weiteren Lagen laden nur wenige (begruñte) Sitzelemente zum Verweilen ein. Insbesondere die Platzsituation am **Obermarkt**, aber auch kleinere Orte, wie der Brunnenplatz, bieten ein großes Potenzial sich durch eine attraktivere Gestaltung zu beliebten Aufenthaltsorten zu entwickeln. Gestalterisch wird das Stadtbild zudem durch eine Vielzahl an historischen Statuen und Brunnen geprägt. Allgemein ist das Stadtbild als ordentlich und sauber zu bewerten. Stellenweise wird das Erscheinungsbild jedoch durch Müllansammlungen negativ beeinflusst.

Weitere Platzsituationen und großflächige Grünanlagen sind außerhalb des Untersuchungsgebiets vorzufinden. Der **Schwanenteich** und der **botanische Garten** wirken als innenstadtnahe Erholungsorte. Aufgrund der räumlichen Nähe zur Haupteinkaufslage sind gleichzeitig Synergieeffekte möglich. Auch die Qualität des Wassers sollte zukünftig stärker genutzt werden und gegenseitige Synergien zwischen der Werra und der Fußgänger:innenzone am Stad begünstigen.



# Stadtraumqualitäten



Es ist grundsätzlich festzuhalten, dass die verschiedenen Gestaltungselemente kein einheitliches Gesamtbild ergeben und teilweise unzureichend organisiert bzw. gestaltet sind. Moderne bzw. neue Sitzmöglichkeiten sind neben historischen Brunnen und Sehenswürdigkeiten vorzufinden. Des Weiteren ziehen sich die Elemente nicht einheitlich durch die gesamte Innenstadt oder sind in begrenzter Anzahl vorhanden.

Mit einem **Spielraumentwicklungskonzept** und dem Programm „**Grüne und Blaue Infrastruktur**“ möchte die Kreisstadt Eschwege diesen Schwächen bereits entgegenwirken. Auch die Neugestaltung des Nikolaiplatzes, die Umfeldgestaltung der Marktkirche sowie die Einrichtung mobiler Sitzelemente auf dem Obermarkt werden zukünftig die Aufenthaltsqualität in der Innenstadt wesentlich steigern.



# Nutzungsqualitäten



Quelle: Fotos Stadt + Handel.

Die Nutzungsqualitäten variieren je nach Nutzung und Preisniveau. Lagespezifisch sind nur kleinere Unterschiede festzustellen. Ansprechende Nutzungen finden sich insbesondere in der Fußgänger:innenzone am Stad wieder. Die Nutzungen weisen in weiten Teilen eine attraktive Werbe- und Schaufenstergestaltung auf. Im Stad dominieren zudem **standardisierte Schaufenster- und Werbegestaltungen** der filialisierten Betriebe. Die Gestaltung der Handelsfassaden (= Erdgeschosszone der Ladenlokale) ist ebenfalls als ansprechend zu bewerten, da diese sich weitgehend in die Gestaltung der Gebäudefassaden einfügt. Allerdings sind hier punktuell auch Negativbeispiele in der Innenstadt vorzufinden.

Einige Gastronomiebetriebe verfügen über großzügige Außenbereiche, die durchaus Entwicklungspotenziale in Form von begleitenden Grünelementen aufweisen. Insbesondere in der Forstgasse sind die Nutzungsqualitäten als funktional und in Teilen auch als negativ zu bewerten. Die Schaufenster-/Werbegestaltungen harmonieren hier nur in einem geringen Umfang mit dem Gesamtbild der Immobilien und sind wenig ansprechend.

Hinsichtlich der Gestaltung von **Leerständen** sind überwiegend Negativebeispiele in der Eschweger Innenstadt vorzufinden. Einige der Leerstände werden mit Papier beklebt und fallen dementsprechend negativ auf. Zudem befinden sich viele der Leerstände in den Obergeschossen der Immobilien.

Weiter ist die **Barrierefreiheit** ein wichtiges Thema zur Bewertung der Nutzungsqualität. Aufgrund der historischen Bausubstanz und dem Vorhandensein von Stufen/Treppen, weisen einige Nutzungen nicht barrierefreie bzw. barriearme Eingangsbereiche auf. Zu einer der wenigen Ausnahmen zählt die Stadthalle Eschwege.

Insgesamt ist festzuhalten, dass durchaus Potenziale zur Herstellung eines stimmigen Gesamtbildes im Einklang mit den Gebäudefassaden und dem öffentlichen Raum bestehen. Der nicht unerhebliche Anteil an Nutzungen mit einer eingeschränkten bzw. nicht ansprechenden Nutzungsqualität beeinflusst das Erscheinungsbild der Innenstadt.



# Nutzungsqualitäten



Wendische Mark 17



Stad 47



Stad 16 - 20



Leerstände in der Forstgasse

Neben der Bewertung der Nutzungsqualitäten der Leerstände, können in der Eschweger Innenstadt noch wesentliche **Schlüsselimmobilien** identifiziert werden:

1. Wendische Mark 17 (zwischen Leimentor/Breite Str./Wendische Mark)
2. Stad 47 (Eingangsbereich Fußgänger:innenzone; denkmalgeschütztes Gebäude)
3. Stad 16-20 (ehem. s.Oliver, 300 m<sup>2</sup> VKF)
4. Leerstände Forstgasse

Die herausgestellten Leerstände konzentrieren sich insbesondere in den Eingangsbereichen der Innenstadt, im Stad und in der Forstgasse. Aufgrund ihrer Größe und/oder räumlichen Konzentration beeinträchtigen sie das Erscheinungsbild und gleichzeitig auch die Bedeutung der Umgebung wesentlich. Gleichzeitig bieten die leerstehenden Ladenlokalen Möglichkeitsräume zur Ansiedlung neuer und innovativer Nutzungen, die die Angebotsstruktur der Innenstadt bedeutsam weiterentwickeln könnten. In diesem Zusammenhang sind allerdings die Eigentümer:innen-verhältnisse zu berücksichtigen.



# Immobilienqualitäten



Die Innenstadt von Eschwege ist von zwei- bis viergeschossigen vorgründerzeitlichen Fachwerkbauten in geschlossener Blockrandbebauung geprägt. Es gibt zahlreiche prächtige Gebäude, die aufwändig verziert sind und einen besonderen Charme ausstrahlen. Durch den Denkmalschutz werden die Qualitäten der historischen Gebäude geschützt. Im Konflikt stehen damit allerdings die Grundrisszuschnitte, die nicht den aktuellen Anforderungen an Wohnbebauung entsprechen. Punktuell finden sich auch immer wieder Immobilien, die nicht dem Gesamtbild der Innenstadt entsprechen und in ihrer Gestaltung negativ auffallen.

Die überwiegend historische Bebauungsstruktur durchmischt sich an einigen Stellen mit modern gestalteten Immobilien. Insbesondere in den Bereichen Stadt und Obermarkt wechseln sich die Gebäudehöhen ab und moderne Elemente finden durch Zusammenführung von Erdgeschossbereichen Einzug in das Stadtbild.

Grundsätzlich ist die städtebauliche Qualität der Immobilien in der Innenstadt als gut und in weiten Teilen als attraktiv zu bewerten. Sanierungsbedürftige Immobilien beeinträchtigen stellenweise das Erscheinungsbild.



# Image/Marketing



KREISSTADT ESCHWEGE  
ZUHause MITTEN IN DEUTSCHLAND

Abfallkalender 2024 - Kreisstadt Eschwege  
Abfallkalender online > Bürgerservice Online > Stellenangebote und Ausbildung > Bekanntmachungen >

Interaktiver Haushalt > Informationen in leichter Sprache > Neubürger-Service > Kommunale Wärmeplanung in Eschwege >

NEU HIER?  
WIR BERATEN  
DICH GERN!  
Deine Willkommenagentur  
KOMMUNAL WERKA MEINER

FamilienKarte2024

## FAMILIENSTADT ESCHWEGE

Kinder sind unsere Zukunft!

Zukunft gestalten bedeutet deshalb gute Bedingungen zu schaffen, damit junge Menschen sich für Familie und Kinder entscheiden können. Wir müssen qualifizierte Betreuungs-, Bildungs- und Freizeitangebote vorhalten, damit Kinder und Jugendliche unabhängig von ihrer Herkunft ihre Talente und Fähigkeiten entwickeln und Eltern beruhigt einer Berufstätigkeit nachgehen können.

### Themen

Familien Kinder Jugend Senioren Mitmachen

FamilienKarte2024

Ein zentraler Aspekt in der digitalen Bewerbung Eschweges ist die hohe Lebensqualität, die sich durch die Kombination aus idyllischer Natur, historischem Charme und modernen Annehmlichkeiten auszeichnet. Dabei stellen vor allem die Fachwerk-Altstadt mit Einkaufsmöglichkeiten, Cafés und Restaurants sowie der Werratalsee ein Alleinstellungsmerkmal der Stadt dar. Die Homepage steht unter dem Motto „**Zuhause mitten in Deutschland**“ und wirbt somit mit der zentralen Lage innerhalb der Bundesrepublik.

Unter dem Titel „**Familienstadt**“ setzt sich die Kreisstadt Eschwege für die Förderung von Familienfreundlichkeit ein. Ein Angebot ist die Familienkarte, die es Familien ermöglicht, von Rabatten in verschiedenen Einrichtungen und Geschäften zu profitieren. Auch das Familienbüro am Obermarkt berät als zentrale Anlaufstelle und informiert über Freizeit-, Unterstützungs- und Betreuungsangebote.

Über die Website der Stadt werden somit unterschiedlichste Qualitäten der Gesamtstadt beworben. Eine spezifische und individuelle Vermarktung der Eschweger Innenstadt ist nicht sichtbar. Daher empfiehlt es sich die Qualitäten im weiteren Prozess zu bündeln und für die Innenstadt zu spezifizieren bzw. gesondert herauszuarbeiten.



# Image/Marketing



Stadtführung in Eschwege: Fachwerk, Türme und der Dietemann - ohne Anmeldung!

Dauer  
1,5 Stunden

Preis  
Erwachsene: 6,00 €  
Kinder von 6 - 14 Jahre, Schwerbehinderte ab 70% GdB: 4,00 €

Ort  
Eschwege  
Marktstraße



## Marketing mit Tourismusschwerpunkt

Für Tourist:innen hat die Tourist-Information eine eigenständige Website eingerichtet, die unter dem Slogan „**Dein Urlaub. Deine Momente.**“ über Veranstaltungen, Unterkünfte und Sehenswertes informiert. Die Tourist-Information am Obermarkt bietet zudem regelmäßige Stadtführungen an, darunter öffentliche Touren und thematisch buchbare Optionen (rd. 213 Buchungen im Jahr 2023\*). Entsprechend des Gemeindedatenblatts der Kreisstadt Eschwege (Stand 31.12.2022) liegt Eschwege mit einer Tourismusintensität von 3.282 Übernachtungen je 1.000 Einwohner:innen knapp unter dem landesweiten Durchschnitt von Hessen. Somit wird auch an dieser Stelle wieder die Bedeutung der Stadt sowie der Innenstadt als Anziehungspunkt für Tourist:innen deutlich.

Die Stadt präsentiert sich weiter als „**ErlebnisStadt**“ auf Informationstafeln, die verschiedene Attraktionen sowie eine gut ausgebauten Wander- und Radfahrkarte vorstellen. Da einige Routen durch die Innenstadt selbst führen, besteht das Potenzial die Innenstadt neben dem Tagestourismus auch verstärkt auf den Wander- und Radtourismus zu fokussieren und das Marketing auf die entsprechenden Zielgruppen auszurichten.



# Image/Marketing



Quelle: <https://www.open-flair.de/>; <https://www.eschwege.de/stadt>



## Veranstaltungen

Über die Website der Kreisstadt Eschwege bietet ein digitaler interaktiver Veranstaltungskalender die Möglichkeit sich u. a. über die neusten Aktionstage, Aufführungen, Ausstellungen und Führungen zu informieren.

Das Image der Stadt wird zudem durch einige größere Veranstaltungen mit Strahlkraft begünstigt. Eine besondere Veranstaltung ist das **Open-Flair-Festival**, welches im Jahr 2024 das 40. Jubiläum feiert und rund 20.000 Besucher:innen nach Eschwege lockt. Als Open Air Musikfestival bietet die Veranstaltung zudem ein Rahmenprogramm aus Kleinkunst, Kinderprogramm, Performances und anderen Programmpunkten. Das Festival wird seit 1985 ehrenamtlich vom Arbeitskreis Open Flair e.V. in Eschwege veranstaltet. Aufgrund der räumlichen Nähe des Festplatzes, profitiert auch die Innenstadt von den Besucher:innen während der Festivaltage.

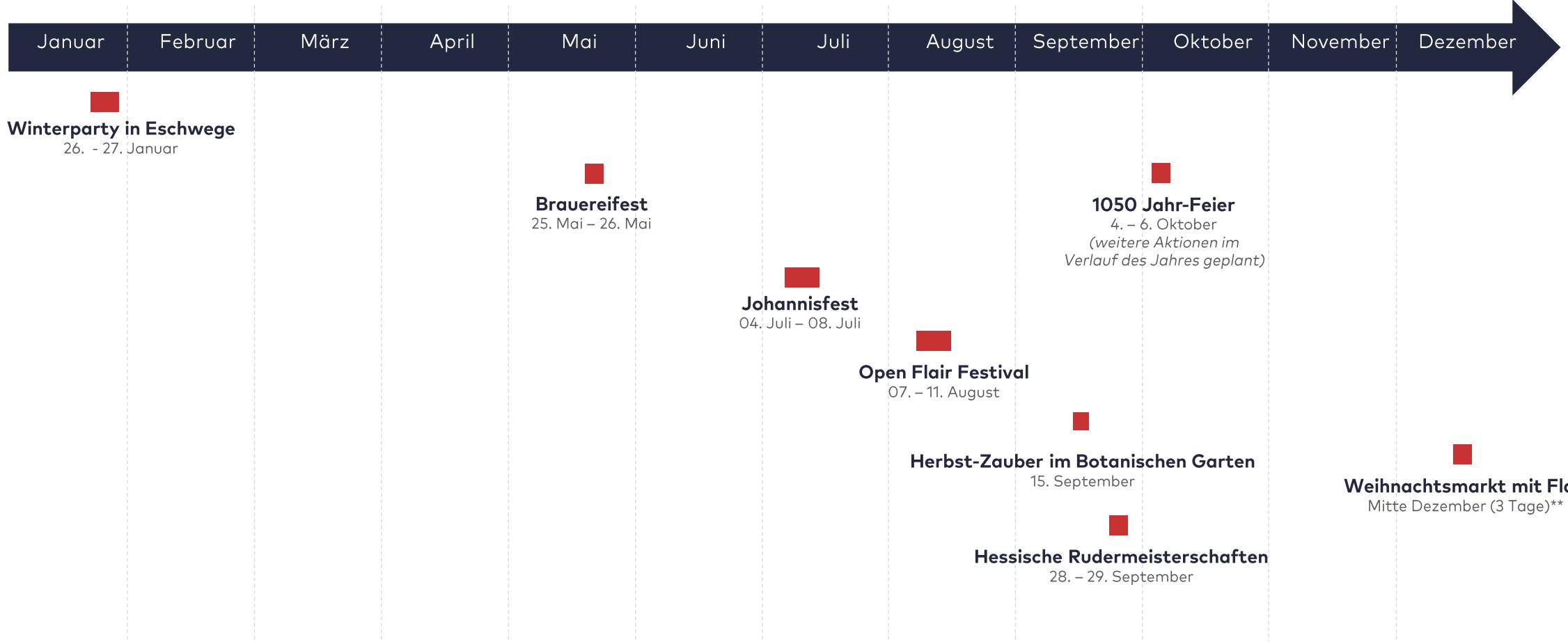
Nachfolgend werden die größten Veranstaltungen und (Musik-)Festivals im Überblick für das Jahr 2024 dargestellt.



# Image/Marketing

## Größere Veranstaltungen & Festivitäten\*

Quelle: Darstellung Stadt + Handel; \* Veranstaltungsjahreskalender für das Jahr 2024; \*\*Termine für das Jahr 2024 noch nicht bekannt.





# Aktivitäten/Kooperation

Quelle: <https://www.stadtmarketing-eschwege.de/>; <https://www.wettbewerbsverein.de/adventskalender2023>

**Einkaufsstadt Eschwege**  
Eschwege - die Einkaufstadt in der Region des Werratals. Entdecken Sie die Vielfalt der Angebote.

**Sehenswertes Eschwege**  
Es gibt viel zu entdecken in der Kreisstadt - gehen Sie mit uns auf Entdeckerkurs!

**Entspanntes Einkaufen**  
Unsere Mitglieder erwarten Sie gerne zum einkaufen.

**Perfekte Geschenke**  
Der Eschweger Gutschein ist das perfekte Geschenk und ein gern gewolltes.

**Erlebnisreiche Events**  
Eschwege - nicht nur das Open-Air-Festival ist ein Highlight hier - Überzeugen Sie sich!

**Unsere Erreichbarkeit**  
Email an info@stadtmarketing-eschwege.de

**Herzlich Willkommen bei der Initiative Stadtmarketing Eschwege**  
Wir sind Ihr Verein für Gewerbe und Handel in Eschwege.  
Als Zusammenschluss der Gewerbetreibenden in Eschwege sorgen wir für ein lebendiges, erkundungswertes Eschwege und ein unvergleichliches Einkaufserlebnis in der Region.  
Wir kümmern uns um:

- die Interessen der Gewerbetreibenden,
- um das Innen- und Außenmarketing,
- Aktionen und Veranstaltungen in der Stadt; sowie
- um die Zukunft Eschweges allgemein.

**WIR LÖSEN IHN EIN! ESCHWEGERGUTSCHEIN**

**Einkaufsstadt Eschwege**

**WIR FÜR SIE**  
Initiative Stadtmarketing Eschwege e.V.  
Bismarckstr. 1, 37269 Eschwege  
Tel. 05651 37446-66  
Email: info@stadtmarketing-eschwege.de

**Copyright © 2017 Initiative Stadtmarketing Eschwege**  
Alle Rechte vorbehalten.

**ESCHWEGE ÜBERRASCHT - UNSERE TIPPS**  
Eschwege - die Einkaufstadt in der Region überrascht mit einem vielfältigen Angebot an Handel und Dienstleistungen. Wichtig: Um die Onlinekarte von Google nutzen zu können, öffnen Sie diese Seite auf jeden Fall über https:// auf.

**Suchfilter** | **Reset** | Ergebnisse 1 - 20 von 21 | Sortieren nach: Relevanz | Ansicht | Karte zeigen

**Kategorie**: Apotheken, Auschäfer, Auszubildende, Banken, Baselladen, Brauereien, Buchhandel und Schreibwaren, Bürobedarf, Delikatessen, Drogenmarkt/Reformhaus, Druckereien, Elektronik und Computer, Farben und Lacke, Friseur und Haarmodellen, Gastronomie/Hotels und Restaurants, Haushaltswaren, Hotels und Unterkünfte, Kinos, Marketing, Internet und Medien, Mode und Accessoires, Non-Food, Reiseveranstalter und Reisebuchungen, Schuhe, Spielzeug und Kinderbekleidung, Verlag, Zweckhandel und -zubehör

**Adler Apotheke**  
Obermarks 33, Eschwege, Nordhessen 37269  
05651 335430 | [Website](#) | [Mehr Information](#)

**Adler Modemarkt AG**  
Stadt 37-45, Eschwege, Nordhessen 37269  
05651/9512130 | [Website](#) | [Mehr Information](#)

**Autohaus Rabe GmbH & Co. KG**  
Delauer Straße 6, Eschwege, Hessen 37269 | [Anklicken](#)

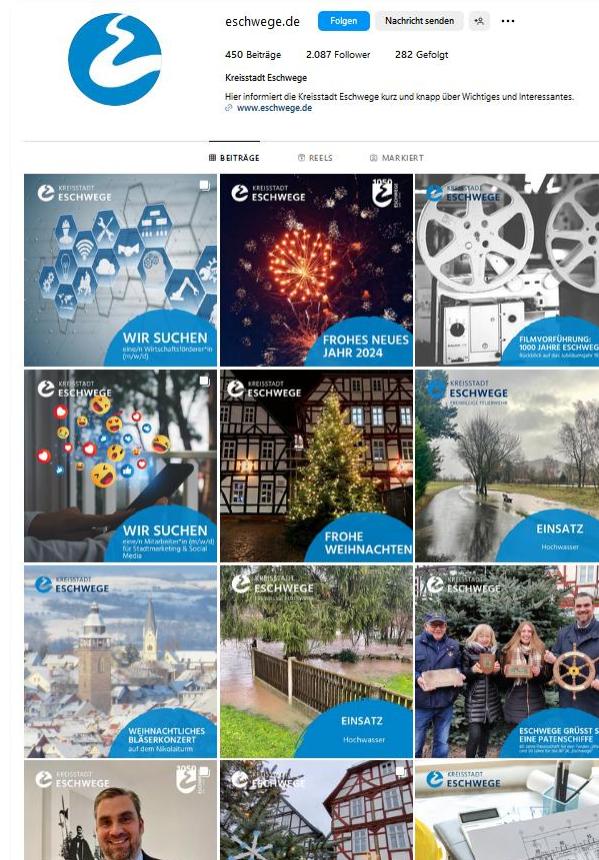
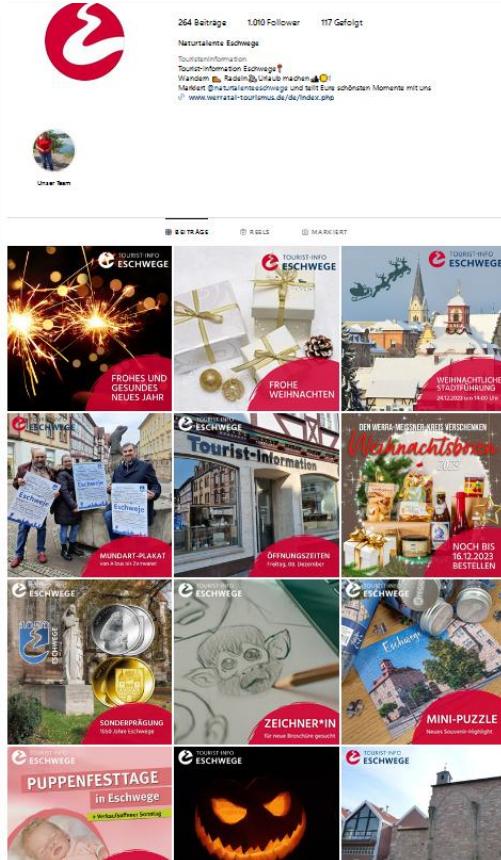
Die **Initiative Stadtmarketing Eschwege e.V.** ist ein offener Zusammenschluss aus Gewerbetreibenden, wie u. a. Einzelhändler:innen und Gastronom:innen. Operativ liegen die Aufgaben derzeit ausschließlich in der Organisation und Bewerbung von verkaufsoffenen Sonntagen. Eine weitere Hauptaufgabe ist die Etablierung und Aufrechterhaltung des Einkaufsgutscheins „**Eschweger Gutschein**“, welcher in über 100 Geschäften, Restaurants und Freizeiteinrichtungen eingelöst werden kann. Regelmäßige Marketingaktivitäten (z.B. im Sinne der digitalen Vermarktung der Innenstadt) sind aktuell allerdings nicht erkennbar. In Kooperation mit dem **Lions Club International** findet zur Adventszeit in Zusammenarbeit mit den ansässigen Einzelhändler:innen und Gastronom:innen die Durchführung eines Adventskalenders mit Gewinnen statt. Die Kalender sind käuflich zu erwerben und unterstützen die ansässigen Unternehmen.

Neben den beiden genannten Initiativen bestehen in der Innenstadt von Eschwege noch weitere Zusammenschlüsse (z.B. Freunde des Eschweger Sophiengartens e.V., Kneipp-Verein Eschwege e.V.), die jeweils in ihren Kompetenzen und Ausrichtungen für die Innenstadt agieren.



# Digitale Sichtbarkeit

Quelle: Instagram Tourist-Information und Kreisstadt Eschwege; <https://play.google.com/store/apps/details?id=com.Tobit.android.Slitta7026312655&hl=de&gl=US>; \*Stand: 01/2024)



Die Kreisstadt Eschwege nutzt **digitale Plattformen** zur Ansprache der Bürger:innen und Besucher:innen. Neben der umfassenden Website erfolgt die Kommunikation auch über die **Social-Media-Kanäle** Facebook, Instagram und YouTube sodass v. a. jüngere Zielgruppen und somit auch insgesamt eine breitere Masse angesprochen wird. Anhand der Follower-Zahlen wird ersichtlich, dass die Plattformen gut besucht bzw. auch intensiv als Informationsquellen genutzt werden. Über Facebook werden 3.542 Follower und Instagram 2.087 Follower\* bespielt.



# Digitale Sichtbarkeit

The screenshot shows a news article from the website eschwege.de. The title is 'Eschweger äußern Wünsche' (Eschweger express wishes). Below the title, there is a subtitle 'Stadtplaner wollen vom „Vor-Ort-Wissen“ profitieren' (City planners want to benefit from "on-site knowledge"). The author is listed as 'VON TOBIAS STÜCK'. At the bottom of the article, there is a photo showing a group of people gathered in a town square, likely participating in the event mentioned in the article.

Mittwoch, 07. Februar 2024, Werra Rundschau / Lokales

## Eschweger äußern Wünsche

Stadtplaner wollen vom „Vor-Ort-Wissen“ profitieren

VON TOBIAS STÜCK

**EINLADUNG**  
zur Impulsveranstaltung  
Von der Innenstadt zur Draußen-Stadt

IMPULSVERANSTALTUNG - VON DER I...  
MI, 13. DEZ. UM 18:30 MEZ

Erinnern

E-WERK E SCHWEGE

Nachricht senden

Mittwoch, 07. Februar 2024, Werra Rundschau / Lokales

## Eschweger äußern Wünsche

Stadtplaner wollen vom „Vor-Ort-Wissen“ profitieren

VON TOBIAS STÜCK



Rund 40 Eschweger und Anlieger, etwa im Alter von Mitte 30 bis Mitte 70, haben den Stadtplanern des Dortmunder Büros Stadt+Handel erklärt, wie die Innenstadt ihrer Meinung nach aufgewertet werden kann. Foto: Tobias Stück

**Eschwäge** – Eine für Bewohner und Besucher attraktivere Innenstadt mit weniger Leerständen und mehr Grün ist der Wunsch der rund 40 Eschwe-

## Öffentlichkeitsarbeit im Prozess

Auch der Prozess bzw. die Dialogformate innerhalb des Prozesses zur Erarbeitung eines Handlungskonzepts und Durchführung eines Transformationsmanagements werden seitens der Kreisstadt Eschwege aktiv beworben. Durch die gute Öffentlichkeitsarbeit können sich die teilnehmenden Akteure als auch alle weiteren Interessierten über den Prozess laufend informieren. Zudem berichtet die Presse regelmäßig über die verschiedenen Dialogformate. So wird eine Sichtbarkeit aktueller Entwicklungen ermöglicht.

Neben der Bespielung über Social Media berichtet die Website <https://www.eschwege-mitgestalten.de/> laufend über aktuelle Informationen zum Prozess sowie auch zu weiteren Förderprogrammen und parallel laufenden Prozessen.



# Digitale Sichtbarkeit

Quelle: <https://www.stadtmarketing-eschwege.de/>; <http://www.sport-ammann.de/>; <https://www.vockeroth.com/modehaeuser/eschwege/>; <https://buchhandlungheinemann.buchhandlung.de/shop/>

**sport ammann**

Öffnungszeiten:  
Mo - Fr 09:00 - 18:00 Uhr  
Sa 09:00 - 15:00 Uhr

KONTAKT | IMPRESSUM | DATENSCHUTZ | HOME

SPORT AMMANN - LEBEN IST BEWEGUNG

Mit der perfekten Sportbekleidung, der richtigen Ausstattung und den passenden Accessoires. Unser umfangreiches Sortiment umfasst die gängigsten Sportarten und daher auch bestimmt auch Ihre. Ob Einsteiger, Hobbysportler oder ambitionierter Leistungssportler. Bei Sport Ammann werden Sie gut beraten und über die neusten Trends informiert. Sie können bei uns alles anprobieren, ausprobieren und anschließend gleich mit nach Hause nehmen.

Bringen Sie noch heute mehr Bewegung in Ihr Leben!  
Wir freuen uns auf Ihren Besuch in unserem Sportsgeschäft.  
Ihr Team von Sport Ammann

**VOCKEROTH**

**MODEHAUS ESCHWEGE**

Anschrift  
Schlossgalerie  
Stad 27-29  
37269 Eschwege

Kontakt

**HEINEMANN**  
heinemann.de

Willkommen in der Buchhandlung Heinemann - Wir machen Eschwege lebenswert

Newsletter

Auch die **Initiative Stadtmarketing Eschwege** ist für Besucher:innen der Innenstadt digital sichtbar. Allerdings ist die Website des Vereins zum Teil veraltet und wird nicht regelmäßig mit aktuellen Informationen bespielt. Die Social-Media-Aktivitäten beschränken sich zudem stark auf das Teilen von Inhalten. Eigene Inhalte werden nur in einem sehr geringen Umfang veröffentlicht (letzter Beitrag über Instagram von April 2019).

In Hinblick auf die **innerstädtischen Einzelhandelsbetriebe** verfügen filialisierte Betriebe in aller Regel über einen professionellen Online-Auftritt, zu dem häufig auch ein Online-Shop gehört. Zwischen den inhaber:innengeführten Betrieben sind die Unterschiede in der Qualität des Online-Auftritts hingegen z. T. sehr groß. Neben gut aufgestellten Betrieben mit eigenem Online-Shop und ansprechendem Werbeauftritt, können einige Betriebe nicht online aufgerufen werden oder verfügen nicht volumnäßig über die relevanten Informationen (u. a. Öffnungszeiten, Anschrift des Geschäftsstandortes).

# SWOT-Analyse

# Innenstadtanalyse

## SWOT-Analyse

Hervorgehend aus der Analyse der einzelnen Handlungsfelder sowie der Auswertung verschiedener Beteiligungsformate können im Folgenden wesentliche **Stärken** und **Schwächen** sowie **Chancen** und **Risiken** für die Eschwege Innenstadt identifiziert werden.

### Stärken

- Mittelzentrum mit Einzelhandelsbedeutung für das Umland
- starke Angebotsstrukturen im Sortiment Bekleidung
- gut funktionierender und besuchter Wochenmarkt im Herzen der Innenstadt; gleichzeitig Wirkung des Marktes als sozialer Treffpunkt
- historische Bausubstanz sowie Fachwerkbestände als Charakteristika und Alleinstellungsmerkmal der Innenstadt (mit positiver Auswirkung auf die Individualität der Innenstadt)
- sehr gute Anbindung an Tourismusrouten (Rad- und Wanderwege) sowie Freizeitangebote
- gute Erreichbarkeit und kurze Wege innerhalb der Innenstadt
- räumliche Nähe zum Fluss Werra
- starke und gut ausgebauten Vereinsstrukturen (dadurch Steigerung der Mentalität)
- überregionale Bekanntheit der Innenstadt aufgrund temporär stattfindender Events (insb. Open-Flair-Festival)
- hohe digitale Präsenz der Stadt sowie Öffentlichkeitsarbeit im Rahmen des Prozesses, tragen gleichzeitig deutlich zur Mentalität der Innenstadt bei
- bereits abgeschlossene Konzepte und geplante Maßnahmen zur Steigerung der Aufenthaltsqualität in der Innenstadt: u. a. Umgestaltung des Nikolaiplatzes, Einrichtung mobiler Sitzelemente auf dem Obermarkt

### Schwächen

- überdimensionale Ausdehnung des Innenstadtbereichs: insb. im südlichen Teil sind Lagebereiche mit geringer innerstädtischer Funktion vorzufinden, somit auch Einschränkung der Lesbarkeit der Innenstadt
- z.T. stark preis-/discountorientiertes Angebot im Einzelhandel und der Gastronomie und damit Einschränkungen in der Vitalität der Innenstadt (gleichzeitig Berücksichtigung des unterdurchschnittlichen Kaufkraftniveaus)
- geringe Bespielung von Platzsituationen und des öffentlichen Raums mit Sitz- und Spielmöglichkeiten sowie Grünelementen
- fehlende Radabstellanlagen (trotz des hohen Potenzials hinsichtlich des Radtourismus)
- großflächige Leerstände z. T. in der Haupteinkaufslage vorzufinden; zudem leerstehende Obergeschosse
- teilw. sanierungsbedürftige Immobilien und leerstehende Ladenlokale
- eingeschränkte Serviceangebote, wie öffentliche Toiletten, in der Innenstadt
- hoher Versiegelungsgrad durch weitläufige Verkehrsflächen in der Innenstadt
- hohe Barrierefunktion durch das Verkehrsaufkommen im Innenstadtring; gleichzeitig naturräumliche Barriere des Flusses Werra sowie geringe Synergieeffekte zwischen Qualität des Wassers und Innenstadt
- Pkw- und Lieferverkehr beeinträchtigt das Erscheinungsbild und die Aufenthaltsqualität in einigen Lagen (somit Reduzierung der Individualität)
- negatives Image der Forstgasse als „Fressgasse“ aufgrund des preisorientierten Angebots, vermehrter Leerstände und z. T. unsauberes Stadtbild

# Innenstadtanalyse

## SWOT-Analyse

### Chancen

- Nutzung von Fördermitteln zur Aufwertung des öffentlichen Raums durch Entsiegelung und klimagerechte Anpassung; zudem Qualifizierung großzügig gestalteter Platzsituationen zur Einrichtung intelligenter und nachhaltiger Gestaltungselemente (u. a. Beschilderungselemente) auf Grundlage bestehender Konzepte und zur Verfügung gestellter Fördermittel
- Einbindung des Engagements bestehender Vereinsstrukturen zur Weiterentwicklung der Innenstadt in den Bereichen Kultur, Veranstaltungen und Aufenthaltsqualität; zudem Bündelung der Investitions- und Mitwirkbereitschaft sowie des privaten Engagements zu einem übergeordneten Netzwerk für die Zukunft der Eschweger Innenstadt
- Leerstände als Möglichkeits- und Experimentierräume:
  - Etablierung moderner und innovativer Nutzungskonzepte in (perspektivisch) leerstehenden Ladenlokalen (ggfs. durch finanzielle Unterstützung/Förderung der Stadt und Aufzeigen klarer Nutzungsschwerpunkte)
  - Schaffung nachfrageorientierter Wohnraumangebote in leerstehenden Obergeschossen durch die Reaktivierung von Innenhöfen zur Erschließung der Immobilien (unter Berücksichtigung bau-/planungs- und brandschutzrechtlicher Vorgaben)
- Herausstellung und Weiterentwicklung des Potenzials der historischen Besonderheiten in der Innenstadt, um eine zunehmend online-affinere Zielgruppe gezielt zu erreichen (v. a. Aktivierung von Erlebnisfaktoren)
- verstärkte Einbindung und Sichtbarkeit der Werra sowie touristischer Ankerpunkte, um dem Trend der Erlebnisorientierung nachzukommen
- Vorhandensein der Werra und Erschließung von Freiräumen im Bereich der Werra bieten Potenziale (Nutzung der Qualität des Wassers!) den Trends der Entschleunigung und Innenstadt als Erholungsort nachzugehen (gleichzeitiges Entgegenwirken des Klimawandels)

### Risiken

- Nachfolgeproblematik inhaber:innengeführter Betriebe und somit perspektivisch verstärkte Leerstandsproblematik
- perspektivische Steigerung von Umsatzverlusten und Betriebsaufgaben aufgrund der zunehmenden Konkurrenz durch den Online-Handel
- langfristige Frequenzrückgänge und Bedeutungsverlust der Innenstadt aufgrund fehlender Angebote für jüngere Zielgruppen (u. a. Jugendliche); veraltete Strukturen kommen den Anforderungen insbesondere junger Zielgruppen nicht nach und junge Erwachsene wandern nach ihrem Schulabschluss in umliegende Kommunen ab
- demografischer Wandel stellt neue Herausforderungen an die Angebotsstruktur der Innenstadt (insb. Zunahme der Bedeutsamkeit medizinischer Angebote)
- Trading-Down-Tendenzen im Bereich der Forstgasse aufgrund vermehrter, leerstehender Ladenlokale und unattraktiver Nutzungsqualitäten
- Resignation privater Immobilieneigentümer:innen verhindert Um-, Nach- und Zwischennutzung von leerstehenden Ladenlokalen
- zunehmende Dominanz des Verkehrs in der Innenstadt und Verfestigung von Konflikten zwischen der Erreichbarkeit der Innenstadt und einer durchgehenden Aufenthaltsqualität
- Bildung von Hitzeinseln aufgrund fehlender Grünelemente als Folge des Klimawandels (hinsichtlich Erderwärmung und damit einhergehend heißer Sommer) und damit Verringerung der Aufenthaltsqualität bei entsprechenden Wetterlagen
- Verödung von innerstädtischen Plätzen durch fehlende Service- und Nutzungsangebote sowie mangelnde Gestaltung (z. B. fehlende Sitzmöglichkeiten etc.)

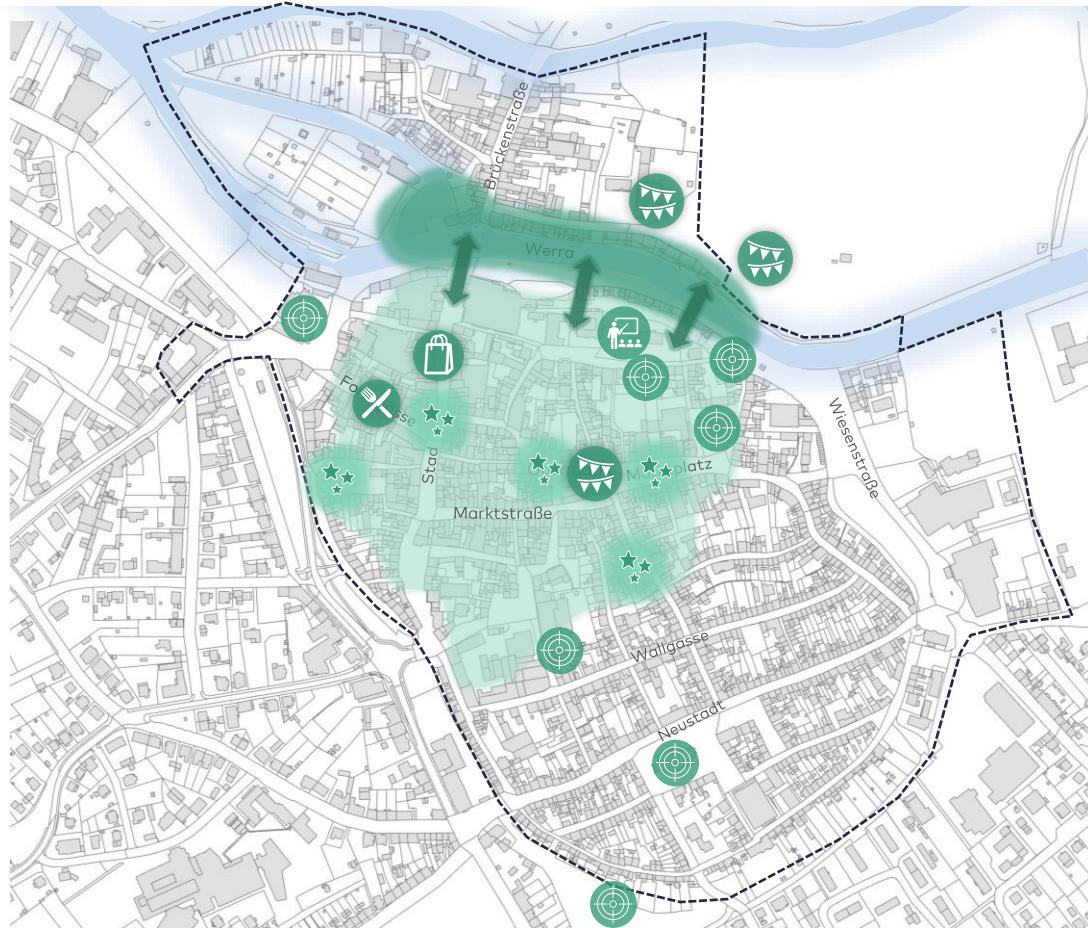
# Innenstadtanalyse

## Stärken-Chancen-Plan

### Legende

- Untersuchungsgebiet
- Aufenthaltspotenzial
- Potenzialbereich Altstadt
- Potenzialbereich Werra
- Synergieeffekte
- Kristallisierungspunkt Gastronomie
- Kristallisierungspunkt Einzelhandel
- Kristallisierungspunkt Bildung
- Kristallisierungspunkt Freizeit & Veranstaltungen
- Tourismus-Hotspots

Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Kartengrundlage Kreisstadt Eschwege.



Der Stärken-Chancen- und Defizite-Risiken-Plan fassen die Ergebnisse der räumlichen und thematischen Innenstadtanalyse kartografisch zusammen.

Zu den städtebaulichen Stärken zählen zum einen die Altstadt mit ihrer historischen Bausubstanz, der kleinteiligen Struktur und dem hohen Tourismuspotenzial. Zudem bietet die Werra einen Potenzialbereich, welcher sich mit einer konzentrierten Einbindung bzw. Verbindung zwischen Werra und Innenstadt zukünftig entfalten könnte.

Funktional zeigt die Analyse gewisse Kristallisierungspunkte auf, die es zukünftig gilt weiter zu stärken und zu qualifizieren. Insbesondere die Forstgasse bietet Potenzial sich zukünftig als positiv wahrgenommener Gastronomieschwerpunkt zu etablieren.

Potenziale zur Steigerung der Aufenthaltsqualität bieten neben der Fußgänger:innenzone, vor allem die innerstädtischen Platzsituationen. Unter Berücksichtigung aktueller Planungen und Vorhaben, sind diese Bereiche zukünftig weiter zu qualifizieren.

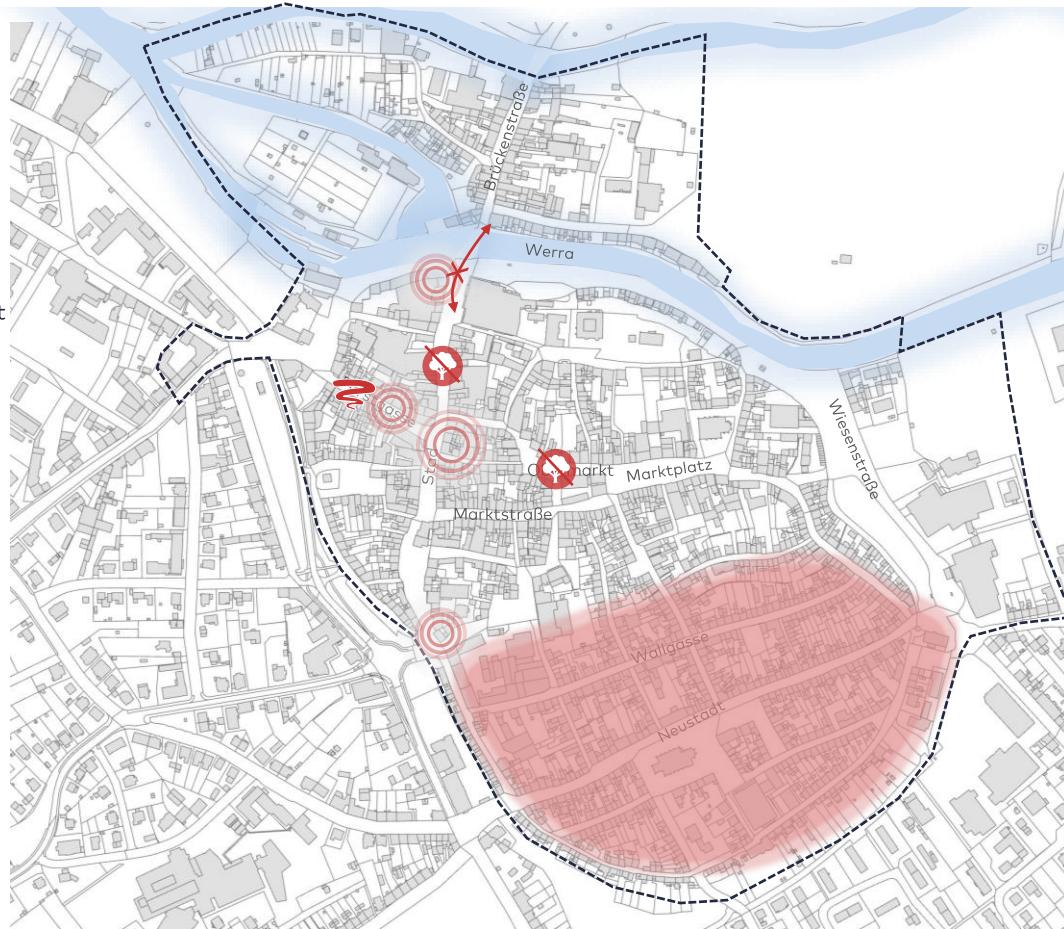
# Innenstadtanalyse

## Defizite-Risiken-Plan

### Legende

- - - Untersuchungsgebiet
- ↔ mangelnde Verknüpfung
- stadtbildprägender Leerstand
- ➡ Trading-Down-Tendenzen
- 🚫 fehlende Aufenthaltsqualität (u. a. durch fehlende Begrünung)
- Lagebereich mit eingeschränkter, innerstädtischer Funktion

100 m



Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Kartengrundlage Kreisstadt Eschwege.

Im Fokus der **Schwächen und Risiken** steht in der Eschwege Innenstadt insbesondere die Forstgasse. Aufgrund vermehrter Leerstände und einer qualitativ eingeschränkten Angebotsstruktur ergeben sich in diesem Bereich Trading-Down-Tendenzen, sofern eine Entwicklung des Straßenzugs nicht aktiv angegangen wird.

Weiter ist eine eingeschränkte/fehlende Aufenthaltsqualität im Stad sowie am Obermarkt zu identifizieren. Auch der großflächige Leerstand des ehem. s.Oliver beeinträchtigt das Erscheinungsbild der Fußgänger:innenzone.

Der südliche Bereich der Innenstadt weist aktuell keine bzw. eine eingeschränkte, innerstädtische Funktion auf. Aufgrund des hohen Anteils an Wohnbebauung gilt es diesen Bereich zukünftig nicht mehr als Konzentrationsschwerpunkt innerstädtischer Nutzungen (v. a. Einzelhandels- und Gastronomieangebote) weiterzuentwickeln.

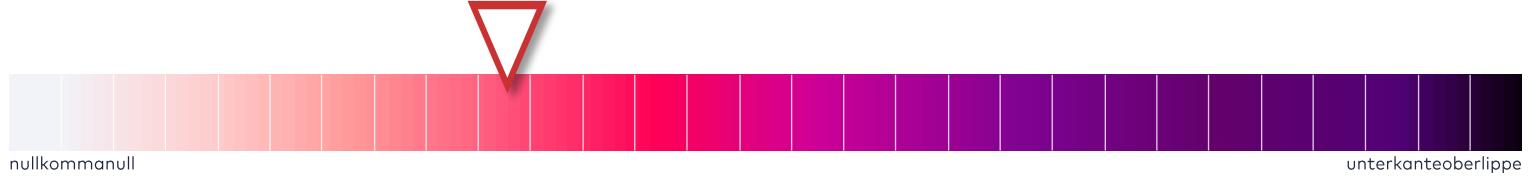
# Innenstadtanalyse

## Wo stehen wir?



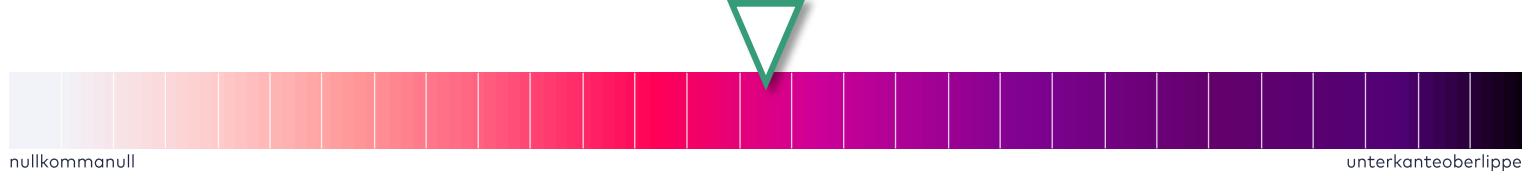
### VITALITÄT

Frequenzen, Ökonomie, Angebotsmix



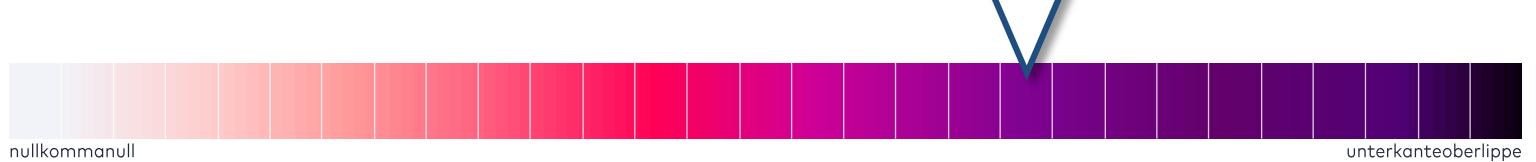
### INDIVIDUALITÄT

Stadtraum, Architektur, Mobilität



### MENTALITÄT

Innovation, Motivation, Kooperation



# Zielgruppen- betrachtung

# Zielgruppenbetrachtung

## Perspektivische Fokuszielgruppen der Innenstadt von Eschwege



Jugendliche



Junge Familien



Senior:innen



Festivalbesucher:innen



Tourist:innen

Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Fotos (von links nach rechts): Canva/FatCamera, Canva/GPointStudio, Canva/gettyimages, Canva/FatCamera, Canva/Robert Kneschke, Canva/GPointStudio, Canva/gettyimages.

Aufbauend auf den bisherigen Analyseergebnissen und entlang der in der zweiten Prozessphase durchgeföhrten Beteiligungsformate können **fünf perspektivische Fokuszielgruppen** für die Entwicklung der Eschweiger Innenstadt identifiziert werden. Am Tag der Städtebauförderung sind die Zielgruppen der Senior:innen und Tourist:innen im Kontext der Anforderungen an Innenstadtbesuche von den beteiligten Personen deutlich fokussiert worden. Die Ergebnisse der ersten Online-Beteiligung fügen zwei weitere klare Fokuszielgruppen hinzu: Jungen Familien (44 % der Stimmen) und Jugendliche (26 %) sollen bei der zukünftigen Entwicklung der Innenstadt besonders berücksichtigt werden. Um der Bedeutung des Festivaltourismus durch das Open Flair gerecht zu werden, wurde im weiteren Prozessverlauf die fünfte Fokuszielgruppe der Festivalbesucher:innen ergänzt. Hier liegen zu stärkende Potenziale für Frequenzen während des Festivals und zum Teil auch darüber hinaus. Somit ergeben sich für die Innenstadt von Eschwege fünf zentrale Fokuszielgruppen: **Jugendliche, junge Familien, Senior:innen, Festivalbesucher:innen und**

**Tourist:innen**.

Diese Auswahl wurde im Rahmen der Perspektiven-Werkstatt von den Teilnehmenden final bestätigt. Für die künftige Entwicklung und Positionierung der Innenstadt bedeutet dies, die Nutzungen, Stadtraumqualitäten und entsprechende Marketingstrategien an die Ansprüche der jeweiligen Fokuszielgruppen auszurichten. Somit sind zu entwickelnde Handlungsempfehlungen und Schlüsselprojekte zielgerichtet zuzuschneiden, um nachhaltig Wirkung zu erzeugen. In diesem Zuge werden die identifizierten Chancen und Risiken der Eschweiger Innenstadt wie z. B. das große Tourismuspotenzial durch das Open Flair, aber auch durch den Potenzialbereich der Werra und die historische Bausubstanz adäquat adressiert.

Die fünf Fokuszielgruppen werden auf den nachfolgenden Seiten mit ihren Eigenschaften und Anforderungen an einen Innenstadtbesuch sowie der jeweiligen Visitor-Journey dargestellt. Die Visitor-Journey verdeutlicht dabei ein Zukunftsszenario eines Innenstadtbesuchs im Jahr 2035.

# Zielgruppenbetrachtung

## Perspektivische Fokuszielgruppen der Innenstadt von Eschwege

	Jugendliche	Junge Familien	Senior:innen
<b>Alter</b>	13 bis 19 Jahre	Eltern bis 40 Jahre mit Kindern	über 70-Jährige
<b>Herkunft/ Wohnort</b>	in der Kernstadt oder einem der sieben Stadtteile; im Elternhaus; außerhalb des Innenstadtbereichs	Erwachsene kehren nach Studium/Ausbildung zur Familienplanung zurück nach Eschwege; leben am Stadtrand der Kernstadt oder zentral in einem der Stadtteile, häufig in (Neu-) Baugebieten, in großer Wohnung oder einem Haus	in oder nahe der Eschweger Innenstadt; zentral in gut angebundenen Stadtteilen; in senior:innen-gerechten, barrierefreien Wohnungen oder einem gemeinschaftlichen Wohnprojekt
<b>Hauptbesuchs- gründe</b>	Besuch der Innenstadt als Freizeitbeschäftigung sowie der Aufenthaltsmöglichkeiten nach Schulschluss oder in den Abendstunden und am Wochenende	Besuch der Innenstadt aufgrund versorgender und sozialer Angebote, am Wochenende für familienfreundliche Freizeitangebote und Veranstaltungen	Besuch der Innenstadt für den sozialen Austausch und aufgrund der versorgenden und kulturellen Angebote, Innenstadt als Ausflugsort mit Freund:innen oder Enkelkindern
<b>Ansprüche an die Innenstadt</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ ansprechende Gastronomieangebote (v. a. Imbisse für die Mittagszeit, Restaurants und Bars für das Wochenende)</li> <li>▪ konsumfreie Aufenthalts- und Rückzugsorte</li> <li>▪ junge und moderne Einzelhandelsangebote</li> <li>▪ Sport- und Freizeitangebote mit Erlebnis- und Überraschungseffekt</li> <li>▪ coole und moderne Events</li> <li>▪ gutes ÖPNV-Netz sowie ausreichendes Angebot an Fahrradabstellanlagen</li> <li>▪ freies WLAN im öffentlichen Raum</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Handelsangebote der täglichen Versorgung; großzügiges Angebot des Wochenmarktes</li> <li>▪ kinderfreundliche Stadtgestaltung: beschattete Sitz- und (Wasser-)Spielelemente</li> <li>▪ Restaurants und (Eis-)Cafés mit großzügigen Außenbereichen</li> <li>▪ umfassendes Dienstleistungs- und Serviceangebot (u. a. öffentliche Toiletten, Paketstationen)</li> <li>▪ thematisch wechselnde Veranstaltungen für Groß und Klein</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Wochenmarkt als Versorgungsstandort und sozialer Treffpunkt</li> <li>▪ umfassende Dienstleistungs- (insb. im Gesundheitssektor) und Serviceangebote (u. a. öffentliche Toiletten)</li> <li>▪ Cafés und Restaurants mit Verweilqualität</li> <li>▪ umfangreiches Kulturangebot und bürger:innennahe Veranstaltungen</li> <li>▪ Barrierefreiheit (u. a. Bodenbelag, Eingangsbereiche der Geschäfte)</li> </ul>
<b>Priorisierte Verkehrsmittel</b>	ÖPNV, Fahrrad, zu Fuß, alternative Mobilitätsformen (u. a. Skateboard, E-Roller)	(Lasten-)Rad oder E-Bike, z. T. mit Kinderanhänger, Familienauto	ÖPNV, Ruftaxi, zu Fuß, z. T. mit dem E-Bike, Fahrgemeinschaften mit Freund:innen oder Familie

Quelle: Darstellung Stadt + Handel.

# Zielgruppenbetrachtung

## Perspektivische Fokuszielgruppen der Innenstadt von Eschwege

	Festivalbesucher:innen	Tourist:innen
<b>Alter</b>	18 bis 35 Jahre	insb. 40 bis 55-Jährige
<b>Herkunft/ Wohnort</b>	aus Göttingen, Kassel, Erfurt, Fulda und weiteren Kommunen in der Umgebung; z. T. aus weiter entfernten Kommunen in ganz Deutschland oder vereinzelt aus dem Ausland	aus Kommunen in der Region und in Reichweite für einen Tagesausflug oder Wochenendurlaub; v. a. aus Hessen, Thüringen, Sachsen-Anhalt, Niedersachsen und NRW; z. T. auch aus ganz Deutschland
<b>Hauptbesuchs- gründe</b>	Besuch der Innenstadt zur (Nah-)Versorgung und aufgrund ergänzender Services sowie touristisches Interesse an der Innenstadt; langfristig ggf. erneute Besuche i. S. d. klassischen Städtetourismus	Besuch der Innenstadt aufgrund des historischen Stadtbilds, der Nähe zur Werra, des guten Rad- und Wanderwegenetzes und der kulturellen Veranstaltungen und Feste
<b>Ansprüche an die Innenstadt</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Nahversorgungs- sowie Serviceangebote (v. a. Lebensmittel- und Getränkemärkte, Apotheken, Geldautomaten) als Ergänzung des Angebotes auf dem Festivalgelände</li><li>▪ ansprechendes und preiswertes Gastronomieangebot (v. a. Imbisse, Eiscafés) oder zum Take-Away</li><li>▪ ansprechende Lesbarkeit und intuitive Wegeführung zwischen Innenstadt und Festivalgelände</li><li>▪ attraktive und konsumfreie Aufenthaltsgelegenheiten in der Nähe des Festivalgeländes</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ attraktives Stadtbild (u. a. gut erhaltene Bausubstanz, Begrünung, Sauberkeit)</li><li>▪ wertige und serviceorientierte Gastronomieangebote (u. a. Restaurants, Cafés, Bistros) für einen längeren Aufenthalt</li><li>▪ Infrastruktur zum Verweilen (v. a. (beschattete) Sitzmöglichkeiten, öffentliche Toiletten, Trinkwasserstellen)</li><li>▪ gute Verbindung zur Werra mit qualitativen Aufenthaltsmöglichkeiten</li><li>▪ lokale und regionale Produkte im Einzelhandel und der Gastronomie</li><li>▪ überregional bekannte Veranstaltungen und Feste ebenso wie kleinere Kulturangebote am Wochenende (z. B. Lesungen, Konzerte, ...)</li></ul>
<b>Priorisierte Verkehrsmittel</b>	zu Fuß, z. T. E-Roller	Anreise per Pkw oder mit dem ÖPFV/ÖPNV, vor Ort mit dem (E-)Bike (z. T. auch Bikesharing-Angebote) und zu Fuß

Quelle: Darstellung Stadt + Handel.

# Zielgruppenbetrachtung

## Visitor Journey perspektivischer Fokuszielgruppen der Innenstadt von Eschwege in 2035



**Jugendliche**

	<b>Impuls</b>	Viele Jugendliche zieht es nach der Schule oder in Freistunden in die Eschweger Innenstadt, um sich dort mit ihren Freund:innen zu treffen. Konsumfreie Verweilorte und gemütliche Treffpunkte bieten den idealen Raum zum Entspannen und gemeinsamen Abhängen. Die hohe Aufenthaltsqualität der Innenstadt macht sie zu einem beliebten Ort für junge Leute. Am Abend trifft man sich auf Plätzen und in Bars und Restaurants zum gemeinsamen Zeitverbringen.
	<b>Information</b>	Vor einem Besuch in der Innenstadt erkunden sich die meisten Jugendlichen über ihr Smartphone auf Google nach den Öffnungszeiten und Speisekarten der Cafés und Geschäfte. Social-Media-Kanäle dienen daneben als die wichtigste Informationsquelle, um aktuelle Aktionen und Veranstaltungen zu entdecken, die danach im Freundeskreis miteinander geteilt werden. Vor Ort ermöglicht es das freie WLAN, schnell und digital weitere interessante Angebote zu finden und die Eindrücke vor Ort mit den Freunden zu teilen.
	<b>Besuch</b>	Die Jugendlichen reisen von zuhause aus mit dem Bus oder Zug an und gelangen vom Bahnhof über das Landgrafenschloss aus westlicher Richtung in die Innenstadt. Schüler:innen der zentrumsnahen Schulen wie der Friedrich-Wilhelm-Schule oder der Brüder-Grimm-Schule gelangen nach dem Unterricht oder in den Pausen auch oft zu Fuß in die Innenstadt. Orte, an denen gemeinsam gegessen, getrunken oder am Wochenende gefeiert werden kann, sind besonders beliebt, sodass der Marktplatz, der Nikolaiplatz und auch die Werra stark frequentiert werden.
	<b>Erlebnis</b>	Die Innenstadt bietet eine Vielzahl an interessanten Angeboten in den Bereichen Freizeit und Gastronomie. Vor allem die Forstgasse überrascht mit einzigartigen Gastronomie- und Mixed-Use-Konzepten. Die Neugestaltung des Nikolaiplatzes bringt eine zeitgemäße und angenehme Atmosphäre mit sich, sodass er zu einem der Haupt-Treffpunkte der Jugendlichen geworden ist. Coole Veranstaltungen und kreative Pop-Up-Angebote wie z. B. Kreativwerkstätten schaffen abwechslungsreiche Erlebnismomente. Daneben bieten die Werra, der Schulberg und die Sportanlage Torwiese genügend Optionen für sportliche Betätigung oder ausgelassenes Abhängen umgeben von Natur.
	<b>Bindung</b>	Die Aufenthaltsqualität und das vielfältige Freizeitangebot sorgen dafür, dass Jugendliche die Eschweger Innenstadt immer wieder besuchen. Sie verbringen mit ihren Freunden eine gute Zeit in der Innenstadt und erzählen anderen, dass die Mischung aus modernen und innovativen Angeboten mit der Natur und dem historischen Stadtbild einfach cool und einzigartig ist.

# Zielgruppenbetrachtung

## Visitor Journey perspektivischer Fokuszielgruppen der Innenstadt von Eschwege in 2035

### Legende

Untersuchungsraum

Besuchsort

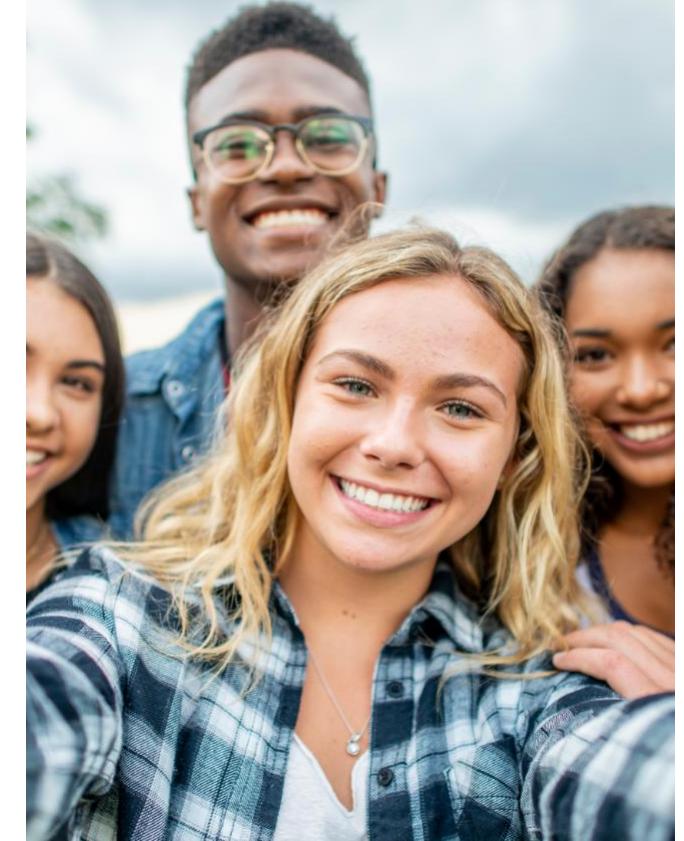
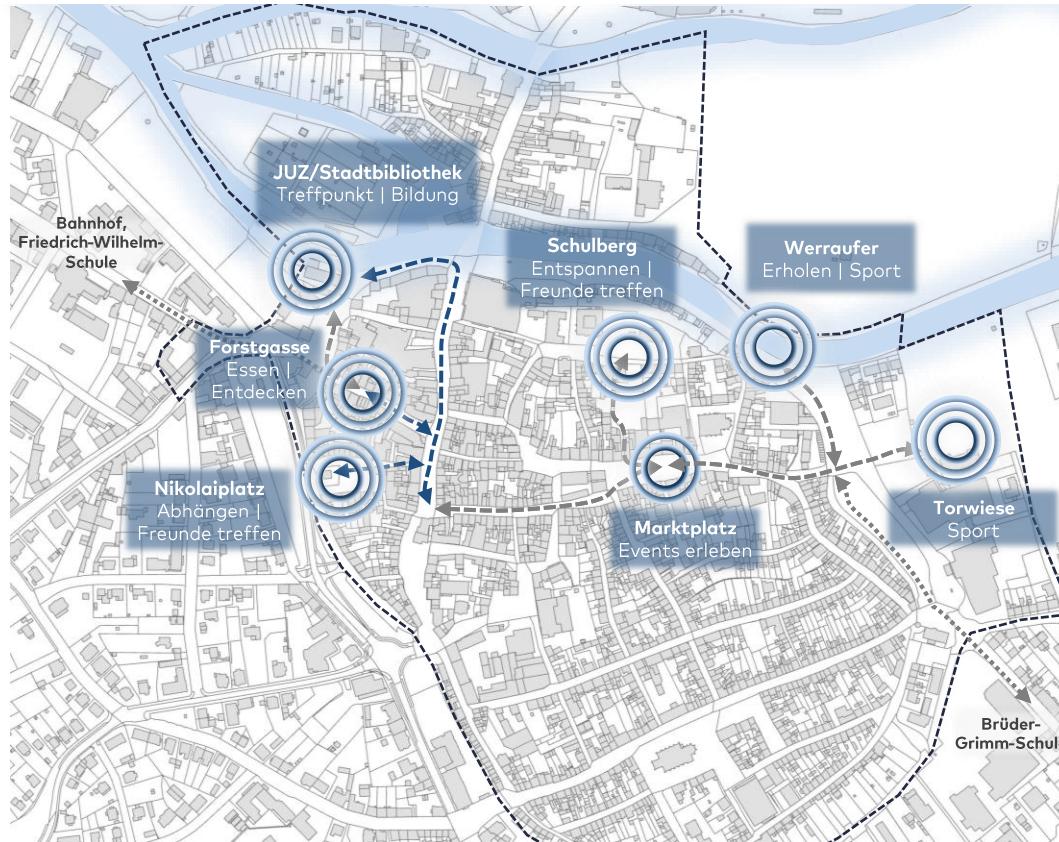
primäre Wegeverbindung

sekundäre Wegeverbindung

Ankunftsverbindungen

Hinweis: Die nebenstehende Karte stellt die zukünftige Reise der Fokuszielgruppe durch die Innenstadt von Eschwege dar. Dabei werden Orte dargestellt, die aktuell bereits eine wichtige Rolle für die Zielgruppen und die gesamte Innenstadt spielen und weiter gestärkt werden sollen. Zudem werden Orte dargestellt, deren Bedeutung sich in den nächsten Jahren mit den entsprechenden Maßnahmen potenziell erhöht.

Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Kartengrundlage Kreisstadt Eschwege; Foto: Canva/FatCamera.



Jugendliche

# Zielgruppenbetrachtung

## Visitor Journey perspektivischer Fokuszielgruppen der Innenstadt von Eschwege in 2035



Junge Familien

	<b>Impuls</b>	Am Wochenende zieht es junge Eltern mit ihren Kindern oft in die Eschweger Innenstadt, um auf dem Wochenmarkt einzukaufen und um gemeinsam Zeit zu verbringen. Neben dem Marktbesuch sind auch die zahlreich stattfinden familienfreundlichen Freizeitangebote und Veranstaltungen ein häufiger Anlass für einen Innenstadtbesuch am Wochenende.
	<b>Information</b>	Die Eltern in jungen Familien informieren sich größtenteils über die Social-Media-Kanäle, die Website und die App der Stadt Eschwege über aktuelle Veranstaltungen und Angebote. Auch Werbeplakate innerhalb des Stadtraums oder aber Gespräche beim Einkaufen oder am Arbeitsplatz sind weitere Informationsquellen, über die vor allem die kleineren und familiären Veranstaltungsformate kommuniziert werden.
	<b>Besuch</b>	Der Weg in die Innenstadt wird bei einem Familienausflug oftmals gemeinsam mit dem Fahrrad zurückgelegt, weshalb die ausgebauten Radwege und modernen Fahrradabstellmöglichkeiten vor Ort viel genutzt werden. Für den Einkauf auf dem Markt wird manchmal auch das Familienauto genutzt, wofür die zusätzlichen E-Ladestationen besonders praktisch sind. Oft wird ein Besuch beim neuen Spielplatz im Bereich des Schwanenteichs angeschlossen oder die Kinder erfreuen sich an den modernen Spielgeräten z. B. auf dem Obermarkt. Während die Eltern im Bereich des Stads bis hin zur Marktstraße shoppen, gibt es diverse soziale Begegnungsstätten für die Kinder.
	<b>Erlebnis</b>	Während des Innenstadtbesuchs treffen die jungen Familien oftmals auf Bekannte und alte Schulfreunde und deren Kinder. Dabei fällt die Lebendigkeit der Innenstadt positiv auf und das Angebot der innovativen, sozialen Nutzungskonzepte in den Leerständen und im öffentlichen Raum bilden den Rahmen für ein angenehmes und stressfreies Besuchserlebnis. Besonders die generationenübergreifende Kinderbetreuung oder die Still- und Wickelräume machen das Thema „familienfreundliche Stadt“ klar vor Ort erlebbar. Die Kombination des umfassenden Service- und Dienstleistungsangebots mit dem bedarfsorientierten Handelsangebot sorgt dafür, dass sich die jungen Familien gerne in der Innenstadt aufhalten.
	<b>Bindung</b>	Die regelmäßig stattfindenden Feste mit Familienprogramm wie z. B. Ostereierbemalung oder Kinderschminken bleiben lange in Erinnerung von Klein und Groß. Am Wochenende lohnt sich der Innenstadtbesuch für junge Familien besonders, weshalb dieser immer wieder neu auf dem Plan steht und oftmals auch gemeinsam mit befreundeten Familien unternommen wird.

# Zielgruppenbetrachtung

## Visitor Journey perspektivischer Fokuszielgruppen der Innenstadt von Eschwege in 2035

### Legende

Untersuchungsraum

Besuchsort

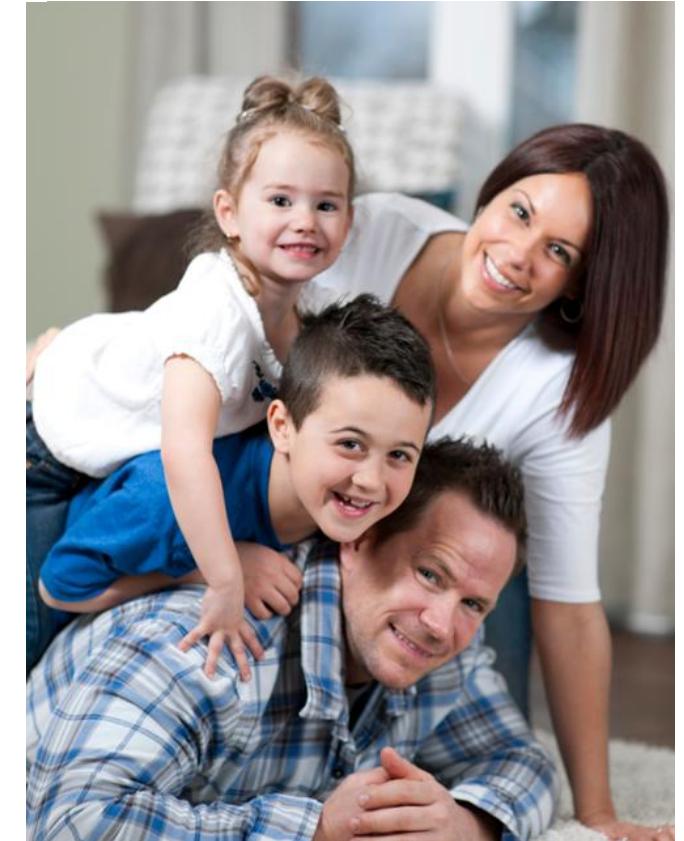
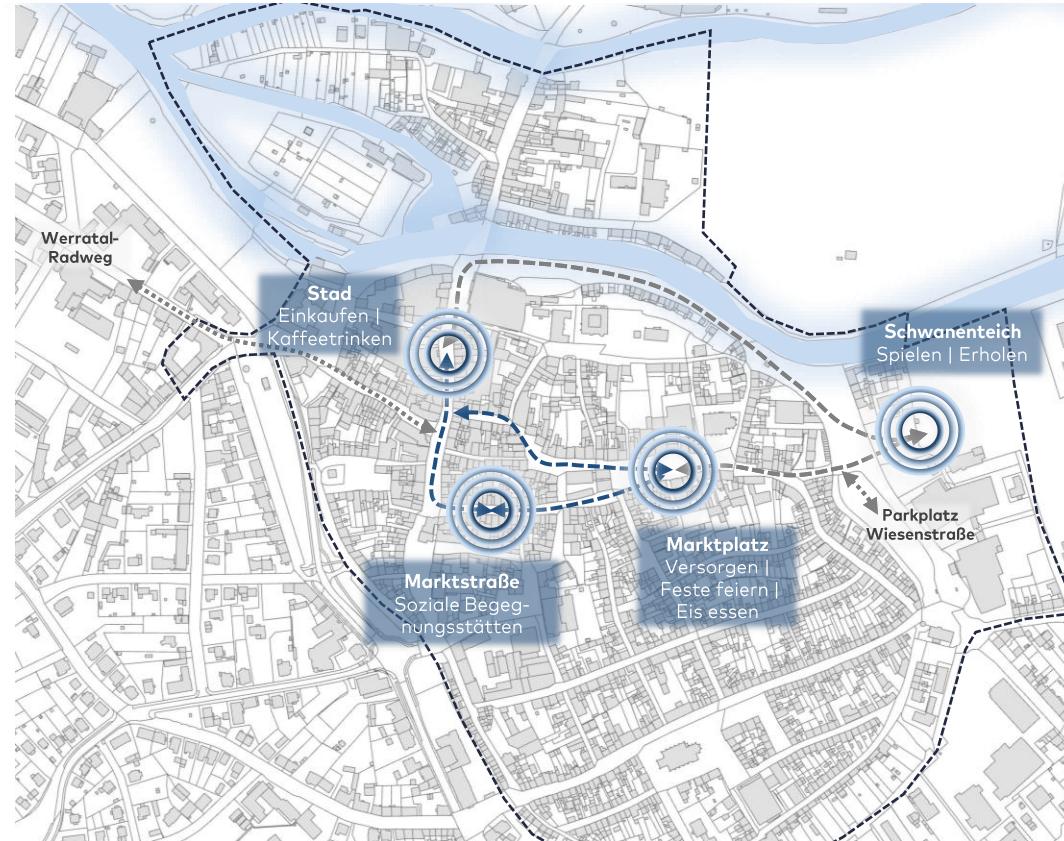
primäre Wegeverbindung

sekundäre Wegeverbindung

Ankunftsverbindungen

**Hinweis:** Die nebenstehende Karte stellt die zukünftige Reise der Fokuszielgruppe durch die Innenstadt von Eschwege dar. Dabei werden Orte dargestellt, die aktuell bereits eine wichtige Rolle für die Zielgruppen und die gesamte Innenstadt spielen und weiter gestärkt werden sollen. Zudem werden Orte dargestellt, deren Bedeutung sich in den nächsten Jahren mit den entsprechenden Maßnahmen potenziell erhöht.

Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Kartengrundlage Kreisstadt Eschwege; Foto: Canva/FatCamera.



Junge Familien

# Zielgruppenbetrachtung

## Visitor Journey perspektivischer Fokuszielgruppen der Innenstadt von Eschwege in 2035



**Senior:innen**

	<b>Impuls</b>	Für viele Senior:innen ist die Eschweger Innenstadt schon lange oder zumindest seit einer Weile das eigene Zuhause, da sie dort in einer Wohnung oder einer Wohngemeinschaft leben. In der Innenstadt werden die Einkäufe und Arztbesuche erledigt, es wird gemütlich gebummelt oder Kaffee und Kuchen mit Bekannten oder Familienangehörigen genossen.
	<b>Information</b>	Über die Zeitung und aus Gesprächen mit Freund:innen, Bekannten und der Familie erhalten Senior:innen die meisten für sie relevanten Informationen. Auch die Eschwege App wird immer öfter benutzt, um sich bequem von zuhause aus über die Angebote in der Gastronomie, Festivitäten oder aber über die Verfügbarkeiten und Öffnungszeiten von Einrichtungen wie Ärzten oder Begegnungsstätten zu informieren.
	<b>Besuch</b>	Zentral in der Innenstadt wohnende Senior:innen legen viele ihrer täglichen Wege vor Ort zu Fuß zurück. Für etwas längere Strecken nutzen sie auch gerne das E-Bike. Das Leben in der Innenstadt deckt alle Bedürfnisse und bietet Abwechslung – auf dem Wochenmarkt kann sich mit dem täglichen Bedarf eingedeckt werden und man trifft gleichzeitig viele bekannte und neue Gesichter. Weitere, z. T. spezialisiertere Versorgungsangebote sind in der Marktstraße zu finden. Die Senior:innen schätzen die medizinische Versorgung direkt am Marktplatz – ganz unkompliziert und gut erreichbar. Anschließend genießen sie hier mit den Enkelkindern ein Eis. Für etwas naturnahe Erholung wird der Sophiengarten angesteuert oder im Sommer die schattigen Flächen direkt am Schwanenteich genutzt.
	<b>Erlebnis</b>	Die barrierefreien Zugänge zu den Geschäften und öffentlichen Einrichtungen machen den Innenstadtbesuch für Senior:innen leicht und angenehm. Naturnahe Erholungsflächen sind fußläufig erreichbar und sorgen für Entspannung, ohne zu weit weg vom Geschehen zu sein. Die vielfältigen kulturellen Veranstaltungen auf dem Marktplatz bieten immer wieder Überraschungsmomente. Senior:innen erleben die Innenstadt als einen Ort der Heimat, der multifunktional und voller Leben ist und der gleichzeitig auch Räume für ruhige Momente bietet.
	<b>Bindung</b>	Die Innenstadt ist der soziale Lebensmittelpunkt für Senior:innen und zieht sie deshalb immer wieder an. Sie freuen sich, dass sie sich stetig weiterentwickelt und z. B. die leerstehenden Ladengeschäfte einstiger Einzelhändler wieder durch innovative und soziale Nutzungskonzepte gefüllt werden. Es ist schön, dass Eschwege ein lebendiges Zentrum voller Menschen von jung bis alt ist und auf den Straßen und Plätzen immer etwas los ist.

Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Foto Canva/Robert Kneschke.

# Zielgruppenbetrachtung

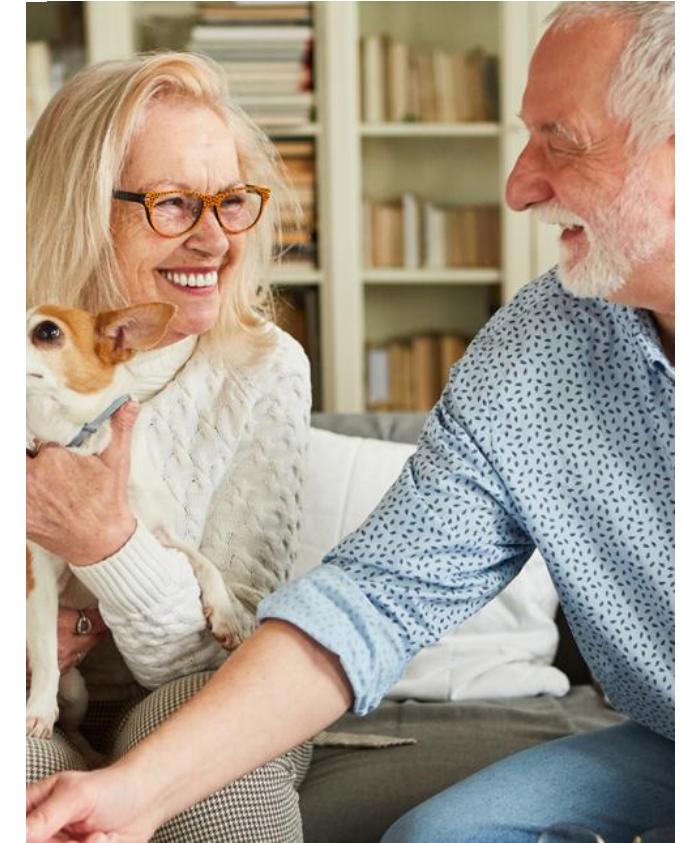
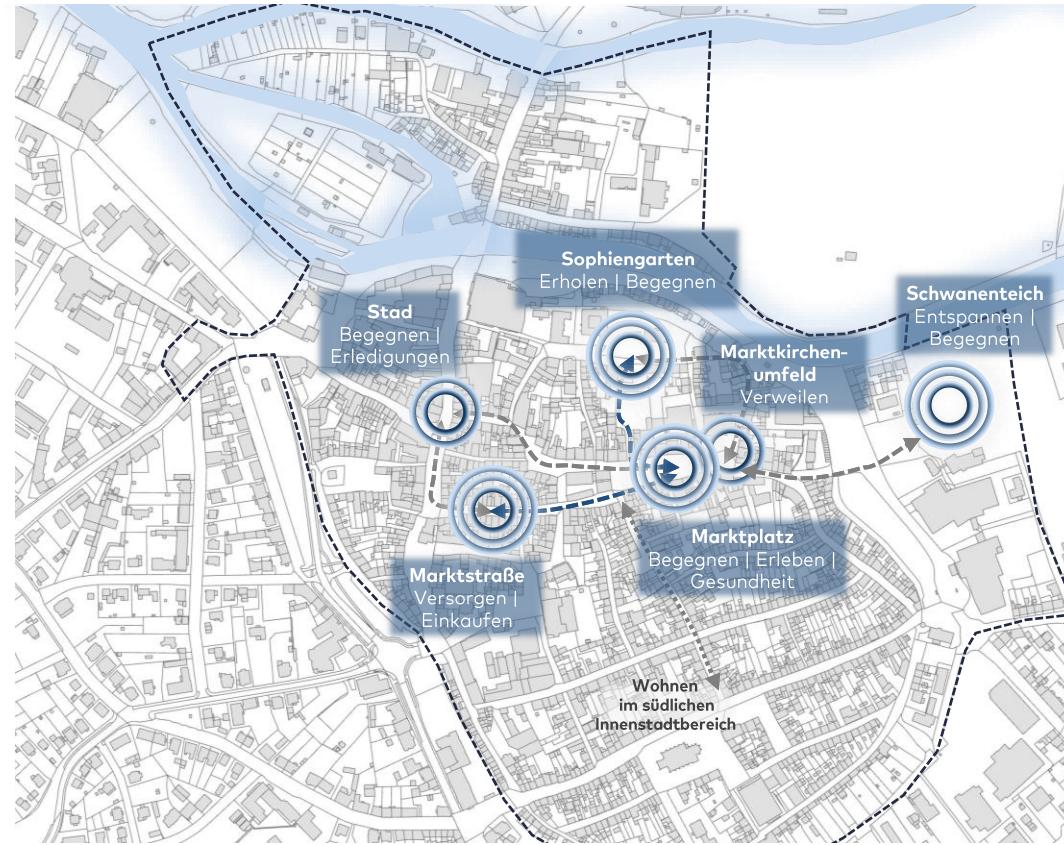
## Visitor Journey perspektivischer Fokuszielgruppen der Innenstadt von Eschwege in 2035

Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Kartengrundlage Kreisstadt Eschwege; Foto Canva/ Robert Kneschke.

### Legende

- Untersuchungsraum
- Besuchsort
- primäre Wegeverbindung
- sekundäre Wegeverbindung
- Ankunftsverbindungen

Hinweis: Die nebenstehende Karte stellt die zukünftige Reise der Fokuszielgruppe durch die Innenstadt von Eschwege dar. Dabei werden Orte dargestellt, die aktuell bereits eine wichtige Rolle für die Zielgruppen und die gesamte Innenstadt spielen und weiter gestärkt werden sollen. Zudem werden Orte dargestellt, deren Bedeutung sich in den nächsten Jahren mit den entsprechenden Maßnahmen potenziell erhöht.



**Senior:innen**

# Zielgruppenbetrachtung

## Visitor Journey perspektivischer Fokuszielgruppen der Innenstadt von Eschwege in 2035



Festivalbesucher:innen

	<b>Impuls</b>	Während des Open Flairs zieht es die Festivalbesucher:innen zahlreich in die Eschweger Innenstadt, um sich dort mit Lebensmitteln, Take-Away-Angeboten oder auch zweckmäßiger Kleidung und Campingausrüstung einzudecken. Die Innenstadt bietet alles, was man für einen gelungenen Festivaltag braucht – schnell, praktisch und zentral gelegen.
	<b>Information</b>	Die Festivalbesucher:innen informieren sich hauptsächlich über das Internet und die Social-Media-Kanäle des Festivals, der Stadt und der Geschäfte über die verschiedenen Angebote. Besonders wichtig ist es, im Vorfeld zu wissen, welche ergänzenden Angebote außerhalb des Festivalgeländes wahrgenommen werden können und wie die Anbindung in die Innenstadt ist. Dort wird besonders nach coolen Orten oder Shops gesucht, die man während des Festivals besuchen kann.
	<b>Besuch</b>	Die Anreise zum Festivalgelände wird mit dem Auto zurückgelegt oder per Shuttlebus vom Bahnhof aus. Vom Gelände selbst gelangen die meisten Besucher:innen aufgrund der kurzen und intuitiv gestalteten Wege zu Fuß in die Innenstadt. Doch bereits in der Mangelgasse wecken spezielle Pop-Up-Gastronomien die Neugier der Festivalbesucher:innen. In der Haupteinkaufslage angelangt bieten viele Geschäfte am Stad und Gastronomiebetriebe in der Forstgasse während der Festivalzeit spezielle Angebote und Aktionen an, die gut auf die Bedürfnisse der Festivalbesucher:innen zugeschnitten sind. Für weitere, spezialisierte Angebote wie z. B. Festivalausrüstung wird auch noch der Weg bis zum Obermarkt und der Markstraße zurückgelegt.
	<b>Erlebnis</b>	Besonders positiv empfinden Festivalbesucher:innen das freie WLAN in der Innenstadt, das ihnen hilft, sich zu orientieren und zu vernetzen. Die öffentlichen Trinkwasserstellen und die sauberen Toiletten machen den Aufenthalt angenehm. Der Bereich vom Stad über den Obermarkt zum Marktplatz sticht durch seine hohe Angebotsvielfalt und Aufenthaltsqualität heraus, sodass es viel zu sehen, zu kaufen und auch zu genießen gibt. In Kombination mit der überall präsenten Kultur und Natur, die sich harmonisch ins Stadtteil einfügen, wird der Besuch zu einem abwechslungsreichen Ausflug während des Festivals. Oftmals werden auch ruhige Erholungsmomente an der Werra genossen.
	<b>Bindung</b>	Der Besuch in der Eschweger Innenstadt während des Open Flairs hinterlässt bei vielen Festivalbesucher:innen einen bleibenden positiven Eindruck. Einige sind begeistert vom Flair der Innenstadt, dass sie planen, zu einem späteren Zeitpunkt für einen Ausflug oder Kurzurlaub zurückzukehren.

# Zielgruppenbetrachtung

## Visitor Journey perspektivischer Fokuszielgruppen der Innenstadt von Eschwege in 2035

### Legende

Untersuchungsraum

Besuchsort

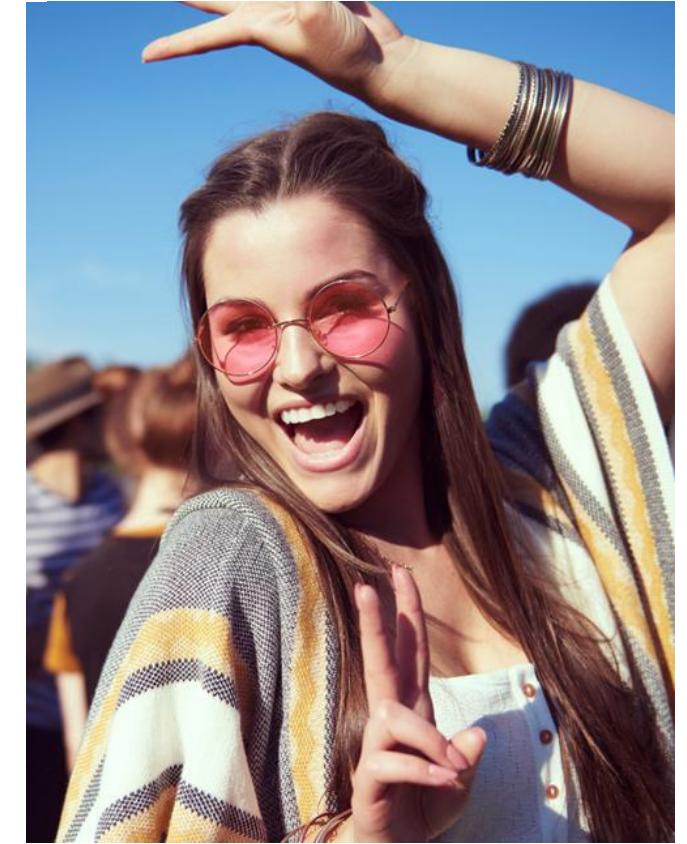
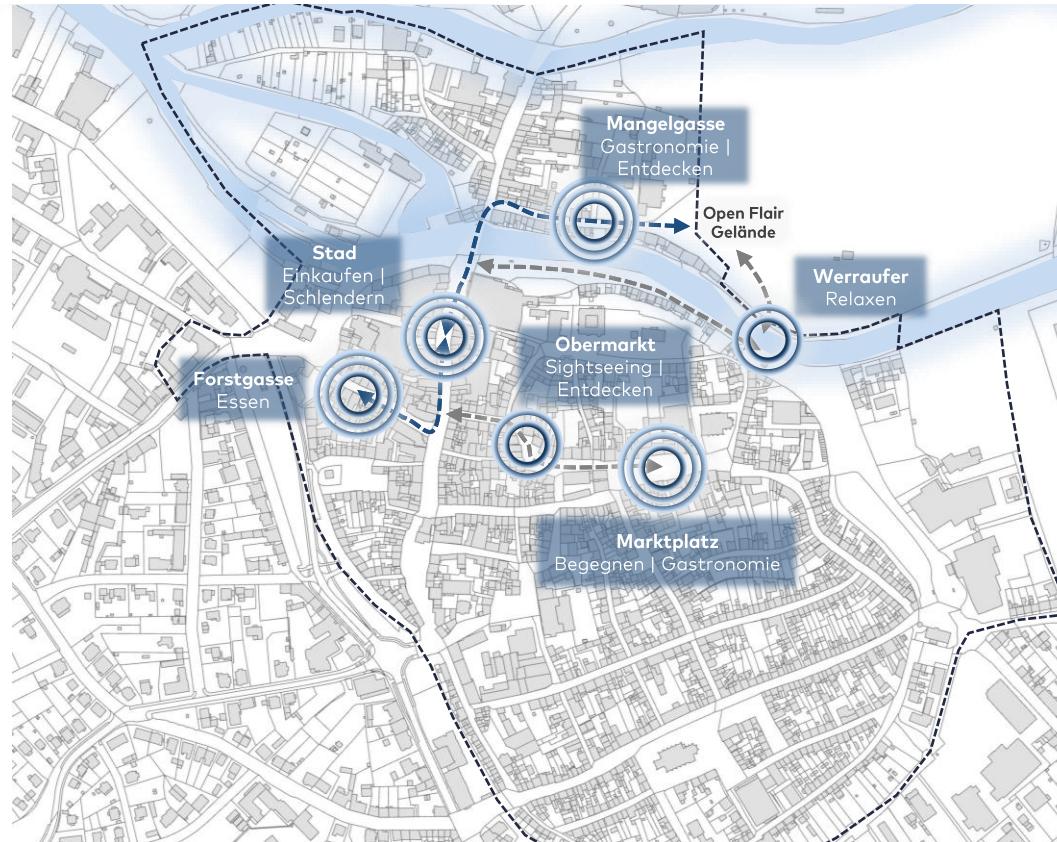
primäre Wegeverbindung

sekundäre Wegeverbindung

Ankunftsverbindungen

Hinweis: Die nebenstehende Karte stellt die zukünftige Reise der Fokuszielgruppe durch die Innenstadt von Eschwege dar. Dabei werden Orte dargestellt, die aktuell bereits eine wichtige Rolle für die Zielgruppen und die gesamte Innenstadt spielen und weiter gestärkt werden sollen. Zudem werden Orte dargestellt, deren Bedeutung sich in den nächsten Jahren mit den entsprechenden Maßnahmen potenziell erhöht.

Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Kartengrundlage Kreisstadt Eschwege; Foto Canva/ GPointStudio.



Festivalbesucher:innen

# Zielgruppenbetrachtung

## Visitor Journey perspektivischer Fokuszielgruppen der Innenstadt von Eschwege in 2035



Tourist:innen

	<b>Impuls</b>	Die Eschweiger Innenstadt zieht Tourist:innen an, die am Wochenende einen schönen Ausflug oder einen erholsamen Stadturlaub in naturnaher Umgebung erleben möchten. Besonders beliebt ist Eschwege auch bei Wanderbegeisterten, die die malerische Landschaft des Werratals und die umliegenden Höhenzüge zu Fuß erkunden möchten. Aufgrund der Stadtgeschichte und historischen Fachwerkgebäude kommen auch immer wieder geschichts- und architekturbegeisterte Menschen für einen Besuch angereist.
	<b>Information</b>	Vor der Anreise wird sich im Internet über die verschiedenen Übernachtungsmöglichkeiten und das kulturelle Angebot der Stadt informiert. Die städtische Webseite und die Eschwege App sind dafür umfangreiche und anschauliche Informationsquellen. Auch auf den Social-Media-Kanälen der Stadtverwaltung und der Initiative Stadtmarketing Eschwege e. V. wird sich über viele interessante Sehenswürdigkeiten, Feste und z. B. die Rad- und Wanderwegeinfrastruktur informiert. Vor Ort erhält man über die Tourist-Info, an den Info-Points in der Stadt oder während der Stadtführungen leicht weiterführendes Wissen, Tipps und Empfehlungen.
	<b>Besuch</b>	Die meisten Tagestourist:innen kommen mit dem Zug am Stadtbahnhof von Eschwege an, der sich in einem angenehm gepflegten Umfeld präsentiert. Von dort aus führt der Weg in die Innenstadt entlang der neuen Fahrradstraße, die gleichzeitig für Wanderer einen idealen Ausgangspunkt für ihre nächste Tour darstellt. In der Stadt begeistert die elegante Kombination des historischen Fachwerks mit modernen und grünen Gestaltungselementen. Vom Stad bis hin zum Marktplatz lädt ein Angebotsmix aus klassischem Einzelhandel bis hin zu Märkten mit regionalen Produkten und Kunsthandwerk zum Bummeln ein und die lokale Gastronomie hat für jeden Geschmack etwas zu bieten. Über die gute Anbindung an die Werra werden im Anschluss noch die attraktiven Sport- und Aufenthaltsmöglichkeiten an dieser genutzt.
	<b>Erlebnis</b>	Die zentral gelegenen und überdachten Fahrradabstellmöglichkeiten sorgen für ein komfortables und sicheres Gefühl bei den Fahrradtourist:innen. Die ausgebauten Rad- und Wanderwege, interessante Sportangebote an der Werra, ein intuitives Informationsleitsystem und die tollen Aufenthaltsmöglichkeiten an den Plätzen runden den Besuch ab und machen ihn zu einem besonderen Erlebnis.
	<b>Bindung</b>	Die gute Erreichbarkeit mit dem ÖPNV, dem Fahrrad und zu Fuß beim Wandern laden zum Wiederkehren ein. Wegen des einzigartigen Stadtbilds und der naturnahen Erholungsorte wird Eschwege im Freundes- und Bekanntenkreis auch immer als nächstes Urlaubsziel weiterempfohlen.

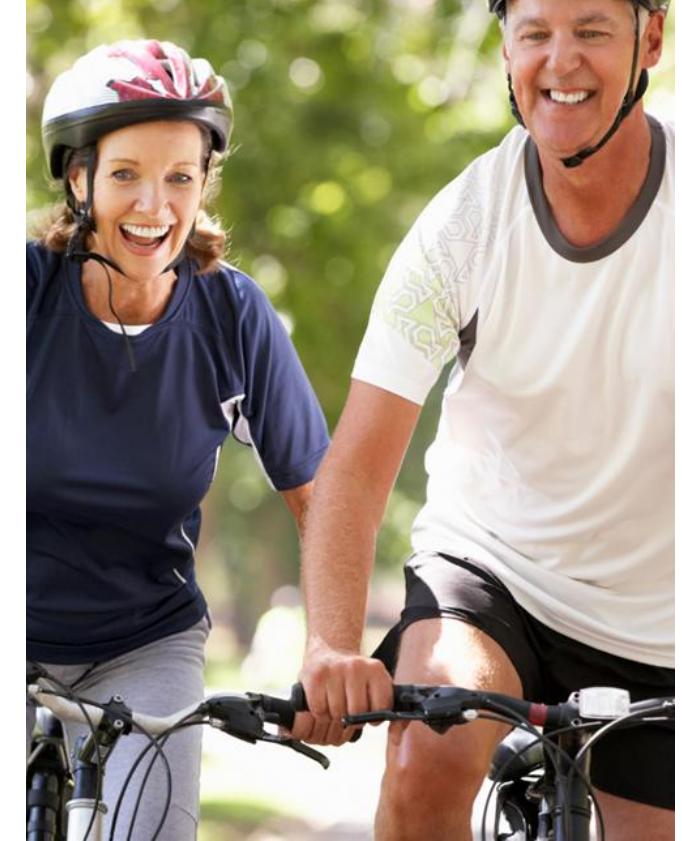
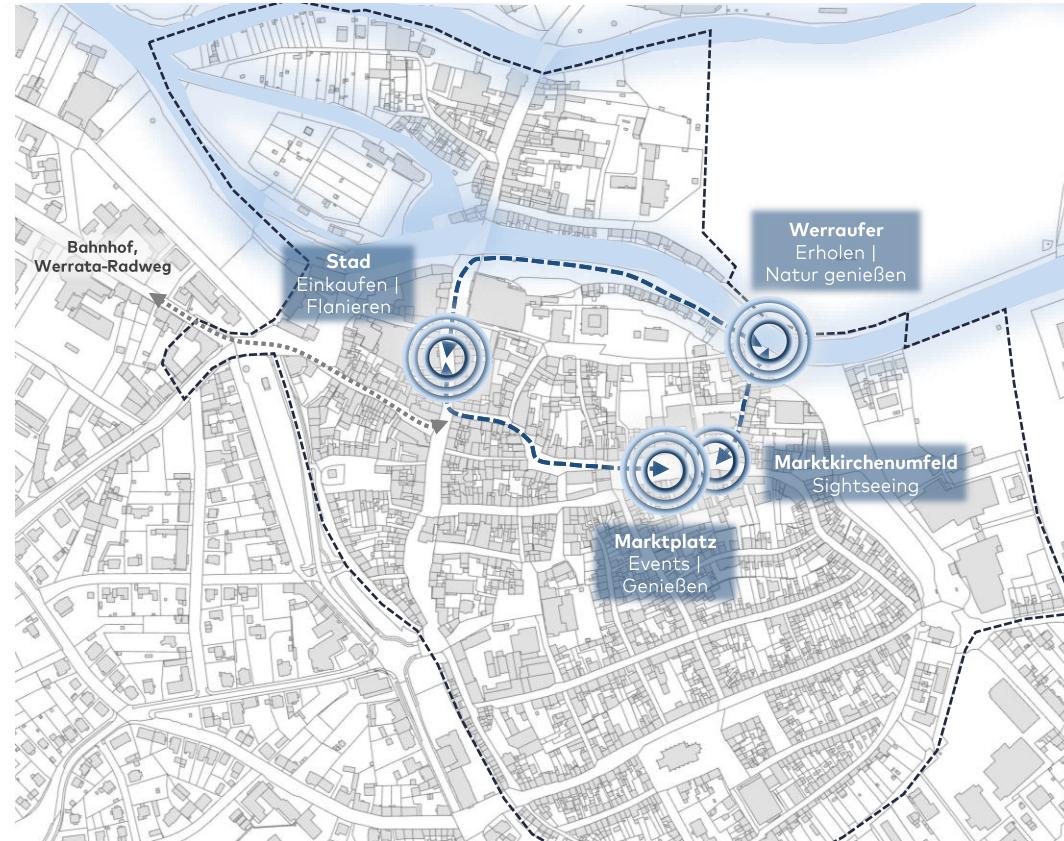
# Zielgruppenbetrachtung

## Visitor Journey perspektivischer Fokuszielgruppen der Innenstadt von Eschwege in 2035

### Legende

- Untersuchungsraum
- Besuchsort
- primäre Wegeverbindung
- sekundäre Wegeverbindung
- Ankunftsverbindungen

Hinweis: Die nebenstehende Karte stellt die zukünftige Reise der Fokuszielgruppe durch die Innenstadt von Eschwege dar. Dabei werden Orte dargestellt, die aktuell bereits eine wichtige Rolle für die Zielgruppen und die gesamte Innenstadt spielen und weiter gestärkt werden sollen. Zudem werden Orte dargestellt, deren Bedeutung sich in den nächsten Jahren mit den entsprechenden Maßnahmen potenziell erhöht.



Tourist:innen

# Zielgruppenbetrachtung

## Querschnittsthemen der Zielgruppen

Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Fotos (von links nach rechts): Canva/FatCamera, Canva/gettyimages, Canva/GPointStudio, Canva/Robert Kneschke.

### FOKUSZIELGRUPPEN



### FOKUSANSPRUCH

#### Jugendliche

„Die Innenstadt als konsumfreier Aufenthaltsort“

#### Junge Familien

„Die Innenstadt als familienfreundlicher Versorgungsplatz“

#### Tourist:innen

„Die Innenstadt als historischer und naturnaher Erlebnisort“

#### Senior:innen

„Die Innenstadt als sozialer Alltagsort“

#### Festival-besucher:innen

„Die Innenstadt als temporärer Versorgungsplatz“

### QUERSCHNITTSTHEMEN

Aufenthaltsqualität | Veranstaltungen & Events | Angebotsvielfalt (insb. im Einzelhandel und Gastronomie) | Erreichbarkeit | Freizeit & Sport | Barrierefreiheit

# Zielgruppenbetrachtung

## Querschnittsthemen und Zusammenfassung

Nach detaillierter Darstellung der Visitor Journey der fünf perspektivischen Fokuszielgruppen für das Jahr 2035 werden bestimmte zielgruppenübergreifende Themen deutlich. Für alle Zielgruppen ...

- spielt das Vorhandensein von **(konsumfreien) Aufenthaltsräumen** als Treffpunkte und Verweilorte eine wichtige Rolle,
- sollte im Sinne der Nachhaltigkeit und Aufenthaltsqualität ein Fokus auf die **Erweiterung und die Nutzbarmachung grüner und blauer Infrastruktur** gelegt werden,
- sollten in der Innenstadt **ansprechende Freizeit- und Sportangebote** sowie **zielgruppenspezifische Veranstaltungen und Aktionen** vorhanden sein,
- sind **vielfältige Angebote** zur täglichen Versorgung und ein **zielgruppenspezifisches Service- und Gastronomieangebot** gewünscht,
- sollte die **Erreichbarkeit** des Zentrums auch ohne PKW gesichert sein, sodass alternative Mobilitätsformen, wie z. B. der ÖPNV oder das Fahrrad, in Anspruch genommen werden können.

Darüber hinaus gibt es Themen, die manche Zielgruppen oder einzelne Personen stärker betreffen als andere, die jedoch für die Innenstadtgesellschaft im Allgemeinen bedeutsam sind und im weiteren Innenstadtprozess berücksichtigt werden sollten.

Zu diesen Themen zählt die **Barrierefreiheit**. Eine barrierefreie Stadtgestaltung ist nicht nur relevant für ältere Generationen, auch jüngere Generationen sind darauf angewiesen und profitieren von einer inklusiven Gestaltung. Dazu zählen nicht nur

barrierefreie Zugänge zu den einzelnen Nutzungen und barrierearme Orientierungssysteme, sondern u. a. auch barrierefreie Internetseiten (z. B. mit Vorlese-Funktion) oder inklusive Spiel- und Sportgeräte.

Ein weiteres Thema, das es zu beachten gilt, ist die gegenseitige **Akzeptanz** einzelner Zielgruppen und Kulturen untereinander. Unterschiedliche Menschen haben verschiedene Ansprüche an die Innenstadt und nutzen diese divers. Abweichende Nutzungsformen und Ansprüche können zu Konflikten führen und das Miteinander auf die Probe stellen. Die Akzeptanz verschiedener Personengruppen sollte sich auch in einer entsprechenden Kommunikation und einem Marketing sowie in den Angebotsstrukturen widerspiegeln.

Auch wenn vorab konkrete Fokuszielgruppen benannt werden, soll dies nicht den Ausschluss anderer Zielgruppen implizieren. Ein inklusiver Ansatz wird durchgehend verfolgt. Im weiteren Verlauf wird auf Grundlage der Ansprüche der Fokuszielgruppen eine konkrete Zukunftsvision für die Innenstadt formuliert und Entwicklungsstrategien identifiziert, die auf das Erreichen dieser Zukunftsvision einzahlen.

# Zukunftsvisions der Innenstadt

# Zukunftsvisions der Innenstadt

## Die DNA der Innenstadt entdecken.



### VITALITÄT

Frequenzen, Ökonomie, Angebotsmix



### INDIVIDUALITÄT

Stadtraum, Architektur, Mobilität



### MENTALITÄT

Innovation, Motivation, Kooperation



Im Zuge des Status-Reports wurde die Innenstadt von Eschwege hinsichtlich ihrer Vitalität, Individualität und Mentalität analysiert und eingeordnet:

**VITALITÄT.** Inwiefern verfügt die Innenstadt über eine gesunde Ökonomie? Wie sind die Frequenzen in der Innenstadt zu bewerten? Prägen moderne und smarte Angebote die Funktionsstruktur die Innenstadt?

**INDIVIDUALITÄT.** Funktioniert der Stadtraum der Innenstadt als grüne Oase, als Spielzimmer für die Kleinen, als Erholungsort für die Älteren, als Eyecatcher? Wird Kreativität und Individualität in der Innenstadt gelebt?

**MENTALITÄT.** Welche Akteursstrukturen bestehen in der Innenstadt? Findet ein Umdenken, angepasst an die aktuellen Trends und Herausforderungen der Zentrenentwicklung, statt? Welches Image hat die Innenstadt?

Um die Innenstadt von Eschwege zukunftsorientiert zu entwickeln, gilt es, Zielperspektiven für die einzelnen Bausteine zu definieren. Dabei müssen nicht alle Aspekte in der Innenstadt in gleicher Ausprägung avisiert werden. Vielmehr muss ein konsistentes Gesamtkonzept formuliert werden, das bestmöglich auf das Erreichen der Zielversion einzahlt. Die entsprechenden Aspekte werden nachfolgend zunächst definiert und anschließend um Profilierungsziele ergänzt.

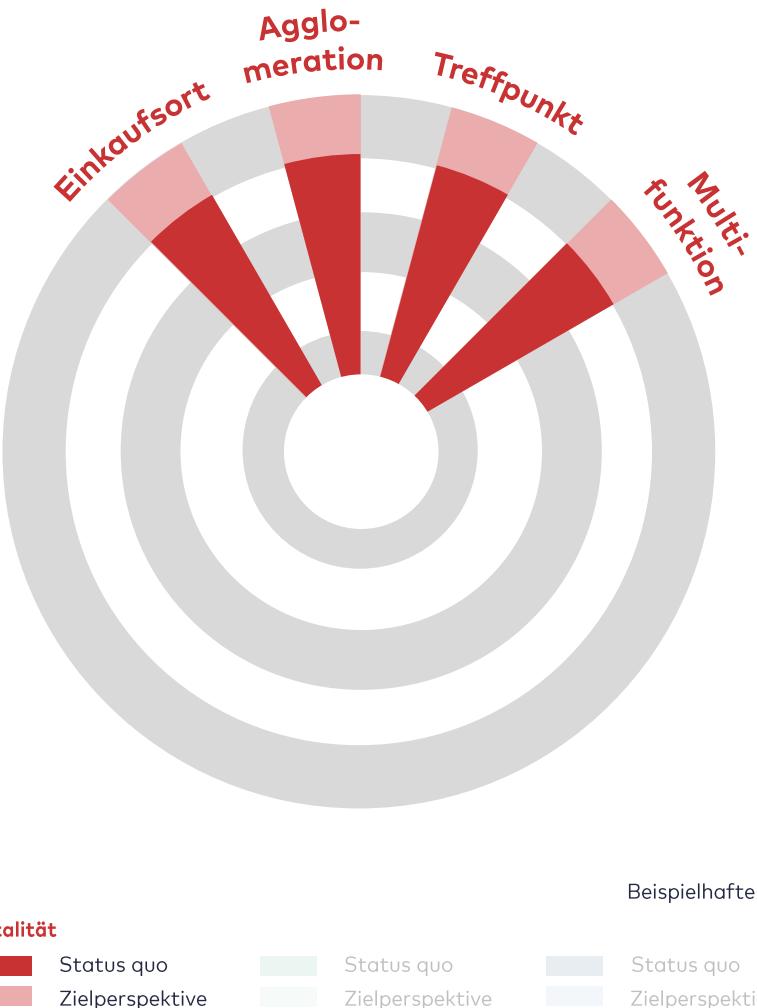
# Zukunftsvision der Innenstadt

## Die DNA der Innenstadt entdecken.

### VITALITÄT – DEFINITION

- **Einkaufsort:** Im Kontext der Innenstadtprofilierung bezieht sich der Aspekt auf die Zusammenstellung des Einzelhandelsangebotes. Dabei ist die Handelsvielfalt sowie das Einkaufserlebnis ausschlaggebend für den Besuchsgrund der Innenstadt. Gleichzeitig besteht der Anspruch als überregionaler Einkaufsspot zu wirken.
- **Agglomeration:** meint die räumliche Konzentration unterschiedlicher Einzelhandels-, Dienstleistungs- und Gastronomieangebote sowie kultureller Einrichtungen und anderer städtischer Aktivitäten. Die Agglomeration von Nutzungen in einer Innenstadt kann dazu beitragen, eine vielfältige und lebendige Atmosphäre zu schaffen und dabei kurze Wege innerhalb des Stadtraums zu begünstigen.
- **Treffpunkt:** Als „Treffpunkt“ werden innerhalb des innerstädtischen Kontextes Bereiche und/oder Orte definiert, die als soziale Knotenpunkte einen gemeinsamen Anlaufpunkt für Bürger:innen, Besucher:innen und Tourist:innen bilden. Ein Treffpunkt zeichnet sich durch seine zentrale Lage, Zugänglichkeit und Attraktivität aus.
- **Multifunktion:** bezieht sich auf die Fähigkeit einer Innenstadt, eine Vielzahl von Funktionen und Aktivitäten zu integrieren und anzubieten. Eine multifunktionale Innenstadt zeichnet sich durch eine breite Palette an Nutzungen, u. a. in den Bereichen Einzelhandel, Gastronomie, Dienstleistungen, Wohnen, Verweilen und Genießen, aus.

Quelle: Darstellung Stadt + Handel.



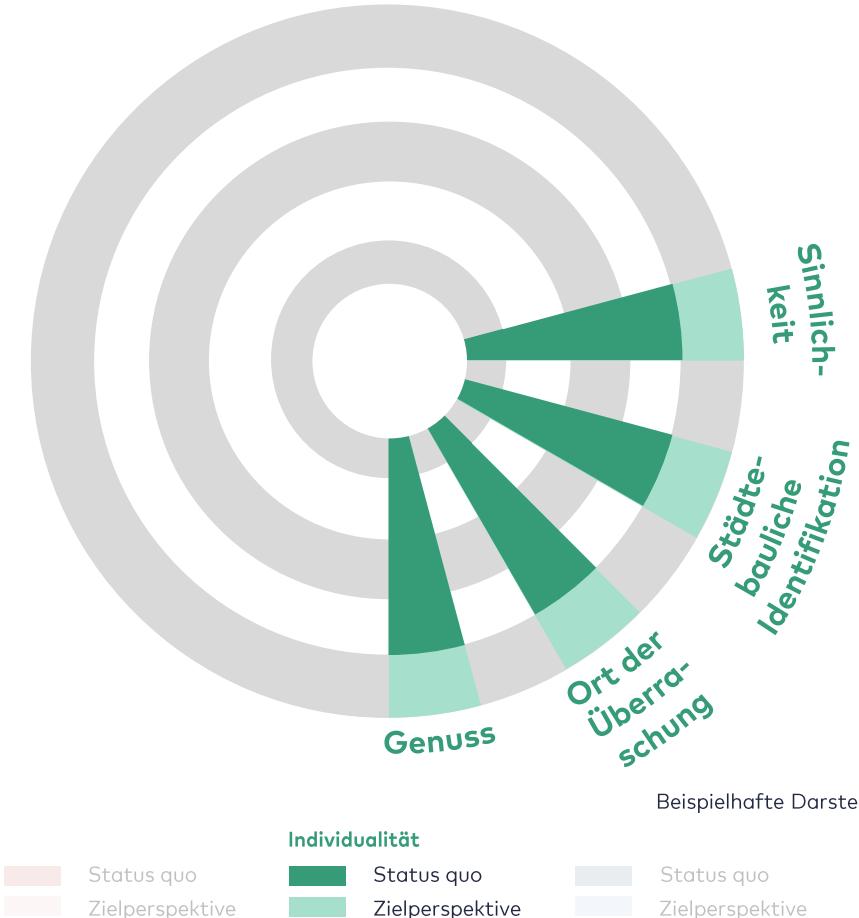
# Zukunftsvision der Innenstadt

## Die DNA der Innenstadt entdecken.

### INDIVIDUALITÄT – DEFINITION

- **Sinnlichkeit:** Durch die Sinnlichkeit einer Innenstadt und ihrer Elemente aus Stadtraum und Nutzungen, sollen die Sinne der Besucher:innen maximal angesprochen werden. Durch die Sinne – Hören, Riechen, Schmecken und Fühlen – wird ein angenehmes Erleben erzeugt und eine einladende Wohlfühlatmosphäre geschaffen.
- **Städtebauliche Identifikation:** bezieht sich auf die Ausprägung und Gestaltung des Raumes, die eine unmittelbare Verbindung und Identifizierung mit dem städtischen Umfeld ermöglicht. Dabei nimmt die Architektur und ein gelungenes Zusammenspiel aus Gebäuden und öffentlichem Raum positiven Einfluss auf die städtebauliche Identifikation.
- **Ort der Überraschung:** Die Innenstadt umfasst als „Ort der Überraschung“ unerwartete, innovative oder unkonventionelle Elemente. Dabei sollen positive emotionale Reaktionen hervorgerufen werden, die das Interesse und die Neugier der Innenstadtbesucher:innen wecken. Orte der Überraschung tragen zur Attraktivität und Erlebnisorientierung einer Innenstadt bei, indem sie den urbanen Raum mit unerwarteten Momenten bereichern und die Innenstadtbesucher:innen-Bindung stärken.
- **Genuss:** Im Bereich „Genuss“ bewertet die Innenstadtprofilierung die Aufstellung der Innenstadt hinsichtlich ihres gastronomischen Angebots. Dabei werden die Nutzungen anhand ihrer Vielfalt sowie Qualität betrachtet: Umfasst die Innenstadt mehr als nur klassische bzw. konventionelle Angebote? Wie ausgewogen ist das Gastronomieangebot im Verhältnis zu den weiteren Nutzungen? Ist für die verschiedenen Zielgruppen ein Angebot verfügbar?

Quelle: Darstellung Stadt + Handel

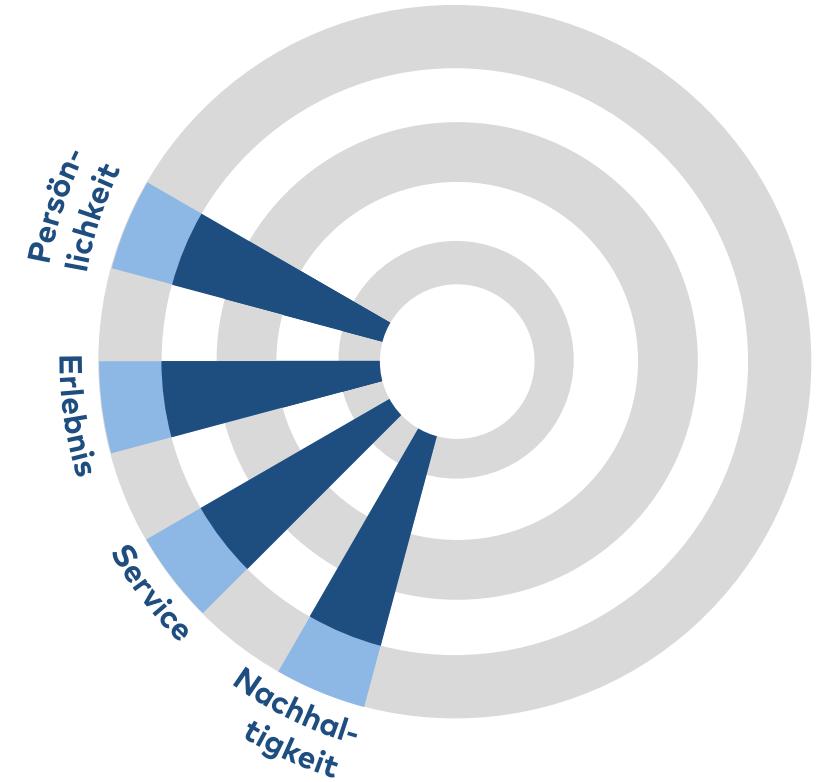


# Zukunftsvision der Innenstadt

## Die DNA der Innenstadt entdecken.

### MENTALITÄT – DEFINITION

- **Nachhaltigkeit:** Bezieht sich auf die langfristige Entwicklung sowie Nutzung der städtischen Ressourcen, um eine lebenswerte Umgebung zu schaffen. Dies umfasst ökologische, soziale und wirtschaftliche Aspekte, die darauf abzielen, Umweltauswirkungen zu minimieren, soziale Gerechtigkeit zu fördern und wirtschaftliche Prosperität zu gewährleisten. Dabei werden bspw. Aspekte der fußläufigen Erreichbarkeit, Begrünung und Elektromobilität bewertet.
- **Service:** Das Thema „Service“ bezieht sich auf eine breite Palette von Unterstützungsmöglichkeiten, die einen angenehmen Aufenthalt in der Innenstadt ermöglichen. Im Stadtraum wird dies durch unterschiedlichste (analoge und digitale) Orientierungs- und Informationselemente sichtbar. Gleichzeitig spielen in diesem Kontext auch Beratungs- und Serviceleistungen im Einzelhandel und der Gastronomie eine entscheidende Rolle.
- **Erlebnis:** Im Kontext der Innenstadtprofilierung umfasst das „Erlebnis“ sowohl physische als auch emotionale Aspekte und stellt dar, wie die Besucher:innen ihre Interaktionen mit dem städtischen Raum, den Einrichtungen, Geschäften, Veranstaltungen und anderen Elementen der Innenstadt erleben. Dabei bezieht sich das Erlebnis auf die Gesamtheit der subjektiven Eindrücke, Emotionen und Wahrnehmungen, die beim Aufenthalt in der Innenstadt erfahren werden.
- **Persönlichkeit:** Beschreibt die charakteristischen Merkmale, Eigenschaften und die Atmosphäre, die das Identitätsgefühl einer Innenstadt ausmachen. Diese Persönlichkeit wird durch eine Vielzahl von Elementen geprägt, darunter architektonisches Design, historische Merkmale, kulturelle Einflüsse, soziale Dynamik und städtebauliche Gestaltung. Dabei ist der unverwechselbare Charakter entscheidend.



Beispielhafte Darstellung

#### Mentalität

	Status quo	Zielperspektive
Mentalität	Status quo	Zielperspektive

	Status quo	Zielperspektive
Mentalität	Status quo	Zielperspektive

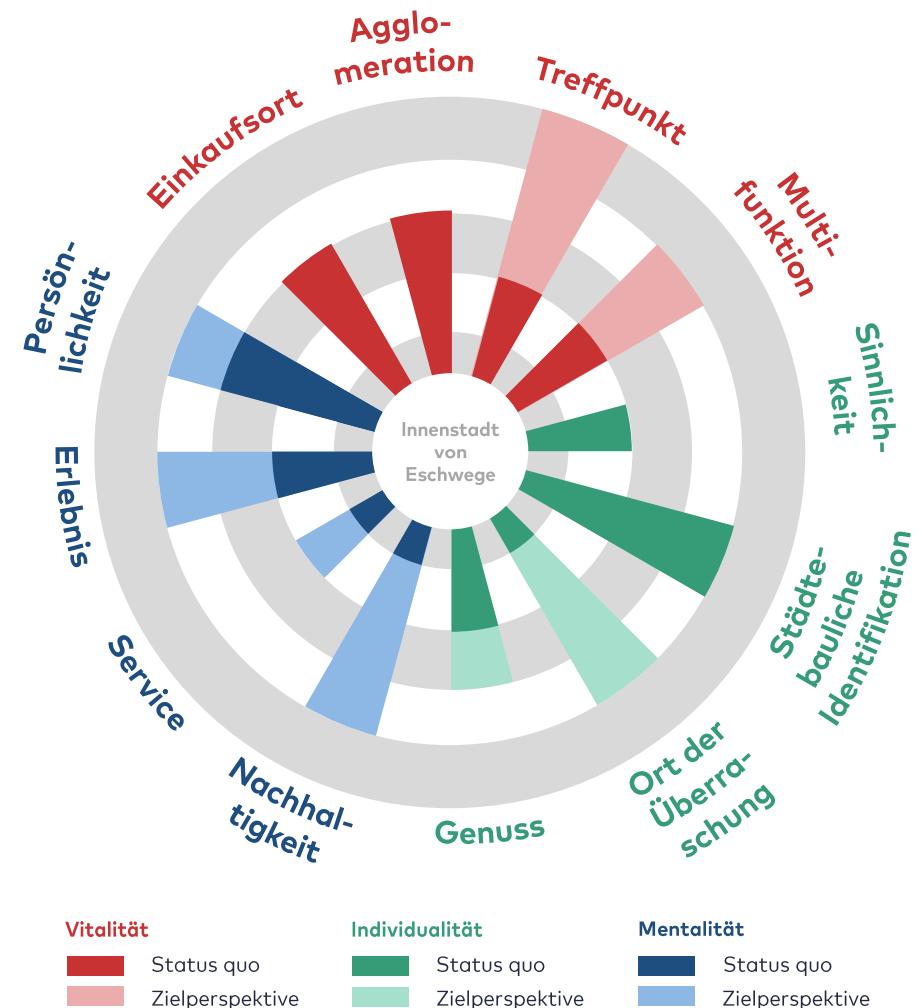
# Zukunftsvision der Innenstadt

## Von der Innenstadt zur Draußen-Stadt

### Von der Innenstadt zur Draußen-Stadt Unterwegs in Eschwege

- Als „Draußen-Stadt“ steht die Innenstadt von Eschwege für Aufenthaltsqualität im öffentlichen Raum. Sitzmöglichkeiten, Begrünung und Wasserelemente bespielen die Platzsituationen und die Haupteinkaufslage. Mit dem Fokus auf eine kinderfreundliche Stadtgestaltung finden junge Familien ansprechende Spielgeräte im Stadtraum wieder. Vor allem der Marktplatz, Obermarkt und Nikolaiplatz wirken als „Draußen-Orte“ zum Verweilen und Treffen – die unterschiedlichen Fokuszielgruppen kommen hier gezielt zusammen.
- Leerstände bieten in der Eschweiger Innenstadt Möglichkeitsräume für neue Nutzungen und Konzepte. Interessierte Unternehmer:innen haben die Möglichkeit ihre individuellen Geschäfts- oder Gastronomiekonzepte, begleitet durch die Stadt Eschwege und unterstützt durch das Know-how starker Akteursnetzwerke, zu erproben und zu testen. Vor allem Jugendliche schätzen das neue, moderne Angebot! Die Seitengassen wie z. B. die Marktstraße werden in Teilen als Orte für gemeinschaftliche Projekte und Workshops genutzt. Der Leerstand des ehemaligen s.Oliver erstrahlt durch das innovative Nutzungskonzept und sorgt für zusätzliche Frequenzen in der Eschweiger Innenstadt – wodurch auch der Stad langfristig als Haupteinkaufslage gestärkt wird.
- Die Forstgasse entwickelt sich stetig als Gastronomieschwerpunkt weiter. In den Leerständen finden sich einzigartige Gastronomie- und Mixed-Use-Konzepte wieder, die insbesondere das junge Publikum der Innenstadt ansprechen. Der öffentliche Raum entspricht ebenfalls den Bedürfnissen der Jugendlichen – es wird bunt und auffällig – was zunehmend auch Festivalbesucher:innen anlockt!

Quelle: Darstellung Stadt + Handel.



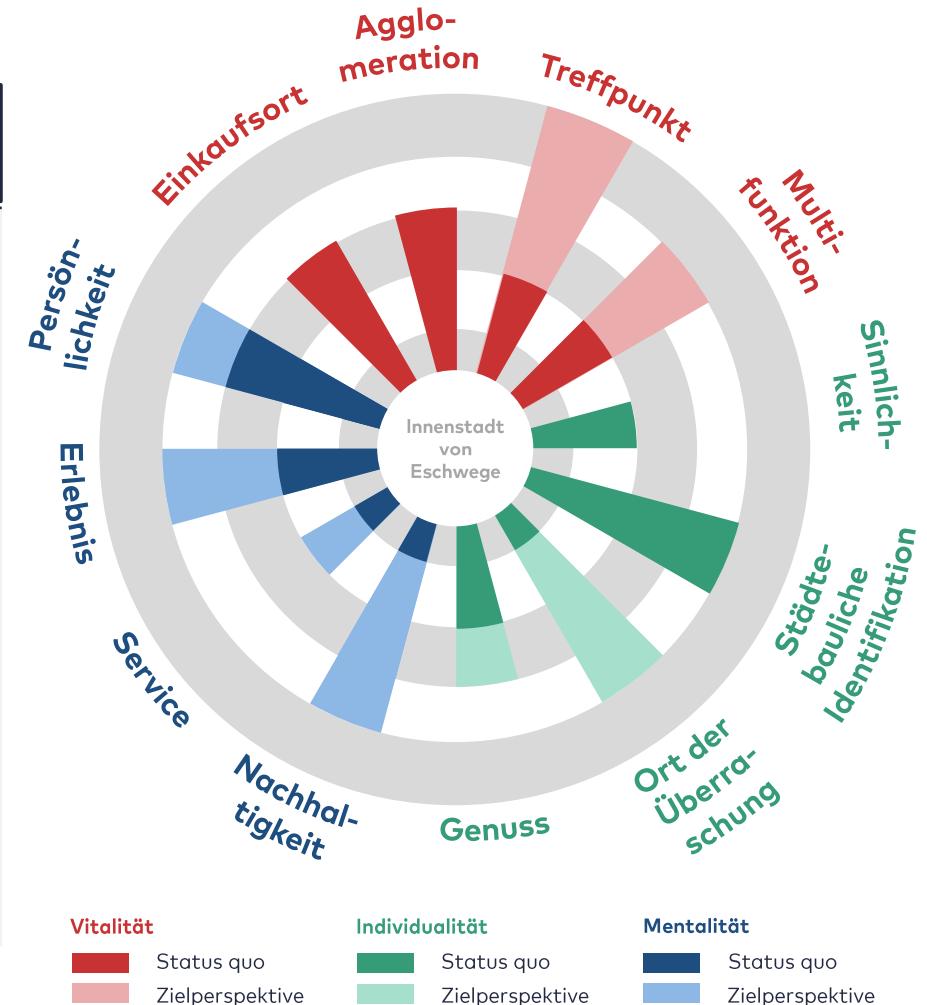
# Zukunftsvision der Innenstadt

## Von der Innenstadt zur Draußen-Stadt

### Von der Innenstadt zur Draußen-Stadt Unterwegs in Eschwege

- Der Charme der historischen Fachwerkhäuser wird durch moderne stadtgestalterische Elemente ergänzt, die zum Flanieren einladen. Die gelungene Kombination der beiden Gegensätze verleiht der Eschweger Innenstadt einen ganz eigenen Charakter, der Alt und Neu harmonisch in sich vereint.
- Durch die Umgestaltung des Werraufers hat die Innenstadt deutlich an Aufenthaltsqualität gewonnen. Dabei fokussiert sich der westliche Bereich auf die Bedürfnisse junger Zielgruppen: Wassersport und coole Möglichkeiten zum Chillen! Am östlichen Ufer stehen dahingegen Erholung und Natur im Vordergrund. Vor allem Tourist:innen schätzen die ruhige und entspannende Atmosphäre in der Nähe des Wassers. Ergänzend wird der Radtourismus fortlaufend durch weitere Mobilitätsangebote, wie moderne E-Ladestationen und überdachte Abstellmöglichkeiten, gestärkt. Ansprechend gestaltete Informationssysteme zu den Routen und deren Highlights runden das Angebot ab!
- Insbesondere Senior:innen bevorzugen das innenstadtnahe Wohnen. Durch die Umwandlung leerstehender Obergeschosse und die Reaktivierung von Innenhöfen entsteht zusätzlicher Wohnraum. Ergänzend füllen Dienstleistungen die Obergeschosse und machen die Eschweger Innenstadt zu einem attraktiven und multifunktionalen Wohn- und Alltagsort.
- Ein ganzjährig gefüllter Veranstaltungskalender bietet regelmäßig Anlässe für die Fokuszielgruppen, die Innenstadt zu besuchen. In den Sommermonaten locken Open-Air-Konzerte, Lesungen und Stadtfeste, während in der Herbst- und Adventszeit der thematisch ergänzte Wochenmarkt und der neue Weihnachtsmarkt beliebte Highlights sind.

Quelle: Darstellung Stadt + Handel.



# Von der Innenstadt zur Draußen-Stadt

UNTERWEGS IN ESCHWEGE



# Zukunftsvisions der Innenstadt

# Von der Innenstadt zur Draußen-Stadt

## Legende

- Grenzen des Untersuchungsgebiets
  - Funktionsbereich Wasser
  - Funktionsbereich Erholung
  - Funktionsbereich Verweilen
  - Funktionsbereich Hauptlage
  - Funktionsbereich Nebenlage
  - Bereich Stadtteilgang Ost
  - Markante Eingangssituation
  - Wegeverbindung mit gestalterischen Verbindungselementen
  - Draußen-Ort
  - generationenübergreifendes Wohner
  - Fokuszielgruppe Jugendliche
  - Fokuszielgruppe junge Familien
  - Fokuszielgruppe Tourist:innen
  - Fokuszielgruppe Festival-  
besucher:innen
  - Fokuszielgruppe Senior:innen

Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Kartengrundlage Kreisstadt Eschwege.



Das kartografische Leitbild für die Innenstadt von Eschwege bildet den Teilbereich ab, in dem sich die innerstädtischen Nutzungen zukünftig konzentrieren. Der südlich angrenzende Bereich wird dahingegen vor allem in seiner Funktion als zentrumsnahes Wohngebiet weiterentwickelt.

Das Leitbild für die Eschweger Innenstadt skizziert eine Zukunftsvision, die die Verknüpfung von Aufenthaltsqualität, Erholung und urbanem Leben in den Mittelpunkt stellt. Als „Draußen-Stadt“ wird Eschwege zur Stadt des öffentlichen Raums, in der Begegnung und Bewegung im Freien im Vordergrund stehen. Wichtige Plätze wie der Marktplatz, Nikolaiplatz und Obermarkt werden durch Sitzgelegenheiten, Begrünung und Wasserelemente zu lebendigen Treffpunkten für verschiedene Zielgruppen. Entsprechend ihrer Bedürfnisse und Ansprüche

# Zukunftsvision der Innenstadt

## Von der Innenstadt zur Draußen-Stadt

an die Innenstadt konzentrieren sich die Zielgruppen unterschiedlich stark in den definierten Funktionsbereichen. Im Funktionsbereich Wasser wird das Potenzial des Werraufers aufgegriffen. Dies geschieht über räumliche und funktionale Verbindungen im Bereich des östlichen Stadteingangs, die den Uferbereich als naturnahen Erholungsraum erschließen. Der gesamte Bereich Stadteingang Ost ist als übergeordnete Raumeinheit zu betrachten, welche anhand verschiedener Nutzungsschwerpunkte für die unterschiedlichen Fokuszielgruppen zugänglich gemacht wird. Im Stadtraum vom Stad über die Marktstraße und den Marktplatz bis hin zum Schwanenteich finden junge Familien eine kinderfreundliche Stadtgestaltung mit Spiel-elementen vor. Diese werden durch experimentelle Flächennutzungen in



den Leerständen im Übergangsbereich von Stad und Marktstraße ergänzt. In der Forstgasse entstehen in den vorhandenen Leerständen dahingegen neue, moderne und ergänzende gastronomische Konzepte, die junge Menschen und Festivalbesucher:innen anziehen. Gleichzeitig wird im gesamten Innenstadtbereich der Wohnraum in den Obergeschossen umgestaltet, um das innenstadtnahe Wohnen, insb. für Senior:innen, zu fördern.

Mit regelmäßigen Veranstaltungen von Open-Air-Events im Sommer bis hin zu thematischen Märkten im Winter, wird der Bereich rund um den Marktplatz als pulsierendes Zentrum der Innenstadt für verschiedene Zielgruppen zum Begegnungs- und Erlebnisort. Abschließend werden die beiden Funktionsbereiche um den Schulberg und den Schwanenteich als innenstadtnahe Erholungsorte in den Stadtraum integriert.

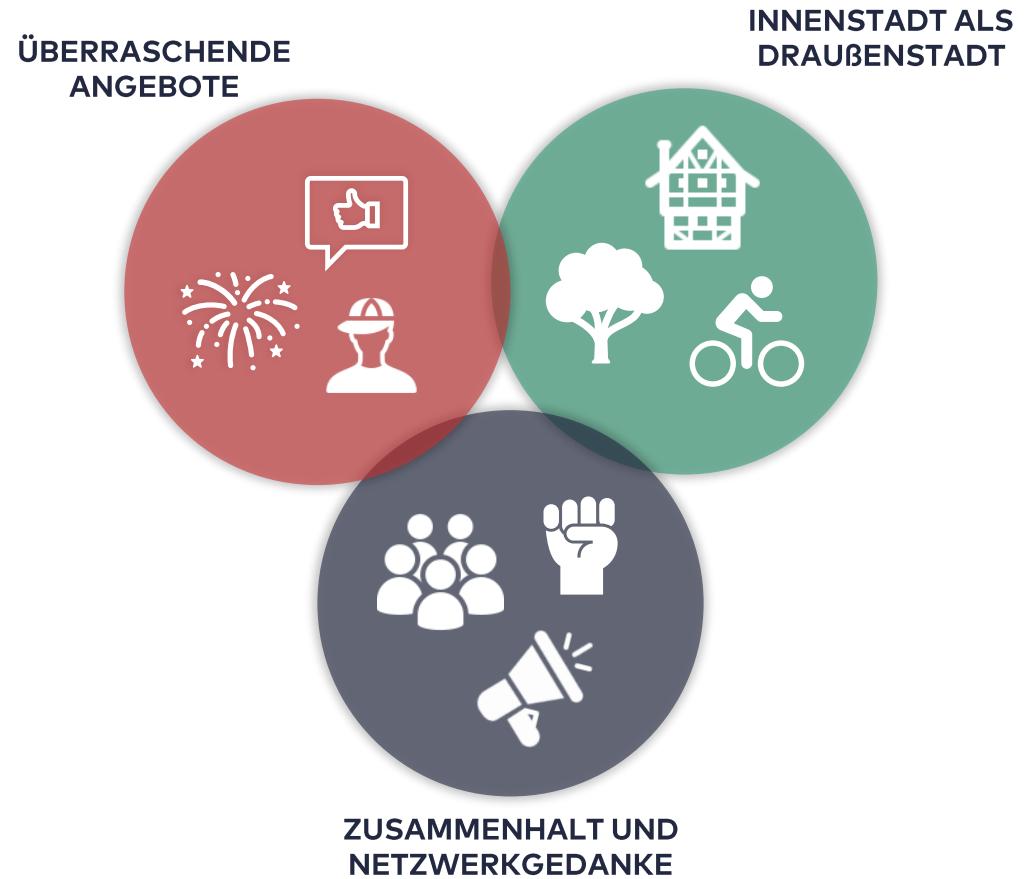
# Entwicklungsstrategien

# Entwicklungsstrategien für die Innenstadt von Eschwege

Auf Grundlage der bisherigen Ergebnisse des Prozesses und dem daraus entwickelten Leitbild getreu dem Motto „**Von der Innenstadt zur Draußen-Stadt. Unterwegs in Eschwege**“, lassen sich folgende Entwicklungsstrategien zur Transformation der Innenstadt von Eschwege ableiten:

- ERHALT VORHANDENER UND AUSBAU INNOVATIVER ANGEBOTE MIT ÜBERRASCHUNGSEFFEKT
- ETABLIERUNG DER INNENSTADT ALS DRAUßen-STADT
- STÄRKUNG DES ZUSAMMENHALTS ALS GEMEINSAMES NETZWERK

Die Entwicklungsstrategien werden auf der nachfolgenden Seite weiter qualifiziert und dienen im nächsten Schritt als Basis zur Erstellung einer Toolbox mit konkreten Projektansätzen.



# Entwicklungsstrategien

## für die Innenstadt von Eschwege



### Erhalt vorhandener und Ausbau innovativer Angebote mit Überraschungseffekt

- Umnutzung von Leerständen entlang der Bedarfe junger Menschen, z. B. als kreative Begegnungsorte mit innovativen und experimentellen Nutzungskonzepten
- Schaffung von Überraschungseffekten durch moderne und abwechslungsreiche Bespielung des öffentlichen Raums, insbesondere der innerstädtischen Plätze
- Gleichzeitige Sicherung der Versorgungsangebote im täglichen Bedarf für junge Familien und zentrumsnah lebende Senior:innen
- Förderungen zum Erhalt von inhaber:innengeführten Geschäften und als Anreize für lokale Neugründungen, die die Persönlichkeit und Individualität der Innenstadt prägen
- Erhalt, Weiterentwicklung und Neugestaltung von zielgruppenspezifischen Events und Attraktionen an den entsprechenden Fokusräumen
- Stärkung der digitalen Sichtbarkeit der Angebote und Verschmelzen mit analogen Strukturen



### Etablierung der Innenstadt als Draußen-Ort

- Konstituierung der Innenstadt als Draußen-Stadt durch die Herausbildung konkreter Draußen-Orte, die den öffentlichen Raum zum Wohnzimmer machen und zum Aufhalten und Verweilen einladen
- Ausbau der (konsumfreien) Aufenthaltsorte und Treffpunkte in der Innenstadt sowie der Spielmöglichkeiten im Stadtraum
- Attraktivierung des Innenstadtraums durch Installation von hochwertigem Stadtmobiliar und Grünelementen, die im Einklang zum historischen Stadtbild stehen
- Schaffung der Erlebbarkeit der Werra durch Aufenthalts- und Erlebnisräume am Wasser sowie einer klaren Verbindung zur Innenstadt
- Ausbau der (Service-)Angebote, die einen angenehmen Aufenthalt für Besucher:innen und Tourist:innen fördern und diese nachhaltig an die Innenstadt binden



### Stärkung des Zusammenhalts als gemeinsames Netzwerk

- Schaffung eines tragfähigen Netzwerks zur Förderung der Kommunikation und Kooperation zwischen den verschiedenen Akteursgruppen wie Verwaltung, Politik, Gewerbetreibende und Bürger:innen, um gemeinsam an der Umsetzung innerstädtischer Maßnahmen zu arbeiten
- Etablierung eines aktiven und aktivierenden Stadtmarketings zur nachhaltigen Stärkung der Innenstadtentwicklung unter kontinuierlicher Einbindung der Gewerbetreibenden und weiteren Akteuren vor Ort
- Einbindung der Fokuszielgruppen in anstehende Planungsprozesse zur Erreichung einer nachhaltigen Innenstadtentwicklung sowie Stärkung transparent gestalteter und kommunizierter (Umbau-) Maßnahmen

# Maßnahmen- katalog

# Maßnahmenkatalog

## Von der Innenstadt zur Draußen-Stadt

### Legende

- [dashed box] Grenzen des Untersuchungsgebiets
- [blue square] Fokusbereich Wasser
- [green square] Fokusbereich Erholung
- [yellow square] Fokusbereich Verweilen
- [red square] Fokusbereich Hauptlage
- [grey square] Fokusbereich Nebenlage
- [dark blue square] Bereich Stadteinang Ost
- [grey double arrow] Markante Eingangssituation
- [grey double arrow] Wegeverbindung mit gestalterischen Verbindungselementen
- [star icon] Draußen-Ort
- [house icon] generationenübergreifendes Wohnen
- [person icon] Fokuszielgruppe Jugendliche
- [couple icon] Fokuszielgruppe junge Familien
- [tourist icon] Fokuszielgruppe Tourist:innen
- [festival icon] Fokuszielgruppe Festivalbesucher:innen
- [elderly icon] Fokuszielgruppe Senior:innen

Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Kartengrundlage Kreisstadt Eschwege.



# Maßnahmenkatalog

## Fokusbereich Hauptlage (1)

Projekt	Kurzbeschreibung	Verortung	Projekt-verantwortliche	Entwicklungs-strategie	Aufwand	Wirkungs -grad	Priorität
1a. Das Eschwege Haus	Etablierung eines Reallabors in einer leerstehenden Immobilie für Innovationen: Schaffung multifunktionaler Räume für Co-Working, Veranstaltungen, Bildung und Begegnungen mit einem Schwerpunkt auf niedrigschwellige Angebote für die Fokuszielgruppen, insb. Jugendliche und junge Familien; Anmietung des Leerstands durch die Stadt Eschwege; erste Schritte zur Umsetzung im Rahmen des Innenstadt-Festivals	Stad	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Stadtverwaltung Fachbereich 3.1</li> <li>▪ Immobilieneigen tümer:innen</li> </ul>		  	  	 
1b. Saisonale Highlights im öffentlichen Raum	Förderung der saisonalen Identität durch attraktive Märkte und Veranstaltungen: u. a. durch räumliche und zeitliche Ausweitung des Weihnachtsmarktes, Frühlingsfest (mit Eröffnung der Außengastronomiesaison), Herbstfest mit Aktionen für junge Familien; Verknüpfung zum Obermarkt/Marktplatz denkbar, auch als Attraktion für Tourist:innen	Stad	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Initiative Stadtmarketing Eschwege e. V.</li> </ul>		  	  	 
1c. Draußen-Ort Stad	Einrichtung von begrünten Sitzmöglichkeiten sowie Spiel- und Grünelemente im Sinne der Machbarkeitsstudien „Grünraum Stadt“ und „Spielraum Stadt“ (entsprechend der Ansprüche der Fokuszielgruppen, insb. Jugendliche und Senior:innen)	Stad	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Stadtverwaltung Fachbereich 3.1</li> </ul>		  	  	 

# Maßnahmenkatalog

## Fokusbereich Hauptlage (1)

Projekt	Kurzbeschreibung	Verortung	Projekt-verantwortliche	Entwicklungs-strategie	Aufwand	Wirkungs -grad	Priorität
1d. Verkaufs-atmosphäre für den Stad	Schaffung einer einladenden und attraktiven Verkaufsatmosphäre zur Förderung des Einzelhandels, z. B. durch Schaufensterworkshops, aber auch durch die aktive Einbindung von Bürger:innen (insb. junge Familien) mit gemeinschaftlichen Aktionen: Bepflanzung von Beeten im Frühling, Schmücken von Weihnachtsbäumen im Winter etc.	Stad	<ul style="list-style-type: none"> <li>Initiative Stadtmarketing Eschwege e. V.</li> <li>Gewerbetreibende</li> </ul>		 	 	
1e. Tor zur Innenstadt	Stadträumliche Aufwertung bestehender Sitzelemente, modernere Beschilderungen für eine klare Wegestruktur, Eingangsschild zur Innenstadt; für eine verbesserte Lesbarkeit insb. für (Festival-)Tourist:innen	Nördlicher Stad	<ul style="list-style-type: none"> <li>Stadtverwaltung Fachbereich 3.1</li> </ul>	 	 	 	
1f. Blaugrüne Lebensader der Stad	Installation eines Wasserlaufs (u. a. als Verbindung zur Werra), Steigerung der Aufenthaltsqualität im Stad, Klimaanpassungsmaßnahme	Stad	<ul style="list-style-type: none"> <li>Stadtverwaltung Fachbereich 3.1</li> </ul>		 	 	
1g. Verkaufsfördernde Maßnahmen	Etablierung von Maßnahmen zur Umsatzsteigerung der ansässigen Gewerbetreibenden durch gemeinsame Aktionen wie z. B. ein Adventskalender; Werbemaßnahmen z. B. für den Stadtgutschein	Stad, Herrengasse, Enge Gasse	<ul style="list-style-type: none"> <li>Gewerbetreibende</li> <li>Initiative Stadtmarketing Eschwege e. V.</li> </ul>	 	 	 	

# Maßnahmenkatalog

## Fokusbereich Nebenlage (2)

Projekt	Kurzbeschreibung	Verortung	Projekt-verantwortliche	Entwicklungs-strategie	Aufwand	Wirkungs -grad	Priorität
2a. Temporäre Gassenkonzepte	Aktivierung der Immobilieneigentümer:innen zur Umsetzung flexibler Pop-Up Konzepte in den Nebenlagen; Positionierung der Forstgasse als Ort des Ausgehens und Entdeckens mit thematischen Pop-Up-Stores (z. B. Streetfood, Handwerkskunst, moderne Gastronomie) insb. für Jugendliche und Festivalbesucher:innen; Fokussierung der Pop-Up-Angebote in der Marktstraße auf spezialisiertes Einkaufen (z. B. Nischenprodukte, Manufakturwaren, lokale/regionale Produkte) und soziale Treffpunkte (z. B. Betreuungseinrichtungen, „Innenstadt-Wohnzimmer“)	Forstgasse, Marktstraße	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Stadtverwaltung Fachbereich 3.1</li> <li>▪ Gründer:innen/ Jungunternehmen</li> <li>▪ Immobilieneigentümer:innen</li> </ul>			 	 
2b. Aufschließen Leerstandsmanagement Forstgasse	Umsetzung langfristiger Nutzungskonzepte für leerstehende Ladenlokale; Ansiedlung von Gastronomie-, Imbiss- und modernen Freizeitangeboten zur Etablierung der Forstgasse als Treffpunkt für Jugendliche und Festivalbesucher:innen; Unterstützung von Gründer:innen und Jungunternehmen durch Mietanreize und flexible Mietmodelle	Forstgasse	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Stadtverwaltung Fachbereich 3.1</li> <li>▪ Gründer:innen/ Jungunternehmen</li> <li>▪ Immobilieneigentümer:innen</li> </ul>			 	 

# Maßnahmenkatalog

## Fokusbereich Nebenlage (2)

Projekt	Kurzbeschreibung	Verortung	Projekt-verantwortliche	Entwicklungs-strategie	Aufwand	Wirkungs -grad	Priorität
2c. Marketingstrategie Forstgasse	Vermarktung der Forstgasse als kreativer und moderner Hotspot durch gezielte Social-Media-Kampagnen, Eventreihen und Kooperationen mit Influencer:innen; Ziel: Imageverbesserung und Etablierung als Ausgeh- und Erlebnismeile für ein junges Publikum	Forstgasse	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Initiative Stadtmarketing Eschwege e. V.</li> <li>■ ansässige Gewerbetreibende</li> </ul>				
2d. Hinterhof-Feste	Nutzung von Hinterhöfen in der Forstgasse für kleinere kulturelle Veranstaltungen wie Lesungen, Mini-Konzerte, Workshops oder Hofflohmarkte insb. zur Ansprache junger Menschen	Forstgasse	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Stadtverwaltung Fachbereich 3.1</li> <li>■ Kunst- und Kulturschaffende</li> </ul>				

# Maßnahmenkatalog

## Fokusbereich Verweilen (3)

Projekt	Kurzbeschreibung	Verortung	Projekt-verantwortliche	Entwicklungs-strategie	Aufwand	Wirkungs -grad	Priorität
3a. Baustellenmarketing Nikolaiplatz <i>(bereits laufend)</i>	Kontinuierliche Kommunikation und Transparenz hinsichtlich der Baumaßnahme zur Umgestaltung des Nikolaiplatzes; Einrichtung von Hinweistafeln/-schildern mit aktuellen Informationen zum Prozess: In welcher Phase befindet sich das Projekt? Wie soll es hier zukünftig aussehen?	Nikolaiplatz	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Stadtverwaltung Fachbereich 3.1</li> </ul>		  	  	  
3b. Hotspot JUZ	Weiterentwicklung des Jugendzentrums als der zentrale Treffpunkt für Jugendliche; Aufgreifen der Ideen aus der Jugendbeteiligung: Verlängerung der Öffnungszeiten, Events (z. B. Grillen im Sommer), Erweiterung des Angebots (u. a. Nutzbarkeit Tanzraum)	JUZ	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Stadtverwaltung Fachbereich 3.1</li> <li>▪ Vereine und Initiativen</li> <li>▪ Bildungsträger</li> </ul>		  	  	  
3c. Innenstadt-fest	Organisation und Planung eines Aktionstages zur Bespielung des ehem. Busbahnhofs (durch Vereine, Künstler:innen, soziale Einrichtung etc.); Sichtbarmachung verschiedener Nutzungsideen zur multifunktionalen Nutzung des ehem. Busbahnhofs; Weiterführung der Veranstaltung im Altstadtbereich (u. a. durch Bespielung von leerstehenden Ladenlokalen)	ehem. Busbahnhof (mit Ausweitung auf Stad, Forstgasse, Obermarkt, Marktplatz, Marktstraße)	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Stadtverwaltung Fachbereich 3.1</li> <li>▪ Stadt + Handel</li> <li>▪ Vereine und Initiativen</li> <li>▪ Kunst und Kulturschaffende</li> </ul>		 	 	  

# Maßnahmenkatalog

## Fokusbereich Verweilen (3)

Projekt	Kurzbeschreibung	Verortung	Projekt-verantwortliche	Entwicklungs-strategie	Aufwand	Wirkungs -grad	Priorität
3d. Draußen-Ort Stadteingang Ost	Erarbeitung eines Nutzungskonzepts für den ehem. Busbahnhof; Umfängliche Umgestaltung, Umwandlung der eindimensionalen Nutzung zur Nutzungsmischung, Erhöhung der Aufenthaltsqualität, Stärkung der Verbindung zum Wasser (Konkretisierung der Ideen im Anschluss des Innenstadtfestivals, Berücksichtigung der Vorschläge aus der Jugendbeteiligung)	ehem. Busbahnhof	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Stadtverwaltung Fachbereich 3.1</li> </ul>	 	<span style="display:inline-block; width:15px; height:15px; background-color:red; border-radius:50%;"></span> <span style="display:inline-block; width:15px; height:15px; background-color:red; border-radius:50%;"></span> <span style="display:inline-block; width:15px; height:15px; background-color:red; border-radius:50%;"></span>	<span style="display:inline-block; width:15px; height:15px; background-color:red; border-radius:50%;"></span> <span style="display:inline-block; width:15px; height:15px; background-color:red; border-radius:50%;"></span> <span style="display:inline-block; width:15px; height:15px; background-color:red; border-radius:50%;"></span>	<span style="display:inline-block; width:15px; height:15px; background-color:red; border-radius:50%;"></span> <span style="display:inline-block; width:15px; height:15px; background-color:red; border-radius:50%;"></span> <span style="display:inline-block; width:15px; height:15px; background-color:red; border-radius:50%;"></span>
3e. Draußen-Ort Obermarkt	Einrichtung von Stadtmobiliar (insb. Sitz- und Spielelemente) zur Steigerung der Aufenthaltsqualität insb. von Senior:innen und jungen Familien (unter Berücksichtigung des Wochenmarktes sowie weiterer Veranstaltungen); Umsetzung entsprechend der Machbarkeitsstudien „Grünraum Stadt“ und „Spielraum Stadt“	Obermarkt	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Stadtverwaltung Fachbereich 3.1</li> </ul>		<span style="display:inline-block; width:15px; height:15px; background-color:red; border-radius:50%;"></span> <span style="display:inline-block; width:15px; height:15px; background-color:red; border-radius:50%;"></span> <span style="display:inline-block; width:15px; height:15px; border:1px solid black; border-radius:50%;"></span>	<span style="display:inline-block; width:15px; height:15px; background-color:red; border-radius:50%;"></span> <span style="display:inline-block; width:15px; height:15px; background-color:red; border-radius:50%;"></span> <span style="display:inline-block; width:15px; height:15px; border:1px solid black; border-radius:50%;"></span>	<span style="display:inline-block; width:15px; height:15px; background-color:red; border-radius:50%;"></span> <span style="display:inline-block; width:15px; height:15px; background-color:red; border-radius:50%;"></span> <span style="display:inline-block; width:15px; height:15px; border:1px solid black; border-radius:50%;"></span>
3f. Feierabendmarkt	Etablierung eines Feierabendmarktes während der warmen Sommermonate: u. a. musikalische Begleitung, Wein- und Feinkoststände (ggf. temporäre Sperrung des Marktplatzes, insb. für junge Familien, Tourist:innen)	Obermarkt, Marktplatz	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Initiative Stadtmarketing Eschwege e. V.</li> <li>▪ Gastronom:innen</li> <li>▪ Marktbeschicker:innen</li> </ul>		<span style="display:inline-block; width:15px; height:15px; background-color:red; border-radius:50%;"></span> <span style="display:inline-block; width:15px; height:15px; border:1px solid black; border-radius:50%;"></span> <span style="display:inline-block; width:15px; height:15px; border:1px solid black; border-radius:50%;"></span>	<span style="display:inline-block; width:15px; height:15px; background-color:red; border-radius:50%;"></span> <span style="display:inline-block; width:15px; height:15px; border:1px solid black; border-radius:50%;"></span> <span style="display:inline-block; width:15px; height:15px; border:1px solid black; border-radius:50%;"></span>	<span style="display:inline-block; width:15px; height:15px; background-color:red; border-radius:50%;"></span> <span style="display:inline-block; width:15px; height:15px; background-color:red; border-radius:50%;"></span> <span style="display:inline-block; width:15px; height:15px; border:1px solid black; border-radius:50%;"></span>

# Maßnahmenkatalog

## Fokusbereich Verweilen (3)

Projekt	Kurzbeschreibung	Verortung	Projekt-verantwortliche	Entwicklungs-strategie	Aufwand	Wirkungs -grad	Priorität
3g. Wochenmarktkonzept	Erarbeitung eines Wochenmarktkonzepts zur Stärkung, Attraktivierung und Neuausrichtung des Wochenmarktes durch ergänzende Angebote, Veranstaltungen und Aktionen unter Berücksichtigung der Fokuszielgruppen Senior:innen, junge Familien und Tourist:innen	Obermarkt	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Stadtverwaltung Fachbereich 3.1</li> <li>▪ Marktbeschicker:innen</li> <li>▪ externe Dienstleister</li> </ul>				
3h. Neueröffnung Nikolaiplatz	Planung und Organisation eines Events rund um die Eröffnung des Nikolaiplatzes	Nikolaiplatz	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Stadtverwaltung Fachbereich 3.1</li> <li>▪ Initiative Stadtmarketing Eschwege e. V.</li> </ul>				

# Maßnahmenkatalog

## Fokusbereich Wasser (4)

Projekt	Kurzbeschreibung	Verortung	Projekt-verantwortliche	Entwicklungs-strategie	Aufwand	Wirkungs -grad	Priorität
4a. Wasserwege erleben	Einrichtung einer Verleihstation für Wassersport- und Freizeitangebote entlang der Werra (z. B. Kanus, Tretboote, SUPs) unter Berücksichtigung der Fokuszielgruppen Jugendliche und (Festival-)Tourist:innen	Östliches Werraufer	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Tourist-Info</li> <li>▪ Vereine und Initiativen</li> </ul>		  	  	 
4b. Move-Flächen	Einrichtung von Slackline-Flächen, Streetball-Körben oder Calisthenics-Stationen für aktive Bewegung direkt am Wasser sowie Wasserpark (z. B. Hüpfburgen) auf der Werra (insb. für junge Menschen aber auch Angebot für Senior:innen)	Östliches Werraufer	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Tourist-Info</li> <li>▪ Vereine und Initiativen</li> </ul>		  	  	 
4c. Familienoase Schwanenteich	Gestaltung des Schwanenteichs als familienfreundlicher Erholungsraum für junge Familien mit wasserbezogenen Spielbereichen für Kinder sowie beschatteten Sitzbereichen für Aufsichtspersonen	Schwanenteich	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Stadtverwaltung Fachbereich 3.1</li> </ul>		  	  	 
4d. Naturraum gemeinsam denken	Verknüpfung der Werra mit dem Schwanenteich zu einem einheitlichen Erholungs- und Naturerlebnisraum mit durchgängigem Wegesystem und integriertem Naturlehrpfad insb. für junge Familien, Jugendliche und Tourist:innen	Östliches Werraufer, Schwanenteich	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Stadtverwaltung Fachbereich 3.1</li> </ul>		  	  	 

# Maßnahmenkatalog

## Fokusbereich Wasser (4)

Projekt	Kurzbeschreibung	Verortung	Projekt-verantwortliche	Entwicklungs-strategie	Aufwand	Wirkungs -grad	Priorität
4e. Sommer an der Werra	Etablierung einer Veranstaltungsreihe mit Open-Air-Kino, Musikabenden, Theateraufführungen sowie Picknick und Familiennachmittagen, auch als Attraktion für Tourist:innen	Östliches Werraufer, Schwanenteich	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Tourist-Info</li> <li>▪ externe Dienstleister</li> </ul>		<span style="display: inline-block; width: 15px; height: 15px; background-color: #d3d3d3;"></span> <span style="display: inline-block; width: 15px; height: 15px; background-color: #d3d3d3;"></span> <span style="display: inline-block; width: 15px; height: 15px; background-color: #d3d3d3;"></span>	<span style="display: inline-block; width: 15px; height: 15px; background-color: #d3d3d3;"></span> <span style="display: inline-block; width: 15px; height: 15px; background-color: #d3d3d3;"></span> <span style="display: inline-block; width: 15px; height: 15px; background-color: #d3d3d3;"></span>	<span style="display: inline-block; width: 15px; height: 15px; background-color: #d3d3d3;"></span> <span style="display: inline-block; width: 15px; height: 15px; background-color: #d3d3d3;"></span> <span style="display: inline-block; width: 15px; height: 15px; background-color: #d3d3d3;"></span>

# Maßnahmenkatalog

## Fokusbereich Erholung (5)

Projekt	Kurzbeschreibung	Verortung	Projekt-verantwortliche	Entwicklungs-strategie	Aufwand	Wirkungs -grad	Priorität
5a. Grüne Ruheoase Sophiengarten	Revitalisierung des Sophiengartens als zentraler, ruhiger Erholungsraum (insb. für Senior:innen); Verbesserung der intuitiven Wegeführung (u. a. mit Hinweisschildern); rutschfeste Beläge ermöglichen einen barrierefreien Aufstieg zu der neugestalteten Grünfläche (unter Berücksichtigung des perspektivischen Konzepts für den Sophiengarten)	Sophien-garten	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Tourist-Info</li> </ul>		<span style="color: red;">█</span> <span style="color: white;">□</span> <span style="color: white;">□</span>	<span style="color: red;">█</span> <span style="color: white;">□</span> <span style="color: white;">□</span>	<span style="color: red;">█</span> <span style="color: red;">█</span> <span style="color: red;">█</span>
5b. Panorama-blick	Etablierung des Schulbergs als attraktiver Aussichtspunkt für Tourist:innen für einen einzigartigen Blick über die Altstadt und die Werra; Weiterentwicklung des Bereichs mit Liegebänken und Infotafeln zur Geschichte der Stadt	Schulberg	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Tourist-Info</li> </ul>		<span style="color: red;">█</span> <span style="color: white;">□</span> <span style="color: white;">□</span>	<span style="color: red;">█</span> <span style="color: red;">█</span> <span style="color: white;">□</span>	<span style="color: red;">█</span> <span style="color: red;">█</span> <span style="color: red;">█</span>
5c. Draußen-Ort Torwiese	Stärkung der Torwiese als Ort für Sport und Entspannung durch die Aufwertung der bestehenden Angebote sowie der Neuschaffung von Outdoor-Fitnessbereichen und Bewegungspfaden	Torwiese	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Initiative Stadtmarketing Eschwege e. V.</li> <li>▪ Vereine und Initiativen</li> </ul>	 	<span style="color: white;">█</span> <span style="color: red;">█</span> <span style="color: white;">□</span>	<span style="color: red;">█</span> <span style="color: white;">□</span> <span style="color: white;">□</span>	<span style="color: red;">█</span> <span style="color: red;">█</span> <span style="color: white;">□</span>

# Maßnahmenkatalog

## Eschweger Innenstadt (6)

Projekt	Kurzbeschreibung	Projekt-verantwortliche	Entwicklungs-strategie	Aufwand	Wirkungs -grad	Priorität
6a. Stadtmarketing-Verein <i>(Starterprojekt in Verbindung mit weiteren Projekten)</i>	Aufbau eines Stadtmarketing-Vereins unter Einbindung der Gewerbetreibenden, Stadtverwaltung und Tourist-Info Eschwege; fachliche Begleitung und Unterstützung durch Stadt + Handel; Definition von gemeinsamen Zielen, Aufgaben und Organisationsform; Verantwortungsübergabe zur Umsetzung der Maßnahmen im Rahmen des Handlungskonzepts	<ul style="list-style-type: none"> <li>Initiative Stadtmarketing Eschwege e. V.</li> <li>Stadt + Handel</li> <li>Gewerbetreibende</li> </ul>		<span style="color:red">█</span> <span style="color:lightgray">□</span> <span style="color:red">█</span>	<span style="color:red">█</span> <span style="color:red">█</span> <span style="color:red">█</span>	<span style="color:red">█</span> <span style="color:red">█</span> <span style="color:red">█</span>
6b. Aktivierendes Flächen- und Leerstandsmanagement/ Pop-Up-Konzept Innenstadt <i>(als Fortführung der Maßnahmen 2a und 2b)</i>	Reduzierung von Leerständen in der gesamten Innenstadt durch die Einrichtung von Zwischennutzungen; Ansiedlung der Konzepte entsprechend der Profilierung der einzelnen Fokusbereiche; Aufbau einer Leerstandsdatenbank und eines Portfolios, um kurzfristig reagieren zu können und Leerstände schnellstmöglich zu beleben unter Berücksichtigung des Ziels zur Ansiedlung langfristiger Konzepte in leerstehenden Ladenlokalen; darüber hinaus aktives Flächenmanagement zur proaktiven Lösung potenzieller Nachfolgeproblematiken; enger Austausch zwischen Stadtverwaltung/Stadtmarketingverein und Eigentümer:innen; Einsatz und Bereithaltung finanzieller und personeller Ressourcen zur stetigen Umsetzung; Zusammenführung aller Maßnahmen in einer Leerstandsstrategie	<ul style="list-style-type: none"> <li>Stadtverwaltung Fachbereich 3.1</li> <li>Gründer:innen/ Jungunternehmen</li> <li>Immobilien-eigentümer:innen</li> </ul>		<span style="color:red">█</span> <span style="color:red">█</span> <span style="color:red">█</span>	<span style="color:red">█</span> <span style="color:red">█</span> <span style="color:red">█</span>	<span style="color:red">█</span> <span style="color:red">█</span> <span style="color:red">█</span>
6c. Wandernde Erholungsinseln	Einrichtung von ansprechend gestalteten, begrünten Erholungsinseln aus einer Kombination aus verschiedenen Modulen an Sitzmöglichkeiten und Grünelementen; Erweiterung der Module um Trinkwasserspender mit kostenfreiem Zugang zu frischem Trinkwasser und kleinteilige Spielgeräte (zur Ansprache der Fokuszielgruppe der jungen Familien); einzelne Elemente bzw. Module sollen als Baukasten gedacht werden und flexibel einsetzbar sein (Verlagerung innerhalb des Innenstadtbereichs möglich, „Wanderung“ der Module durch die gesamte Innenstadt)	<ul style="list-style-type: none"> <li>Tourist-Info</li> </ul>		<span style="color:red">█</span> <span style="color:red">█</span> <span style="color:red">█</span>	<span style="color:red">█</span> <span style="color:red">█</span> <span style="color:red">█</span>	<span style="color:red">█</span> <span style="color:red">█</span> <span style="color:red">█</span> <span style="color:red">█</span>

# Maßnahmenkatalog

## Eschweger Innenstadt (6)

Projekt	Kurzbeschreibung	Projekt-verantwortliche	Entwicklungs-strategie	Aufwand	Wirkungs -grad	Priorität
6d. Marketing- und Veranstaltungskonzept	Entwicklung einer Marketingstrategie auf Grundlage der Profilierungsansätze für die Eschweger Innenstadt; Herausbildung eines Alleinstellungsmerkmals sowie einer Wort-/Bildmarke zur Vermarktung der innerstädtischen Qualitäten; zielgruppenspezifische Ansprache sowie Berücksichtigung unterschiedlicher Kommunikationskanäle sind entscheidend; Ergänzung eines Veranstaltungskalenders mit Innenstadtbezug über Social-Media-Kanäle, angepasst an die Ansprüche der Fokuszielgruppen (insb. für Jugendliche und junge Familien)	<ul style="list-style-type: none"> <li>Initiative Stadtmarketing Eschwege e. V.</li> </ul>		  	  	  
6e. Update Gebäudebestand	Entwicklung eines Sanierungsleitfadens bzw. Gestaltungshandbooks/-satzung für Eigentümer:innen zur Modernisierung und Sanierung von Immobilien, um die Innenstadt als attraktiven Einkaufs- und Wohnstandort zu stärken; Prüfung zur Erschließung von Gebäuden über die Hinterhöfe zur Aktivierung von Obergeschossen als Wohnraum; Aufklärungsarbeit und Ausbau von Anlaufstellen für Beratungs- und Finanzierungsoptionen für Eigentümer:innen	<ul style="list-style-type: none"> <li>Stadtverwaltung Fachbereich 3.1</li> </ul>		  	  	  
6f. Digital & sichtbar	Stärkung der digitalen Sichtbarkeit der Innenstadt und ihrer Angebote über die Kommunikationskanäle der Stadt Eschwege (u. a. Storytelling einzelner Geschäfte, Vorstellung des Wochenmarkts, Bewerbung innerstädtischer Veranstaltungen); ggf. Aufbau einer neuen Plattform mit fokussierter Vermarktung der Innenstadt durch die Initiative Stadtmarketing Eschwege e. V.; Entwicklung einer interaktiven Karte, um Einblicke in die jeweiligen Fokusbereiche der Innenstadt zu erhalten sowie eine Kinderkarte; Verbesserung der analogen Sichtbarkeit und Orientierung im Stadtraum durch ansprechend und einheitlich gestaltete Hinweisschilder und digitale Informationsstelen (insb. für Senior:innen und Tourist:innen)	<ul style="list-style-type: none"> <li>Initiative Stadtmarketing Eschwege e. V.</li> </ul>	 	  	  	  

# Maßnahmenkatalog

## Eschweger Innenstadt (6)

Projekt	Kurzbeschreibung	Projekt-verantwortliche	Entwicklungs-strategie	Aufwand	Wirkungs -grad	Priorität
6g. Klare Wegeverbindungen	Verbindung der Fokusbereiche durch modernere Beschilderungen für eine klare Wegestruktur; Kennzeichnung der funktionalen Stadteingänge als Übergangsbereich und Bindeglied zwischen den verschiedenen Fokusbereichen mit Eingangsschildern; einheitliche Wegegestaltung z. B. mit wiederkehrenden Sitz- und Grünelementen	▪ Tourist-Info	 			
6h. Gastronomie-potenzialanalyse	Analyse des Bestands und des Umfelds, um die Rolle der wachsenden Gastronomiebranche und deren Potenzial für die Innenstadt zu identifizieren und in ein Aktivierungs- und Steuerungskonzept mit passgenauen Maßnahmen zu überführen	▪ Initiative Stadtmarketing Eschwege e. V.				
6i. Kinderkarte Innenstadt	Erstellung und Veröffentlichung einer Kinderkarte als Orientierungshilfe und zur Verbesserung der intuitiven Wegeleitung durch die Innenstadt mit deren wichtigsten Funktionen, Nutzungen und Anlaufstellen für Kinder bzw. für die Fokuszielgruppe junge Familien; Implementierung entsprechender Elemente und Hinweisschilder in den öffentlichen Raum sowie an bedeutenden Gebäuden und Merkmalen in der Innenstadt	▪ Tourist-Info				

# Aktions- plan

# Aktionsplan

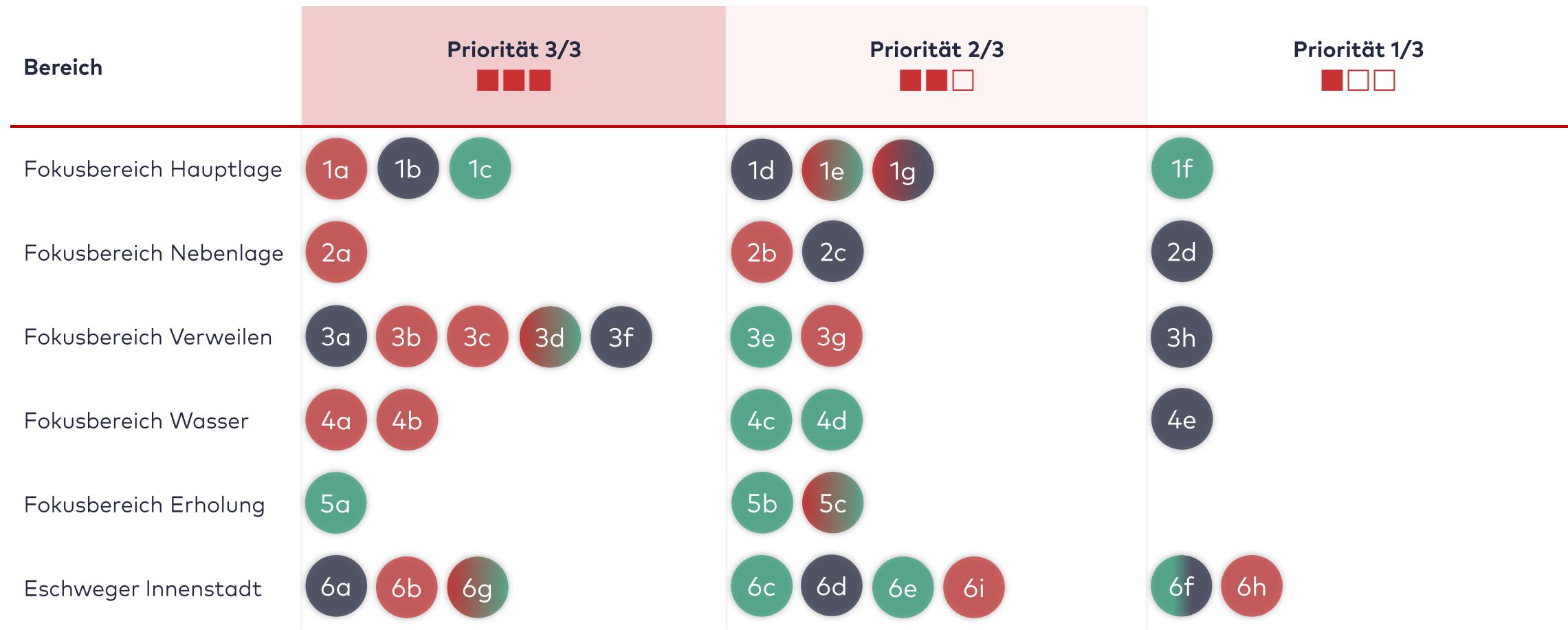
## Maßnahmen nach Entwicklungsstrategien

Bereich	Erhalt vorhandener und Ausbau innovativer Angebote mit Überraschungseffekt	Etablierung der Innenstadt als Draußen-Ort	Stärkung des Zusammenhalts als gemeinsames Netzwerk
Fokusbereich Hauptlage	1a 1e 1g	1c 1e 1f	1b 1d 1g
Fokusbereich Nebenlage	2a 2b		2c 2d
Fokusbereich Verweilen	3b 3c 3d 3g	3d 3e	3a 3f 3h
Fokusbereich Wasser	4a 4b	4c 4d	4e
Fokusbereich Erholung	5c	5a 5b 5c	
Eschweger Innenstadt	6b 6g 6h 6i	6c 6e 6f 6g	6a 6d 6f

 = Höchste Prioritätsstufe

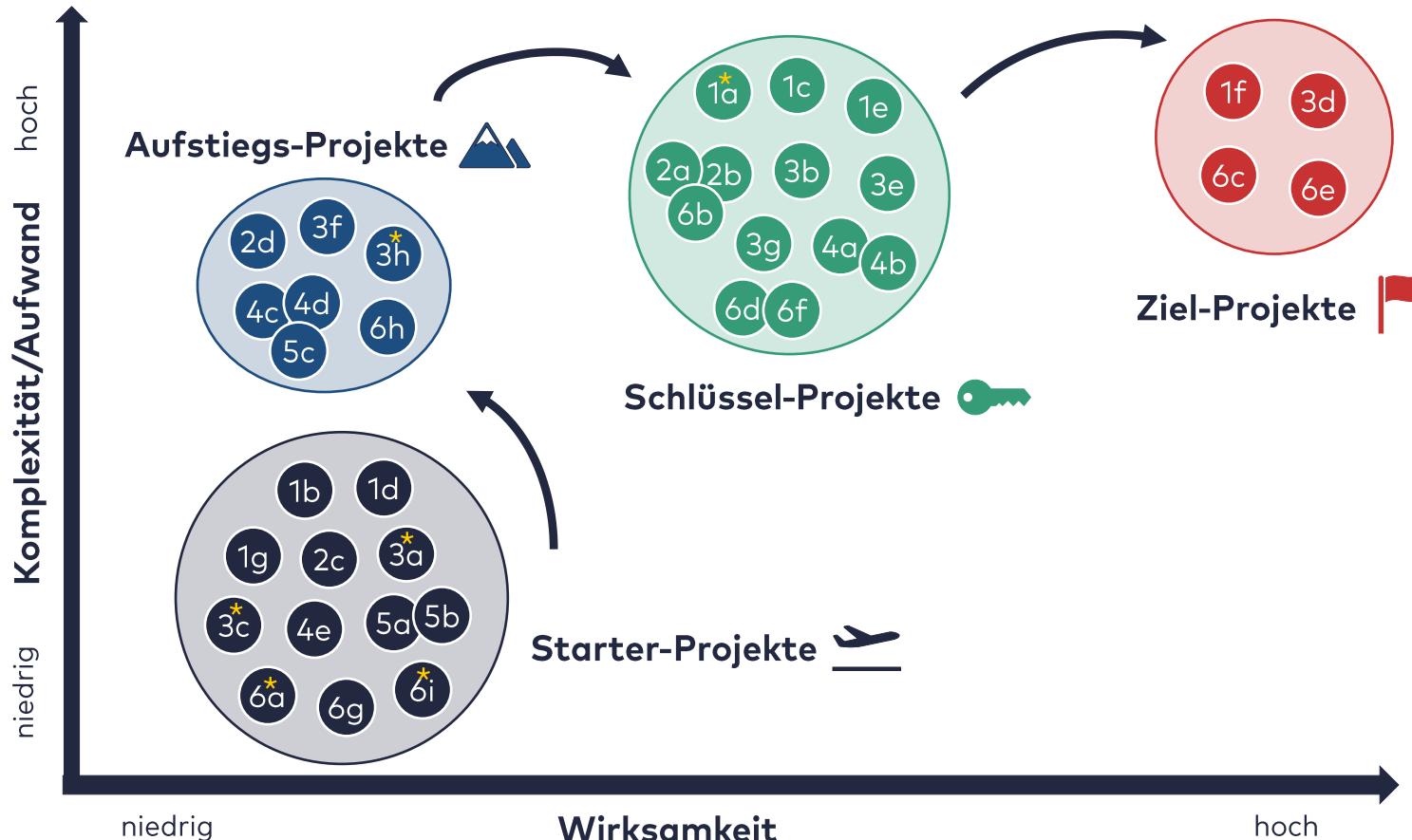
# Aktionsplan

## Maßnahmen nach Priorität



# Aktionsplan

## Maßnahmencluster



**Starter Projekte** – umfassen Maßnahmen, welche als „low hanging fruits“ beschrieben werden können. D. h. mit minimalem Aufwand können in kurzer Zeit bereits sichtbare Erfolge generiert werden. Diese Maßnahmen sollten zeitnah umgesetzt werden, um die Transformation der Innenstadt anzustoßen.

**Aufstiegs-Projekte** – umfassen Maßnahmen, welche die Transformation der Innenstadt vorantreiben und innerhalb des nächsten Jahres angestoßen werden sollten.

**Schlüssel-Projekte** – umfassen Maßnahmen, welche Transformation der Innenstadt weiter etablieren und festigen können. Die Maßnahmen sollten mittelfristig umgesetzt werden.

**Ziel-Projekte** – umfassen langfristig ausgelegte Maßnahmen, welche über einen längeren Zeitraum hinweg umgesetzt werden können, allerdings auch eine hohe Wirksamkeit für die Innenstadt haben und deren Entwicklung abrunden.

\* Bereits gestartete Projekte

# Projektsteckbriefe

## Gesamtübersicht

Fokusbereich Hauptlage

Fokusbereich Nebenlage

Fokusbereich Verweilen

Fokusbereich Wasser

Fokusbereich Erholung

Eschweger Innenstadt

# Projektsteckbriefe

## Projektauswahl

Parallel zu den bereits angestoßenen ersten Projektumsetzungen mit den lokalen Innenstadtakteuren gilt es, weiterhin das Gesamtbild der angestrebten Zukunftsvision im Auge zu behalten. Mit der nachfolgenden Auswahl und Anreicherung bestimmter Projekte aus dem Maßnahmenkatalog in der Form von **Projektsteckbriefen**, werden an dieser Stelle die Inhalte des Handlungskonzepts mit den Arbeitsschritten der Umsetzungsphase miteinander verknüpft.

Um den Hintergrund der Projektauswahl nachvollziehen zu können, lohnt es sich, zunächst einen Blick zurück in den Maßnahmenkatalog zu werfen, in welchem die Gesamtheit der Projektideen bereits skizziert, anhand von **Aufwand, Laufzeit und Priorität** eingestuft und in eine von vier Kategorien eingeordnet wurden: Starter-Projekte, Aufstiegs-Projekte, Schlüssel-Projekte und Ziel-Projekte.

- Bei den **Starter-Projekten** handelt es sich um zeitnah und kurzfristig umsetzbare Projekte mit einem geringen Komplexitätsgrad und Aufwand. Der Vorteil dieser Projekte liegt vor allem darin, dass sie erste positive Impulse in der Innenstadt setzen und die Umsetzungsphase der Zukunftsstrategie im Stadtraum sichtbar gestalten können. Ein Beispiel hierfür ist das bereits durchgeführte Innenstadtfest.
- **Aufstiegs-Projekte** sind daneben Maßnahmen, die die Innenstadttransformation im Anschluss weiter vorantreiben und dabei ebenfalls verhältnismäßig kurzfristig umsetzbar sind, jedoch bereits einen höheren Komplexitätsgrad aufweisen. In dieser Projektkategorie wurde beispielsweise bereits die Maßnahme einer Gastronomiepotenzialanalyse für Eschwege identifiziert.

- Weitergehend sind **Schlüssel-Projekte** solche, die mittel- bis langfristig umsetzbar sind und die „großen Themen“ der Eschwege Innenstadt angehen. Sie erfordern häufig mehr Aufwand in der Umsetzung, entfalten jedoch eine weitreichende Wirkung und etablieren und festigen die Innenstadttransformation somit weiter. Hierunter fallen z. B. die Maßnahmen des Eschwege-Hauses, des kontinuierlichen Leerstands- und Ansiedlungsmanagements oder auch eines übergreifenden Marketing- und Veranstaltungskonzepts inkl. Herausbildung eines Alleinstellungsmerkmals für die Innenstadt auf der Grundlage der Profilierungsansätze.
- Abschließend umfassen die **Ziel-Projekte** jene Maßnahmen, die über einen längeren Zeitraum hinweg und mit viel Aufwand umgesetzt werden müssen, dabei jedoch höchste Wirksamkeiten entfalten und die Innenstadtentwicklung auf lange Sicht abrunden. Für Eschwege wurden hier beispielsweise die „blaugrüne Lebensader“ am Stad oder auch die Schaffung eines „Draußen-Orts“ am Stadteingang Ost.

# Projektsteckbriefe

## Projektauswahl

Für das anvisierte **Outcome** „Aktivitäten und umgesetzte Projekte“ der Phase der **Operationalisierung** gilt es nun, die Innenstadtakteure bei der eigenständigen Umsetzung von Maßnahmen bestmöglich zu unterstützen. Demnach werden einige Maßnahmen nachfolgend in individuellen Projektsteckbriefen inhaltlich vertieft und im Detailgrad geschärft. Um dabei sowohl eine **schnelle Wirkungsentfaltung** als auch eine **langfristige Sicherung** des Transformationsprozesses zu erreichen, wird für die weitere Konkretisierung in den Steckbriefen ein klarer Fokus auf die für Eschwege passgenauen **Starter-, Aufstiegs- und Schlüsselprojekte** gelegt.

Um die bisherigen Prozessergebnisse des Handlungskonzepts direkt mit einzubinden, wird ein bunter Maßnahmenmix aus allen sechs Fokusbereichen und den drei Entwicklungsstrategien der Zukunftsvision wie folgt konkretisiert: Neben der zugeordneten **Entwicklungsstrategie** und der benannten **Federführung** werden denkbare **Kooperationspartner** und **notwendige Ressourcen** aufgeführt. Konkrete erste **Umsetzungsschritte** zeigen den Weg in die Realisierung auf, wobei im selben Zuge auch auf **mögliche Hürden** hingewiesen wird, um diese bereits im Vorfeld in der zu beachten und zu minimieren. Abgerundet werden die Steckbriefe durch **Referenzfotos**, die die Projektidee visualisieren und entsprechende Hinweise auf **Best Practice** Beispiele in anderen Städten im deutschsprachigen Raum, um Inspirationen für den weiteren Verlauf zu vermitteln.

In der Gesamtheit ergibt sich damit ein ausgearbeiteter Plan aus aufeinander abgestimmten, Synergien erzeugenden Projekten auf unterschiedlichen räumlichen, funktionalen und akteursbezogenen Ebenen.

Saisonale Highlights im öffentlichen Raum (1b)			
	Aufwand	Wirkungsgrad	Priorität
Beschreibung	Durch das Projekt soll die saisonale Identität der Eschweger Innenstadt durch attraktive Märkte und wiederkehrende Veranstaltungen gestärkt werden. Ziel ist es, die Aufenthaltsqualität zu erhöhen und die Innenstadt als lebendigen Treffpunkt zu etablieren – ganz im Sinne der Vision „Von der Innenstadt zur Draußen-Stadt“. Konkrete Ansätze sind die räumliche und zeitliche Ausweitung des Weihnachtsmarktes, die Etablierung eines Frühlingsfestes zur Eröffnung der Außengastronomiesaison sowie ein Herbstfest. Vor allem die Zielgruppe der Familien soll dabei angesprochen werden – beispielsweise durch gemeinschaftliche Aktionen wie das Schmücken von Weihnachtsbäumen.	■■■	■■■
Verortung	Stadt mit möglicher Ausweitung und Verknüpfung zum Obermarkt/Marktplatz		
Zweck des Projektes	Das Projekt zahlt auf die Stärkung des Zusammenhalts ein, indem es Anlässe für Begegnungen schafft und die Kooperation lokaler Akteure fördert. Es dient der Belebung des öffentlichen Raums und steigert die Attraktivität für zentrale Fokuszielgruppen wie junge Familien und Tourist:innen, um ihnen zielgruppenspezifische Angebote zu bieten.		
Federführung	Stadtmarketing-Verein   Stadtverwaltung (insb. Stadtentwicklung und Wirtschaftsförderung)		
Kooperationspartner:innen	Anlässige   Gewerbetreibende   Gastronom:innen   Marktbeschicker:innen   Vereine		
Ressourcen	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Kommunale Mittel: Budget der Stadtentwicklung/Wirtschaftsförderung.</li><li>▪ Sponsoring: Akquise von Mitteln lokaler Unternehmen.</li><li>▪ Standgebühren: Einnahmen von Marktbeschickern und Gastronomen.</li><li>▪ Fördermittel: Prüfung von Landesprogrammen (z.B. in Hessen) zur Stärkung von Innenstädten und zur Förderung von Kultur- und Stadtfesten. Programme zur Belebung des Einzelhandels könnten ebenfalls relevant sein.</li></ul>		
Hürden	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Mögliche Lärmbelästigung für Anwohner:innen, insbesondere bei Abendveranstaltungen</li><li>▪ Hoher Abstimmungsaufwand zwischen einer Vielzahl von Akteuren (Verwaltung, Verein, Gewerbe, Anwohner)</li><li>▪ Regelung des Lieferverkehrs und der Erreichbarkeit während der Veranstaltungen</li><li>▪ Sicherstellung einer nachhaltigen Finanzierung über die Anschubphase hinaus</li></ul>		
Erste Umsetzungsschritte	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Gründung einer Arbeitsgemeinschaft innerhalb des neu gegründeten Stadtmarketing-Vereins zur Bündelung der Kräfte</li><li>2. Erarbeitung eines Detaillkonzepts für ein erstes Pilot-Event (z. B. „Eschweger Frühlingserwachen“) mit klarem Zeit- und Ablaufplan</li><li>3. Entwicklung eines weiterführenden Eventkalenders</li></ol>		
Best Practice Beispiele	Die Aktion „Wir schmücken unseren Weihnachtsbaum“ des Turnvereins Dittigheim rief Kinder und Erwachsene dazu auf, selbstgebastelten Schmuck für den Weihnachtsbaum am Dittigheimer Marktplatz vor dem Rathaus zu gestalten.		

# Projektsteckbriefe

## Fokusbereiche



### Legende

- [Dashed Box] Grenzen des Untersuchungsgebiets
- [Blue Box] Fokusbereich Wasser
- [Green Box] Fokusbereich Erholung
- [Yellow Box] Fokusbereich Verweilen
- [Red Box] Fokusbereich Hauptlage
- [Grey Box] Fokusbereich Nebenlage
- [Dark Blue Box] Bereich Stadteinang Ost
- [Grey Arrow] Markante Eingangssituation
- [Black Double Arrow] Wegeverbindung mit gestalterischen Verbindungselementen
- [Star] Draußen-Ort
- [House] generationenübergreifendes Wohnen
- [Person] Fokuszielgruppe Jugendliche
- [People] Fokuszielgruppe junge Familien
- [Person] Fokuszielgruppe Tourist:innen
- [People] Fokuszielgruppe Festivalbesucher:innen
- [Person] Fokuszielgruppe Senior:innen

100 m

Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Kartengrundlage Kreisstadt Eschwege.



Die Eschweger Innenstadt wurde im Handlungskonzept in einem räumlich-funktionalen Leitbild in fünf Fokusbereiche untergliedert. Für jeden Fokusbereich wurden im Rahmen des Maßnahmenkatalogs individuelle Projektansätze ausformuliert und untereinander priorisiert. Ein sechster Maßnahmenbereich bezieht sich auf die gesamte Innenstadt.

Weiter wurden die Maßnahmen den bestehenden Entwicklungsstrategien des Zielprofils zugeordnet: **Erhalt vorhandener und Ausbau innovativer Angebote mit Überraschungseffekt, Etablierung der Innenstadt als Draußen-Ort und Stärkung des Zusammenhalts als gemeinsames Netzwerk.**

Die nachfolgenden Projektsteckbriefe folgen dieser Gliederungsstruktur, womit sichergestellt wird, dass alle Themen- und räumlichen Bereiche angemessen abgedeckt werden.

# Projektsteckbriefe

## Übersicht Starterprojekte

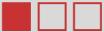
Nachfolgend werden die anhand der Priorität und dem Wirkungsgrad ausgewählten Projekte in einer Übersicht dargestellt und zur Vergleichbarkeit innerhalb der Projektkategorie untereinander tabellarisch dargestellt. Die übrigen Projekte und weiteren Synergien zwischen den Projekten je Kategorie sind dem Aktionsplan des Maßnahmenkatalogs zu entnehmen. Die Umsetzung dieser Projekte sollte kontinuierlich mit einer Öffentlichkeits- und Akteursbeteiligung durchgeführt werden. Hierbei sind insbesondere die betroffenen Zielgruppen der entsprechenden Maßnahmen einzubinden.

Projekt	Verortung	Projektkategorie	Aufwand	Wirkungsgrad	Priorität	Entwicklungsstrategie
Saisonale Highlights im öffentlichen Raum (1b)	Stadt		■□□	■■□	■■■	
Grüne Ruheoase Sophiengarten (5a) (Synergien zu Projekt 5b)	Sophiengarten		■□□	■□□	■■■	
Panoramablick (5b) (Synergien zu Projekt 5a)	Schulberg		■□□	■■□	■■□	
Klare Wegeverbindungen (6g)	Gesamte Innenstadt		■□□	■□□	■■■	

# Projektsteckbriefe

## Übersicht Aufstiegsprojekte

Nachfolgend werden die anhand der Priorität und dem Wirkungsgrad ausgewählten Projekte in einer Übersicht dargestellt und zur Vergleichbarkeit innerhalb der Projektkategorie untereinander tabellarisch dargestellt. Die übrigen Projekte und weiteren Synergien zwischen den Projekten je Kategorie sind dem Aktionsplan des Maßnahmenkatalogs zu entnehmen. Die Umsetzung dieser Projekte sollte kontinuierlich mit einer Öffentlichkeits- und Akteursbeteiligung durchgeführt werden. Hierbei sind insbesondere die betroffenen Zielgruppen der entsprechenden Maßnahmen einzubinden.

AUFSTIEGS PROJEKTE	Projekt	Verortung	Projektkategorie	Aufwand	Wirkungsgrad	Priorität	Entwicklungsstrategie
	<b>Feierabendmarkt (3f)</b>	Obermarkt, Marktplatz		  	  		
	<b>Gastronomiepotenzialanalyse (6h)</b>	Gesamte Innenstadt		  	  	 	

# Projektsteckbriefe

## Übersicht Schlüsselprojekte

Nachfolgend werden die anhand der Priorität und dem Wirkungsgrad ausgewählten Projekte in einer Übersicht dargestellt und zur Vergleichbarkeit innerhalb der Projektkategorie untereinander tabellarisch dargestellt. Die übrigen Projekte und weiteren Synergien zwischen den Projekten je Kategorie sind dem Aktionsplan des Maßnahmenkatalogs zu entnehmen. Die Umsetzung dieser Projekte sollte kontinuierlich mit einer Öffentlichkeits- und Akteursbeteiligung durchgeführt werden. Hierbei sind insbesondere die betroffenen Zielgruppen der entsprechenden Maßnahmen einzubinden.

Schlüsselprojekte	Projekt	Verortung	Projektkategorie	Aufwand	Wirkungsgrad	Priorität	Entwicklungsstrategie
	Draußen-Ort Stad (1c)	Stad		■ ■ □	■ ■ □	■ ■ ■	
	Temporäre Gassenkonzepte (2a) (Synergien zu Projekt 2b, 6a)	Forstgasse, Marktstraße		■ ■ □	■ ■ □	■ ■ ■	
	Aufschließen! Leerstandsmanagement Forstgasse (2b) (Synergien zu Projekt 2a, 6a)	Forstgasse		■ ■ □	■ ■ ■	■ ■ □	
	Hotspot JUZ (3b)	JUZ		■ □ □	■ ■ ■	■ ■ ■	
	Wasserwege erleben (4a) (Synergien zu Projekt 4b)	Östliches Werraufer		■ ■ □	■ ■ ■	■ ■ ■	

# Projektsteckbriefe

## Übersicht Schlüsselprojekte

Nachfolgend werden die anhand der Priorität und dem Wirkungsgrad ausgewählten Projekte in einer Übersicht dargestellt und zur Vergleichbarkeit innerhalb der Projektkategorie untereinander tabellarisch dargestellt. Die übrigen Projekte und weiteren Synergien zwischen den Projekten je Kategorie sind dem Aktionsplan des Maßnahmenkatalogs zu entnehmen. Die Umsetzung dieser Projekte sollte kontinuierlich mit einer Öffentlichkeits- und Akteursbeteiligung durchgeführt werden. Hierbei sind insbesondere die betroffenen Zielgruppen der entsprechenden Maßnahmen einzubinden.

Schlüsselprojekte	Projekt	Verortung	Projektkategorie	Aufwand	Wirkungsgrad	Priorität	Entwicklungsstrategie
	<b>Move-Flächen (4b)</b> (Synergien zu Projekt 4a)	Östliches Werraufer		<span style="background-color: #ccc; width: 15px; height: 15px; display: inline-block;"></span> <span style="background-color: red; width: 15px; height: 15px; display: inline-block;"></span> <span style="background-color: red; width: 15px; height: 15px; display: inline-block;"></span> <span style="background-color: white; width: 15px; height: 15px; display: inline-block;"></span>	<span style="background-color: red; width: 15px; height: 15px; display: inline-block;"></span> <span style="background-color: white; width: 15px; height: 15px; display: inline-block;"></span> <span style="background-color: white; width: 15px; height: 15px; display: inline-block;"></span>	<span style="background-color: red; width: 15px; height: 15px; display: inline-block;"></span> <span style="background-color: red; width: 15px; height: 15px; display: inline-block;"></span> <span style="background-color: red; width: 15px; height: 15px; display: inline-block;"></span>	
	<b>Aktivierendes Flächenmanagement und Pop-Up-Konzept Innenstadt (6b)</b> (Synergien zu Projekt 2a, 2b)	Gesamte Innenstadt		<span style="background-color: red; width: 15px; height: 15px; display: inline-block;"></span> <span style="background-color: red; width: 15px; height: 15px; display: inline-block;"></span> <span style="background-color: white; width: 15px; height: 15px; display: inline-block;"></span>	<span style="background-color: red; width: 15px; height: 15px; display: inline-block;"></span> <span style="background-color: red; width: 15px; height: 15px; display: inline-block;"></span> <span style="background-color: red; width: 15px; height: 15px; display: inline-block;"></span>	<span style="background-color: red; width: 15px; height: 15px; display: inline-block;"></span> <span style="background-color: red; width: 15px; height: 15px; display: inline-block;"></span> <span style="background-color: red; width: 15px; height: 15px; display: inline-block;"></span>	

# Projekt- steckbriefe

Gesamtübersicht

**Fokusbereich Hauptlage**

Fokusbereich Nebenlage

Fokusbereich Verweilen

Fokusbereich Wasser

Fokusbereich Erholung

Eschweger Innenstadt

# Projektsteckbrief

## Fokusbereich Hauptlage



### Saisonale Highlights im öffentlichen Raum (1b)



Aufwand ■□□

Wirkungsgrad ■■□

Priorität ■■■

Beschreibung	Durch das Projekt soll die saisonale Identität der Eschweger Innenstadt durch attraktive Märkte und wiederkehrende Veranstaltungen gestärkt werden. Ziel ist es, die Aufenthaltsqualität zu erhöhen und die Innenstadt als lebendigen Treffpunkt zu etablieren – ganz im Sinne der Vision „Von der Innenstadt zur Draußen-Stadt“. Konkrete Ansätze sind die räumliche und zeitliche Ausweitung des Weihnachtsmarktes, die Etablierung eines Frühlingsfestes zur Eröffnung der Außengastronomiesaison oder ein Herbstfest. Vor allem die Fokuszielgruppe der Familien soll dabei angesprochen werden – beispielsweise durch gemeinschaftliche Aktionen wie das Schmücken von Weihnachtsbäumen.
Verortung	Fokusbereich Hauptlage: Stad mit möglicher Ausweitung und Verknüpfung zum Obermarkt/Marktplatz
Zweck des Projektes	Das Projekt zahlt auf die Stärkung des Zusammenhalts ein, indem es Anlässe für Begegnungen schafft und die Kooperation lokaler Akteure fördert. Es dient der Belebung des öffentlichen Raums und steigert die Attraktivität für zentrale Fokuszielgruppen wie junge Familien und Tourist:innen, um ihnen zielgruppenspezifische Angebote zu bieten.
Federführung	Initiative Stadtmarketing Eschwege e. V.
Kooperationspartner:innen	Ansässige Gewerbetreibende   Gastronom:innen   Marktbeschicker:innen   Vereine

# Projektsteckbrief

## Fokusbereich Hauptlage



### Saisonale Highlights im öffentlichen Raum (1b)



Ressourcen	<ul style="list-style-type: none"><li>Kommunale Mittel: Budget der Stadtentwicklung/Wirtschaftsförderung</li><li>Sponsoring: Akquise von Mitteln von lokalen Unternehmen und Institutionen</li><li>Standgebühren: Einnahmen von Marktbeschicker:innen und Gastronom:innen</li><li>Fördermittel: Prüfung von Hessischen Landesprogrammen zur Stärkung von Innenstädten und zur Förderung von Kultur- und Stadtfesten, Programme zur Belebung des Einzelhandels könnten ebenfalls relevant sein</li></ul>
Hürden	<ul style="list-style-type: none"><li>Mögliche Lärmbelästigung für Anwohner:innen, insbesondere bei Abendveranstaltungen</li><li>Hoher Abstimmungsaufwand zwischen einer Vielzahl von Akteuren (Verwaltung, Verein, Gewerbe, Anwohner)</li><li>Regelung des Lieferverkehrs und der Erreichbarkeit während der Veranstaltungen</li><li>Sicherstellung einer nachhaltigen Finanzierung über die Anschubphase hinaus</li></ul>
Erste Umsetzungsschritte	<ol style="list-style-type: none"><li>Gründung einer Arbeitsgemeinschaft innerhalb des neu gegründeten Initiative Stadtmarketing Eschwege e. V. zur Bündelung der Kräfte</li><li>Erarbeitung eines Detailkonzepts für ein erstes Pilot-Event (z. B. „Eschweger Frühlingserwachen“) mit klarem Zeit- und Ablaufplan</li><li>Entwicklung eines weiterführenden Eventkalenders</li></ol>
Best Practice Beispiele	<p>Die Aktion „Wir schmücken unseren Weihnachtsbaum“ des Turnvereins Dittigheim rief Kinder und Erwachsene dazu auf, selbstgebastelten Schmuck für den Weihnachtsbaum am Dittigheimer Marktplatz vor dem Rathaus zu gestalten.</p> 

Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Foto: Uwe Büttner.

# Projektsteckbrief

## Fokusbereich Hauptlage



### Draußen-Ort Stad (1c)



Aufwand ■■□

Wirkungsgrad ■■□

Priorität ■■■

Beschreibung	Durch das Projekt werden gezielt begrünte Sitzmöglichkeiten sowie Spiel- und Grünelemente im Straßenraum Stad errichtet. Die Gestaltung erfolgt im Sinne der bereits vorliegenden Machbarkeitsstudien „Grünraum Stadt“ und „Spielraum Stadt“ und orientiert sich an den Bedürfnissen der Fokuszielgruppen, insbesondere Jugendliche und Senior:innen. Das Projekt ist ein zentraler Baustein, um die übergeordnete Vision „Von der Innenstadt zur Draußen-Stadt“ im Herzen der Haupteinkaufslage sichtbar und erlebbar zu machen.
Verortung	Fokusbereich Hauptlage: Stad
Zweck des Projektes	Das Projekt ist ein Kernelement der Strategie „Etablierung der Innenstadt als Draußen-Ort“. Es dient der direkten Steigerung der Aufenthaltsqualität und der Schaffung von konsumfreien Treffpunkten im öffentlichen Raum. Damit werden die im Status-Report identifizierten Schwächen einer geringen Bespielung des öffentlichen Raums und der hohe Versiegelungsgrad aktiv angegangen. Zudem werden die in der Zielgruppenanalyse formulierten Bedürfnisse von Jugendlichen (konsumfreie Verweilorte) und Senior:innen (barrierefreie Treffpunkte) direkt adressiert.
Federführung	Stadtverwaltung Fachbereich 3.1
Kooperationspartner:innen	Landschaftsarchitekten   Gewerbetreibende und Gastronom:innen   Gartenbaubetriebe

# Projektsteckbrief

## Fokusbereich Hauptlage



### Draußen-Ort Stad (1c)



Ressourcen	<ul style="list-style-type: none"><li>Kommunaler Haushalt: Mittel für Stadtentwicklung und Grünflächenpflege</li><li>Förderprogramm „Wachstum und nachhaltige Erneuerung“</li></ul>
Hürden	<ul style="list-style-type: none"><li>Abstimmung mit den Anforderungen des Einzelhandels (Andienung, Sichtbarkeit der Schaufenster) und der Gastronomie (Außenflächen)</li><li>Sicherstellung der langfristigen Pflege der Grün- und Spielelemente (Bewässerung, Wartung, Sauberkeit)</li><li>Berücksichtigung von unterirdischen Leitungen und der Gewährleistung der Barrierefreiheit</li><li>Mögliche Bedenken von Gewerbetreibenden bezüglich des Wegfalls von Stellplätzen oder einer veränderten Verkehrsführung</li></ul>
Erste Umsetzungsschritte	<ol style="list-style-type: none"><li>Analyse der Machbarkeitsstudien „Grünraum Stadt“ und „Spielraum Stadt“</li><li>Entwicklung konkreter Gestaltungsentwürfe unter Einholung von Kostenkalkulationen</li><li>Umsetzung inklusive begleitender Kommunikation</li></ol>
Best Practice Beispiele	Parklets (z. B. in Berlin): Hierbei werden einzelne Parkbuchten temporär oder dauerhaft in kleine Aufenthaltsorte mit Sitzgelegenheiten, Pflanzen und Fahrradabstellplätzen umgewandelt.



# Projekt- steckbriefe

Gesamtübersicht

Fokusbereich Hauptlage

**Fokusbereich Nebenlage**

Fokusbereich Verweilen

Fokusbereich Wasser

Fokusbereich Erholung

Eschweger Innenstadt

# Projektsteckbrief

## Fokusbereich Nebenlage



### Temporäre Gassenkonzepte (2a)



Aufwand ■■□

Wirkungsgrad ■■□

Priorität ■■■

Beschreibung	Für temporäre Gassenkonzepte werden gezielt insb. Immobilieneigentümer:innen dazu aktiviert, flexible Pop-Up-Konzepte in den Nebenlagen umzusetzen, um Leerstand aktiv zu bekämpfen und neue, überraschende Angebote zu schaffen. Das Projekt sieht eine differenzierte Positionierung vor: Die Forstgasse wird als Ort des Ausgehens und Entdeckens für Jugendliche und Festivalbesucher:innen mit thematischen Pop-Ups (z. B. Streetfood, Handwerkskunst, moderne Gastronomie) entwickelt und die Marktstraße fokussiert sich auf spezialisiertes Einkaufen (z. B. Nischenprodukte, Manufakturwaren) oder soziale Treffpunkte wie ein „Innenstadt-Wohnzimmer“. Es bestehen direkte Synergien zu den Projekten „Aufschließen! Leerstandsmanagement Forstgasse“ (2b) und „Aktivierendes Flächenmanagement und Pop-Up-Konzept Innenstadt“ (6b).
Verortung	Fokusbereich Nebenlage: Forstgasse, Marktstraße
Zweck des Projektes	Das Projekt ist ein Kernelement der Entwicklungsstrategie „Schaffung innovative Angeoter mit Überraschungseffekt“. Es dient der gezielten Aufwertung der Nebenlagen und wirkt den im Status-Report festgestellten Trading-Down-Tendenzen, insbesondere in der Forstgasse, entgegen. Indem Leerstände als Möglichkeitsräume genutzt werden, schafft das Projekt niedrigschwellige Erprobungsräume für Gründer:innen und etabliert neue Anziehungspunkte, die auf die spezifischen Bedürfnisse der Fokuszielgruppen zugeschnitten sind.
Federführung	Stadtverwaltung Fachbereich 3.1   Gründer:innen und Jungunternehmen   Immobilieneigentümer:innen
Kooperationspartner:innen	Handwerkskammer   Lokale Banken (z. B. für Gründerkredite)   Wirtschaftsförderung

# Projektsteckbrief

## Fokusbereich Nebenlage



### Temporäre Gassenkonzepte (2a)



Ressourcen	<ul style="list-style-type: none"><li>Anmietungsfonds/Verfügungsfonds: Die Stadt oder eine städtische Gesellschaft könnte Ladenlokale anmieten und zu vergünstigten Konditionen an Pop-Up-Nutzer:innen untervermieten, dies senkt das Risiko für Gründer:innen und erleichtert die Akquise von Flächen</li><li>Existenzgründerförderung: Beratung der Pop-Up-Betreiber:innen zu klassischen Förderungen für Start-ups</li><li>Kostenfreie, temporäre Zurverfügungstellung der leerstehenden Lokale durch die Eigentümer:innen</li><li>Mittel aus „Zukunftsfähige Innenstädte und Zentren“</li></ul>
Hürden	<ul style="list-style-type: none"><li>Mögliche Resignation privater Immobilieneigentümer:innen, die eine Zwischennutzung ihrer Ladenlokale verhindern könnte</li><li>Kurzfristige Mietverträge und die notwendigen Genehmigungen (z. B. für Gastronomie) können komplex sein</li><li>Es muss sichergestellt werden, dass die Pop-Up-Konzepte zur strategischen Ausrichtung der jeweiligen Gasse passen</li></ul>
Erste Umsetzungsschritte	<ol style="list-style-type: none"><li>Aufbau eines aktiven Leerstandsmanagements mit einer Datenbank verfügbarer Flächen</li><li>Entwicklung eines „Pop-Up-Paketes“, dass die Bürokratie vereinfacht durch standardisierte Mietverträge, Leitfaden für Genehmigungen und Marketing-Unterstützungen</li></ol>
Best Practice Beispiele	ZwischenZeitZentrale (Bremen): Eine Agentur, die im Auftrag der Stadt professionell Leerstände für kulturelle und kreative Zwischennutzungen vermittelt. „Frei[T]räume“ (Lübeck): Die Wirtschaftsförderung nutzt einen Anmietungsfonds, um Leerstände gezielt zu beleben. Gründer:innen können ihre Konzepte für einige Monate zu einer stark reduzierten Miete testen, bevor sie einen regulären Mietvertrag abschließen.



# Projektsteckbrief

## Fokusbereich Nebenlage



### Aufschließen! Leerstandsmanagement Forstgasse (2b)



Aufwand ■■□

Wirkungsgrad ■■■

Priorität ■■□

Beschreibung	Das Projekt fokussiert die Umsetzung langfristiger Nutzungskonzepte für die leerstehenden Ladenlokale in der Forstgasse. Ziel ist die bewusste Ansiedlung von Gastronomie-, Imbiss- und modernen Freizeitangeboten, um die Forstgasse nachhaltig als attraktiven Treffpunkt für die Fokuszielgruppen Jugendliche und Festivalbesucher:innen zu etablieren. Ein wesentlicher Baustein ist die aktive Unterstützung von Gründer:innen und Jungunternehmen durch gezielte Mietanreize und flexible Mietmodelle. Damit wird der strategische Übergang von temporären Zwischennutzungen zu einer dauerhaften Belebung und Profilierung der Gasse gestaltet. Es bestehen direkte Synergien zu den Projekten „Temporäre Gassenkonzepte“ (2a) und „Aktivierendes Flächenmanagement und Pop-Up-Konzept Innenstadt“ (6b).
Verortung	Fokusbereich Nebenlage: Forstgasse
Zweck des Projektes	Dieses Projekt ist ein zentraler Baustein in der Entwicklungsstrategie, innovative Angebote mit Überraschungseffekt zu schaffen und diese langfristig zu sichern. Es wirkt den im Status-Report identifizierten Risiken wie den Trading-Down-Tendenzen aktiv entgegen, indem es auf eine qualitative Aufwertung statt auf eine beliebige Füllung von Leerständen setzt. Das Projekt soll das negative Image der Forstgasse gezielt umwandeln und einen lebendigen, jugendlichen Charakter als festen Bestandteil der Eschweger Innenstadt verankern.
Federführung	Stadtverwaltung Fachbereich 3.1   Gründer:innen und Jungunternehmen   Immobilieneigentümer:innen
Kooperationspartner:innen	Handwerkskammer   Lokale Banken (z. B. für Gründerkredite)   Immobilienmarkler:innen

# Projektsteckbrief

## Fokusbereich Nebenlage



### Aufschließen! Leerstandsmanagement Forstgasse (2b)



Ressourcen	<ul style="list-style-type: none"><li>Beratung von Jungunternehmer:innen zu Förderkrediten (z. B. über die KfW-Bank) und staatlichen Gründungsprogrammen</li><li>Prüfung, ob Fassadensanierungen und Modernisierungsmaßnahmen im Rahmen von Programmen wie „Wachstum und nachhaltige Erneuerung“ gefördert werden können, um die Investitionsbereitschaft der Eigentümer:innen zu steigern</li></ul>
Hürden	<ul style="list-style-type: none"><li>Hohe Umbau- und Sanierungskosten für Eigentümer:innen und Gründer:innen</li><li>Überzeugung von Immobilieneigentümer:innen, in ihre Immobilien zu investieren und langfristige, flexible Mietverhältnisse einzugehen</li><li>Komplexe baurechtliche Anforderungen für die Umnutzung von Einzelhandels- in Gastronomieflächen können Prozesse verzögern</li></ul>
Erste Umsetzungsschritte	<ol style="list-style-type: none"><li>Evaluation, welche temporären Konzepte aus Projekt „Temporäre Gassenkonzepte“ erfolgreich waren und ein langfristiges Potential bieten</li><li>Schaffung einer zentralen Anlaufstelle bei der Wirtschaftsförderung, die Gründer:innen und Eigentümer:innen gezielt zum Thema berät und vernetzt</li><li>Aktive Vermarktung der Forstgasse als Hotspot für Gründer:innen</li></ol>
Best Practice Beispiele	<p>Belgisches Viertel (Köln): Durch die Ansiedlung von unabhängigen Designerläden, Galerien und individueller Gastronomie hat sich hier eine kreative und trendige Szene etabliert. Die Entwicklung wurde durch die Vernetzung der Akteure und gemeinsames Marketing maßgeblich vorangetrieben.</p> 

Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Foto: Tim Horsch.

# Projekt- steckbriefe

Gesamtübersicht

Fokusbereich Hauptlage

Fokusbereich Nebenlage

**Fokusbereich Verweilen**

Fokusbereich Wasser

Fokusbereich Erholung

Eschweger Innenstadt

# Projektsteckbrief

## Fokusbereich Verweilen



### Hotspot JUZ (3b)



Aufwand ■□□

Wirkungsgrad ■■■

Priorität ■■■

<b>Beschreibung</b>	Das Projekt zielt auf die gezielte Weiterentwicklung des Jugendzentrums (JUZ) zu einem zentralen und attraktiven Treffpunkt für Jugendliche in Eschwege ab. Es basiert maßgeblich auf den Ergebnissen und Ideen, die im Rahmen der Jugendbeteiligung am 12. November 2024 entwickelt wurden. Konkrete Maßnahmen umfassen die Verlängerung der Öffnungszeiten, die Organisation von Events wie gemeinsamen Grillabenden im Sommer sowie die Erweiterung des Angebots, beispielsweise durch die bessere Nutzbarmachung des Tanzraums.
<b>Verortung</b>	Fokusbereich Verweilen: JUZ
<b>Zweck des Projektes</b>	Das Projekt ist ein zentraler Bestandteil der Strategie, innovative Angebote mit Überraschungseffekt zu schaffen und damit dem im Status-Report festgestellten Mangel an Angeboten für jüngere Zielgruppen entgegenzuwirken. Durch die direkte Umsetzung von Ideen der Jugendlichen wird deren Identifikation mit der Stadt gestärkt und das JUZ als wichtiger Ankerpunkt für diese Fokuszielgruppe im innerstädtischen Gefüge etabliert. Es trägt dazu bei, die Innenstadt als multifunktionalen Alltags- und Freizeitort zu positionieren, der über reinen Konsum hinausgeht.
<b>Federführung</b>	Stadtverwaltung Fachbereich 3.1   Jugendförderung (Christina Gliemroth)   Vereine und Initiativen   Bildungsträger
<b>Kooperationspartner:innen</b>	Berufliche Schulen Eschwege   Lokale Sport- und Kulturvereine   Schulsozialarbeit

# Projektsteckbrief

## Fokusbereich Verweilen



### Hotspot JUZ (3b)



Ressourcen	<ul style="list-style-type: none"><li>Mittel aus dem Jugendförderplan und dem Budget des Fachbereichs Familie und Soziales</li><li>Akquise von Mitteln bei lokalen Stiftungen oder Sponsoren für konkrete Projekte (z. B. für Ausstattung des Tanzraums, Anschaffung eines Grills)</li><li>Generierung von Einnahmen durch gelegentliche Vermietung der Räumlichkeiten (z. B. für private Veranstaltungen)</li></ul>
Hürden	<ul style="list-style-type: none"><li>Verlängerung der Öffnungszeiten erfordert zusätzliches Personal und eine nachhaltige Finanzierung der Personalkosten</li><li>Die Motivation und das Engagement der Jugendlichen müssen auch nach dem initialen Workshop aufrecht erhalten werden, um eine bedarfsgerechte Entwicklung sicherzustellen</li><li>Die Finanzierung für Umbau- und Ausstattungsmaßnahmen muss gesichert werden</li></ul>
Erste Umsetzungsschritte	<ol style="list-style-type: none"><li>Gründung eines Gremiums aus Vertreter:innen der Verwaltung, des JUZ-Teams und engagierten Jugendlichen aus dem Beteiligungsprozess</li><li>Priorisierung der Maßnahmen</li><li>Ausarbeiten eines konkreten Umsetzungsplans</li></ol>
Best Practice Beispiele	Jugendkulturzentrum Werk°Stadt (Witten): Ein Beispiel für ein erfolgreiches Jugendzentrum, das ein breites, professionell kuratiertes Programm aus Konzerten, Workshops und offenen Treffpunkten anbietet



# Projektsteckbrief

## Fokusbereich Verweilen



### Feierabendmarkt (3f)



Aufwand ■□□

Wirkungsgrad ■■■

Priorität ■■■

<b>Beschreibung</b>	Etablierung eines regelmäßigen Feierabendmarktes auf dem Obermarkt oder Marktplatz während der warmen Sommermonate, z. B. an jedem ersten und / oder dritten Donnerstag im Monat. Das Projekt soll über das klassische Marktgeschehen hinaus eine hohe Aufenthaltsqualität durch gastronomische Angebote wie Wein- und Feinkoststände sowie eine ansprechende Atmosphäre mit musikalischer Begleitung schaffen. Der Markt dient als attraktiver Treffpunkt nach der Arbeit und belebt die Innenstadt in den frühen Abendstunden. Er richtet sich insbesondere an Berufstätige, aber auch an die Fokuszielgruppen junge Familien und Tourist:innen.
<b>Verortung</b>	Fokusbereich Verweilen: Obermarkt, Marktplatz
<b>Zweck des Projektes</b>	Das Projekt ist eine effektive Maßnahme für die Umsetzung der Entwicklungsstrategie „Stärkung des Zusammenhalts als gemeinsames Netzwerk“, indem es einen neuen, kommunikativen Treffpunkt schafft. Es baut auf dem Erfolg des bestehenden Wochenmarktes auf und erweitert dessen soziale Funktion in die Abendstunden. Der Feierabendmarkt stärkt die Innenstadt als Draußen-Ort und fördert die Dimension Genuss. Er zielt darauf ab, die Vitalität des Zentrums zu erhöhen und neue Besuchsanlässe für verschiedene Zielgruppen zu schaffen.
<b>Federführung</b>	Initiative Stadtmarketing Eschwege e. V.   Gastronom:innen   Marktbeschicker:innen
<b>Kooperationspartner:innen</b>	Stadtverwaltung   Lokale Winzer:innen und landwirtschaftliche Direktvermarkter:innen   Kulturschaffende und Musiker:innen aus der Region

# Projektsteckbrief

## Fokusbereich Verweilen



### Feierabendmarkt (3f)



Ressourcen	<ul style="list-style-type: none"><li>Das Projekt sollte mittelfristig durch die Standgebühren der Besitzer:innen kostendeckend wirtschaften</li><li>Anschubfinanzierung aus dem Budget der Initiative Stadtmarketing Eschwege e. V. oder durch Sponsoring von lokalen Unternehmen (z. B. Banken, Stadtwerke)</li></ul>
Hürden	<ul style="list-style-type: none"><li>Potenzielle Lärmbelästigung für Anwohner:innen erfordert ein gutes Kommunikations- und Managementkonzept</li><li>Initiale Akquise von Besitzer:innen birgt einen gewissen Aufwand</li><li>Starke Wetterabhängigkeit</li></ul>
Erste Umsetzungsschritte	<ol style="list-style-type: none"><li>Durchführung einer Umfrage unter bestehenden Marktbesitzer:innen, Gastronom:innen und lokalen Produzent:innen zur Ermittlung des Interesses</li><li>Entwicklung eines Detailkonzepts</li><li>Aufbau einer Marketingkampagne über lokale Medien und Social Media</li></ol>
Best Practice Beispiele	<p>Der Schwerter Feierabendmarkt ist eine saisonale Veranstaltungsreihe auf dem Marktplatz, die von Juni bis August einmal im Monat stattfindet. Er dient als geselliger Treffpunkt nach der Arbeit, bei dem Besucher:innen bei Live-Musik eine Auswahl an regionalen Spezialitäten, Wein und handwerklich gebrautem Bier genießen können.</p> 

Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Foto: Schwerte Stadtmarketing,

# Projekt- steckbriefe

Gesamtübersicht

Fokusbereich Hauptlage

Fokusbereich Nebenlage

Fokusbereich Verweilen

**Fokusbereich Wasser**

Fokusbereich Erholung

Eschweger Innenstadt

# Projektsteckbrief

## Fokusbereich Wasser



### Wasserwege erleben (4a)



Aufwand ■ ■ □

Wirkungsgrad ■ ■ ■

Priorität ■ ■ ■

Beschreibung	Das Projekt sieht die Einrichtung einer Verleihstation für Wassersport- und Freizeitangebote direkt an der Werra vor. Das Angebot soll unter anderem Kanus, Tretboote und Stand-Up-Paddle-Boards (SUPs) umfassen. Es zielt darauf ab, die Potenziale des Flusses als innerstädtischen Erholungs- und Erlebnisraum aktiv zu nutzen und richtet sich gezielt an die Fokuszielgruppen Jugendliche und (Festival-)Tourist:innen. Es bestehen direkte Synergien zum Projekt „Move-Flächen“ (4b).
Verortung	Fokusbereich Wasser: Östliches Werraufer
Zweck des Projektes	Das Projekt zahlt auf die Entwicklungsstrategie der Schaffung innovativer Angebote mit Überraschungseffekt ein und knüpft an die im Status-Report identifizierte Chance einer Stärkung der Anbindung der Innenstadt an die Werra an. Es definiert Eschwege darüber hinaus weiter als Draußen-Stadt, indem es den Fluss direkt erlebbar macht und die Aufenthaltsqualität am Wasser signifikant steigert. Das Projekt schafft ein attraktives, erlebnisorientiertes Freizeitangebot, das die Vitalität der Innenstadt fördert und gezielt auf die Bedürfnisse der Fokuszielgruppen Jugendliche und (Festival-)Tourist:innen eingeht.
Federführung	Tourist-Info   Vereine und Initiativen
Kooperationspartner:innen	Lokale Sportvereine   DLRG   Werratal Touristik e. V.

# Projektsteckbrief

## Fokusbereich Wasser



### Wasserwege erleben (4a)



#### Ressourcen

- Verpachtung an einen kommerziellen Betreiber, der die Investitions- und Betriebskosten trägt (Betreibermodell)
- Anschubförderung durch die Schaffung der notwendigen Infrastruktur (z.B. Steganlage, kleiner Kiosk)

#### Hürden

- Es muss ein zuverlässiger und wirtschaftlich tragfähiger Betreiber gefunden werden
- Die Errichtung und der Betrieb einer solchen Station erfordern diverse Genehmigungen (wasserrechtlich, baurechtlich, naturschutzrechtlich)
- Potenzielle Konflikte mit anderen Nutzungen des Flusses (z.B. Angler, Naturschutzbereiche)

#### Erste Umsetzungsschritte

1. Entwicklung eines Betreibermodells inklusive Festlegung, ob der Betrieb kommerziell, durch einen Verein oder städtisch erfolgen soll
2. Planung und Bau der notwendigen unterstützenden Infrastruktur
3. Gemeinsame Marketingkampagne zum Start in die erste Saison

#### Best Practice Beispiele

SUP- und Kanuverleih an der Alster (Hamburg): Entlang des Alsterufers gibt es zahlreiche kommerzielle Anbieter, die von SUPs über Tretboote bis zu Segelbooten eine breite Palette an Wassersportgeräten vermieten.



# Projektsteckbrief

## Fokusbereich Wasser



### Move-Flächen (4b)



Aufwand ■ ■ □

Wirkungsgrad ■ □ □

Priorität ■ ■ ■

Beschreibung	Das Projekt umfasst die Einrichtung von niedrigschwelligen und frei zugänglichen Bewegungsangeboten direkt am östlichen Werraufer. Geplant sind unter anderem die Installation von Slackline-Flächen, Streetball-Körben und Calisthenics-Stationen für die aktive Bewegung an Land. Ergänzend soll die Möglichkeit eines temporären Wasserparks (z. B. mit Hüpfburgen) auf der Werra geprüft werden. Die Angebote richten sich insbesondere an junge Menschen, sollen aber auch für Senior:innen nutzbar sein und so einen generationenübergreifenden Charakter haben. Es bestehen direkte Synergien zum Projekt „Wasserwege erleben“ (4a).
Verortung	Fokusbereich Wasser: Östliches Werraufer
Zweck des Projektes	Dieses Projekt ist ein zentraler Baustein für die Schaffung innovativer Angebote mit Überraschungseffekt. Es stärkt Eschwege als Draußen-Stadt, indem es den öffentlichen Raum am Werraufer zu einem aktiven und gesunden Erlebnisort weiterentwickelt. Es adressiert den im Status-Report festgestellten Bedarf an mehr Spiel- und Sportangeboten im öffentlichen Raum und nutzt die Potenziale des Werraufers zur Steigerung der Freizeit- und Aufenthaltsqualität. Das Projekt bedient direkt die im Zielprofil definierten Bedürfnisse der Fokuszielgruppe Jugendliche nach modernen Sport- und Freizeitangeboten.
Federführung	Tourist – Info   Vereine und Initiativen
Kooperationspartner:innen	Lokale Sportvereine   Jugend- und Seniorenbeiräte   Krankenkassen   Schulen

# Projektsteckbrief

## Fokusbereich Wasser



### Move-Flächen (4b)



Ressourcen	<ul style="list-style-type: none"><li>Mittel für die Planung und Errichtung der landseitigen Anlagen aus den Budgets für Grünflächen, Sport und Jugendförderung</li><li>Akquise von Sponsoren aus der lokalen Wirtschaft</li></ul>
Hürden	<ul style="list-style-type: none"><li>Alle Geräte müssen TÜV-geprüft und regelmäßig gewartet werden</li><li>Frei zugängliche Anlagen im öffentlichen Raum sind anfällig für Vandalismus</li></ul>
Erste Umsetzungsschritte	<ol style="list-style-type: none"><li>Bildung einer Arbeitsgruppe aus Verwaltung, Vereinen und Vertreter:innen der Zielgruppen zur genauen Standortbestimmung und Auswahl der Geräte</li><li>Sicherung der Genehmigungen und Finanzierung</li><li>Umsetzung und Eröffnung der ersten Anlage</li></ol>
Best Practice Beispiele	<p>Playfit® Outdoor-Fitness in Lübeck: Im Stadtgebiet Lübecks wurden an mehreren Stellen insgesamt 20 Sportgeräte der Hamburger Firma Playfit® installiert, die zum aktiven Sporttreiben im Freien einladen. Sechs Geräte wurden dabei als „Trimm-Dich-Pfad“ in der Grünanlage Mühlentor direkt am Kanal platziert.</p> 

Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Foto: Lutz Roeßler.

# Projekt- steckbriefe

Gesamtübersicht

Fokusbereich Hauptlage

Fokusbereich Nebenlage

Fokusbereich Verweilen

Fokusbereich Wasser

**Fokusbereich Erholung**

Eschweger Innenstadt

# Projektsteckbrief

## Fokusbereich Erholung



### Grüne Ruheoase Sophiengarten (5a)



Aufwand ■□□

Wirkungsgrad ■□□

Priorität ■■■

Beschreibung	Das Projekt umfasst die Revitalisierung des Sophiengartens zu einem zentralen, ruhigen Erholungsraum für die Fokuszielgruppe der Senior:innen. Zentrale Maßnahmen sind eine verbesserte, intuitive Wegeführung, etwa durch neue Hinweisschilder. Steigungen werden mit Rampen (max. 6 % Steigung, mit Ruhepodesten) oder sanft geschwungenen Serpentinenwegen überwunden. Sämtliche Wege erhalten rutschfeste, erschütterungsarme Beläge. Ergänzt wird der Garten durch dezente Bewegungsgeräte sowie Elemente wie Hochbeete mit Duftpflanzen oder ein leises Wasserspiel, die verschiedene Sinne anregen. Ein blendfreies Beleuchtungskonzept erhöht die Sicherheit in den Abendstunden. Die Umsetzung erfolgt auf Grundlage des bestehenden perspektivischen Konzepts und stärkt den Sophiengarten als stillen Gegenpol zu den belebten Plätzen. Es bestehen direkte Synergien zum Projekt „Panoramablick“ (5b).
Verortung	Fokusbereich Erholung: Sophiengarten
Zweck des Projektes	Das Projekt ist ein zentraler Baustein der Strategie „Etablierung der Innenstadt als Draußen-Ort“. Ziel ist es, das im Status-Report identifizierte Potenzial des Sophiengartens als innerstädtische Ruheoase gezielt zu stärken und insbesondere für Senior:innen besser zugänglich zu machen. Durch die barrierefreie Gestaltung sowie ein sicheres Beleuchtungskonzept für die Abendstunden entsteht ein geschützter Aufenthaltsort, der die Lebensqualität für Anwohner:innen und Besucher:innen erhöht. Damit ergänzt der Garten das vielfältige Angebot der Draußen-Stadt um einen wichtigen Ort der Ruhe und Naturerfahrung.
Federführung	Tourist-Info
Kooperationspartner:innen	Freunde des Eschweger Sophiengartens e.V.   Seniorenbeirat und lokale Seniorengruppen   Schulen

# Projektsteckbrief

## Fokusbereich Erholung



### Grüne Ruheoase Sophiengarten (5a)



Ressourcen	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Mittel aus den Budgets für Grünflächenpflege, Stadtentwicklung und barrierefreien Umbau</li><li>▪ Gezielte Ansprache von Stiftungen, die sich in den Bereichen Gartendenkmalpflege, Bürgerengagement oder altersgerechtes Wohnumfeld engagieren</li><li>▪ Prüfung, ob die Maßnahmen im Rahmen von Programmen wie „Wachstum und nachhaltige Erneuerung“ förderfähig sind</li></ul>
Hürden	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Die Hanglage stellt eine technische und finanzielle Herausforderung bei der Schaffung eines barrierefreien Zugangs dar</li><li>▪ Die Revitalisierungsmaßnahmen müssen mit den potenziellen Anforderungen des Denkmalschutzes in Einklang gebracht werden.</li><li>▪ Balance zwischen den Bedürfnissen nach Ruhe und potenziellen Wünschen nach kleineren Veranstaltungen oder Aktivitäten im Garten.</li></ul>
Erste Umsetzungsschritte	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Analyse und Evaluation des perspektivischen Konzepts für den Sophiengarten</li><li>2. Erarbeitung eines konkreten Landschafts- und Wegeplans mit Fokus auf Barrierefreiheit (Wegebeläge, Handläufe, Steigungen) und Aufenthaltsqualität (Bänke, Bepflanzung)</li><li>3. Beginn der Baumaßnahmen, idealerweise startend mit der Verbesserung der Wege und Zugänge</li></ol>
Best Practice Beispiele	Bürgergärten / Kurparks in Heilbädern (z. B. Bad Pyrmont): Viele historische Kurparks wurden erfolgreich modernisiert, um Barrierefreiheit zu gewährleisten und gleichzeitig den historischen Charakter zu erhalten. 

Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Foto: Staatsbad Pyrmont.

# Projektsteckbrief

## Fokusbereich Erholung



### Panoramablick (5b)



Aufwand ■□□

Wirkungsgrad ■■□

Priorität ■■□

Beschreibung	Das Projekt Panoramablick zielt ab auf die Etablierung des Schulbergs als attraktiven und barrierearm zugänglichen Aussichtspunkt. Durch die Inszenierung des einzigartigen Blicks über die Altstadt und die Werra wird ein neuer Anziehungs- und Verweilort für Tourist:innen und Einheimische geschaffen. Die Aufenthaltsqualität wird durch moderne, dem Ort angepasste Sitz- und Liegemöglichkeiten (z. B. Liegebänke) sowie informative Tafeln zur Stadtgeschichte und zu markanten Punkten im Panorama gesteigert. Der Schulberg wird durch ein neues, einheitliches Wegeleitsystem aktiv in das städtische Gefüge eingebunden und als Teil eines attraktiven Ruhe- und Aussichts-Rundwegs mit weiteren Orten wie dem Sophiengarten verknüpft. So wird er nicht isoliert, sondern als integraler Bestandteil des innerstädtischen Gesamterlebnisses wahrgenommen und die fußläufigen Verbindungen gestärkt. Es bestehen direkte Synergien zum Projekt „Grüne Ruheoase Sophiengarten“ (5a).
Verortung	Fokusbereich Erholung: Schulberg
Zweck des Projektes	Das Projekt Panoramablick steigert die touristische Attraktivität und schafft einen neuen Verweilort für Bürger:innen. Es wertet den öffentlichen Raum gezielt auf und etabliert den Schulberg als Anziehungspunkt. Das Vorhaben zahlt als sichtbares Starterprojekt direkt auf die Entwicklungsstrategie „Innenstadt als Draußen-Ort“ ein, indem es das Erleben der Stadt im Freien fördert und die Aufenthaltsqualität stärkt.
Federführung	Tourist-Info
Kooperationspartner:innen	Werra-Weser-Anrainerkonferenz (WWA)   Schulen   Lokale Unternehmen

# Projektsteckbrief

## Fokusbereich Erholung



### Panoramablick (5b)



Ressourcen	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Mittel aus den Budgets für Stadtentwicklung, Tourismusförderung und Grünflächenpflege</li><li>▪ Gezielte Ansprache von Stiftungen, die sich in den Bereichen Gartendenkmalpflege, Bürgerengagement oder altersgerechtes Wohnumfeld engagieren</li><li>▪ Prüfung, ob die Maßnahmen im Rahmen der LEADER-Förderung förderfähig sind</li></ul>
Hürden	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Klärung von Eigentumsverhältnissen, Denkmalschutz- und Naturschutzauflagen.</li><li>▪ Akquise von Fördermitteln und Sicherstellung des kommunalen Eigenanteils.</li><li>▪ Entwicklung eines nachhaltigen Konzepts zur Instandhaltung und Reinigung des Areals.</li></ul>
Erste Umsetzungsschritte	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Einberufung eines Runden Tisches mit allen relevanten Akteuren (Stadtverwaltung, Vereine, potenzielle Partner:innen)</li><li>2. Erstellung eines konkreten Gestaltungskonzepts und einer validen Kostenschätzung als Grundlage für Förderanträge</li><li>3. Vorstellung des Starterprojekts in der Öffentlichkeit, um frühzeitig für Akzeptanz und Unterstützung zu werben</li></ol>
Best Practice Beispiele	Weinbergterrassen an der Mosel: Zahlreiche Gemeinden haben ihre historischen Weinbergterrassen mit Liegebänken, Infopunkten und Schaukeln aufgewertet, um den Weintourismus und das Landschaftserlebnis zu verbinden.



# Projekt- steckbriefe

Gesamtübersicht

Fokusbereich Hauptlage

Fokusbereich Nebenlage

Fokusbereich Verweilen

Fokusbereich Wasser

Fokusbereich Erholung

**Eschweger Innenstadt**

# Projektsteckbrief

## Eschweger Innenstadt



### Aktivierendes Flächenmanagement und Pop-Up-Konzept Innenstadt (6b)



Aufwand ■■□

Wirkungsgrad ■■■

Priorität ■■■

Beschreibung	Das Projekt verknüpft aktivierendes Flächen- und Leerstandsmanagement mit einem Pop-Up-Konzept zur Reduzierung von Leerständen durch die gezielte Einrichtung von flexiblen Zwischennutzungen (Pop-Ups). Diese werden passend zur Profilierung der jeweiligen Fokusbereiche angesiedelt, um ein vielfältiges und überraschendes Angebot zu schaffen. Kern des Projekts ist der Aufbau einer Leerstandsdatenbank und eines Portfolios an Nutzungsinteressenten, um frühzeitig und zügig auf Vakanzen z. B. aufgrund von Nachfolgeproblematiken reagieren zu können. Dies erfordert eine enge Kooperation zwischen Verwaltung und Eigentümer:innen sowie die Bündelung aller Maßnahmen in einer kohärenten Leerstandsstrategie mit dem übergeordneten Ziel, aus temporären Nutzungen langfristige Mietverhältnisse zu entwickeln. Ein konkreter Anhaltspunkt zur Ausgestaltung kann darüber hinaus die Etablierung eines festen Ladenlokals für wechselnde Pop-Up-Nutzungen darstellen. Es bestehen direkte Synergien zu den Projekten „Temporäre Gassenkonzepte“ (2a) und „Aufschließen! Leerstandsmanagement Fortstgasse“ (2b).
Verortung	Gesamte Innenstadt mit Fokus auf leerstehende Ladenlokale
Zweck des Projektes	Zentrales Ziel des Projekts ist die Reduzierung von Leerstand durch die schnelle und flexible Belebung ungenutzter Ladenlokale. Durch die Schaffung neuer, temporärer Angebote aus Handel, Kultur und Gastronomie wird die Frequenz in den Straßenzügen erhöht und die gesamte Standortattraktivität gesteigert. Gleichzeitig dient das Konzept als risikoarme Plattform für Existenzgründer:innen zur Erprobung neuer Ideen. Es zahlt direkt auf die Entwicklungsstrategie der Schaffung überraschender Angebote ein, indem es das klassische Sortiment gezielt durch kuratierte, wechselnde Konzepte ergänzt.
Federführung	Stadtverwaltung Fachbereich 3.1   Gründer:innen / Jungunternehmen   Immobilieneigentümer:innen
Kooperationspartner:innen	Wirtschaftsförderung   Immobilieneigentümer:innen   Lokale Werbegemeinschaften

# Projektsteckbrief

## Eschweger Innenstadt



### Aktivierendes Flächenmanagement und Pop-Up-Konzept Innenstadt (6b)



Ressourcen	<ul style="list-style-type: none"><li>Mittel aus dem Bundesprogramm „Zukunftsfähige Innenstädte und Zentren“</li><li>Verfügungsfonds im Rahmen der Städtebauförderung</li><li>Einrichtung eines Budgets (Anmietungsfonds) für die temporäre Anmietung strategisch wichtiger Ladenlokale durch die Kommune</li></ul>
Hürden	<ul style="list-style-type: none"><li>Überzeugung der Vermieter:innen von den Vorteilen einer (oft mietreduzierten) Zwischennutzung</li><li>Sicherstellung der personellen und finanziellen Ausstattung des Leerstandsmanagements für eine proaktive und stetige Arbeit</li></ul>
Erste Umsetzungsschritte	<ol style="list-style-type: none"><li>Leerstandsdatenbank aufbauen: Systematische Erfassung aller Leerstände inklusive relevanter Eckdaten (Größe, Lage, Zustand, Eigentümerkontakt)</li><li>Kommunikationsstrategie entwickeln: Aktive und gezielte Ansprache von Immobilieneigentümer:innen, um für das Projekt zu werben</li><li>Portfolio für Interessenten aufbauen: Erstellen einer standardisierten Bewerbungsstrecke für potenzielle Zwischennutzer:innen</li><li>Ggf. geeignete Fläche für eine feste Pop-Up-Immobilie identifizieren und entsprechendes Nutzungskonzept umsetzen und etablieren</li></ol>
Best Practice Beispiele	<p>„Saisongeschäft“ in Köln: Eine kleine Wundertüte ist das „Saisongeschäft“ an der Körnerstraße in Köln, in welches regelmäßig neue Macher:innen mit ihren Pop-Up-Stores einziehen. Von Kunst- und Designlabels bis hin zu Kaffeeröster ist hier ständig etwas neues, spannendes vor Ort.</p> 

Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Foto: Mit Vergnügen GmbH.

# Projektsteckbrief

## Eschweger Innenstadt



### Klare Wegeverbindungen (6g)



Aufwand ■□□

Wirkungsgrad ■□□

Priorität ■■■

<b>Beschreibung</b>	Das Projekt Klare Wegeverbindungen verbessert die Orientierung und Aufenthaltsqualität in der gesamten Innenstadt. Durch ein modernes, einheitliches Beschilderungssystem werden die verschiedenen Fokusbereiche logisch miteinander verbunden und die funktionalen Stadteingänge als Willkommensorte gekennzeichnet. Eine durchgängige Gestaltungssprache, die sich auch in wiederkehrenden Sitz- und Grünelementen widerspiegelt, schafft ein wiedererkennbares und hochwertiges Stadtbild. So wird nicht nur die Orientierung erleichtert, sondern die Wege selbst werden zu attraktiven Räumen, was direkt die Entwicklungsstrategie „Innenstadt als Draußen-Ort“ stärkt. Das Leitsystem kann zudem auf verborgene Orte oder besondere Geschäfte hinweisen und so zum Entdecken einladen, was der Entwicklungsstrategie „Überraschende Angebote“ entspricht.
<b>Verortung</b>	Gesamte Innenstadt mit Fokus auf die Verbindungsachsen
<b>Zweck des Projektes</b>	Der Zweck des Projekts ist es, die Orientierung für Gäste wie Einheimische durch ein klares Leitsystem entscheidend zu verbessern. Die sichtbare Verknüpfung der Innenstadtquartiere und eine einheitliche, ansprechende Gestaltung von Wegen und Stadtmobiliar steigern die Aufenthaltsqualität. Gleichzeitig schafft das Projekt ein wiedererkennbares, positives Erscheinungsbild und stärkt so die visuelle Identität der Stadt.
<b>Federführung</b>	Tourist-Info
<b>Kooperationspartner:innen</b>	ADFC   Seniorenbeirat   Lokale Werbegemeinschaften   Kommunikationsagenturen

# Projektsteckbrief

## Eschweger Innenstadt



### Klare Wegeverbindungen (6g)



#### Ressourcen

- Städtebauförderung „Lebendige Zentren“ fördert investive Maßnahmen zur Aufwertung des öffentlichen Raumes
- Mittel aus den Budgets für Stadtmarketing, Tiefbau und Grünflächenpflege

#### Hürden

- Hoher Abstimmungsbedarf zwischen verschiedenen Ämtern (Tiefbau, Grünflächen, Stadtplanung, Denkmalschutz)
- Herausforderungen bei der Integration der bereits vorhandenen, uneinheitlichen Beschilderung

#### Erste Umsetzungsschritte

1. Vollständige Erfassung und Bewertung des vorhandenen Beschilderungs- und Mobiliarsystems
2. Identifikation der wichtigsten Wegebeziehungen und Orientierungspunkte
3. Ausarbeitung eines Gestaltungskonzepts für Beschilderung und Mobiliar durch eine qualifizierte Agentur unter Beteiligung der relevanten Akteure

#### Best Practice Beispiele

Der „Rote Faden“ in Hannover ist ein 4,2 Kilometer langes, auf den Boden gemaltes Leitsystem, das Besucher:innen zu 36 der wichtigsten Sehenswürdigkeiten der Stadt führt und auf versteckte Orte hinweist.



# Projektsteckbrief

## Eschweger Innenstadt



### Gastronomiepotenzialanalyse (6h)



Aufwand ■□□

Wirkungsgrad ■■□

Priorität ■□□

Beschreibung	Die Gastronomiepotenzialanalyse ist ein strategisches Projekt zur Stärkung der Innenstadt. Es umfasst eine detaillierte Analyse des gastronomischen Bestands und des Wettbewerbsumfelds. Ziel ist es, die Potenziale der Gastronomie als wachsenden Anker für Frequenz und Aufenthaltsqualität zu identifizieren. Auf Basis der Ergebnisse wird ein Aktivierungs- und Steuerungskonzept entwickelt. Dieses soll passgenaue Maßnahmen definieren, um gezielt neue, qualitativ hochwertige und diversifizierte Gastronomie anzusiedeln. Damit schafft das Projekt die Grundlage, das Profil der Innenstadt zu schärfen und durch neue kulinarische Erlebnisse die Entwicklungsstrategie „Überraschende Angebote“ gezielt mit Leben zu füllen. Als Aufstiegsprojekt hebt es die strategische Bedeutung der Gastronomie auf eine neue Ebene.
Verortung	Gesamte Innenstadt
Zweck des Projektes	Zentraler Zweck des Projekts ist die Schaffung einer fundierten Datengrundlage zur lokalen Gastronomieszene, um deren Stärken, Schwächen und ungenutzte Potenziale zu identifizieren. Auf dieser Analyse aufbauend wird ein strategisches Konzept entwickelt. Dieses dient als Fahrplan, um die Gastronomielandschaft gezielt zu steuern, qualitativ aufzuwerten und die Ansiedlung neuer, passgenauer Angebote zu fördern. Dies schafft zudem Investitionssicherheit für Gastronomen und Eigentümer.
Federführung	Initiative Stadtmarketing Eschwege e. V.
Kooperationspartner:innen	Lokale Gastronom:innen   Initiative Stadtmarketing Eschwege e. V.   IHK

# Projektsteckbrief

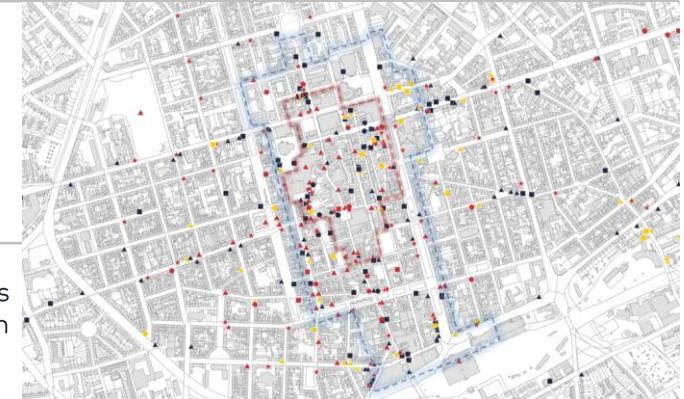
## Eschweger Innenstadt



### Gastronomiepotenzialanalyse (6h)



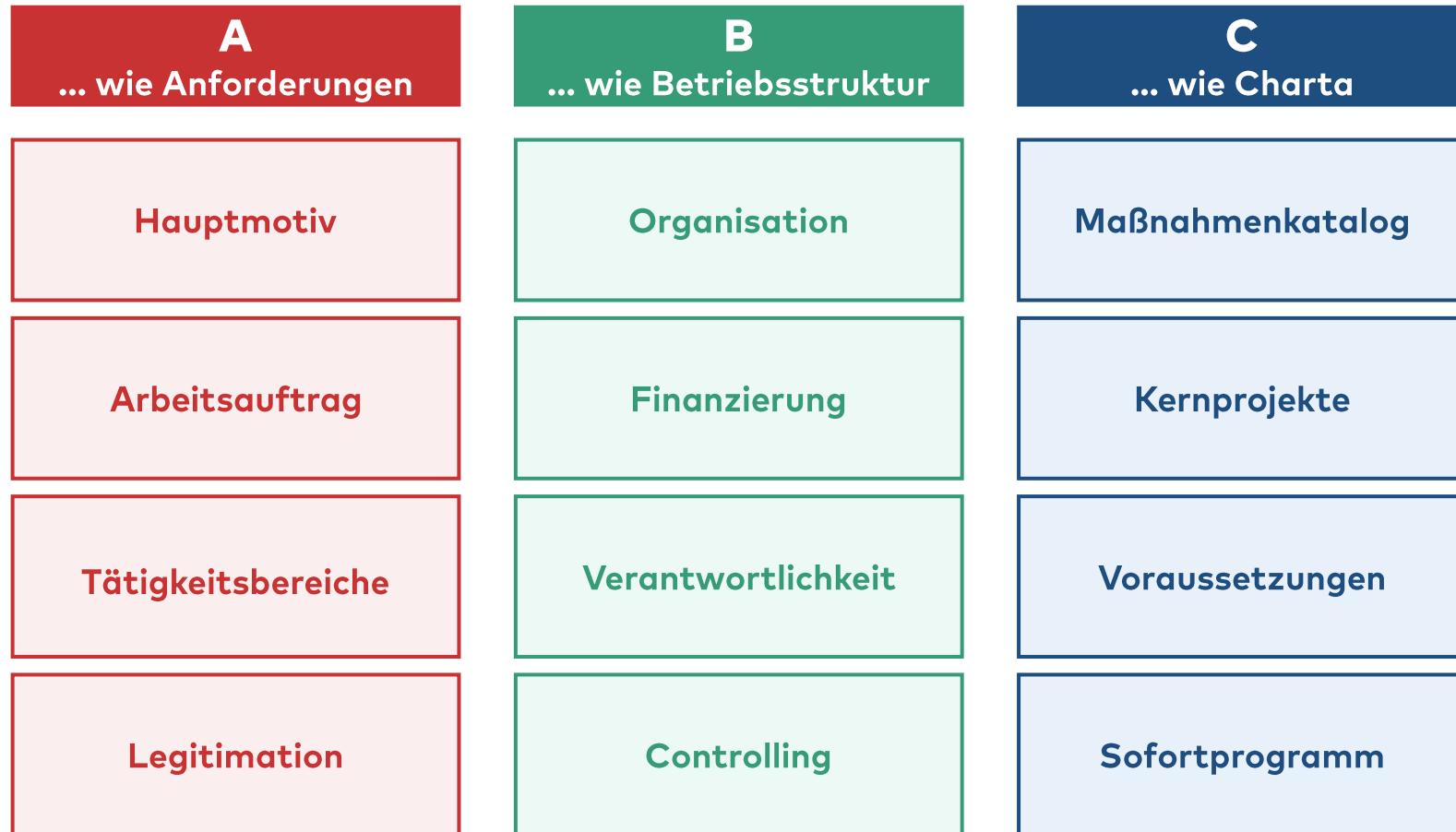
Ressourcen	<ul style="list-style-type: none"><li>Mittel aus dem Budget der Wirtschaftsförderung oder Stadtentwicklung für externe Gutachten</li><li>Bundesprogramm „Zukunftsfähige Innenstädte und Zentren“</li></ul>
Hürden	<ul style="list-style-type: none"><li>Lückenhafte Datenbasis zur wirtschaftlichen Situation der Betriebe</li><li>Geringe Bereitschaft von Gastronom:innen, an Umfragen teilzunehmen oder Betriebsdaten preiszugeben</li><li>Unterschiedliche Interessen von Gastronom:innen (Umsatz), Anwohner:innen (Lärm) und Verwaltung (Sondernutzungsregeln).</li></ul>
Erste Umsetzungsschritte	<ol style="list-style-type: none"><li>Detaillierte Definition der Untersuchungsziele und des Leistungsumfangs für die Ausschreibung</li><li>Einberufung einer begleitenden Arbeitsgruppe mit den wichtigsten Kooperationspartner:innen</li><li>Frühzeitige Information der lokalen Gastronom:innenn über Ziele und Ablauf der Analyse, um für Vertrauen und eine hohe Beteiligung zu werben</li></ol>
Best Practice Beispiele	Die Stadt Krefeld untersucht das Gastronomieangebot in der Innenstadt und bewertet das bestehende Angebot, um den Herausforderungen des demographischen Wandels und dem Rückgang des Einzelhandels entgegenzuwirken.



# Das ABC der Innenstadt- transformation

# Das ABC der Innenstadttransformation

## Aufbau und Struktur



Um die in den bisherigen Prozessphasen identifizierten Entwicklungsstrategien und die angestoßene Innenstadttransformation erfolgreich zu verstetigen, bedarf es einer klar definierten Grundstruktur für die Zusammenarbeit aller relevanten Innenstadtakteur:innen in der Aufgaben- und Maßnahmenumsetzung.

Aufbauend auf den Ergebnissen der bisherigen Konzeptinhalte und der Beteiligungsformate, insbesondere der Lenkungsgruppensitzungen und der Markenwerkstatt, dient hierfür das **ABC der Innenstadttransformation** als zentrale Verstetigungsstrategie. Es beantwortet die Frage, wie die identifizierten Innenstadtprojekte entlang der erarbeiteten Zielvision und der Profilierungsempfehlungen umgesetzt werden können. Dies erfolgt entlang eines dreigliedrigen Aufbaus von **A wie Anforderungen**, über **B wie Betriebsstruktur** bis hin zu **C wie Charta**.

# A... wie Anforderungen

## der Eschweger Innenstadttransformation

### A

#### ... wie Anforderungen.

##### Hauptmotiv

Das **Hauptmotiv** der Innenstadttransformation leitet sich aus den konzeptionellen Grundlagen des Handlungskonzepts „Von der Innenstadt zur Draußen-Stadt“ ab. Es beschreibt die übergeordnete Notwendigkeit, die Eschweger Innenstadt proaktiv zu wandeln, um ihre Zukunftsfähigkeit und Resilienz zu sichern. Das Motiv ist die gezielte Steigerung der Aufenthaltsqualität und die Etablierung als ein multifunktionaler Lebens-, Erlebens- und Versorgungsort, der die Bedürfnisse aller fünf Fokuszielgruppen adressiert.

##### Arbeitsauftrag

Der **Arbeitsauftrag** im Rahmen der Innenstadttransformation besteht in der operativen Gesamtkoordination aller innenstadtbezogenen Entwicklungen. In der Verfestigung des angestoßenen Transformationsprozesses ist dabei das kontinuierliche Vorantreiben und Impulsetzen neuer Maßnahmen im Sinne der identifizierten Innenstadtbelange von zentraler Bedeutung. Hierfür werden die im Prozess ausgearbeiteten Projekte angestoßen, in die Umsetzung überführt und fortlaufend weiterentwickelt.

##### Tätigkeitsbereiche

Entsprechend des Hauptmotivs und Arbeitsauftrags sind konkrete **Tätigkeitsbereiche** der Innenstadttransformation zu definieren. Eine ergänzende Aufstellung an anfallenden und zu übernehmenden Aufgaben wie z. B. die Etablierung von Ansprechpartner:innen für die Belange der Innenstadt oder die Koordination der Innenstadtakteur:innen im politischen sowie gesellschaftlichen Raum ist dabei obligatorisch.

##### Legitimation

Die **Legitimation** der Umsetzung der Innenstadttransformation basiert auf dem Handlungskonzept als strategische Grundlage und der Verankerung im ZIZ-Bundesprogramm. Die politischen Gremien sind dabei weiterhin als integraler Bestandteil aktiv in den Entscheidungsfindungen und für Beschlüsse einzubinden. So kann die Umsetzungs- und Entscheidungskompetenz für Maßnahmen und Aktionen mit Innenstadtrelevanz sichergestellt und die Handlungsfähigkeit in den definierten Aufgaben und Tätigkeitsbereichen gewährleistet werden.

# A... wie Anforderungen

## Sechs Tätigkeitsbereiche der Innenstadttransformation



### Infrastruktur- und Mittelbereitstellung

Bereitstellung und Sicherung der nötigen Ressourcen zur Umsetzung von Innenstadtprojekten.



### Strategie- weiterentwicklung

Koordination und Weiterführung des Handlungskonzepts für die Innenstadt.



### Netzwerk- management

Aufbau, strategische Unterstützung und Kommunikation zwischen örtlichen Akteursgruppen und Netzwerken.



### Kommunikation und Öffentlichkeitsarbeit

Zielgerichtete Erstellung und Verbreitung innerstädtrelevanter Informationen und Inhalte.



### Innenstadt- Marketing

Vermarktung der Innenstadt über Marketingaktivitäten wie Veranstaltungsformate und Werbemaßnahmen sowie deren Evaluation.



### Maßnahmen- umsetzung

Impulsgebung, Projektmanagement und Aufgabendellegation diverser Innenstadtmaßnahmen

# A... wie Anforderungen

## Tätigkeitsbereiche: Struktur



Quelle: Darstellung Stadt + Handel.

Wie im Vorfeld formuliert, soll die zukünftige **Innenstadttransformation** unter der Zielstellung der Verfestigung des Strategieprozesses und der weiteren Umsetzung der Innenstadtmaßnahmen, insbesondere der Starter-, Aufstiegs- und Schlüsselprojekte, agieren. Hierfür wurden die folgenden, übergeordneten Tätigkeitsbereiche definiert, welche eine große, aber zugleich abgegrenzte Bandbreite an Aufgaben abdeckt.

Als übergeordnete Basis der zukünftigen Governance-Struktur für Innenstadt-Aktivitäten wurde der Tätigkeitsbereich **Infrastruktur- und Mittelbereitstellung** identifiziert. Er bildet das strukturelle Fundament (sozusagen die „Hardware“) der Innenstadttransformation und umfasst insbesondere das Management finanzieller (einschließlich Fördermittelmanagement), personeller und räumlicher Ressourcen.

Als nächstes fokussiert sich der Tätigkeitsbereich **Strategieweiterentwicklung** auf die Umsetzung des Handlungskonzepts für die Eschweger Innenstadt und beinhaltet dabei sowohl das Monitoring und die Evaluation der Strategie sowie die bedarfsgerechte Initiierung von Anpassungen und neuen Inhalten. Da jedes innenstadtbezogene Handeln zukünftig entlang der gemeinsam erarbeiteten strategischen Zielvision orientiert sein soll, steht dieser Tätigkeitsbereich ebenfalls übergeordnet in der geplanten Governance-Struktur.

Weiter wird mit dem Tätigkeitsbereich des aktiven **Netzwerkmanagements** der Aufbau und die Pflege von Zusammenschlüssen und Kooperationen gefördert. Das Ziel ist die Herstellung und bedarfsgerechte Nutzbarmachung von Netzwerken zwischen Stadtverwaltung, Politik, Initiative Stadtmarketing Eschwege e. V., Vereinen und Institutionen, Bürgerschaft und u. v. m. mit klarem innerstädtischem Bezug.

# A... wie Anforderungen

## Tätigkeitsbereiche: Struktur



Quelle: Darstellung Stadt + Handel.

Die Innenstadttransformation beinhaltet zudem den Tätigkeitsbereich der **Kommunikation und Öffentlichkeitsarbeit** in die Stadtgesellschaft. Es werden die entsprechenden Inhalte und Informationen aufbereitet und nach Außen kommuniziert (z. B. durch Druck, Internetauftritt, Social Media etc.) So soll Beteiligung ermöglicht, Interesse an Projekten geweckt und die Erfolge mit der breiten Stadtgesellschaft geteilt werden.

Das **Innenstadtmarketing** umfasst insbesondere die Organisation und Durchführung von Veranstaltungen zur Belebung der Innenstadt. Schwerpunkte liegen zusätzlich auf der kontinuierlichen Analyse bestehender Marketingpotenziale sowie der Entwicklung, Umsetzung und Monitoring von ergänzenden Werbemaßnahmen.

Mit dem abschließenden Tätigkeitsbereich der **Maßnahmenumsetzung** wird die operative Umsetzung der Innenstadt-Projekte, insbesondere auch aus dem vorangehend erarbeiteten Maßnahmenkatalog sichergestellt. Der Bereich umfasst die projektspezifische Initiierung wie auch das entsprechende Projektmanagement inklusive Aufgabendelegation zwischen den beteiligten Innenstadtakteur:innen.

# A... wie Anforderungen

## Tätigkeitsbereiche: Aufgabenkatalog I

Die sechs übergeordneten Tätigkeitsbereiche werden weiter in der Form eines „Aufgabenkatalogs“ für die Innenstadttransformation zusammengefasst. Dieser leitet sich aus den Erkenntnissen des Handlungskonzepts ab und bildet die Grundlage für die Umsetzung der im Maßnahmenkatalog definierten Projekte, indem notwendige

Aufgaben formuliert werden (nicht zwingend abschließend). Dabei wird empfohlen, die Aufgaben und Schwerpunkte jährlich zu evaluieren, um auf neue Trends und Entwicklungen adäquat reagieren zu können.

### INFRASTRUKTUR- UND MITTELBEREITSTELLUNG

- **Fördermittelmanagement:** Identifikation, Beantragung bzw. Akquise und Verwaltung öffentlicher wie privater Fördermittel
- **Personelle Ressourcen:** Einsatz und Koordination von Fachpersonal zur Maßnahmenumsetzung
- **Räumlichkeiten:** Bereitstellung geeigneter Räume für Veranstaltungen, Beratung und Projektarbeit inklusive transparenter Information darüber
- **Kommunikation nach Außen:** Öffentlichkeitsarbeit zur Information und Einbindung relevanter Akteur:innen und der Bevölkerung sowie Bewusstseinsschaffung
- **Satzungen:** Anpassung rechtlicher Rahmenbedingungen zur Ermöglichung und Unterstützung der Transformationsthemen

### STRATEGIEWEITERENTWICKLUNG

- **Strategiemonitoring:** Systematische Überprüfung und Evaluation der Strategie und ggf. bedarfsgerechte Weiterentwicklung
- **Koordination der Maßnahmenumsetzung:** Impulsgebung und Ermöglichung sowie strategische Begleitung und Aufgabendelegation der Maßnahmenumsetzung entlang der vorhandenen Rahmenbedingungen
- **Abstimmung sektoraler Fachkompetenzen in der Stadtverwaltung:** Förderung der interdisziplinären Zusammenarbeit innerhalb der Fachbereiche im Rahmen der Umsetzung strategischer Maßnahmen
- **Beauftragung und Steuerung externer Dienstleister:innen:** Auswahl und Koordination externer Partner:innen zur Strategiumsetzung oder -weiterentwicklung

# A... wie Anforderungen

## Tätigkeitsbereiche: Aufgabenkatalog II

### NETZWERKMANAGEMENT

- **Aufbau und Pflege einer gesamtheitlichen Netzwerkstruktur:** Wahrung eines Gesamtüberblicks aller Akteur:innen und Netzwerke sowie Entwicklung von Maßnahmen zu einem verbesserten Austausch zwischen diesen (z. B. Netzwerkveranstaltungen)
- **Unterstützung und Koordination bestehender wie neuer Netzwerke:** Stärkung der bestehenden Netzwerke durch Beratung, Vermittlung oder auch Maßnahmendelegation entlang strategischer oder operativer Ziele sowie bedarfsgerechte Impulsgebung zur Initiierung neuer Netzwerke

### KOMMUNIKATION UND ÖFFENTLICHKEITSARBEIT

- **Information von Politik:** Transparente Berichterstattung und entsprechende Beteiligung als Vorbereitung politischer Entscheidungen zur Innenstadttransformation
- **Information von Verwaltungseinheiten:** Fachgebietsübergreifende Berichterstattung und entsprechende Beteiligung zur Effektivierung von Prozessen der Innenstadttransformation
- **Beratung der Innenstadtakteur:innen:** Vermittlung von Wissen und Kompetenzen zur Selbstbefähigung der einzelnen Akteur:innen oder Netzwerke auf Abruf oder durch aktive Informationsangebote (z. B. Workshops, Schulungen)
- **Geeignete Kommunikationskanäle:** Impulse, Entwicklung und ggf. Etablierung neuer, innovativer Wege zur Ansprache unterschiedlicher Zielgruppen

# A... wie Anforderungen

## Tätigkeitsbereiche: Aufgabenkatalog III

### INNENSTADT MARKETING

- **Innenstadtveranstaltungen:** Anstoß, Planung und Durchführung von vielfältigen Veranstaltungsformaten zur Belebung, Attraktivität und Vermarktung der Innenstadt
- **Vielfältige Zielgruppenansprache mit Marketingmix:** Strategische Kommunikation und Bewerbung über die Nutzung diverser Kanäle: sowohl auf verschiedenen Kanalarten (Print, Plakatierung, Internet) als auch auf verschiedenen Reichweiterebenen (lokal, regional und überregional) zur Zielgruppenansprache
- **Bündelung der Werbemaßnahmen:** Abstimmung und Integration von Marketingmaßnahmen inner- und außerhalb der Innenstadt zur optimalen Nutzung vorhandener Potenziale
- **Erhöhung der User Experience:** Verbesserung des Besuchserlebnisses durch gezielte Informationsangebote und Orientierungshilfen (digital und analog) der vorhandenen Angebote
- **Analyse und Evaluation der Marketingaktivitäten:** Bewertung und Weiterentwicklung der Eventformate und Werbemaßnahmen sowie Identifikation von Marketingpotenzialen (z. B. Synergien durch Angebotsüberschneidungen oder Herausstellung von Alleinstellungsmerkmalen)
- **Maßnahmen zur Stärkung der Kund:innenbindung:** Entwicklung und Umsetzung gezielt besuchs- und verkaufsfördernder Aktionen zur Stärkung der Innenstadtangebote



### MAßNAHMEMSETZUNG

- **Projektmanagement inkl. Zeit- und Ressourcenplanung:** Strukturierte Planung von Zeit, Personal und Mitteln zur erfolgreichen Steuerung und Umsetzung der einzelnen Innenstadtprojekte durch die ausgewählten Akteur:innen
- **Federführung eigener Umsetzungsprojekte:** Auswahl geeigneter Maßnahmen zur eigenständigen Umsetzung entlang der gegebenen Ressourcenkapazitäten
- **Leerstands- und Ansiedlungsmanagement:** Aktivierung und Vermittlung leerstehender Räume für neue, zukunftsorientierte Nutzungen und Konzepte

# B... wie Betrieb

## der Eschweger Innenstadttransformation

### B

... wie Betrieb

#### Organisation

Die **Organisation** der Innenstadttransformation definiert den Kreis der beteiligten Akteur:innen für eine dauerhaft tragfähige Governance-Struktur, die verbindlich zur Umsetzung der Verstetigungsstruktur beitragen. Sie bildet das Fundament des gesamten Netzwerks. Dieses umfasst insbesondere als Hauptbeteiligte den Dreiklang zwischen Stadtverwaltung, dem neu aufgestellten Stadtmarketing-Verein und der Tourist-Info, sowie darüber hinaus die Einbeziehung engagierter Personen und Institutionen wie z. B. Gewerbetreibende, Immobilien-eigentümer:innen oder Vereine.

#### Finanzierung

Die **Finanzierung** der Innenstadttransformation als solche bzw. der einzelnen Hauptbeteiligten der Organisation stellt die wirtschaftliche Handlungsfähigkeit der Verstetigungsstruktur sicher, um sowohl personelle als auch sachliche Kosten zu decken. Sie basiert auf einem Ressourcen-Mix aus öffentlichen Mitteln, der aktiven Akquise und Verwaltung von Fördermitteln sowie der Einwerbung privater Gelder, beispielsweise durch Sponsoring oder Mitgliedsbeiträge.

#### Verantwortlichkeit

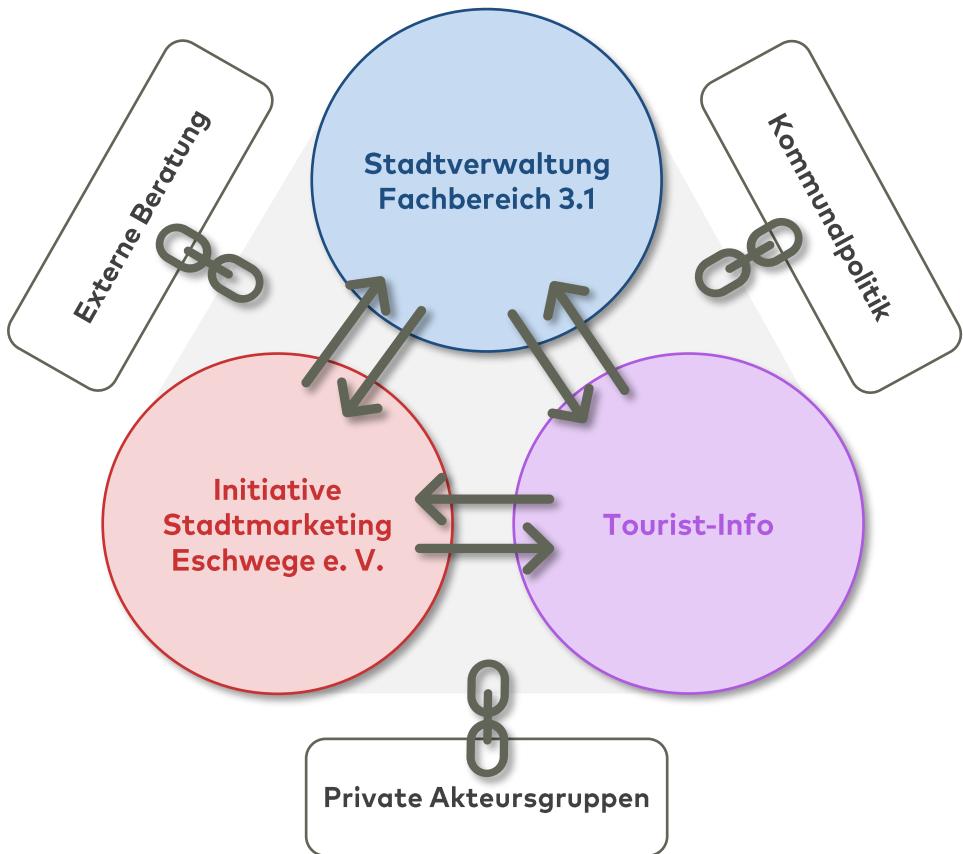
Die **Verantwortlichkeit** für die einzelnen Tätigkeitsbereiche und Aufgaben der Innenstadttransformation beinhaltet die Zuweisung von Zuständigkeiten. Dabei werden jeweils hauptverantwortliche Institutionen benannt sowie ergänzende Teilverantwortlichkeiten oder rein fallspezifische Unterstützungen ohne Verantwortlichkeit.

#### Controlling

Das **Controlling** der Umsetzung der Innenstadttransformation dient als strategisches Steuerungsinstrument zur Überprüfung der Zielerreichung. Es umfasst das kontinuierliche Monitoring und Evaluation der entwickelten Strategie, um die Wirksamkeit der umgesetzten Maßnahmen im Hinblick auf das strategische Zielprofil zu messen. Dies ermöglicht flexible Anpassungen und sichert einen effizienten Einsatz der zur Verfügung stehenden Ressourcen.

# B...wie Betrieb

## Organisation der Hauptbeteiligten



Die Innenstadttransformation in Eschwege wird durch eine klare **Organisationsstruktur** rund um die drei hauptverantwortlichen Institutionen der **Stadtverwaltung**, insbesondere des Fachbereichs 3.1, des neu zu konstituierenden **Initiative Stadtmarketing Eschwege e. V.** und der **Tourist-Info** als feste Etablierung gesteuert. In diesem Sinne gibt es keine Hauptverantwortung die alleinig bei einer Stelle liegt – sondern ein Dreiklang der Federführung und Verantwortlichkeit in der Umsetzung der strategischen Ziele und Maßnahmen des Handlungskonzepts und Transformationsmanagements.

Um einen kontinuierlichen Austausch und eine kohärente Innenstadtentwicklung zu gewährleisten, sind für die drei Akteursgruppen **feste Abstimmungstreffen im Quartal** zu empfehlen. Einladung, Moderation und Dokumentation können dabei im Wechsel erfolgen. Innerhalb der einzelnen Institutionen sind darüber hinaus individuelle interne Abstimmungen in regelmäßigen Abständen sinnvoll (z. B. ein zweiwöchentlicher Jour fixe „Fachbereich 3.1 für die Innenstadt“), um die eigenen Innenstadtaufgaben und Maßnahmen entlang der jeweiligen Kapazitäten und orientiert an der Gesamtstrategie umzusetzen.

Die Einbindung, Beteiligung und Information der Öffentlichkeit und der weiteren, fallspezifisch relevanten Akteur:innen aus Privatwirtschaft, Kommunalpolitik und externen Berater:innen und Dienstleister:innen ist dabei stets mitzudenken und im Rahmen des individuellen Projekts von den Hauptverantwortlichen zu gewährleisten.

So herrscht grundsätzlich eine **geteilte Hauptverantwortlichkeit** im Dreiklang der Innenstadt-Institutionen. Darüber hinaus kann jedoch in einigen Tätigkeitsfeldern und Aufgaben eine **Rollenverteilung** und ein entsprechender Grad der Zuständigkeit definiert werden. So ist je nach aufkommender Aufgaben- oder Fragestellung die Handlungsfähigkeit und damit die schrittweise und koordinierte Umsetzung der Ziele und Projekte des Handlungskonzept sichergestellt.

# B... wie Betrieb

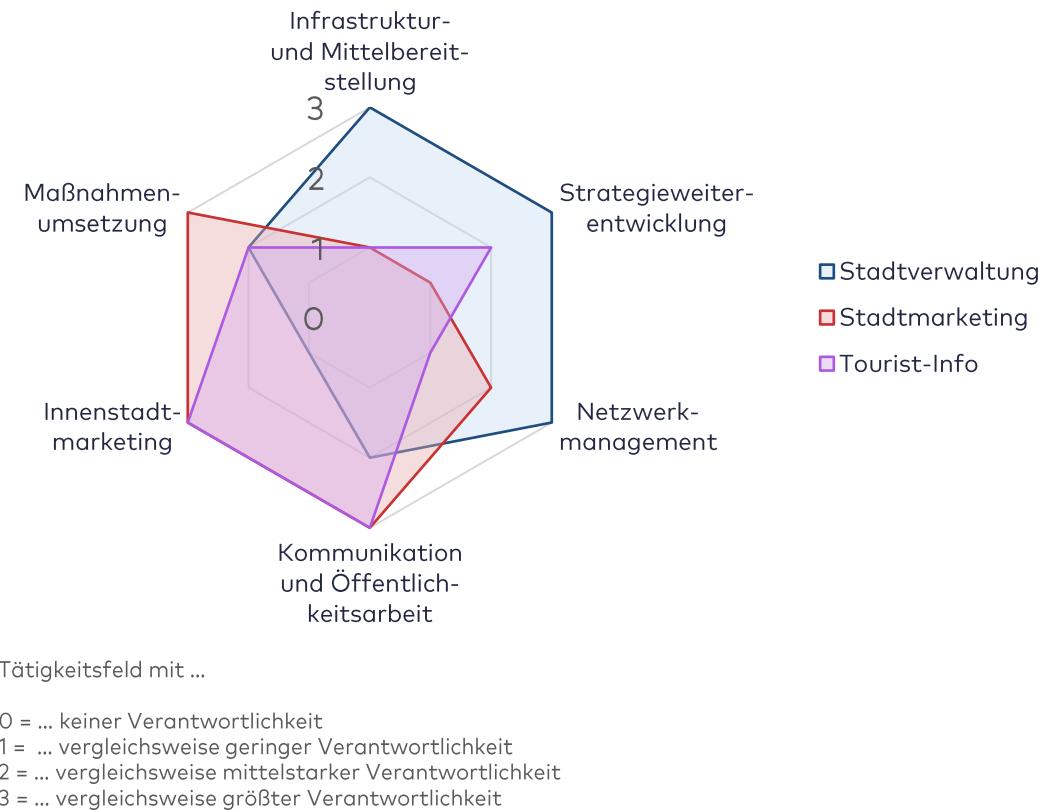
## Verantwortlichkeiten der Hauptbeteiligten

Das Netzdiagramm veranschaulicht jeweils die Stärke der Verantwortlichkeiten von Stadtverwaltung, Stadtmarketing und Tourist-Info in den sechs Tätigkeitsbereichen auf einer Skala von 0 bis 3. Das Diagramm zeigt dabei in einer vereinfachten Darstellung einen **zukünftigen Soll-Zustand** und ist deshalb mehr als Orientierungsgrundlage und weniger als starre und abschließende Festlegung anzusehen.

- Konkret ist es im Hinblick auf die Verfestigung der Innenstadttransformation das Ziel, dass die **Stadtverwaltung** die größte Verantwortung über die Tätigkeitsbereiche Infrastruktur- und Mittelbereitstellung, Strategieweiterentwicklung und Netzwerkmanagement inne hat.
- Bei der **Initiative Stadtmarketing Eschwege e. V.** soll perspektivisch die größte Verantwortlichkeit im Bereich Maßnahmenumsetzung liegen sowie in den Bereichen Innenstadtmarketing und Kommunikation und Öffentlichkeitsarbeit, insbesondere im kulturellen Bereich .
- Die Schwerpunkte der **Tourist-Info** liegen dabei ebenfalls in den Tätigkeitsbereichen Innenstadtmarketing und Kommunikation und Öffentlichkeitsarbeit und ähneln somit denen des Stadtmarketings. Die Verantwortung in der Maßnahmen-umsetzung kann allgemein betrachtet jedoch als etwas geringer eingestuft werden und in der Strategieweiterentwicklung dafür etwas höher.

Es lässt sich zusammenfassen, dass die Stadtverwaltung (insbesondere Fachbereich 3.1) in Zukunft am stärksten strategische und infrastrukturelle Leitfunktionen übernehmen sollte, wohingegen die Initiative Stadtmarketing Eschwege e. V. und die Tourist-Info stärker die operativen und kommunikativen Aufgaben tragen. Dabei ist jedoch jede Institution in jedem Tätigkeitsbereich mindestens mit einer geringen Verantwortlichkeit (1) beteiligt, sodass kein Bereich alleinig in der Verantwortung einer einzelnen Institution liegt.

Perspektivische Verantwortlichkeitsverteilung in den Tätigkeitsbereichen:



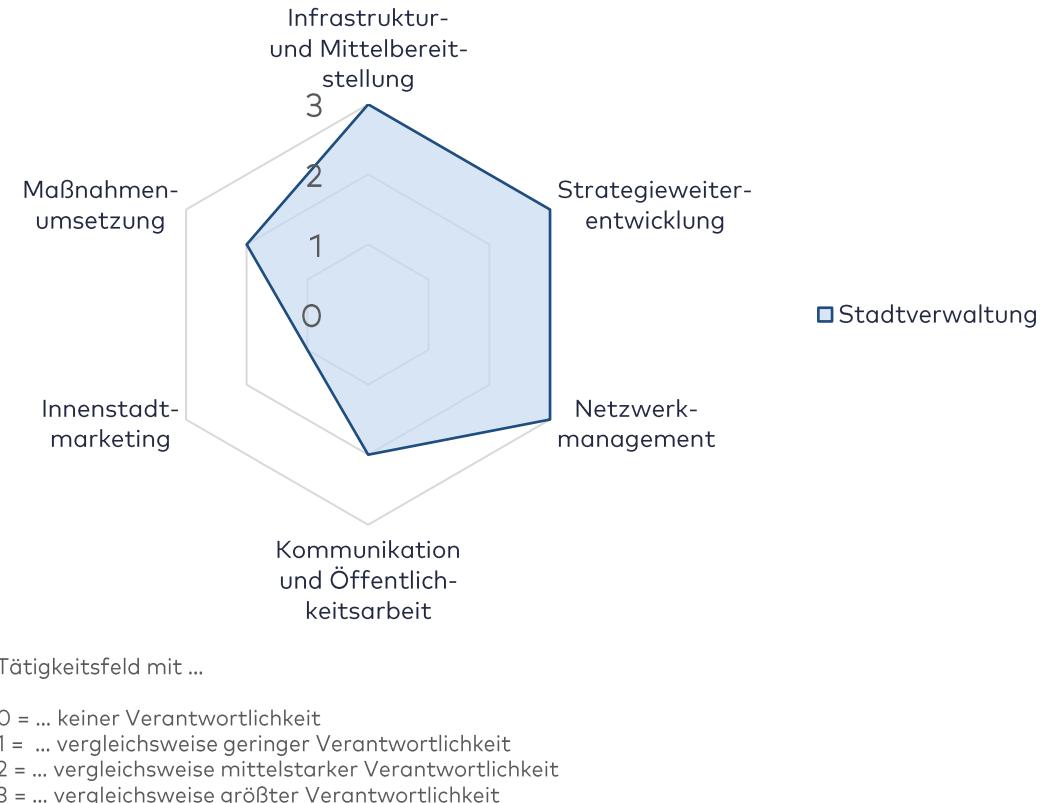
# B... wie Betrieb

## Verantwortlichkeiten: Stadtverwaltung

Die Eschweger **Stadtverwaltung**, insbesondere der Fachbereich 3.1, soll zukünftig weiterhin eine der drei tragenden Säulen in der Innenstadttransformation sein. Innerhalb der Organisationsstruktur im Dreiklang mit der Initiative Stadtmarketing Eschwege e. V. und der Tourist-Info liegen dabei beim Fachbereich 3.1 die stärksten Verantwortlichkeiten in den strategischen und infrastrukturellen Leitfunktionen der **Infrastruktur- und Mittelbereitstellung**, der **Strategieweiterentwicklung** und im übergeordneten **Netzwerkmanagement**.

- Im Tätigkeitsbereich der **Infrastruktur- und Mittelbereitstellung** ist auf individueller Projekt- und Maßnahmenebene selbstverständlich zunächst jede der drei Institutionen selbst verantwortlich für die Bereitstellung von finanziellen und personellen Ressourcen, Räumlichkeiten und der begleitenden Kommunikation nach Außen. In der Praxis liegen jedoch die größten und häufigsten Handlungsbedarfe insbesondere im Fördermittelmanagement und auch in der Erstellung und Anpassung rechtlicher Rahmenbedingungen (v. a. kommunale Satzungen) im Zuständigkeitsbereich der Stadtverwaltung, sodass diese die Hauptverantwortung in diesem Tätigkeitsbereich übernimmt.
- Im Tätigkeitsbereich **Strategieweiterentwicklung** übernimmt die Stadtverwaltung als überblickende Instanz perspektivisch in allen zum Bereich dazugehörigen Aufgabenstellungen die größte Verantwortlichkeit. Dies beinhaltet die kontinuierliche Steuerung der Projektentwicklung und -umsetzung entlang der strategischen Ziele, das Strategiemonitoring (konkret empfehlenswert mindestens einmal jährlich) und die entsprechende strategische Abstimmung innerhalb weiterer sektoraler Fachkompetenzen in der Stadtverwaltung und mit externen Dienstleister:innen (z. B. in Form von monatlichen Reviews oder Coachings).

### Perspektivische Verantwortlichkeiten der Stadtverwaltung (Fachbereich 3.1):



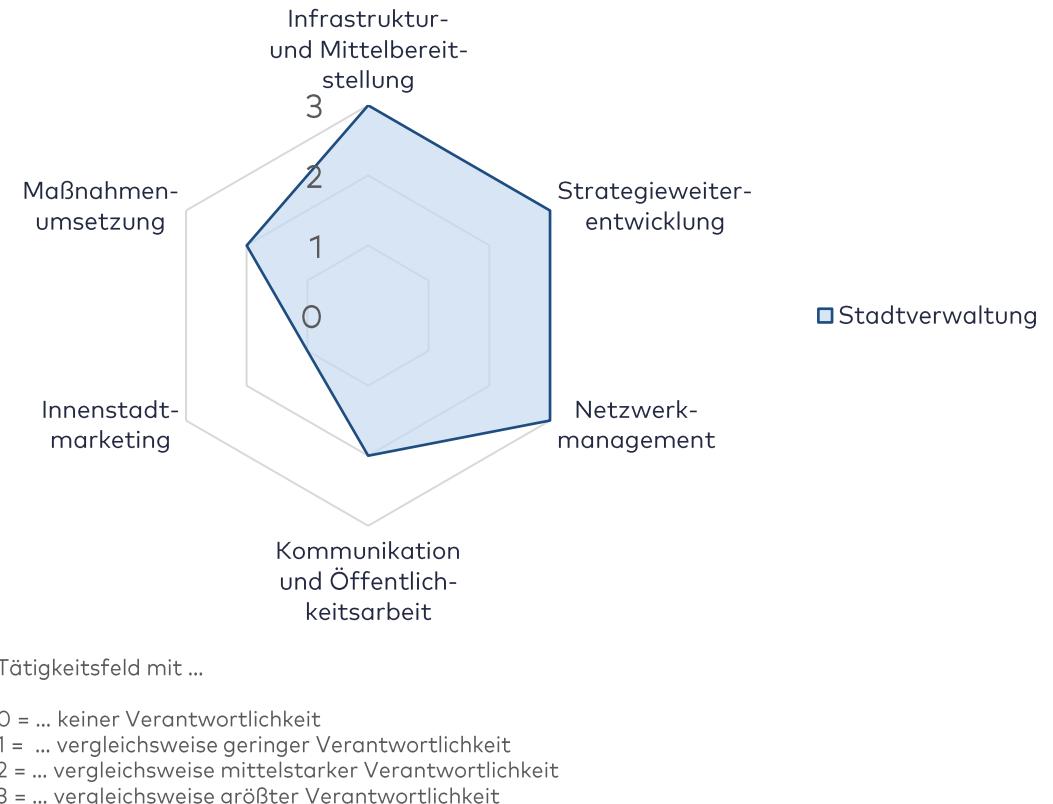
# B... wie Betrieb

## Verantwortlichkeiten: Stadtverwaltung

- Im Tätigkeitsbereich des **Netzwerkmanagements** haben grundsätzlich alle drei Institutionen eine Eigenverantwortung bei der Unterstützung und Koordination ihrer individuellen Netzwerke und Akteursgruppen inne. Der Fachbereich 3.1 nimmt hier jedoch eine leicht hervorgehobene Verantwortungsposition ein, da dort perspektivisch der Gesamtüberblick über alle Netzwerke gewahrt und entsprechende Impulse zum Aufbau neuer und der Pflege bestehender Netzwerke gesetzt werden sollen.
- Im Tätigkeitsbereich der **Kommunikation und Öffentlichkeitsarbeit** liegt die stärkste Verantwortlichkeit nicht mehr im Bereich der Stadtverwaltung. Selbstverständlich wird weiterhin aktive Multichannel-Öffentlichkeitsarbeit auf den städtischen Kommunikationswegen betrieben und die Aufgabe der Information von Politik und der weiteren Verwaltungseinheiten liegt zum Großteil beim Fachbereich 3.1, jedoch überwiegt hier auf konkreter Umsetzungsebene die Eigenverantwortung beim Stadtmarketing und der Tourist-Info.
- Im Tätigkeitsbereich des **Innenstadtmarketings** übernimmt die Stadtverwaltung sowohl administrative Aufgaben als auch eine aktive Rolle bei der Vermarktung und Belebung. Der Fokus liegt auf der gemeinsamen strategischen Ausrichtung, der Bündelung stadtweiter Werbemaßnahmen sowie der Einbringung von Ressourcen zur Nutzung von Synergien.
- Im Tätigkeitsbereich der **Maßnahmenumsetzung** ist der Fachbereich 3.1 insofern in einer mittelstarken Verantwortlichkeit zu betrachten, dass alle drei Institutionen eigene Innenstadtmaßnahmen entlang der vorhandenen Kapazitäten umzusetzen haben. Ein Fokuspunkt für eine Maßnahmenumsetzung durch den Fachbereich liegt dabei im kontinuierlichen Leerstands- und Ansiedlungsmanagement.

Quelle: Darstellung Stadt + Handel.

### Perspektivische Verantwortlichkeiten der Stadtverwaltung (Fachbereich 3.1):



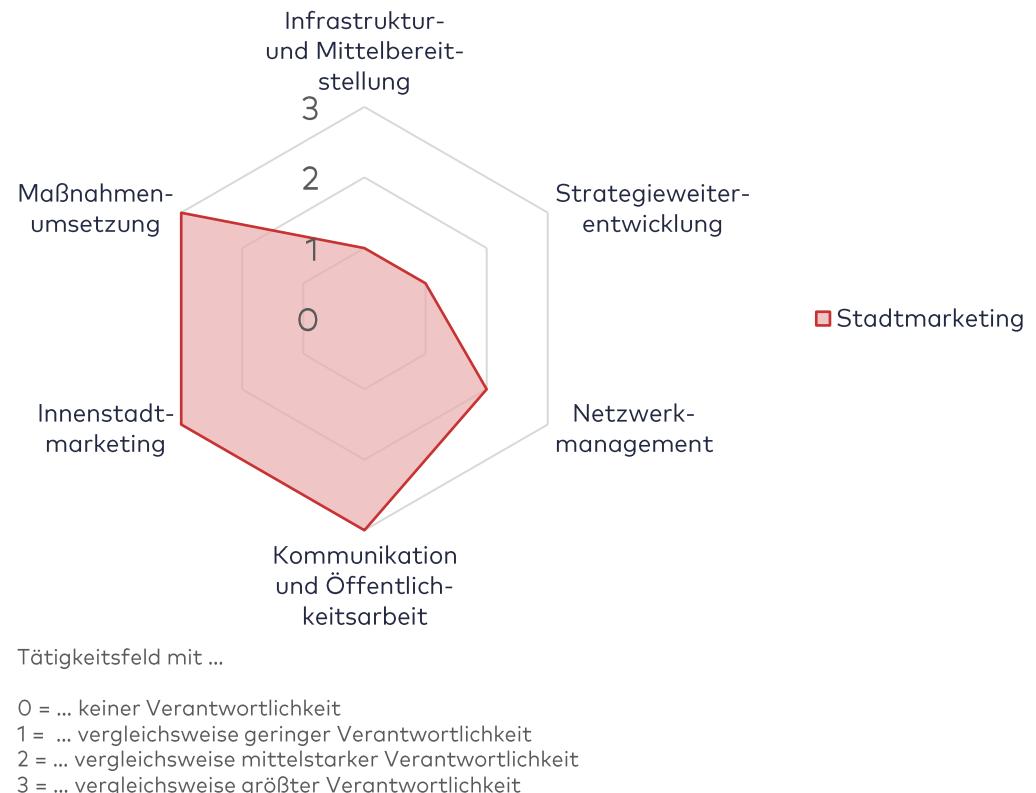
# B... wie Betrieb

## Verantwortlichkeiten: Initiative Stadtmarketing Eschwege e. V.

Die **Initiative Stadtmarketing Eschwege e. V.**, welche sich derzeit noch in einer Phase der organisatorisch strukturellen Neuausrichtung befindet, soll perspektivisch wieder eine stärkere Rolle in der Innenstadtentwicklung einnehmen und ebenfalls eine der drei tragenden Transformationssäulen sein. Wenngleich die in diesem Bericht zugeordneten Aufgaben und Verantwortlichkeiten zum jetzigen Zeitpunkt noch nicht vollständig ausgefüllt und übernommen werden können, bilden die nachfolgenden Schwerpunkte ein Orientierungsansatz für einen zukünftig anvisierten Soll-Zustand. Dieser beinhaltet perspektivisch die größte Verantwortlichkeit im Bereich der **Maßnahmenumsetzung** liegen sowie in den Bereichen **Innenstadtmarketing** und **Kommunikation und Öffentlichkeitsarbeit**.

- Im Gesamtkontext des Tätigkeitsbereichs der **Infrastruktur- und Mittelbereitstellung** ist der Initiative Stadtmarketing Eschwege e. V. eine eher geringe Verantwortlichkeit zugeschrieben. Dennoch ist selbstverständlich auf individueller Projektebene eine eigenständige Organisation der personellen, finanziellen und räumlichen Ressourcen durch das Stadtmarketing obligatorisch. Auf der Organisation von Mitgliedsbeiträgen und der Akquise von Sponsorings liegen dabei klare Schwerpunkte. Gleichzeitig sollte eine ausreichende Grundfinanzierung durch die städtische Hand gesichert sein.
- Im Tätigkeitsbereich **Strategieweiterentwicklung** übernimmt die Initiative Stadtmarketing Eschwege e. V. ebenfalls eine untergeordnete Verantwortlichkeit. Anstöße für neue Projekte und Maßnahmen entlang der strategischen Ziele des Handlungskonzepts sind jederzeit möglich. Ein umfassendes Monitoring der Strategiumsetzung soll einmal jährlich erfolgen, wobei im Rahmen der Mittelantragung ein Kurz-Monitoring eingereicht wird. Die Hauptverantwortung in diesem Bereich liegt bei der Stadtverwaltung.

Perspektivische Verantwortlichkeiten der Initiative Stadtmarketing Eschwege e. V.:

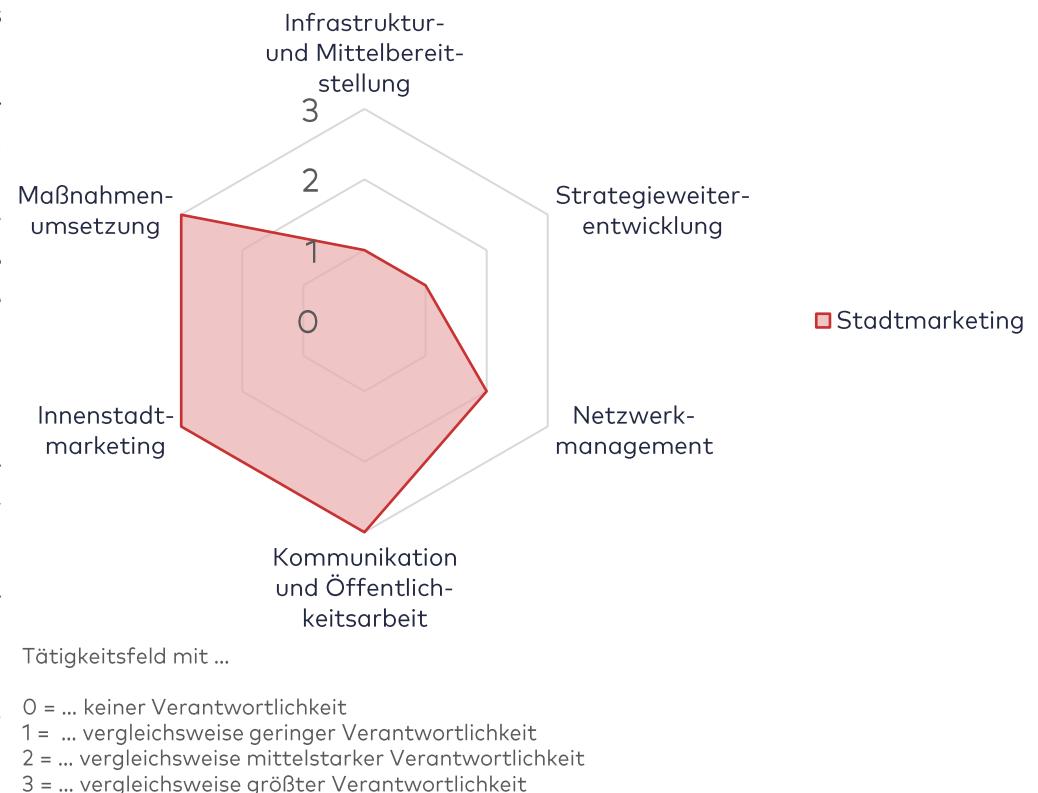


# B... wie Betrieb

## Verantwortlichkeiten: Initiative Stadtmarketing Eschwege e. V.

- Im Tätigkeitsbereich des **Netzwerkmanagements** tragen grundsätzlich alle drei Institutionen die Verantwortung bei der Unterstützung und Koordination ihrer Netzwerke und Akteursgruppen. Die Initiative Stadtmarketing Eschwege e. V. konzentriert sich im Rahmen der Transformation dabei auf die Koordination und Unterstützung ihres Mitgliedsnetzwerks sowie der projektbezogen zusätzlich einzubindenden sonstigen Akteursgruppen.
- Der Tätigkeitsbereich der **Kommunikation und Öffentlichkeitsarbeit** stellt eine der Hauptverantwortungen für die Initiative Stadtmarketing Eschwege e. V. dar. Die eigenständige Durchführung einer aktiven Öffentlichkeitsarbeit inklusive der Nutzung und Impulsgebung innovativer und passgenauer Kommunikationskanäle auf konkreter Umsetzungs-ebene sind dabei Kernaufgaben. Darüber hinaus soll eine allgemeine Beratungs- und Unterstützungsleistung für weitere Innenstadtakteur:innen, insbesondere zum Kompetenzaufbau zur Selbstbefähigung in diesem Bereich, erbracht werden.
- Im Tätigkeitsbereich des **Innenstadtmarketings** übernimmt die Initiative Stadtmarketing Eschwege e. V. ebenfalls eine tragende Rolle. Die Durchführung von diversen Innenstadt-veranstaltungen und -maßnahmen zur Belebung, Attraktivierung und Vermarktung der Innenstadt sowie zur Stärkung der Kund:innenbindung inklusive Bündelung der Werbemaßnahmen inner- und außerhalb der Innenstadt gehören zum Kerngeschäft.
- Der Tätigkeitsbereich der **Maßnahmenumsetzung** stellt die dritte Hauptverantwortung der Initiative Stadtmarketing Eschwege e. V. dar. Entlang der vorhandenen Kapazitäten sind stetig Maßnahmen der Innenstadttransformation zu initiieren, durchzuführen und zu evaluieren. Wenngleich dies in der Verantwortung aller drei Institutionen liegt, ist die Initiative Stadtmarketing Eschwege e. V. hier gesondert als treibender Motor zu betrachten.

Perspektivische Verantwortlichkeiten der Initiative Stadtmarketing Eschwege e. V.:



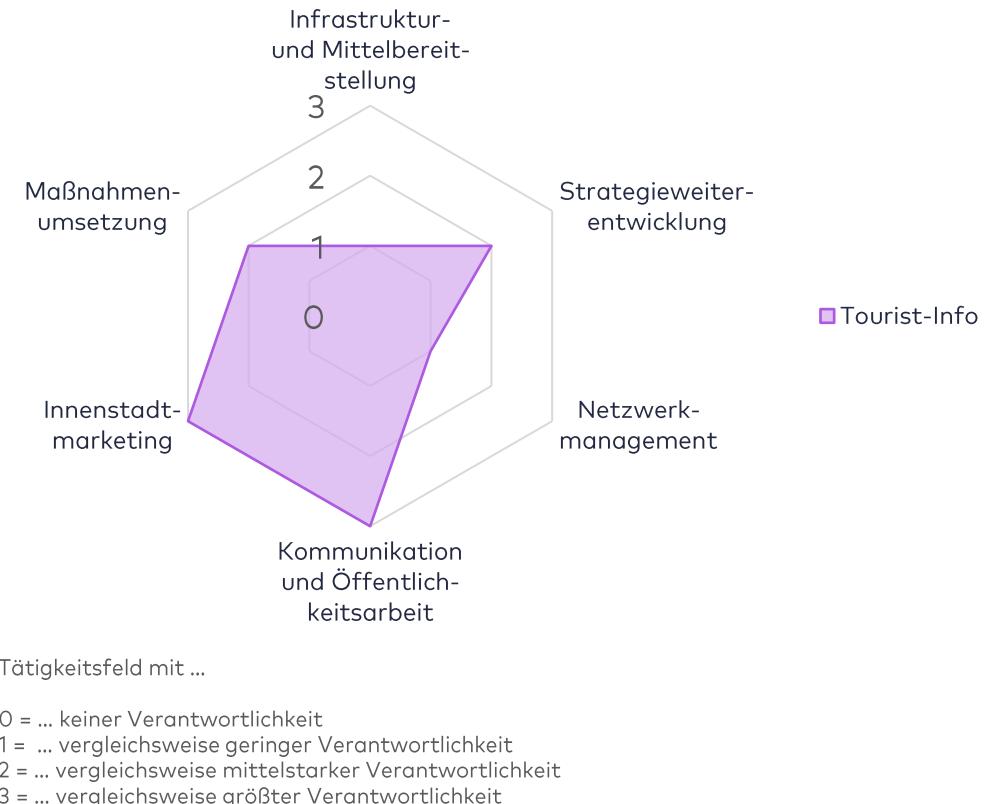
# B... wie Betrieb

## Verantwortlichkeiten: Tourist-Info

Die in Eschwege fest etablierte Instanz der **Tourist-Info** stellt die dritte tragende Säule der zukünftig weiterzuführenden Innenstadttransformation dar. Innerhalb der Organisationsstruktur im Dreiklang mit der Stadtverwaltung und dem Stadtmarketing liegen dabei die Schwerpunkte der Verantwortlichkeiten in den Bereichen **Innenstadtmarketing** und **Kommunikation und Öffentlichkeitsarbeit**.

- Ähnlich der die Initiative Stadtmarketing Eschwege e. V., liegt der Tourist-Info im Gesamtkontext des Tätigkeitsbereichs der **Infrastruktur- und Mittelbereitstellung** eine eher geringe Verantwortlichkeit inne. Auf der individuellen Projektebene ist die Organisation der personellen, finanziellen und räumlichen Ressourcen jedoch eigenständig durch die Tourist-Info zu gewährleisten.
- Im Tätigkeitsbereich der **Strategieweiterentwicklung** übernimmt die Tourist-Info eine mittlere Verantwortlichkeit zwischen Stadtverwaltung und Stadtmarketing. Die Anstoßgebung für neue Projekte und Maßnahmen entlang der strategischen Ziele des Handlungskonzepts steht dabei ebenso auf der Agenda wie das Monitoring der erkennbaren Erfolge der Strategieumsetzung. Darüber hinaus liegt auch die Beauftragung und Steuerung externer Dienstleister:innen zur Strategieumsetzung und -weiterentwicklung mit im Aufgabenfeld der Tourist-Info.
- Im Tätigkeitsbereich des **Netzwerkmanagements** haben grundsätzlich alle drei Institutionen eine Eigenverantwortung bei der Unterstützung und Koordination ihrer individuellen Netzwerke und Akteursgruppen inne. Die Tourist-Info kann sich in diesem Bereich jedoch auf die Koordination und Unterstützung projektspezifisch einzubeziehender Akteursgruppen konzentrieren.

### Perspektivische Verantwortlichkeiten der Tourist-Info:

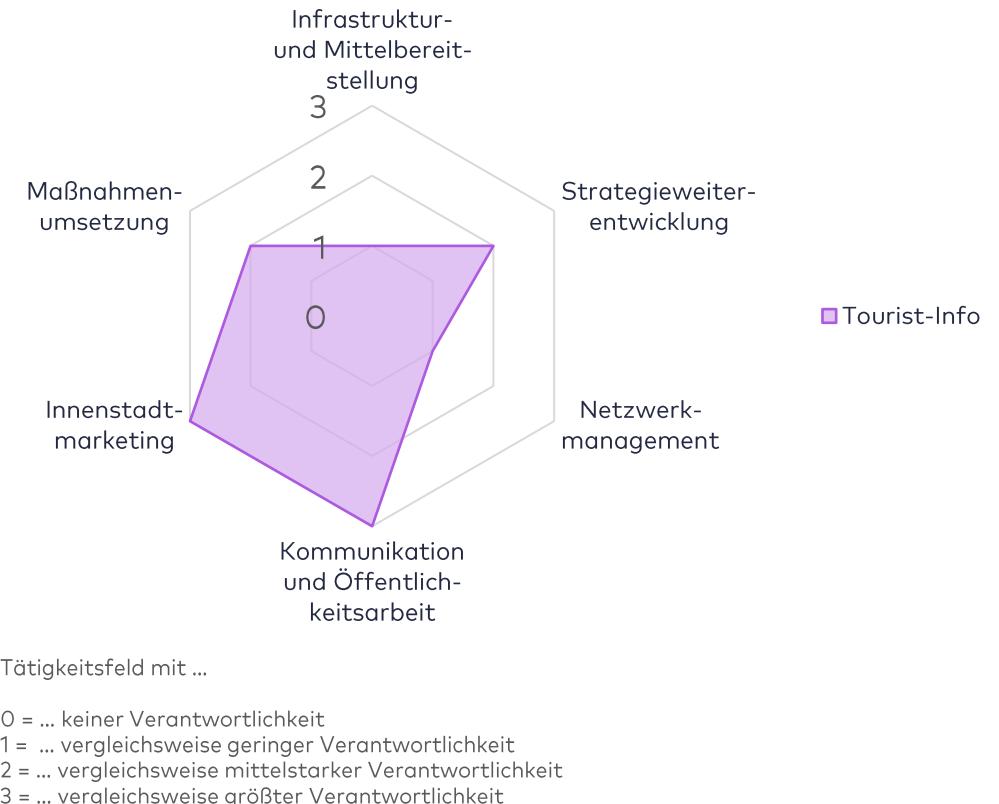


# B... wie Betrieb

## Verantwortlichkeiten: Tourist-Info

- Der Tätigkeitsbereich der **Kommunikation und Öffentlichkeitsarbeit** stellt ähnlich des Stadtmarketings eine der Hauptaufgaben der Tourist-Info dar. Eine aktive Öffentlichkeitsarbeit inklusive der Nutzung und Impulsgebung innovativer und passgenauer Kommunikationskanäle auf konkreter Umsetzungsebene sind dabei Kernaufgaben. Darüber hinaus soll eine allgemeine Beratungs- und Unterstützungsleistung für weitere Innenstadtakteur:innen, insbesondere zum Kompetenzaufbau zur Selbstbefähigung in diesem Bereich, erbracht werden. Ein wesentlicher Bestandteil dieses Bereichs ist die fortlaufende Pflege und Weiterentwicklung des Veranstaltungskalenders als zentrale Kommunikationsplattform in Eschwege.
- Im Tätigkeitsbereich des **Innenstadtmarketings** übernimmt die Tourist-Info ebenfalls eine zentrale Verantwortlichkeit. Die eigenständige Durchführung von diversen Innenstadtmaßnahmen und -veranstaltungen zur Belebung, Attraktivierung und Vermarktung der Innenstadt sowie zur Stärkung der Kund:innenbindung gehört zur Kernaufgabe der Tourist-Info. Ein besonderer Schwerpunkt liegt hierbei auch auf der Bündelung der Werbemaßnahmen inner- und außerhalb der Innenstadt in Kooperation mit anderen Akteursgruppen (wie z. B. dem Arbeitskreis Open Flair).
- Im Tätigkeitsbereich der **Maßnahmenumsetzung** hat die Tourist-Info eine mittelstarke Verantwortung inne, da in diesem Bereich alle drei Institutionen entlang ihrer Kapazitäten eigene Innenstadtmaßnahmen umsetzen sollen. Entlang der vorhandenen Kapazitäten sind daher stetig Maßnahmen der Innenstadttransformation zu initiieren, durchzuführen und zu evaluieren.

### Perspektivische Verantwortlichkeiten der Tourist-Info:



# C... wie Charta

## der Eschweger Innenstadttransformation

C

... wie Charta

### Maßnahmenkatalog

Die wesentlichen Tätigkeiten im Rahmen der Innenstadttransformation ergeben sich aus dem vorangehenden Handlungskonzept für die Innenstadt bzw. konkret aus dem **Maßnahmenkatalog**, der das zentrale Ergebnis der Profilierungsphase darstellt. Die Umsetzung der insgesamt 36 Maßnahmen aus den sechs Fokusbereichen der Eschweger Innenstadt stellt das langfristige Ziel des Transformationsprozesses dar. Entsprechend der gegebenen Rahmenbedingungen sind angestrebte Planungen und Entwicklungen darauf auszulegen.

### Kernprojekte

Im Rahmen der Operationalisierung wurden aus der Gesamtheit des Maßnahmenkatalogs bereits 13 zentrale **Kernprojekte** anhand von Aufwand, Wirkungsgrad und Priorität ausgewählt und in Projektsteckbriefen konkretisiert. Eine anfängliche Fokussierung auf die Umsetzung dieser Projekte verfolgt sowohl eine schnelle Wirkungsentfaltung als auch die langfristige Sicherung des Transformationsprozesses und ist somit ein fester Bestandteil der Verfestigungsstrategie. Im Folgenden werden diese Kernprojekte in den Kontext von Zeithorizont und Verantwortlichkeiten gesetzt und so in einen Umsetzungsplan überführt.

### Voraussetzungen

Die Definition der nötigen **Voraussetzungen** der Projektumsetzungen wie auch der Innenstadttransformation als solche behandelt die notwendigen flankierenden Maßnahmen, die als Grundlage für eine erfolgreiche Weiterführung der Transformation identifiziert werden können. Sie schaffen den rechtlichen und administrativen Rahmen, um Projekte flexibel umsetzen zu können. Konkret wird dafür u. a. auch die Überarbeitung bestimmter städtischer Satzungen notwendig.

### Sofortprogramm

Das **Sofortprogramm** der Innenstadttransformation umfasst abschließend erste konkrete Quick Wins, die innerhalb der nächsten Monate bis ca. zwei Jahre in die Umsetzung gebracht werden sollen. Es dient insbesondere auch der Überbrückung eines möglichen Handlungsvakuums während der derzeit noch ausstehenden organisatorischen Neustrukturierungen und Finanzierungsfindung.

# C... wie Charta

## Übersicht Kernprojekte

Die bereits für die Projektsteckbriefe anhand von Aufwand, Wirkungsgrad und Priorität ausgewählten Kernprojekte für die Innenstadttransformation sind nachfolgend nochmals in einer Übersicht dargestellt und zur Vergleichbarkeit innerhalb der Projektkategorie untereinander tabellarisch dargestellt. Die Umsetzung der Projekte sollte grundsätzlich kontinuierlich mit einer Öffentlichkeits- und Akteursbeteiligung durchgeführt werden. Im Anschluss werden für jedes Kernprojekt entsprechende Umsetzungsansätze und Aufgabenstellungen je Tätigkeitsbereich definiert.

	Projekt	Verortung	Projektkategorie	Aufwand	Wirkungsgrad	Priorität	Entwicklungsstrategie
STARTERPROJEKTE	Saisonale Highlights im öffentlichen Raum (1b)	Stadt		<span style="background-color: #f08080; display: inline-block; width: 10px; height: 10px;"></span> <span style="background-color: white; display: inline-block; width: 10px; height: 10px;"></span> <span style="background-color: white; display: inline-block; width: 10px; height: 10px;"></span>	<span style="background-color: #f08080; display: inline-block; width: 10px; height: 10px;"></span> <span style="background-color: white; display: inline-block; width: 10px; height: 10px;"></span> <span style="background-color: white; display: inline-block; width: 10px; height: 10px;"></span>	<span style="background-color: #f08080; display: inline-block; width: 10px; height: 10px;"></span> <span style="background-color: #f08080; display: inline-block; width: 10px; height: 10px;"></span> <span style="background-color: #f08080; display: inline-block; width: 10px; height: 10px;"></span>	
	Grüne Ruheoase Sophiengarten (5a) (Synergien zu Projekt 5b)	Sophiengarten		<span style="background-color: #f08080; display: inline-block; width: 10px; height: 10px;"></span> <span style="background-color: white; display: inline-block; width: 10px; height: 10px;"></span> <span style="background-color: white; display: inline-block; width: 10px; height: 10px;"></span>	<span style="background-color: #f08080; display: inline-block; width: 10px; height: 10px;"></span> <span style="background-color: white; display: inline-block; width: 10px; height: 10px;"></span> <span style="background-color: white; display: inline-block; width: 10px; height: 10px;"></span>	<span style="background-color: #f08080; display: inline-block; width: 10px; height: 10px;"></span> <span style="background-color: #f08080; display: inline-block; width: 10px; height: 10px;"></span> <span style="background-color: #f08080; display: inline-block; width: 10px; height: 10px;"></span>	
	Panoramablick (5b) (Synergien zu Projekt 5a)	Schulberg		<span style="background-color: #f08080; display: inline-block; width: 10px; height: 10px;"></span> <span style="background-color: white; display: inline-block; width: 10px; height: 10px;"></span> <span style="background-color: white; display: inline-block; width: 10px; height: 10px;"></span>	<span style="background-color: #f08080; display: inline-block; width: 10px; height: 10px;"></span> <span style="background-color: white; display: inline-block; width: 10px; height: 10px;"></span> <span style="background-color: white; display: inline-block; width: 10px; height: 10px;"></span>	<span style="background-color: #f08080; display: inline-block; width: 10px; height: 10px;"></span> <span style="background-color: #f08080; display: inline-block; width: 10px; height: 10px;"></span> <span style="background-color: white; display: inline-block; width: 10px; height: 10px;"></span>	
	Klare Wegeverbindungen (6g)	Gesamte Innenstadt		<span style="background-color: #f08080; display: inline-block; width: 10px; height: 10px;"></span> <span style="background-color: white; display: inline-block; width: 10px; height: 10px;"></span> <span style="background-color: white; display: inline-block; width: 10px; height: 10px;"></span>	<span style="background-color: #f08080; display: inline-block; width: 10px; height: 10px;"></span> <span style="background-color: white; display: inline-block; width: 10px; height: 10px;"></span> <span style="background-color: white; display: inline-block; width: 10px; height: 10px;"></span>	<span style="background-color: #f08080; display: inline-block; width: 10px; height: 10px;"></span> <span style="background-color: #f08080; display: inline-block; width: 10px; height: 10px;"></span> <span style="background-color: #f08080; display: inline-block; width: 10px; height: 10px;"></span>	 
	Feierabendmarkt (3f)	Obermarkt, Marktplatz		<span style="background-color: #f08080; display: inline-block; width: 10px; height: 10px;"></span> <span style="background-color: white; display: inline-block; width: 10px; height: 10px;"></span> <span style="background-color: white; display: inline-block; width: 10px; height: 10px;"></span>	<span style="background-color: #f08080; display: inline-block; width: 10px; height: 10px;"></span> <span style="background-color: #f08080; display: inline-block; width: 10px; height: 10px;"></span> <span style="background-color: #f08080; display: inline-block; width: 10px; height: 10px;"></span>	<span style="background-color: #f08080; display: inline-block; width: 10px; height: 10px;"></span> <span style="background-color: #f08080; display: inline-block; width: 10px; height: 10px;"></span> <span style="background-color: #f08080; display: inline-block; width: 10px; height: 10px;"></span>	
	Gastronomiepotenzialanalyse (6h)	Gesamte Innenstadt		<span style="background-color: #f08080; display: inline-block; width: 10px; height: 10px;"></span> <span style="background-color: white; display: inline-block; width: 10px; height: 10px;"></span> <span style="background-color: white; display: inline-block; width: 10px; height: 10px;"></span>	<span style="background-color: #f08080; display: inline-block; width: 10px; height: 10px;"></span> <span style="background-color: #f08080; display: inline-block; width: 10px; height: 10px;"></span> <span style="background-color: white; display: inline-block; width: 10px; height: 10px;"></span>	<span style="background-color: #f08080; display: inline-block; width: 10px; height: 10px;"></span> <span style="background-color: white; display: inline-block; width: 10px; height: 10px;"></span> <span style="background-color: white; display: inline-block; width: 10px; height: 10px;"></span>	

# C... wie Charta

## Übersicht Kernprojekte

Die bereits für die Projektsteckbriefe anhand von Aufwand, Wirkungsgrad und Priorität ausgewählten Kernprojekte für die Innenstadttransformation sind nachfolgend nochmals in einer Übersicht dargestellt und zur Vergleichbarkeit innerhalb der Projektkategorie untereinander tabellarisch dargestellt. Die Umsetzung der Projekte sollte grundsätzlich kontinuierlich mit einer Öffentlichkeits- und Akteursbeteiligung durchgeführt werden. Im Anschluss werden für jedes Kernprojekt entsprechende Umsetzungsansätze und Aufgabenstellungen je Tätigkeitsbereich definiert.

Schlüsselprojekte	Projekt	Verortung	Projektkategorie	Aufwand	Wirkungsgrad	Priorität	Entwicklungsstrategie
	Draußen-Ort Stad (1c)	Stad		<span style="color:red;">■■■</span> <span style="color:white;">□</span>	<span style="color:red;">■■■</span> <span style="color:white;">□</span>	<span style="color:red;">■■■</span>	
	Temporäre Gassenkonzepte (2a) (Synergien zu Projekt 2b, 6a)	Forstgasse, Marktstraße		<span style="color:red;">■■■</span> <span style="color:white;">□</span>	<span style="color:red;">■■■</span> <span style="color:white;">□</span>	<span style="color:red;">■■■</span>	
	Aufschließen! Leerstandsmanagement Forstgasse (2b) (Synergien zu Projekt 2a, 6a)	Forstgasse		<span style="color:red;">■■■</span> <span style="color:white;">□</span>	<span style="color:red;">■■■</span>	<span style="color:red;">■■□</span>	
	Hotspot JUZ (3b)	JUZ		<span style="color:red;">■</span> <span style="color:white;">□□</span>	<span style="color:red;">■■</span> <span style="color:red;">□</span>	<span style="color:red;">■■■</span>	
	Wasserwege erleben (4a) (Synergien zu Projekt 4b)	Östliches Werrauf		<span style="color:red;">■■■</span> <span style="color:white;">□</span>	<span style="color:red;">■■■</span>	<span style="color:red;">■■■</span>	
	Move-Flächen (4b) (Synergien zu Projekt 4a)	Östliches Werrauf		<span style="color:red;">■■■</span> <span style="color:white;">□</span>	<span style="color:red;">■□□</span>	<span style="color:red;">■■■</span>	
	Aktivierendes Flächenmanagement und Pop-Up-Konzept Innenstadt (6b) (Synergien zu Projekt 2a, 2b)	Gesamte Innenstadt		<span style="color:red;">■■■</span> <span style="color:white;">□</span>	<span style="color:red;">■■■</span>	<span style="color:red;">■■■</span>	

# C... wie Charta

## Kernprojekte

Aufbauend auf den Projektsteckbriefen werden nachfolgend je Kernprojekt erste Umsetzungsansätze und Aufgabenstellungen in den sechs Tätigkeitsbereichen definiert. Da die Projekte interdisziplinär konzipiert sind, orientiert sich die Verantwortungszuordnung der einzelnen Aufgaben entlang derer der Tätigkeitsbereiche. Dennoch wird jeweils eine Hauptverantwortlichkeit inklusive eines pauschalen Zeithorizonts als grober Umsetzungsrahmen für jedes Projekt benannt. Dies gilt als Grundlage für den abschließenden Umsetzungsplan, der die einzelnen Kernprojekte in eine priorisierte, zeitlich abgestimmte und konsolidierte Gesamtübersicht bringt.

### Saisonale Highlights im öffentlichen Raum (1b)

**Hauptverantwortlichkeit:** Stadtmarketing   
**Zeithorizont:** ab Frühling 2026



<b>Infrastruktur- und Mittelbereitstellung</b> 	<ul style="list-style-type: none"><li>Prüfung möglicher Fördermittel: Landesprogramm „Zukunft Innenstadt“ und „Stärkung der ländlichen Räume“ Sofortprogramm „Sicherheit bei Veranstaltungen“</li></ul>	<b>Kommunikation und Öffentlichkeitsarbeit</b> 	<ul style="list-style-type: none"><li>Kommunikation und Abstimmung mit Anwohner:innen bezüglich möglicher Einschränkungen</li></ul>
<b>Strategieweiterentwicklung</b> 	<ul style="list-style-type: none"><li>Erarbeitung eines Detailkonzepts für ein erstes zeitnahe Pilot-Event</li><li>Anknüpfung und Berücksichtigung bestehender etablierter Feste</li></ul>	<b>Innenstadtmarketing</b> 	<ul style="list-style-type: none"><li>Vermarktung des bestehenden Eventkalenders</li></ul>
<b>Netzwerkmanagement</b> 	<ul style="list-style-type: none"><li>Gründung einer AG innerhalb des neu zu konstituierenden Stadtmarketings</li><li>Aktive Ansprache und Einbindung von Kooperationspartner:innen</li></ul>	<b>Maßnahmenumsetzung</b> 	

Quelle: Darstellung Stadt + Handel.

# C... wie Charta

## Kernprojekte

Aufbauend auf den Projektsteckbriefen werden nachfolgend je Kernprojekt erste Umsetzungsansätze und Aufgabenstellungen in den sechs Tätigkeitsbereichen definiert. Da die Projekte interdisziplinär konzipiert sind, orientiert sich die Verantwortungszuordnung der einzelnen Aufgaben entlang derer der Tätigkeitsbereiche. Dennoch wird jeweils eine Hauptverantwortlichkeit inklusive eines pauschalen Zeithorizonts als grober Umsetzungsrahmen für jedes Projekt benannt. Dies gilt als Grundlage für den abschließenden Umsetzungsplan, der die einzelnen Kernprojekte in eine priorisierte, zeitlich abgestimmte und konsolidierte Gesamtübersicht bringt.

### Draußen-Ort Stad (1c)

**Hauptverantwortlichkeit:** Stadtverwaltung Fachbereich 3.1   
**Zeithorizont:** ab Herbst 2027



<b>Infrastruktur- und Mittelbereitstellung</b> 	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Prüfung der Fördermittel: „Wachstum und nachhaltige Erneuerung“</li></ul>	<b>Kommunikation und Öffentlichkeitsarbeit</b> 	
<b>Strategieweiterentwicklung</b> 	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Monitoring und Weiterentwicklung aus den Machbarkeitsstudien „Grünraum Stadt“ und „Spielraum Stadt“</li></ul>	<b>Innenstadtmarketing</b> 	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Steigerung der User Experience</li></ul>
<b>Netzwerkmanagement</b> 		<b>Maßnahmenumsetzung</b> 	

Quelle: Darstellung Stadt + Handel.

# C... wie Charta

## Kernprojekte

Aufbauend auf den Projektsteckbriefen werden nachfolgend je Kernprojekt erste Umsetzungsansätze und Aufgabenstellungen in den sechs Tätigkeitsbereichen definiert. Da die Projekte interdisziplinär konzipiert sind, orientiert sich die Verantwortungszuordnung der einzelnen Aufgaben entlang derer der Tätigkeitsbereiche. Dennoch wird jeweils eine Hauptverantwortlichkeit inklusive eines pauschalen Zeithorizonts als grober Umsetzungsrahmen für jedes Projekt benannt. Dies gilt als Grundlage für den abschließenden Umsetzungsplan, der die einzelnen Kernprojekte in eine priorisierte, zeitlich abgestimmte und konsolidierte Gesamtübersicht bringt.

### Temporäre Gassenkonzepte (2a)

**Hauptverantwortlichkeit:** Stadtverwaltung Fachbereich 3.1   
**Zeithorizont:** ab Sommer 2027



<b>Infrastruktur- und Mittelbereitstellung</b> 	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Prüfung möglicher Finanzierungen: Verfügungsfonds Anmietung Existenzgründerförderung</li></ul>	<b>Kommunikation und Öffentlichkeitsarbeit</b> 	
<b>Strategieweiterentwicklung</b> 	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Weiterentwicklung der Positionierungsstrategie der Forstgasse und Marktstraße</li></ul>	<b>Innenstadtmarketing</b> 	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Entwicklung eines „Pop-Up-Paketes“ mit standardisierten Mietverträgen, einen Leitfaden für Genehmigungen und Marketing-Unterstützung</li></ul>
<b>Netzwerkmanagement</b> 	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Etablierung eines Leerstands- und Ansiedlungsmanagementmanagements</li></ul>	<b>Maßnahmenumsetzung</b> 	

Quelle: Darstellung Stadt + Handel.

# C... wie Charta

## Kernprojekte

Aufbauend auf den Projektsteckbriefen werden nachfolgend je Kernprojekt erste Umsetzungsansätze und Aufgabenstellungen in den sechs Tätigkeitsbereichen definiert. Da die Projekte interdisziplinär konzipiert sind, orientiert sich die Verantwortungszuordnung der einzelnen Aufgaben entlang derer der Tätigkeitsbereiche. Dennoch wird jeweils eine Hauptverantwortlichkeit inklusive eines pauschalen Zeithorizonts als grober Umsetzungsrahmen für jedes Projekt benannt. Dies gilt als Grundlage für den abschließenden Umsetzungsplan, der die einzelnen Kernprojekte in eine priorisierte, zeitlich abgestimmte und konsolidierte Gesamtübersicht bringt.

### Aufschließen! Leerstandsmanagement Forstgasse (2b)

**Hauptverantwortlichkeit:** Stadtverwaltung Fachbereich 3.1   
**Zeithorizont:** ab Ende 2026



<b>Infrastruktur- und Mittelbereitstellung</b> 	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Einrichtung eines Budgets durch ein Anmietungsfonds</li></ul>	<b>Kommunikation und Öffentlichkeitsarbeit</b> 	
<b>Strategieweiterentwicklung</b> 		<b>Innenstadtmarketing</b> 	
<b>Netzwerkmanagement</b> 	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Etablierung eines Leerstands- und Ansiedlungsmanagement</li><li>▪ Direkte Kooperation mit der Handwerkskammer</li></ul>	<b>Maßnahmenumsetzung</b> 	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Aufbau einer Leerstandsdatenbank inklusive Portfolios</li></ul>

Quelle: Darstellung Stadt + Handel.

# C... wie Charta

## Kernprojekte

Aufbauend auf den Projektsteckbriefen werden nachfolgend je Kernprojekt erste Umsetzungsansätze und Aufgabenstellungen in den sechs Tätigkeitsbereichen definiert. Da die Projekte interdisziplinär konzipiert sind, orientiert sich die Verantwortungszuordnung der einzelnen Aufgaben entlang derer der Tätigkeitsbereiche. Dennoch wird jeweils eine Hauptverantwortlichkeit inklusive eines pauschalen Zeithorizonts als grober Umsetzungsrahmen für jedes Projekt benannt. Dies gilt als Grundlage für den abschließenden Umsetzungsplan, der die einzelnen Kernprojekte in eine priorisierte, zeitlich abgestimmte und konsolidierte Gesamtübersicht bringt.

### Hotspot JUZ (3b)

**Hauptverantwortlichkeit:** Stadtverwaltung Fachbereich 3.1   
**Zeithorizont:** ab 2027



Infrastruktur- und Mittelbereitstellung 		Kommunikation und Öffentlichkeitsarbeit 	
Strategieweiterentwicklung 	<ul style="list-style-type: none"><li>Weiterentwicklung der Ergebnisse aus der Jugendbeteiligung im Nov 2024 und Einbindung in die Strategie: Verlängerung der Öffnungszeiten, Organisation von Events, Erweiterung des Angebotes</li></ul>	Innenstadtmarketing 	
Netzwerkmanagement 	<ul style="list-style-type: none"><li>Direkte Kooperation mit der Jugendförderung und den Beruflichen Schulen Eschwege</li></ul>	Maßnahmenumsetzung 	<ul style="list-style-type: none"><li>Konkrete Umsetzung der aus der Jugendbeteiligung gewünschten Maßnahmen</li></ul>

Quelle: Darstellung Stadt + Handel.

# C... wie Charta

## Kernprojekte

Aufbauend auf den Projektsteckbriefen werden nachfolgend je Kernprojekt erste Umsetzungsansätze und Aufgabenstellungen in den sechs Tätigkeitsbereichen definiert. Da die Projekte interdisziplinär konzipiert sind, orientiert sich die Verantwortungszuordnung der einzelnen Aufgaben entlang derer der Tätigkeitsbereiche. Dennoch wird jeweils eine Hauptverantwortlichkeit inklusive eines pauschalen Zeithorizonts als grober Umsetzungsrahmen für jedes Projekt benannt. Dies gilt als Grundlage für den abschließenden Umsetzungsplan, der die einzelnen Kernprojekte in eine priorisierte, zeitlich abgestimmte und konsolidierte Gesamtübersicht bringt.

### Feierabendmarkt (3f)

**Hauptverantwortlichkeit:** Initiative Stadtmarketing Eschwege e. V.   
**Zeithorizont:** ab Ende 2026



<b>Infrastruktur- und Mittelbereitstellung</b> 	<ul style="list-style-type: none"><li>Sicherstellung der Anschubfinanzierung</li></ul>	<b>Kommunikation und Öffentlichkeitsarbeit</b> 	
<b>Strategieweiterentwicklung</b> 		<b>Innenstadtmarketing</b> 	<ul style="list-style-type: none"><li>Aufbau einer Marketingkampagne über lokale Medien und Social Media</li></ul>
<b>Netzwerkmanagement</b> 	<ul style="list-style-type: none"><li>Durchführung einer Umfrage unter Beschicker:innen und Gastronom:innen zur Interessensermittlung</li></ul>	<b>Maßnahmenumsetzung</b> 	

Quelle: Darstellung Stadt + Handel.

# C... wie Charta

## Kernprojekte

Aufbauend auf den Projektsteckbriefen werden nachfolgend je Kernprojekt erste Umsetzungsansätze und Aufgabenstellungen in den sechs Tätigkeitsbereichen definiert. Da die Projekte interdisziplinär konzipiert sind, orientiert sich die Verantwortungszuordnung der einzelnen Aufgaben entlang derer der Tätigkeitsbereiche. Dennoch wird jeweils eine Hauptverantwortlichkeit inklusive eines pauschalen Zeithorizonts als grober Umsetzungsrahmen für jedes Projekt benannt. Dies gilt als Grundlage für den abschließenden Umsetzungsplan, der die einzelnen Kernprojekte in eine priorisierte, zeitlich abgestimmte und konsolidierte Gesamtübersicht bringt.

### Wasserwege erleben (4a)

**Hauptverantwortlichkeit:** Tourist-Info   
**Zeithorizont:** ab Frühling 2028



<b>Infrastruktur- und Mittelbereitstellung</b> 	<ul style="list-style-type: none"><li>finanzielle Sicherung über das Betreibermodell</li></ul>	<b>Kommunikation und Öffentlichkeitsarbeit</b> 
<b>Strategieweiterentwicklung</b> 		<b>Innenstadtmarketing</b> 
<b>Netzwerkmanagement</b> 	<ul style="list-style-type: none"><li>Entwicklung eines Betreibermodells</li><li>Direkte Kooperation mit dem DLRG</li></ul>	<b>Maßnahmenumsetzung</b> 

Quelle: Darstellung Stadt + Handel.

# C... wie Charta

## Kernprojekte

Aufbauend auf den Projektsteckbriefen werden nachfolgend je Kernprojekt erste Umsetzungsansätze und Aufgabenstellungen in den sechs Tätigkeitsbereichen definiert. Da die Projekte interdisziplinär konzipiert sind, orientiert sich die Verantwortungszuordnung der einzelnen Aufgaben entlang derer der Tätigkeitsbereiche. Dennoch wird jeweils eine Hauptverantwortlichkeit inklusive eines pauschalen Zeithorizonts als grober Umsetzungsrahmen für jedes Projekt benannt. Dies gilt als Grundlage für den abschließenden Umsetzungsplan, der die einzelnen Kernprojekte in eine priorisierte, zeitlich abgestimmte und konsolidierte Gesamtübersicht bringt.

### Move-Flächen (4b)

**Hauptverantwortlichkeit:** Tourist-Info   
**Zeithorizont:** ab Frühling 2028



Infrastruktur- und Mittelbereitstellung 		Kommunikation und Öffentlichkeitsarbeit 	
Strategieweiterentwicklung 	<ul style="list-style-type: none"><li>Machbarkeitsstudie für die genaue Standortwahl</li></ul>	Innenstadtmarketing 	
Netzwerkmanagement 	<ul style="list-style-type: none"><li>Bildung einer Arbeitsgruppe aus Verwaltung, Vereinen und Vertretern der Jugendlichen und Senior:innen</li></ul>	Maßnahmenumsetzung 	

Quelle: Darstellung Stadt + Handel.

# C... wie Charta

## Kernprojekte

Aufbauend auf den Projektsteckbriefen werden nachfolgend je Kernprojekt erste Umsetzungsansätze und Aufgabenstellungen in den sechs Tätigkeitsbereichen definiert. Da die Projekte interdisziplinär konzipiert sind, orientiert sich die Verantwortungszuordnung der einzelnen Aufgaben entlang derer der Tätigkeitsbereiche. Dennoch wird jeweils eine Hauptverantwortlichkeit inklusive eines pauschalen Zeithorizonts als grober Umsetzungsrahmen für jedes Projekt benannt. Dies gilt als Grundlage für den abschließenden Umsetzungsplan, der die einzelnen Kernprojekte in eine priorisierte, zeitlich abgestimmte und konsolidierte Gesamtübersicht bringt.

### Grüne Ruheoase Sophiengarten (5a)

Hauptverantwortlichkeit: Tourist-Info   
Zeithorizont: ab 2029



Infrastruktur- und Mittelbereitstellung 		Kommunikation und Öffentlichkeitsarbeit 	
Strategieweiterentwicklung 	<ul style="list-style-type: none"><li>Evaluation und Weiterentwicklung des bestehenden Konzepts für den Sophiengarten als strategische Grundlage für die Revitalisierung</li></ul>	Innenstadtmarketing 	<ul style="list-style-type: none"><li>Steigerung der User Experience</li></ul>
Netzwerkmanagement 	<ul style="list-style-type: none"><li>Kooperation mit Freunde des Eschweger Sophiengartens e. V. und Seniorenbeiräten</li></ul>	Maßnahmenumsetzung 	<ul style="list-style-type: none"><li>Überwindung der Hanglage mit Rampen (max. Steigung von 6 %) sowie Serpentinwege; Ausgestaltung der Wege mit rutschfesten Belegen</li><li>blendefreies Beleuchtungskonzept steigert die Sicherheit</li></ul>

Quelle: Darstellung Stadt + Handel.

# C... wie Charta

## Kernprojekte

Aufbauend auf den Projektsteckbriefen werden nachfolgend je Kernprojekt erste Umsetzungsansätze und Aufgabenstellungen in den sechs Tätigkeitsbereichen definiert. Da die Projekte interdisziplinär konzipiert sind, orientiert sich die Verantwortungszuordnung der einzelnen Aufgaben entlang derer der Tätigkeitsbereiche. Dennoch wird jeweils eine Hauptverantwortlichkeit inklusive eines pauschalen Zeithorizonts als grober Umsetzungsrahmen für jedes Projekt benannt. Dies gilt als Grundlage für den abschließenden Umsetzungsplan, der die einzelnen Kernprojekte in eine priorisierte, zeitlich abgestimmte und konsolidierte Gesamtübersicht bringt.

### Panoramablick (5b)

**Hauptverantwortlichkeit:** Tourist-Info   
**Zeithorizont:** ab 2029



<b>Infrastruktur- und Mittelbereitstellung</b> 	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Prüfung, ob eine Förderung im Rahmen der LEADER-Förderung möglich ist</li></ul>	<b>Kommunikation und Öffentlichkeitsarbeit</b> 	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Aktive Bewerbung des fertiggestellten "Panoramablicks" als neues touristisches Highlight und als Aushängeschild der „Draußen-Stadt“</li></ul>
<b>Strategieweiterentwicklung</b> 	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Verknüpfung des Aussichtspunktes zu einem strategischen „Aussichts-Rundweg“</li></ul>	<b>Innenstadtmarketing</b> 	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Konzeption und Umsetzung der Infotafeln zur Stadtgeschichte und zu markanten Panoramapunkten</li></ul>
<b>Netzwerkmanagement</b> 	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Direkte Kooperation mit Werra-Weser-Anrainerkonferenz</li></ul>	<b>Maßnahmenumsetzung</b> 	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Abstimmung sektoraler Fachkompetenzen zur Klärung von Eigentumsverhältnissen sowie der Auflagen des Denkmal- und Naturschutzes</li></ul>

Quelle: Darstellung Stadt + Handel.

# C... wie Charta

## Kernprojekte

Aufbauend auf den Projektsteckbriefen werden nachfolgend je Kernprojekt erste Umsetzungsansätze und Aufgabenstellungen in den sechs Tätigkeitsbereichen definiert. Da die Projekte interdisziplinär konzipiert sind, orientiert sich die Verantwortungszuordnung der einzelnen Aufgaben entlang derer der Tätigkeitsbereiche. Dennoch wird jeweils eine Hauptverantwortlichkeit inklusive eines pauschalen Zeithorizonts als grober Umsetzungsrahmen für jedes Projekt benannt. Dies gilt als Grundlage für den abschließenden Umsetzungsplan, der die einzelnen Kernprojekte in eine priorisierte, zeitlich abgestimmte und konsolidierte Gesamtübersicht bringt.

### Aktivierendes Flächenmanagement und Pop-Up-Konzept Innenstadt (6b)

**Hauptverantwortlichkeit:** Stadtverwaltung Fachbereich 3.1   
**Zeithorizont:** ab Ende 2026



<b>Infrastruktur- und Mittelbereitstellung</b> 	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Prüfung möglicher Finanzierungen: Verfügungsfonds Anmietung Existenzgründerförderung</li></ul>	<b>Kommunikation und Öffentlichkeitsarbeit</b> 	
<b>Strategieweiterentwicklung</b> 	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Weiterentwicklung der Leerstandstrategie aufbauend auf den bisherigen Erfolgen</li></ul>	<b>Innenstadtmarketing</b> 	
<b>Netzwerkmanagement</b> 	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Direkte Kooperation mit Immobilieneigentümer:innen</li></ul>	<b>Maßnahmenumsetzung</b> 	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Aufbau einer Leerstandsdatenbank inklusive Immobilienportfolio</li></ul>

Quelle: Darstellung Stadt + Handel.

# C... wie Charta

## Kernprojekte

Aufbauend auf den Projektsteckbriefen werden nachfolgend je Kernprojekt erste Umsetzungsansätze und Aufgabenstellungen in den sechs Tätigkeitsbereichen definiert. Da die Projekte interdisziplinär konzipiert sind, orientiert sich die Verantwortungszuordnung der einzelnen Aufgaben entlang derer der Tätigkeitsbereiche. Dennoch wird jeweils eine Hauptverantwortlichkeit inklusive eines pauschalen Zeithorizonts als grober Umsetzungsrahmen für jedes Projekt benannt. Dies gilt als Grundlage für den abschließenden Umsetzungsplan, der die einzelnen Kernprojekte in eine priorisierte, zeitlich abgestimmte und konsolidierte Gesamtübersicht bringt.

### Klare Wegeverbindungen (6g)

**Hauptverantwortlichkeit:** Tourist-Info   
**Zeithorizont:** ab Frühling 2027



<b>Infrastruktur- und Mittelbereitstellung</b> 	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Prüfung möglicher Fördermittel: Städtebauförderung „Lebendige Zentren“</li></ul>	<b>Kommunikation und Öffentlichkeitsarbeit</b> 
<b>Strategieweiterentwicklung</b> 	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Festlegung einer durchgängigen Gestaltungssprache in der Beschilderung sowie dem Mobiliar</li></ul>	<b>Innenstadtmarketing</b> 
<b>Netzwerkmanagement</b> 	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Direkte Kooperation mit dem ADFC</li></ul>	<b>Maßnahmenumsetzung</b> 

Quelle: Darstellung Stadt + Handel.

# C... wie Charta

## Kernprojekte

Aufbauend auf den Projektsteckbriefen werden nachfolgend je Kernprojekt erste Umsetzungsansätze und Aufgabenstellungen in den sechs Tätigkeitsbereichen definiert. Da die Projekte interdisziplinär konzipiert sind, orientiert sich die Verantwortungszuordnung der einzelnen Aufgaben entlang derer der Tätigkeitsbereiche. Dennoch wird jeweils eine Hauptverantwortlichkeit inklusive eines pauschalen Zeithorizonts als grober Umsetzungsrahmen für jedes Projekt benannt. Dies gilt als Grundlage für den abschließenden Umsetzungsplan, der die einzelnen Kernprojekte in eine priorisierte, zeitlich abgestimmte und konsolidierte Gesamtübersicht bringt.

### Gastronomiepotenzialanalyse (6h)

**Hauptverantwortlichkeit:** Stadtverwaltung Fachbereich 3.1   
**Zeithorizont:** ab Ende 2027



Infrastruktur- und Mittelbereitstellung 		Kommunikation und Öffentlichkeitsarbeit 
Strategieweiterentwicklung 	<ul style="list-style-type: none"><li>Machbarkeitsstudie des Bestandes und des Wettbewerbsumfeldes</li></ul>	Innenstadtmarketing 
Netzwerkmanagement 	<ul style="list-style-type: none"><li>Direkte Kooperation mit IHK (Industrie- und Handelskammer)</li></ul>	Maßnahmenumsetzung 

Quelle: Darstellung Stadt + Handel.

# C...wie Charta

## Umsetzungsplan

2026

2027

2028

2029

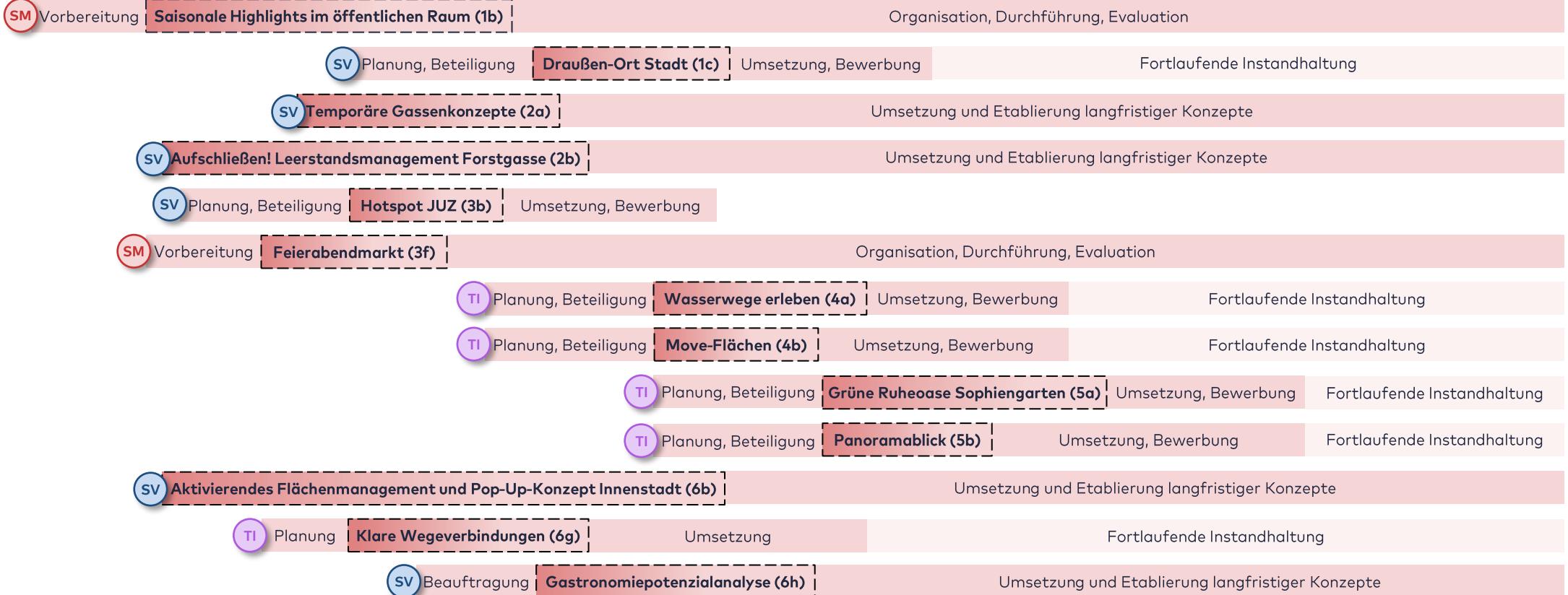
2030

2031

2032



### Sofortprogramm Innenstadt Umsetzung



# C... wie Charta

## Zentrale Voraussetzungen

Aus dem bisherigen Prozess lassen sich neun zentrale Voraussetzungen bzw. Anforderungen ableiten, die maßgeblich für eine erfolgreiche und nachhaltige Umsetzung der Inhalte des Handlungskonzepts und somit der Verstetigung des Prozesses sind. Die Voraussetzungen bilden dabei auf unterschiedlichen Arbeitsebenen maßgeblich die Grundlage für die Umsetzung des **ABC's der Innenstadttransformation**, d. h. dem Struktur- und Orientierungsrahmen der zukünftigen Innenstadtentwicklungen.

### 1 Gemeinsame Strategie leben

Alle zukünftigen Aktivitäten und Projekte müssen sich konsequent am erarbeiteten Leitbild „Von der Innenstadt zur Draußen-Stadt“ und der Gesamtstrategie des Handlungskonzepts orientieren. Der Dreiklang aus Stadtverwaltung (Fachbereich 3.1), dem neu aufzustellenden Stadt-marketing und der Tourist-Info trägt die Kernverantwortung für die Einhaltung der strategischen Kohärenz.

### 2 Governance-Struktur institutionalisieren

Die enge Zusammenarbeit im „Dreiklang“ zwischen den Hauptbeteiligten Stadtverwaltung, Initiative Stadtmarketing Eschwege e. V. und Tourist-Info bedarf einer fest verankerten Organisationsstruktur mit einer untereinander abgestimmten, klaren Rollen- und Aufgabenverteilung. Regelmäßige, institutionalisierte Abstimmungen sind essenziell.

### 3 Verbindliche Ressourcen sichern

Die Stadtverwaltung (Fachbereich 3.1) ist allgemein hauptverantwortlich für den Tätigkeitsbereich Infrastruktur- und Mittelbereitstellung und somit primär für die Steuerung der öffentlichen Mittelbereitstellung und das Fördermittelmanagement. Die Initiative Stadtmarketing Eschwege e. V. und

die Tourist-Info unterstützen darüber hinaus in Teilverantwortung, insb. bei für die eigene Arbeit relevanten Fördermitteln, sowie bei der Akquise privater Gelder (z. B. Sponsoring, Mitgliedsbeiträge). Die Politik steht hierbei in der Verantwortung, mit entsprechenden Beschlüssen die Handlungsfähigkeit der drei Instanzen für die positive Innenstadtentwicklung sicherzustellen.

### 4 Sofortprogramm

Die anfängliche Orientierung am nachfolgend dargestellten Sofortprogramm sichert den Übergang in die Verstetigung und sorgt gleichzeitig für sichtbare „Quick Wins“ der Innenstadttransformation. Damit soll ein Handlungsvakuum aufgrund von noch ausstehenden Umstrukturierungsprozessen vermieden werden. Das Sofortprogramm sollte dafür entsprechend von Seiten der Politik beschlossen werden.

### 5 Administrative Hürden durch Satzungsüberarbeitung senken

Die Überarbeitung und Anpassung von bestehenden städtischen Satzungen (z. B. Sondernutzungssatzungen) sorgt für eine erleichterte bürokratische Umsetzung der Projekte und befähigt Akteur:innen zur flexiblen Bespielung der Innenstadt.

# C... wie Charta

## Zentrale Voraussetzungen

Aus dem bisherigen Prozess lassen sich neun zentrale Voraussetzungen bzw. Anforderungen ableiten, die maßgeblich für eine erfolgreiche und nachhaltige Umsetzung der Inhalte des Handlungskonzepts und somit der Verfestigung des Prozesses sind. Die Voraussetzungen bilden dabei auf unterschiedlichen Arbeitsebenen maßgeblich die Grundlage für die Umsetzung des **ABC's der Innenstadttransformation**, d. h. dem Struktur- und Orientierungsrahmen der zukünftigen Innenstadtentwicklungen.

6

### **Maßnahmenumsetzung priorisieren und steuern**

Begleitend oder anschließend an das Sofortprogramm sind im Rahmen eines aktiven Projektmanagements durch die drei Hauptverantwortlichen die angestrebten Kernprojekte (siehe auch Projektsteckbriefe und Maßnahmenkatalog) in die Umsetzung zu bringen. Eine stetige Evaluierung stellt dabei die Aktualität der Projekte sowie mögliche Anpassungsbedarfe sicher.

7

### **Leerstands- und Ansiedlungsmanagement etablieren und sichern**

Eine im Rahmen des Tätigkeitsbereichs Maßnahmenumsetzung (bzw. Kernprojekte 2a, 2b und 6b) hervorzuhebende Aufgabenstellung besteht in einem aktiven, fest etablierten Leerstands- und Ansiedlungsmanagement. Dieses trägt maßgeblich zur Vitalisierung der Innenstadt bei durch die strategische Vermittlung, Unterstützung und Beratung von bestehenden und potenziellen Mieter:innen und Vermieter:innen. Der Fachbereich 3.1 übernimmt hierbei die Federführung und bedarf dabei der entsprechenden politische Unterstützung für eine sichergestellte Handlungsfähigkeit.

8

### **Innenstadtmarketing zielgruppenorientiert ausrichten**

Die Vermarktung der Innenstadt wird konsequent auf die fünf definierten Fokuszielgruppen (Jugendliche, Junge Familien, Senior:innen, Tourist:innen, Festivalbesucher:innen) zugeschnitten und deren Anforderungen an eine zukunftsfähige Innenstadt bei der Planung von Veranstaltungs- und Vermarktungsaktionen berücksichtigt. Für die konkrete Ansprache sowie Öffentlichkeitsarbeit fungieren insbesondere die **Initiative Stadtmarketing Eschwege e. V.** sowie die Tourist-Info als Hauptverantwortliche.

9

### **Erfolg messbar machen**

Nur entlang eines regelmäßigen Monitorings und der Evaluation der Strategie und umgesetzten Maßnahmen kann die Zielerreichung überprüft und das Vorgehen bei Bedarf flexibel an neue Herausforderungen angepasst werden. Um dies zu gewährleisten, wird eine jährliche Strategieevaluation empfohlen, die federführend durch die Stadtverwaltung (Fachbereich 3.1) als überblickende Instanz im Tätigkeitsbereich Strategieweiterentwicklung koordiniert wird. Diese kann z. B. durch monatliche Reviews oder externe Coachings zur operativen Steuerung ergänzt werden.

# C... wie Charta

## Sofortprogramm

Abgeleitet aus den neun zentralen Voraussetzungen umfasst das **Sofortprogramm** der Innenstadttransformation abschließend erste konkrete Quick Wins, die innerhalb der nächsten Monate bis ca. zwei Jahre in die Umsetzung gebracht werden sollen. Es dient insbesondere auch der Überbrückung eines möglichen Handlungsvakums während der derzeit noch ausstehenden organisatorischen Neustrukturierungen und Finanzierungsfindung.

### Politische Entscheidungsfindung insbesondere zu Finanzierungsfragen und Aufgabenschwerpunkten bewirken

- Definition und Sicherstellung eines städtischen Finanzierungsrahmens für die **Handlungsfähigkeit der drei Innenstadt-Institutionen**, insbesondere auch des sich neu strukturierenden Stadtmarketings
- Empfehlenswert ist die Festlegung eines **jährlichen städtisches Budgets**, über das im Rahmen der Innenstadttransformation frei verfügt darf, um Flexibilität und Handlungsfähigkeit und damit die tatsächliche Umsetzung der Maßnahmen zu gewährleisten
- Sicherung der **Politische Legitimation** zur Umsetzung der im Rahmen des Handlungskonzepts erarbeiteten Inhalte und Maßnahmen mit dem Ziel der zukunftsfähigen Entwicklung der Eschweger Innenstadt als Zentrum des städtischen Lebens

### Organisatorische Neustrukturierung der Initiative Stadtmarketing Eschwege e. V. vollenden

- Begonnenen Umstrukturierungsprozess der Initiative Stadtmarketing Eschwege e. V. mit entsprechender Unterstützung seitens der weiteren Innenstadtakteur:innen vollenden und somit die Handlungsfähigkeit eines zentralen Elements der zukünftigen Governance-Struktur sichern

### Governance-Struktur der Verstetigungsstrategie durch feste Abstimmungstreffen etablieren

- Zukunftsfähige Governance durch den Dreiklang aus Stadtverwaltung (Fachbereich 3.1), Initiative Stadtmarketing Eschwege e. V. und Tourist-Info etablieren und sicherstellen durch feste **Abstimmungstreffen**, z. B. quartalsweise und mit Einladung, Moderation und Dokumentation im Wechsel
- Individuell je Institution regelmäßige **interne Abstimmungen** zu Themen der Innenstadttransformation, z. B. als zweiwöchentlicher Jour fixe

# C... wie Charta

## Sofortprogramm

Abgeleitet aus den neun zentralen Voraussetzungen umfasst das **Sofortprogramm** der Innenstadttransformation abschließend erste konkrete Quick Wins, die innerhalb der nächsten Monate bis ca. zwei Jahre in die Umsetzung gebracht werden sollen. Es dient insbesondere auch der Überbrückung eines möglichen Handlungsvakuums während der derzeit noch ausstehenden organisatorischen Neustrukturierungen und Finanzierungsfindung.

### Verwaltungsinterne Leistungen ohne zusätzlichen Finanzierungsbedarf anstoßen, umsetzen und fortführen

- Erste Umsetzungen im Bereich der Infrastruktur- und Mittelbereichstellung auf Ebene der rechtlichen Rahmenbedingungen: Bedarfsgerechte **Anpassungen kommunaler Satzungen** (insbesondere Gestaltungssatzung, Sondernutzungssatzung und Satzung zur Straßenreinigung) zur Erfüllung konkreter Handlungsbedarfe aus dem Prozess (z. B. Verbesserung der Bespielung des öffentlichen Raums)
- Aufgreifen bzw. Anknüpfen an die bereits erreichten Erfolge, z. B. im Rahmen des Innenstadtfests: Fortführung des öffentlichkeitswirksamen Konzepts des „**Stadtraums**“ (Anmietung eines Leerstands, der temporär durch verschiedene Stadtmacher:innen genutzt werden kann) sowie Weiterführung der entstandenen Kooperationen, insbesondere mit den professionellen Künstler:innen, die unter dem Rahmen der Erstellung eines **Kunstraumkonzepts** (als Ergänzung zum Grün- und Spielraumkonzept) weitere klare Verbesserungen in der Stadtgestaltung bewirken

### Leistungen von Stadtmarketing und Tourist-Info ohne größere Finanzierungsbedarfe anstoßen, umsetzen und fortführen

- Fortführung und Ausarbeitung der Ergebnisse der Markenwerkstatt (27.08.2025) im Rahmen einer **Kommunikationsstrategie** zur Schaffung einer kohärenten Innenstadt-Marke: Alleinstellungsmerkmale (z. B. Fachwerk, Werrauf, Flair) und Kernbotschaften (z. B. „generationenübergreifend“, „lebendig“, „innovativ“)
- Bereitstellung von „**Hilfe zur Selbsthilfe**“ für Gewerbetreibende durch die Konzeption und Durchführung erster niederschwelliger Unterstützungsangebote, z. B. in der Form von Workshops zu Themen wie Social Media, Digitalisierung oder Schaufenstergestaltung
- Beginn der Konzeption eines digitalen „**Produktfinders**“, um die vorhandenen Angebote (Handel, Gastronomie, Dienstleistungen) gut zugänglich und sichtbar zu machen

# C... wie Charta

## Sofortprogramm

Abgeleitet aus den neun zentralen Voraussetzungen umfasst das **Sofortprogramm** der Innenstadttransformation abschließend erste konkrete Quick Wins, die innerhalb der nächsten Monate bis ca. zwei Jahre in die Umsetzung gebracht werden sollen. Es dient insbesondere auch der Überbrückung eines möglichen Handlungsvakums während der derzeit noch ausstehenden organisatorischen Neustrukturierungen und Finanzierungsfindung.

### **Systematische Vorbereitung der Projektumsetzung**

- Um die identifizierten Kernprojekte in die Operationalisierung zu überführen, gilt es diese im Rahmen des Sofortprogramms oder spätestens als dessen Abschluss systematisch vorzubereiten, z. B. durch die initiale Klärung und Sicherung benötigter Ressourcen oder den Anstoß notwendiger Machbarkeitsstudien und vertiefenden Analysen
- Anschließend können auf der Grundlage des Umsetzplans für jedes Projekt weitere, individuelle Zeitpläne mit entsprechenden Meilensteinen und Ressourcenplanungen sowie detaillierteren Zuständigkeiten angefertigt werden

# Fazit und Ausblick

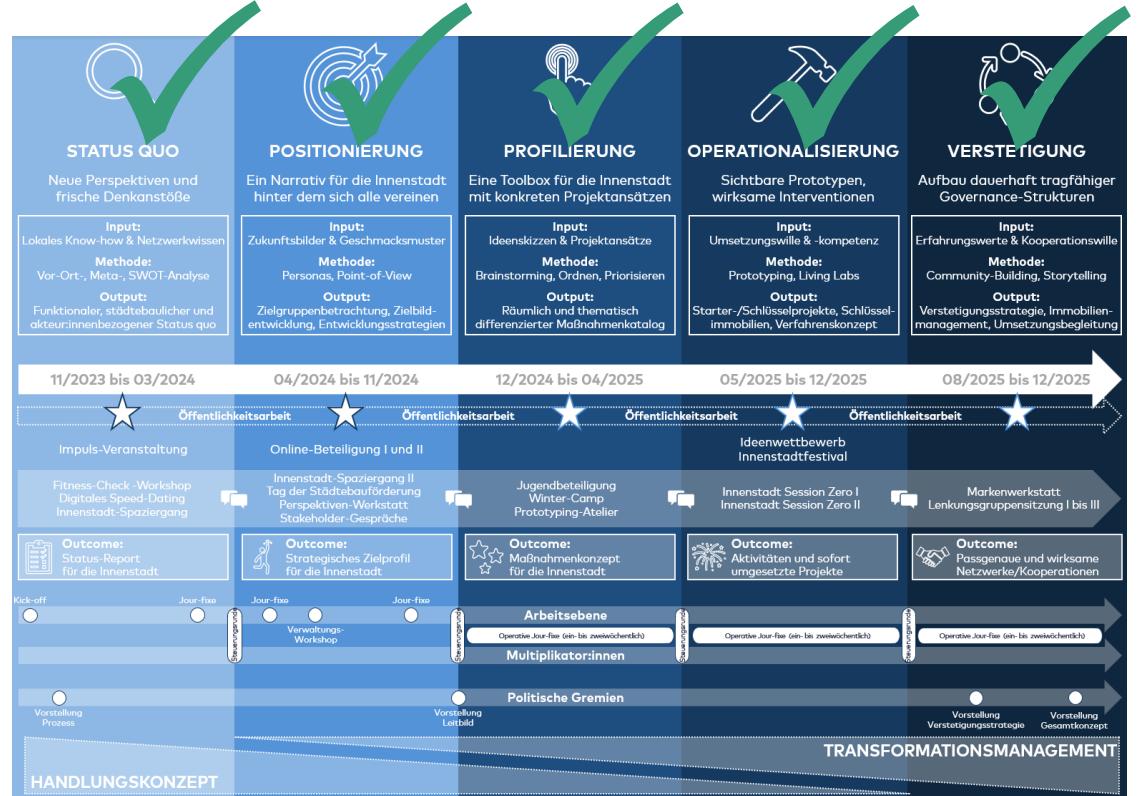
# Fazit und Ausblick

## Wie geht es weiter?

Der vorliegende Gesamtbericht, allgemeinverständlich auch das Innenstadtkonzept genannt, fasst die Antworten auf die Zukunftsfragen der Eschweiger Innenstadt zusammen. Mit der Zielperspektive **Von der Innenstadt zur Draußen-Stadt. Unterwegs in Eschwege** wird eine klare Positionierung der Innenstadt für die Fokuszielgruppen ermöglicht.

Es bleibt zu betonen, dass die Verantwortung für die Realisierung der Zielperspektive eine Gemeinschaftsaufgabe bleibt und nicht ohne ein aktives Zusammenspiel zwischen Politik, Verwaltung, Initiative Stadtmarketing Eschwege e. V., Tourist-Info und weiteren Akteuren gelingen kann. Hierfür dient das „ABC der Innenstadttransformation“ als Überführung der konzeptionellen Ergebnisse in Handlungsverantwortungen. Durch die entwickelte dreigeteilte Governance-Struktur zwischen Stadtverwaltung, Stadtmarketing und Tourist-Info wird die erarbeitete Strategie nun unter projektspezifischer Einbindung weiterer Akteuren auf die Straße gebracht. Einen ersten Anstoß liefert dafür das Sofortprogramm.

Insgesamt konnte durch den Prozess eine tragfähige Grundlage für die Weiterentwicklung der Innenstadt geschaffen werden. Inhaltliche Empfehlungen und konkrete Maßnahmen liegen vor, und das gemeinsame Handeln konnte in diversen Formaten erprobt werden, um eine Struktur für das künftige Zusammenarbeiten zu definieren. Die Verfestigung des angestoßenen Prozesses hat damit eine belastbare Ausgangsbasis, die durch regelmäßige Evaluation überprüft und bei Bedarf flexibel an neue Herausforderungen angepasst werden sollte.



# Bildnachweis

# Bildnachweis

## Moodboard (S. 81):

- 1) Foto: Canva/652234/pixabay
- 2) Foto: Canva/Suzy Hazelwood/Pexels
- 3) Foto: Canva/Zeljkodan
- 4) Foto: Canva/khunkorn
- 5) Foto: Canva/adisa/Getty Images
- 6) Foto: Canva/Syda Productions



**Neue Wege.  
Klare Pläne.**

# STADT+HANDEL



[www.linkedin.com/company/stadt-und-handel/](https://www.linkedin.com/company/stadt-und-handel/)



[www.instagram.com/stadtundhandel/](https://www.instagram.com/stadtundhandel/)

eschwege@stadt-handel.de

## **Stadt + Handel Beckmann und**

**Föhrer Stadtplaner GmbH**

[info@stadt-handel.de](mailto:info@stadt-handel.de)

[www.stadt-handel.de](http://www.stadt-handel.de)

Amtsgericht Dortmund,

Handelsregisternummer HRB

33826, Hauptzitz: 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