

# Maßnahmen- katalog

# Maßnahmenkatalog

## Von der Innenstadt zur Draußen-Stadt

### Legende

-  Grenzen des Untersuchungsgebiets
  -  Fokusbereich Wasser
  -  Fokusbereich Erholung
  -  Fokusbereich Verweilen
  -  Fokusbereich Hauptlage
  -  Fokusbereich Nebenlage
  -  Bereich Stadteingang Ost
  -  Markante Eingangssituation
  -  Wegeverbindung mit gestalterischen Verbindungselementen
  -  Draußen-Ort
  -  generationenübergreifendes Wohnen
  -  Fokuszielgruppe Jugendliche
  -  Fokuszielgruppe junge Familien
  -  Fokuszielgruppe Tourist:innen
  -  Fokuszielgruppe Festivalbesucher:innen
  -  Fokuszielgruppe Senior:innen
- 100 m



Abgeleitet aus dem räumlich-funktionalen Leitbild ergeben sich für die definierten Fokusbereiche individuelle Maßnahmen und Projektansätze.

Diese werden im Folgenden den Entwicklungsstrategien **Erhalt vorhandener und Ausbau innovativer Angebote mit Überraschungseffekt, Etablierung der Innenstadt als Draußen-Ort, Stärkung des Zusammenhalts als gemeinsames Netzwerk** zugeordnet.

Gleichzeitig werden die einzelnen Maßnahmen je nach Handlungsbedarf priorisiert.



Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Kartengrundlage Kreisstadt Eschwege.

# Maßnahmenkatalog

## Fokusbereich Hauptlage (1)

Projekt	Kurzbeschreibung	Verortung	Projektverantwortliche	Entwicklungsstrategie	Aufwand	Wirkungsgrad	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>Immobilien Eigentümer: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	Projektverantwortliche	Entwicklungsstrategie	Aufwand	Wirkungsgrad	Priorität
1d. Verkaufsatmosphäre 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 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	Projektverantwortliche	Entwicklungsstrategie	Aufwand	Wirkungsgrad	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	Projektverantwortliche	Entwicklungsstrategie	Aufwand	Wirkungsgrad	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>		<span style="color: red;">■</span> <span style="border: 1px solid red; display: inline-block; width: 10px; height: 10px;"></span> <span style="border: 1px solid red; display: inline-block; width: 10px; height: 10px;"></span>	<span style="color: red;">■</span> <span style="color: red;">■</span> <span style="border: 1px solid red; display: inline-block; width: 10px; height: 10px;"></span>	<span style="color: red;">■</span> <span style="color: red;">■</span> <span style="border: 1px solid red; display: inline-block; width: 10px; height: 10px;"></span>
2d. Hinterhof-Feste	Nutzung von Hinterhöfen in der Forstgasse für kleinere kulturelle Veranstaltungen wie Lesungen, Mini-Konzerte, Workshops oder Hofflohmärkte insb. zur Ansprache junger Menschen	Forstgasse	<ul style="list-style-type: none"> <li>Stadtverwaltung Fachbereich 3.1</li> <li>Kunst- und Kulturschaffende</li> </ul>		<span style="color: red;">■</span> <span style="color: red;">■</span> <span style="border: 1px solid red; display: inline-block; width: 10px; height: 10px;"></span>	<span style="color: red;">■</span> <span style="border: 1px solid red; display: inline-block; width: 10px; height: 10px;"></span> <span style="border: 1px solid red; display: inline-block; width: 10px; height: 10px;"></span>	<span style="color: red;">■</span> <span style="border: 1px solid red; display: inline-block; width: 10px; height: 10px;"></span> <span style="border: 1px solid red; display: inline-block; width: 10px; height: 10px;"></span>




# Maßnahmenkatalog

## Fokusbereich Verweilen (3)

Projekt	Kurzbeschreibung	Verortung	Projektverantwortliche	Entwicklungsstrategie	Aufwand	Wirkungsgrad	Priorität
3a. Baustellenmarketing Nikolaiplatz (bereits laufend)	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	Projektverantwortliche	Entwicklungsstrategie	Aufwand	Wirkungsgrad	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>		■■■	■■■	■■■
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>		■■□	■■□	■■□
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>Marktbesucher:innen</li> </ul>		■□□	■■■	■■■

# Maßnahmenkatalog

## Fokusbereich Verweilen (3)

Projekt	Kurzbeschreibung	Verortung	Projektverantwortliche	Entwicklungsstrategie	Aufwand	Wirkungsgrad	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	Projektverantwortliche	Entwicklungsstrategie	Aufwand	Wirkungsgrad	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	Projektverantwortliche	Entwicklungsstrategie	Aufwand	Wirkungsgrad	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>				




# Maßnahmenkatalog

## Fokusbereich Erholung (5)

Projekt	Kurzbeschreibung	Verortung	Projektverantwortliche	Entwicklungsstrategie	Aufwand	Wirkungsgrad	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)	Sophiengarten	<ul style="list-style-type: none"> <li>Tourist-Info</li> </ul>		<input checked="" type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/>
5b. Panoramablick	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>		<input checked="" type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
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>	 	<input checked="" type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>

# Maßnahmenkatalog

## Eschweger Innenstadt (6)

Projekt	Kurzbeschreibung	Projektverantwortliche	Entwicklungsstrategie	Aufwand	Wirkungsgrad	Priorität
6a. Stadtmarketing-Verein (Starterprojekt in Verbindung mit weiteren Projekten)	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>		■ □ □	■ ■ ■ ■	■ ■ ■ ■
6b. Aktivierendes Flächen- und Leerstandsmanagement/ Pop-Up-Konzept Innenstadt (als Fortführung der Maßnahmen 2a und 2b)	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>		■ ■ ■ □	■ ■ ■ ■	■ ■ ■ ■
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>		■ ■ ■ □	■ ■ ■ ■	■ ■ ■ □





# Maßnahmenkatalog

## Eschweger Innenstadt (6)

Projekt	Kurzbeschreibung	Projektverantwortliche	Entwicklungsstrategie	Aufwand	Wirkungsgrad	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. Gestaltungshandbuchs/-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	Projektverantwortliche	Entwicklungsstrategie	Aufwand	Wirkungsgrad	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	<ul style="list-style-type: none"> <li>Tourist-Info</li> </ul>				
6h. Gastronomiepotenzialanalyse	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	<ul style="list-style-type: none"> <li>Initiative Stadtmarketing Eschwege e. V.</li> </ul>				
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	<ul style="list-style-type: none"> <li>Tourist-Info</li> </ul>	