

# Witzenhausen 4.0

Lokale Ökonomie in die Stadt!



Winter 2019/2020

# IMPRESSUM

**Der Projektbericht „Witzenhausen 4.0 - Lokale Ökonomie in die Stadt!“ der Universität Kassel wurde erstellt von:**

Anna-Lena Baier  
Aleke Berndt  
Dominik Brand  
Cansu Ceylan  
Patrick Fern  
Tamara Göller  
Antje Halfter  
Marcel Jürgens  
Sven Kraetschmann  
Anna Löwer  
Kathrin Anna Mundry  
Wiebke Pötting  
Vanessa Pauly  
Lennart Saß  
Wiebke Schnell  
Florian Schwarze  
Kaja Seger  
Elisa Sonntag

Silvia Hable (ortskundige, beratende Bachelor-Studierende)

## **Unter der Leitung von:**

Univ.-Prof. Dr. Ulf Hahne  
Dipl.-Geogr. Simone Markert

Universität Kassel  
FB 06 | Stadt- und Regionalplanung  
FG Ökonomie der Stadt- und Regionalentwicklung  
Wintersemester 2019/2020

Zur besseren Lesbarkeit werden im Folgenden personenbezogene Bezeichnungen, die sich zugleich auf Frauen und Männer beziehen, nur in der männlichen Form aufgeführt. Es sind jedoch alle Geschlechter angesprochen und soll keinesfalls eine Geschlechterdiskriminierung oder eine Verletzung des Gleichheitsgrundsatzes zum Ausdruck bringen.

Kassel, März 2020



# DANKSAGUNG

An dieser Stelle möchten wir uns bei all denjenigen bedanken, die uns im Verlauf des Semesters unterstützt haben und wichtige Beiträge zu unserem Konzept geleistet haben.

Zuerst gebührt der Dank Herrn Prof. Dr. Ulf Hahne und Frau Simone Markert, die uns bei der Erstellung unserer Konzepte betreut, unterstützt und motiviert haben.

Wir bedanken uns bei Bernd Westermann, Kai Simon und Christoph Schösser von der Stadt Witzenhausen für die Bereitstellung relevanter Hintergrundinformationen, die Gastfreundschaft und Unterstützung bei unseren Vor-Ort-Terminen in der Innenstadt sowie den finanziellen Zuschuss unserer Besorgungen und Bemühungen.

Weiter bedanken wir uns bei unseren Interviewpartnern, die sich die Zeit genommen haben, uns in die Anknüpfungspunkte und Empfindungen der Initiativen und Vereine in Witzenhausen eingeführt haben. Vielen Dank an Helga Mischur und Gardis v. Gersdorff (Kulturgemeinschaft Witzenhausen e.V.), Frau Kühnapfel, Frau Knappe und Frau Siekmann (Bürgerverein Bau- und Wohnkultur Witzenhausen), Sonja Biewer (UniKAT Ideenwettbewerb der Universität Kassel), Silvia Hable (Transition Town Witzenhausen) sowie an Michael Schäfer (Aktionsgemeinschaft Handel und Gewerbe).

Besonderer Dank gilt den Teilnehmern und Besuchern unserer Workshops und Informations- und Diskussionsveranstaltungen, die uns in unserem Tun bekräftigt und wichtige Anstöße gegeben haben. Durch den Dialog mit den Bewohnern und Besuchern der Innenstadt sind uns die Prioritäten unserer Handlungsansätze klargeworden. Die Wünsche und Anforderungen, die an uns gestellt wurden, legitimieren unsere Planungen in der Stadt – für die Stadt.

Ebenfalls danken wir der Projektgruppe und damit uns selbst, für die harmonische Zusammenarbeit, Geduld, gegenseitigem Interesse und Hilfsbereitschaft. Die interessanten Debatten und Ideen haben maßgeblich dazu beigetragen, dass der Projektbericht heute in dieser Form vorliegt.

Projekt „Witzenhausen 4.0 - Lokale Ökonomie in die Innenstadt!“  
Universität Kassel

# VORWORT

Was macht eine Stadt aus? Oder genauer gefragt: was macht eine lebenswerte Stadt aus? Diese Frage stellen sich Bewohner und Verantwortliche einer Stadt ebenso wie ihre Besucher. Dabei interessiert weniger das Allgemeine, das Überall-Vorfindbare, das Austauschbare. Vielmehr wirken Städte anziehend und attraktiv durch das Besondere, das Einzigartige, das Unverwechselbare, durch ihre Atmosphäre und Vielfalt.

Beschränkt sich die Besonderheit von Städten, die spürbare Eigenart, die unvergleichliche Atmosphäre auf große Weltstädte? Nein, keineswegs. Auch Klein- und Mittelstädte weisen Eigenheiten, historisch geprägte Stadtbilder und lebendige Vielfalt auf, ihre Eigenlogik ist nicht nur für Einheimische spürbar, sondern ein Charaktermerkmal, das die Stadt zu einem Besuchsort macht. Dabei ist es nicht nur die sehenswerte Altstadt mit ihren Kulturbauten, die anderswo längst einer Modernisierungswelle zum Opfer gefallen sind, sondern es sind auch die besonderen Orte mit hoher Aufenthaltsqualität, mit überraschender Vielfalt von Geschäften und Begegnungsmöglichkeiten, von Angeboten der Kreativbranche bis zu Initiativen der Stadtgesellschaft.

Trifft dies auf Witzenhausen zu? Ja und nein! Witzenhausen ist einerseits eine liebenswerte Kleinstadt mit besuchenswertem, historischen Altstadtkern, mit einer auch dort sichtbaren überraschenden Vielfalt an privatwirtschaftlichen und stadtgesellschaftlichen Initiativen, mit zentralen öffentlichen und privaten Dienstleistungen, mit gut genutzten öffentlichen Plätzen und Aufenthaltsmöglichkeiten. Da finden sich klassische Innenstadtgeschäfte von der Apotheke über den Blumenladen, den ausgewählten Lebensmitteleinzelhandel mit ökologischen und regionalen Produkten (vom Hanföl bis zur Ahlen Wurscht), ein Geschenkeladen, Cafés, Kneipen und Restaurants, die Stadtbibliothek, das Rathaus, die Tou-

rist-Info mit einem breiten Angebote regionaler und lokaler Produkte – und dann präsentieren sich Initiativen der Stadtgesellschaft wie der Eine-Welt-Laden, Transition Town, der Umsonstladen, der Bürgerverein Bau- und Wohnkultur, das Pop-up-Café „Ute Schlonz“ und neben dem Freitags-Wochenmarkt auch der Bio-Feierabendmarkt. Hier zeigt sich Witzenhausen als weltoffene Fair-Trade- und Öko-Stadt, belebt durch einen lebendigen Universitätsfachbereich und getragen durch aktive Mitbürger der Stadt.

Andererseits zeigen sich viele Anzeichen innerstädtischer Schwächen, die auch an Witzenhausen nicht vorbeigehen. Das reicht von zahlreichen Leerständen in den Erdgeschosszonen über leerstehende ortsbildprägende große Fachwerkbauten bis hin zu sichtbaren städtebaulichen Missständen. Die Angebotspalette der Innenstadtgeschäfte ist löchrig, große Teile des klassischen Einzelhandels sind auf die grüne Wiese ausgesiedelt oder gar nicht mehr in Witzenhausen zu finden. Viele Schaufenster stehen leer, stattdessen finden sich viele Immobilienangebote, deren Datierung auf einen schon längeren Leerstand hinweist. Die Gestaltung der Innenstadt – von der Pflasterung über die Möblierung bis hin zu Beleuchtung und Begrünung – weist verschiedenste Defizite auf, die Eingangssituationen in die Kernstadt sind schlecht betont und meist wenig einladend. Wo private Investitionen erfolgt sind, fügen sie sich wenig in das Stadtbild.

Da passt es gut, dass die Stadt Witzenhausen im Oktober 2016 in das Städtebauförderprogramm „Stadtumbau“ aufgenommen wurde und nun einen Zeitraum bis 2026 hat, die Kernstadt mit Investitionen in Steine und Atmosphäre attraktiver zu gestalten. Das Programm ermöglicht die Förderung sowohl öffentlicher als vor allem auch privater Investitionen. Auch für

die wirtschaftliche Belebung der Innenstadt ist das Programm „Stadtumbau“ bestens zur Förderung geeignet, denn zu den Programmzielen zählt die „Aufwertung der von wirtschaftlichem Strukturwandel betroffenen Stadtgebiete, zum Beispiel durch Wieder-/Umnutzung von Brachflächen oder durch Stärkung der Stadtquartiere als Wohn- und Wirtschaftsstandort“. Die Chance ist gegeben, den Stadtkern wieder zur aussagekräftigen Visitenkarte der Stadt zu machen.

Nachdem die Bestandsaufnahmen und die grundlegende Konzeption in den vergangenen Jahren im Integrierten Stadtentwicklungskonzept (ISEK Witzenhausen) erarbeitet worden sind, ist nun die Phase der Umsetzung gekommen. Genau in den Anfang dieser Phase fällt das hier dokumentierte Projekt von Masterstudierenden der Stadt- und Regionalplanung und Architektur aus Kassel, die sich im Wintersemester 2019-20 knapp vier Monate mit der Situation der Kernstadt befasst und Vorschläge zur Belebung der Innenstadt erarbeitet haben. Die Studierenden und ihre Lehrenden möchten mit ihren Ideen dazu beitragen, den Mut der Bewohner, der Hauseigentümer, der Geschäftsleute, der Initiativen, der Stadtverwaltung und der Politik anzuregen, in ihre Stadt zu investieren. Der Blick von außen heißt nicht: Kritik, sondern er heißt: Anregung und Ermutigung.

Vor allem ging es dem Projekt um neue wirtschaftliche Ideen für die Innenstadt: Wenn der klassische Einzelhandel nicht mehr die Geschäftsflächen füllt, was kann dann an diese Stelle treten? Wie könnte eine Wirtschaft 4.0 aussehen, die sowohl die Möglichkeiten der Digitalisierung nutzt (Einzelhandel mit vielfältigen Vertriebswegen von stationär bis zum Versand, aktualisierte Auftritte der Stadt und der Initiativen in Internet und sozialen Medien) als auch den Wandel der Wirtschaft aufnimmt – hin zu stärker regiona-

lisierten und personalisierten Produkten und Diensten, hin zu weniger Ressourcenverbrauch durch Reparieren und Gemeinschaftsnutzungen, hin zur Sichtbarkeit der Aktivitäten der Bürger und ihrer Initiativen (von Tauschläden bis zu Gemeinschaftsflächen für gemeinwohlorientierte Tätigkeiten), bis hin zu neuen Finanzierungsmöglichkeiten von Projekten über Crowd-Funding oder Syndikatslösungen.

Herausgekommen sind kleine und große Anregungen, sie reichen von einer Handreichung zur besseren und abgestimmten Schaufenstergestaltung über Vorschläge zur Verbesserung der Aufenthaltsqualität im öffentlichen Raum bis zu Ideen zur gemeinschaftlichen Finanzierung von größeren Gebäudekomplexen. Lesen Sie selbst!

Es ist zu wünschen, dass der Projektbericht dazu beiträgt, vielen Eigentümer, Gewerbetreibenden und Initiativen in der Kernstadt Witzenhausen Mut zu machen, mit optimistischen Ideen auf die Zukunftsherausforderungen zu reagieren. Und die Stadt Witzenhausen sei darin bestärkt, ihre Besonderheiten zu pflegen, Investoren wie Initiativen zu unterstützen und mit einer lebendigen Innenstadt den Bürgerstolz zu wecken sowie sich nach außen zu profilieren.

Prof. Dr. Ulf Hahne  
Dipl.-Geogr. Simone Markert  
Fachgebiet Ökonomie der Stadt- und Regionalentwicklung, Universität Kassel

Kassel, im März 2020





# ABKÜRZUNGSVERZEICHNIS

A	Autobahn
Abs.	Absatz
ADF	Arbeitsgemeinschaft Deutsche Fachwerkstätten e.V.
AG	Aktiengesellschaft/ Arbeitsgruppe
b	Breite
BauNVO	Baunutzungsverordnung
BS	Berufliche Schule
CDU	Christlich Demokratische Union
CO <sub>2</sub>	Kohlenstoffdioxid
DG	Dachgeschoss
DRK	Deutsches Rotes Kreuz
E-...	Elektro...
EG	Erdgeschoss
e.G.	eingetragene Gemeinschaft
FB	Fachbereich
gGmbH	gemeinnützige Gesellschaft mit beschränkter Haftung
GmbH	Gesellschaft mit beschränkter Haftung
h	Höhe
HBO	Hessische Bauordnung
hub	Hauptumschlagsbasis
INGE (plus)	Gesetz zur Stärkung von innerstädtischen Geschäftsquartieren
Kap.	Kapitel
KEP	Kurier Express Paket Dienste
KfW	Kredit für Wiederaufbau
Kita	Kindertagesstätte
KWh	Kilowattstunde
LED	light-emitting-diode (Leuchtdiode)
m	Meter
m <sup>2</sup> / qm	Quadratmeter
MGV	Männergesangsverein
MIV	motorisierter Individualverkehr
n	Anzahl der ausgewerteten Fälle
o.A.	ohne Autor
OG	Obergeschoss
PKW	Personenkraftwagen
QR	Quick Response
SPD	Sozialdemokratische Partei Deutschlands
SV	Sportverein
TÖG	Türöffner Gesellschaft
W	Watt
WiBank	Wirtschafts- und Infrastrukturbank Hessen
WLAN	Wireless Local Area Network
ÖPNV	Öffentlicher Personennahverkehr





# INHALTSVERZEICHNIS

<b>1.</b>	<b>Einführung</b>	<b>11</b>
1.1	Problematik: Bedeutungswandel der Innenstädte	12
1.2	Zielsetzung des Projekts	13
<b>2.</b>	<b>Begriffsklärung</b>	<b>17</b>
2.1	Lokale Ökonomie (Rückkehr der Wirtschaft in die Stadt)	18
2.2	Wirtschaftsförderung 4.0	19
<b>3.</b>	<b>Witzenhausen</b>	<b>23</b>
3.1	Lage	25
3.2	Daten	25
3.3	Besonderheiten	28
<b>4.</b>	<b>Bestandsaufnahme Innenstadt</b>	<b>31</b>
4.1	Erdgeschossnutzungen	32
4.1.1	Leerstände	32
4.1.2	Gastronomie	32
4.1.3	Nahversorgung, Lebensmittel, Kiosk	33
4.1.4	Einzelhandel	33
4.1.5	Dienstleistungen	34
4.1.6	Öffentliche Einrichtungen	34
4.1.7	Initiativen	34
4.2	Erscheinungsbild	36
4.3	Experteninterviews	41
4.4	Steckbriefe	44
	EXKURS: Leerstandsveranstaltung	46
<b>5.</b>	<b>Ableitung von Potentialen</b>	<b>53</b>
5.1	Analyse und Handlungsbedarfe der Straßenzüge	54
5.1.1	Ermschwerder Straße	54
5.1.2	Brückenstraße	56
5.1.3	Walburger Straße	60
5.1.4	Steinstraße & Außenbereiche	62
5.2	Analyse: Stadtmarketing, Öffentlichwirksamkeit, Marketing und Kommunikation	64
<b>6.</b>	<b>Teilkonzepte</b>	<b>67</b>
6.1	Neugestaltung Straßenraum	<b>73</b>
6.1.1	Mobilität	74
6.1.2	Straßenraumgestaltung	98
6.2	Gebäudegestalt	123
6.3	Marketing und Kommunikation	153
6.4	Lokale Ökonomie	177
<b>7.</b>	<b>Vernetzung</b>	<b>203</b>
7.1	Vernetzung der Teilkonzepte	204
7.2	Nachhaltige Zukunft 2030	206
7.3	Folgerungen und Forderungen	208
<b>8.</b>	<b>Finanzierungsvorschläge</b>	<b>213</b>
	Verzeichnisse	217
	Anhang	





# 1. Einführung

Problematik der  
Innenstädte, Zielsetzung  
des Projekts





## 1.1 PROBLEMATIK: BEDEUTUNGS- WANDEL DER INNENSTÄDTE

In den vergangenen Jahren zeigte sich unter den Rahmenbedingungen von Onlinehandel und ausgebauten Mobilitätsangeboten, dass Innenstädte in Deutschland und Europa an Bedeutung verlieren. Nicht selten hört und liest man vom „Zerfall der Innenstädte“. Handelt es sich um eine plakative Überspitzung oder ist die Gefahr ganz real? Wie groß sind die Herausforderungen, vor denen kleine und mittlere Städte heute stehen? Unterschiedliche Defizitbereiche, die sich oftmals gegenseitig bedingen, schwer kontrollierbar sind und schleichend einhergehen, bedeuten Schwierigkeiten, denen man sich differenziert bewusst werden muss. Dafür ist es wichtig, die Rolle der zentralen Bereiche zu begreifen. Nur so lassen sich vergangene, sich wandelnde und aktuelle Anforderungen an den Raum durch Bewohner und Nutzer in den richtigen Zusammenhang setzen.

Oftmals ist die Altstadt mit historischem Städtebau und Gebäuden, die die Geschichte der Siedlungsentwicklung und Baukultur vor Ort erzählen können, das Aushängeschild einer Stadt. Das historische Zentrum ist der Raum, der schon immer für Handel und Wohnen gedacht und gemacht war. In Oberzentren und Metropolen Deutschlands hat sich die Innenstadt durch enorme Bevölkerungszuwächse und die Tertiärisierung der Wirtschaft in die „City“ verschoben, wo der Dienstleistungssektor große Bedeutung hat, während die Innenstadt kleiner Städte und Gemeinden eine fast unveränderte Funktion behält (vgl. Deutscher Städtetag 2016: 4). Sie bietet den Schauplatz für gesellschaftliche und kulturelle Auseinandersetzungen und die Darstellung der Stadt als Ganzes. Mit Altstadt und Innenstadt ist in diesem Zusammenhang derselbe räumliche Bereich gemeint (vgl. Korby, Heckel 2005: 10f.) Historische Stadtzentren, in denen mit einem größeren Bestand baukulturelles Erbe erhalten bleibt, sind geprägt durch kleinmaßstäbliche Strukturen. Im Gegensatz zu Großstädten, in denen dem Dienstleistungssektor mit modernen

Gebäuden und attraktiven Erschließungsfunktionen die Gestalt der Innenstadt bestimmt, zeichnen sich Städte und Gemeinden mit historischer Innenstadt durch enge Bebauungsstrukturen, eingeschränkte motorisierte Erreichbarkeit, verwinkelte Gassen und kleinteilige Grundrisse aus. Nicht selten wird dieses idyllische, entschleunigende Bild von Bewohnern und Besuchern geschätzt. Der Erhalt dieses Bildes ist heute die Herausforderung von Stadtplanung und Denkmalpflege. Finanzstärkere Kommunen schaffen es, die historischen Stadtkerne zu sanieren, während mittelgroße Städte und kleine Gemeinden nach Antworten und Fördermöglichkeiten suchen, wie Fachwerkbestände instandgesetzt und -gehalten werden können. Besonders auf Zentren im ländlichen Raum kommen spezifische Aufgaben zu, da sie oftmals weit über die Stadtgrenzen hinaus den wirtschaftlichen, sozialen und kulturellen Mittelpunkt der Region bilden, indem sie besondere Infrastrukturangebote zur Verfügung stellen (vgl. BBSR o.J.). Diesen Funktionsansprüchen müssen diese Zentren gerecht werden, indem sie in der Erfüllung der Aufgaben gestärkt werden. In den 1970er und 1990er Jahren wurde der Trend der Suburbanisierung beobachtet: Es zog die Bevölkerung aus den Zentren der deutschen Innenstädte in die Randbereiche und die Schwächung der infrastrukturellen Aufgaben der Zentren war die Folge. Die Wirkung dieser Entwicklung lässt sich für deutsche Kommunen jedoch nicht verallgemeinern, da sie sich je nach Standort stark unterscheidet. (vgl. Hirschle, Schürt 2008: 211)

Der demografische Wandel, der Trend der Abwanderung aus dem ländlichen Raum und dem Wegzug von Familien in die Stadtrandbereiche lässt vor allem die ältere Bevölkerungsgruppe in der Innenstadt zurück. Ergebnis all dieser Trends und ihrem Zusammenspiel sind sowohl Leerstände von Wohnräumen als auch Einzelhandelsgeschäften und eine sinkende Kaufkraft, die in den Mittel- und Unterzentren noch festzustellen bleibt. Die Nachfrage nach den „Standort Innenstadt“ sinkt, mit ihr die Miet-

und Kaufpreise von Immobilien. Die Eigentümer historischer Bestände sehen immer seltener eine lohnende Investition in der Sanierung ihrer Gebäude (vgl. BBSR 2017: 8), sodass die Vernachlässigung der Bestände fast nachvollziehbar wird, die Problematiken aber nur verstärkt.

Neue Dynamiken im Einzelhandel und ein verändertes Mobilitätsverhalten der Menschen nehmen der Innenstadt noch mehr ihre Bedeutung. Das Modell der Einkaufsstraße, die urige Fußgängerzone scheint überholt. Der Trend der Einzelhändler, sich auf die „grüne Wiese“ zu verlagern, gut erreichbar an Verkehrsknotenpunkten außerhalb der Stadt, beeinflusst die Substanz des Einzelhandels in der Innenstadt zusätzlich (vgl. Petra-Kelly-Stiftung 2000: 6). Der Onlinehandel zieht bequeme und pragmatische Käufer gleichermaßen in seinen Bann mit der scheinbar unbegrenzten Vergleichsmöglichkeit zwischen verschiedenen Produkten und Anbietern, sowie dem Vorteil, keine Öffnungszeiten zu beachten und sich das Produkt bis vor die Haustür liefern zu lassen.

Ein besonderes Problem in Altstädten stellen die sich verändernden Anforderungen an Ladenflächen dar, die in den kleinteiligen – zumeist historischen – Gebäuden und deren Grundrissen nicht befriedigt werden können. Ein ähnliches Problem tritt in Wohnungen auf, weil die Bau-substanzen in den Altstädten oft nicht mehr zeitgemäß sind und für Familien keine Alternative darstellen (vgl. Nelle, Liebmann 2018: 4). Das Angebot übersteigt die Nachfrage bei weitem. Die Sanierung der Immobilien bringt hohe Kosten mit sich und den Eigentümern scheint diese Perspektive zu unsicher (vgl. ebd.).

## 1.2 ZIELSETZUNG DES PROJEKTS

Auch die Stadt Witzenhausen im Norden Hessens kämpft mit eingangs beschriebener Problematik. In der Innenstadt charakterisiert sich ein großer Anteil der Gebäude als historisches Fachwerk, das auf bemerkenswerte Weise erhal-

ten blieb und das Bild des Stadtzentrums prägt. Gleichzeitig wirken Gebäudebestände vor allem in zentralen Lagen vernachlässigt. Investitionen in Immobilien blieben vielerorts aus und das Quartiersumfeld hat über die Zeit an Attraktivität eingebüßt. Es liegt die Vermutung nahe, dass diese allgemeine Entwicklung in allen Unter- und Mittelzentren Investitionen noch unsicherer und unattraktiver macht und einen sogenannten Sanierungsstau zur Folge hat (vgl. Nelle, Liebmann 2017: 4).

Um den Herausforderungen zu begegnen, ist die Stadtverwaltung Witzenhausens im Herbst 2019 auf den Fachbereich 06 – Architektur, Stadtplanung, Landschaftsplanung der Universität Kassel zugegangen. 19 Studierende befassten sich im Wintersemester 2019/2020 mit zukunftsorientierten Konzepten, die die Altstadt Witzenhausens langfristig aufwerten sollen und ihr die ursprüngliche Bedeutung eines Stadtzentrums entsprechend heutiger Anforderungen zurückgibt. Eins der wichtigsten Ziele dieses Projektes ist die wirtschaftliche Wiederbelebung der Innenstadt. Dieses übergeordnete Ziel ist dabei aufgrund der Komplexität der Wirkungszusammenhänge wie oben beschrieben in unterschiedliche Handlungsfelder zu untergliedern. Diese Handlungsfelder sind:

### **Alternative Wirtschaftsmodelle:**

Die Wirtschaft, die in Witzenhausen gefördert werden soll, ist nach den Ansätzen der lokalen Ökonomie vor allem die, die ihren Ursprung und ihre Wertschöpfungsketten in der Region verankert hat. Der Begriff bedarf genauerer Definition, da allgemeingültige Kriterien nicht formuliert sind (s. Kap. 2). Lokale Ökonomien sind in der Städtebauförderung explizit gewünscht, jedoch auch in diesem Zusammenhang aufgrund der starken Abhängigkeit vom Einzelfall nicht spezifisch definiert.

### **Aufenthaltsqualität**

In Hinblick auf die Gestaltung und Ausstattung der Innenstadt weist diese heute Defizite auf, die sich auch auf die wirtschaftliche Lage aus-

wirken. Unebener Grund, kaum Sitzgelegenheiten, teilweise (stark) sanierungsbedürftige Gebäudebestände und triste, dunkle Schaufenster laden nicht zum Flanieren, Verweilen und Genießen ein. Zudem ist der Verkehr vor allem durch Privatfahrzeuge (motorisierter Individualverkehr, kurz MIV) dominiert, die die Stadt entlang der viel befahrenen Straßen entzweireißt und auf der Suche nach Parkplätzen teilweise Gehwege verstellt. Ziel ist die nachhaltige Wohlfühlstadt, die die aktuellen Problematiken auf zielgerichtete Art und Weise löst. Es bedarf Konzepte zur Straßenraumgestaltung, zur Gebäudgestaltung und Ansätze, wie der MIV aus der Innenstadt zu verlagern ist.

### **Nutzungskonzepte für Leerstand**

Einfache Sofortmaßnahmen sowie mittel- und längerfristig gedachte Aktionen sollen helfen, Gebäude zu keiner Zeit ungenutzt zu lassen. Zwischen- und Nachnutzungen schaffen die Belebung der Innenstadt und beweisen, welchen Charme historische Gebäude haben können. Durchdachte Konzepte sollen Impulse setzen und die Zugänglichkeit der Leerstände dauerhaft sichern.

### **Förderung der Gemeinschaft und Kommunikation**

Die Wiederbelebung der Innenstadt ist nicht allein die Aufgabe von Wirtschaftsförderern, von Stadtplanern oder von Ladenbesitzern. Bewohner der Stadt, Hauseigentümer, Gewerbetreibende, Initiativen und die lokale Politik haben ebenfalls eigene Ansprüche an die Stadt und müssen zusammenarbeiten, um Witzenhausen bedarfsgerecht aufzuwerten. Es bleibt nicht aus, dass in diesen Ansprüchen Diskrepanzen und Interessenskonflikte die Zusammenarbeit erschweren. So stehen Bereiche des Verkehrs und der Mobilität noch oft in Kontrast zur Wohnqualität in Stadtkern. Es muss eine Plattform geben, um Konflikte auszutragen und einen Konsens zu finden. Es muss Ansprechpersonen geben, die die Kommunikation moderieren und ordnen. Strukturen sind zu schaffen und gegenseitiges Ver-

trauen und die Begegnung auf Augenhöhe ist als vorausgesetzt zu verstehen, damit die Zusammenarbeit langfristig funktionieren kann.

### **Tourismus**

Die Wiederbelebung der Innenstadt kann gelingen, wenn man Besuchern Anreize schafft, diese zu erkunden. Idealerweise bleiben Reisende über Nacht. Ein passendes Konzept die Stadt nach außen zu vermarkten und anschließend Touristen willkommen zu heißen ist daher ein weiteres Projektziel.

### **Verkehrswende**

Die Zeit des Automobils in Innenstädten ist vorbei. Dennoch ist die Umstrukturierung des Raumes oft eine so große Herausforderung, dass sich kaum jemand daran wagt. Heutige Rahmenbedingungen fordern die Transformation vom MIV hin zur postfossilen Mobilität, zu Fußgängerfreundlichkeit und intelligenten Modellen, die Nutzung von Verkehrsmitteln zu verknüpfen und das Aufkommen insgesamt zu reduzieren.

Insgesamt dient jedes Handlungsfeld dem oben genannten Ziel, die Innenstadt in ihrer Funktion als Begegnungs-, Handels- und Aufenthaltsort zu stärken. Strategien, wie zum Beispiel die Umwandlung leerstehender Ladenlokale zu Wohnraum oder der Rückbau der Fußgängerzone, werden ausdrücklich nicht verfolgt, da sie der Belebung des Raumes nur weiter abträglich sind. Stattdessen basiert das Konzept auf der Förderung lokaler Ökonomien und Postwachstumsstrategien sowie die Qualifizierung des Bestandes. So soll vor allem auf die besondere Problemlage von Kleinstädten im ländlichen Raum reagiert werden. Die Zusammenarbeit mit der Stadt Witzenhausen spielte in der Erarbeitung eine wichtige Rolle. Die Bereitstellung wichtiger Informationen sowie das Angebot, die Räumlichkeiten des StadtRaums für öffentlichkeitswirksame Veranstaltungen (s.v.a. Kap. 4) zu nutzen, schaffte zuerst elementare Grundlagen und später eine Plattform, um das

Projekt mit Betroffenen und Interessierten zu vernetzen.

Die Bearbeitung des Konzepts erfolgte in fünf Teilkonzepten, die unterschiedlichen Fokus auf die Planungen legen, um die Ziele umfassend verfolgen zu können. Die enge Vernetzung in der Konzepterstellung vermeidet Widersprüche. Dopplungen bedeuten nichts als die Wichtigkeit und versprochene Effektivität der Handlungsempfehlungen.

Abbildung 1 zeigt, welche Teilkonzepte die Handlungsfelder mit besonderem Schwerpunkt behandeln.

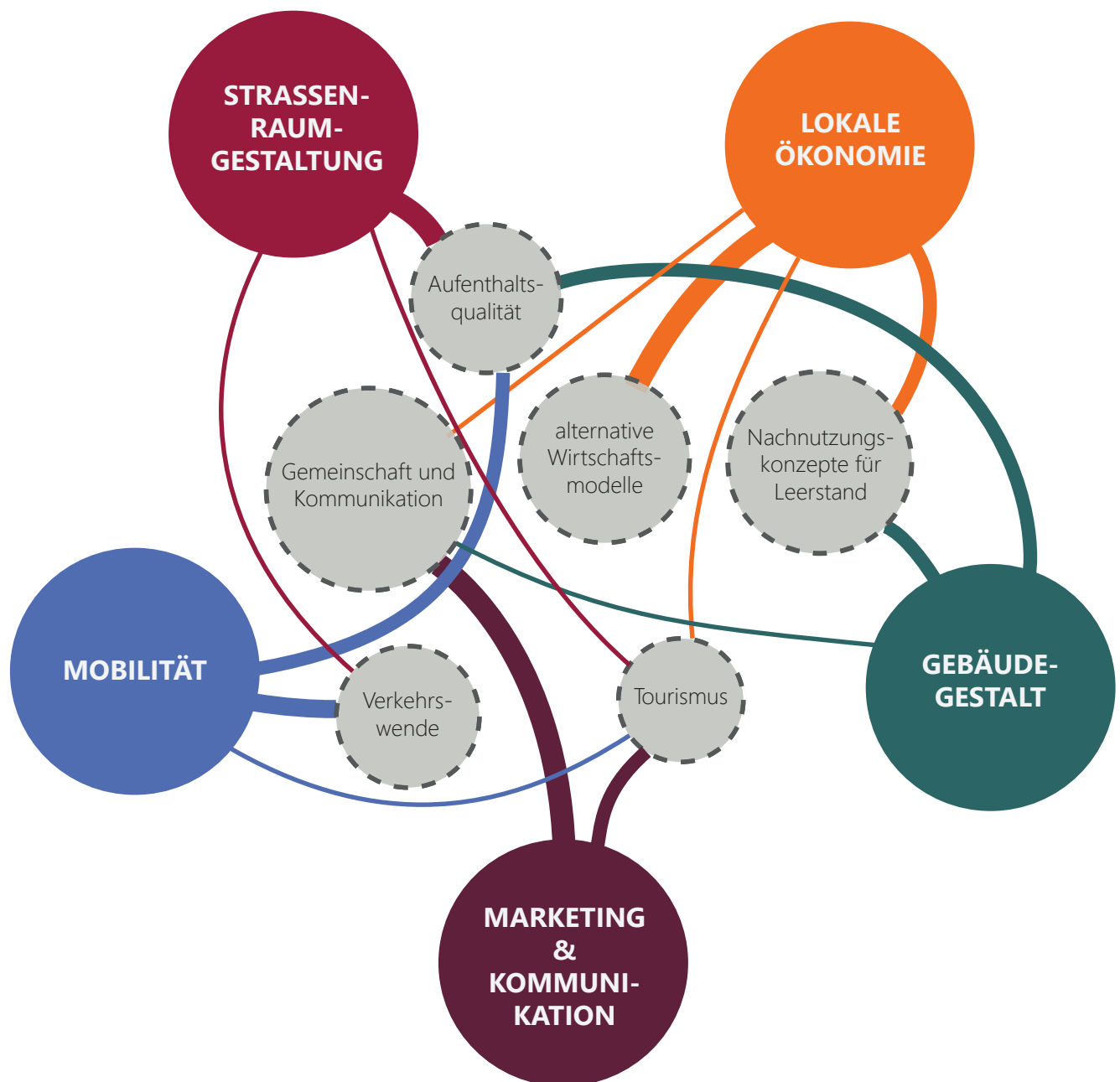


Abbildung 1: Handlungsfelder, wie sie schwerpunktmäßig in den Teilkonzepten bearbeitet sind







## 2. Begriffsklärung

Lokale Ökonomie, Wirtschaftsförderung 4.0



## 2.1 LOKALE ÖKONOMIE (RÜCKKEHR DER WIRTSCHAFT IN DIE STADT)

Eine eindeutige Abgrenzung des Begriffes der lokalen Ökonomie besteht derzeit in der Fachliteratur nicht. Lokale Ökonomie lässt sich aber, da sie auf Quartiersebene agiert, unterhalb der (Groß)Stadtebene verankern. Im Sinne von Quartiersökonomie zeichnet sie sich deshalb „durch einen hohen Anteil an aus dem [...] Quartier stammender Beschäftigter, quartiersbezogener Zulieferbeziehungen und/oder Kunden, die aus dem Quartier stammen“ (Behling/Henn 2019: 6) aus. Die lokale Ökonomie beschreibt dabei die Gesamtheit aller auf den Ort bezogener wirtschaftlicher Aktivitäten – sowohl die urbane Produktion, als auch Dienstleistungen, Technik, Handwerk, Landwirtschaft, Tausch und Recycling und die Energieerzeugung (Hahne 2017: 5).

Auch wenn lokale Ökonomie in ganz unterschiedlichen Stadtteilen vorzufinden ist, findet eine Auseinandersetzung mit ihrer Thematik insbesondere in Stadtteilen mit besonderem Entwicklungsbedarf statt. Die heterogenen Quartiere bieten vielfältige Konsumstile, Arbeitskräfte sowie Nachfragemuster und somit ein hohes Potential für Kooperationsmöglichkeiten (vgl. Behling/Henn 2019: 6).

Bei den Unternehmen handelt es sich häufig um kleine Einzelhandels- und Ladengastronomiegeschäfte, die primär eine Versorgungsfunktion für den Stadtteil übernehmen. (vgl. ebd.: 11) Eine differenzierte Struktur aus Dienstleistung und Einzelhandel im Quartier bietet eine lokale wirtschaftliche Basis, die sich auf die Lebendigkeit und Stabilität eines Stadtteils auswirkt und seine endogenen Entwicklungschancen mitbestimmt (vgl. Jakubowski/ Koch 2009: 242). Insbesondere Einzelhandels und Gastronomiebetriebe schaffen Begegnungs- und Kontaktstellen für Bewohner des Quartiers (vgl. ebd.: 242-243).

Für den Arbeitssektor übernimmt die lokale Ökonomie eine große Bedeutung. So erfasste das Statistische Bundesamt 2005, dass die überwiegende Mehrheit von 96% der Unternehmen in Deutschland zu Kleinst- und Kleinunternehmen zählen. Auch für die Beschäftigung sind diese Unternehmen von großer Bedeutung. 60% der erfassten Beschäftigten arbeiteten in Kleinst-, Klein und mittleren Unternehmen (vgl. ebd.).

Die angestrebte und aktuelle Rückkehr der Wirtschaft in die Stadt geht mit unterschiedlichen Strukturwandeln und Trends einher, welche unter anderem eine stadtverträgliche Produktion ermöglichen sowie eine postfossile Ökonomie anstreben. Besonders durch den Trend zur Reurbanisierung und den gesellschaftlichen Wandel hin zur Dienstleistungsgesellschaft mit veränderten Wertvorstellungen kann die vorherige Funktionstrennung des Wirtschaftens aufgehoben werden. Der Wertewandel hin zur Wissensökonomie beinhaltet flexiblere Arbeitszeiten, neue Arbeitsmodelle und ein neues Gesundheitsbewusstsein. Außerdem findet ein Wandel zu einer nachhaltigeren Lebensweise statt, welche auf lokal/ regional, ökologisch und nachhaltig produzierte Produkte setzt. Der technologische Fortschritt und die Digitalisierung ermöglichen neue Produktionsweisen, wie zum Beispiel die Produktion kleinerer flexiblerer Einheiten und treiben durch die damit veränderten Standortanforderungen die Rückkehr besonders voran. Unternehmen können leiser, emissionsarmer und umweltfreundlicher produzieren und sind damit stadtverträglicher. Die neue, in die Stadt zurückkehrende Wirtschaft lässt sich dadurch sowohl als kleinräumigen Wirtschaftskreislauf sowie als emissionsarm, umweltverträglich und als vernetzt beschreiben (vgl. Hahne 2017: 4-6).

Da die lokale Ökonomie wohnungsnah agiert und intralokale Kreisläufe aktiviert, grenzt sie sich klar von der globalen Ökonomie ab. Das heißt aber nicht, dass sie von globalen Wirt-

schaftsverflechtungen völlig losgelöst ist (vgl. Behling/Henn 2019: 6). Nicht alle Unternehmen agieren ausschließlich auf der lokalen Ebene. Der Raumbezug kann durchaus unterschiedlich ausfallen (vgl. ebd.: 10)

Zum einen zählen zur lokalen Ökonomie Unternehmen, die eine unmittelbare Versorgungsfunktion für den Stadtteil übernehmen (z.B. kleine Handwerksbetriebe oder Einzelhändler) und das Standortprofil des Stadtteils prägen. Entwicklungsperspektiven und Problemlagen dieser Unternehmen werden dabei wesentlich durch die lokalen stadtteilbezogenen Situationen beeinflusst (vgl. ebd.).

Zum anderen zählen zur lokalen Ökonomie auch Unternehmen, deren Angebot nicht ausschließlich auf den lokalen Markt ausgerichtet ist. Sie können das Quartier beispielsweise als Standort aufgrund von vorhandenem Immobilieneigentum gewählt haben. Ihr Handlungsspielraum kann gleichzeitig auf überregionaler, regionaler und lokaler Ebene stattfinden. „Da diese Unternehmen in ihrer Entwicklung von der Standortqualität vor Ort beeinflusst werden, bemühen sie sich oftmals um eine nachhaltige Verbesserung der standörtlichen Bedingungen (z.B. durch privat initiierte Straßenreinigung, Stadtmöblierung o. ä.)“ (vgl. ebd.).

Unternehmen im Sinne der lokalen Ökonomie agieren zumeist in kleinteiligen Einheiten auf niedrigem wirtschaftlichem Niveau und mit einer eingeschränkten wirtschaftlichen Leistungskraft. Das geringe Kapital beschränkt das Wachstum und die Aktionsradien der Unternehmen (vgl. ebd.: 11). Auch, oder gerade weil ein Großteil der Unternehmen sich nur mit kleinen oder niedrigen Markteintrittsbarrieren konfrontiert sieht, ist die Fluktuation der Unternehmen in diesem Bereich eher hoch. Insbesondere, wenn die Unternehmen nicht durch Immobilieneigentum an den Standort gebunden sind. Das liegt auch daran, dass Kleinst- und Kleinunternehmen nur über eine geringe Kapitalkraft verfügen und ein-

fache und leicht zu imitierende Geschäftsmodelle (An- und Verkauf, Handy-Shop) verfolgen.

Ziel der Rückkehr der Wirtschaft in die Stadt ist die Schaffung und Stärkung nachhaltiger Wirtschaftsstrukturen vor Ort, welche die lokale Nachfrage bedienen und auf lokale Ressourcen wie Arbeitskräfte oder Leerstände zurückgreifen. Dadurch können die Lebensqualität und das Image im Stadtteil verbessert sowie die Chancen der ökonomischen Teilhabe der Bewohner erhöht werden.

Es ist deshalb wünschenswert, die Entwicklung der Rückkehr der lokalen Ökonomie in die Stadt zu begünstigen und die Wirtschaft durch eine Nutzungsmischung in den Gebieten zurückzuholen. Besonders wichtig ist es, den Austausch zwischen den unterschiedlichen Akteuren zu fördern und über Kooperationsmodelle zwischen Dienstleistungen, Industrie, Kreativwirtschaft und der neuen, urbanen Produktion nachzudenken. Aufgrund der neuen Wirtschaftsaktivitäten wird der Wandel in eine post-fossile Stadtwirtschaft vorangetrieben (vgl. Läpple 2016: 29).

## 2.2 WIRTSCHAFTSFÖRDERUNG 4.0

### Die Idee

Wirtschaftsförderung 4.0 ist ein von Michael Kopatz entwickeltes Konzept, indem es um die systematische Förderung alternativer und kooperativer Wirtschaftsformen und regionaler Wertschöpfung geht. Zentraler Akteur des Handlungskonzeptes ist die kommunale Wirtschaftsförderung. Wirtschaft soll bewusst in lokal und regional eingebettete Ökonomien gelenkt werden. Somit werden lokale und regionale Wirtschaftskreisläufe bevorzugt, Ressourcen gespart und die Lebensdauer von Produkten verlängert – ein Beitrag zum nachhaltigen Umgang mit Ressourcen. Es fördert die wirtschaftliche Resilienz und Selbstversorgungsfähigkeit einer Region. Ein

Vorteil, welcher gerade hinsichtlich zunehmender wirtschaftlicher globaler Vernetzungen und den sinkenden Wirtschaftsperspektiven im ländlichen Raum den Kommunen zugunsten kommt.

### **Methoden**

Klassische Wirtschaftsförderung adressiert etablierte, gewerbliche Wirtschaftsformen und dient der Steigerung globaler Wettbewerbsfähigkeit. Die Idee der Wirtschaftsförderung 4.0 steckt bereits in zahlreichen Initiativen und Kooperationen, deren systematische Förderung ein völlig neues Aktivitätsfeld bilden würde (siehe Abbildung 2). Die Methoden dieses Zukunftsprojekts zielen auf zusammenarbeitende Initiativen ab.

### **Effekte 4.0**

Für einige Maßnahmen der Wirtschaftsförderung 4.0 gibt es Beispiele mit Relevanz für den Arbeitsmarkt - wie beispielsweise Repair Cafés oder Car-Sharing. Dieser nachhaltige Umgang mit Ressourcen wirkt sich positiv auf Umwelt und Klima aus. Teilen, Tauschen und Kooperieren verändert nicht nur die virtuelle Gewohnheiten, die alltägliche Lebensführung und stärkt den gesellschaftlichen Zusammenhalt. Eine bereits etablierte Strategie im Sinne der Wirtschaftsförderung 4.0 ist der Aufbau einer kommunalen Energieversorgung. Dies mindert den Kapitalabfluss - das Geld bleibt in der Region. Zudem wird ökonomische Subsidiarität gewährleistet, welche die ‚Hilfe zur Selbsthilfe‘ und Unabhängigkeit vom globalen Markt und externen Lieferengpässen fördert. Lokale Produktion ist losgelöst von globalen Preisschwankungen und Arbeitsmarktsituationen. Durch die Förderung der lokalen Ökonomie und kurzer Wertschöpfungsketten entsteht Resilienz und wirtschaftliche und soziale Stabilität.

### **Umsetzungsmöglichkeiten**

Wirtschaftsförderung 4.0 könnte durch folgende Programme der Städtebauförderung umgesetzt werden:

- Stadtbau (bis 2026 laufend)
- Lebendige Zentren – Erhalt und Entwicklung der Orts- und Stadtkerne
- Sozialer Zusammenhalt – Zusammenleben im Quartier gemeinsam gestalten
- Wachstum und nachhaltige Erneuerung – Lebenswerte Quartiere gestalten

All diese Programme beinhalten die Förderung der lokalen Ökonomie als Ziel und Handlungsfeld. Wirtschaftsförderung 4.0 könnte hierbei als Konzept und kommunale Förderungsstrategie etabliert werden.

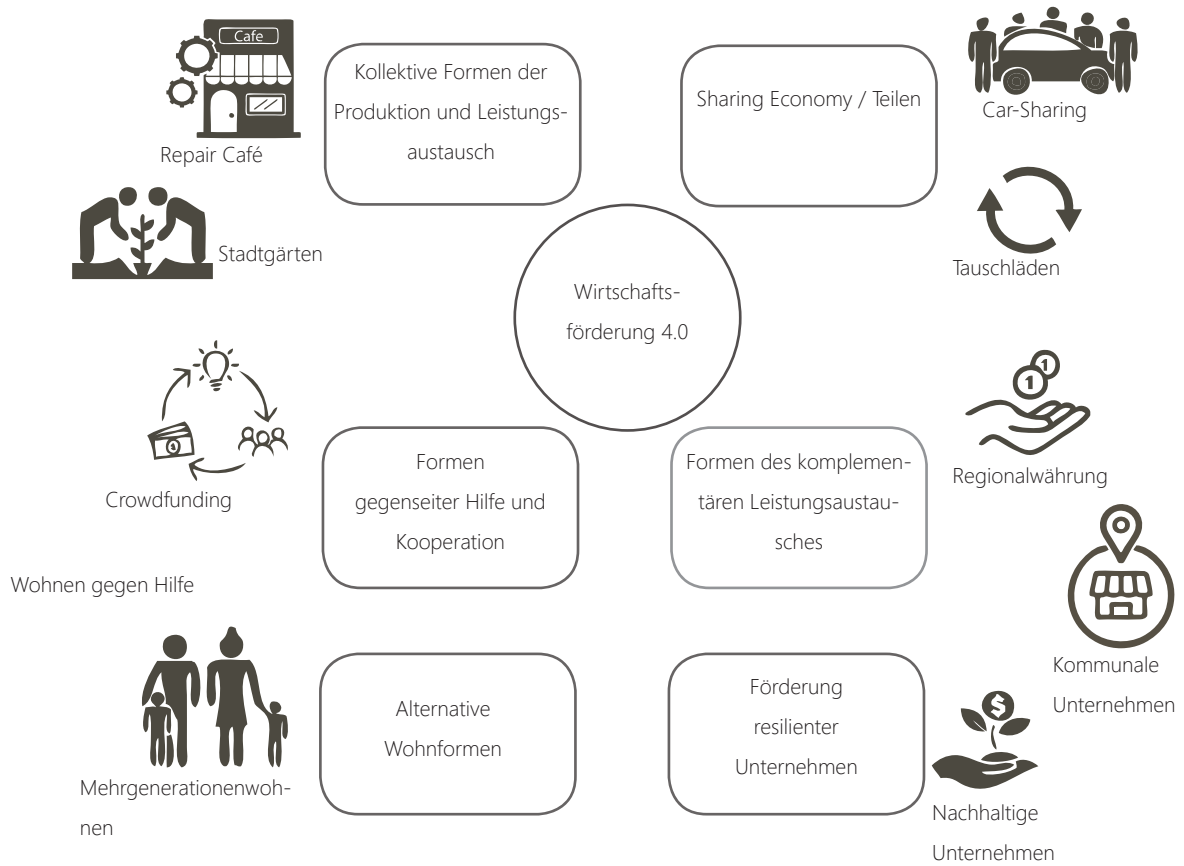


Abbildung 2: Diagramm zur Wirtschaftsförderung 4.0









### 3. Witzenhausen

Lage, Daten,  
Besonderheiten

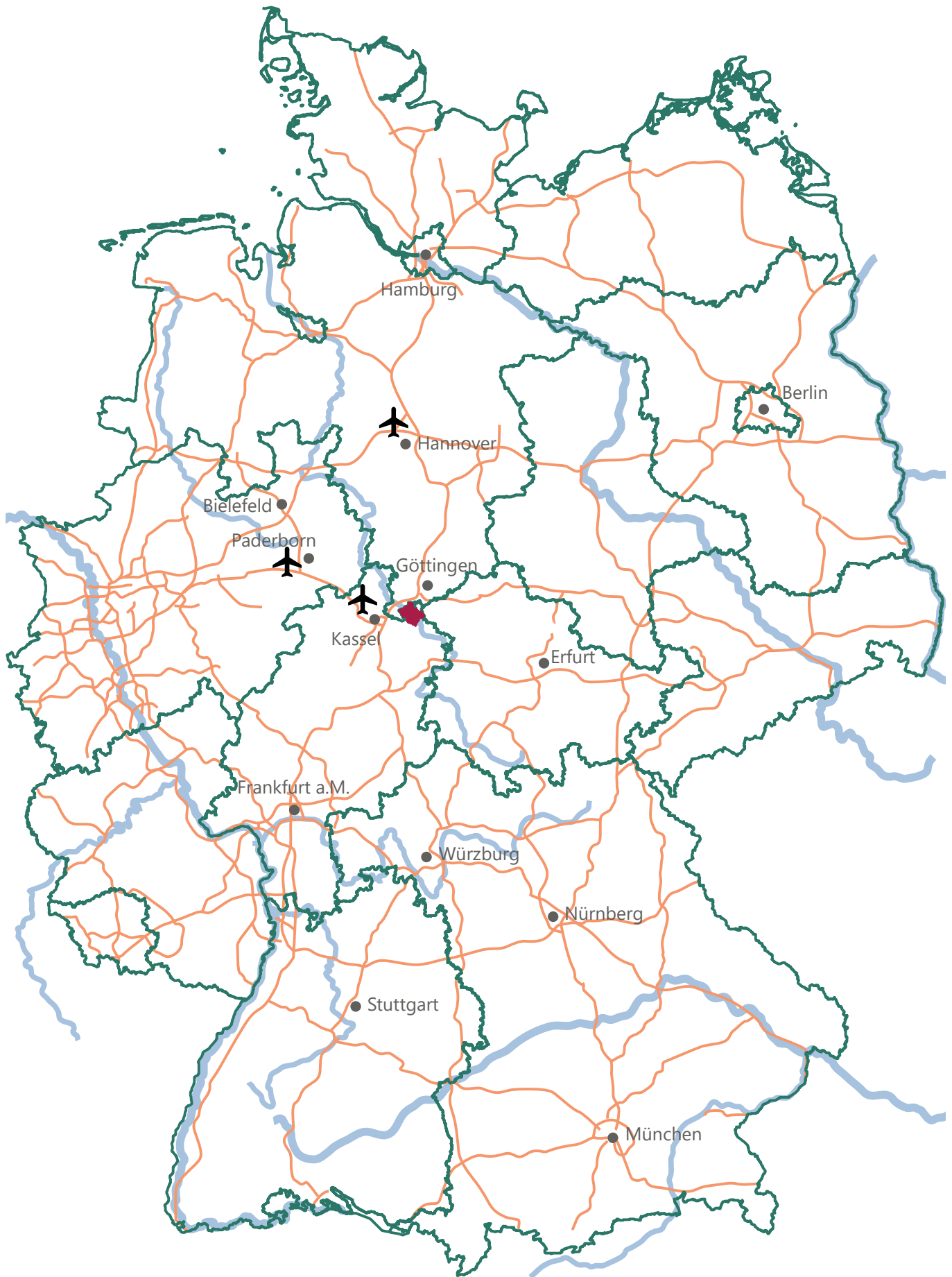


Abbildung 3: Lage und Anbindung der Stadt Wittenhausen (rot) in Deutschland

### 3.1 LAGE

Witzenhausen ist eine Kleinstadt im nordhessischen Werra-Meißner-Kreis. Auf einer Fläche von knapp 127 km<sup>2</sup> leben nach dem Stand vom 31. Dezember 2018 15.167 Einwohner (vgl. Hessisches Statistisches Landesamt 2019b). Die Gemeinde grenzt im Norden an das Land Niedersachsen, direkt östlich liegt Thüringen. Die Universitätsstädte Göttingen und Kassel liegen jeweils circa 30 Kilometer entfernt.

Die Bahnhöfe Witzenhausen-Gertenbach und Witzenhausen-Nord werden von den Zügen des Cantus auf der Strecke zwischen Kassel und Göttingen im stündlichen Takt angefahren. Vom Bahnhof Witzenhausen Nord bestehen auch Zugverbindungen nach Erfurt und Halle (Saale). Über verschiedene Bundesstraßen ist Witzenhausen überregional angebunden. Etwa zehn Kilometer vom Stadtkern entfernt besteht Anschluss an die Autobahn 7, die Richtung Norden Göttingen, Hannover und Hamburg erreichbar macht und Richtung Süden nach Kassel und Würzburg führt. Von der A7 zweigt bei Friedland die A38 Richtung Halle (Saale) ab.

Internationale Flughäfen in der Nähe Witzenhausens ist der Airport Kassel-Calden (45 km), Paderborn-Lippstadt (122 km) und der Flughafen Hannover (160 km).

Durch die Lage im ländlichen Raum mit guter Erreichbarkeit der beiden Oberzentren Göttingen und Kassel, ist die Rolle der Stadt Witzenhausen als „Versorger“ des Umlands mit kulturellen, sozialen und wirtschaftlichen Infrastrukturen besonders zu untersuchen. Im aktuellen Landesentwicklungsplan Hessen gilt die Stadt als Mittelzentrum PLUS im Ländlichen Raum (vgl. HMWEVW 2019: 36) und hat damit einen für Mittelzentren tendenziell höheren Mitversorgungsauftrag an zentralörtlichen Infrastrukturen (vgl. ebd.: 40).

Die Gemeindegrenzen von Witzenhausen waren nicht immer die, die sie heute sind. Bei der hessenweiten Gebietsreform 1971 wurden die Ge-

meinden Dohrenbach, Hundelshausen, Wendershausen, Unterrieden, Neuseesen, und Werleshausen eingegliedert. Am 1. Januar 1947 folgten Albshausen, Berlepsch-Ellerode, Blickershausen, Ellingerode, Ermschwerd, Gertenbach, Hubenrode, Kleinalmerode, Roßbach und Ziegenhagen. Die heutigen 16 Stadtteile (s. Abbildung 5) sind nicht vollständig deckungsgleich mit diesen ehemaligen Dörfern, die vor der Gemeindereform noch eigenständig waren.

### 3.2 DATEN

#### Bevölkerungsentwicklung

Die statistischen Daten zur Bevölkerungsentwicklung basieren auf Fortschreibungen des Zensus 2011 und werden jährlich vom Hessischen Statistischen Landesamt zur Verfügung gestellt. Um zu begreifen, welche gesellschaftlichen Entwicklungen die Stadt Witzenhausen in den letzten Jahren verzeichnet und ob sich hierbei Trends abbilden, auf die mit dem Konzept reagiert werden muss, soll der demografische Status Quo des Jahres 2018, beziehungsweise Fortentwicklungen der Jahre 2010 – 2018 kurz beleuchtet werden.

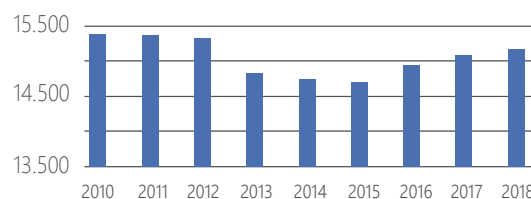
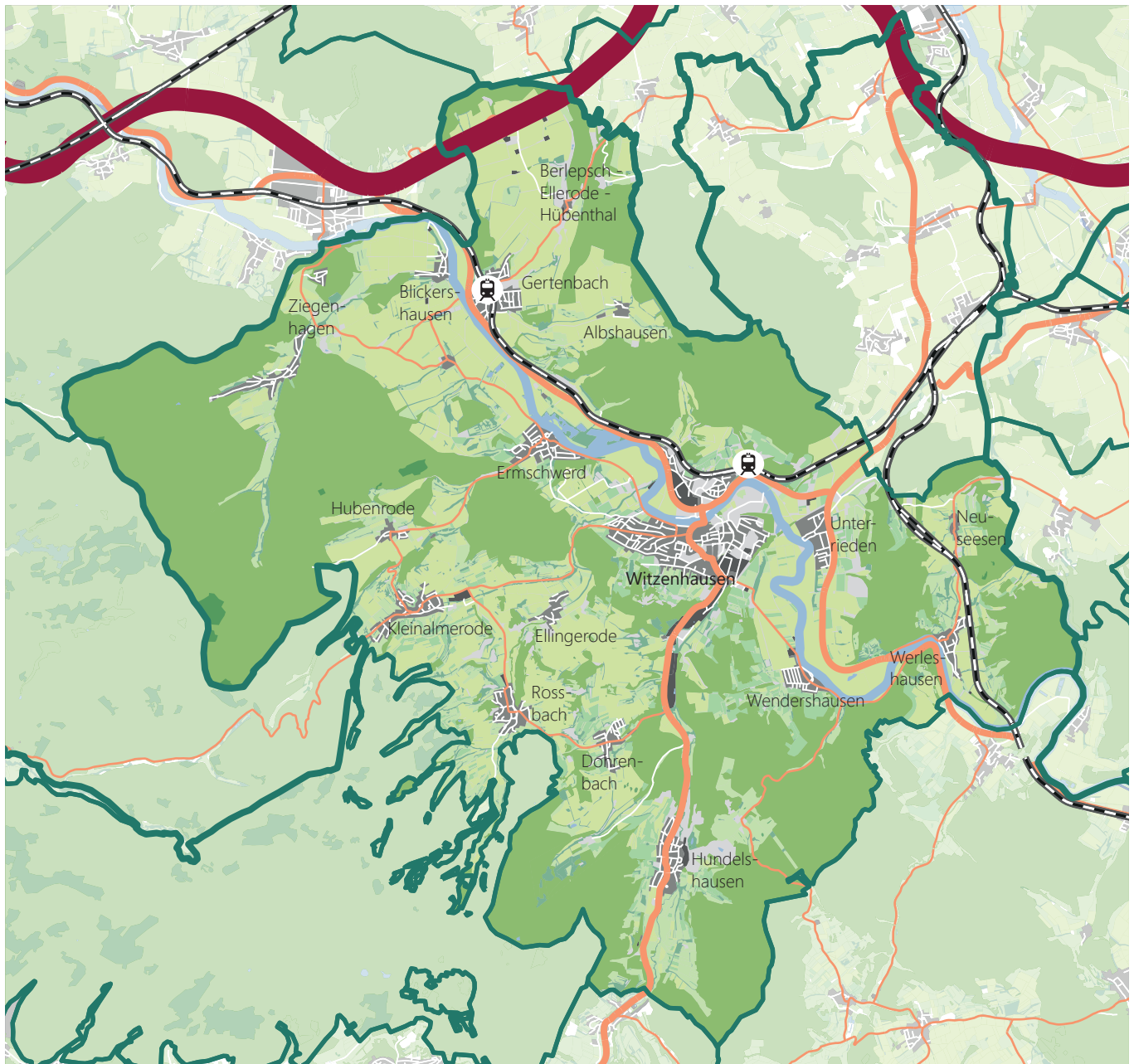


Abbildung 4: Einwohnerentwicklung 2010 - 18

Insgesamt verzeichnet Witzenhausen seit dem Jahr 2015 eine Bevölkerungszunahme. Mit 14.701 Einwohnern wurde in diesem Jahr der Tiefpunkt erreicht, von dem die Stadt sich nun erholt. (vgl. Hessisches Statistisches Landesamt 2012, 2013, 2014, 2015, 2016, 2017, 2018, 2019a, 2019b) Dennoch fällt auf, dass einst wesentlich mehr Menschen in Witzenhausen lebten. 2002 waren es noch 16.169 Einwohner (vgl. Hessi-





#### administrative Grenzen

- Landesgrenze
- Gemeindegrenze
- abc Stadtteil

#### Verkehr

- Hauptverkehrsstraße
- Autobahn
- Schiene
- Bahnhof

#### Raumnutzung

- Siedlung
- Industrie
- Wald
- Landwirtschaft
- Landwirtschaft: Obstplantage
- Wasser

Abbildung 5: Übersicht über die Stadt und Stadtteile, ohne Maßstab



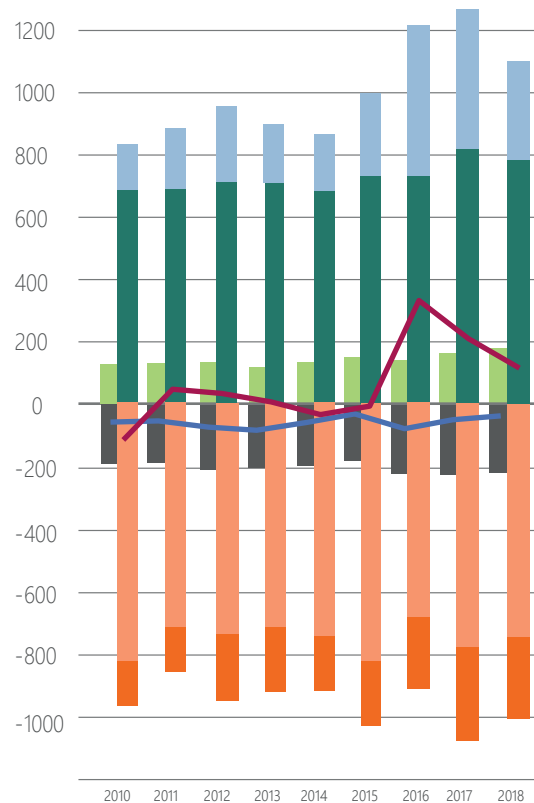
ches Statistisches Landesamt 2003), die im Stadtgebiet Wohnraum hatten. Heute sind es gut 1.000 Einwohner weniger und es stellt sich die Frage, welchen Trends diese Entwicklung nachgegangen ist und welche Konsequenzen der Raum nun erleidet.

Eine mögliche Erklärung ist das Altern der Gesellschaft insgesamt, die in den letzten Jahren eine höhere Sterberate bedeutet. Die statistischen Werte erfassten eine Alterszusammensetzung von 12,9% unter 15 Jahren, 17,1% 16- bis 30-Jährige, 22,8% 31- bis 45-Jährige, 15,3% 46- bis 60-Jährige, 17,3% 61- bis 75-Jährige und 14,6% ab 76 Jahren. Die natürliche Bevölkerungsentwicklung zeigt, dass die Stadt Witzenhausen ohne Zugezogene rapide schrumpfen würde.

Die Zunahme der Witzenhäuser Bevölkerung ist auf zugezogene Menschen deutscher und nicht-deutscher Staatsbürgerschaft zurückzuführen. Es zeigt sich dennoch auch, dass die Zuwanderungszahlen rückläufig sind und besonders die natürliche Bevölkerungsbewegung seit 2016 wieder ansteigt, während sie genau in diesem Zeitraum bei der Wanderungsbewegung abnimmt. Insgesamt ergibt sich 2019 ein Anteil von 7,7% nicht-deutscher Bürger in der Mittelstadt.

### Beschäftigtenstruktur

Bei der Betrachtung der Beschäftigtenstruktur fällt auf, dass die Stadt, die sich mit nachhaltigem Landwirtschaften auszeichnet, nur zu geringem Anteil in der Land- und Forstwirtschaft tätig ist. Vor allem der Rückblick in das Jahr 2009 zeigt, dass der tertiäre Wirtschaftssektor an Bedeutung gewinnt. Der Sektor Handel, Verkehr und Gastgewerbe hat in der jüngeren Vergangenheit (wieder) eine Zunahme an Beschäftigten erfahren. Die Nähe zu den Oberzentren Kassel und Göttingen führen zu Pendlerströmen aus der Stadt heraus. Gleichzeitig stellen ansässige Unternehmen des produzierenden Gewerbes und des Handels, des Verkehrs und dem Gastgewerbe sowie verschiedene Dienstleister und der Fachbereich 11 der Universität Kassel Mitarbeiter von außerhalb der Grenzen Witzenhausens ein,



### Natürliche Bevölkerungsbewegung

- Zunahme (Geburten)
- Abnahme (Sterbefälle)
- Saldo

### Wanderung

- Zugezogene deutscher Staatsbürgerschaft
- Zugezogene nicht-deutscher Staatsbürgerschaft
- Fortgezogene deutscher Staatsbürgerschaft
- Fortgezogene nicht-deutscher Staatsbürgerschaft
- Saldo

Abbildung 6: Natürliches Bevölkerungswachstum, Wanderungsbewegungen 2010 - 18

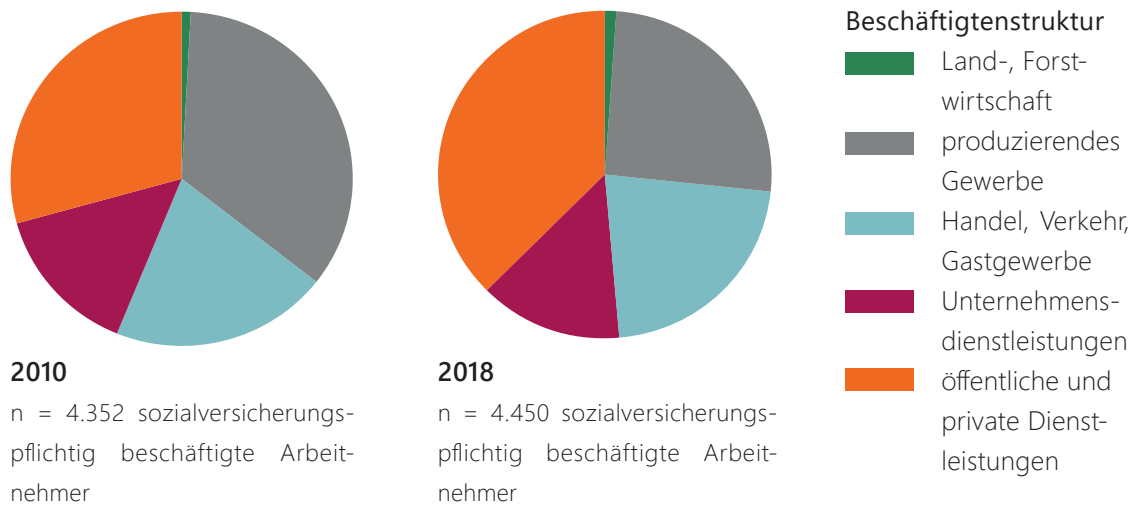


Abbildung 7: Beschäftigtenstruktur Witzenhausen 2010 und 2018

sodass auch Einpendler täglich den Weg in die Stadt finden. Es ergibt sich ein Pendlersaldo von -930 Personen. Noch vor zehn Jahren, 2009, betrug dieser Wert -226.

### 3.3 BESONDERHEITEN

Witzenhausen ist stolz darauf, die deutschlandweit kleinste Universitätsstadt zu sein. Der Studiengang der ökologischen Landwirtschaft ist hier europaweit zum ersten Mal angeboten worden und passt zu den Witzenhäuser Leitbildern von Nachhaltigkeit und fairem Anbau.

Der Naturraum im Werratal, die dörflichen Stadtteile und die historische Innenstadt schafft das entschleunigte Bild der Idylle, das nach den Vorstellungen des Stadtmarketings Besucher und Touristen anlocken soll.

Witzenhausen bezeichnet sich als Kirschenstadt, da hier traditionell ein großes Anbaugebiet für Kirschen liegt. Die Kirsche ist in Witzenhausen Anlass für Stadtfeste und bildet so nahezu die Basis des gesellschaftlichen Zusammenkommens. (vgl. Stadt Witzenhausen o.J.a)







## 4. Bestandsaufnahme Innenstadt

Erdgeschossnutzungen,  
Erscheinungsbild / Beleuchtung, Steckbriefe





## 4.1 ERDGESCHOSSNUTZUNGEN

### Charakterisierung der einzelnen Erhebungsgruppen

Die einzelnen Erhebungsgruppen waren Anfang November 2019 vor Ort in Witzenhausen, um die Gebäudenutzungen aufzunehmen. Hierbei wurden hauptsächlich die Erdgeschossnutzungen erhoben, da die meisten Obergeschosse durch Wohnen genutzt werden.

#### 4.1.1 LEERSTÄNDE

Die Aufnahme der Leerstände in Witzenhausen wurde überwiegend durch die subjektive Wahrnehmung der Erhebungsgruppe erhoben. Die tatsächlichen Leerstände in der Stadt waren teils schwer von genutzten Gebäuden zu unterscheiden. In einigen Fällen konnte durch ausgehängte Inserate auf Leerstand geschlossen werden, andernfalls wurde die Bewertung anhand des Erscheinungsbildes und der heruntergekommenen Gebäudestrukturen vorgenommen. Darüber hinaus stellten Teilleerstände einiger Gebäude eine Herausforderung bei der Erhebung dar, da diese nicht klar definiert und aufgenommen werden konnten.

Die Innenstadt Witzenhausens ist durch eine große Anzahl leerstehender Gebäude geprägt. Hierbei fällt auf, dass es sich sowohl um ungenutzte Wohngebäude, als auch um leerstehende gewerbliche Objekte unterschiedlicher Größenordnungen handelt. Ein Großteil der Leerstände konzentriert sich hierbei auf die Ermschwerder Straße. Die weiteren Leerstände verteilen sich relativ gleichmäßig im Untersuchungsgebiet.

Weitere vertiefende Informationen zu den Leerständen, wie zum Beispiel die Größe des Objekts, der Eigentümer, die Miete und ähnliche, konnten nur für wenige Objekte erfasst werden. In diesem Zuge stand der Erhebungsgruppe auch kein Leerstandskataster zur Verfügung.

Bei der durchgeführten Leerstandsveranstaltung am 13.12.2019 im StadtRaum Witzenhausen wurden teilweise tatsächliche Nutzungen von Ge-

bäuden durch die Bürger vor Ort geklärt. Des Weiteren fanden während des Projektzeitraums Nutzungsänderungen statt. Nur bei einem kleinen Anteil der Leerstände bestehen bereits Pläne zur Nachnutzung.

#### 4.1.2 GASTRONOMIE

In der Innenstadt von Witzenhausen befinden sich einige gastronomische Angebote, von Restaurants bis hin zu Imbissen. Die Öffnungszeiten sind bei allen recht einheitlich. Vormittags kann man ab 13/ 14 Uhr essen gehen und später in den Abendstunden ab 17/ 18 Uhr bis 22/23 Uhr. In der Ermschwerder Straße konzentrieren sich die meisten Gastronomien der Innenstadt. Dort gibt es drei Pizzerien mit unterschiedlichen Preisklassen, sowie ein Döner/ Pizza Imbiss und eine Bar/ Bistro. Döner/ Pizza Läden befinden sich zerstreut in der gesamten Kernstadt und dominieren diese auch; weitere befinden sich Am Markt und in der Walburger Straße. Auf dem Marktplatz gibt es die Restaurants Rotes Haus und Zum Kump, welche durch ihre Außenmöblierung das Bild des Marktplatzes prägen und beleben. Dies ist ein beliebter, wenn auch vom Potential nicht gänzlich ausgeschöpfter, Standort. Diese beiden Restaurants servieren deutsch/ gemischtes Essen und schließen nicht während der Nachmittagsstunden. Das Gasthaus Zur Krone, welches im November 2019 wieder eröffnete, sowie die Gaststätte Kirschbaum zählen zu den "ingesessenen" Restaurants und ziehen ein dementsprechend älteres Klientel an. Das belebte Bio-Bistro Ringelnatz wird tendenziell von Studierenden, aber auch gemischter Kundschaft, besucht. Des Weiteren befindet sich eine Pizzeria und ein griechisches Restaurant am Ende der Walburger Straße.

Das gastronomische Angebot zeichnet sich durch wenig Vielfalt und schwach gestalteter Außenpräsenz aus. Es veräußert eher den Charakter von Imbissen und schnellen Restaurants, die zwar ihrer Funktion gerecht werden, aber

wenig Aufenthaltsqualität haben. Das Preisniveau der Restaurants ist niedrig bis mittel. Die gehobeneren und schickeren Restaurants sind vor allem Pizzerien, aber auch das Bio-Bistro zeichnet sich in seiner Aufmachung und Angebot individuell ab.

Des Weiteren befinden sich nur zwei bis drei Bars in der Innenstadt, was auf ruhige Abende schließen lässt. Bei der "Aktion Leerstand" wurde auch der Wunsch nach mehr Nachtleben geäußert.

#### **4.1.3 NAHVERSORGUNG, LEBENS- MITTEL, KIOSK**

Die Nahversorgung (Lebensmittelgeschäfte, Bäckereien und Kioske) in der Innenstadt Witzenhausens ist als problematisch anzusehen. So können insgesamt nur neun Nahversorger gezählt werden, welche zudem nicht nur durch eingeschränkte Öffnungszeiten, sondern häufig durch eine fehlende Barrierefreiheit auffallen. Viele Geschäfte der Nahversorgung haben in der Regel in der Zeit von 13:00 – 15:00 Uhr Mittagspause oder teils nur bis zum Mittag geöffnet und sind durch Stufen oder erhöhte Eingangsbereiche für Menschen mit körperlichen Einschränkungen nicht erreichbar.

Die räumliche Konzentration der Geschäfte zeigt sich in folgenden Straßen: Am Markt (Al Salam Market, Bäckerei Helbing, Lotto Kiosk), Erm-schwerder Straße (Fleischerei Bartels, Kiosk Kilinc) und Walburger Straße (Reformhaus Walger, Schachtelhalm Naturkost) anzufinden. Die Obere Mühlstraße (Mannamia Café Erner) und die Brückenstraße (Bäckerei Bretthauer) komplettieren mit jeweils einem Nahversorger das Bild.

In der restlichen Innenstadt Witzenhausens sind Nahversorger nicht aufzufinden. Darüber hinaus befinden sich die großen Supermarktketten nur außerhalb der Kernstadt, einige Geh- und Autominuten entfernt. Somit scheint es in der Innenstadt Witzenhausen ein Defizit an Nahversorgern zu geben, sowie an schnell erreichbaren Einkaufsmöglichkeiten von Lebensmitteln und Getränken.

#### **4.1.4 EINZELHANDEL**

Die Straßenzüge des Stadtkerns von Witzenhausen sind stark von inhabergeführten Einzelhandelsgeschäften geprägt. Die Einzelhändler sind ein wichtiger Akteur für das Stadtbild. Sie können mit ihren Angeboten, ihrer Schaufenstergestaltung sowie der Außendekoration und der Sauberkeit vor ihren Geschäften die Straßenzüge mit charakterisieren.

Als Stadteingang prägt die Brückenstraße den Handel und gibt den ersten Eindruck des Stadtkerns wieder. Die Eingangsstraße ist durch einen schnell erkennbaren Weltladen, den Second-Hand Geschäften und einem Tauschhandel Geschäft stark geprägt und als A1- Einkaufsstraße zu kennzeichnen. Gleichsam ist die Kreativität und Außengestaltung der Einzelhändler als auch Dienstleister in der Brückenstraße unterschiedlich zu bewerten. Während die ersten Geschäften einen attraktiven Eindruck hinterlassen, nimmt es zum Ende der Brückenstraße eher ab. Weiter von der Brückenstraße erlangt man auf den Marktplatz, welcher der Zentrale Punkt des Stadtkerns ist und von dort aus alle weiteren Straßenzüge sich abzweigen. Der Marktplatz ist durch unterschiedliche Angebote, von Drogerie über Antiquitätengeschäft bis hin zu weiteren Restaurants, geprägt. Die Erm-schwerder Straße ist eher durch Restaurants und Dienstleistung gekennzeichnet, der Einzelhandel nimmt in diesem Straßenzug eher ab. Die Walburger Straße ist nach der Brückenstraße als A2-Einkaufsstraße zu betrachten. In dieser Straße ist der Fokus des Handel auf Haushaltswaren und unterschiedlichen Angeboten ausgerichtet. Auch in diesem Straßenraum sind die Geschäfte anfangs sehr interessant und attraktiv gestaltet, welches sich zum Ende der Straßen eher wieder abbaut. Die Steinstraße hingegen ist durch die im Eingangsbereich ansässigen Floristen geprägt und hat einen grünen Charakter. Das Bekleidungsgeschäft zu Beginn der Straße und der Weinändler gestalten ihren Außenbereich attraktiv und geben

dem Straßenraum eine besondere Außenwirkung.

Im Gesamten ist der Witzenhäuser Stadtkern mit den inhabergeführten Geschäften charakteristisch als sympathisch und offen zu kennzeichnen. In der Außengestaltung der Händler sind sowohl Stärken als auch Schwächen zu erkennen.

#### 4.1.5 DIENSTLEISTUNGEN

Die Kernstadt von Witzenhausen ist im Bereich der Dienstleistungen gut aufgestellt. Die räumliche Konzentration ist ausgeglichen, nur in der Brückenstraße ist die Konzentration etwas höher. Die Einrichtungen befinden sich fast ausschließlich im Erdgeschoss.

Vor allem im Gesundheitsbereich ist Witzenhausen gut aufgestellt, verschiedene Angebote an Haus-, Frauen- und Kinderärzten, Fachärzten befinden sich in unmittelbarer Nähe des Bearbeitungsgebiet, Beratungen und Alternativmedizin können in der ganzen Stadt verteilt wahrgenommen werden. Zusätzlich verfügt Witzenhausen über ein Krankenhaus. Sechs Friseure sind ebenfalls in der Stadt vorzufinden. Außerdem sind um den Marktplatz drei Apotheken vorhanden. Zusätzlich gibt es in Witzenhausen eine Postfiliale im Osten der Stadt. Darüber hinaus gibt es nur eine Volksbank, eine Sparkasse befindet sich südlich des Untersuchungsgebiets. Im Bereich der Übernachtungsmöglichkeiten ist Witzenhausen nur unzureichend aufgestellt. Lediglich ein Hotel und drei Ferienwohnungen sind vorhanden. Klassische Handwerksbetriebe wie Schreiner oder Tischler sind in Witzenhausen nicht ansässig, lediglich zwei Elektriker haben sich in der Innenstadt niedergelassen.

Weitere erwähnenswerte Dienstleistungen in der Kernstadt sind die Copyshops, der Telekomshop, das Reisebüro und die Textilverarbeitung in der Brückenstraße, eine kleine Filiale der Allianz in der Marktgasse, sowie die beiden Bestattungsunternehmen in der Ermschwerder Straße und in der Steinstraße, sowie ein Anbieter für Werbetexte und ein Angebot für Nachhilfe in der Steinstraße.

Insgesamt ist Witzenhausen mit Dienstleistungen in über 15 Bereichen vielfältig aufgestellt und schafft den Anwohnern ein breites Angebot.

#### 4.1.6 ÖFFENTLICHE EINRICHTUNGEN

Im Zentrum von Witzenhausen befinden sich verschiedene öffentliche Einrichtungen. Die nach der Grundfläche größte Einrichtung ist der Gebäudekomplex der Universität Kassel nördlich der Altstadt. Hier ist der Fachbereich ökologische Agrarwissenschaften ansässig. In mehreren Gebäuden befindet sich neben Vorlesungssälen, Seminar- und Projekträumen auch eine Cafeteria sowie Verwaltungseinrichtungen wie Büros und ein Gewächshaus. Eines der Gebäude des Ensembles beheimatet das Völkerkundliche Museum.

Die Ernst-Koch-Bücherei im 1511 errichteten Sommermanschen Haus in der Ermschwerder Straße bietet den Witzenhäusern auf drei Etagen ein breites Medienangebot (vgl. Stadt Witzenhausen o.J.b). Weitere öffentliche Einrichtungen in der Innenstadt sind das unter Denkmalschutz stehende Rathaus sowie eine Kirche und eine Moschee.

#### 4.1.7 INITIATIVEN

Die Kernstadt von Witzenhausen verfügt im Bereich der Initiativen und politischen Einrichtungen bereits über ein relativ breites Spektrum. Diese haben keinen speziellen Konzentrationsraum, sondern sind über die gesamte Innenstadt verteilt und befinden sich bis auf wenige Ausnahmen wie die Kirchengemeinde oder der Moscheeverein ausschließlich im Erdgeschoss.

Die Breite der Initiativen reicht von den klassischen politischen Parteien, wie zum Beispiel der SPD, den Grünen oder der CDU bis zu eher spezielleren wie der Initiative von Transition Town, die in Witzenhausen ein wichtiger und aktiver Akteur sind. Diese Einrichtung befindet sich in zentraler Lage der



Brückenstraße am Eingang der Stadt.  
Weitere Akteure in Witzenhausen sind zum Beispiel die Aktionsgemeinschaft Handel und Gewerbe, aber auch religiöse Zusammenschlüsse, wie die evangelische Kirchengemeinde oder der Moscheeverein.  
Insgesamt ist Witzenhausen im Bereich der Initiativen und politischen Einrichtungen relativ breit und gut aufgestellt, welche gute Anknüpfungspunkte zur Realisierung von Ideen und Konzepten oder einer erweiterten Vernetzung über die politischen Akteure hinaus ermöglicht. Somit werden auch mögliche Beteiligungsformate vereinfacht, da für verschiedene Interessensgruppen diverse Ansprechpartner vorhanden sind und es viele engagierte Bürger aus den Initiativen gibt.

Gebäudenutzungen

- Wohnen
- Einzelhandel
- Dienstleistung
- Gastronomie/ Hotellerie
- Lebensmittelversorgung & sonstiger Einzelhandel
- Öffentliche Einrichtung/ Verwaltung
- Initiativen & Politische Einrichtung
- Leerstand
- Nebengebäude

Kartengrundlage

- Gewässer
- Fußgängerzone
- Verkehrsfläche

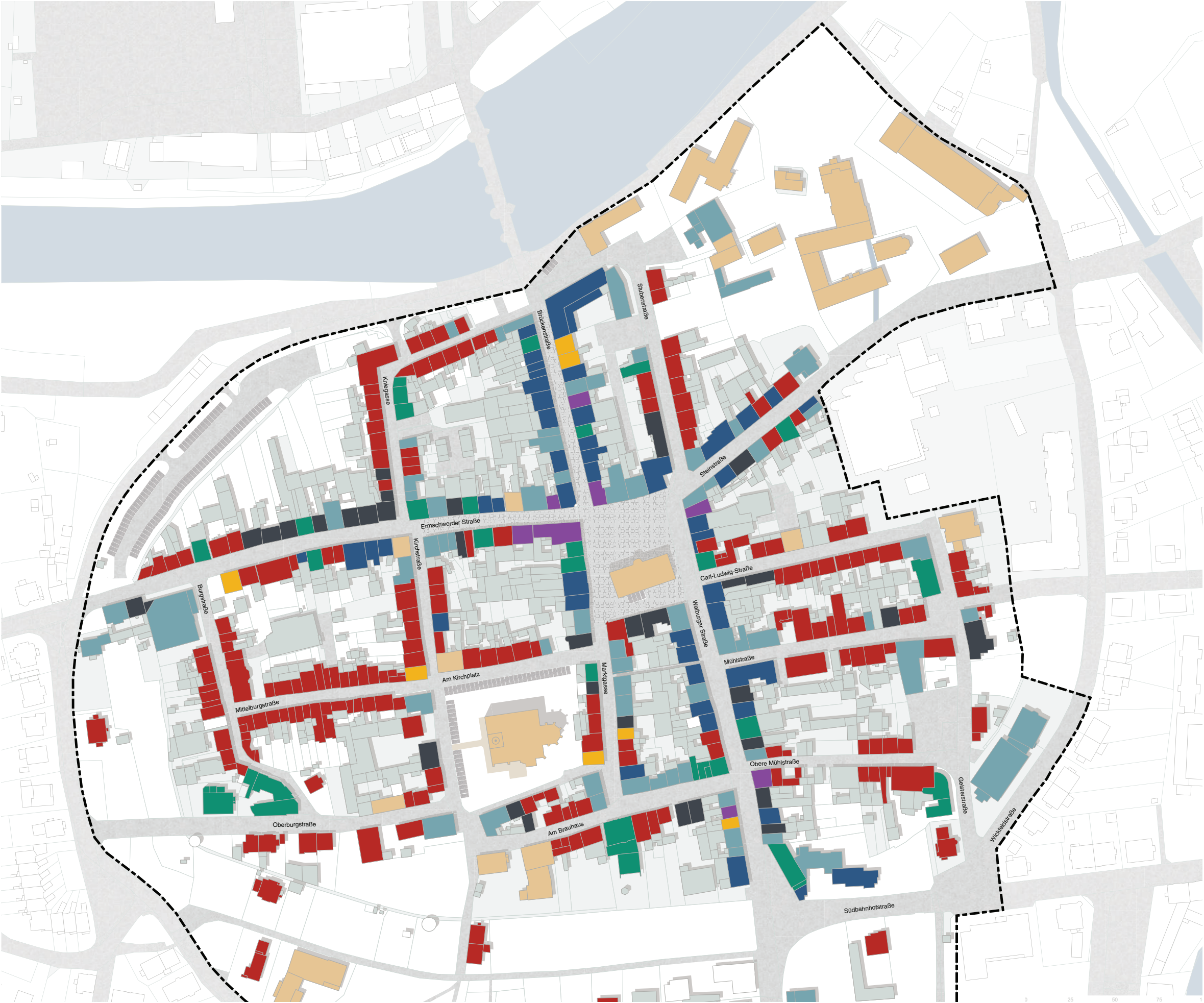


Abbildung 8: Erdgeschossnutzungen



## 4.2    ERSCHEINUNGSBILD

### Die Relevanz des Erscheinungsbildes für den öffentlichen Raum

Auf Plätzen und Straßen findet das öffentliche Leben statt. Insbesondere Stadt(teil)zentren bilden Orte für Begegnung, Kommunikation und Interaktion. Ihre Gestaltung bestimmt wie intensiv die öffentlichen Räume für diese Zwecke genutzt werden. Dabei kann die Wahrnehmung der Innenstadt von Teilraum zu Teilraum unterschiedlich ausfallen. Befindet sich in der Straße z.B. ein Café mit einem ansprechendem Schaufenster, individueller Inneneinrichtung und einer liebevoll gestalteten Vorzone, übt dies eine höhere Anziehungskraft aus, als ein Ladenlokal, dass für Lagerzecke genutzt wird. Das bedeutet, dass die positive oder negative Gestaltung von Ladenlokalen einen großen Einfluss auf das Erscheinungsbild eines Straßenzuges hat. Somit beeinflusst das Erscheinungsbild die Frequentierung einer Straße oder eines Platzes. Damit ist eine Investition von öffentlicher Seite in den Straßenraum sowie die Mitgestaltung des öffentlichen Raumes durch ansässige Gewerbebetreibende durchaus lohnenswert.

Die Kernstadt von Witzenhausen ist durch ein historisches Zentrum gekennzeichnet. Das Luftbild zeigt deutlich die mittelalterliche Stadtstruktur, an dessen ehemaligen Stadtmauern heute der innere Verkehrsring verläuft. Die Fachwerkhäuser schaffen in Kombination mit den schmalen Gassen eine gemütliche Atmosphäre und unterstützen das Kleinstadtfair. Durch eine abgestimmte Gestaltung, die sich an den Städtebau anpasst und sich der Gebäudegliederung unterordnet, kann diese Atmosphäre unterstützt werden.

### Kriterienkatalog zur Bewertung des Erscheinungsbildes

Um Schwachstellen und Potentiale des derzeitigen Erscheinungsbildes lokalisieren zu können, wurde ein Kriterienkatalog erstellt. Die Kriterien beinhalten alle Bereiche, die einem Fußgänger beim Durchlaufen der Innenstadt in das Sichtfeld

fallen. Hierzu zählen die Erdgeschossfassade, die Schaufenstergestaltung, die Innendarstellung der Geschäfte, die montierten und freistehenden Werbeanlagen sowie das im Straßenraum platzierte Mobiliar. Die einzelnen Bewertungskriterien werden in der nachfolgenden Darstellung detaillierter erläutert.

Bei der Erstellung einer Gesamtbewertung wurden neben den Ergebnissen der einzelnen Bewertungskriterien zusätzlich folgende Fragestellungen berücksichtigt:

- Sind Grünelemente Bestandteil des Straßenzuges?
- Besteht eine hohe Frequentierung durch den Individualverkehr oder wird ein hoher Anteil des Straßenraumes durch den ruhenden Verkehr in Anspruch genommen?
- In welchem Zustand befinden sich die in der Innenstadt vorhandenen reinen Wohngebäude?
- Wie ist der Zustand des Bodenbelags?

Die Ergebnisse der Erhebung wurden in der Karte „Erscheinungsbild“ zusammengefasst. Eine Auswahl besonders positiv herausstechender Ladenlokale sind in der Karte einzeln verortet. Eine detaillierte Analyse aller Ladenlokale bilden die Steckbriefe im Anhang ab.

### Ergebnisse

Die Brückenstraße bildet den nördlichen Haupteingang in die Kernstadt. Ihr Erscheinungsbild ist prägend für den ersten Eindruck. Die Funktion der Brückenstraße, v.a. Fußgänger in die Kernstadt zu leiten, wird durch zwei Faktoren erschwert:

Erstens durch die Führung der Straße „An der Bohlenbrücke“, die den Verkehr an der Kernstadt vorbeiführt und den Eintritt in diese für Fußgänger nur durch eine Unterführung er-

## BEWERTUNGSKRITERIEN ERSCHEINUNGSBILD

### EG Fassade



#### **Gut (alle zutreffend):**

- > optisch ansprechend durch eine dem Gebäudecharakter entsprechende Farbgestaltung
- > Die Fassade ist nicht durch untypische Materialien ummantelt (Verklankerung, Holzbretter o.ä.)
- > kein Sanierungsbedarf



#### **Mittel:**

- > Punktueller Sanierungsbedarf / Schönheitsreparaturen (z. B. neuer Anstrich) ODER
- > Fassade ist in gutem Zustand, entspricht jedoch nicht dem Gebäudecharakter (durch Verklankerung o.ä.)



#### **Unbefriedigend:**

- > Fassade ist sanierungsbedürftig (und Fassade entspricht nicht dem Gebäudecharakter)

### Schaufenster



#### **Gut:**

- > attraktive/einladende Gestaltung (Gestaltungskonzept vorhanden, dass auf die Saison ausgerichtet ist; Verwendung eines "Mottos")



#### **Mittel:**

- > lieblose Gestaltung UND/ODER
- > nicht mehr zeitgemäß (Vorhänge/Möblierung aus den 80er Jahren, Teppichboden o.ä.)



#### **Unbefriedigend (eins oder mehrere zutreffend):**

- > Schaufenstergestaltung ist lieblos und überladen oder es wurde keine Gestaltung vorgenommen
- > dominierende Fensterbeklebung (nimmt über 1/3 der Fensterfront in Anspruch; Verwendung greller und mehr als 3 Farben)
- > unansehnlich (Staubablagerungen / Dreckflecken)

### Innendarstellung



#### **Gut (alle zutreffend):**

- > ansprechende Gestaltung durch einheitliches Gestaltungskonzept
- > ansprechende Warenpräsentation
- > qualitativ hochwertige Inneneinrichtung

#### **Mittel:**

- > Einrichtung ist nicht mehr zeitgemäß (70er/80er Jahre, u.a. Rüschevorhänge und Teppichboden)
- > UND/ODER die Ausstellungsräume wirken leer und somit ungemütlich

#### **Unbefriedigend (alle zutreffend):**

- > Produktausstellung wirkt lieblos
- > geringe Wohlfühlatmosphäre durch schmutzigen Eindruck

### Werbeanlagen



#### **Gut (alle zutreffend):**

- > Werbeanlage ordnet sich der Gebäudefassade unter (Farben sind auf Fassade abgestimmt; Gliedernde Gebäudeelemente werden nicht überdeckt)
- > optisch ansprechend (Werbeanlage ist hinterleuchtet und nicht selbstleuchtend, Einzelbuchstaben, hochwertige Materialverwendung)



#### **Mittel:**

- > Verwendung greller Farben ODER
- > Werbeanlage ist in keinem guten Zustand ODER
- > geringe Qualität der Werbeanlage



#### **Unbefriedigend (eins oder mehrere zutreffend):**

- > Größe der Werbeanlage wirkt überproportional zur Fassade
- > Verdeckung wichtiger Gebäudeelemente der Fassade durch Werbeanlage
- > hohe Anzahl an Werbeanlagen (v.a. wenn unterschiedliche Schriftarten, -größen oder -farben verwendet wurden)

### Möbiliar (Tische, Stühle, Aufstelltafeln, Warentische etc.)



#### **Gut (alle zutreffend):**

- > Verwendung einheitlicher Modelle
- > passt optisch ins Bild
- > Anordnung erfolgt nach strategischem System und erzeugt ein einheitliches und geordnetes Erscheinungsbild
- > hohe Qualität der verwendeten Materialien



#### **Mittel:**

- > Verwendung eines einheitlichen Möbiliars, dieses weist jedoch bereits deutliche Qualitätsmängel und/oder Gebrauchsspuren auf ODER
- > Das Mobiliar ist in einem guten/einwandfreien Zustand, wirkt aber im Gesamtbild ungeordnet, durch Verwendung unterschiedlicher Modelltypen



#### **Unbefriedigend (mehrere zutreffend):**

- > Mobiliar schränkt Bewegungsraum für Fußgänger ein
- > Mobiliar weist deutliche Qualitätsmängel und/oder Gebrauchsspuren auf
- > Verwendung mehrerer Modelltypen
- > ungeordnete Aufreihung

möglichst, zweitens durch die derzeitigen Nutzungen im Eingangsbereich der Brückenstraße. Die Schaufenster sind teilweise flächig mit Folie beklebt oder mit Gardinen und Rollos verschlossen. Dieser abweisende Eindruck spiegelt sich in weiteren Erdgeschossnutzungen der Straße durch die Verwendung zu großer oder uneinheitlicher Werbeanlagen und einer lieblosen Schaufenstergestaltung wider. Weiterhin vermitteln Erdgeschossfassaden, die aufgrund von Verklinkerungen nicht dem Gebäudecharakter entsprechen oder einen Sanierungsbedarf aufweisen, einen negativen Eindruck. Dieses Bild wird durch das Kopfsteinpflaster der Straße unterstützt, welches zwar dem historischen Charakter entspricht, sich aber in einem schlechten Zustand befindet. Unter diese Beispiele mischen sich auch einige sehr positive Nutzungen, wie „Anja’s Geschenke Paradies“. Das Geschäft weist eine liebevolle Schaufenstergestaltung mit warmen Beleuchtungselementen sowie ein abgestimmtes Bepflanzungskonzept und eine anschauliche Warenpräsentation (innen und außen) auf.

Die Nutzungen und der Fassadenzustand der einzelnen Gebäude haben eine große Auswirkung auf das Gesamterscheinungsbild der Brückenstraße. Trotz einem ausgeglichenen Anteil an positiven und negativen Beispielen der Erdgeschossnutzungen und vereinzelt öffentlichen Grünelementen, besteht in der Gestaltung der Brückenstraße ein hohes Potential, um sie als Eingang zur Kernstadt zu stärken.

Neben der Brückenstraße zählt auch der östliche Teil der Ermschwerder Straße zur Fußgängerzone und bildet ebenfalls einen zentralen Bereich in der Kernstadt. Ihr Erscheinungsbild wird insbesondere durch den hohen Anteil an leerstehenden oder leer wirkenden Erdgeschosszonen beeinflusst. Diese negative Ausstrahlung wird durch mehrere unsanierte Fassaden sowie den im westlichen Teil der Ermschwerder Straße dominierenden ruhenden Verkehr verstärkt. Auch wenn der Straßenzug einige sehr positive Beispiele für ein harmonisches Zusammenspiel von Fachwerkfassade und Nutzung zeigt (Stadtbü-

cherei oder „Tante Erma“), besteht ein hohes Potential in der Gestaltung des Straßenraumes und der Fassaden.

Die Wahlburger Straße ist der südliche Eingang in die Kernstadt und ist besonders zu Stoßzeiten durch den motorisierten Individualverkehr belastet, der die Erscheinung des Straßenzuges deutlich beeinflusst. Auch wenn im nördlichen Bereich der Straße teilweise sehr anschaulich gestaltete Schaufenster vorzufinden sind, nimmt die Qualität der Gestaltung der Erdgeschossfassaden sowie der Sanierungszustand in Richtung Süden ab. Eine Veränderung der Verkehrssituation sowie Sanierungsmaßnahmen im südlichen Bereich der Straße würde den Eingangsscharakter unterstützen.

Die Steinstraße bildet ein sehr positives Erscheinungsbild ab. Die schmale Straße und der Fachwerkcharme werden durch kleinteilige Gewerbeeinheiten unterstützt.

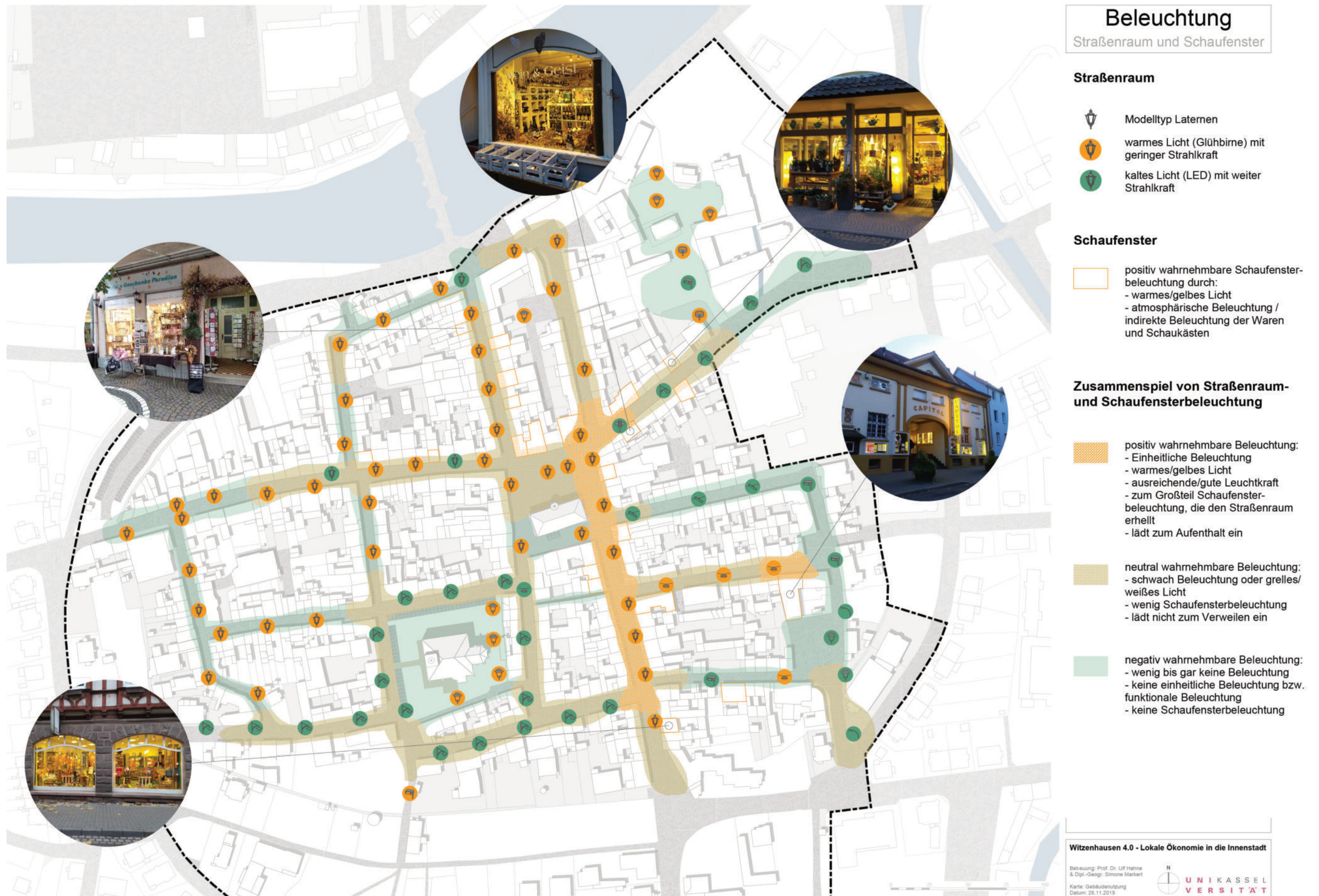
Eines der prägnanten Gebäude der Innenstadt stellt die Liebfrauenkirche dar. Sie ist von einer der wenigen Grünflächen in der Innenstadt umgeben und wird von hochgewachsenen Bäumen eingerahmt. Der Zugang zu der Fläche wird durch die davor parkenden Autos optisch versperrt. Auch die Universität, die sich nordöstlich der Innenstadt befindet, ist vom Straßenraum als solche nicht klar erkennbar. Beide Bereiche sollten in ihrer Sichtbarkeit gestärkt werden. Für den Marktplatz besteht bereits ein Umgestaltungskonzept. Aufgrund dessen wird auf diese Fläche nicht weiter eingegangen.





Abbildung 9: Bestandsaufnahme Erscheinungsbild







## Beleuchtung

Neben dem allgemeinen Erscheinungsbild des Straßenraumes, der Baustrukturen und der Schaufenstergestaltung prägt auch die Beleuchtung gerade in den Abend- und Nachtstunden das Bild der Straße wesentlich. So können sowohl eine unterschiedliche Leuchtintensität als auch unterschiedliche Leuchtmittel die Wahrnehmung des Raumes auf verschiedene Weise beeinflussen (vgl. Forderer 2017: 187). Die Leuchtintensität kann dabei sowohl durch das Leuchtmittel als auch durch die Anzahl der Leuchtelemente beeinflusst werden. Das Leuchtmittel kann den Raum wesentlich durch unterschiedliche Farbtöne bzw. Wärmeempfindungen prägen. Seit Ende des 19. Jahrhunderts geht es bei der Beleuchtung von Straßenräumen nicht mehr ausschließlich um die Beleuchtung der Räume zur Orientierung bei Nacht, sondern vielmehr um die repräsentative Darstellung von Räumen und die sensorielle sowie ästhetische Wirkung auf die Wahrnehmung der Stadtgesellschaft (vgl. ebd.). Beleuchtung des Straßenraums ist außerdem wichtig für Innenstädte, da die Beeinflussung der Wahrnehmung von Räumen durch Beleuchtung zu einer Belebung der öffentlichen Räume beitragen kann. Durch Beleuchtungsinfrastrukturen im öffentlichen Raum kann die Aufenthaltsqualität gesteigert und das Stadtleben während der Dunkelheit positiv beeinflusst werden (vgl. ebd.).

Neben der öffentlichen Straßenraumbeleuchtung kann auch die Schaufensterbeleuchtung und die Beleuchtung von Gebäuden oder privaten Gärten und Höfen das Erscheinungsbild bei Dunkelheit positiv beeinflussen. Dabei spielt ebenso wie bei der öffentlichen Straßenraumbeleuchtung die Leuchtintensität und die Leuchtmittelwahl eine Rolle.

Aufgrund der genannten Faktoren spielt die Beleuchtung eine wesentliche Rolle für das Erscheinungsbild und die damit einhergehende Attraktivität von Innenstädten.

Bei der Betrachtung der öffentlichen Beleuchtung in Witzenhausen fällt zunächst auf, dass es

sich hierbei sowohl um Glühbirnen als auch um LED-Dioden handelt. Vor allem in den zentralen Geschäftsstraßen befinden sich überwiegend Laternen mit Glühbirnen. Dagegen befinden sich in den etwas abgelegeneren Wohnstraßen vermehrt Laternen mit LED-Dioden. Die Glühbirnen wirken dabei in ihrer Intensität eher geringer auf den Raum ein, strahlen allerdings ein angenehmes, warmes Licht aus. Dagegen haben die LED-Dioden eine weitere Strahlkraft und Leuchtintensität, jedoch wirkt das Licht eher kühl.

Beide Leuchtmittel wirken sich dabei allerdings eher wenig positiv auf die Aufenthaltsqualität aus. Bereiche, die mit Glühbirnen ausgeleuchtet sind, geben zwar ein warmes Licht ab, welches zunächst als positiv wahrgenommen werden kann, jedoch sind sie in ihrer Intensität so gering, dass die Raumausleuchtung eher als negativ wahrzunehmen ist. Durch die geringe Leuchtintensität bilden sich zum Teil Bereiche heraus, die als „Angsträume“ bezeichnet werden können. Diese Bereiche sind in der Karte als „negativ wahrnehmbare Beleuchtung“ in Blau dargestellt. Hier sind überwiegend keine Schaufenster vorhanden, was die Beleuchtung auf die öffentlichen Leuchtmittel beschränkt und eine hohe Leuchtintensität der Straßenlaternen umso wichtiger macht. Bereiche mit einer LED-Dioden Beleuchtung sind dagegen besser ausgeleuchtet und bilden im Wesentlichen keine Gefahren- oder Angsträume aus. Jedoch laden auch diese Bereiche aufgrund des kühlen Lichts nicht zum Aufenthalt ein.

Bereiche, die Blau markiert sind, jedoch mit LED-Dioden ausgestattet sind, verfügen meistens über zu wenig Leuchtmittel oder haben Hängeleuchten, die an den Gebäudefassaden befestigt sind und aufgrund ihrer Entfernung zur Straße nur wenig Licht abgeben. Diese Straßenzüge sind oft sehr schmal, wodurch vermutlich an dieser Stelle ausschließlich Hängeleuchten umsetzbar waren.

Die öffentliche Beleuchtung stellt sich zudem stark in unterschiedlichen Modelltypen dar. So befinden sich in den zentralen Geschäftsstraßen

vermehrt ältere, verspielte Laternen während sich in den umliegenden Bereichen eher moderne Modelle befinden. Die moderneren Modelle unterscheiden sich dabei sehr stark voneinander. Zum Teil wurden gesamte Straßenzüge mit einheitlichen neuen Straßenlaternen ausgestattet, andere Teilbereiche variieren jedoch sehr stark zwischen älteren und neueren Modellen. Hier unterscheidet sich auch meist die Ausgestaltung durch hängende Lampen, unterschiedliche Laternenmodelle oder an Fassaden befestigte Leuchten.

Bei Betrachtung der Schaufensterbeleuchtung fällt zunächst auf, dass insgesamt eher wenig Schaufenster eine Abendbeleuchtung haben bzw. eine ansprechende Beleuchtung darstellen. Die positiv zu wertenden Schaufensterbeleuchtungen konzentrieren sich dabei im Wesentlichen auf den östlichen Bereich der Innenstadt. Gerade in den zentralen Bereichen, wie der Ermschwerder Straße und Am Markt fällt auf, dass hier nur wenig ansprechende Schaufensterbeleuchtung vorhanden ist. Neben den gering beleuchteten oder nicht beleuchteten Schaufenstern von Geschäften, fallen auch die Leerstände von Ladenlokalen negativ ins Bild. Diese befinden sich überwiegend in der Ermschwerder Straße und haben daher zusätzlich eine negative Auswirkung auf den zentralen Straßenzug. Wesentlich positiver fallen dagegen die Steinstraße und der Bereich um das Capitol Kino auf. Hier wirkt die Schaufenster- und Schaukästenbeleuchtung durch eine indirekte, warme Beleuchtung sowohl in sich stimmig, als auch auf das Straßenbild positiv ein.

Wird das Zusammenspiel aus öffentlicher Straßenbeleuchtung und Schaufensterbeleuchtung betrachtet, so lässt sich feststellen, dass im Wesentlichen Bereiche mit einer hohen Anzahl an beleuchteten Geschäften und einer hohen Anzahl an Straßenlaternen oder Straßenlaternen mit LED-Dioden positiv auffallen. Dabei tragen auch einheitliche Modelltypen und die Verwendung von warmem Licht zu einem positiven

Erscheinungsbild bei. Positiv fällt auch das Zusammenspiel aus warmem, indirekten, jedoch den Straßenraum erhellenden Schaufensterlicht und kühler LED-Dioden Beleuchtung des Straßenraums auf.

Je nach Charakter können auch unterschiedliche Räume, durch unterschiedliche Intensitäten oder Leuchtmittel, verschieden beleuchtet werden. Sich ähnelnde Räume sollten dabei allerdings aufeinander abgestimmt sein und mit den gleichen Leuchtmitteln und Leuchtintensitäten ausgestattet sein, um ein einheitliches Innenstadtbild zu erzeugen. Außerdem sollten aufgrund der Steigerung von Aufenthaltsqualität und Belebung alle öffentlichen Aufenthaltsräume mit einem Mindestmaß an Beleuchtungsintensität ausgestattet sein, welche den gesamten öffentlichen Raum ausleuchtet.

## 4.3 EXPERTENINTERVIEWS

Ein Bestandteil der Datenerhebung waren die Experteninterviews, die mit Mitgliedern der Initiativen und Vereine von Witzenhausen geführt wurden. Unter anderem wurden Gespräche mit der Aktionsgemeinschaft Handel und Gewerbe und der Kulturgemeinschaft Witzenhausen e.V. geführt. Auch eine Vertreterin des Fachbereiches Ökologische Agrarwissenschaften wurde interviewt.

Die Interviews bilden einen Teil der Grundlage für die Arbeit des Projektes. Die Gespräche sollten den Studenten einen Einblick in die Strukturen zwischen Stadt und Initiativen geben. Dieser Einblick ist enorm wichtig, um die Dynamiken der Akteure und deren Bedürfnisse zu verstehen. Des Weiteren waren die Interviews ein Mittel, um einen detaillierteren Einblick in die Arbeit der verschiedenen Gruppen zu erhalten. Das Engagement in der Stadt ist vielfältig, jedoch ist die Arbeit immer wieder mit Hürden verbunden. Besonders die finanziellen Mittel der Initiativen sind immer wieder Thema. Einige Angebote werden nur schwer angenommen, während andere Angebote gut funktionieren und Publikum anziehen. Die Vor- und Nachteile einer Kleinstadt sind präsent, sie zeigen sich besonders in der Kommunikation und bei der Organisation von Veranstaltungen. Ein großes Thema das gut und schlecht eint ist, dass „jeder jeden kennt“. Dies prägt die Kleinstadt und die Initiativen stark.

Interviewt wurden:

- Frau Sonja Biewer vom Wettbewerb UniKat der Universität Kassel, Fachbereich 11 Ökologische Agrarwissenschaften
- Silvia Hable von Transition Town
- Helga Mischur und Gardis von Gersdorff von der Kulturgemeinschaft Witzenhausen e.V.
- Michael Schäfer von der Aktionsgemeinschaft Handel und Gewerbe
- Frau Kühnapfel, Frau Knappe und Frau Siekmann vom Bürgerverein Bau- und Wohnkultur Witzenhausen

Die Ergebnisprotokolle der Experteninterviews befinden sich im Anhang des Readers.



## 4.4 STECKBRIEFE

Nach der Bestandsaufnahme des Stadtkerns von Witzenhausen mit den zuvor festgelegten unterschiedlichen Kategorien wurde im Untersuchungsgebiet für jedes wirtschaftlich genutzte Gebäude aus den kartierten Straßenzügen ein Steckbrief angelegt. Zusätzlich wurden auch die Leerstände erfasst. Öffentliche Einrichtungen und Wohngebäude werden in den Steckbriefen nicht dargestellt, da ihre Relevanz für die Ziele des Projektes als gering anzusehen ist. Die Sammlung der Steckbriefe erhebt keinen Anspruch auf Vollständigkeit.

Die Steckbriefe lehnen sich an den zuvor kartierten Kategorien an und wurde im Nachgang der Bestandsaufnahme erstellt. Zu jedem Steckbrief ist ein von den Studierenden selbst aufgenommenes Foto der Nutzung beigefügt. Im Rahmen der Erhebung wurde auch die Anzahl der Vollgeschosse ermittelt. Das Erscheinungsbild, welches durch die Aufnahme des Geschäftes gleich veranschaulicht wird, ist in fünf Bewertungsschritte unterteilt. Die Nutzungen im Erdgeschoss und in den oberen Geschossen sowie die Barrierefreiheit der Erdgeschossnutzungen wurden auf Grundlage der Außendarstellung bestimmt, eine weitergehende Untersuchung im Gebäudeinneren fand nur vereinzelt statt.

Die Nutzfläche und die Angaben zur Miete wurden durch eine Befragung der Geschäftsinhaber oder anwesender Verkäufer ermittelt. Wenn keine Angaben gemacht werden konnten, ist die Kategorie nicht ausgefüllt.

Das Sortiment der Dienstleister und Einzelhandelsgeschäfte wurde durch die äußerliche Wahrnehmung der Warenauslage in den Schaufenstern ermittelt. Auch die Preisklasse ist mit Hilfe des Erscheinungsbilds und Aussagen der Inhaber und Angestellten ermittelt worden. Die Art der Außennutzung ist eine Aufnahme des Ist-Zustandes zum Zeitpunkt der Erhebung (Herbst 2019). Um die Steckbriefe zu den Gebäuden abzurunden, könnten noch weitere Anmerkun-

gen gemacht werden, dabei handelt es sich entweder um Einschätzungen der Studierenden oder Aussagen der Angestellten und Inhaber.


Als Beispiel ist auf der rechten Seite die Steinstraße 4 abgebildet. Alle Steckbriefe sind nach diesem oder einem vergleichbaren Schema aufgebaut und befinden sich im Anhang dieses Readers.

Ebenfalls im Anhang des Readers befinden sich fünf Straßenraumsteckbriefe, in denen auf die Erdgeschossnutzungen und die Beleuchtungssituation in den Straßen eingegangen wird. Hierbei werden nur die für die Zielsetzung des Projektes wichtigsten Straßen vertieft betrachtet.

# Steinstraße 4



Abbildung 11: Steinstraße 4

Vollgeschosse:	I II III IV V	Sortiment:	Damenbekleidung/ Weine und Genussmittel
Erscheinungsbild:	1 2 3 4 5 Negativ Positiv	Preisklasse:	mittel - hochpreisig
Nutzung EG:	Einzelhandel – Ina Trendmode / Wein & Geist		
Nutzung OG / DG:	Wohnen	Art der Außen- nutzung:	Deko, Kleider- ständer
Nutzfläche (ca.):	/		
Barrierefreiheit:		Sonstiges/An- merkungen:	Inhabergeführtes Geschäft, attraktive Außen- gestaltung
Öffnungszeiten:	Mo - Fr. 10.00 - 13.00 & 15.00 - 18.00 Uhr, Sa 10.00 - 13.00 Uhr / Fr 10.00 - 18.00 Uhr & Sa 10.00 - 13.00 Uhr und nach Vereinbarung		
Miete / Eigentum:	/		
Zielgruppe(n):	mittleres Alter // Interessensgruppen		
Raumzuschnitt:	Kompakt & unproblematisch		

## EXKURS: LEERSTANDSVERANSTALTUNG

Bei der Bürgerveranstaltung am 13. Dezember 2019 im StadtRaum in Witzenhausen wurde mit den teilnehmenden Bürgern ins Gespräch gekommen und es konnten Meinungen und Anregungen der Bürger selbst zur Innenstadt gesammelt werden. Ziel der Veranstaltung war die Konkretisierung von Handlungsbedarfen und -bereichen sowie die Befragung der Besucher nach Ihren Wünschen und Ideen für die Witzenhäuser Innenstadt. Ein Schwerpunkt der Veranstaltung lag insbesondere auf der Ideenfindung zur Reduktion des Leerstandes in der Innenstadt. An insgesamt fünf Stationen wurden die Bürger dazu aufgefordert, zunächst ihren Wohn- sowie ihren Arbeitsort zu verorten und auf jeweils weiteren zwei Plakaten die Orte in der Innenstadt Witzenhausens zu markieren, an denen sie sich gerne, beziehungsweise ungerne aufhalten und wo sie oft, beziehungsweise eher selten sind. Auf einer Karte zur Verkehrssituation sollten die Wege zum Erreichen der Innenstadt in vier verschiedenen Farben der Verkehrsmittel: zu Fuß, mit dem Fahrrad, mit dem Auto oder mit dem ÖPNV eingezeichnet werden. Entsprechend der gewählten Verkehrsmittelwahl war auf dem Rand des Plakates Platz, um zu begründen warum beispielsweise das Auto genutzt wird und kein Fahrrad, welche Schwierigkeiten und Herausforderung für Fahrradfahrer beziehungsweise Fußgänger im Untersuchungsgebiet bestehen und wie das ÖPNV-Angebot möglicherweise verbessert werden kann. An der Station zum Leerstand in der Innenstadt waren Bilder der als Leerstand erhobenen Gebäude auf einer Karte verortet. Mit Hilfe von Post-its konnten die Bürger ihre Informationen zu den Leerständen oder mögliche Anregungen und Wünsche zur Nutzung aufschreiben und an die entsprechenden Bilder heften. Zuletzt konnten von den Bürgern auf Zetteln folgende Satzanfänge beendet werden und an einem Wunschbaum aufgehängt werden: „Die größte Stärke der Innenstadt ist meiner Meinung nach...“, „Mein Highlight in der Innenstadt

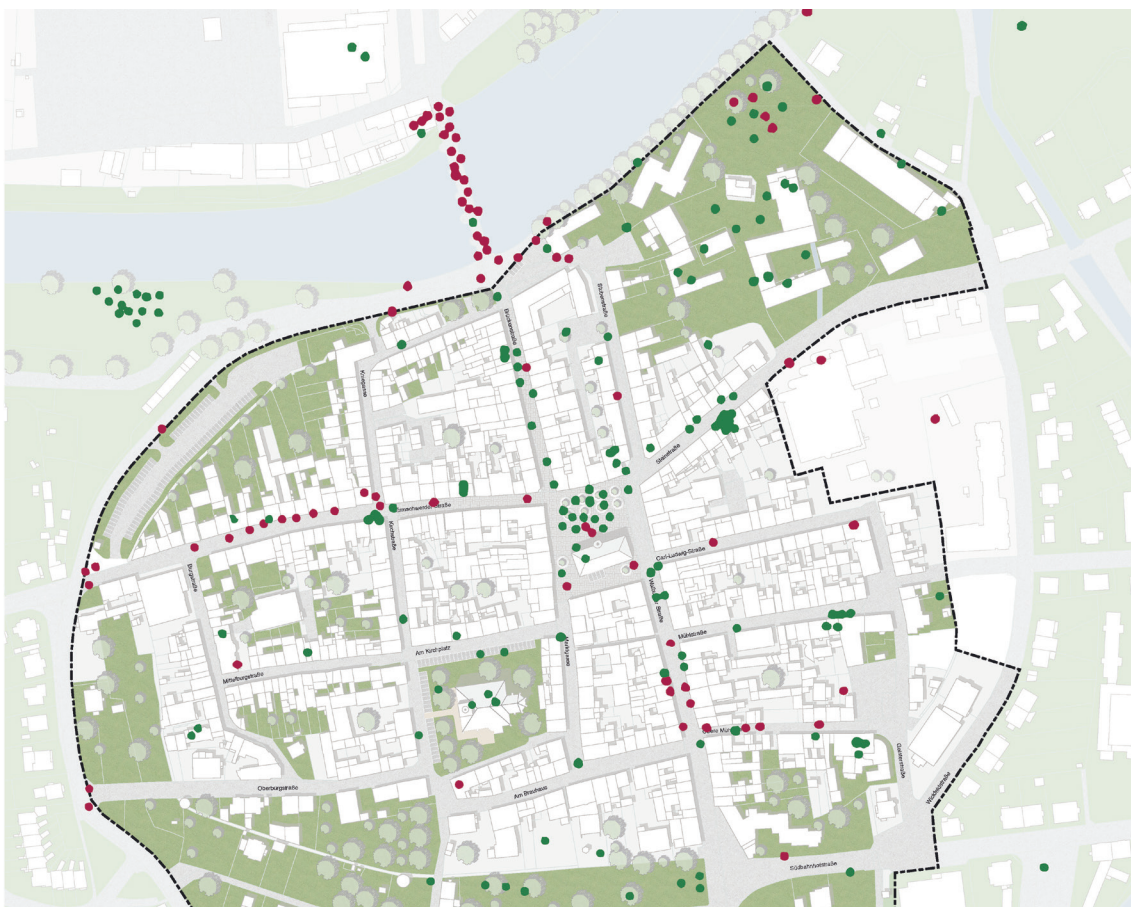
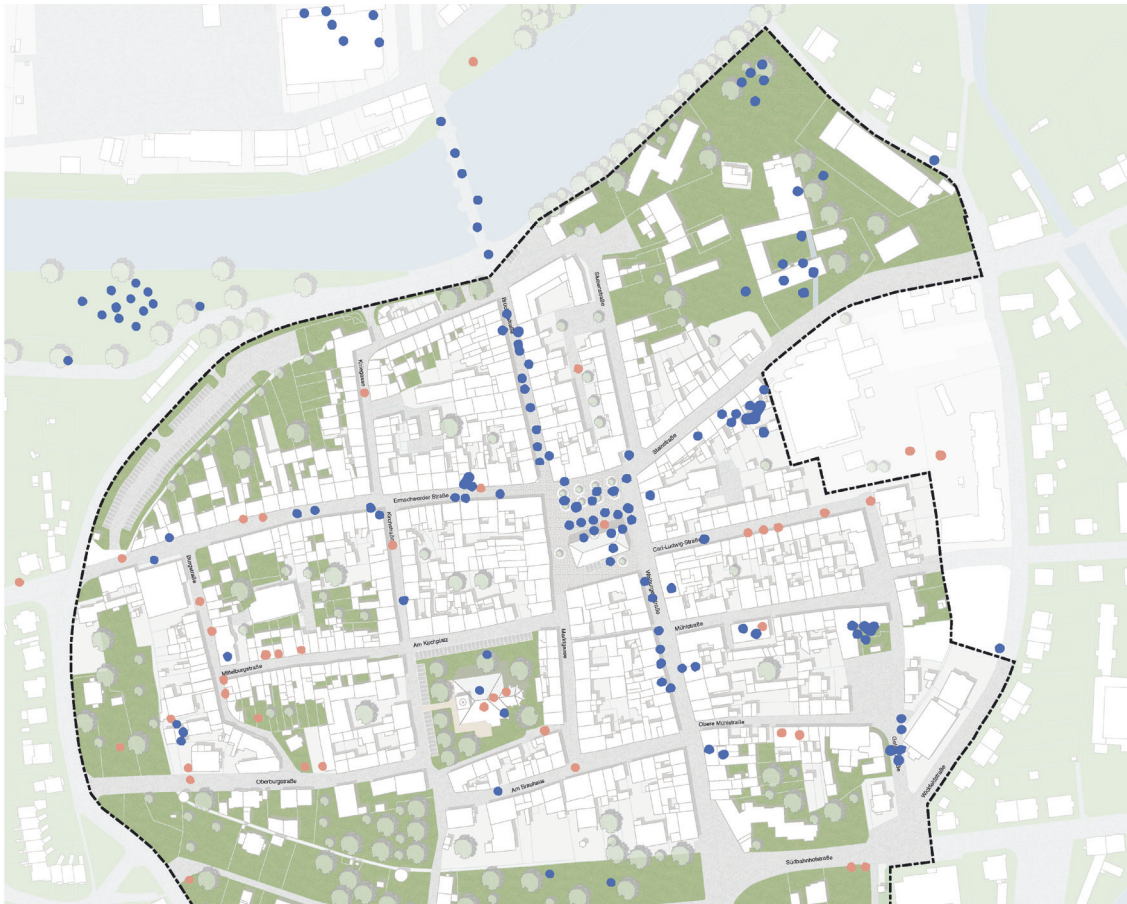
dieses Jahr war...“, „Meine Ideen für die Innenstadt sind...“ und „Mein Wunsch ist...“. Für Kinder lagen Vorlagen bereit, auf denen sie ihre Wünsche für Witzenhausen malen konnten. Diese kamen leider kaum zum Einsatz.

Mit ca. 45 Besuchern war die Veranstaltung gut besucht und es konnte durch die vielen unterschiedlichen Besucher ein breites Spektrum an Meinungen gesammelt werden. Im Anschluss an dieses Kapitel und im Anhang sind Bilder der Veranstaltung zu finden. Allgemein ist anzumerken, dass selten alle Stationen mit gleicher Genauigkeit bearbeitet wurden. Die ersten zwei Stationen wurden durch das Markieren der Orte häufig schnell bearbeitet, während an den zwei Karten zu den Verkehrswegen und den Leerständen auch längere Gespräche geführt und diskutiert wurden.

An der ersten **Station zum Wohn- und Arbeitsort** wurde beispielsweise ersichtlich, dass ein Großteil der teilnehmenden Personen direkt in Witzenhausen arbeitet oder wohnt. Explizit wurde hier als Arbeitsort das Gewerbegebiet vermerkt. Insgesamt sieben Personen arbeiten oder wohnen im Ortsteil Ziegenhagen und fünf Bewohner der Ortsteile Unterrieden und Werleshausen besuchten die Veranstaltung an dem Tag. Ansonsten sind verhältnismäßig wenige Ortsteile markiert worden, da auch einige Besucher ihren Arbeits- und Wohnort aufgrund von persönlichen Gründen nicht markieren wollten. Es wird deutlich, dass nicht nur die Bewohner Witzenhausens selbst Interesse an der Innenstadt haben und diese häufig besuchen, sondern auch die Einwohner der weiteren Ortsteile von Witzenhausen. Doch aufgrund der Lage des StadtRaumes wurden vor allem Bewohner der Innenstadt erreicht.

Deutlich mehr Markierungen finden sich auf den folgenden zwei Karten zu den **häufigen Aufenthaltsorten** (Abbildung 12) und den **Wohlfühlorten** (Abbildung 13). Wie in der Abbildung 12 an den blauen Punkten zu sehen ist, halten sich viele Bürger oft auf dem Marktplatz





Oben: Abbildung 12: Aufenthaltsorte der Bewohner und Besucher (blau: oft orange: selten)

Unten: Abbildung 13: Wohlfühlorte der Bewohner und Besucher (grün: gern rot: ungern)



auf, sowie im Bereich der Brückstraße bis über die Werrabrücke und hin zum nördlich an das Untersuchungsgebiet angrenzenden Aldi und Tegut. Als häufige Aufenthaltsorte wurden auch der nördliche Teil der Walburger Straße und der westliche Bereich der Steinstraße markiert. Im Bereich der Universität wurden viele Markierungen gesetzt, wie auch am Werraufer. Die orangen Markierungen auf der Abbildung, welche die seltenen Aufenthaltsorte darstellen, sind auf die sonstigen Straßenzüge Witzenhausens und eher im südlichen Teil des Untersuchungsgebiets verstreut.

In Abbildung 13 sind die Wohlfühlorte grün markiert und die Orte, an denen die Bürger sich ungern aufhalten rot. Als besonders unbeliebte Orte fallen die Werrabrücke sowie die Ermschwerder Straße und der südliche Teil der Walburger Straße auf.

Als Gründe wurden hier häufig die Verkehrssituation und die mangelnde Barrierefreiheit ge-

nannt. Zu den Wohlfühlorten der Bürger zählt beispielsweise der Marktplatz, der Bereich der Universität und das Werraufer, im Bereich des dortigen Cafés aufgrund des hohen Grünanteils. Diese Orte stellen für die Bürger Knotenpunkte zur Kommunikation und Erholungsorte dar. Dies begründet vermutlich auch die vielen Markierungen der Cafés in der Innenstadt als häufig besuchte Orte.

Deutlich wurde durch diese beiden Karten, dass sich die Räume an denen die Bewohner sich häufig aufhalten mit denen der unbeliebten Orte überschneiden. Gerade im Bereich der Werrabrücke und Brückenstraße halten sich die Bewohner häufig, aber ungern auf. Dies trifft auch auf das östliche Ende der Ermschwerder Straße sowie das südliche Ende der Walburger Straße zu. Diese Straßenzüge stellen deshalb für die weitere Arbeit zentrale Handlungsbe-

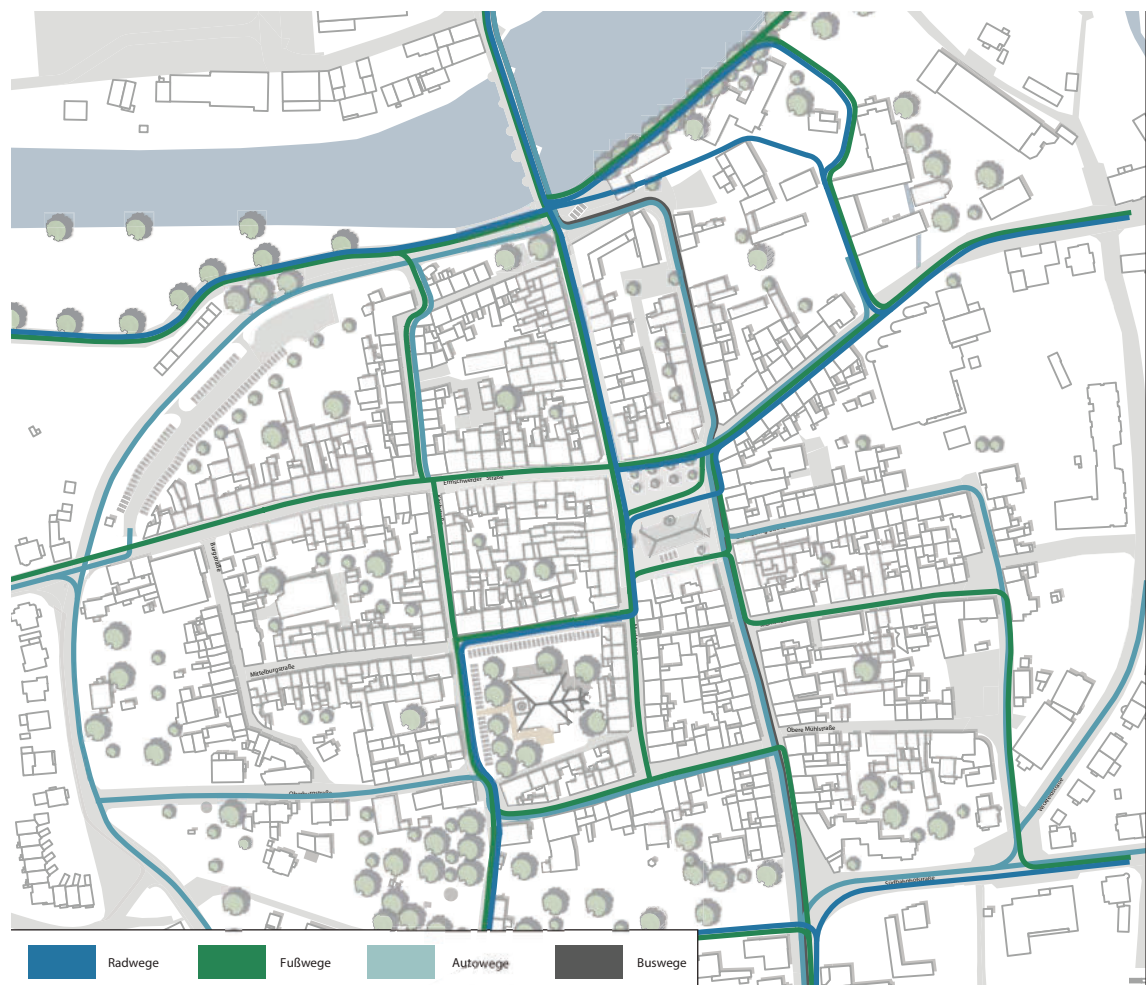


Abbildung 14: Wege der Witzenhausen in die Innenstadt

Die Auswertung der **Station zu den häufigen Verkehrswegen** zeigt die deutliche Belastung der Werrabrücke durch die unterschiedlichen Verkehrsmittel. Viele Bürger sind unzufrieden mit der Verkehrsführung und finden die Brücke zu schmal und zu gefährlich, um sie zu Fuß oder mit dem Fahrrad zu überqueren. Ebenso wurde der Übergangsbereich von der Brücke zur Brückenstraße als schwer passierbar bewertet, weil gefährliche Abkürzungen genutzt werden und die Unterführung nicht zweckmäßig ist. Die Bürger auf der Veranstaltung bemängelten außerdem, dass Radfahrer insbesondere in den Fußgängerzonen zu schnell und rücksichtslos fahren. Hingegen ist es für Fahrradfahrer schwierig Straßen, wie beispielsweise der Walburger Straße oder der Stubenstraße, entgegen der Einbahnstraße zu befahren, da hier die Autofahrer keine Rücksicht nehmen. Darüber hinaus wurde bezüglich des ÖPNV-Angebotes ein höher getaktetes Fahren der Stadtbusse gewünscht. Die Abbildung 14 verdeutlicht, dass vor allem die Walburger Straße, Steinstraße und Brückenstraße bzw. Werrabrücke die Hauptverkehrsstraßen sind. Außerdem wurde deutlich, dass nicht das Auto das Hauptverkehrsmittel ist, um in die Innenstadt zu gelangen, sondern dieser Weg zu Fuß gegangen wird, oder das Fahrrad genutzt wird.

Die Station zur Mobilität hat gezeigt, dass in der Witzenhäuser Innenstadt viele Verkehrsteilnehmer und Mobilitätsarten aufeinandertreffen. Die Anmerkungen dazu machen außerdem deutlich, dass eine Neuordnung des Verkehrs aufgrund der vielen Konflikte in bestimmten Innenstadtbereichen notwendig ist.

Die **Station zum Leerstand** sorgte für viele Diskussionen und brachte einige Anregungen zum Umgang mit dem vorhandenen Leerstand hervor. Bei einigen Leerständen wurde angemerkt, dass diese gar nicht leer stehen, sondern entweder bewohnt sind oder in naher Zukunft wieder eine Nutzung erhalten.

In der Ermschwerder Straße werden für die Leerstände vor allem gastronomische Nutzungen,



Oben: Abbildung 15: Leerstandsstation

Unten: Abbildung 16: Klebezettel von Besuchern

wie Kultur- und Mehrgenerationencafes oder internationale Restaurants vorgeschlagen, aber auch ein Kreativshop, ein Jugendtreffpunkt und ein Seminarraum für Kinder- oder Nachbarschaftstreffen.

Neben der Idee einer Re- und Upcycling Werkstatt sowie einer zentralen Anlieferungsstelle für die Geschäfte wurde der Wunsch geäußert, einen Marktplatz für lokale Ware, wie Kirschen, Fleisch, Wolle oder Holz in einem Leerstand zu errichten.

Für die Leerstände in der Walburgerstraße wird neben einem Festsaal bzw. Veranstaltungsort in der alten HNA auch ein zentraler Anlaufpunkt für pflegebedürftige Menschen gewünscht. Auch die Einrichtung von Kulturzentren in der Steinstraße für syrische, somalische und andere Minoritäten wird angeregt. Weitere Nutzungsideen, jedoch ohne konkrete Zu-

ordnung zu einem Leerstand, sind ein Studentenwohnheim, ein interkultureller Begegnungsort für Geflüchtete, ein Unverpackt-Laden sowie eine Kneipe mit Live-Musik.

Neben konkreten Ideen und Konzepten wurde auch angemerkt, bei welchen Leerständen die Eigentümer auf der Suche nach Nachfolgern und Nutzern sind, oder wenn Eigentümern keinen Umbau oder eine Sanierung ihres Gebäudes anstreben. Die konkreten Anmerkungen und Ideen können der Tabelle im Anhang entnommen werden.

An der letzten Station, dem **Wunschbaum** zeigte sich als große Stärke der Innenstadt, dass zum einen der Charme der Fachwerkhäuser sehr geschätzt wird und zum anderen der Charakter der Kleinstadt.

Die Bürger kennen sich untereinander und in den inhabergeführten Geschäften besteht großer Kundenkontakt. Als Highlight des letzten Jahres wurde häufig der Bio-Feierabendmarkt genannt. Grundsätzlich werden Feste und Aktionen als Anziehungspunkte der Innenstadt wahrgenommen. Zusätzlich wurden auch viele Wünsche geäußert, wie die Begrünung der Innenstadt, eine größere Inanspruchnahme und Förderung des Innenstadtangebots, sowohl des Einzelhandels als auch der Gastronomie, oder die Aufwertung des Werraufers und des Marktplatzes mit mehr Sitzmöglichkeiten. Zuletzt hatten die Bürger viele konkrete Ideen zur Verbesserung ihrer Innenstadt, wie die Erhöhung des Stadtgrüns durch Beranken der Fassaden,



Abbildung 17: Wunschbaum

ein zentraler Behälter für Plastikmüll, der die gelben Säcke vom Straßenraum entfernen kann oder ein Zebrastreifen am Eingang der Brückenstraße, der die Verkehrssituation verbessern kann. Eine Tabelle der vollständigen Ideen, Anmerkungen und Vorschläge der teilnehmenden Bürger ist im Anhang zu finden. Abschließend lässt sich sagen, dass die Veranstaltung rundum gut gelungen ist und dank der zahlreichen erschienen Bürger nette und offene Gespräche geführt werden konnten. Der Projektgruppe hat es geholfen, mit den Bürgern vor Ort direkt ins Gespräch zu kommen und zu erfahren, womit sie als Bewohner in der Innenstadt unzufrieden sind und wo sie sich Veränderungen oder auch Unterstützung wünschen. Es konnten viele Ideen und Anregungen zusammengetragen werden und Missstände konkret benannt werden, welche bei der weiteren Projektarbeit weiter helfen.



Abbildung 18 und 19: Eindrücke der Veranstaltung









## 5. Ableitung von Potentialen

Analysen und  
Handlungsbedarfe



## 5.1 ANALYSE UND HANDLUNGSBEDARFE DER STRASSENZÜGE

### 5.1.1 ERMSCHWERDER STRASSE

#### Ermschwerder Straße

Stärken, Schwächen

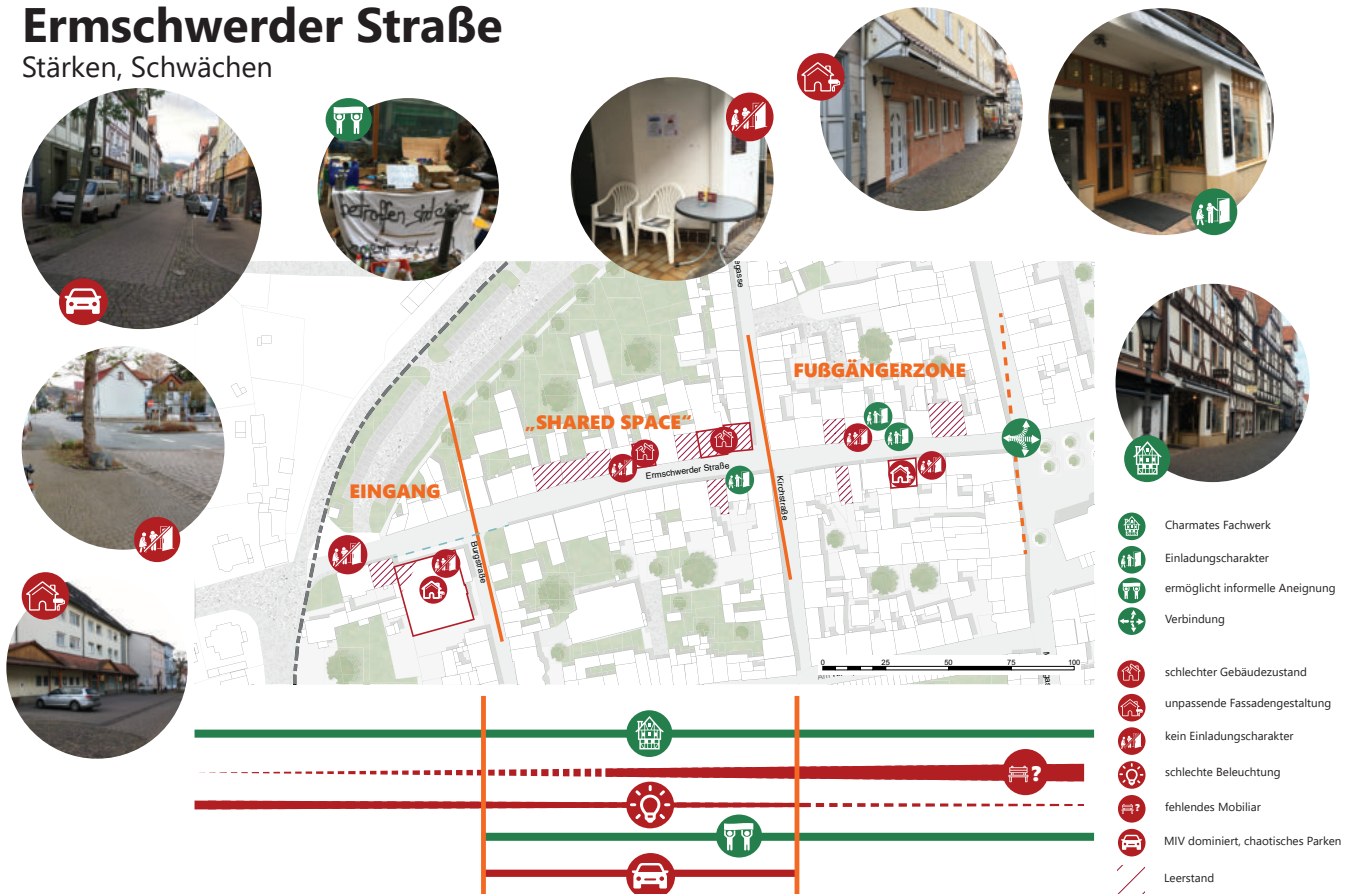


Abbildung 20: Stärken und Schwächen Ermschwerder Straße

#### Stärken und Schwächen

Im gesamten Gefüge der Innenstadt ist die Ermschwerder Straße ein wichtiger Teil. Direkt westlich an den Marktplatz angrenzend setzt sie sich als Fußgängerzone fort, gesäumt mit charman-ten Fachwerkgebäuden, die Restaurants, Lebensmittel-, Bekleidungs- und Handarbeitsge-  
schäfte beherbergen. Die Stadtbibliothek an der Ecke der Kirchstraße ist ein besonders repräsen-  
tatives Fachwerkgebäude, doch markiert ihr Standort die Stelle, an der sich der Charakter der Ermschwerder Straße grundlegend verän-  
dert. Der Flair der Einkaufsstraße setzt sich hier teilweise mit weiteren Läden, einem Café, Kino und dem Restaurant Buon Appetito, das sogar Sitzplätze im Außenbereich anbietet, fort. Als Fußgänger ist die Straße aber kaum noch in der

gleichen Form zu erleben, da der Autoverkehr den Raum einnimmt. Idee scheint der Shared Space zu sein, also die gleichberechtigte Wid-  
mung der Straße für alle Verkehrsteilnehmer, doch verstellen parkende Autos den Gehweg und zu schnell fahrende Fahrzeuge nehmen nur wenig Rücksicht auf Fußgänger. Dieser Stra-  
ßenabschnitt des "Shared Space" hat seine An-  
führungszeichen deshalb verdient, da er kein Raum der gleichberechtigten Nutzbarkeit und Rücksichtnahme ist. Die vergleichsweise hohe Zahl leerstehender Geschäftsräume im Erdge-  
schoss zeigt schon jetzt, wie die Belebung der Innenstadt an dieser Stelle verloren gegangen ist. Unsanierte Fassaden deuten darauf hin, dass dieses Problem die Investitionsbereitschaft von Eigentümern einschränkt. Das Gesamtbild des



Straßenraums leidet darunter. Dritter und augenscheinlich schon sehr abgehangter Teilraum der Ermschwerder Straße ist der westliche Eingangsbereich. Von der Bundesstraße 451 kommende Besucher nehmen diesen Teil kaum als Eingang in die Innenstadt wahr, da dieser Bereich besonders durch das hohe Verkehrsaufkommen sowie dem Bild des ruhenden Verkehrs am Parkplatz Ermschwerder Straße geprägt ist. Zwar blickt man geradeaus auf die Fachwerkbestände, doch sind die direkt umgebenden Gebäude entweder stark überformter historischer Bestand oder (Ersatz-)Neubauten, die sich unzureichend einfügen.

Für das gesamte Untersuchungsgebiet des Straßenraums und angrenzender Häuser gilt das Problem unzureichender Ausstattung mit öffentlichem Straßenmobiliar (Sitzgelegenheiten, Abfalleimer usw.) und Lichtquellen, die auch vor und nach Sonnenauf- und -untergang Aufent-

haltsqualität und Sicherheitsgefühl spenden. Während das fehlende Mobiliar vor allem im Bereich der Fußgängerzone auffällt und es im "Shared Space" und Eingang weniger zu vermissen ist, zeigt sich, dass die Dringlichkeit eines neuen Belichtungskonzepts sich eher auf die westlichen beiden Teilbereiche bezieht, da beleuchtete Schaufenster neben den Straßenlaternen im Bereich der Fußgängerzone schon heute Licht spenden.

### Handlungsbedarf

Aus der Analyse lassen sich verschiedene Handlungsbedarfe für die Ermschwerder Straße ableiten. Wichtigster Handlungsbedarf in der Ermschwerder Straße ist die Verlängerung der Fußgängerzone über den „Shared Space“ hinweg bis zum westlichen Eingang. Eine damit verbundene Erneuerung der Pflasterung trägt zu einem barrierefreien Zugang und geordne-

## Ermschwerder Straße

### Handlungsbedarfe

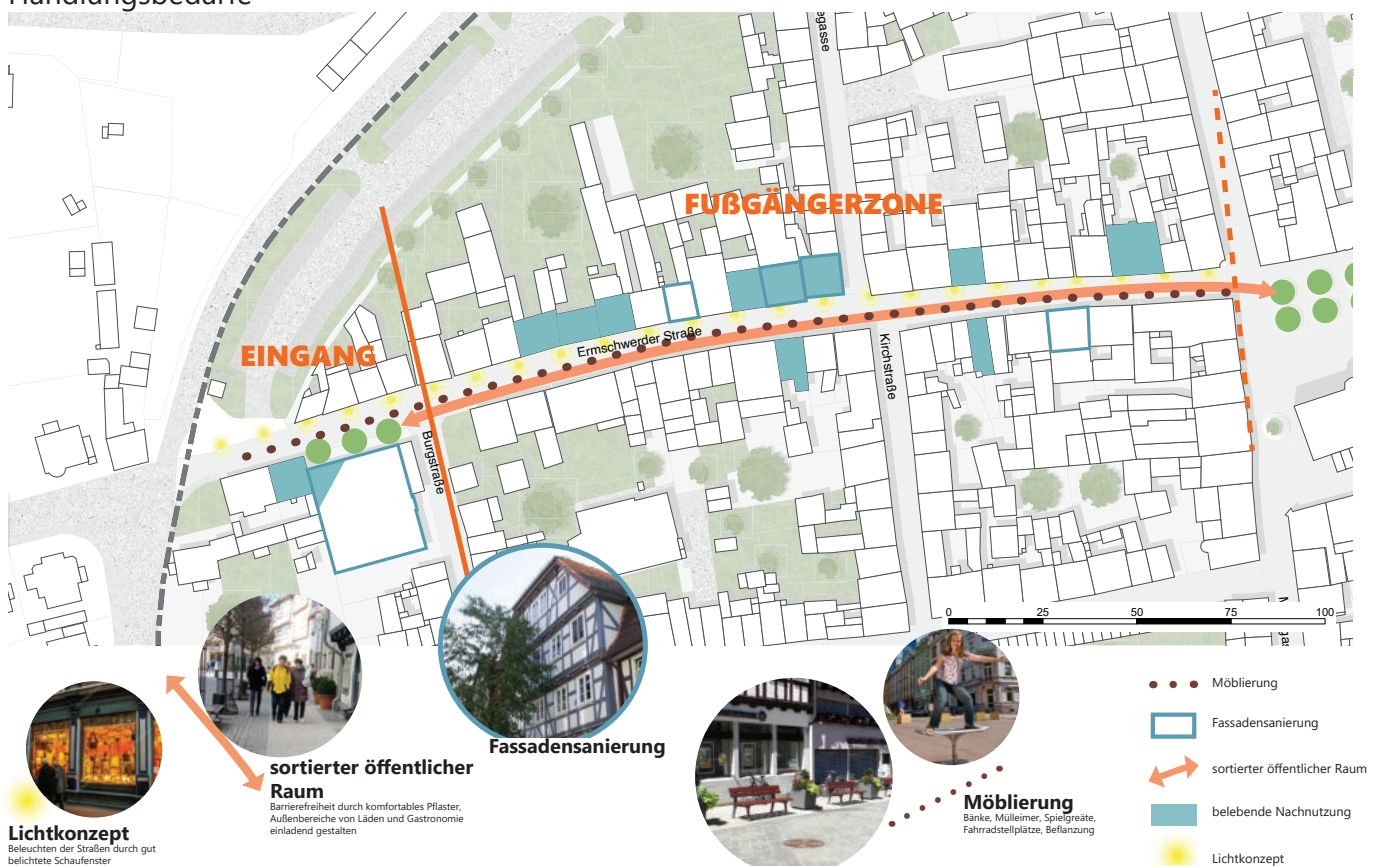


Abbildung 21: Handlungsbedarfe Ermschwerder Straße



teren Gesamtbild bei. Die Aufenthaltsqualität kann durch mehr Stadtmobiliar, wie Bänke, Abfalleimer, Spielgeräte, Fahrradbügel oder Bepflanzung verbessert werden. Besonders das Lichtkonzept bietet in diesem Bereich Verbesserungspotential. So sollten die Straßen zusätzlich durch gut beleuchtete Schaufenster erhellt werden.

Zur Aufwertung und Attraktivierung der Fußgängerzone ist zudem eine belebende Nachnutzung der untergenutzten und leerstehenden Gebäude, sowie die Fassadensanierung des schlechten Gebäudebestands wichtiger Handlungsbedarf.

### 5.1.2 BRÜCKENSTRASSE

#### **Stärken und Schwächen**

Die Brückenstraße liegt in der Verlängerungssachse der Werrabrücke und erhält somit eine besondere Bedeutung als Eingangssituation zur Innenstadt. Sie stellt eine Verbindung der nördlich der Werra liegenden Ortsteile sowie des Bahnhofs zum Marktplatz dar. Die derzeitige Gestaltung der Brückenstraße wird ihrer Bedeutung jedoch nicht gerecht.

Zwar fallen in der Brückenstraße einige Gebäude aufgrund ihres charmanten Fachwerks positiv auf, demgegenüber stehen jedoch auch mehrere Gebäude mit schlechtem Gebäudezustand sowie Gebäude, deren Fassaden nicht harmonisch auf das Stadtbild abgestimmt sind. Positiv auf das Gesamtbild der Straße wirken sich vor allem die Bäume aus, die von Sitzgelegenheiten umgeben sind. Darüber hinaus ist mit Blickrichtung auf den Marktplatz rechts weiteres Mobiliar (Mülleimer, Fahrradbügel und Straßenlaternen) angeordnet. Dieses ist jedoch vor allem im nördlichen Bereich vorhanden und nimmt mit Nähe zum Marktplatz ab. Die Straßenlaternen wirken sich durch ihre historische Gestaltung zwar ebenfalls positiv auf das Straßenbild aus, leuchten den Straßenraum in der Dunkelheit

jedoch nur unzureichend aus. Negativ fällt vor allem die Pflasterung auf, die an vielen Stellen Unebenheiten aufweist.

Die Eingangssituation in die Straße erweist sich als besonders problematisch. So erreichen Fußgänger die Brückenstraße vorrangig durch eine Unterführung, die schlecht ausgeleuchtet ist und wenig einladend wirkt. Nicht zuletzt aus diesem Grund ist der Zollamtsplatz im nördlichen Bereich der Brückenstraße kaum als Eingangsbereich in die Stadt wahrzunehmen.

Einige der in der Brückenstraße ansässigen Geschäfte wirken durch ihre Schaufenstergestaltung sehr ansprechend und tragen somit zum positiven Straßenbild bei. Auch der Leerstand ist mit zwei Ladenflächen, wobei es sich bei der einen um einen saisonalen Leerstand handelt, gering ausgeprägt. Als problematisch erweist sich jedoch die Anlieferung der Geschäfte in der Straße, da sie mit etwa 8,5 Metern eine vergleichsweise geringe Breite aufweist. Ebenfalls negativ wirkt sich die Müllentsorgungssituation auf den Gesamteindruck der Brückenstraße aus. So werden die Müllsäcke vor ihrer Abholung von den Ladenbetreibenden im Straßenraum oftmals zwischen dem Mobiliar gelagert.

# Brückenstraße

Stärken, Schwächen

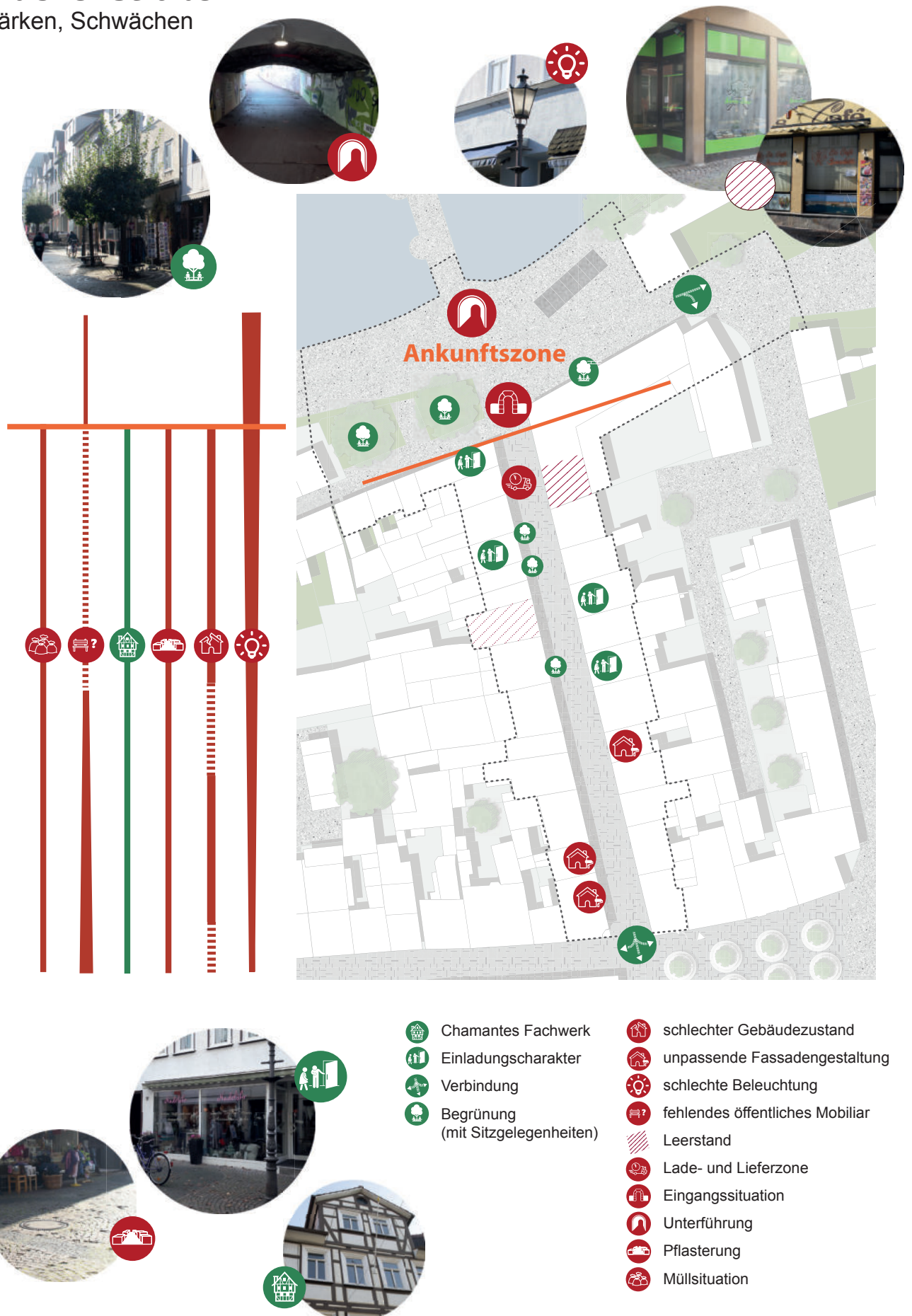


Abbildung 22: Stärken und Schwächen Brückenstraße

### **Handlungsbedarfe**

Aus den aufgezeigten Stärken und Schwächen der Brückenstraße lassen sich verschiedene Handlungsbedarfe ableiten. So gibt es vor allem für die Ankunftszone am Zollamtsplatz erhebliche Verbesserungsmöglichkeiten. Hier sollte der Eingangsbereich deutlich wahrnehmbarer gestaltet werden und die derzeitige Unterführungssituation verändert werden. Der Straßenzug kann durch eine Erneuerung der Pflasterung gleichzeitig barrierefrei werden und geordneter wirken. Dieser Effekt kann durch neues und vor allem mehr Mobiliar verstärkt werden, wodurch die auch Aufenthaltsqualität deutlich erhöht wird. Darüber hinaus besteht Handlungsbedarf bei der Sanierung einiger Fassaden sowie bei einem neuen Lichtkonzept, das neben der verbesserten Ausleuchtung der Straße und der Schaufenster auch die Fassadenbeleuchtung beinhaltet. Obwohl der Leerstand in dieser Straße vergleichsweise gering ausgeprägt ist, trägt auch eine Belebung sowohl saisonaler als auch ganzjähriger Leerstände zu einem positiven Erscheinungsbild des Straßenzugs bei und ermöglicht dadurch eine Erhöhung der Aufenthaltsqualität.



# Brückenstraße

Handlungsbedarfe

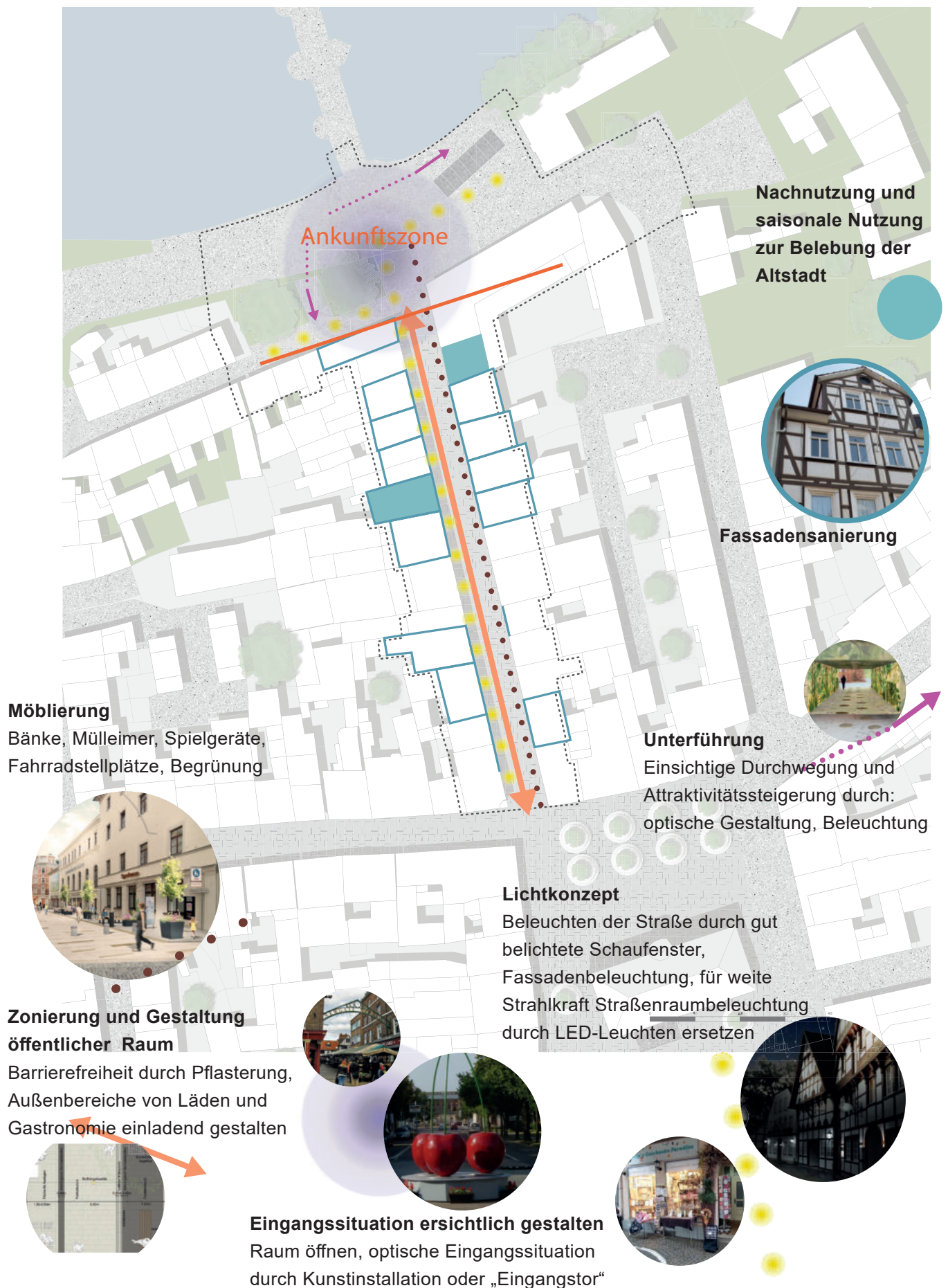


Abbildung 23: Handlungsbedarfe Brückenstraße

### 5.1.3 WALBURGER STRASSE

#### Stärken und Schwächen

Die Walburger Straße ist eine der wichtigsten Einkaufsstraßen in Witzenhausen. Sie bildet den südlichen Eingangsbereich in die Innenstadt und ist deshalb stark durch den Durchgangsverkehr belastet. Nördlich grenzt sie an den Marktplatz an. Hier sind auf der westlichen Straßenseite auch Parkplätze angelegt. Die Erdgeschossnutzung der Gebäude ist sehr durchmischt. In der Straße finden sich sowohl Einzelhändler, als auch Dienstleister und Gastronomiebetriebe.

Bei näherer Betrachtung der Straße fällt eine starke Nord-Süd Teilung auf. Sowohl im Gebäudezustand als auch in der Fassadengestaltung und der Gestaltung der Schaufenster schneiden die Gebäude im südlichen Teil der Straße deutlich schlechter ab als im nördlichen Bereich. Der Einladungscharakter der Geschäfte und auch die Helligkeit durch die Straßenbeleuchtung nimmt nach Norden hin zu. Während der nördliche Teil der Walburger Straße eine geschäftige Straße mit einladenden Läden ist, kann man im südlichen Teil häufig nicht auf den ersten Blick erkennen, was die Erdgeschossnutzung darstellen soll, oder ob die Geschäfte überhaupt noch in Betrieb sind. Besonders am Abend vermittelt die Walburger Straße durch die mangelnde Beleuchtung der Schaufenster nicht den Eindruck einer belebten Einkaufsstraße.

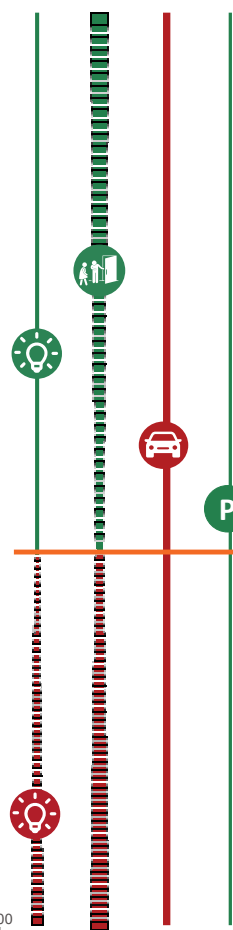
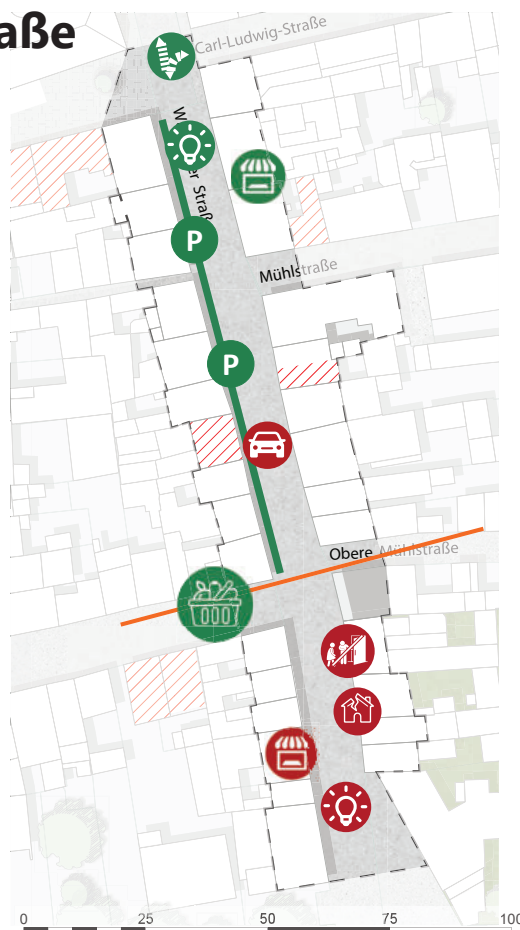
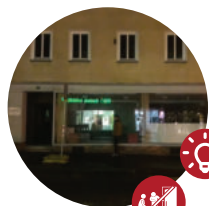
Abbildung 24 verdeutlicht die Nord-Süd-Teilung der Walburger Straße hinsichtlich Beleuchtung, Schaufenstergestaltung, Einladungscharakter und Gebäudezustand.

#### Handlungsbedarfe

Daraus leiten sich auch die in Abbildung 25 dargestellten Handlungsbedarfe ab. Die Nord-Süd-Differenz in der Straße soll angeglichen werden. Die Geschäfte im nördlichen Teil können durch das Image der "Einkaufsstraße" profitieren. Durch eine Aufwertung der Schaufenster, ein neues Beleuchtungskonzept und eine Fassadensanierung bei ausgewählten Gebäuden können Fortschritte erzielt und Missstände behoben werden. Darüber hinaus ist auch auf Positivbeispiele, wie das Geschäft „Schachtelhalm Naturkost“ zu verweisen. Vor dem Geschäft wird die Fläche des Bürgersteigs genutzt, ohne den Fußverkehr übermäßig zu stören, und der Straßenraum durch Möblierung und Begrünung attraktiv gestaltet. Eine Umgestaltung des Straßenraums wäre auch an anderen Stellen wünschenswert.

# Walburger Straße

Stärken, Schwächen



- Vielfalt / Nutzungsmischung
- Parkmöglichkeiten
- Charmantes Fachwerk
- Einladungscharakter
- Verbindung
- schlechte Schaufenstergestaltung
- schlechter Gebäudezustand
- unpassende Fassadengestaltung
- kein Einladungscharakter
- schlechte Beleuchtung
- fehlendes Mobiliar
- Hohes Verkehrsaufkommen
- Leerstand
- Abgrenzung Nord-Süd

Abbildung 24: Stärken und Schwächen Walburger Straße

# Walburger Straße

Handlungsbedarfe



Fassadensanierung



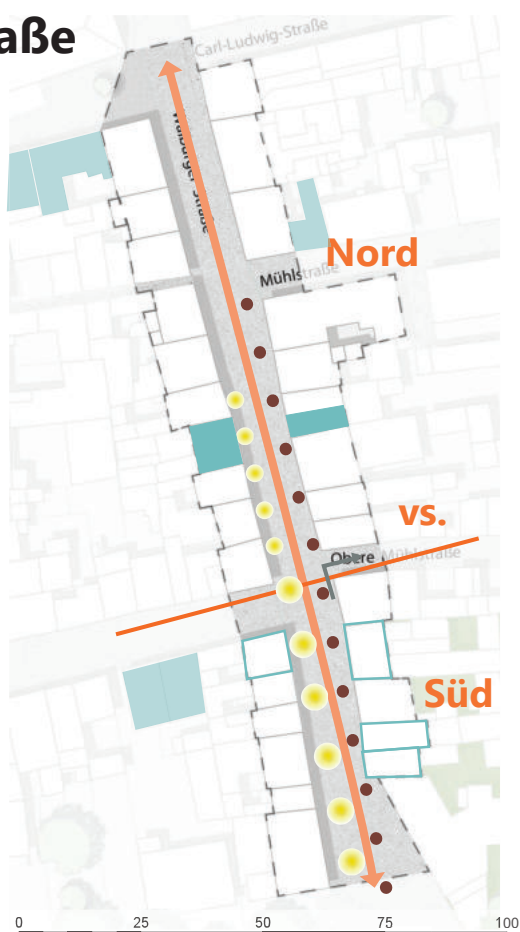
**Nord-Süd Differenz angleichen**

Einladungscharakter der Läden steigern, insb. Südtel aufwerten



**Möblierung & Begrünung**

Bänke, Mülleimer, Fahrradstellplätze, Befanzung



**Schaufensteraufwertung, Beleuchtungskonzept**



**Verkehr**

Parkplätze in den Seitenstraßen schaffen, Verkehrsberuhigung

- Möblierung & Begrünung
- Fassadensanierung
- Nord-Süd Differenz angleichen
- Schaufensteraufwertung, Beleuchtungskonzept
- Verkehr
- Belebende Nachnutzung

Abbildung 25: Handlungsbedarfe Walburger Straße



## 5.1.4 STEINSTRASSE & AUSSENBEREICHE

### Restliche Innenstadt

Die Innenstadt von Witzzenhausen liegt südlich der Werra. Gründungstypisch liegt das Zentrum der Stadt unweit des Flusses und wird über den Marktplatz samt Rathaus definiert. Von dort aus gehen die Hauptgeschäftsstraßen strahlenförmig ab.

Die vom Marktplatz abgehende Steinstraße sowie die fußläufige Verbindung von dort zur Liebfrauenkirche bis hin zum Eulenturm und Stadtpark bilden neben der Ermschwerder Straße, Brückenstraße und der Walburgerstraße die wichtigen Räume der Innenstadt. Alle weiteren Straßen der Innenstadt sind ökonomisch und touristisch aufgrund der vorherrschenden Wohnfunktion weniger von Bedeutung.

Da die Nutzungen der Innenstadt schon im Kapitel 4.1 beleuchtet wurden, wird nun die restliche Innenstadt gestalterisch betrachtet. Innenstädte zeichnen sich durch eine hohe Aufenthaltsqualität aus. Diese Qualität wird auch über Grünelemente im Straßen- und Stadtbild er-

zeugt. Aufgrund der dichten Bebauung in der Innenstadt von Witzzenhausen gibt es nur wenige begrünte Aufenthaltsorte, aber einige Potentiale zur Förderung der Begrünung der Innenstadt.

### Stärken und Schwächen

Die Universität, die Liebfrauenkirche und der Eulenturm sowie Stadtpark weisen erhebliches Grünraumpotential, in der sonst sehr dicht bebauten Innenstadt, auf. Die Steinstraße nimmt dabei einen zentralen Stellenwert ein. Durch die ansässigen Blumenläden, Begrünungselemente, einer ansprechenden Straßenraumgestaltung und Fassadenbegrünungen wird hier schon eine Verbindung von Universität und Marktplatz geschaffen. Der Marktplatz mit seinen Platanen bildet, neben der freistehenden Liebfrauenkirche, welche von Bäumen umgeben ist und dem Eulenturm im Stadtpark, ebenfalls ein Grünraumpotential.

Doch die Innenstadt weist in der Durchwegung und Verbindung der Grünräume von der Universität über Marktplatz und Liebfrauenkirche bis hin zum Eulenturm und Stadtpark kein ein-

### Steinstraße & Außenbereiche Stärken, Schwächen

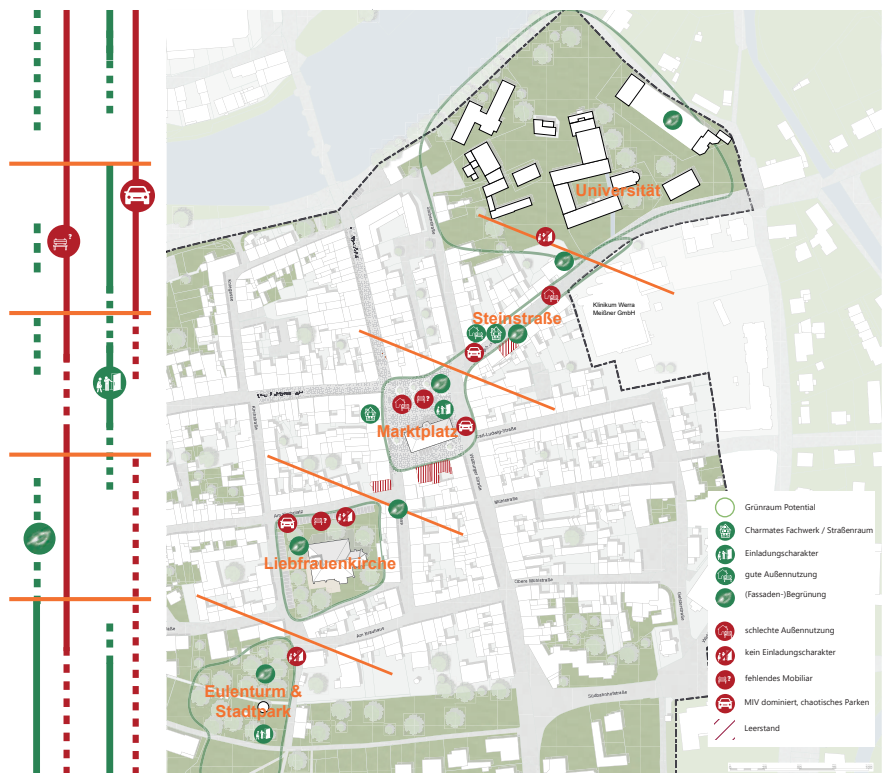


Abbildung 26: Stärken und Schwächen Steinstraße und Außenbereiche

## Steinstraße & Außenbereiche

### Handlungsbedarfe

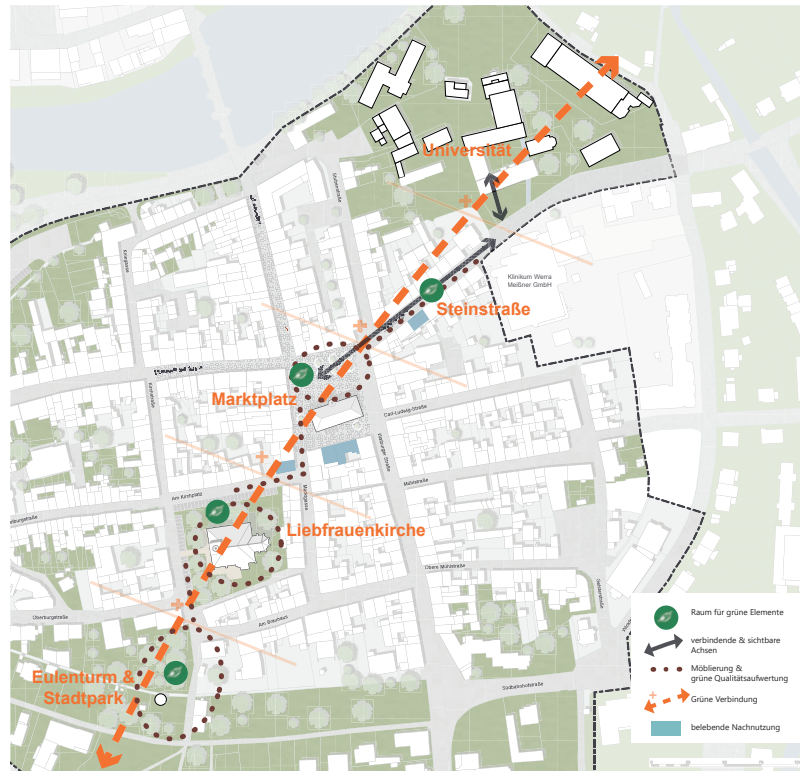


Abbildung 27: Handlungsbedarfe Steinstraße und Außenbereiche

heitliches Konzept auf. Gerade die Verbindung von Marktplatz, Liebfrauenkirche und Eulenturm sowie Stadtpark ist nicht ersichtlich. Die Außen-nutzung ist gerade im Bereich der östlichen Steinstraße sowie Liebfrauenkirche nicht ansprechend. Autoverkehr und Parken dominieren die Steinstraße und Liebfrauenkirche, wodurch wenig Aufenthaltsqualität entstehen kann. Außerdem fehlt es in allen Bereichen an Mobiliar zum Verweilen.

### Handlungsbedarfe

Um das Grün in der Innenstadt präserter zu gestalten ist eine sichtbare verbindende Achse zwischen den Grünbereichen erforderlich. Die vier Grünbereiche Universität, Marktplatz, Liebfrauenkirche und Eulenturm/Stadtpark sollten hochwertiger und umfangreicher gepflegt werden sowie zusätzlich mit Pflanzen, Bäumen oder über Urban Gardening Projekte begrünt werden. Außerdem sollte die Außennutzungen der Läden und die Verkehrssituation neu und barrierefrei geordnet werden. Parken sollte umfangreicher eingeschränkt und der entstehende Raum ein-

ladend gestaltet werden. Bänke, Spielgeräte, Bepflanzungen und Orte zum Verweilen sollen sowohl in den vier Grünbereichen als auch in den Verbindungsachsen die Aufenthaltsqualität erhöhen. Eine erkennbare Verknüpfung aller Grünbereiche durch Markierungen auf dem Boden soll eine grüne Identität in der Innenstadt schaffen und die Bewohner als auch die Touristen dazu einladen die Innenstadt außerhalb der Hauptgeschäftsbereiche zu erkunden.

## 5.2 ANALYSE: STADTMARKETING, ÖFFENTLICHWIRKSAMKEIT, MARKETING & KOMMUNIKATION

Die Städte sind im Wandel. Die Wahl der Bürger für ihren Wohn-, Einkaufs- und Freizeitort mit der zunehmenden Mobilität und einer erhöhten Standortunabhängigkeit von Unternehmen haben einen den Wettbewerb zwischen den Kommunen verstärkt (vgl. Wesselmann/ Hohn 2017: 1). Der Standortwettbewerb ist aktuell nicht nur für die Ansiedlung zukünftiger Firmen und Wissenschaftseinrichtungen wichtig, sondern auch für den Tourismus, Austragungen von Messen und Großveranstaltungen und die allgemeine Wirtschaftskraft in der Stadt oder Region (vgl. Wesselmann/ Hohn 2017: 1).

Der sich in Deutschland entwickelnde demographische Wandel, der zunehmenden Schrumpfung der Bevölkerung und das Verbleiben von einer älteren Bewohnerschaft in den ländlichen Regionen, erzwingt eine positive Stadtentwicklung für den Standortwettbewerb. Dabei ist ebenfalls die Schaffung eines positiven Images, um eine Abwärtsspirale der Stadt zu vermeiden von wichtiger Bedeutung (vgl. Wesselmann/ Hohn 2017: 1). Eine Abwärtsspirale macht sich als erstes durch einen Abwanderung von Unternehmen bemerkbar, da hierdurch ebenfalls eine Abwanderung von der Bewohnerschaft einhergeht. Damit geht wiederum ein Rückgang der Kaufkraft einher, welches die Abwanderung beziehungsweise Schließung von Handels- und Freizeitunternehmen führt. Dies wiederum verursacht eine Ausdünnung von öffentlichen und sozialen Infrastrukturen (vgl. Wesselmann/ Hohn 2017: 1). Durch den Prozess einer Abwärtsspirale verliert die Stadt an Attraktivität, welches Einschnitte im Tourismuszweig nach sich zieht und den Zuzug von zukünftigen Einwohnern erschwert.

Das Stadtmarketing ist daher ein wichtiger Faktor für eine positive Stadtentwicklung, um die genannte Abwärtsspirale aufzuhalten und ist für das Leben in der Stadt sowie die Außenwirkung von großer Bedeutung. Stadtmarketing hat vie-

le unterschiedliche Definitionen und wird in dieser Ausarbeitung nach Konken (2000, S.17) definiert. Dieser sieht Stadtmarketing als eine Bündelung aller Kräfte einer Kommune, die gemeinsam an einem Ziel arbeiten. Das Ziel ist dabei die positive Entwicklung des Gesamtbildes der Stadt mit all seinen unterschiedlichen Facetten. Dabei stellt sich Stadtmarketing die Aufgabe Zukunftsperspektiven in konkretes Handeln umzusetzen (vgl. Konken 2000:17).

Um die Abwärtsspirale durch Stadtmarketingprozesse entgegenzuwirken, wird nach der Definition von Konken eine Bündelung aller Kräfte benötigt. Es ist demnach ein Prozess zu entwickeln, um Akteure vor Ort zu binden und ihr Engagement für ihre Stadt zu stärken. Dazu müssen öffentliche und private Netzwerke aufgebaut werden und eine interessierte und bereitwillige Bewohnerschaft und Initiativen vor Ort aktiviert werden.

Gleichzeitig wird für diese Ausarbeitung unter Stadtmarketing auch die Kommunikation impliziert. Dabei ist die Kommunikation sowohl für die Außenwahrnehmung in der Informationsübertragung als auch der Darstellung und die Kommunikationswirkung nach innen gemeint. Zuerst wird im Stadtmarketing dabei eine neue Vermarktungsstrategie angepeilt, welche das Image und die Identität von Witzenhausen stärken soll.

Durch die zwei stattgefundenen Veranstaltungen sowie den Interviews mit Bürgern und Initiativen, ist eine erhöhte Bereitschaft von den Bewohnern in Witzenhausen deutlich geworden. Die Stadt hat viele engagierte Bürger und schon bereits vorhanden Netzwerke der Initiativen und Händler durch beispielsweise Transition Town, der Aktionsgemeinschaft Handel & Gewerbe und andere.

Die Stadt Witzenhausen vermarktet sich derzeit als die Kirschen- und Universitätsstadt. Mit dem Fachbereich Ökologischen Agrarwissenschaften der Universität Kassel in Witzen-



hausen ist gleichzeitig eine bestimmte Gruppe an Menschen mit ökologischem Bewusstsein Teil des Stadtgeschehens. Touristische Anziehungskraft erhält Witzenhausen unter anderem durch den Werratal-Radweg, die Wanderwege und zur Kirschblütenzeit durch die Kirschenerlebnispfade. Das Bild von Witzenhausen ist eine traditionsreiche, natürliche und aktive Stadt mit studentischem Einfluss. Ausschlaggebend ist hierbei ein reichliches Angebot an naturnahe Freizeitgestaltung sowie der historische Altstadt kern. Dabei ist Witzenhausen mehr als nur eine Universitäts- und Kirschenstadt. Witzenhausen ist seit 2017 offiziell Biostadt und beweist sich schon seit 2013 mit zweimaliger Verlängerung als Fairtrade Town. Auch hat die Stadt viele Potentiale in Hinsicht auf Nachhaltigkeit durch die auffallenden Second-Hand-Geschäfte, einem Tauschgeschäft und das soziale Engagement der Einzelhandelsgeschäfte. Außerdem finden auch temporäre Angebote wie Cafés und Märkte immer wieder ihren Platz im Straßenbild. Kleine Treffpunkte für Bürger und Besuche, wie Haases Gartencafé oder das Restaurant Ringelnatz, haben sich im Laufe der Zeit etabliert und erfreuen sich großer Beliebtheit. Damit bilden sie einen wesentlichen Teil des gesellschaftlichen Lebens von Witzenhausen.

Zu den Sehenswürdigkeiten gehört auch das historische Rathaus im Zentrum der mittelalterlichen Fachwerkstadt, welches sich auch im Logo der Stadtverwaltung wiederfindet.

Die Informationsübertragungen erfolgen in Witzenhausen primär über visuelle Kommunikation. Dabei wird eine Städtische Homepage für verwalterische Angelegenheiten und Informationsbeschaffung betrieben. Bei den sozialen Medien verwendet die Stadtverwaltung regelmäßig Facebook und in größeren Abständen Twitter. Für den Tourismus und weitere Stadtmarketingprozesse ist die Pro Witzenhausen GmbH zuständig, die als Tochterfirma die Touristinformation von Witzenhausen betreibt. Pro Witzenhausen ist in den sozialen Medien immer aktuell und betreibt einen Instagram und Facebook Account,

sowie eine regelmäßig aktualisierte Homepage. Im Gegensatz dazu sind einige Inhalte auf der Stadthomepage nicht aktualisiert und die beiden Akteure arbeiten mit unterschiedlichen Layoutformaten und Übertragungsstilen. Gleichzeitig fehlt ein Corporate Design, also ist keine gleichartige Gestaltung zu erkennen. Sowohl bei den Website Layouts, als auch in den unterschiedlichen Logos mit den verschiedenen Slogans. Medien im öffentlichen Raum zu Veranstaltungen und zur Identität der Stadt Witzenhausen sind ebenfalls wenig oder gar nicht vertreten. Wobei die Tochterfirma hingegen aktiv auf ihre touristischen Angebote im öffentlichen Raum hinweist.



The background of the slide is a photograph of a river at night. A bridge with green-painted steel arches spans the river. To the right, a stone building with a red-tiled roof and several windows is visible. The scene is illuminated by streetlights, and the lights are reflected in the calm water of the river. The foreground shows a rocky riverbank.

## 6. Teilkonzepte

Herleitung der  
Teilkonzepte



Mit einer Gruppenstärke von 18 Masterstudierenden und der Unterstützung der ortskundigen und in Witzenhausen politisch engagierten<sup>1</sup> Bachelorstudierenden Silvia Hable, hat sich die Projektgruppe insgesamt fünf Arbeitsschwerpunkte zugeteilt, die zunächst herzuleiten waren. Die ausführliche Bestandsaufnahme und -analyse, die zielgerichteten Experteninterviews und der enge Dialog zu Bewohnern und Nutzern der Innenstadt aus Witzenhausen machen die Handlungsfelder für die Konzeptentwicklung deutlich. Auch die Stadtverwaltung hat ihre Erwartungen an die Ergebnisse deutlich gemacht.

Die Projektzielsetzung, wie sie im Voraus kommuniziert worden war, ist die Belebung der Innenstadt. Innovative Ideen für die Zwischen- und Nachnutzung von Leerständen sollen die folgenden Kapitel hervorbringen. Dass die Defizite der Innenstadt aber oftmals ganz grundlegend sind, zeigt vor allem die direkte Befragung der Bürger. Die größte Stärke der Innenstadt sei doch eigentlich der „Fachwerkcharme und Charakter der Kleinstadt“ (Bürgerin bei der Veranstaltung am 13.12.2019). Es heißt, dass die Gebäude nicht mehr schön anzusehen seien und es an Sitzmöglichkeiten fehle. Grünflächen strahlten kaum Aufenthaltsqualität aus und ökologische Aspekte würden bei der Innenstadtgestaltung unberücksichtigt bleiben. Diese Auffälligkeiten, welche die Bewohner Witzenhausens bei der öffentlichen Veranstaltung am 13.12.2019 beigetragen haben, decken sich in vielen Punkten mit den Bestandsanalysen aus Kapitel 5.

Die Stärken-Schwächen-Analysen haben die einzelnen Straßenräume vertieft betrachtet und zunächst auf dieser Ebene erste Handlungsbedarfe abgeleitet. Was jedoch vermieden werden soll, ist ein „Flickenteppich“ unterschiedlicher Konzepte mit verschiedenem Raumbezug. Das Zusammenbringen der ersten Handlungsideen für die Teilräume ist wichtig und ab diesem Zeitpunkt beziehen sich die Konzepte auf den gesamten Innenstadtbereich.

## **Ergebnisse der Stärken-Schwächen-Analysen**

Die Stärken-Schwächen-Analyse und die Sammlung erster Handlungsideen soll wegweisend sein für die Entwicklung der Arbeitsschwerpunkte. Flächendeckend ist die Notwendigkeit von nachhaltig zukunftsfähigen Nutzungen für leerstehende Gebäude erforderlich. Nicht selten geht sie mit dem Bedarf von Sanierungsmaßnahmen am selben Gebäude einher. Die Qualifikation des öffentlichen Raumes durch die Neustrukturierung, Beleuchtung und Ausstattung mit Mobiliar sowie klein- und großmaßstäblichen Erholungsräumen steht ebenfalls als wichtiges Handlungsfeld hervor. Der Gesamtzusammenhang fehlt ganz offensichtlich und bringt einen weiteren Ansatz hervor.

## **Herleitung der Teilkonzepte**

Abgeleitet aus den Unzufriedenheiten mit der Gestaltung der Innenstadt sind die Konzepte der Straßenraumgestaltung und der Gebäudegestalt vertieft worden. Um den öffentlichen Raum jedoch grundlegend transformieren zu können, bedarf es auch dem Konzept der neuen, nachhaltigen Mobilitätsformen. Das Zusammentragen von verorteten Maßnahmen zur Reduktion des Autoverkehrs im Innenstadtbereich legt den wichtigen Grundstein für das zweite Konzept der Straßenraum(um-)gestaltung, vor allem in Bezug auf einladende Eingangsorte, die Besucher im historischen Kernbereich Witzenhausens willkommen heißen. Die Nachrüstung von Sitzgelegenheiten und Straßenmobiliar sowie ein überarbeitetes, zusammenhängendes Beleuchtungskonzept, greifen die in der Bestandsanalyse festgestellten Defizite auf und begegnen ihnen mit Lösungsansätzen und Gestaltungsideen, um die Probleme anzugehen.

*„Wer geht gerne von uns durch die Erm-schwerder Straße? Ich gehe dahin, weil ich gerne Pizza esse und zur Post muss, aber,*

<sup>1</sup> Silvia Hable ist in der Initiative Transition Town aktiv. Dieser Verein besteht bereits seit 2009, vernetzt Menschen in der Region und kämpft für die nachhaltige Entwicklung dieser. Außerdem studiert sie Stadt- und Regionalplanung an der Universität Kassel.



Herleitung der Teilkonzepte | 69

*wenn ich an diesen Häusern vorbeigehe, kriege ich's Elend."*

(Sabine Knappe, im Interview mit dem Bürgerverein Bau- und Wohnkultur 04.12.2019)

Schlechte Gebäudezustände und die triste Wirkung dunkler, verlassener Läden schaffen das Gefühl, der Wohlfühlcharakter der Altstadt sei verloren gegangen. Da die Umgestaltung und Neuausstattung der Straßenräume allein nicht reicht, um der Innenstadt ihre Aufgabe der Begegnungs- und Aufenthaltsstätte wiederzugeben, beschäftigt sich das Konzept der Gebäudegestalt mit Anreizen, das Erscheinungsbild der Fassaden zu verbessern und die Aufwertung der Bestände vorzunehmen.

Grundlagenrecherchen, die Ortsbegehungen und Interviews haben gezeigt, dass die wirtschaftliche Nachnutzung der leerstehenden oder in naher Zukunft leerfallenden Ladengeschäfte oder ganzer Gebäude ebenfalls ein elementarer Handlungsbedarf ist. Deshalb besteht die Notwendigkeit, solche Wirtschaftsmodelle zu beleuchten, die langfristig in der Innenstadt von Witzenhausen funktionieren können und dem verbreiteten, zukunftsorientierten Anspruch an Nachhaltigkeit gerecht werden. Die Wirtschaft allein spielt jedoch keine alleinige Rolle in der Belebung der Innenstadt, was die Aussage von Vertretern der Kulturgemeinschaft Witzenhausen e.V. am 26.11.2019 bekräftigt: "Das kulturelle Leben in der Innenstadt krankt nicht am kulturellen Mangel, sondern am Angebot in der Innenstadt."

Engagierte Ladenbesitzer und aufmerksame Bürger haben den Eindruck, dass das Denken im kapitalistischen Schema der wirtschaftlichen Konkurrenzen den Abschwung der Innenstadt verschlimmert (vgl. Interview Bürgerverein Bau- und Wohnkultur Witzenhausen 04.12.2019). Das Konzept der lokalen Ökonomie muss es schaffen, die Gemeinschaft der Wirtschaftenden in Witzenhausen zu festigen. Welche zukunftsweisenden Wirtschaftsformen es gibt, in welcher Form und an welchem Ort sie in Witzenhausen

denkbar sind, hat dieses Kapitel zu klären.

Dass die Stadt Witzenhausen von Touristen kaum aufgesucht und um den Erhalt des Historischen nicht leidenschaftlicher gekämpft wird, mag in der momentanen Marketingstrategie verankert sein. Eine gemeinsame Identität wird in der Stadt nicht verspürt und so fehlt auch die geschlossene Außendarstellung der Stadt auf überregionaler Ebene. Dies zeigt die Analyse der Öffentlichkeitswirksamkeit (Kapitel 5.2), denn obwohl die Stadt offiziell Bio- und Fairtrade-Stadt ist, wirken diese Alleinstellungsmerkmale und Auszeichnungen noch nicht als Werbung für den Ort. Witzenhäuser sollen wieder stolz sein auf eine Wohlfühlinnenstadt und Auswärtige sollen sich Witzenhausen bewusst als Reiseziel setzen. Zweites kommunikatives Problem ist in der Stadt die Absprache der Akteure untereinander. Die Zusammenarbeit von Stadtgestaltern (das sind engagierte Bürger, Laden- und Hausbesitzer, Verwaltung sowie politische Entscheidungsträger zugleich) findet unzureichend statt. Wie Bürgerengagement an richtiger Stelle ansetzt, wie damit umzugehen ist und wie sich auch Bürger und Eigentümer einbeziehen lassen, die bisher nicht aktiv sind, arbeitet das Teilkonzept ausführlich aus.

Jedes Teilkonzept soll sowohl kurzfristige Sofortmaßnahmen, die schnell Wirkung zeigen sollen, als auch langfristige Aufgaben, die sich die Akteure aufzuerlegen haben, berücksichtigen. Die Erarbeitung der Ideen im folgenden Kapitel beruft sich auf die vorausgegangene Analyse und den gemeinsamen "Wissens-Pool", der von Oktober bis Dezember 2019 entstanden ist. Obwohl die Teilkonzepte logischerweise eigene Teilziele formulieren mussten, die mit gezielten Maßnahmenvorschlägen unterfüttert den übergeordneten Idealen zuträglich sind, widersprechen sich die Handlungsempfehlungen und -aufforderungen in diesem Projektbericht nicht. Ständiger Austausch im Erarbeitungsprozess, enge Kommunikation innerhalb und zwischen den Arbeitsgruppen und gegen-



seitige Anregungen stellen sicher, dass die vorliegende Ausarbeitung einen integrierten Ansatz verfolgt. Statt dem sprichwörtlichen „Potpourri“ von Maßnahmen, also einer Vielzahl von Maßnahmenideen, ist schließlich ein zusammenhängendes und gut durchdachtes Gesamtkonzept der Anspruch dieses Projektberichtes. Nur so kann der Stadt Witzenhausen ein brauchbarer Beitrag geliefert werden. Die Vernetzungen der Konzepte, in denen ihre Schnittmengen und die gegenseitige Unterstützung bezüglich der Teilzielsetzungen herausgestellt werden, folgen den Ausarbeitungen der Teilkonzepte nach (siehe Kapitel 7.1).



A black bicycle is leaning against a tree trunk. The background is blurred, showing other bicycles and a park-like setting. A semi-transparent circular overlay is positioned in the upper half of the image, containing the title and subtitle text.

## 6.1 Neugestaltung Straßenraum

Mobilität, Straßen-  
raumgestaltung



## 6.1.1 MOBILITÄT

### EINFÜHRUNG

Eine gute Verkehrsanbindung ist für eine lebendige Innenstadt von großer Bedeutung. Für mehr Gleichberechtigung aller Verkehrsteilnehmer gilt es dabei vor allem Alternativen zum Auto zu schaffen und zu fördern. Zudem ist die Entlastung vom motorisierten Individualverkehr und die Förderung von Fuß- und Radverkehr für eine lebhaftere Innenstadt mit hoher Aufenthaltsqualität bedeutend.

Bei der Bürgerveranstaltung „Aktion Leerstand“ wurden Meinungen zur aktuellen Verkehrssituation und den am häufigsten genutzten Wegen durch Witzenhausen zusammengetragen. Aufgrund der engen Innenstadtstruktur ist die Verkehrsführung und die Nutzung des Straßenraums im Untersuchungsgebiet sehr häufig konfliktträchtig zwischen allen Straßenraumnutzern.

Insbesondere die Werra-Brücke, als einziger Übergang über die Werra in näherer Umgebung, wird als sehr gefährlich eingestuft. Schmale Bürgersteige auf der Brücke und schlechte Überquerungsmöglichkeiten sorgen für Ungleichberechtigung und weniger Sicherheit für nichtmotorisierte Verkehrsteilnehmer. Da die Brücke sehr stark frequentiert ist und zuletzt in einer Voruntersuchung von Hessen Mobil für den Schwerlastverkehr als nicht mehr zulässig erachtet wurde, ist der Bau einer neuen Brücke in Planung. Infolge der Untersuchung wurden vier Varianten für den Standort ausgearbeitet. Für die folgenden Konzeptmaßnahmen wurde die von der Stadtpolitik favorisierte Möglichkeit übernommen.

Die Aufenthaltsqualität im Innenstadtbereich soll durch ein neues Mobilitätskonzept erhöht und der motorisierte Verkehr in Witzenhausen reduziert und konzentriert werden. Die Gestaltung von Eingangsbereichen sollen das Ankommen in die Witzenhäuser Innenstadt erleichtern. Im Sinne der Wirtschaftsförderung 4.0 gilt es dabei vor allem nachhaltige, ressourcenschonende,

intermodale und kooperative Mobilität zu fördern.

### BESTANDSAUFNAHME

Die Hauptverkehrsströme in die Kernstadt von Witzenhausen kommen von Norden über die Werra-Brücke, von Westen über die Ermschwerder Straße und von Süden über die Walburger Straße. Dabei wird der motorisierte Verkehr in einer Ringstraße um den Ortskern herumgeführt, sodass das Zentrum hauptsächlich von Süden aus über die Walburger Straße in Form einer Einbahnstraße erreicht wird. Im Osten führt hauptsächlich die Steinstraße aus der Stadt und erschließt das Krankenhaus und den Universitätscampus des Fachbereichs „Ökologische Agrarwissenschaften“. Generell sind die meisten Innenstadtstraßen von Witzenhausen aufgrund der geringen Breite nur in eine Richtung befahrbar. Die Ermschwerder Straße ist innerhalb der Innenstadt eine Fußgängerzone und dient den dort ansässigen Läden als Anlieferungsstraße. Gleiches gilt auch für die Fußgängerzone in der Brückenstraße.

Durch die Kernstadt führen die sechs Buslinien 1, 2, 210, 217, 218 und 220. Diese halten an den Haltestellen „Brückenstraße“, „Zollamtsplatz“, „Markt“, „An der Schlagd“ und „Krankenhaus“. Der ruhende Verkehr wird meist in den Seitenstreifen der Straßen oder auf den Parkplätzen An der Schlagd im Westen oder an der Liebfrauenkirche abgewickelt. Fahrräder können entlang der Brückenstraße und am Universitätscampus in Osten abgestellt werden.




Witzenhausen ist am nördlichen Ende der Kernstadt an den Werratal- Radweg angeschlossen, der von Meiningen im Süden bis nach Hannover Münden führt. Die Fahrer werden durch eine Unterführung am Zollamtsplatz gelenkt, da die Straßenführung keine andere schnelle Überquerung zulässt. Durch die Unterführung scheint der Fahrradweg jedoch eher an Witzenhausen vorbeizufahren. Es gibt keine einladende Eingangssituation in die Innenstadt.

Durch den Bahnhof im Norden kommen vor

Diese Probleme wurden während der Bürgerveranstaltung „Aktion Leerstand“ in der Mobilitätskarte und in Gesprächen bestätigt. Die zahlreichen Nutzungskonflikte im Straßenverkehr unter den Verkehrsteilnehmern spiegeln sich auch in der Steinstraße wider. Hier beklagten sich

Ein Radweg ist nicht vorhanden und so weichen viele Radfahrer auf den Gehweg aus, anstatt auf der Straße zu fahren. Häufig wurde die Verkehrssituation auf der Brücke bemängelt. Die Fuß- und Radwege seien zu eng, überholende Autos würden den Sicherheitsabstand nicht einhalten und sollten bestenfalls die Brücke nicht mehr befahren dürfen. Auch die Unterführung sorgt für Unmut, wodurch einige die Abkürzung direkt über die vielbefahrene Straße wagen. Darüber hinaus wurden bei der Veranstaltung auch Wünsche geäußert: beispielsweise die Stadtbusse mindestens im 30-Minuten-Takt fahren zu lassen, den ÖPNV kostenlos zu machen oder einen Spazierweg am Fluss auch in andere Dörfer zu realisieren.



-  Bushaltestelle
-  Parkplatz
-  Fahrradabstellmöglichkeiten

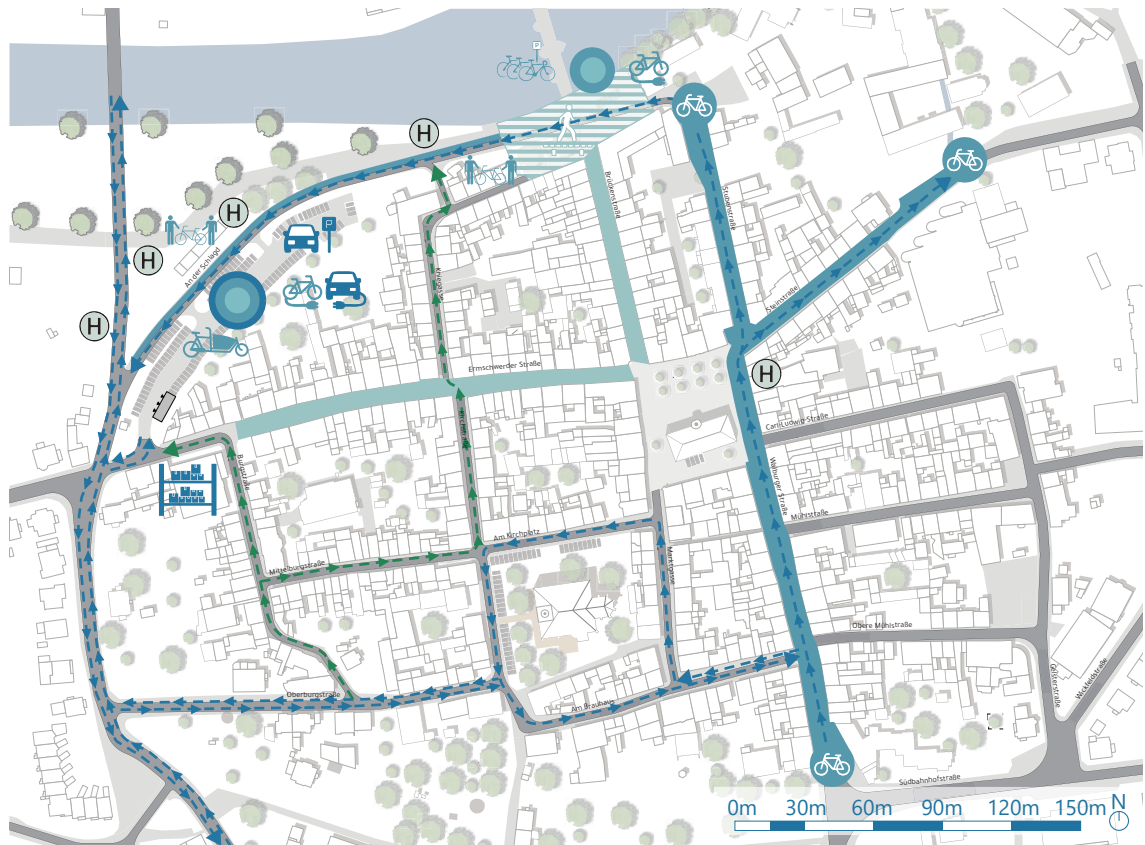


Abbildung 30: Konzeptverortung

	Großer Mobility Hub		E-Auto-Ladestation		Fahrradstraße		City Hub
	Kleiner Mobility Hub		E-Bike-Ladestation		Fußgängerzone		Bushaltestelle
	Lastenradverleih		Autoparkplatz		Radweg		Anliegerverkehr
	Fahrradverleih		Fahrradparkplatz		Shared Space		Verkehrsstrom

## HANDLUNGSFELDER

Das Konzept basiert grundsätzlich auf dem unausweichlichen Neubau der Werra-Brücke und der Umgestaltung Witzenhausens in eine fahrradfreundliche Stadt mit hoher Aufenthaltsqualität und Orten, die zum Verweilen einladen. Durch die vier herausgearbeiteten Handlungsfelder wird die Wirtschaft in der Innenstadt gefördert, ein Beitrag zur Verbesserung des Mikroklimas in Witzenhausen geleistet und eine verbesserte Außendarstellung und Repräsentation der Stadt erzielt.

Das erste Handlungsfeld impliziert den Neubau einer Brücke. Dabei ist nicht sonderlich relevant, welche der vier vorgeschlagenen Varianten um-

gesetzt wird, solange sie westlich der bestehenden Brücke errichtet wird. Das Ziel ist, den motorisierten Verkehr westlich der Stadt zu bündeln und gerichtet an dem Parkplatz An der Schladg an der Ermschwerder Straße als zentralen Eingangsbereich ankommen zu lassen. Daraus resultierend kann die bestehende Brücke nun ausschließlich für Fuß- und Radverkehr genutzt werden. Diese sollen an dem lebhaften und einladenden Zollamtsplatz ankommen. Die Unterführung wird nicht länger benötigt und kann zugeschüttet werden. Radfahrer des Werratal-Radwegs werden nicht mehr an Witzenhausen vorbei gelenkt. Darüber hinaus entsteht eine Achse für den nicht motorisierten Verkehr vom Rathaus über

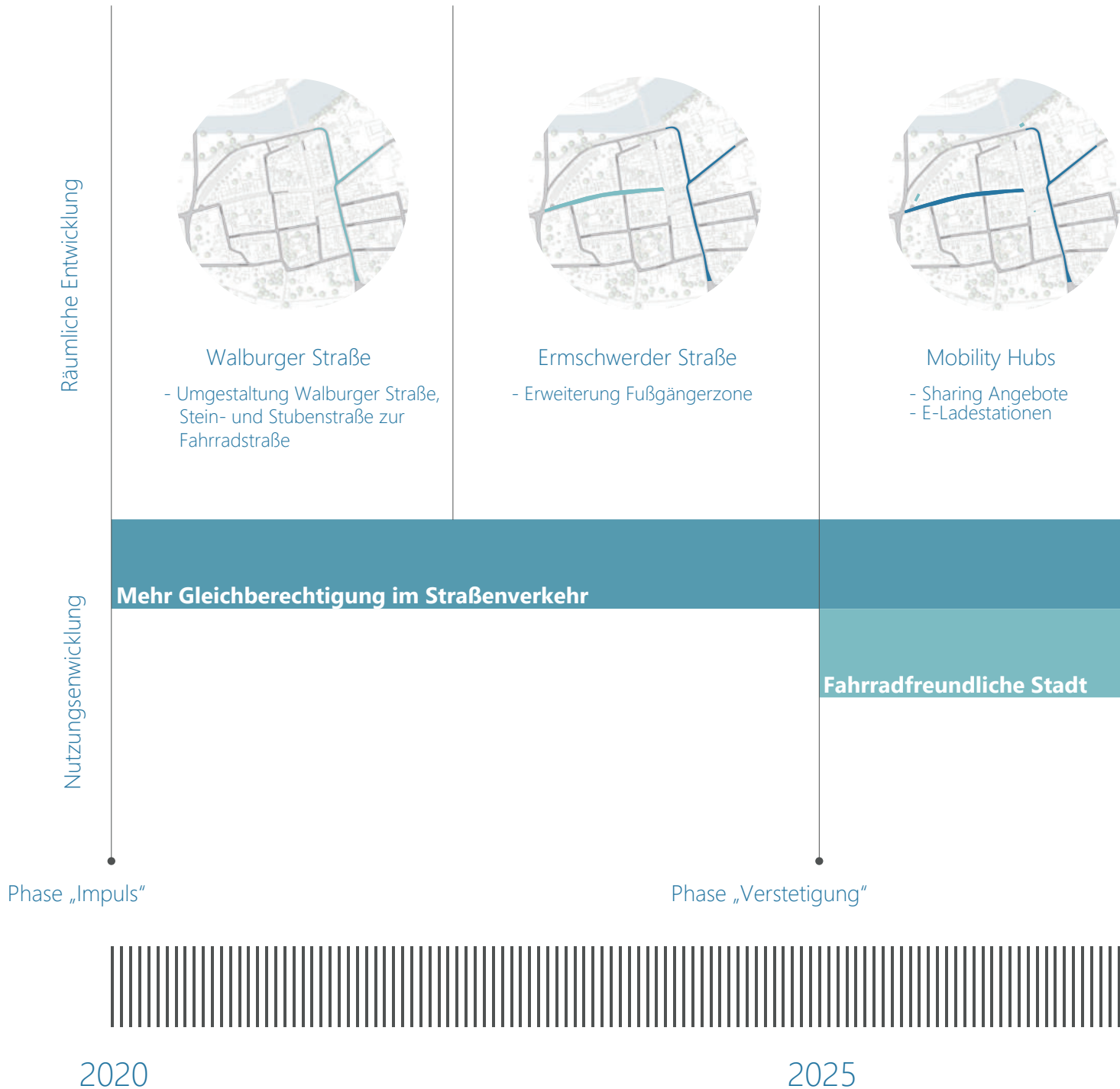


die Werra hin zu den verschiedenen Nahversorgern nördlich der Werra und darüber hinaus bis hin zum nördlichen Universitätscampus und dem Bahnhof. Da der motorisierte Verkehr über die alte Brücke aus der Stadt floss, muss auch weiterhin eine solche Möglichkeit gegeben sein. Dazu wird die Straße An der Schlagd zu einer Einbahnstraße umgebaut. Um der Radverkehrsachse nicht entgegenzustehen wird der Zolamlatzplatz zu einem Shared Space, auf dem sich jeder Verkehrsteilnehmer gleichberechtigt aufhalten kann. An der Schlagd fungiert als Zubringer zur neuen Werra-Brücke und kann auch den Anliegerverkehr aus der Kniegasse aufnehmen. Die Buslinien sollen von der Änderung nicht betroffen sein und auch in Zukunft dort verkehren können. Die Fläche, die durch den Umbau zu einer Einbahnstraße gewonnen wird, kann für einen Zweiwegeradweg umgenutzt werden und zusätzliche Parkplätze schaffen.

Um den ankommenden Verkehr aus der Ermschwerder Straße aufzufangen wird der Parkplatz An der Schlagd ausgebaut, sodass nur wenige Parkplätze in der Stadt verloren gehen. Das Konzept beinhaltet außerdem die Verlängerung der Fußgängerzone der Ermschwerder Straße bis zur Burgstraße. Die damit wegfallenden Parkplätze werden auf dem naheliegenden Parkplatz An der Schlagd als Anwohnerparkplätze ersetzt. Auch Arbeitnehmer in der Ermschwerder Straße behalten so ihren Parkplatz. Darüber hinaus soll ein zentrales Anlieferungs-zentrum errichtet werden, um den Lieferverkehr so klimaeffizient wie möglich zu gestalten. Die Geschäfte in der Brückenstraße und in der Ermschwerder Straße sind nur noch innerhalb der Anlieferungszeiten von 05:00 -10:00 Uhr für den motorisierten Lieferverkehr zugänglich. Alle anderen Waren werden in einem City Hub gelagert. Um die Innenstadt noch fahrradfreundlicher zu gestalten und mehr Aufenthaltsqualität zu schaffen, werden die Walburger Straße und die Stein- und Stubenstraße zu einer Fahrradstraße umgestaltet. Autofahrer und Busse dürfen weiterhin dort fahren, sind dem Radverkehr allerdings untergeordnet und dürfen jene nicht überholen.

Zusätzlich ist es Radfahrern gestattet in beide Richtungen auf der Straße zu fahren. Dadurch werden Fahrradfahrer stärker geschützt und es kommt nicht mehr zu Nutzungskonflikten mit den Autofahrern oder Fußgängern auf den Gehwegen.

Im Folgenden werden die einzelnen Handlungsfelder genauer aufgeführt. Diese sind dabei nach ihrer Umsetzbarkeit gegliedert. Kurzfristig umsetzbare Konzepte benötigen wenig Aufwand und niedrigere Kosten und bilden teilweise die Grundlage, um die weiteren Umgestaltungsmaßnahmen, welchen einen größeren Aufwand in der Umsetzung benötigen, durchführen zu können.





Innenstadt Logistik  
- Errichtung eines City Hubs



An der Schlagd  
- Umgestaltung des Parkplatzes  
- Einbahnstraße



Zollamtsplatz  
- Shared Space

**Fahrradstadt**

Phase „Evaluation SDG“

2030

Abbildung 31: Umsetzungszeitplan



## KURZFRISTIGE MASSNAHMEN

### Walburger Straße

Um den Verkehr in der Witzenhäuser Innenstadt klimafreundlicher zu gestalten, müssen Anreize geschaffen werden, um das Umsteigen aufs Fahrrad attraktiver zu machen. Die Walburger Straße und die Stubenstraße sollen deshalb zur Fahrradstraße umgestaltet werden. Als Verlängerung der Fahrradstraße wird die Steinstraße bis zum



Abbildung 32: Verortung der Fahrradstraße

Krankenhaus fortgeführt (vgl. Abbildung 32). Alle drei Straßen sollen trotzdem noch für den motorisierten Verkehr, insbesondere für den ÖPNV befahrbar bleiben, allerdings wird durch eine farbige Markierung der Fahrbahn ersichtlich sein, dass Fahrräder vorrangig auf der Straße und in



Abbildung 33: Markierungen der Fahrradstraße

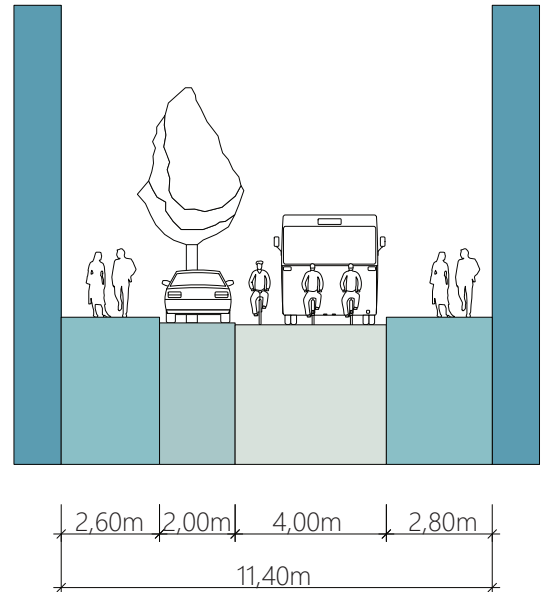


Abbildung 34: Querschnitt Walburger Straße

beide Richtungen fahren dürfen.

Durch die Umgestaltung im Straßenraum werden Nutzungskonflikte auf den Bürgersteigen mit Fußgängern vermieden. Fahrradstraßen fördern zudem den rücksichtsvollen Umgang der Verkehrsteilnehmer miteinander und bewirken außerdem eine Verringerung der Fahrgeschwindigkeit der Autos, welche momentan besonders in der Walburger Straße, trotz Tempo 30 Limit bemängelt wird. Am nördlichen Ende der Stubenstraße sorgt ein Stoppschild für einen sicheren Übergang in den Shared Space am Zollamtsplatz.

Durch die zukünftige Sperrung der Werrabrücke wird sich der motorisierte Individualverkehr langfristig auf den westlichen Bereich der Innenstadt verlagern und damit den MIV in der restlichen Innenstadt, und folglich auch in den drei genannten Straßenabschnitten, reduzieren. Die Umgestaltung zur Fahrradstraße würde dann eine zusätzliche Verringerung des motorisierten Verkehrs bewirken, da die verkehrsräumliche Gestaltung von Fahrradstraßen die Motivation steigert, mit dem Fahrrad, anstatt dem Auto zu fahren (vgl. adfc 2020). Fahrradstraßen sind für Radfahrer sicherer, entspannter und attraktiver, da bei einer zulässigen Höchstgeschwindigkeit von 30km/h und Unterordnung des MIV, der Radverkehr weder ge-

fährdet noch behindert werden darf. Darüber hinaus bringt die Umgestaltung auch Vorteile für die Anwohner der Straßenzüge. Durch den verringerten Anteil des MIVs werden Lärm und Luftschadstoffe reduziert und es wird ein attraktiveres städtebauliches Umfeld geschaffen (vgl. Becker 2019: 333).

Insbesondere die Ladenbesitzer in der Walburger Straße und der Steinstraße können von der Umgestaltung zur Fahrradstraße profitieren. Indem der motorisierte Verkehr langsamer und rücksichtsvoller fährt und die Fahrradfahrer von den Bürgersteigen fernbleiben, wird die Aufenthaltsqualität der Straße zum Einkaufen und Schlendern attraktiver und stärkt damit weitgehend auch die wirtschaftliche Belebung der Innenstadt.

Die Umgestaltung eines Parkplatzes in der Walburger Straße zu Sitzmöglichkeiten kann die Aufenthaltsqualität des Straßenraums zusätzlich verstärken und verdeutlicht, wie öffentlicher Raum in einer vom motorisierten Verkehr entlasteten Innenstadt genutzt werden kann. Die Walburger Straße als Einkaufsstraße soll keinen Charakter als Durchfahrtsstraße haben.

Des Weiteren könnten bei Veranstaltungen auf

dem Marktplatz, wie beispielsweise dem wöchentlichen Markt, während des Veranstaltungszeitraums zusätzliche Parkplätze zu Sitzmöglichkeiten umfunktioniert werden. Dies würde Treffpunkte schaffen und Knotenpunkte zum Verweilen und Austauschen der Bürger schaffen.

Eine Umgestaltung zur Fahrradstraße bringt der Innenstadt Witzenhausens viele Vorteile, sowohl in klimatischen Aspekten als auch in Bezug auf die Aufenthaltsbelebung und der damit verbundenen wirtschaftlichen Belebung der Innenstadt. Die Walburger Straße und Stubensstraße würden weniger als Auto- und Durchfahrtsstraßen dienen, sondern der Straßenraum wieder den Bürgern als Aufenthaltsort zur Verfügung stehen.



Abbildung 35: Umnutzungsmöglichkeiten von Parkplätzen

### Ermschwerder Straße

Durch die Umlegung der alten Werra-Brücke wird am Beginn der Ermschwerder Straße und dem Parkplatz „An der Schlagd“ ein neuer Eingangsbereich für den motorisierten PKW-Verkehr geschaffen. Die Ermschwerder Straße als zentraler Zugangspunkt zur Innenstadt wird zu einer Fußgängerzone umfunktioniert, sodass die hiesige Aufenthaltsqualität gesteigert und belebt wird. Dadurch eröffnen sich in dem Straßenraum neue Gestaltungs- und Nutzungsmöglichkeiten. So können sich Ladenlokale weiter ausbreiten und den öffentlichen Raum gegebenenfalls bespielen. Zudem unterstützt die Umgestaltung in eine Fußgängerzone das Image einer klimafreundlichen Bio-Stadt.



Abbildung 36: Verortung Fußgängerzone

Die Verkehrsführung ändert sich dahingehend, dass am Beginn der Ermschwerder Straße der von der Burgstraße kommende Verkehr zum Parkplatz An der Schlagd abgeleitet wird, ihm die Zufahrt in Fußgängerzone jedoch verwehrt bleibt. Des Weiteren gibt es von der Kirchstraße kommend über die Ermschwerder Straße bis hin zur Kniegasse eine weitere Kreuzung, die durch Pkw's befahren werden darf (Anlieger frei), um den anliegenden motorisierten Verkehr beste-

hend aus den Straßen Am Kirchplatz, Kirchstraße und Mittelburgstraße abzuleiten und auf die Straße „An der Schlagd“ zu führen (vgl. Abbildung 37). Hierbei werden die jeweiligen Zugänge zur Fußgängerzone in der Ermschwerder Straße durch elektronische Poller abgesichert, die nach Bedarf absenkbar sind und somit einen Zugang für Notfälle bieten.

Die einseitige Nutzung durch den Anliegerverkehr in den genannten Straßen und die gleichzeitige Reduzierung des gesamten motorisierten Verkehrs in der Innenstadt, führt zu einer erheblichen Aufwertung der Aufenthaltsqualität in der Fußgängerzone der Ermschwerder Straße.

Vom Parkplatz An der Schlagd in die Ermschwerder Straße kommend bietet die neue Fußgängerzone die Möglichkeit den Straßenzug komplett neu zu erleben. Der neu gewonnene Platz geht nicht weiter an Parkplätze oder Ladezonen verloren. Auch die Abgrenzung der Straße und des Bürgersteigs durch kleine Pfeiler wird überflüssig, sodass ein Gesamteindruck des Raumes entsteht und dieser nicht weiter durch getrennte Wege und Straßen beherrscht wird. Die Gastronomie in der Ermschwerder Straße kann von dem neu gewonnen Straßenraum profitieren und es entsteht Raum für Mobilisierung und Begrünung.



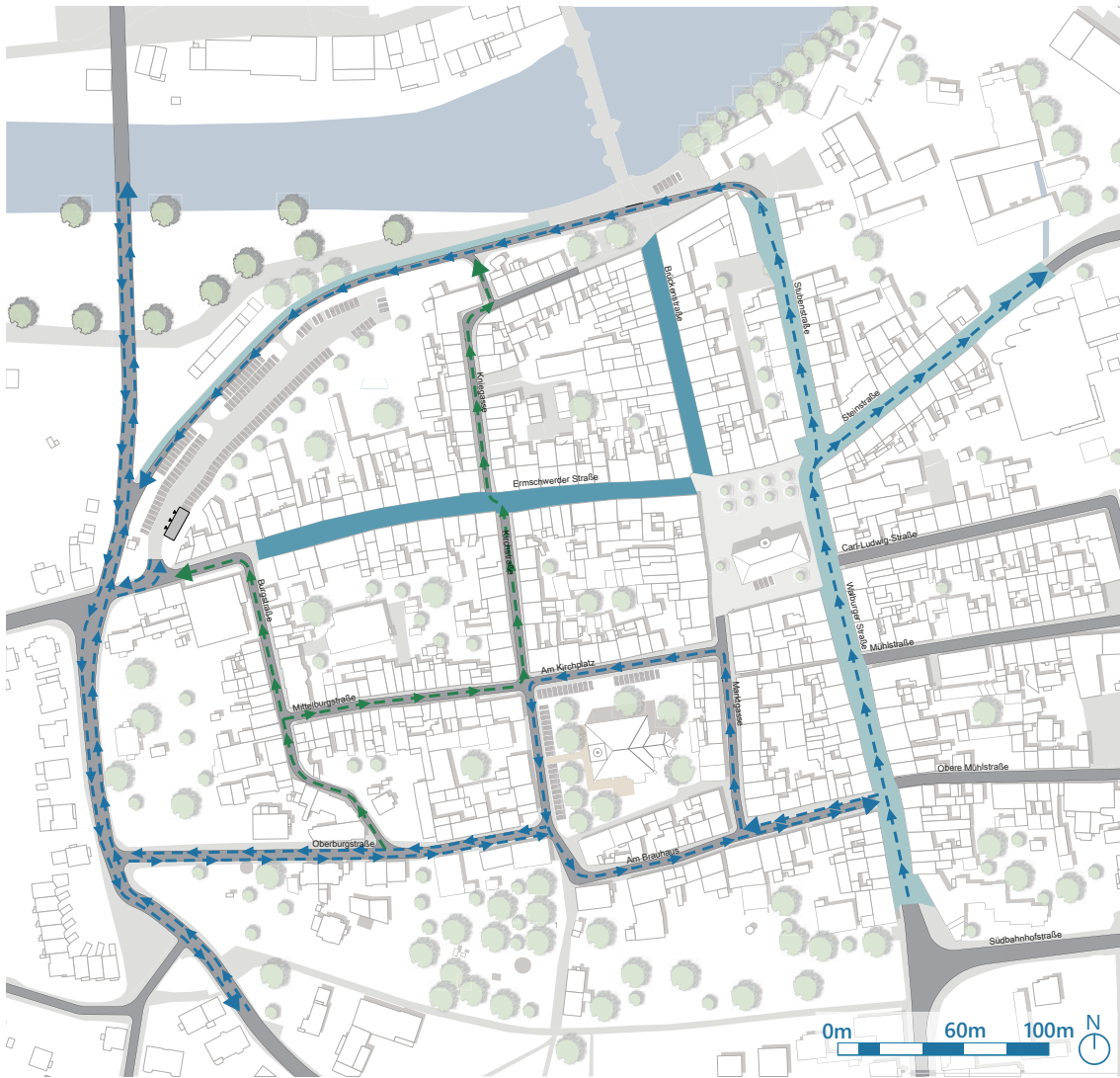


Abbildung 37: Veränderte Verkehrsführung

- |  |  |
|--|--|
| <span style="color: #4682B4;">—</span> Fahrradstraße | <span style="color: #228B22;">- - -</span> Anliegerverkehr |
| <span style="color: #008080;">—</span> Fußgängerzone | <span style="color: #008080;">- - -</span> Verkehrsstrom   |

## MITTELFRISTIGE MASSNAHMEN

### Sharing Mobility

Das Teilen von Ressourcen, Produkten oder Räumen, die Förderung von Kooperationen, Eigeninitiativen und Selbsthilfe sowie die Bindung von Warenverkehr und Dienstleistungen an die Region helfen, nachhaltige Wirtschafts- und Lebensformen aufzubauen. Diese haben wiederum positive Auswirkungen auf die wirtschaftliche und soziale Stabilität. Sharing Economy als Teilbereich der Wirtschaftsförderung 4.0 bedeutet die gemeinsame Nutzung von Ressourcen nach dem Prinzip des Teilens statt Besitzens. Durch die Möglichkeiten des Internets und der Beschleunigung seiner Transaktionen, ist künftig nicht mehr der Besitz von Dingen entscheidend, sondern der Zugang zu ihnen bzw. den von ihnen generierten Leistungen (Wuppertal Institut, 2018). Vor allem im Mobilitätsbereich (Sharing Mobility) dienen Sharing Systeme dazu, Mobilität zu fördern und Alternativen zum Auto sowie Ergänzungen zum ÖPNV zu schaffen.

Durch die Sharing Economy wird die Art zu produzieren, zu konsumieren, zu finanzieren und zu lernen grundsätzlich transformiert. Sharing etabliert einen Gemeinschaftsgedanken und ein wechselseitiges Vertrauen. Aus der Nachhaltigkeitsperspektive dienen Sharing Economy und die Ökonomie des Teilens der Dezentralisierung von Wertschöpfung, der Steigerung von Sozialkapital, Entlastung der Umwelt sowie einer besseren Ausnutzung vorhandener Ressourcen (vgl. Wuppertal Institut 2018). Im E-Bike oder E-Car Sharing bedeutet dies, umweltfreundliche Alternativen zu etablieren und ein Umdenken weg vom eigenen Auto ohne Mobilitätsverlust. Sharing bedeutet keine Einschränkung oder Verzicht, sondern soll als Alternative und Ergänzung dienen und gleichzeitig die Nutzungsintensität maximieren.

In Witzenhausen sollen E-Sharing Möglichkeiten als Beförderungsalternative zur Verfügung gestellt werden. Dabei stehen E-Fahrrad Sharing Angebote im Vordergrund, da diese nachhaltiger

sind, leichter umsetzbar und von mehr Verkehrsteilnehmern genutzt werden können. Jedoch kann die Konzeptualisierung auch auf Carsharing angewendet werden. Im ländlichen Raum ist davon auszugehen, dass zunächst Zweit- und Drittautos durch Carsharing-Nutzung ersetzt werden, im städtischen Raum durchaus auch Erstwagen (vgl. Perschl und Posch 2016: 251). Die Nutzung von Carsharing ist für Berufspendler und andere Personen, die täglich auf ein Auto angewiesen sind, weniger von Vorteil. Ebenso können jene Autobesitzer schwer zu Carsharing motiviert werden, die nicht auf das eigene Auto verzichten, beziehungsweise es teilen wollen (vgl. Perschl und Posch 2016: 250). Aus diesem Gesichtspunkt ist besonders das E-Fahrrad Sharing eine Mobilitätsalternative, da sie nicht in Konkurrenz mit dem eigenen Auto steht. Während beim E-Carsharing das eigene Auto eine konkurrierende und bequemere Alternative wäre, könnte sich das E-Fahrrad gerade für kürzere Strecken und Wege in der Innenstadt etablieren. Zudem schließt es Jugendliche, Menschen ohne Führerschein oder Auto sowie Menschen mit einem umweltfreundlichen Denken ein, welche sich kein eigenes E-Fahrrad leisten können. Die wichtigste Erfolgsbedingung ist jedoch die persönliche Überzeugungskraft der lokalen Akteure und ihr Vermögen, tatkräftige Netzwerke von Kooperationspartnern zu knüpfen, die miteinander die Aufgabe der Carsharing Förderung angehen“ (Loose 2010: 94).

### Umsetzung und Akteure

Beim Sharing Mobility erwirbt der Nutzer ein temporäres Nutzungsrecht auf ein Konsumgut, das nach der Nutzung wieder an den Sharing-Anbieter zurückgeht und anderen Nutzern wieder zur Verfügung steht. Die Geschäftsmodelle können zwischen einem gewerblichen Anbieter und einem privaten Nachfrager, der öffentlichen Hand und einem privaten Nachfrager, zwischen Unternehmen oder auch zwischen privaten Anbietern und Nachfragern errichtet werden (vgl. Scholl et al. 2013). Dabei gibt es

Unterschiede zwischen stationärem („round-trip-carsharing“) und stations-unabhängigem („free-floating-carsharing“) Sharing. Anbieter dieses Geschäftsmodells können eingetragene Vereine oder eine GmbH sein.

Sharing-Anbieter sollten kooperativ mit den örtlichen oder regional vorhandenen Verkehrsunternehmen zusammenarbeiten und gemeinsame Angebote entwickeln, um die Kundenzahl zu erhöhen. Zudem kann so eine optimale Ergänzung an das vorhandene ÖPNV Netz gewährleistet werden. Daraus resultiert eine Win-Win-Situation für beide Kooperationspartner. Verkehrsbetriebe profitieren durch das neue und innovative Image des Carsharing-Anbieters und verzeichnen gleichzeitig eine Kundenbindung für Stammkunden. Sharing-Anbieter profitieren vom großen Kundenkreis des Verkehrsbetriebes und der Nutzung der großen Werbeplattform. Möglichkeiten der Kooperation können gemeinsame Tarifangebote, ein gemeinsamer Vertrieb oder auch gemeinsame Marketingaktivitäten (z.B. Werbung in Haltestellen, Plakate und Faltblätter in ÖPNV-Fahrzeugen) sein. Anders kann eine Kooperation auch von Tochtergesellschaften der Verkehrsunternehmen organisiert werden (vgl. Loose 2010). Die optimierte Form der Kooperation ist ein kombiniertes Mobilpaket der Verkehrsträger. Dabei können unterschiedliche Verkehrsmittel des Umweltverbundes kombiniert und genutzt werden, die alle in einem gemeinsamen Angebot der Verkehrsträger zur Verfügung stehen (Loose, 2010).

Um Sharing Mobility in ländlichen Regionen zu einem Durchbruch zu verhelfen, müssen strategische Kooperationen zwischen Kommunen und Anbietern entstehen (vgl. Loose 2010). Beispiele sind Beratungsangebote zur Nutzung von Sharing Angeboten oder Förderungen zum Ausbau von Bürgerinitiativen. Um dieses Angebot wirtschaftlich tragfähig zu führen, sind strategische Kooperationspartnerschaften sowie ehrenamtlicher Mitarbeiter sehr wichtig (Loose, 2010).

## **Mobility Hub**

Die Sharing Angebote sollen an Mobility Hubs zur Verfügung gestellt und vernetzt werden. Sogenannte Mobility Hubs vereinen Mobilitäts- und Dienstleistungen, die aufeinander abgestimmt werden und tragen zu einer multimodalen Mobilität bei. Sie stellen Knotenpunkte dar, an denen der Umstieg auf andere Verkehrsmittel ermöglicht wird. Bestehende Knotenpunkte, wie z.B. Bahnhöfe eignen sich ideal zur Umsetzung, da sie als Ankunfts- bzw. Ausgangspunkt die Umgebung vernetzen. Die Mobility Hubs in Witzenhausen vereinen Ladeinfrastruktur für E-Mobilität, abschließbare und offene (E-)Fahrradstellplätze, sowie Sharing Angebote für E-Fahrräder und (E-)Lastenräder (ggf. Carsharing Möglichkeiten). Dadurch werden die Ankunftsorte in die Witzenhäuser Innenstadt durch zusätzliche Mobilitätslösungen gestärkt und gleichzeitig Begegnungsorte geschaffen. Dafür werden zwei Mobility Hubs an die Innenstadt grenzend angelegt – am Parkplatz An der Schlagd und am Zollamtsplatz.

Die Schaffung von Ladeinfrastruktur fördert den Einsatz von Elektrofahrzeugen, welcher insbesondere in ländlichen Regionen, aufgrund eines geringeren Angebots des öffentlichen Verkehrs, zu einer wesentlichen Reduzierung der CO<sub>2</sub>-Emissionen beiträgt. So zeigt zum Beispiel die Gemeinde Gaubitsch in Niederösterreich, dass pro elektrischem Fahrzeug fast zwei Tonnen CO<sub>2</sub>- Emissionen im Jahr eingespart werden können (vgl. VCÖ 2018: 19). Bei einer lokalen Produktion von Energie wären eine maximale regionale Wertschöpfung und geringe Emissionen garantiert.

(E-)Lastenräder als klimafreundliche und für jeden zugängliche Alternative für den Transport leichter Waren. Potenzielle Einsatzgebiete für Lastenräder sind Lieferbetriebe, Dienstleistungsbetriebe (z.B. Eisgeschäft) und kommunale Dienstleistungen (z.B. Straßenreinigung). Aber auch Privatpersonen mit und ohne eigenem Auto können durch Lastenräder kostengünstig Einkaufs- und Transportwege zu-



rücklegen, sodass Einkäufe oder Lieferungen bequem von A nach B transportiert werden. Es fördert nachhaltige Mobilität, erweitert ÖPNV und inkludiert Jugendliche, sowie Personen ohne eigenes Auto. (vgl. AGFS 2015)

#### **Mobility Hub „Zollamtsplatz“**

- 5 Ladestationen für E-Fahrrad in abschließbarer Box
- min. 30 andere Stellplätze und min.
- 5 E-Fahrrad Ladestationen (als Sharing Möglichkeiten)
- insgesamt 7 PKW Parkplätze (für Anlieger) einschließlich E-Ladestationen

#### **Mobility Hub „An der Schlagd“**

- Erweiterung Parkplätze
- 4 Ladestationen für E-Autos (als Sharing Möglichkeiten)
- 10 E-Fahrradstellplätze inkl. Ladestation
- sowie 5 (E-)Lastenräder in abschließbarer Box

Zur Förderung von Elektromobilität hat die Bundesregierung Förderrichtlinien für die Anschaffung von Elektroautos und dem Aufbau von Ladeinfrastruktur erlassen (vgl. BMVI 2020). Dadurch wurden beispielsweise in Hamburg 12 Mobility Hubs gefördert (vgl. IBA Hamburg 2019). Zudem gibt es vor allem für den Ausbau von (E-)Radinfrastruktur und (E-)Lastenräder zahlreiche Förderungsmaßnahmen wie das Sofortprogramm Saubere Luft, den Nationalen Radverkehrsplan und die Förderinitiative Elektromobility+. Förderprogramme sowie Anwendungsbereiche werden abschließend in Abbildung 48 dargestellt.

## **BEST PRACTICES**

### **Mobility Sharing Wirtschaftsförderung 4.0 Bicing**

Fahrräder machen einen großen und bedeutenden Teil des Verkehrssystems von Barcelona aus. Um den Radverkehr weiter zu fördern, startete die Stadtverwaltung am 22. März 2007 das Fahr-

rad-Sharing-System „El Bicing“, um zum Klimaschutz beizutragen, lokale Emissionen und Staus zu senken. Das Stadt-Bike-System wird von den Einwohnern Barcelonas (nicht für Touristen errichtet) genutzt und ist als öffentliches Verkehrsmittel als Alternative zum privaten Pkw vorgesehen und erhöht damit die lokale Resilienz.

Bicing entstand als Ergebnis einer Ausschreibung der Stadtverwaltung in Barcelona, entstand eine Partnerschaft mit Clear Channel Outdoor Holdings Inc. (CCOH). Um das Angebot nutzen zu können, müssen Kunden eine Jahresmitgliedschaft abschließen. Anschließend können Fahrräder an den über 420 Station ausgeliehen und wieder abgestellt werden. Bicing wird sowohl über Mitgliedsbeiträge als auch über die Einnahmen des Green-Area-Parking-Systems finanziert (vgl. Wuppertal Institut 2017: 26).

### **Stadteilauto Münster**

Stadteilauto geht auf den Verein Verkehrswende e.V. zurück, der 1991 gegründet wurde. Damals wollte man aufzeigen, dass individuelle Mobilität nicht unbedingt ein privates Auto benötigt, sondern man die meisten Fahrten ohne Pkw vornehmen kann und für die verbleibende Pkw-Mobilität ein geteiltes Auto reicht. Stadteilauto bietet CarSharing für Privat- und Geschäftskunden an. Es sind etwa 1750 Personen Mitglied und 3500 Personen fahrberechtigt. Eine Mitgliedschaft beinhaltet Aufnahmegebühren und Sicherheitsleistungen. Im Januar 2014 bestand der Fahrzeugpool aus 165 Fahrzeugen mit ca. 20 verschiedenen Fahrzeugtypen bei 40 Stationen in und um Münster. (vgl. Wuppertal Institut 2017: 19).



Abbildung 38: Mobility Hub Zollamtsplatz

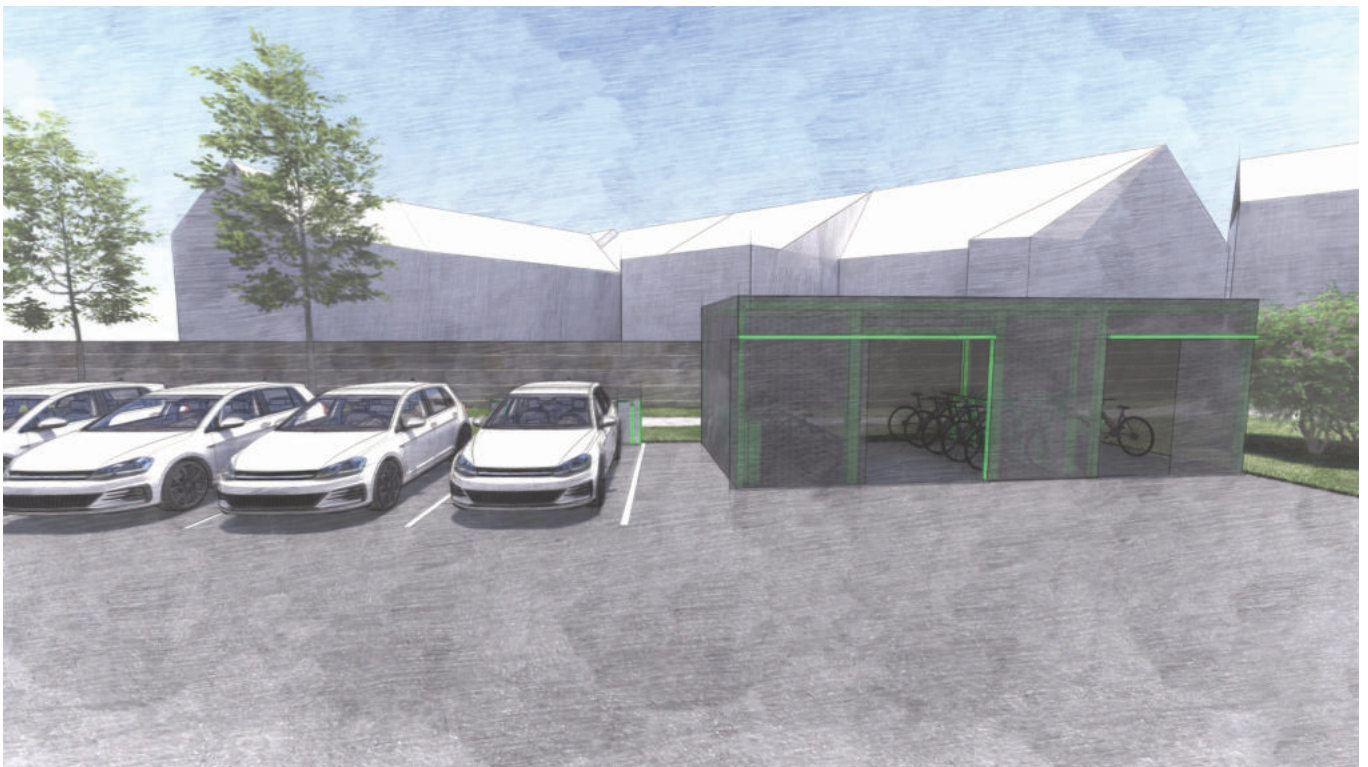


Abbildung 39: Mobility Hub Ermschwerder Straße

### Lastenräder

Im Forum Freie Lastenräder werden zahlreiche Initiativen in Städten aufgezählt, welche kostenlose Lastenräder in Stadtteilen zur Verfügung stellen. 2013 startete die Initiative KASIMIR in Köln, mittlerweile hat sich das Konzept in 85 Standorten in Deutschland erweitert. Sie stehen für die Idee der Gemeingüter, kostenfreie und nachbarschaftliche Nutzung. Die Ausleihe erfolgt in Cafés, Bürgerzentren, Privatpersonen und sozialen Einrichtungen. Das Handbuch zur Implementierung freier Lastenräder wird online zur Verfügung gestellt. (vgl. Dein-Lastenrad 2020)

### E-Carsharing

„MühlFerdl“

Ein auf lokaler Ebene begonnenes Projekt, welches nun gemeindeübergreifend E-Carsharing, mit aus der Region gewonnener Energie, betreibt. Begonnen hat alles auf lokaler Ebene – Gemeinden oder Vereine im Mühlviertel nutzten Elektroautos, die durch Bedienstete oder Mitglieder der Initiativen angeschafft wurden. Mittlerweile befinden sich an 16 Standorten Elektrofahrzeuge zur gemeinsamen Nutzung für alle Mitglieder. Mitglieder zahlen 360 Euro jährlich und fahren 52 Stunden E-Auto frei, für jede weitere Stunde werden 3,90 Euro berechnet. Jedes Mitglied von „MühlFerdl“ kann jedes Auto nutzen, unabhängig davon in welcher Gemeinde es steht und muss an einen fixen Standort wieder zurückgegeben werden. Die meisten Mitglieder nutzen die Elektroautos als Zweitwagen.

Das Projekt wird durch die Mitgliedsbeiträge, EU-Förderungen und Sponsoren finanziert, sowie die Linz AG, die Erfahrungen mit der Nutzung und dem Betrieb von Elektroautos sammeln will. (vgl. ORF 2017)

### E-Wald

Das Projekt startete 2013 im Bayerischen Wald und umfasst mittlerweile 200 Elektroautos und rund 4000 Kunden. Zudem wurden touristische Anreize geschaffen, um während des Urlaubs im Bayerischen Wald das Elektroauto zu fahren. Es

werden ein dichtes Ladesäulennetz und große Fuhrparks angeboten. E-Wald ist Deutschlands größter Systemanbieter für Elektromobilität und Ladeinfrastruktur und kooperiert in ganz Deutschland mit Kommunen und Stadtwerken zur Einführung, Weiterentwicklung und Förderung von Elektromobilität. (vgl. E-Wald 2017)

### Innenstadt Logistik

Durch die Ausweitung der Fußgängerzone in der Ermschwerder Straße kann die Aufenthaltsqualität der Straße gestärkt werden und damit einhergehend eine zunehmende wirtschaftliche Belebung der Einkaufsstraße erzielt werden. Indem sie zum größten Teil bis zur Einmündung der Burgstraße für den motorisierten Verkehr gesperrt wird, können Konfliktsituationen bei der Nutzung des Straßenraums zwischen dem motorisierten Verkehr und den Fußgängern vermieden werden. Zusätzlich reduzieren sich der Lärm und die CO<sub>2</sub>-Emissionen durch ein niedrigeres Verkehrsaufkommen.

Im Falle der Logistik bedeutet das eine räumliche Verlagerung der Warenströme. Zentrale Logistikzentren - sogenannte City Hubs - bieten hierfür eine gute Möglichkeit.



Abbildung 40: Verortung City Hub



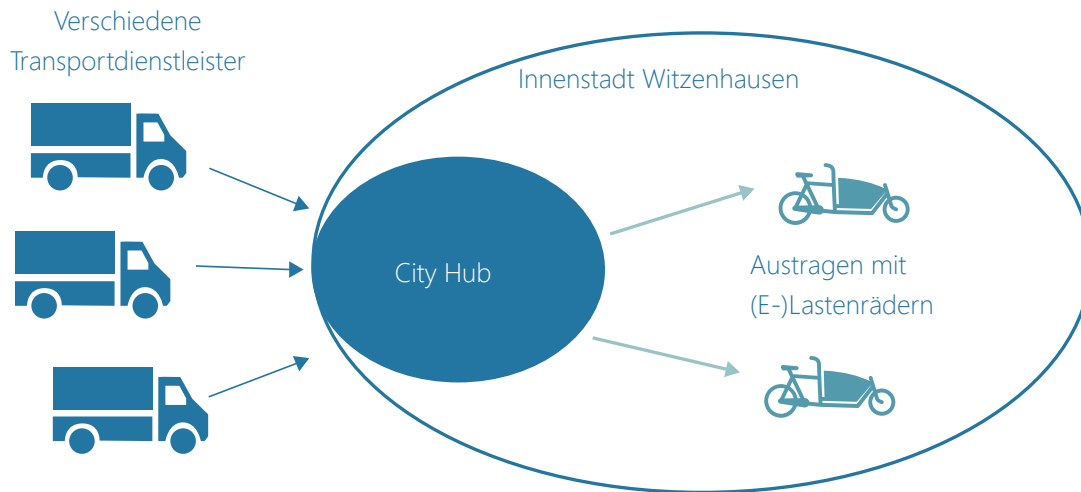


Abbildung 41: Funktionsweise City Hub

**City Hubs** sind Depots in der Nähe des Stadtzentrums, an denen Warenströme verschiedener Transportdienstleister gesammelt und gelagert werden. Die ankommenden Lieferungen können hier entsprechend der Zieladresse touren-optimiert gebündelt und sortiert werden. Folglich können von diesen Zentren aus die Zielgebiete mit weniger Fahrzeugen befahren werden. Die Auslieferung erfolgt anschließend durch einen neutralen Transportdienstleister. City Hubs bewirken auf diese Weise eine Reduzierung der Transportfahrten in der Innenstadt und damit verbunden sowohl eine Reduktion der Fahrzeuge als auch der Kilometerleistung (vgl. Wolpert 2013: 19).

Das Einrichten eines City Hubs in der Witzzenhäuser Innenstadt bewirkt eine Entlastung des Innenstadtbereichs von Lieferfahrzeugen, die nicht nur die Geschäfte, sondern auch die Privathaushalte in der Straße beliefern, beitragen. Anlieferungsverkehr der Geschäfte ist nur in einem begrenzten Zeitfenster von 05:00 Uhr bis 10:00 Uhr morgens freigegeben. Nach 10:00 Uhr darf die Innenstadt nur noch mit (E-)Lastenrädern aus dem City Hub beliefert werden.

Der City Hub fungiert somit als zentrale Anlieferungsstelle des gesamten Innenstadtbereichs. Alle Bewohner- und Einzelhändler lassen ihre Ware dorthin liefern und sie dann entweder selbstständig abholen, oder es wird seitens der

Stadt eine Stelle geschaffen, um die Auslieferung der Pakete auf der letzten Meile (vgl. Wolpert 2013:19) zum Zielort durch einen neutralen Dienstleister zu gewährleisten (hier bietet sich eine ortsansässige Spedition für die Feinverteilung an). Auf dem gegenüberliegenden Mobility Hub am Parkplatz An der Schlagd werden (E-)Lastenräder zur Verfügung gestellt, die zum Abholen und/ oder Austragen der angelieferten Ware geliehen werden können.

Im umgekehrten Fall können Lieferungen von Einzelhändlern oder Privatpersonen auch mit den Lastenrädern zum City Hub transportiert werden und dort zum weiteren Versand abgegeben werden. Um bei der heutigen Konkurrenz durch den Onlinehandel mithalten zu können, ist es für die lokalen Geschäfte empfehlenswert, einen Versandhandel anzubieten und insbesondere Personen zu integrieren, die auf Lieferungen angewiesen sind (vgl. PWC 2017: 8-9). Auch hier würden die (E-)Lastenräder für den Transport auf dem Parkplatz An der Schlagd zur Verfügung stehen.

Die Leerstände am Eingang der Ermschwerder Straße (Hausnummern 41 und 47) bieten von ihrem Standort her eine gute Möglichkeit zur Umgestaltung zu einem solchen City Hub. Hier könnte Raum als Lagefläche und zur Konsolidierung der gelieferten Waren umfunktioniert werden.

## Umsetzung und Akteure

Um das tatsächliche Lieferaufkommen in der Ermschwerder Straße und der Innenstadt Witzenhausens zu erfassen und abschätzen zu können, ob sich die Einrichtung eines City Hubs rentiert, sollte zunächst durch einen externen Dienstleister oder ein Fachbüro eine Analyse des Lieferverkehrsaufkommen in der Innenstadt durchgeführt werden und geprüft werden, wie die Anlieferungsstrukturen aktuell aufgebaut sind.

Mit den interessierten Speditionen, welche während der Sperrzeiten ihre Lieferung im City Hub abliefern wollen, müssen ausführliche Gespräche geführt werden und es muss geklärt werden, inwiefern Interesse an der Umsetzung eines City Hubs besteht und ob der Standortvorschlag interessant ist. Dieser muss den entsprechenden Anforderungen in Bezug auf die Größe, Miete, Erreichbarkeit etc. gerecht werden. Die Ansprache von Immobilieneigentümern geschieht vorzugsweise im engen Austausch mit dem Stadtplanungsamt, der Wirtschaftsförderung oder auch engagierten Projektentwicklern vor Ort.

Gleichzeitig ist es von großer Bedeutung, die Akzeptanz wesentlicher lokaler Akteure und Interessensgruppen im städtischen Raum frühzeitig zu sichern, um zusätzliche Anforderungen an die zukunftsorientierte Innenstadtlogistik zu erfassen. Bei der Gestaltung des Betreibermodells ist es empfehlenswert, einen neutralen Dienstleister als „Sammel- und Verteilspediteur“ einzusetzen, der zwischen KEP-Dienstleistern (Kurier-Express-Paket-Dienste) und dem Immobilieneigentümer agiert. Hierzu sollte frühzeitig ein Dialog zwischen Initiatoren sowie möglichen lokalen Betreibern stattfinden. Zuletzt steht die vertragliche Ausgestaltung des Betreibers, der Abschluss des Mietvertrags sowie die Planung eventueller baulicher Maßnahmen an. Zusätzlich finden Verhandlungen und Feinabstimmungen mit den Speditionen statt (vgl. IHK Mittlerer Niederrhein 2019: 49-52).

Einen detaillierten Ablauf für die Entwicklung solcher logistischen Verteilzentren hat die IHK Mittlerer Niederrhein am Beispiel der Kommunen

Krefeld, Mönchengladbach und Neuss in einer Studie erstellt. Vom Fraunhofer Institut für integrierte Schaltung (IIS) ist ebenfalls eine Studie veröffentlicht worden, in der detaillierte Profile von 46 europäischen City-Logistik-Projekten dargestellt sind. Von den 42 Projekten, bei denen dabei eine Konsolidierung der Ware stattfand, wurde bei 41 Prozent ein City Hub für die Durchführung eingerichtet (vgl. Wolpert 2013: 54). In der Studie werden jeweils die Akteure, Ziele und Maßnahmen der Logistik-Projekte vorgestellt.

Mit der Ergänzung der innerstädtischen Logistik durch einen City Hub werden Ziele unterstützt, die für die Entwicklung der Innenstadt wichtig sind. Durch die Ausweitung der Fußgängerzone wird die Ermschwerder Straße in ihrer Aufenthaltsqualität für Fuß- und Radverkehr aufgewertet. Dies impliziert auch eine wirtschaftliche Belebung des Einzelhandels. Außerdem kann durch die Einrichtung eines City Hubs ein zentral gelegener Leerstand neue Funktion erlangen. Das Austragen durch (E-)Lastenräder ist umweltfreundlicher als die Feinverteilung durch den herkömmlichen motorisierten Verkehr und zudem werden Transportfahrten durch das vorherige Sortieren im City Hub reduziert. Damit ist die zukunftsorientierte Innenstadtlogistik klimafreundlich und trägt letztlich durch das gemeinsame Nutzen der (E-)Lastenräder zum Sharing Ansatz der Wirtschaftsförderung 4.0 bei. Es generiert ein Umdenken der Bevölkerung hinsichtlich gemeinsam genutzter Logistik und Lagerflächen sowie Entschleunigung und Unabhängigkeit vom Auto. Des Weiteren können neu gewonnene Räume innerhalb der Geschäfte durch die Erweiterung der Lagerräume umgenutzt werden.

Im Rahmen des Förderprogramms für städtische Logistik werden vom Bund Ausgaben zur Errichtung lokaler Depots gefördert, wie beispielsweise Ausgaben für die erforderliche Umbaumaßnahmen von Gebäuden, Ausgaben für erforderliche Sanitäranlagen und Sicherheits-

ausstattungen (wie Absperrvorrichtungen), Ausgaben für die Errichtung anbieterübergreifender Ladezonen außerhalb des öffentlichen Straßenraums (z.B. erforderliche Baumaßnahmen, wie die Aufstellung von Pollern oder die Einlassung von LED-Lichtern) und darüber hinaus Ausgaben für die Durchführung einer Evaluierung der geförderten Einzelvorhaben und Ausgaben für die Beauftragung externer Expertinnen und Experten (vgl. BAV 2020). Weitere Fördermöglichkeiten werden abschließend in Abbildung 48 veranschaulicht.



## LANGFRISTIGE MASSNAHMEN

### Umgestaltung Zollamtsplatz

Der Zollamtsplatz ist aktuell mit seiner Unterführung für Radfahrer und Fußgänger und einem hoch frequentierten PKW Verkehr ein sehr unübersichtlicher und nicht wirklich erkennbarer Platz. Somit besteht am Zollamtsplatz weder Aufenthaltsqualität, noch lädt er dazu ein, die Innenstadt zu betreten.



Abbildung 42: Verortung Zollamtsplatz

Ankommende Fahrradfahrer werden durch die Unterführung vorbeigeleitet und Fußgänger müssen ebenfalls umständlich unter dem Platz entlanggeführt werden. Durch die Schließung der Werra-Brücke entsteht jedoch eine Möglichkeit dem Platz ein komplett neues Design aufzuerlegen. Dieses soll durch eine veränderte Verkehrsraumgestaltungen Fuß-, Rad- und Autoverkehr auf einem lebendigen Platz zusammenbringen. Das Konzept Shared Space ist dafür eine gute Möglichkeit, da sich vielfältige Nutzungsansprüche an den Straßenraum besser vereinen lassen. Shared Space dient der Verkehrsberuhigung durch eine andersartige Verkehrsraumgestaltung, die auf der Gleichberechtigung aller Verkehrsteilnehmer und gegenseitiger Rücksichtnahme beruht.

Eine weitere Maßnahme ist die Aufschüttung und die Verdichtung der Unterführung, da die-

se von vielen Witzenhäusern als „schwierig“ betitelt wurde. Fahrradfahrer gefährden häufig ungebremsst und mit hoher Geschwindigkeit die Fußgänger. Zudem fahren Fahrradfahrer durch die Unterführung einfach an Witzenhausens Innenstadt vorbei.

Der Platz mit seiner jetzigen Verkehrsführung hat keinerlei Aufenthaltsqualität oder Einladungscharakter. Durch die Gleichberechtigung aller Verkehrsteilnehmer und der Schaffung eines einheitlichen und lebendigen Platzes, wird der Zollamtsplatz in seiner Funktion als neue Eingangssituation für den nicht motorisierten Verkehr in die Innenstadt Witzenhausens gerecht. Besonders für den Fahrradverkehr wird ein kleiner Mobility Hub mit abschließbaren E-Fahrrad Ladestationen sowie circa 30 weiteren Fahrradständen geschaffen. Dies fördert die Einbindung Witzenhausens an den Werratal- Radweg. Der kleine Parkplatz mit insgesamt 7 Stellplätzen bleibt erhalten. Hier wird es neben möglichen Ladestationen für E-Autos auch Parkmöglichkeiten für Anlieger geben.



Abbildung 43: Ausschnitt Zollamtsplatz

## Parkplatzerweiterung „An der Schlagd“



Abbildung 44: Verortung Parkplatzerweiterung

Durch die Schließung der alten Werra-Brücke für den motorisierten Verkehr wird eine Umgestaltung der Straße An der Schlagd ermöglicht, da diese stark vom Verkehr entlastet wird. Die Straße wird von einer Bundesstraße zu einer Stadtstraße heruntergestuft (vgl. Stadt Witzzenhausen 2017: 58) und zu einer Einbahnstraße umgebaut, da kein gegenläufiger Verkehr mehr entsteht. Lediglich der Verkehr aus der Walburger Straße/ Stubenstraße, sowie aus der Kniegasse verlaufen noch über den Zollamtsplatz und An der Schlagd entlang (vgl. Abbildung 37). Durch die Entstehung der Einbahnstraße vom Zollamtsplatz Richtung Ermschwerder Straße wird der gewonnene Fahrstreifen zu einer beidseitig befahrbaren Fahrradstraße umgestaltet. Die Mündung der geplanten neuen Werra-Brücke in die Ermschwerder Straße generieren den Eingangspunkt für den MIV. Der Parkplatz erfährt eine großzügige Umgestaltung von der Schaffung eines Mobility Hubs bis zur Erweiterung durch einen neuen Parkstreifen an der entstandenen Einbahnstraße (vgl. Abbildung 45). Insgesamt kommen 22 neue Parkplätze hinzu, die allesamt über die Einbahnstraße erreichbar sind. Die Ein- und Ausfahrmöglichkeiten bleiben weitestgehend gleich und sorgen für eine strukturierte Verkehrsführung innerhalb des Parkplat-

zes. Am Eingangspunkt des Parkplatzes, wird ein Mobility Hub errichtet, der Park- und Lademöglichkeiten für Elektrofahr- und Lastenräder enthält, welche in Boxen geparkt und somit sicher abgestellt werden können. Außerdem besteht hier die Möglichkeit sich Lastenräder zu leihen, mit denen man Einkäufe tätigen kann oder die erwarteten Lieferungen vom City Hub bis zu seinem Geschäft oder zu seiner Wohnung zu bringen. Des Weiteren werden vier neue Parkplätze für Elektroautos generiert, die von der Lage direkt an die Fahrradboxen anschließen.

Die Anwohnerparkplätze, welche der Ermschwerder Straße durch die Umgestaltung in eine Fußgängerzone entfallen, können auf dem Parkplatz An der Schlagd neu erschlossen werden. Die restlichen Parkplätze werden weiterhin mit Parkscheinautomaten versehen. Der Parkplatz bietet durch die Umgestaltung und die Erweiterung nach der neuen Planung nun in etwa 122 Stellplätze, darunter 4 Stellplätze für Elektrofahrzeuge an.

Somit greift der Parkplatz nicht nur die entfallenen Parkplätze der Ermschwerder Straße auf, er bündelt nun den ruhenden Verkehr und sorgt dafür, dass dieser außerhalb der Innenstadt bleibt. Der erweiterte Parkplatz samt Mobility Hub bildet den Ankunftsort für motorisierten (E-)Verkehr in Witzzenhausen. Die Gestaltung mit einem hohen Anteil an Rasenflächen und Baumbestand und der unmittelbaren Entfernung zur Werra und dem Werratal Radweg sorgt für eine, trotz der hohen Anzahl an Stellplätzen, optimale und idyllische Eingliederung in der Stadtbild.



Abbildung 45: Detailansicht „An der Schlagd“

- Neue Parkplätze
- Fahrradstreifen
- Neue Verkehrsführung



Abbildung 46: Perspektive „An der Schlagd“



## PARKPLATZBILANZ

Die Transformation in eine Fahrradstadt ermöglicht es, nach und nach Parkplätze für den motorisierten Verkehr umzunutzen. Die Möglichkeiten sind vielfältig und reichen dabei von der Umnutzung zu Parkplätzen für Elektroautos, Fahrräder, E-Bikes oder spezieller Fahrräder bis hin zur Erhöhung der Aufenthaltsqualität in Form von mehr Grünflächen im Straßenraum oder durch Sitzmöglichkeiten in der Innenstadt. Diese Transformation sollte jedoch langsam und kontinuierlich stattfinden, sodass sich Kunden aus dem Umland anpassen können, neue Mobilitätsformen kennen zu lernen und die Wirtschaft in Witzenhausen nicht von der Entwicklung beeinträchtigt wird.

Mit dem Umbau der Ermschwerder Straße in eine Fußgängerzone werden die dortigen 15 Parkplätze am Straßenrand einer anderen Nutzung zugeführt. Damit Bewohner und Arbeitnehmer der Geschäfte in der Ermschwerder Straße ihre Parkplätze nicht verlieren, werden auf dem Parkplatz An der Schlagd 15 Anliegerparkplätze ausgewiesen. Darüber hinaus wird der Parkplatz an der Straßenseite der Schlagd mit 22 Stellflächen erweitert. Diese Erweiterung an der Stelle ist notwendig, um den ankommenden motorisierten Verkehr zentral aufnehmen zu können. Aufgrund dessen wird die Innenstadt weiter entlastet. Insbesondere die Nebenstraßen profitieren von diesem Schritt.

Mittelfristig und mit fortschreitendem Wandel zu einer Fahrradstadt wird die Multi- und Intermodalität in Witzenhausen gefördert. Dazu werden an der zentralen Anlaufstelle für den ruhenden Verkehr sechs Parkplätze zu einem Mobility Hub umgebaut. Daraus resultieren 20 Abstellmöglichkeiten für Fahrräder, zehn Ladestationen für E-Bikes und für E-Autos. Damit sollen Radfahrer in Zukunft auch für einen längeren Aufenthalt in der Stadt ihre Fahrräder sicher vor Diebstahl und den Witterungsbedingungen abstellen können. Gleichzeitig entsteht hier mit der nahegelegenen Bushaltestelle ein wichtiger Knotenpunkt für intermodale Mobili-

tät, in der die Menschen schnell zwischen öffentlichem Personennahverkehr, dem Fahrrad und dem Auto wechseln können. Zusätzlich finden sich hier Car- und Bike-Sharing Angebote. Außerdem können 10 Lastenräder ausgeliehen werden, welche in Verbindung mit dem nahegelegenen City Hub den emissionsfreien Transport von Lieferwaren vereinfachen sollen. Im Zuge der Realisierung einer Grünverbindung durch Witzenhausen werden acht Parkplätze in der Steinstraße und sechs Parkplätze an der Liebfrauenkirche entfernt.

Mit dem Bau der neuen Werra-Brücke und dem Umbau des Zollamtsplatz als zentraler Ankunftsort für den nichtmotorisierten Verkehr und dem Errichten eines kleineren Mobility Hubs werden hier 15 Fahrradparkplätze geschaffen. Zusätzlich entstehen 10 Ladestationen für E-Bikes und fünf Stellplätze für Lastenräder, die ausgeliehen werden können. Dadurch profitieren vor allem Studierende aus dem nahegelegenen Wohnheim und dem Campus sowie Reisende auf dem Werratal-Radweg von der verbesserten Fahrradinfrastruktur.

Langfristig hat das Fahrrad das Auto als bevorzugtes Fortbewegungsmittel in der Stadt abgelöst. Durch die fahrradfreundliche Gestaltung der Innenstadt sollen Anreize geschaffen werden, um die Motivation in der Bevölkerung zu steigern, auf das Fahrrad umzusteigen. Darüber hinaus können viele der Parkplätze umgenutzt werden und bieten Potential, durch Sitzmöglichkeiten oder Straßengrün, die Aufenthaltsqualität in der Witzenhäuser Innenstadt zu steigern.

Durch die Umbaumaßnahmen werden insgesamt 35 Fahrradparkplätze geschaffen, 20 Ladestationen für E-Bikes, 15 Lastenräder können ausgeliehen werden und 10 Ladestationen für E-Autos fördern die Elektromobilität in Witzenhausen. Dem gegenüber stehen nur 15 entfernte Parkplätze für den MIV.

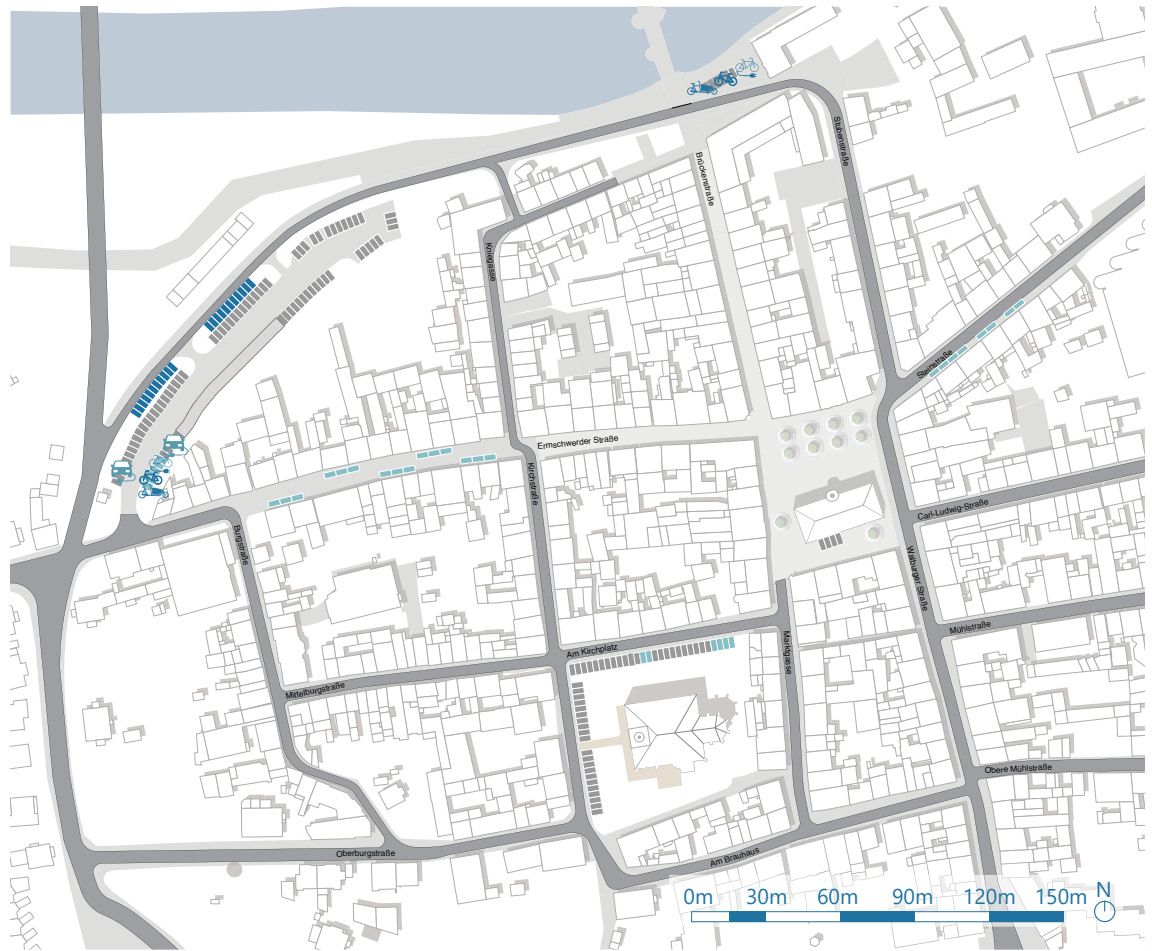


Abbildung 47: Parkplatzbilanz

- |   |                        |   |                      |
|---|------------------------|---|----------------------|
|  | Bestehende Parkplätze  |  | Fahrradparkplätze    |
|  | Anwohnerparkplätze     |  | E-Bike-Ladestationen |
|  | Neue Parkplätze        |  | Lastenradparkplätze  |
|  | Wegfallende Parkplätze |  | E-Ladestationen      |

## FÖRDERUNGSMÖGLICHKEITEN

In der folgenden Abbildung 20 sind verschiedene Förderprogramme zusammenfassend dargestellt, welche die Umsetzung der vorgestellten Maßnahmen im Bereich Mobilität unterstützen. Der Fokus aller Förderprogramme liegt dabei auf der Förderung klimafreundlicher Verkehrsmittel. Finanzielle Mittel für die Umsetzung können sowohl vom Bund als auch vom Land Hessen erworben werden. Darüber hinaus unterstützen einige Initiativen, wie beispielsweise die „Initiative Freie Lastenräder“ die Bereitstellung von Lastenrädern.

Neben lokalen Akteuren ist die Finanzierung von großer Bedeutung für die erfolgreiche Umsetzung eines klimafreundlichen und integrierten

Mobilitätskonzeptes für die Innenstadt Witzenhausens.

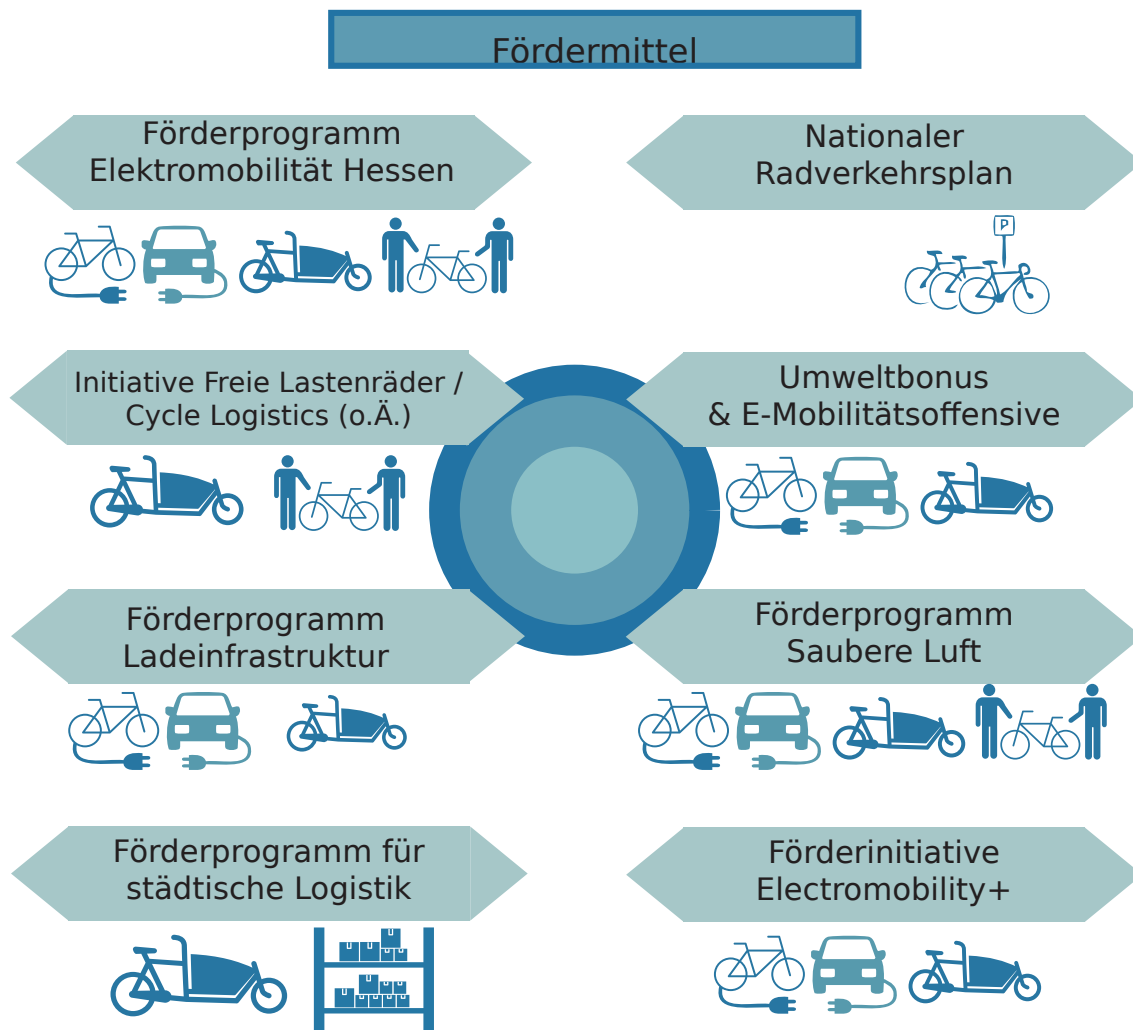


Abbildung 48: Fördermöglichkeiten



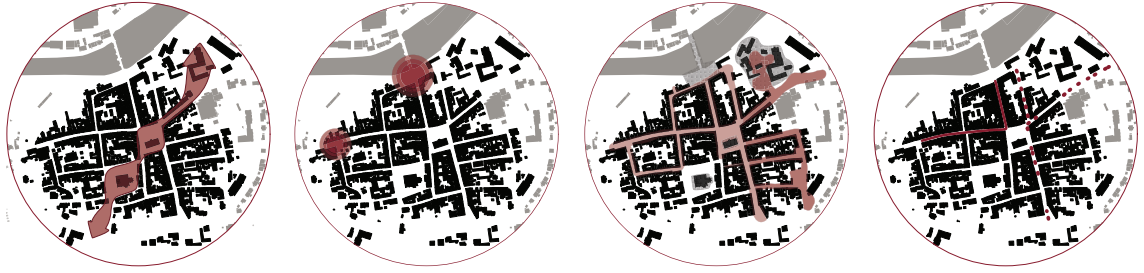


Abbildung 49: Handlungsfelder

## 6.1.2 STRASSENRAUMGESTALTUNG

### EINLEITUNG

Zur Erreichung des Ziels der Belebung der Innenstadt Witzenhausens liegt ein Hauptaugenmerk auf der Steigerung und Verbesserung der Aufenthaltsqualität in der gesamten Innenstadt. Durch die Umwidmung von Straßenzügen und die Neuorganisation der Verkehrsführung können Räume neu genutzt werden und zum Verweilen einladen.

Insbesondere die Fußgängerzone der Kernstadt weist Handlungsbedarf hinsichtlich ihrer Gestaltung auf. Vor allem das in einigen Straßenräumen fehlende, schlüssige und identitätsstiftende Gesamtbild der Kernstadt Witzenhausens rückt dabei in den Fokus. Es ist folglich wichtig an diesen Schwächen zu arbeiten, denn durch ein verbessertes Stadtbild kann nicht nur die Zufriedenheit der Bürger Witzenhausens gesteigert, sondern es könnten im Zuge dessen vor allem neue Firmen oder Start-up Unternehmer nach Witzenhausen gelockt und hier gebunden werden. Insofern besteht das Ziel darin, für die Stadt- und Platzräume der Kernstadt harmonische sowie einheitliche und zukunftsfähige Gestaltungslösungen zu finden, diese aber in ihrer Funktionalität nicht einzuschränken.

Die Zufriedenheit und das Wohlbefinden der Bürger und Touristen in der Stadt, sowie der Gewinn neuer Firmen oder Unternehmen ist außerdem ein wichtiger Aspekt der lokalen Ökonomie in Witzenhausen. Für die lokale Ökonomie ist der Aufenthalt der Menschen in der In-

nenstadt eine wichtige Voraussetzung, wohingegen die Innenstadt dahingehend zuerst für den Menschen Attraktivität und Aufenthaltsqualität bieten muss.

Witzenhausen bietet gute Voraussetzungen, um die lokale Ökonomie in der Innenstadt zu festigen. Dafür bedarf es nicht zuletzt einer Steigerung der Aufenthaltsqualität. In Anbetracht dessen ist zu empfehlen, in der Kernstadt verschiedene Maßnahmen durchzuführen, denen im Zuge der Straßenraumgestaltung vier Handlungsfelder zugeordnet und wie folgt konzipiert werden: die Gestaltung der Straßen (Brückenstraße, Ermschwerder Straße, Walburger Straße, Stubenstraße), die Anlegung eines Grünzugs durch die Kernstadt (Steinstraße, Kirchplatz und Eulenturm), die Gestaltung der Eingänge (Zollamtsplatz, Ermschwerder Straße, Werrabrücke) sowie die Konzeption der Beleuchtung (stadtbildprägende Gebäude, östlicher und westlicher Innenstadtbereich).

Für diese verschiedenen Handlungsfelder wurde ein Baukasten erstellt, dessen Elemente in den Straßenräumen der Innenstadt Witzenhausens integriert werden können. Dadurch kann eine aufeinander abgestimmte, aber individuell zusammensetzbare Gestaltung generiert werden, wodurch ein einheitliches und harmonisches Gestaltungsbild entsteht.





Abbildung 50: Lageplan





Abbildung 51: Eingänge

## EINGÄNGE

### Analyse

Das gegenwärtige Problem der Eingänge zur Innenstadt Witzenhausens besteht darin, dass diese als solche nicht erkennbar sind. Die Verkehrsführung spielt hierbei eine zentrale Rolle, da diese primär auf den motorisierten Individualverkehr ausgerichtet ist. Sowohl Radfahrern als auch Fußgängern wird eine untergeordnete Rolle zugeschrieben.

Dieses Bild wird dadurch verstärkt, dass die Innenstadt Witzenhausens am nördlichen Eingang (Zollamtsplatz) für Fußgänger und Radfahrer nur durch eine Unterführung erreichbar ist. Bei ihrem Ankommen vom Radweg aus Osten verschwinden sie dadurch vom Eingangsplatz und gelangen erst nach der Eingangssituation wieder an die Oberfläche. Außerdem zerschneidet die Straßenführung am Zollamtsplatz die Fläche und bildet eine Barriere zwischen der Brückenstraße und der Werrabrücke mit dem Werraufer. Der Zollamtsplatz ist bisweilen ein reiner Verkehrsknotenpunkt für den motorisierten Individualverkehr in Witzenhausen, der der Aufgabe des Einladens in die Innenstadt und dem attraktiven Aufenthalt und Zugang zum Werraufer keineswegs gerecht wird.

Die Eingangssituation an der Ermschwerder Straße ist ebenfalls nicht als solche erkennbar. Dieser Bereich ist geprägt von dem Verkehrsaufkommen der angrenzenden Bundesstraße „An der Schlagd“ und dem Kreuzungsbereich „An der Schlagd“ – „Ermschwerder Straße“ – „Schützenstraße“, sowie dem Bild des ruhenden Verkehrs am Parkplatz Ermschwerder Straße. Dass hier im eigentlichen Sinne die Einkaufsstraße beginnt, ist nicht ersichtlich.

Aufgrund der großen Potentiale der derzeit unter- und falsch genutzten Eingangssituationen stellt die Umnutzung, Aufwertung und Attraktivierung dieser Bereiche eines der vier Handlungsfelder der Straßenraumgestaltung dar.

### Konzept

Um die Eingänge in die Kernstadt als solche zu stärken, sollen diese durch eine Neugestaltung in ihrer Wahrnehmung verbessert werden, um somit den Einladungscharakter in die Innenstadt zu fördern. Im Zuge der Straßenraumgestaltung liegt dabei der Fokus auf dem Zollamtsplatz sowie dem Eingang zur Ermschwerder Straße.

### Eingangssituation Zollamtsplatz

Die neue Gestaltung des Zollamtsplatzes basiert auf der Umlegung des motorisierten Individualverkehrs über die neu geplante Brücke westlich der Innenstadt. Durch diese Umlegung soll die Werrabrücke zukünftig nur noch als Fußgänger- und Fahrradbrücke fungieren. Zudem wird die gesamte Verkehrsführung über den Zollamtsplatz verändert, da der motorisierte Individualverkehr nur noch von der Stubenstraße einspurig Richtung „An der Schlagd“ fahren kann. Die Gleichberechtigung aller Verkehrsteilnehmer soll zukünftig an dieser Stelle besonders betont werden. Aufgrund dessen soll der Zollamtsplatz zum Shared Space umgewidmet werden. Das Konzept des Shared Space verzichtet auf restriktive Regeln und setzt hingegen auf die gegenseitige Rücksichtnahme



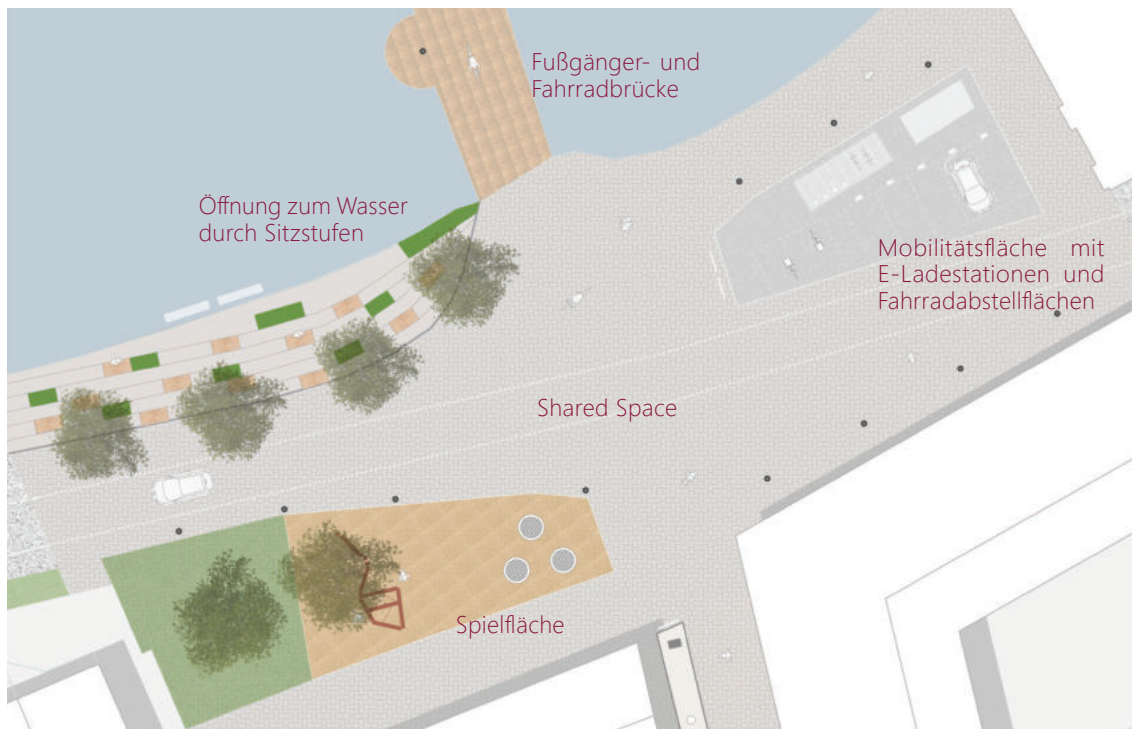


Abbildung 52: Zollamtsplatz

der Verkehrsteilnehmer, was den Verzicht von Verkehrszeichen und Signalanlagen sowie die stärkere Kommunikation zwischen den Verkehrsteilnehmenden impliziert. Dadurch soll ein sicherer Straßenraum am Zollamtsplatz gewährleistet, sowie eine Verbesserung des Verkehrsflusses erreicht werden.

Die Gleichstellung der Verkehrsteilnehmer wird durch einen einheitlichen, ebenerdigen Bodenbelag, der sich aus der Brückenstraße fortsetzt, betont. Der gesamte Bereich ist niveaugleich mit den angrenzenden Bürgersteigen der „Stubensstraße“ und der „An der Schlagd“, wodurch eine Erhöhung der Verkehrsfläche an den Übergängen zum Zollamtsplatz erfolgt und die Autofahrer durch eine Art „Bremschwelle“ ihre Geschwindigkeit reduzieren müssen. Die einspurige Fahrspur des Autoverkehrs wird durch eine unauffällige Bodenmarkierung abgegrenzt.

Damit die ankommenden Fußgänger und Radfahrer nicht weiterhin am Platz vorbeifahren ist eine Zuschüttung der bestehenden Unterföh-

rung notwendig. Hierdurch kommen alle Verkehrsteilnehmer direkt auf dem Zollamtsplatz an und können diesen auch als Eingang in die Witzenhäuser Innenstadt wahrnehmen.

Neue attraktive und einladende Elemente auf dem Zollamtsplatz sind zum einen ein Mobility Hub mit E- Ladestationen für Autos und Fahrräder und Fahrradabstellflächen, zum anderen eine Spielfläche mit Spielgeräten, wie zum Beispiel Trampolinen oder Kletterelemente mit geringer Fallhöhe. Diese beiden gleichgroßen Flächen sind zueinander gespiegelt und heben sich durch ihren differenzierten Belag vom Shared Space ab. Dadurch und wegen neu geschaffener Sitzmöglichkeiten werden Groß und Klein zum Verweilen angezogen.

Auch die Werra wird zukünftig stärker eingebunden. Nach der Zuschüttung der bisher bestehenden Unterführungen werden Sitzstufen mit hölzernen Sitzflächen und Grünelementen am Werraufer errichtet, womit nicht nur die Öffnung zur Werra einhergeht und der Fluss an

dieser Stelle erlebbar wird, sondern auch ein attraktiver Platz für die Bürger Witzenhausens und Touristen geschaffen wird. Im Zuge der Neugestaltung des Zollamtsplatzes und der Umwidmung der Werrabrücke soll diese durch Holzakzente und Sitzelemente aufgewertet werden. Da es sich hierbei um die gleiche Holzart wie die der Sitzstufen am Werraufer und der Sitzelemente in den weiteren Teilen der Innenstadt

handelt, zieht sich dieses Gestaltungselement durch die zentralen Bereiche der Kernstadt und erzeugt ein einheitliches und harmonisches Gesamtbild.



Abbildung 53: Ansicht Zollamtsplatz

### **Eingangssituation Ermschwerder Straße**

Neben dem Zollamtsplatz und der Werrabrücke, soll auch der Eingang zur Ermschwerder Straße neugestaltet werden. Dieser soll dadurch nicht nur einladender, sondern auch wahrnehmbarer als direkter Eingang in die Fußgängerzone werden. Hierfür wird der Bodenbelag aus der Fußgängerzone über den gesamten Eingangsbereich vor der Post bis zur Zufahrt zu den Parkplätzen/Mobility Hub fortgeführt. In diesem Bereich sind Liefer- und Anwohnerverkehr in beide Richtungen frei, was auch in diesem Bereich durch eine dezente Fahrspurmarkierung abgegrenzt wird. Durch den einheitlichen Bodenbelag sollen Fußwegeverbindungen Richtung Parkplatz, westliche Ermschwerder Straße und Schützenstraße attraktiver und einfacher

zugänglich gemacht werden. Im Bereich vor der Post werden die Kfz-Stellplätze durch Anlieferstellplätze, sowie weiteren Fahrrad- und Lastenradstellplätzen, ersetzt. Zusätzlich soll auch am Eingang der Ermschwerder Straße ein Mobility Hub mit E-Ladestationen für Autos und Fahrrädern entstehen. Der Eingang an der Ermschwerder Straße wird durch ein „Baumtor“ markiert, das auch im Bodenbereich durch Pflanzbeete aufgewertet werden soll.



Abbildung 54: Strassenzüge

## STRASSENZÜGE

### Analyse

Die Straßen in der Kernstadt von Wittenhausen weisen unterschiedliche Funktionen auf. So ist die Brückenstraße und ein Teil der Ermschwerder Straße als Fußgängerzone ausgewiesen, wodurch dem innerstädtischen Einzelhandel dort eine besondere Bedeutung zukommt. Insgesamt wirken beide Straßen jedoch unzusammenhängend und ungeordnet. Darüber hinaus ist in der

Ermschwerder Straße kein Mobiliar vorhanden, was zu ungenutzten Potentialen der Fußgängerzone führt. Auch entlang der Walburger Straße sind zahlreiche Ladengeschäfte angesiedelt, die jedoch aufgrund der durch Autoverkehr frequentierten Straße weniger Aufenthaltsqualität als die Fußgängerzone bietet. Zudem befinden sich in der Steinstraße einige Geschäfte. Da die Gehwege dort jedoch sehr schmal sind und der Straßenzug vor allem durch die entlang der Straße angeordneten Parkplätze geprägt ist, mangelt es auch hier an Aufenthaltsqualität.

### Konzept

Die Attraktivität der einzelnen Straßen soll durch unterschiedliche Maßnahmen gesteigert werden. So sollen die Brückenstraße und die Ermschwerder Straße durch ein einheitliches Konzept als Fußgängerzone hervorgehoben werden. Grundsätzlich wird der Bereich der Fußgängerzone in der Ermschwerder Straße bis zur Burgstraße ausgeweitet, wodurch die Parkplätze in diesem Bereich umgenutzt werden können. Dies ermöglicht einen stärkeren Fokus auf Fußgänger und schafft somit auch mehr Aufenthaltsbereiche in der Innenstadt.



Abbildung 55: Straßenzonierung Ermschwerder Straße und Brückenstraße



Das Konzept sieht eine Zonierung des Straßenraums vor, was ein zusammenhängendes und geordnetes Erscheinungsbild ermöglicht. Grundlage für die Zonierung ist zunächst eine Erneuerung des Bodenbelags, da dieser an vielen Stellen Unebenheiten aufweist. Die Zonierung erfolgt anschließend durch einen etwa zwei Meter breiten, farblich abgesetzten Streifen, auf dem das Straßenraummobiliar angeordnet wird. Zum Mobiliar gehören aufeinander abgestimmte Sitzbänke in verschiedenen Ausführungen, Mülleimer, Fahrradbügel, Straßenlaternen, Blumenkästen und Spielgeräte. Darüber hinaus sind auch die Außenbereiche der Gastronomien auf dem Zonierungsstreifen angeordnet. Die Lage des Streifens orientiert sich an dem bereits bestehenden Mobiliar in der Brückenstraße und ist somit in Blickrichtung Marktplatz rechts angeordnet.

In der Ermschwerder Straße wird der Streifen bei Blick vom Marktplatz in die Straße ebenfalls auf der rechten Seite verortet. Es bleibt jedoch für die Auslageflächen der Geschäfte ein Abstand von 1,50 Metern zwischen Streifen und Ladengeschäften bestehen.

Für die Walburger Straße wird eine Verkehrsberuhigung verfolgt, um auch dort den Fußgänger- und Radverkehr zu stärken. Dadurch soll zugleich die trennende Wirkung zwischen Fußgängerzone/ Marktplatz und der Steinstraße sowie

dem übrigen östlichen Innenstadtbereich aufgehoben werden, die durch den hohen Autoverkehr ausgelöst wird. Dies soll durch eine Ausweisung als Fahrradstraße erzielt werden, in der zwar auch der Autoverkehr zugelassen wird, Fahrräder jedoch Vorrang haben. Die Fahrradstraße wird darüber hinaus auch in der Stubenstraße ausgewiesen, um eine Verbindung zum Zollamtsplatz zu schaffen, der nach seiner Umgestaltung als Begegnungs- und Aufenthaltsplatz fungiert.

In der Steinstraße soll der Autoverkehr ebenfalls in den Hintergrund rücken, da dort der Fuß- und Radverkehr zum jetzigen Zeitpunkt deutlich untergeordnet ist. Dies wird zum einen auch hier durch eine Ausweisung als Fahrradstraße mit zugelassenem, aber untergeordnetem Autoverkehr erreicht. Zum anderen soll durch eine Umnutzung der derzeit sehr einnehmenden Parkplätze eine ausreichende Gehwegbreite geschaffen werden, damit Fußgänger auch nebeneinander gehen können. Diese Flächen bieten zudem Platz für Mobiliar und Begrünung, wodurch die Straße nicht mehr lediglich dem Durchgangsverkehr dient, sondern einen Ort zum Verweilen darstellt.



Abbildung 56: Ansicht Zonierung Ermschwerder Straße

## BAUSTEINE

### Sitzgelegenheiten

Die Bänke können mit oder ohne Lehne sowie als Mehrgenerationenbänke mit unterschiedlichen Sitzhöhen im Straßenraum aufgestellt werden. So laden sie sowohl jüngere als auch ältere Menschen zu Verweilen ein.



### Spielgeräte

Abwechslungsreiche Spielgeräte machen den Straßenraum für Kinder zum Erlebnissort und fördern eine familienfreundliche Innenstadt.

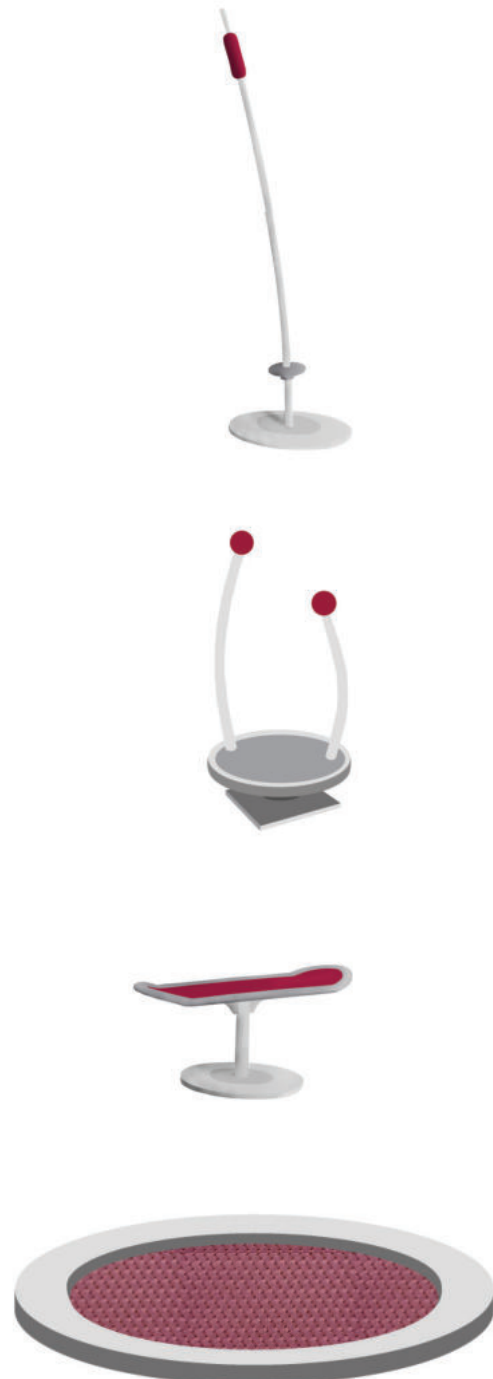


Abbildung 57: Bausteine Sitzgelegenheiten und Spielgeräte



Abbildung 58: Beleuchtung

## BELEUCHTUNG

### Analyse

Die Beleuchtung innerhalb eines Stadtgebietes kann, je nach Platzierung und Beleuchtungsart, einen wesentlichen Bestandteil der Straßenraumgestaltung übernehmen. Somit nimmt sie Einfluss auf die Wahrnehmung der Straßenräume und steuert deren Frequentierung bei Dunkelheit.

Wie bereits dargestellt weist die Innenstadt von Witzenhausen Schwächen hinsichtlich seiner Einheitlichkeit und Energieeffizienz auf. Derzeit besteht eine Vielzahl an unterschiedlichen Beleuchtungskörpern mit jeweils unterschiedlicher Farbgebung und Leuchtintensität.

Im Zuge der Umgestaltung der einzelnen Straßenzügen soll somit eine Anpassung der vorhandenen Beleuchtungskörper erfolgen, um den zeitgemäßen Standards im Bereich Energieeffizienz gerecht zu werden und den individuellen Charakter der Kernstadt atmosphärisch zu unterstreichen.

### Anforderungen an eine zeitgemäße Stadtbeleuchtung am Beispiel von vier Referenzen

Deutschlandweit wurden bereits in verschiedenen Städten Licht(master)pläne und Beleuchtungskonzepte durchgeführt, mit deren Hilfe eine effizientere Ausleuchtung des öffentlichen

Raumes umgesetzt werden konnte. Obwohl die Konzepte unterschiedliche Umsetzungsstrategien verfolgten, lag der Fokus jeweils immer in der Steigerung der Energieeffizienz und CO<sub>2</sub>-Einsparung. (vgl. Umweltbundesamt o.J.) Wichtig bei der Erneuerung von Beleuchtungselementen ist, dass sie nicht nur eine sichere Ausleuchtung der Verkehrswege sowie die atmosphärische Inszenierung von Gebäuden und Plätzen bei Nacht vornimmt. Die Beleuchtungskörper müssen so ausgerichtet werden, dass der Lichtkegel von oben nach unten auf eine definierte Fläche fällt, um eine Lichtverschmutzung des Himmels durch Lichtimmissionen zu vermeiden. Dieser Thematik widmete sich die Stadt Fulda in ihrem Beleuchtungskonzept und wurde damit 2019 ersten Sternestadt Deutschlands. Denn fehlerhaft ausgerichtete Beleuchtung drückt sich beispielsweise dadurch aus, dass bei Dunkelheit der Sternenhimmel innerhalb der Stadtgrenzen nicht erkennbar ist. Falsch geleitetes Licht in kalten Farben führt zu einer Aufhellung des Sternenhimmels. Als weitere Problemfelder identifizierte die Stadt Fulda die Beeinträchtigung von nachtaktiven Tieren und Insekten sowie die Störung des Stoffwechsels der Pflanzen und Bäume. Insbesondere Insekten werden durch grelles kaltes Licht von den Laternen angelockt. (vgl. Stadt Fulda 2019) Durch die Verwendung von moderner LED-Technik strahlt das Licht nach Umsetzung des Konzeptes nur die Bereiche an, die zur Orientierung und Sicherheit bei Dunkelheit erhellt werden müssen. Das orangene Licht ist pflanzen-, tier- und insektenfreundlich. Seit der Maßnahmenumsetzung ist der Sternenhimmel über Fulda bei Nacht wieder sichtbar.

Mehr als 500 Altstadtleuchten wurden auf umweltfreundliche LED-Leuchten umgerüstet und werden in der Zeit von 22.30 bis 5.30 Uhr um 50% heruntergedimmt. Das bedeutet eine Ersparnis von ca. 80.000 kWh pro Jahr. (vgl. ebd.)

Göttingen führte von 2010 bis 2011 eine energetische Sanierung der Straßenbeleuchtung zugunsten des Klimaschutzes durch. Die Stadt



hat 2010 ein Klimaschutzprojekt aufgestellt, das das Ziel verfolgt, bis 2020 die CO<sub>2</sub>-Emissionen um 40% zu reduzieren. Um dieses Ziel einhalten zu können wurden für ausgewählte Wohn- und Anliegerstraßen drei Konzepte erarbeitet.

Im Konzeptgebiet 1 wurden 25 der alten Pilzleuchten, die eine geringe Leuchtkraft und einen hohen Streulichtanteil nach oben und zur Seite aufwiesen, durch 12 neue Leuchten mit Metallhalogendampflampen ersetzt. Durch eine breitstrahlende Spiegeloptik konnten somit 13 Leuchten eingespart werden. Die Masten liegen nun nicht mehr 35 m sondern 70 m entfernt.

Im 2. Konzeptgebiet wurden 180 Pilzleuchten (80 W und 125 W) durch neue Beleuchtungskörper ausgestattet. Diese bestehen aus zwei Kompaktleuchtstofflampen (2 x 18 W). Durch eine Spiegeloptik wird die Reichweite des Lichtkegels erhöht und eine hausseitige Abschirmung vorgenommen. Über ein Steuersignal wird jeweils eine Lampe in der verkehrsarmen Zeit abgeschaltet und somit die Beleuchtungsstärke auf 50% reduziert.

Das Konzeptgebiet 3 wurde mit 15 neuen Beleuchtungskörpern ausgestattet. Die LED-Technik wurde mit einer Sensortechnik kombiniert. Die Lampen werden im Ruhezustand auf 20% ihrer Leistung heruntergedimmt. An Straßeneinmündungen oder Kreuzungen sind es 40%. Nähert sich ein Verkehrsteilnehmer einer Leuchte, fährt dies auf 100% hoch und sendet ein Signal an die darauffolgenden zwei Leuchten, damit diese ebenfalls ihre Leuchtkraft erhöhen. Das kommunizierende Beleuchtungssystem wurde in Göttingen deutschlandweit zum ersten Mal eingesetzt. (vgl. Umweltbundesamt 2013)

Ein Austausch der gesamten Beleuchtungskörper ist jedoch nicht zwingend notwendig um die Energieeffizienz zu erhöhen. Dies zeigt die Stadt Regensburg. Das Stadtbild der Regensburger Altstadt wird durch historische Leuchtkörper geprägt. Diese sollten auch nach der Sanierung der Straßenbeleuchtung bestehen bleiben. Die alten Beleuchtungselemente leuchteten die Altstadt nur ungleichmäßig aus, wodurch sich zu helle und zu dunkle Bereiche herausbildeten.

Gleichzeitig wurde ein hoher Anteil des Lichts in den Nachthimmel abgestrahlt. Durch den Austausch der alten Leuchtmittel durch LED-Technik und der Anwendung eines Linsensystems in den Leuchten, wird nun eine gezielt ausgerichtete Akzentbeleuchtung der historischen Gebäude und Wege der Altstadt ermöglicht. Der Energieverbrauch reduzierte sich durch die umgerüsteten Leuchten um 55%. (vgl. Stadt Regensburg 2012)

Die Stadt Karlsruhe erarbeitet ein neues Beleuchtungskonzept für die Anstrahlung der Burgruine auf dem Turmberg mit Hilfe von Lichtprojektionstechnik. Der Turm ist durch seine Lage von nahezu jeder Stelle im Stadtgebiet zu sehen und dient deshalb auch als Orientierungspunkt. Die Abstrahlungsverluste und die Lichtverschmutzung durch die alten Beleuchtungsanlagen waren sehr hoch. Zudem erfolgte eine Beleuchtung nur von der westlichen Seite. Seit der Sanierung wird der Turm nun von allen vier Seiten mit sechs Metallhalogendampflampen angestrahlt. Durch die noch nicht oft verwendete „Gobotechnik“ wird die Abstrahlung in den Himmel auf ein Minimum reduziert. Bei dieser Technik wird für das zu beleuchtende Objekt eine Schablone angefertigt, durch die sehr genau definiert werden kann, in welche Bereiche Licht fällt und welche Bereiche ausgespart werden. Durch dieses Vorgehen konnte das Anstrahlen von nahe gelegenen Bäumen aber auch von Fenstern und architektonischen Öffnungen verhindert werden. Die CO<sub>2</sub>-Emissionen konnten um 50% reduziert werden. (vgl. Stadt Karlsruhe 2010)

### **Beleuchtungskonzept für die Kernstadt**

Die Analyse der Referenzen zeigen, dass bereits eine Vielzahl an energieeffizienten Beleuchtungstechnologien vorhanden ist, auf die bei der Erstellung eines Lichtkonzeptes für Witzenhausen zurückgegriffen werden kann. Zusammenfassend lassen sich folgende Kriterien für eine zeitgemäße Beleuchtung aufführen, die bei der Erstellung eines Beleuchtungskonzeptes für die Kernstadt in Witzenhausen zu berücksich-

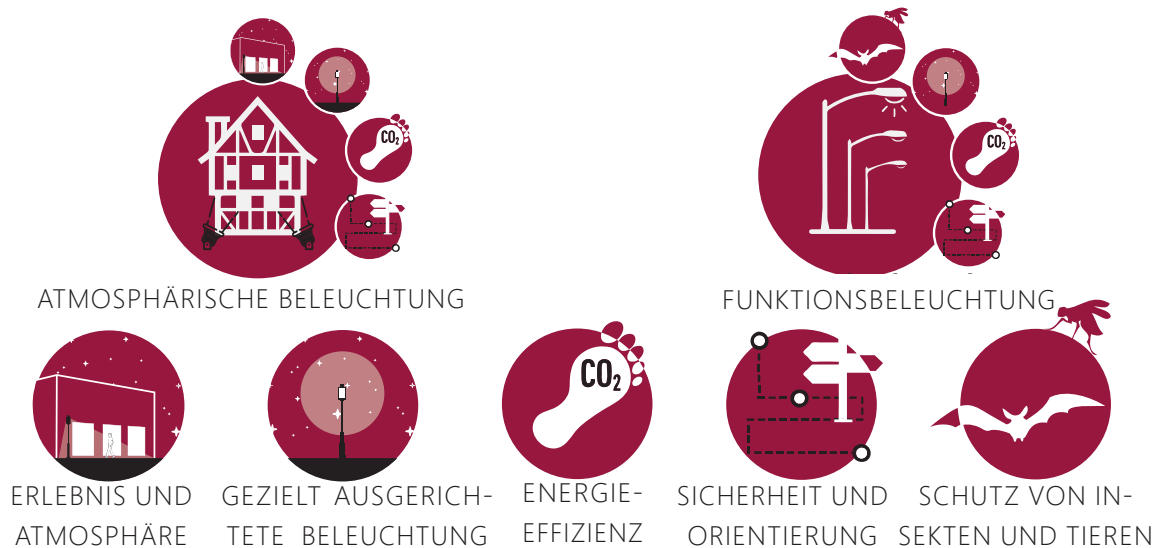


Abbildung 59: Anforderungen an zeitgemäße Beleuchtung

tigen sind:

Da LED-Technik eine höhere Leuchtintensität bietet, ermöglicht der Austausch veralteter Beleuchtungsmittel durch LED-Dioden und die Verwendung von Spiegeltechnik einen größeren Abstand zwischen den Leuchtkörpern. Dennoch bieten die Leuchtkörper bei Dunkelheit ausreichend Licht zur Orientierung.

Durch den Austausch der Leuchtmittel ist eine Energieeinsparung von über 50% und somit eine deutliche Kostenminimierung möglich.

Besonders Insekten und nachtaktive Tiere aber auch Pflanzen und Bäume werden durch fehlgeleitetes und weißes Licht in ihrem Biorhythmus gestört. Durch die Verwendung von gelblichem LED-Licht und der Ausrichtung des Lichtkegels ausschließlich auf die Fahrbahn, kann dies verhindert werden.

Durch neue Technologien kann die Leuchtintensität in unterschiedlichen Teilbereichen und zu unterschiedlichen Uhrzeiten gezielt gesteuert werden.

Für die Kernstadt von Witzenhäusen sollen, je nach Teilgebiet, unterschiedliche Beleuchtungsarten umgesetzt werden: Die bestehenden historischen Beleuchtungskörper, die sich überwiegend in der nordwestlichen Hälfte des Gebietes befinden, sollen erhalten bleiben. In diesem Bereich soll, ähnlich wie in Regensburg, lediglich ein Austausch der bestehenden Leuchtmittel

durch gelbliche LED-Technik fokussiert werden, da sich die historischen Laternen ideal ins Stadtbild der Witzenhäuser Kernstadt einfügen.

Im südöstlichen Bereich der Kernstadt soll ein Austausch der Beleuchtungskörper erfolgen. Diese können dabei unterschiedliche Funktionen übernehmen. Bei der Beleuchtung des Mobility-Hubs am Zollamtsplatz können die Laternen beispielsweise zusätzlich als Stromtanksäulen und WLAN-Router fungieren. In den Straßenzügen wie der Mittelburgstraße, in denen die Wohnnutzung auch in den Erdgeschosszonen dominiert, können Bewegungssensoren in die Laternen integriert werden, da diese Bereiche in der Nacht nicht häufig durchlaufen werden. Durch die Umstellung auf LED-Leuchtmittel, können die Leuchtkörper nicht nur in größeren Abständen im Innenstadtbereich aufgestellt werden, sie generieren zudem eine höhere Ausleuchtung der Straßenräume.

Neben der Funktionsbeleuchtung soll des Weiteren eine Inszenierung prägnanter Gebäude durch indirekte Beleuchtung erfolgen. Neben dem Rathaus, welches das Zentrum der Kernstadt bildet, soll auch die Universität und die Liebfrauenkirche durch Beleuchtung optisch in den Fokus gerückt werden. Die beiden letztgenannten Bauten erfahren derzeit keine gestalterische Inszenierung. Besonders hier sollte eine Verwendung der „Gobotechnik“ in Betracht gezogen werden, da sich unmittelbar an die

Bauten Grünflächen anschließen.

Durch eine Fassadenbeleuchtung und der damit einhergehenden Attraktivitätssteigerung der historischen Gebäude, soll nicht nur die Innenstadt an Charme gewinnen, sondern auch mehr Touristen angezogen werden.

Nach der Umwidmung der Werrabrücke zur Fußgänger- und Radbrücke soll diese ebenfalls mit neuer Beleuchtung ausgestattet werden. Neben neu montierten Sitzmöglichkeiten auf der linken Seite der Brücke (Blickrichtung stadtauswärts) werden in regelmäßigen Abständen die selben Beleuchtungskörper wie in dem südöstlichen Teilbereich der Kernstadt installiert.

Straßenraumes. Bei einem Austausch des gesamten Beleuchtungssystems können Funktionen wie Stromtanksäulen, WLAN-Router oder Bewegungssensoren in die Laterne integriert werden. Die Fassadenbeleuchtung hebt historische, stadtbildprägende Gebäude vor.

## BAUSTEINE

### Innovative Beleuchtung

Eine Erneuerung der Leuchtmittel in den historischen Laternen erhöht die Ausleuchtung des

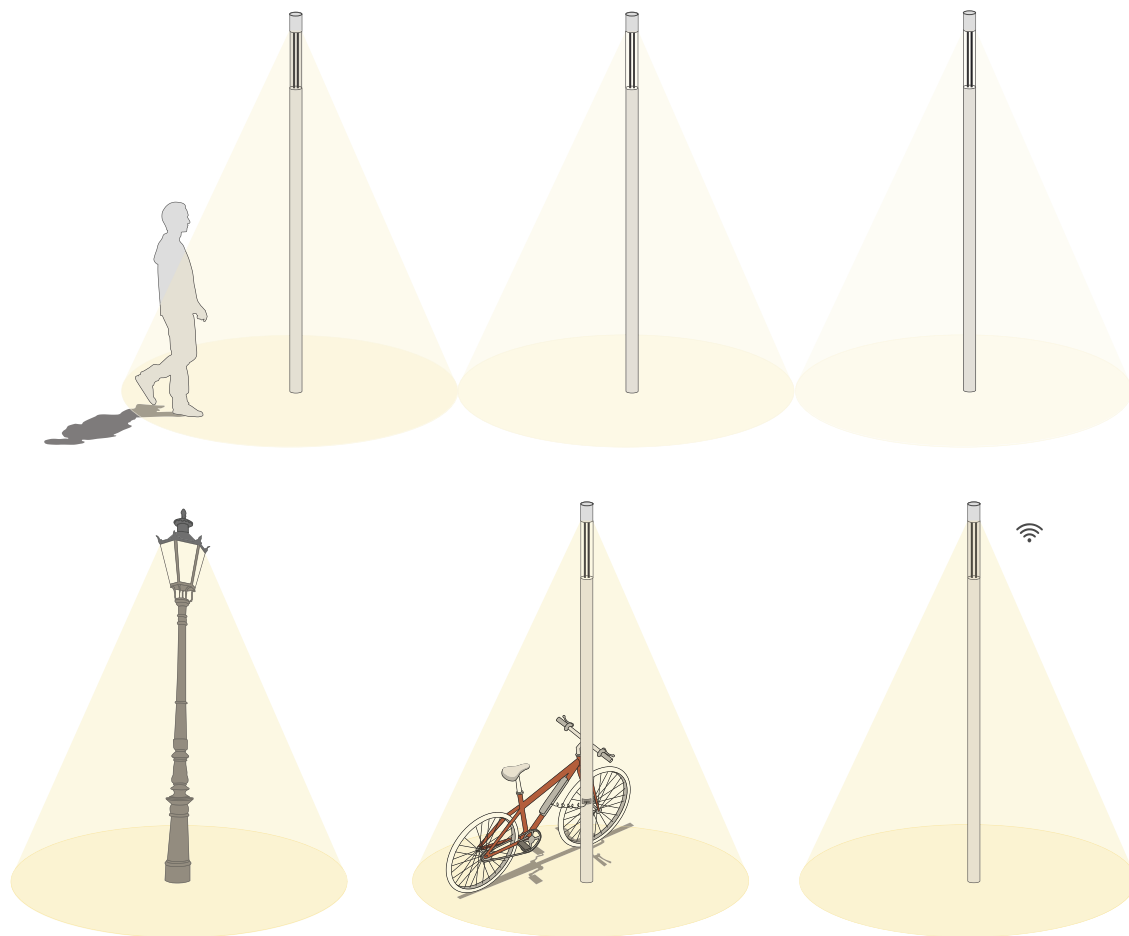


Abbildung 60: Bausteine Beleuchtung





Abbildung 61: Grünes Band

## GRÜNES BAND

### Analyse

Die Innenstadt von Wittenhausen im nordhessischen Werra-Meißner Kreis ist von vielen ungenutzten Potentialen geprägt. Eines dieser möglichen Qualitäten besteht in der Eingliederung und Erweiterung von Grünräumen in die umliegende Stadtstruktur. Bislang werden einzelne grüne Elemente in der Stadt nur wenig genutzt und laden auch kaum zum Verweilen ein.

Einer dieser Orte ist die Situation rund um die Liebfrauenkirche. Der die Kirche umschließende Raum dient ausschließlich zu Nutzzwecken und hat durch die vielen Parkplätze an der nördlichen und westlichen Seite kaum Einladungscharakter. Somit ist die Kirche, durch die Nähe zum Marktplatz, an ihrer wichtigsten Anlaufstelle von Fahrzeugen verdeckt und schottet sich vom restlichen Aktionsraum ab. Selbst der historische Brunnen an der nördlichen Seite wird von zahlreichen, parkenden Autos umkreist und verliert dadurch an Bedeutung für die allgemeine Atmosphäre des Ortes.

Ein weiterer wenig genutzter Raum im südlichen Teil des Stadtbilds, ist der Platz rund um den Eulenturm mit seiner Zuwegung, dem Philosophenweg. Obwohl diese Stelle als Übergangsort

zum angrenzenden Stadtpark wichtig ist, fehlt es an Übersichtlichkeit und Gestaltung. Bereits am Anfang der Zufahrtsstraße verhindert die Kreuzung „Oberburgstraße“ – „Am Brauhaus“ – „Philosophenweg“ einen sicheren Übergang. Trotz Tempolimits achten Autofahrer nicht auf ihre Geschwindigkeit und gefährden dadurch passierende Fußgänger. Da dieser Ort bisher am häufigsten als Schulweg genutzt wird, sind vor allem Kinder die am stärksten bedrohten Teilnehmer des Straßenverkehrs. Jedoch ist die fehlende Sicherheit des Ortes nur ein Teilaspekt. Ein weiterer Kritikpunkt ist die mangelnde Gestaltung des Philosophenwegs, um den Eulenturm in Verbindung mit der Stadtmauer als wertvollen Teil der historischen Bausubstanz zu aktivieren. Der Weg wirkt düster und vernachlässigt wie eine unattraktive Seitengasse. Pflanzen und Bäume wuchern scheinbar ziellos im Bereich des Turms und decken Teile der Mauer ab. Dadurch scheint der Ort zusätzlich finster zu sein und wenig Aufenthaltsqualität zu haben. Entweder läuft man schnell weiter und achtet kaum auf die historischen Aspekte oder man betritt die Straße zum Turm überhaupt nicht, obwohl der Stadtpark dahinter wieder positiver konnotiert ist.

Ein anderer Ort im Stadtgefüge, den man auf den ersten Blick nicht als Grünraum wahrnimmt aber in der weiteren Konzeptausgestaltung eine wichtige Rolle einnimmt, ist die „Steinstraße“. Der schmale, nordöstlich an den Marktplatz grenzende Straßenzug ist geprägt von vielen kleinen, harmonischen Läden. Dabei fallen vor allem die beiden Blumengeschäfte stark ins Auge, da sie ihre Ware auf dem engen Bürgersteig vor ihren Türen auslegen. Dadurch gewinnt, die vom Fachwerk geprägte Straße, zusätzlich an Atmosphäre. Jedoch wird diese Harmonie erneut durch viele parkende Autos am Seitenstreifen unterbrochen. Aufgrund der Parksituation sind die Fußgängerwege sehr schmal, sodass zwei Menschen kaum nebeneinander herlaufen können. Zusätzlich verkleinert das den Wirkungsraum der Gebäude und

Schaufenster und schadet der Qualität des eigentlich angenehmen Straßenraumes.

Aufgrund der vielen ungenutzten, aber vorhandenen Potentiale der derzeitigen Stadtstruktur gehört die Aufwertung und weitere Ausarbeitung der innerstädtischen Grünstruktur zu den vier Handlungsbedarfen des allgemeinen Straßenraumkonzeptes für Witzenhausen.

### **Konzept**

Die grundlegende Basis des Konzeptes resultiert aus der Entwicklung eines gemeinsamen grünen Bandes, dass die verschiedenen Potentialgebiete miteinander verbinden. Allerdings werden zu den Gebieten „Eulenturm“, „Liebfrauenkirche“ und „Steinstraße“ noch zusätzlich der Marktplatz als zentraler Anlaufort der Stadt und die ökologisch-agrarwissenschaftliche Universität Witzenhausen, hinzugefügt, sodass, wenn man die Orte mit einer Linie verbindet, eine Nord-Süd-Achse quer durch die Kernstadt verläuft. Die Aufgabe besteht darin dieses Band nicht nur symbolisch auf Karten zu markieren, sondern auch im Straßenraum sichtbar zu machen und somit die gesamte Freiraumqualität der Innenstadt aufzuwerten. Daraus ergebend entwickeln sich neue Attraktionsachsen in der Stadt und entlasten andere Verkehrsproblematiken.

Die Grundlage des grünen Bandes besteht aus einer Ausarbeitung grüner Elemente entlang der neuen Route. Bestehende Grünanlagen werden attraktiv erneuert und für verschiedene Freizeitnutzungen hergerichtet. Genauso werden die Straßenräume stärker begrünt. Dazu gehören zum Beispiel Beete, Pflanzenkübel, Bäume, Fassadenbegrünung, Blumenkästen an Fenstern sowie sonstige Bepflanzung. Der gesamte Bereich des grünen Bandes soll eine neue positive Identität bekommen und somit auch Passanten oder Touristen in andere Teile der Stadt einladen. Da jedoch innerhalb einiger historischer Straßenzüge wenig Raum für Veränderung bleibt und somit das grüne Band nicht deutlich genug dargestellt werden kann, wird ein weiteres definierendes Element benötigt. Aus diesem Grund

markieren sogenannte greenLOOPS den neuen Bereich im Straßenraum. Diese Loops stellen sich in unterschiedlicher Art und Weise dar. Die einfachste Form ist ein simpler bunter Farbkreis auf dem Boden, in Anlehnung an die ehemaligen Farbkreise am Marktplatz. Nun lassen sich diese neuen Elemente weiter ausbauen. Als Erweiterung oder Abwechslung können die Loops nun mit Bepflanzung versehen werden. Statt einer leeren Wiese hat man zum Beispiel nun eine Wiese mit runden Blumenbeeten. Allerdings gibt es noch viele andere Möglichkeiten, die anhand eines Baukastensystems auf die greenLOOPS, bestehend aus Farbkreisen, Kübeln und Möblierung, wie zum Beispiel Sitzgelegenheiten, angewandt werden können. Zu den Kategorien gehören einmal: Simpleloops, Rasenloops, Blumenloops, Beetloops und Baumloops. Letztendlich entsteht somit eine abwechslungsreiche, grüne Stadtlandschaft mit mehr Aufenthaltspotential. Bei einer Kooperation mit örtlichen Vereinen und der Ökologisch-agrarwissenschaftlichen Universität könnten innerhalb des grünen Bandes zusätzlich Projekte der urbanen Landwirtschaft unterstützt werden.

### **Vertiefung Eulenturm**

Das vertiefende Konzept „Eulenturm“ besteht aus zwei Teilbereichen des grünen Bandes. Zum einen der direkte Platz um den Eulenturm herum und zum anderen der Übergang in Richtung Liebfrauenkirche, Kreuzung „Oberburgstraße“ – „am Brauhaus“ – „Philosophenweg“. Ersterer dient vor allem als Eingangssituation für die Innenstadt und somit auch für das grüne Band. Aus diesem Grund ist es wichtig den Eulenturm als Eingangssymbol sichtbar zu machen und stärker hervorzuheben. Der Zwischenraum Eulenturm und „Philosophenweg“ soll kein negativer Ort zwischen dem angenehm gestalteten Stadtpark und der anfangenden Innenstadt sein, sondern für eine erste, positive Darstellung einer einladenden und grünen Stadtstruktur werden. Daraus ergibt sich die Neugestaltung des Turmvorplatzes auf Ba-

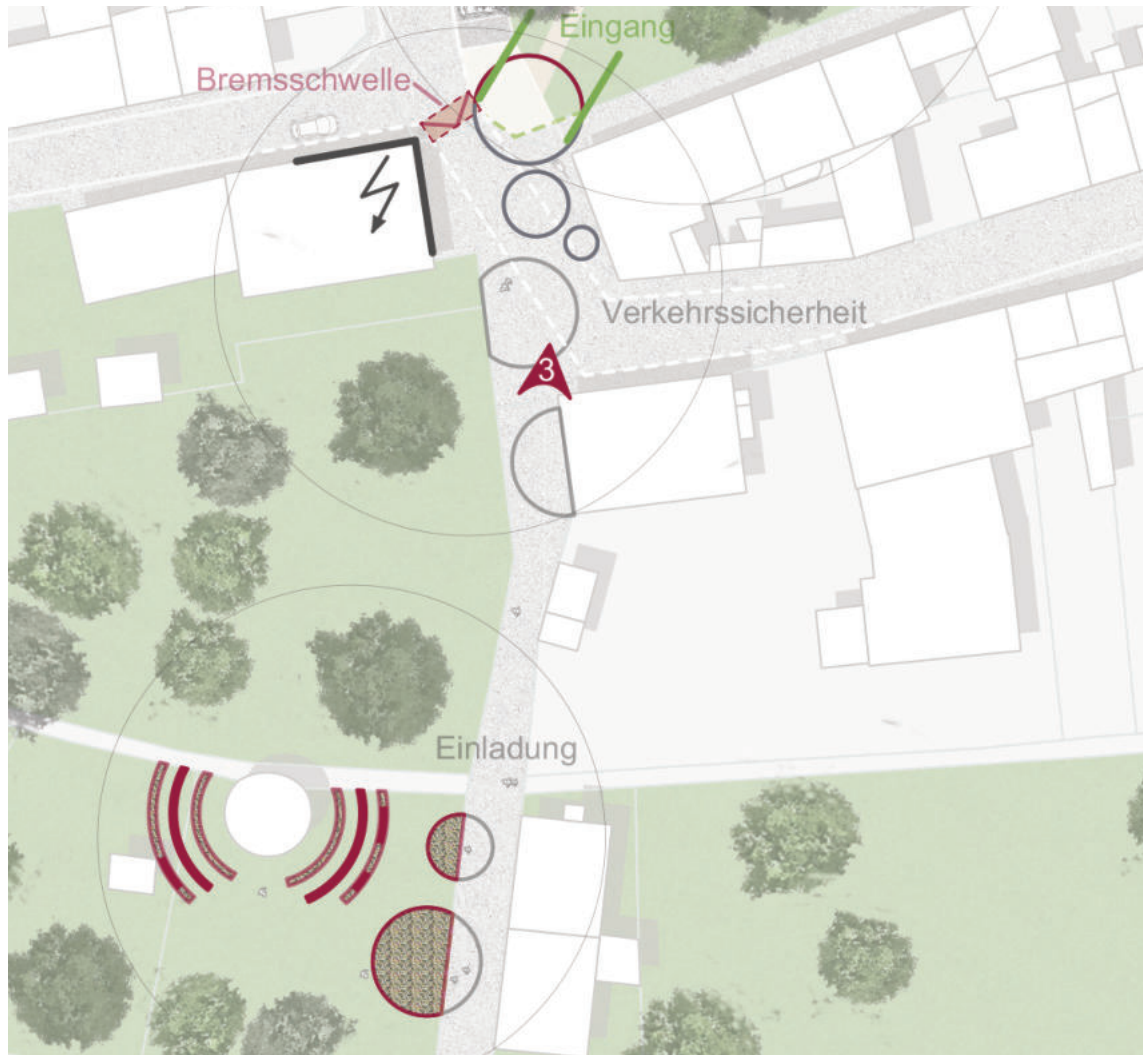


Abbildung 62: Eulenturm und Philosophenweg

sis der greenLOOPS. Den Turm umkreisend werden diese innerhalb von drei Reihen mit jeweils zwei Meter Abstand aufgesplittet aufgestellt und mit unterschiedlichen, individuell anpassbaren Funktionen versehen. Vor allem Begrünung und Sitzgelegenheiten, aber auch Fahrradstellplätze sollen die einzelnen Loops füllen und zum Aufenthalt einladen. Allerdings ist dabei entscheidend, dass die Bepflanzung nicht aus hochwachsenden Pflanzenarten besteht, um die Aufmerksamkeit nicht von dem Eulenturm wegzulenken. Als Blickfänger wären bunt blühende Blumen und kleine Sträucher am geeignetsten. Diese würden auch als Kontrast zu dem einfarbig, grünem Pflanzenwerk im Umkreis dienen und eine gemütliche Atmosphäre gestalten.

Die Kreuzung „Oberburgstraße“ – „am Brauhaus“ – „Philosophenweg“ ist die Verlängerung der Stadteingangssituation vom Eulenturm und fällt aufgrund der mangelnden Verkehrssicherheit an dieser wichtigen Stelle mit in die weitere Ausgestaltung. Vor allem Kinder im Kindergarten- und Grundschulalter, genauso wie ihre Eltern sind von dem gefährlichen Verkehrsraum betroffen. Da die Straßenführung an der häufigsten Fußgängerübergangsstelle einen Knick macht und an der Ecke „Oberburgstraße“ „Philosophenweg“ ein Gebäude sehr straßennah steht, fehlt für alle Verkehrsteilnehmer der größere Überblick. Zusätzlich ist es nicht vorteilhaft, dass Autofahrer an solch einer Gefahrenstelle ihr Tempo kaum reduzieren und somit ein

großes Risiko für alle besteht. Aus diesem Grund wird der Straßenbereich, der am häufigsten als Übergang genutzt wird, mit einzelnen Farbloops gestaltet, die den Autofahrern als Warnzeichen dienen und ähnlich wie ein Zebrastreifen funktionieren. Somit wird die Strecke stabilisiert und übersichtlicher gemacht. Um das Tempo allerdings zusätzlich einzugrenzen, soll zu Beginn der Kreuzung vor dem Fußgängerüberweg eine Bremsschwelle installiert werden, da ein bisheriges Tempolimit auch nicht eingehalten wurde. Somit entsteht ein attraktiver und sicherer Stadt-

eingang an der südlichen Seite der Innenstadt Witzenhausens.



Abbildung 63: Ansicht Ende des Philosophenwegs

### Vertiefung Liebfrauenkirche

Die Liebfrauenkirche mit ihrem dazugehörigen Umraum ist ein weiterer Teilbereich des grünen Bandes. Auffällig sind vor allem die vielen PKW-Stellplätze um die Kirche herum, die das Grundstück kaum begehbar machen und dem Grünraum den Nutzen entziehen. Außerdem lenken sie ebenfalls von der historischen Architektur des Sakralgebäudes ab. Die Herausforderung ist also den Grünraum an der Kirche attraktiv zugänglich zu machen und den Solitär wieder als Blick-

fang und Sehenswürdigkeit der Kernstadt zum Straßenraum zu öffnen.

Als erstes werden also zusätzlich zum Haupteingang im Westen, neue Eingänge definiert. Zum einen soll das Grundstück im Süden eine Eingangssituation erhalten, die als Verlängerung des Philosophenwegs dient und somit ein Teil des grünen Bandes wird. Zum anderen gibt es im nördlichen Teil des Grundstück einen historischen Brunnen der kaum Beachtung findet, da er von parkenden PKWs umkreist ist.



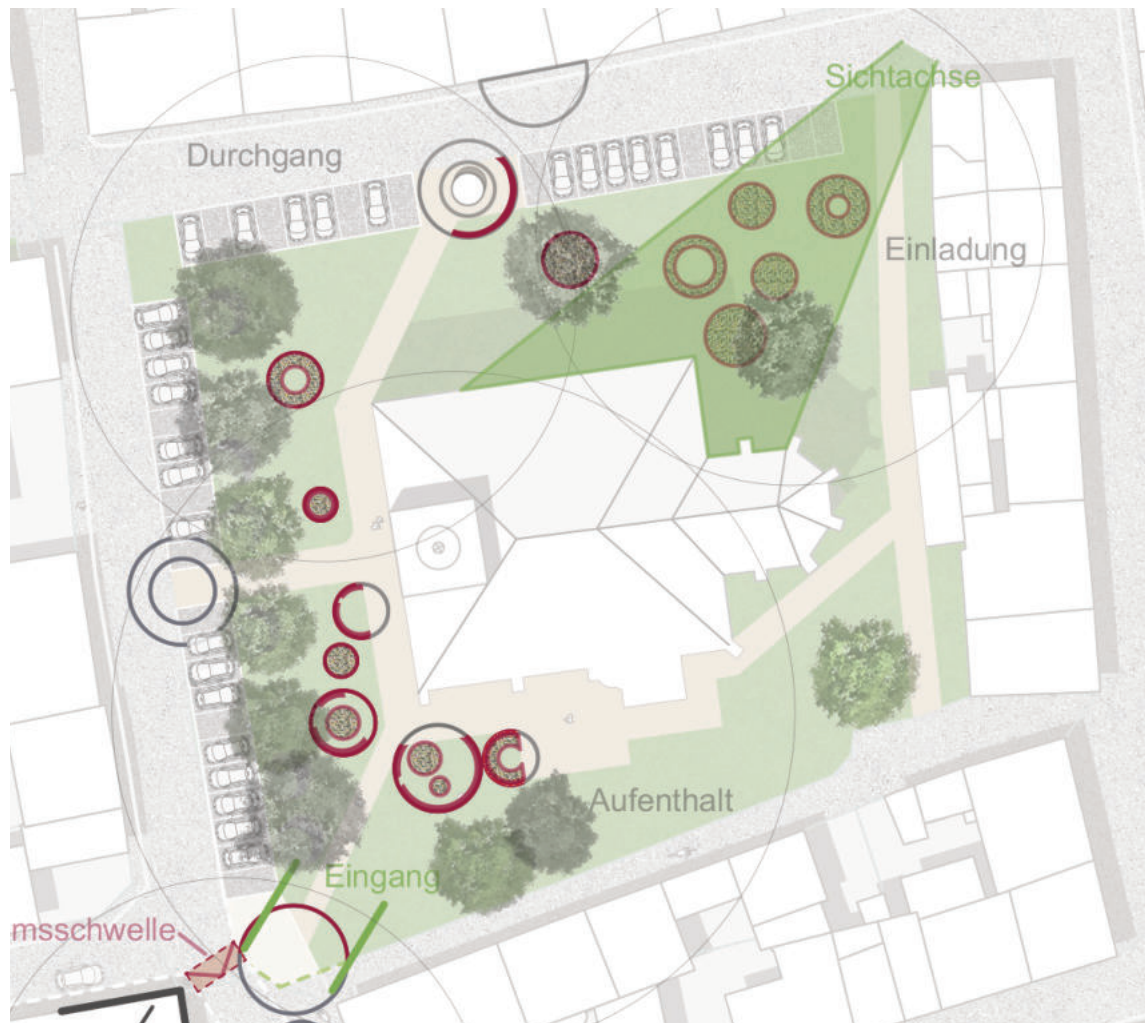


Abbildung 64: Liebfrauenkirche

Durch eine Reduzierung von jeweils zwei Stellplätzen an beiden Seiten des Brunnens, bekommt dieser einen größeren Wirkungsradius und kann in die weitere Planung besser eingegliedert werden. Dort befindet sich eine weitere Eingangssituation.

Da nun die Eingänge definiert sind, lässt sich das gesamte Grundstück in drei einzelne Teilbereiche einteilen, die alle durch verschiedene Arten von greenLOOPS eine andere Identität und Nutzen bekommen. Im südlichen Teil befindet sich der Bereich zum Verweilen. Dort entsteht eine Nutzungsmischung aus Sitzmöglichkeiten, kleinen Spielgeräten und nutzbarer Bepflanzung, wie zum Beispiel Kräuterbeeten. Daran anschließend dient der nördliche Teil des Kirchumraums eher als Durchgangsort mit Blumen- und Baumloops.

Erst am Brunnen entsteht wieder ein kleiner Ort zum Verweilen. Dort werden im Halbkreis gesplittete Sitzmöglichkeiten in Kombination mit Blumenkübeln angeboten. An dieser Stelle öffnet sich der Grünraum auch wieder zur Straße, weshalb auf den Fahrwegen ein durch Farbloops gekennzeichnete Überweg entsteht. Zusätzlich regt das die vorbeigehenden Leute dazu an, den Grünraum zu betreten und dient als eine Art Leitlinie in den „Park“. Der dritte Teilbereich des Kirchgrundstücks befindet sich im Nordwesten mit der Aufgabe der „Einladung“. Da die meisten Menschen genau aus dieser Richtung (Marktplatz) an der Kirche vorbeigehen, muss eine bessere Sichtachse geschaffen werden, welche die Leute zum Besuch anstelle zum Vorbeiziehen anregt. Folgend

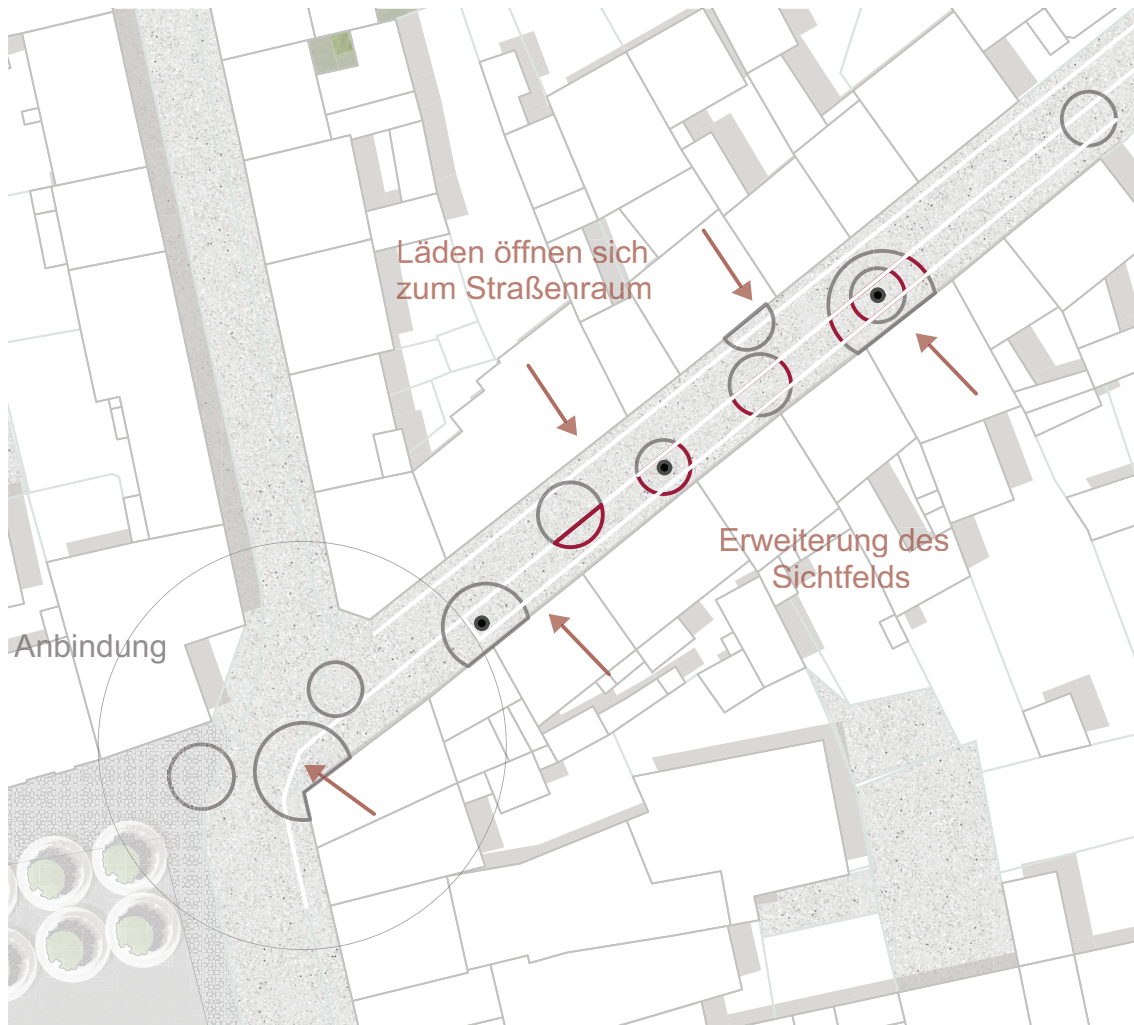


Abbildung 65: Steinstraße

daraus werden in dem Konzept zwei bis drei Parkflächen an der Außenseite gestrichen, um ein besseres Sichtfeld auf die Architektur und den Grünraum zu gewährleisten. Innerhalb der optischen Sichtachse können nun auch volle Blumenloops entstehen, die durch ihre Farbvielfalt das Auge der Menschen auf das Gebäude richten und wohlmöglich Neugier auf den dazugehörigen, restlichen Grünraum entstehen lassen. Somit könnte der Platz um die Kirche herum einen neuen, positiven Nutzen erlangen.

### Vertiefung Steinstraße

Die Steinstraße ist ein weiterer Teil des grünen Bandes und direkt an den zentralen Marktplatz und die Universität angebunden. Sie dient somit als Aushängeschild der Stadt Witzenhausen und

muss dadurch repräsentativ wirken können. Durch die attraktive Fachwerkbauweise und die kleinen Verkaufsläden ist eine gewisse angenehme Atmosphäre bereits gewährleistet. Diese wird jedoch durch eine große Anzahl an Durchgangsverkehr und parkenden PKW gestört. Fußgänger haben kaum Raum zum gemütlichen Vorbeigehen und können zum Teil auch nur schwierig den Straßenraum überqueren. Aus diesem Grund entwickelt sich der noch von PKW dominierte Verkehrsraum zu einem geteilten öffentlichen Raum mit dem Fokus auf einer Fahrradstraße. Dadurch wird die Steinstraße besser an den Marktplatz angebunden, da die Abschottung aufgrund einer Wand von fahrenden PKWs wegfällt. Dennoch wird der Übergang Marktplatz – Steinstraße zusätzlich

durch Farbloops auf dem Boden unterstützt. Um den Läden in der Steinstraße mehr Wirkungsraum zu garantieren verwandeln sich die Parkflächen am Rand zu gestaltbaren Fußgängerflächen. Der bisher schmale Bürgersteig wird somit vergrößert und unterstützt ein bequemes Einkaufen oder Vorbeigehen. Die neu gewonnene Fläche wird ebenfalls mit greenLOOPS gestaltet. Auf den befahrbaren Bereichen sind sie in Form von Farblinien gekennzeichnet. Auf dem Bürgersteig und den ehemaligen Parkflächen entsteht allerdings eine Nutzungsmischung aus Mobiliar oder Blumenkästen. Einzelne Läden, wie die Blumengeschäfte in der Steinstraße können entscheiden, ob sie ihre Ware in einem die-

ser Loops präsentieren möchten, da sie die Attraktivität ihres Einzelhandels aber auch des Straßenzugs deutlich steigern. Dadurch wirken die Geschäfte nicht mehr abgeschottet, sondern öffnen sich zum Straßenraum und fördern die optische Lebendigkeit des Ortes. Somit ist die Steinstraße nicht nur durch die Verkehrsführung angenehmer angebunden, sondern zieht zusätzlich einen größeren Besucherstrom an.



Abbildung 66: Ansicht Steinstraße - Marktplatz



## BAUSTEINE

### Grünes Band - Grünelemente

Farbige Kreise innerhalb des Straßenraums betonen die durchlaufende Grünverbindung. Sie können einfache Grünflächen, Bäume oder Blumenbeete umrahmen. Zur Steigerung der Aufenthaltsqualität können auch Sitzgelegenheiten integriert werden.



Abbildung 67: Farbkreise - Sitzbänke - Beete - Blumentöpfe



## UMSETZUNG DER MASSNAHMEN

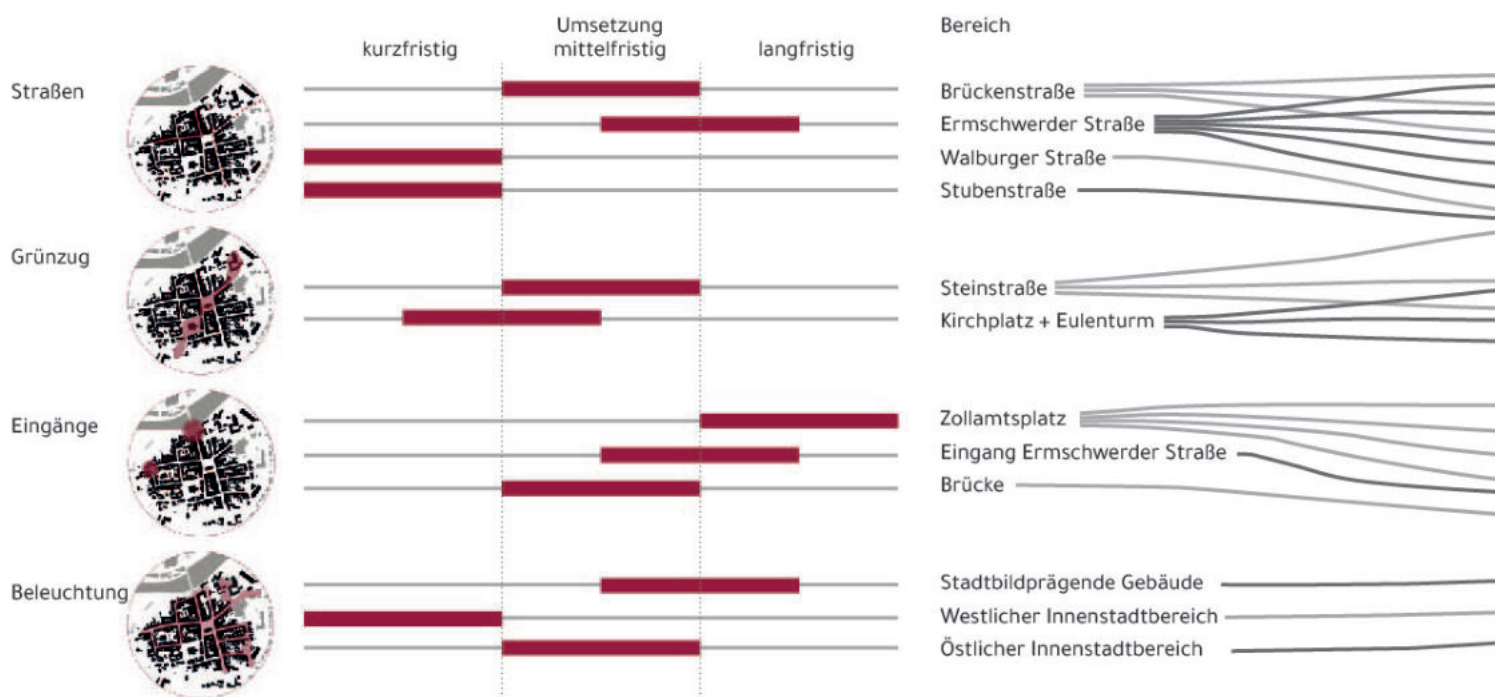
Die Handlungsansätze weisen insgesamt ein sehr breites Spektrum auf. Damit die Hemmschwellen zur Durchführung der Maßnahmen möglichst niedrig sind, wird im Folgenden aufgeschlüsselt, in welchem Zeitraum die Maßnahmen umzusetzen sind, in wessen Zuständigkeitsbereich sie fallen, wer möglicherweise als Ansprechpartner für die Instandhaltung beziehungsweise Pflege hinzugezogen werden kann und wie die Maßnahmen finanziert werden können.

### Umsetzung

Bei der Einteilung der Durchführungszeiträume wird unterschieden zwischen kurz-, mittel- und langfristiger Umsetzung. Kurzfristig umsetzbare Maßnahmen erfordern weder hohe Finanzmittel noch weitreichende Planungen und können innerhalb der nächsten zwei Jahre durchgeführt werden. Dazu gehört die Umwidmung der Walburger Straße und der Stubenstraße zu Fahrradstraßen mit zugelassenem Autoverkehr. Da in beiden Straßen bereits das Tempolimit 30 um-

gesetzt wurde, bleibt die Geschwindigkeitsbegrenzung durch die Einführung einer Fahrradstraße unverändert, was den Verwaltungsaufwand minimiert. Die hauptsächliche Veränderung ist, dass der Fahrradverkehr in den Fokus der anderen Verkehrsteilnehmenden rückt. Eine ebenfalls kurzfristig umsetzbare Maßnahme ist die Erneuerung der Leuchtmittel im westlichen Innenstadtbereich. Dabei kann mit einem geringen Geld- und Zeitaufwand eine sehr große Verbesserung des Erscheinungsbildes der Innenstadt erreicht werden.

Für mittelfristige Umsetzungen ist sowohl der Finanzierungs- als auch der Planungsaufwand höher, weswegen eine Durchführung in den kommenden zwei bis fünf Jahren anzustreben ist. Als kurz- bis mittelfristig durchzuführende Maßnahme ist die Umgestaltung des Kirchplatzes der Liebfrauenkirche und des Eulenturms eingestuft. Die Umwidmung der vier Parkplätze kann mit geringem Geld- und Planungsaufwand ausgeführt werden. Die Begrünung und das Mobiliar hingegen bedürfen eine konkrete Planung der Gestaltung sowie finanzielle Mittel. Mittelfristig umsetzbar ist die Umgestaltung der



Brückenstraße. Diese beansprucht aufgrund des neuen Bodenbelags inklusive der Zonierung sowie des neuen Mobiliars einen höheren Planungs- und Finanzaufwand. Da aber in diesem Bereich gemäß des Integrierten Städtebaulichen Entwicklungskonzeptes aus dem Jahr 2017 bereits der Ausbau des Fernwärmenetzes geplant wird, ist eine mittelfristige Umsetzung sehr realistisch (Stadt Witzenhausen 2017: 80). Zudem ist in diesem Zeitraum die Fertigstellung der neuen Werrabrücke anberaumt, weswegen im gleichen Zuge die alte Werrabrücke zur Fuß- und Radverkehrsbrücke umgewidmet werden kann.

Ebenfalls mittelfristig umsetzbar ist die Umgestaltung der Steinstraße, die eine Umwidmung zur Fahrradstraße, eine Umnutzung von Parkplätzen sowie ein Begrünungskonzept umfasst. Sowohl der Planungs- als auch der Finanzaufwand sind hier vergleichsweise gering. Die Maßnahme ist für eine mittelfristige Umsetzung einkalkuliert, um mehrere gleichzeitige Baustellen in der Innenstadt zu vermeiden. Eine weitere mittelfristig anberaumte Maßnahme ist der Austausch des Beleuchtungssystems im östlichen

Innenstadtbereich. Hier beschränkt sich der Aufwand auf die Wahl des Beleuchtungssystems und die Bereitstellung der Finanzmittel. Langfristig umsetzbare Maßnahmen erfordern den höchsten Planungsaufwand und aufgrund ihres Umfangs auch einen sehr hohen Einsatz an Finanzmitteln. Ihre Umsetzung ist in den nächsten fünf bis zehn Jahren und darüber hinaus anzuvisieren. Als mittel- bis langfristig umsetzbar ist die Fassadenbeleuchtung eingeordnet. Dies ist nicht auf den Planungs- oder Finanzaufwand zurückzuführen, sondern darauf, dass sie umgesetzt wird, wenn ein möglichst großer Teil der Innenstadtgestaltung abgeschlossen ist. So können auch Gebäude in umgestalteten Bereichen in Szene gesetzt werden. Ebenfalls mittel- bis langfristig soll die Umgestaltung der Ermschwerder Straße erfolgen. Angelehnt an die Brückenstraße umfasst die Umgestaltung der Ermschwerder Straße einen neuen Bodenbelag inklusive Zonierung sowie neues Mobiliar. Darüber hinaus soll jedoch die Fußgängerzone verlängert werden, was auch eine Umnutzung der dortigen Parkplätze verlangt. Der Planungs- und Finanzauf-

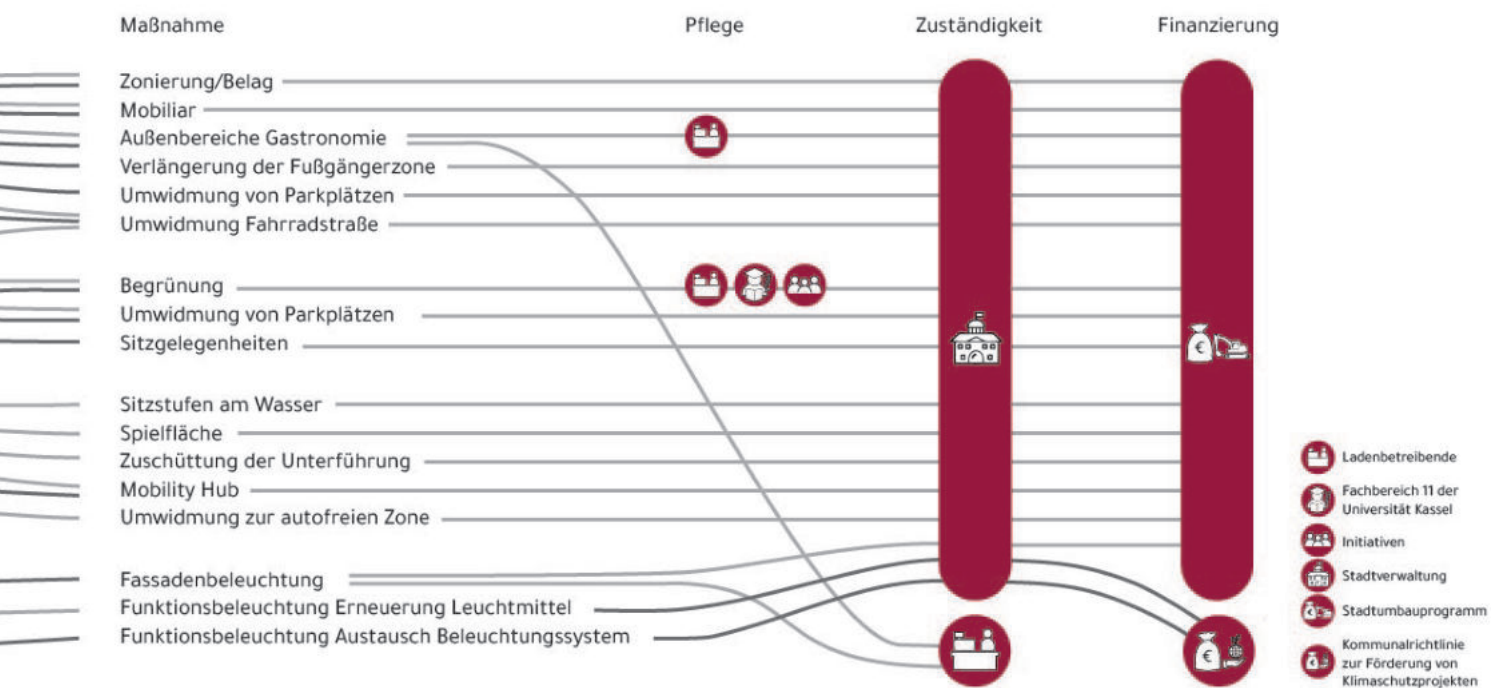


Abbildung 68: Maßnahmen I Umsetzung

wand ist dabei ähnlich wie bei der Brückenstraße, die Durchführung erfolgt jedoch später, damit nicht beide Bereiche der Fußgängerzone zugleich umgebaut werden. Daran anschließend wird auch der Eingangsbereich der Ermschwerder Straße umgewandelt. Dies umfasst auch die Modernisierung des Parkplatzes zu einem Mobility Hub und ist deswegen sehr planungs- und kostenintensiv.

Langfristig umzusetzen ist der Umbau des Zollamtsplatzes. Dieser benötigt aufgrund der Zuschüttung der Unterführung, der Terrassierung des Ufers für die Sitzstufen, der Errichtung des Mobility Hubs und der Spielfläche einen besonders hohen Planungs- und Finanzmittelaufwand. Zudem ist der Umbau von anderen Faktoren abhängig. So muss die alte Werrabrücke bereits zur autofreien Zone umgewidmet sein, um die gesamte Verkehrssituation dort ruhiger gestalten zu können.

### **Zuständigkeit und Pflege**

Da alle Maßnahmen grundsätzlich den öffentlichen Raum betreffen, ist die Stadtverwaltung Witzenhausen als Initiator und Umsetzer gefragt. In einigen Bereichen kann sie sowohl bei der Umsetzung der Maßnahmen als auch bei der Pflege des Umgesetzten Kooperationen bilden. So können Ladenbetreibende der Innenstadt, auch im Rahmen der Aktionsgemeinschaft Handel&Gewerbe, bei der Einteilung der Außen- und gastronomiebereiche innerhalb der Zonierung mitwirken. Zudem sind sie bei ihren eigenen Außenbereichen für die ansprechende Gestaltung und Instandhaltung zuständig. Darüber hinaus können sich die Ladenbetreibenden bei der Fassadenbeleuchtung einbringen, indem sie ihre eigenen stadtbildprägenden Gebäude außen wirksam beleuchten. Auch bei der Begrünung der Steinstraße im Rahmen des Grünkonzeptes können die Ladenbetreibenden der jeweiligen Geschäfte die Pflanzenpflege unterstützen. Zur Pflege einzelner Begrünungselemente innerhalb der gesamten Grünverbindung kann die Stadt auch Akteure wie den ansässigen Fachbereich 11 der Universität Kassel oder Initiativen

und Vereine einbinden. Dies kann beispielsweise durch Blumenpatenschaften geschehen, bei der Bürger beispielsweise die Pflege eines Blumenbeetes übernehmen. Diese waren bereits in einigen Kleinstädten wie Wolfach, Burscheid und Korntal-Münchingen erfolgreich (Buchta 2019, Stadt Burscheid o.J., Stadt Korntal-Münchingen o.J.)

### **Finanzierung**

Die Finanzierung der Maßnahmen kann durch verschiedene Förderprogramme unterstützt werden. Eine besonders große Rolle spielt dabei das Förderprogramm Stadtumbau, in das Witzenhausen 2016 aufgenommen wurde (Stadt Witzenhausen o.J.c). Bereits im ISEK aus dem Jahr 2017 wurde einem Großteil der zuvor aufgeführten Maßnahmen Fördersummen eingeräumt, die die Projekte zu weiten Teilen finanzieren können. Die Stadt Witzenhausen hat von der förderfähigen Summe etwa einen Eigenanteil von 30 % (Stadt Witzenhausen 2017: 96). Darüber hinaus bietet das Förderprogramm „Kommunalrichtlinie Richtlinie zur Förderung von Klimaschutzprojekten im kommunalen Umfeld“ finanzielle Unterstützung bei kommunalen Klimaschutzmaßnahmen. Dabei lassen sich verschiedene Bereiche aus den aufgestellten Maßnahmen wiederfinden. So werden Beleuchtungstechnik und Mobilitätsstationen sowie Vorhaben zur Verbesserung des Radverkehrs gefördert. Die Laufzeit des Förderprogramms erstreckt sich bis zum 31. Dezember 2022 (BMU o.J.).







## 6.2 Gebäudegestalt

Aufwertung des Erscheinungsbilds, Hinweise für Sanierungen





## EINLEITUNG

In Zeiten von Onlinehandel und Mobilitätsangeboten, die fast jeden fast überall hinbringen, braucht eine kleinstädtische Innenstadt neben dem passenden Angebot von Läden, Dienstleistern, Gastronomen und kulturellen Einrichtungen auch den einzigartigen Charme, der Einheimische wie Touristen zum Entdecken und Verweilen einlädt. Vor allem die Altstadt von Witzenhausen, wo mittelalterliches Fachwerk und Natursteinbauten auf bemerkenswerte Weise erhalten blieben, hat eine besondere Aufenthaltsqualität. Im Laufe der Jahre musste die Stadt Witzenhausen allerdings beobachten, wie immer mehr Läden leer stehen, Gebäudezustände sich verschlechtern und der großartige Charme des historischen Ensembles in abgelegenen und zentralen Bereichen gleichermaßen verloren ging. Das daraus resultierende negativ bewertete Erscheinungsbild führte zu Akzeptanz- und Wohlfühlproblemen. In Gesprächen mit Bewohnern der Innenstadt und Witzenhäusern im Rahmen des Projektes wurde immer wieder angesprochen, dass die Verbesserung des allgemeinen Erscheinungsbilds, vor allem der Gebäudefassaden und der leerstehenden Ladengeschäfte, dringend in Angriff genommen werden sollte. Unter einem negativ bewerteten Erscheinungsbild leiden vor allem die Einzelhändler der Innenstadt. In einem Straßenraum, in dem sich die Bewohner und Touristen unwohl fühlen, bleiben diese auch nicht lange. Ein "Einkaufserlebnis" kommt gar nicht erst zustande. Es erscheint daher sowohl aus ästhetischer als auch wirtschaftlicher Sicht erforderlich, die Umgestaltung und Sanierung der Witzenhäuser Innenstadt in Angriff zu nehmen.

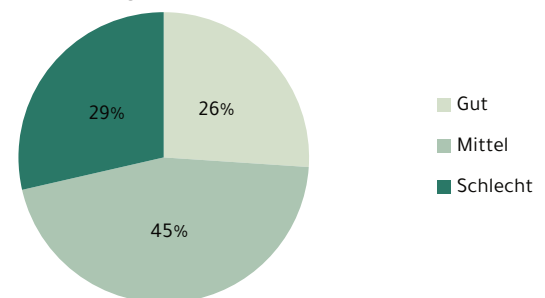
### Ableitung der Handlungsfelder

Zur Ableitung der Handlungsfelder dient sowohl die Bestandsaufnahme des Projektes (siehe Kapitel 4) als auch die Analyse dieser (siehe Kapitel 5).

Bei der Bestandsaufnahme wurden neben den Gebäudenutzungen auch das äußere Erschei-

nungsbild der Gebäude sowie die Schaufenstergestaltung der Witzenhäuser Innenstadt kartiert (siehe Kapitel 4). 74 Prozent der kartierten Schaufenster wurden mit "mittel" oder "schlecht" bewertet. Das heißt, der Großteil der genutzten Schaufenster hat eine unzeitgemäße oder lieblose Gestaltung, was sich beispielsweise durch eine Überladung mit Gegenständen und Farben, eine dominierende Fensterbeklebung oder mangelnde Pflege im Sinne von Staubablagerungen und Verunreinigungen zeigt.

Bewertung Schaufenster (n=121)



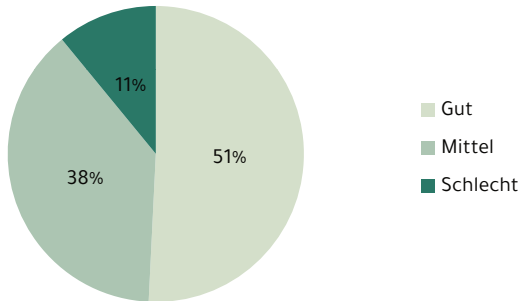
Nur 26 Prozent der Schaufenster wurden als "gut" bewertet und haben eine attraktive, einladende und saisonal passende Gestaltung. Dies legt nahe, dass es in Witzenhausen dringend Handlungsbedarf bei der Gestaltung der Schaufenster gibt.

Allerdings zeigt sich in der Bestandsaufnahme auch, dass nicht nur die zurzeit gewerblich oder anderweitig genutzten Schaufenster in der Altstadt Handlungsbedarfe aufweisen. Vor allem die nicht genutzten Ladenlokale prägen das optische Bild des Straßenraumes stark. In der Nutzungskarte der Erdgeschosszonen (siehe Abbildung 8) ist deutlich zu erkennen, dass gerade in den zentralen Straßenzügen, wie der Ermschwerder Straße, aber auch der Walburger Straße oder Am Brauhaus viele Ladenlokale leer stehen.

Des Weiteren wurden bei der Bewertung des Erscheinungsbildes (siehe Abbildung 9) mit 49 Prozent rund die Hälfte der Erdgeschossfassa-

den der aufgenommen Schaufenster als "mittel" oder "schlecht" bewertet. Die Bandbreite der benötigten Verbesserungen reicht von kleineren Schönheitsreparaturen bis hin zu gesamtheitlichen Sanierungsarbeiten.

Bewertung Erdgeschossfassaden (n=128)



Zusätzlich zählen hier Fassaden dazu, die zwar in einem guten Zustand sind, aber nicht dem Gebäudecharakter entsprechen. Das heißt, dass jedes zweite Gebäude eine Fassade hat, an der bauliche und gestalterische Maßnahmen notwendig sind.

Neben den Ergebnissen der Bestandsaufnahme wurde auch durch Gespräche mit Bewohnern der Stadt sowie Herrn Westermann und Herrn Simon (Stadt Witzenhausen, Fachbereich Bauverwaltung) geführt. In den Gesprächen mit den Bewohnern merkten diese vor allem den allgemeinen schlechten Zustand der Fassaden und der allgemeinen Sanierungszustände der

innerstädtischen Gebäude an. Und auch in den Gesprächen mit Herrn Westermann und Herrn Simon wurde deutlich, dass es in Witzenhausen Handlungsbedarf bei der Gestaltung der Innenstadt gibt. Beide machten deutlich, dass der Leerstand allgemein ein Problem darstellt, mit dem sich auseinandergesetzt werden muss.

Die Anmutung und Außendarstellung sowohl der Geschäfte, als auch die Darstellung der Innenstadt sind dabei Handlungsfelder, in denen dringend Konzepte benötigt werden. Das nicht optimale Erscheinungsbild der Stadt sorgt auch für wirtschaftsstrukturelle Probleme des Einzelhandels. Die beiden Vertreter der Stadt Witzenhausen erhoffen sich durch eine Aufwertung des Erscheinungsbildes einen wirtschaftlichen Aufschwung. Die wirtschaftliche Wiederbelebung der Innenstadt, was das erklärte Hauptziel des Projektes ist, hängt maßgeblich mit der Identität und Außenwirkung der Geschäfte und Gebäude der Witzenhäuser Innenstadt zusammen.

Zur Verfolgung dieser Ziele und der Erarbeitung von Handlungskonzepten wurde das Themenfeld der Gestaltung der Innenstadt in zwei Handlungsbereiche eingeteilt (siehe Abbildung 69).



Abbildung 69: Handlungsfelder

Die Aufwertung der äußeren Erscheinung sowie Instrumente und Strategien zur Realisierung dieser Aufwertung bilden diese zwei Bereiche.

Der erste Handlungsbereich benennt dabei die wesentlichen Handlungsfelder, die zu einer optischen Aufwertung der Innenstadt beitragen. Diese Schwerpunktthemen ergeben sich aus den zuvor genannten Handlungsbedarfen. Darunter fällt zum einen die Aufwertung der leerstehenden sowie genutzten Schaufenster, die in der Bestandsaufnahme als sehr negativ wahrgenommen wurden und daher einer Überarbeitung bedürfen. Dabei geht es nicht nur um eine optische Aufwertung des Erscheinungsbildes, sondern auch um die langfristige Wiedernutzbarmachung der Leerstände, um eine wirtschaftliche Abwärtsbewegung zu verhindern.

Zum anderen geht es um die optische Aufwertung und Erhaltung der Gebäude- und Raumstrukturen. Hierbei geht es im Wesentlichen um die Gestaltung von Fassaden und Gebäudevorräumen sowie um den Erhalt des historischen Erscheinungsbildes zur Stärkung des Tourismus und zugleich der lokalen Wirtschaft.

Der zweite Handlungsbereich umfasst die Instrumente und Strategien zur langfristigen Umsetzung der Handlungsfelder aus dem ersten Handlungsbereich. Wesentlich ist hierbei die visuelle Aufbereitung der genutzten und leerstehenden Schaufenster. Zur Umsetzung der optischen Aufwertung und Erhaltung der Gebäude- und Raumstrukturen dient die Überarbeitung und teilweise Neufassung der Gestaltungssatzung. Diese soll ebenso wie die Schaufenstergestaltung visuell aufbereitet werden und inhaltlich überarbeitet werden. Zur Umsetzung der Satzungsinhalte und zur Aktivierung von Eigentümern zur Investition in die Gebäudegestaltung, dienen Konzepte wie die Architektenberatung und das Pilotprojekt zur Fachwerksanierung. Diese werden im Weiteren umfassend erläutert. Zugleich soll eine Finanzierungsplanung die Umsetzung der Handlungsfelder und Strategien durch die Stadt sichern.

## SCHAUFENSTERGESTALTUNG

Das Erscheinungsbild von Ladengeschäften wird im Wesentlichen durch die Schaufenster geprägt. In Verbindung mit weiteren Faktoren, wie dem Zustand des Eingangsbereichs oder dem Zustand der Fassade, in der sie eingebettet sind, steuern Schaufenster die Aufmerksamkeit und Wahrnehmung potenzieller Kunden und locken diese direkt von der Straße ins Ladeninnere. Sie sollen letztendlich durch eine ansprechende Gestaltung zum sofortigen Kauf der angebotenen Produkte vor Ort verführen (vgl. Pamela, Scorzin 2013: 2).

Durch ihre Außenwirkung prägen auch leerstehende Schaufenster den Wohlfühlcharakter der Witzenhäuser Innenstadt. Im Folgenden werden sowohl Konzepte und Instrumente für genutzte als auch leerstehende Schaufenster näher erläutert.

### **Gestaltung von genutzten Schaufenstern**

Die Schaufenstergestaltung ist ein wichtiger Bestandteil für den wirtschaftlichen Erfolg eines Geschäftes und die dauerhafte Bindung der Zielgruppe an dieses (vgl. Scorzin 2013: 3). Folglich sollte eine ansprechende Schaufenstergestaltung eine zentrale Rolle für jeden Gewerbetreibenden, der von regelmäßigem Kundenverkehr abhängig ist, spielen. An dieser Stelle sei auf den Leitfaden "Schaufenster gestalten für jede Gelegenheit - Ein Leitfaden" verwiesen, in dem allgemeine Vorschläge und Hinweise zur Gestaltung von Schaufenstern vorgestellt werden (siehe Anhang).

### **Gestaltung von leerstehenden Schaufenstern**

Die Schaufenster von leerstehenden Geschäften haben eine nicht unerhebliche Wirkung auf das äußere Erscheinungsbild der Innenstadt. Leere Schaufenster wirken häufig dunkel, bedrückend und trist. Dieses Empfinden kann sich auf das gesamte Straßenbild übertragen und die Atmosphäre der Innenstadt beeinflussen. Deshalb ist es wichtig auch nicht genutzte



Schaufenster zu bespielen und zu gestalten. Positive Effekte sind dabei nicht nur die Kaschierung von Leerstand, sondern auch das Aufzeigen von neuen Nutzungsmöglichkeiten oder das Hervorheben der Besonderheiten eines Geschäftes. Dies sorgt dafür, dass potentielle Mieter auf das Geschäft aufmerksam werden. Da Ladengeschäfte oft unterschiedlich lange leer stehen, bieten sich verschiedene Konzepte für

die Gestaltung der Schaufenster an, welche in Abbildung 70 dargestellt sind. Neben kurzfristig umsetzbaren Lösungen werden im Folgenden auch mittel- bis langfristige Lösungsstrategien dargestellt und näher erläutert.

## Vollständige Beklebung der Schaufenster

kurzzeitige Lösung für Schaufenster oder wenn keine Bespielung mit externen Akteuren möglich ist



Aufmerksamkeit auf das Objekt lenken, mögliche Vermietung ersichtlich, gleichzeitig wird unrenovierter Innenraum kaschiert

## Bespielung mit externen Akteuren

### Kindergärten & Grundschulen

gebastelte Dinge, jahreszeitliche Dekoration, Wünsche und Lieblingsplätze für und in Witzhausen



### Künstler der Umgebung

Ausstellungsraum, Verkauf von Arbeiten, Schaufenster als Kunstobjekt



## Bespielung mit externen Akteuren

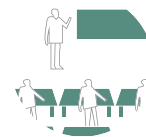
### Vereine

Vereinsangebot, -geschichte, ...



### Weiterführende Schulen

Regionale Themen, Bedeutung der Kirsche, ...



### Berufs- und Volkshochschulen

Schaufenstergestaltung als Unterrichtsaufgabe



### Universität Kassel

Studienangebot, aktuelle Forschungen und Arbeiten



## Kurzfristige Gestaltung

## Mittelfristige Gestaltung

## Langfristige Gestaltung

Abbildung 70: Bespielungskonzept

### Kurzfristige Schaufenstergestaltung:

Eine kurzfristige Schaufenstergestaltung bietet sich dann an, wenn Geschäfte auf bestimmte Zeit leer stehen werden oder Eigentümer keine Bespielung oder Gestaltung ihres Geschäfts durch externe Akteure möchte. In diesen Fällen soll das Schaufenster umfangreich beklebt werden. Dies führt dazu, dass die Aufmerksamkeit auf den Leerstand gelenkt wird und direkt ersichtlich ist, dass das Geschäft zu vermieten ist. Außerdem können unrenovierte oder unsanierte Innenbereiche der Ladengeschäfte kaschiert werden.

Um die Aufmerksamkeit auf das Objekt zu lenken und gleichzeitig den Blick in das Innere des Geschäftes zu ermöglichen, bietet sich eine Be-

klebung wie in Marburg an, bei der nur ein Teil des Schaufensters beklebt wird.



Abbildung 71: Leerstandskonzept Marburger FreiRaum

In Witzenhausen könnte eine Beklebung von leerstehenden Schaufenstern in der Ermschwerder Straße so aussehen, wie die Beklebung der Schaufenster auf der rechten Seite:



Abbildung 72: Vollständige Schaufensterbeklebung (rechts) Umsetzung Witzenhausen

Wenn keine Bespielung des Schaufensters durch externe Akteure gewünscht ist, kann dieses somit komplett beklebt werden und nur ein kleiner Ausschnitt den Blick in das Innere des Geschäftes ermöglichen.

Finanziert werden können die Beklebung über kleinteilige Werbung an den Seitenrändern von finanziellen Unterstützern oder den Beklebungunternehmen selbst.

### Mittel- bis langfristige Schaufenstergestaltung:

Für Ladengeschäfte, die schon längere Zeit leer stehen und wo eine baldige Nachnutzung nicht in Aussicht steht, bietet sich eine Schaufensterbespielung durch externe Akteure bzw. Kooperationspartner an. Diese können herangezogen werden und die Gestaltung der Schaufenster übernehmen. Den Kooperationspartnern wird dabei entgeltfrei ein Schaufenster vom Eigentümer zur Verfügung gestellt, was dann von dem Kooperationspartner für eine bestimmte Zeit gestaltet wird. Inwiefern Eigentümer das Bespielen des Leerstandes finanziell unterstützen möchte, bleibt ihnen überlassen.

Die Idee, leerstehende Ladengeschäfte als Werbe- oder Informationsfläche zu nutzen, ist keine neue Idee in Witzenhausen. Die "Arbeitsgruppe Kulturerbe Witzenhausen" hatte in der Vergangenheit schon Schaufenster in der Mühlstraße

und Ermschwerderstraße mit Informationen zu den Mühlen und der Stadtbefestigung der Stadt bespielt und verschönert.

In Witzenhausen könnte diese Art der Schaufenstergestaltung in der Ermschwerder Straße so aussehen:



Abbildung 73: Schaufensterbespielung externe Akteure Beispiel Witzenhausen



Abbildung 74: Schaufensterbeklebung mit Einbindung externer Akteure Umsetzung Witzenhausen

Als externe Akteure dienten dabei ein Kindergarten und Künstler der Umgebung.

Mögliche externe Akteure zur Bespielung von Schaufenstern werden im Folgenden aufgelistet. Dabei wird in Akteure für eine mittelfristige bzw.

langfristige Bespielung unterschieden.

Mittelfristige Bespielung:

Um die Schaufenster mittelfristig und ohne lange Vorlaufzeit für eine Konzeptentwicklung



zu bespielen, bieten sich Kindergärten, Grundschulen und lokale Künstler an.

Kindergärten und Grundschulen können in den Schaufenstern im Unterricht gebastelte oder ausgearbeitete Dinge präsentieren, wie für die Jahreszeit typische Dekorationen (Blätter, Laternen, Tiere, etc.). Aber auch bestimmte Themen können künstlerisch umgesetzt werden wie

- Ich wünsche mir für Witzenhausen
- Mein Lieblingsplatz in Witzenhausen
- Mein Lieblingstier, Lieblingspflanze, Lieblingsessen (mit Rezepten)
- etc.

Die in den Einrichtungen gesammelten Bastel- ein, Kurztexte oder Figuren können dann vom Eigentümer oder von Mitgliedern der Einrichtung im Schaufenster arrangiert werden.

Künstlern der Umgebung kann mit leeren Schaufenstern eine Möglichkeit geboten werden, ihre Arbeiten der Öffentlichkeit zu präsentieren. Dabei können auch Hinweise auf Erwerbsoption im Schaufenster angegeben werden. Des Weiteren können aber auch Künstler direkt darauf angesprochen werden, ob Sie das Schaufenster als neue Herausforderung annehmen möchten und dieses direkt gestalten und als Kunstprojekt bearbeiten möchten. Eine Bespielung durch diese Akteursgruppe verschönert nicht nur Straßenraum und Schaufenster, sondern regt auch die Kultur- und Kreativwirtschaft in Witzenhausen als Teil der lokalen Ökonomie (siehe Kapitel 6.4) an.

### **Langfristige Bespielung:**

Für eine langfristige und umfangreiche Bespielung der Schaufenster bieten sich Vereine, weiterführende Schulen, Berufsschulen und Volkshochschulen sowie die Universität an. Diese können, aufgrund von höheren Personenzahlen und ehrenamtlichen Engagements, genauer und umfangreicher auf das Geschäft und das Schaufenster eingehen und die Außenwirkung des Gebäudes verbessern.

Vereine können über die Schaufenster ihre Anliegen direkt präsentieren und auf ihre Vereinsarbeit aufmerksam machen. Darüber hinaus

können potentielle Mitglieder angesprochen und gewonnen werden. Mögliche Themen, die im Schaufenster präsentiert werden können, sind:

- Die Vereinsgeschichte
- Das Vereinsangebot
- Erfolge des Vereins
- Bilder und Fotos vom Vereinsleben
- Heimatvereine können historische Aufnahmen des jeweiligen Gebäudes in Großformat in die Schaufenster hängen
- Ansprechpartner

Die konkrete Darstellung der Themen ist den Vereinen selbst überlassen. Angesprochen sind Vereine aller Art.

Weiterführende Schulen können in Projektwochen oder Arbeitsgruppen der Ganztagschule entweder bestimmte erarbeitete Themen präsentieren, oder das Schaufenster an sich als Thema haben. Weitere mögliche Themen sind

- Regionale Themen, wie die Vorstellung der Stadtteile, Ausflugsziele, Unternehmen, Persönlichkeiten, etc. von Witzenhausen
- Die Bedeutung der Kirsche für die Stadt
- Fahrradfahren und Routen der Umgebung
- Die Entwicklung eines Gestaltungskonzeptes für Schaufenster, inkl. Themensuche, Absprache mit Eigentümern, Materialbeschaffung, Umsetzung, etc.

Je nach Thema kann auch eine kurzfristige Bespielung entstehen oder eine Ausstellungsreihe mit wechselnden Themen umgesetzt werden. Berufsschulen und Volkshochschulen können die Gestaltung eines Schaufensters als Unterrichtsaufgabe anbieten. Dazu wird in thematisch passenden Klassen oder Workshops der theoretische Hintergrund gelehrt und anschließend von den Schülern bzw. Teilnehmern ein Gestaltungskonzept entwickelt. Von der ersten Idee, über die Absprachen mit den Eigentümern bis hin zur Umsetzung übernehmen die Schüler bzw. Teilnehmer möglichst viele Aufgaben. Dabei können verschiedene Gestaltungstechniken und der Umgang mit Leerstand gelehrt werden.

Die Universität Kassel kann sich in Schaufen-

tern präsentieren, hinsichtlich ihrer Entstehung, ihres Studienangebotes oder aktuellen Forschungen und Arbeiten, welche in Witzenhausen stattfinden. Es kann aber auch den Studierenden ein Schaufenster zur Verfügung gestellt werden, um ihre eigenen Arbeiten zu präsentieren und um auf ihre Arbeit aufmerksam zu machen. Grundsätzlich kommen des Weiteren auch die bereits genannten Akteure wie Kindergärten, Grundschulen und Künstler der Umgebung für

eine langfristige Bespielung in Betracht. Hierbei ist allerdings auf die Erstellung eines ansprechenden, langfristigen Konzeptes zu achten.

## Schrittweise Umsetzung

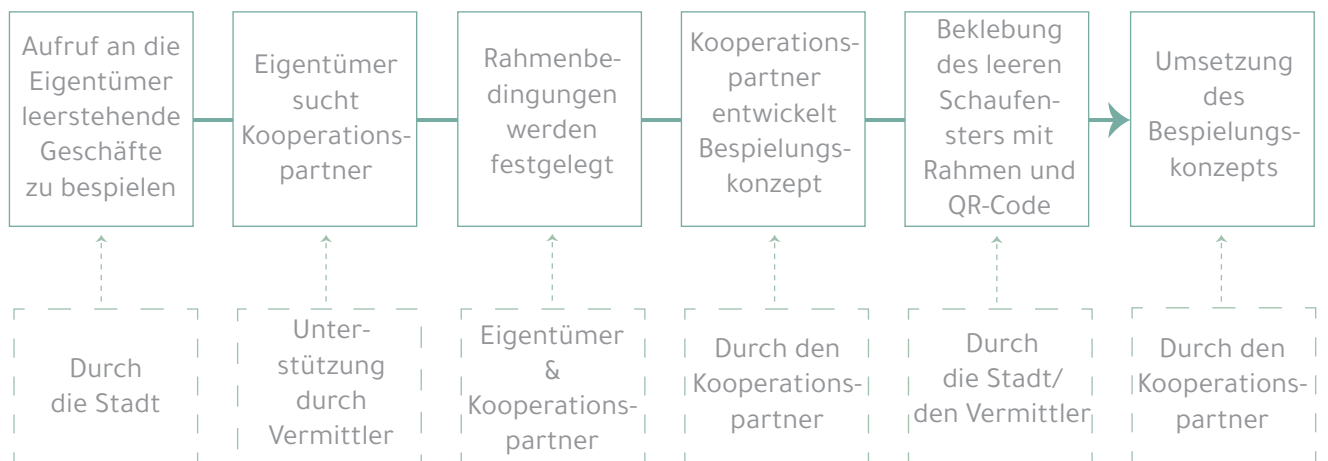


Abbildung 75: Schrittweise Umsetzung der Schaufensterbespielung

### Potentielle externe Akteure in Witzenhausen

In der folgenden Tabelle sind potentielle externe Akteure für die Bespielung von leerstehenden

Schaufenstern aufgelistet. Die Liste ist nicht abschließend.

	Akteursgruppe	Akteur in Witzenhausen
mittelfristige Bespielung	Kindergärten	Kita Kesperknirpse
		Kita Gelsertaler Spatzen
		Kita Kniephörnchen
		Kita Haus der kleinen Freunde
		Kita Wichtelschlösschen
		Wald- und Naturkindergarten Waldwichtel
	Grundschulen	Alle Schulen
	Künstler	Künstlerverzeichnis Werra-Meißner-Kreis
		Ausstellungen von Privatsammlungen
		Zusammenarbeit mit dem Ringelnatz, da dort regionale Künstler ausstellen
		Künstler von Mosaiken, Ölmalerei, Musik bis Lyrik
langfristige Bespielung	Vereine	Vereinsverzeichnis der Stadt
		Kinderturn-Club SV 1964 Ermschwerd
		Heimat- u. Kulturverein Neuseesen
		Kulturgemeinschaft Witzenhausen e.V.
		Gemischter Chor MGV 1889 Eintracht Ellingerode
		Imkerverein Witzenhausen e.V.
		Naturschutzbund Deutschland NABU Ortsgruppe Roßbach e.V.
		Sportverein 1964 Ermschwerd e. V.
		SV Grün-Weiß 1919 Dohrenbach e.V.
		SV Rot-Weiß Hundelshausen e.V.
		Landfrauenverein Rossbach
	Weiterführende Schulen	Johannisberg-Schule (Alle Stufen und Schularten)
		Als AG im Ganztagsangebot
	Berufliche Schulen	Berufliche Schulen des Werra-Meißner-Kreises in Witzenhausen
		Berufszweige: Maler und Lackierer, Einzelhandelskaufmann, Verkäufer, Gestaltung (Fachoberschule), BS-Shop
		Volkshochschule Werra Meißner
		Ausstellung der Werke aus Volkshochschulkursen (Gestaltung, Theater, etc.)
		Schaufensterbespielung als einen Volkshochschulkurs
	Universität Kassel	FB11 Ökologische Agrarwissenschaften

Tabelle 1: Liste der potentiellen externen Akteure in Witzenhausen



## Einheitliches Erscheinungsbild für leerstehende Schaufenster und QR-Code

Um eine Einheitlichkeit der leerstehenden Schaufenster herzustellen und einen Rahmen für die Bespielung vorzugeben, wird die Einhaltung eines Konzeptdesigns vorgeschlagen. Die Anbringung des geklebten Fensterrahmens mit wechselnden, witzenhausen-typischen Designs sorgt dafür, dass auf den ersten Blick erkennbar ist, dass dieses Schaufenster zu einem leerstehenden Geschäft gehört, es dort etwas zu sehen gibt und dass das Geschäft weiterhin angemietet werden kann. Ergänzt wird das Konzeptdesign mit einem QR-Code in der unteren rechten Ecke des Fensters.

Die Ausschnitte des Rahmens sind Witzenhäuser Sehenswürdigkeiten und sollen das Gemeinschafts- und Zugehörigkeitsgefühl zur Stadt verdeutlichen. Pro Leerstand sollte jeweils ein Ausschnitts-Motiv gewählt werden. Bei mehreren Leerständen in einer Straße sollte jedes Gebäude ein anderes Motiv haben. Der QR-Code auf der Beklebung kann von dem Interessenten mit einem mobilen Endgerät eingelesen werden und führt auf eine Internetseite mit weiteren, für eine interessierte Person wichtigen Informationen zum Geschäft, wie einer Lage- und Frequenzbewertung. Auf dieser Seite sollen auch alle weiteren verfügbaren Geschäftsleerstände Witzenhausens mit weiteren Informationen zu sehen sein, in Form einer Geschäftsleerstand-Datenbank.



Abbildung 76: QR-Code zur Geschäftsleerstand-Datenbank

Ein einheitliches Layout ist notwendig, um der Gestaltung durch externe Akteure einen Rahmen zu geben und ein nicht gewünschtes Erscheinungsbild der Schaufenster zu verhindern. Es wird damit vermieden, dass die Leerstände so aussehen, als würden sie keinem Konzept unterliegen.

## ÜBERARBEITUNG DER GESTALTUNGSSATZUNG

### Begründung der Überarbeitung

Das Ziel von Gestaltungssatzungen ist ein zusammen passendes Gesamtbild von gebauten Räumen. Das Instrument wird in erster Linie für dichte Innenstädte sowie locker bebaute Einfamilienhaussiedlungen angewandt, um zu unterbinden, dass extrem unterschiedliche Architekturen auf kleinem Maßstab aufeinandertreffen und dem Raum ein wirres, uneinheitliches Gesicht geben. Auch Bauzubehör wie Reklamen und Vordächer sind in solchen Ortsgesetzen mit Auflagen belegt. In der Regel beziehen sich Gestaltungssatzungen auf größere räumliche Bereiche als z. B. Bebauungspläne. Sie regeln verschiedene Aspekte wie beispielsweise die erlaubte Materialwahl oder an das Gebäude anbringbare Elemente (vgl. Schmidt-Eichstaedt et. al. 2016: 16-19).

Rechtliche Grundlage für die Aufstellung von Gestaltungssatzungen ist in Hessen § 91 der Hessischen Bauordnung (HBO). Die aktuell gültige Gestaltungssatzung von Witzenhausen stammt aus dem November 1982 und legt in der historischen Altstadt eine Priorität auf den angemessenen Umgang mit dem Fachwerk und den schützenswerten Charakter des Stadtkerns. Die Satzung regelt auf 12 Seiten das Verbot von Dachfenstern, Solaranlagen und Antennen, die die Dachlandschaft womöglich stören, schreibt in ihrem Geltungsbereich die Fachwerkbauweise vor und schreibt vor, welche Form und welches Ausmaß Werbung von Geschäften annehmen darf. Inhaltlich wurde die Satzung 2017 um die Sondernutzungsrechte von Gastronomen für die Außenbewirtschaftung und Überarbei-

tungen zu den Vorgaben bezüglich der Werbetafeln, Dekorationen und Warenauslagen im Straßenbereich ergänzt.

Das historische Erbe der Innenstadt und den einzigartigen Charakter der Fachwerkgebäude zu schützen, ist eine wichtige Aufgabe und die Gestaltungssatzung ist hierfür elementar wichtig. Dennoch zeigt die Ortsbegehung im Herbst 2019, dass die Satzung nur bedingt eingehalten wird, einzelne Gebäude sich entgegen der verbindlichen Vorgaben kaum in das Gesamtbild einfügen und Werbeelemente teils so auffällig sind, dass der Charakter des Straßenzugs mitunter beeinträchtigt wird.

Das Ansehen der Fachwerkbauten, die für das Erscheinungsbild der Innenstadt von Witzenhausen von größter Bedeutung sind, hat sich im Laufe der Geschichte gewandelt. Zeiten großer Wertschätzung folgten Zeiten von Nichtbeachtung, grundlegende Veränderungen wie dem Verputzen der identitätsstiftenden Fassaden teilweise der Abriss. Seine Dauerhaftigkeit hat Fachwerk bewiesen und heute sind Bewohner und Eigentümer wieder stolz und von Vielen beneidet. (vgl. Weiss 2019: 17) Wirtschaftliche Interessen, Pragmatismus und unterschiedliche architektonische Geschmäcker haben in der Vergangenheit einige Elemente hervorgebracht, die den Regelungen der Gestaltungssatzung heute widersprechen. Auch galt in der Nachkriegszeit vor allem die Devise des schnellen Wiederaufbaus und Lücken wurden durch Bauten gefüllt, die typisch für diese Ära waren. Teilweise finden sich in prominenter Lage Fassaden in besonders kontrastierender Farbgebung inmitten der gut erhaltenen Fachwerkhäuser. Auch auffällige Markisen, Werbetafeln und eine Vielzahl von Warenauslagen und Schildern verstellen enge Straßen und bedecken die charakteristischen Fassaden. (vgl. Weiss 2016: 29, 63)

Es ist also an der Zeit, die veraltete Gestaltungssatzung für die Altstadt Witzenhausens zu überarbeiten. Hierbei sollen inhaltliche Anpassungen an heutige und zukünftige Gegebenheiten glei-

chen Stellenwert bekommen wie der Hinweis, dass die Form, in der diese Satzung für Gebäudeeigentümer und Gewerbetreibende aufbereitet und präsentiert wird, grundlegend ist für die Umsetzung. Ein stumpfer Gesetzestext, der Paragraphen und Regeln aufzählt, ist für "alltägliche Stadtgestalter" (Eigentümer und Nutzer) längst nicht so zugänglich und verständlich, wie für die "professionellen Stadtgestalter" aus dem Stadtplanungsamt und der Denkmalschutzbehörde. Wichtig ist, den Witzenhäusern zu erklären, was die Vorgaben und Einschränkungen bedeuten und wieso die Einhaltung wichtig ist. Liebhabern der historischen Stadt liegt der Erhalt und das zur Geltung kommen des Fachwerks am Herzen. Gewerbetreibende profitieren davon, dass ein stimmiger Einladungscharakter geschäftsfördernd ist, vor allem wenn die Innenstadt als touristisches Ziel noch mehr an Bedeutung gewinnt (vgl. Scorzin 2013: 2). Ziel ist folglich die Erstellung einer Gestaltungssatzung, die nicht nur Vorschriften aufzählt, sondern verständlich macht, welchen Zweck die jeweilige Vorgabe erfüllt und welche Bedeutung die Einhaltung über den Maßstab des bloßen Gebäudes hinaus hat.

### **Beispiele anderer Städte**

Gestaltungssatzungen sind stark an die örtlichen Gegebenheiten angepasst und daher extrem schwer auf andere Gemeinden übertragbar. Um inhaltliche Inspirationen aus den aktuellen Gestaltungssatzungen anderer Städte zu bekommen, ist also zu prüfen, ob eine ungefähre Vergleichbarkeit der Geltungsbereiche überhaupt besteht. Für Beispiele bezüglich der Aufmachung und Begründung der Satzung ist eine ungefähre Vergleichbarkeit der Geltungsbereiche nicht nötig.

Beispiele - inhaltlich:

Innenstädte unterscheiden sich mitunter stark voneinander. In der Recherche zeigte sich, dass einige Innen- und Altstädte mit einer Gestaltungssatzung belegt sind, die idealerweise für eine abgestimmte Fassadengestaltung sorgt

und Beeinträchtigungen durch unangemessene Werbeelemente unterbindet. Der Anspruch, durch die Satzung das Stadtbild und die Aufenthaltsqualität zu sichern, eint dabei die verschiedenen Regelwerke. Für inhaltliche Vergleiche ergibt eine Betrachtung der Gestaltungssatzungen von Städten und Gemeinden Sinn, die ebenfalls für eine touristisch bedeutsame Fachwerkstadt bekannt sind. Für die im Anhang aufgezeigten Überarbeitungsempfehlungen für Witzenhausen sind vor allem die Städte Celle, Wernigerode sowie des Fachwerkfünfeck Südniedersachsens bestehend aus Duderstadt, Einbeck, Hann. Münden, Northeim und Osterode/Harz berücksichtigt worden. Da Fachwerkbauten in ganz Mittel- und Westeuropa Tradition sind, sich aber in ihrer Ausgestaltung aufgrund historischer Gründe zum Teil stark unterschieden (vgl. Weiss 2019: 13 f.), ergibt es am meisten Sinn, die Städte des (süd-) niedersächsischen und sachsen-anhaltischen Raumes zu betrachten. Für die Bearbeitung der Leitfrage "Wie sieht eine zeitgemäße Gestaltungssatzung für eine Fachwerkstadt aus?" bieten vor allem neuere Gestaltungssatzungen, die aus den 2010er Jahren stammen sollten, eine gute Basis. Mit den Satzungen Celles von 2018 und der Wernigerodes, die 2013 zuletzt neu beschlossen wurde, liegen sehr aktuelle Beispiele vor, während die örtlichen Bauvorschriften der Städte Duderstadt und Hann. Münden von 1986 und 1973 kaum aktueller als die der Stadt Witzenhausen sind. Einbeck, Northeim und Osterode haben keine online abrufbaren Gestaltungssatzungen für ihre Altstadtbereiche.

Celle versteht den denkmalgeschützten Altstadtbereich in jeder Hinsicht als erhaltenswert. Vor allem von den öffentlichen Straßen aus soll das historische Bild gewahrt bleiben, was durch strenge Vorgaben in der Gestaltungssatzung gewährleistet werden soll. Die charakteristische rote, nicht glänzende Ziegelfarbe ist hier rechtsverbindlich vorgegeben, die Dachneigung beträgt 40° - 60°, was für Fachwerkhäuser typisch sei. Was die Stadt Celle (im Gegensatz zur Stadt

Witzenhausen in der eigenen Satzung von 1982) zulässt, sind Dachfenster, Balkone und Solarthermieranlagen, sofern sie so ausgerichtet sind, dass sie auf den öffentlichen Raum kaum wirken und den Denkmalwert nicht einschränken. Photovoltaikanlagen unterliegen durch ihre reflektierenden Oberflächen strengeren Anforderungen, sind aber nicht ausgeschlossen.

Beinahe so ausführlich wie den Dächern widmet sich die Satzung in §3 der Fassadengestaltung. Vorgeschrieben wird hier die Fachwerkbauweise. Ausnahmen für diese Fassadengestaltung werden in der Satzung nur für Hinterhofgebäude und Brandwände gemacht. Die Proportionierung des Gefaches ist in §3 Abs. 3 der Satzung auf bis zu 1,20 m festgelegt. Ausgefacht werden müssen sie mit rotem Ziegel oder Lehm. Fenster und Türen müssen streng nach dem historischen Bestand und Vorbild gestaltet werden. Einen Spielraum für Abweichungen lässt die Satzung kaum zu.

Markisen, Vordächer und die Werbeanlagen von Geschäften sind Elemente, die stark auf die Fassade wirken und den Charakter der Straßenzüge in der Einkaufszone der Stadt beeinflussen. Der §6 ist daher der umfangreichste der ganzen Satzung und untersagt jegliche Werbeanlagen, die die architektonische Eigenart der Fassade optisch stören und unterbindet außerdem Auslagen und Werbeelemente vor dem Gebäude, die den Fußgänger bei der Bewegung durch die Straßen hindert.

Die Altstadtsatzung der Stadt Wernigerode ist eine ebenfalls auf den Fachwerkstil fixierte. In §3 Abs. 1 dieser Satzung wird festgelegt, dass Baudenkmale und Gebäude im Denkmalschutzgebiet den Bestimmungen der Denkmalpflege unterliegen. Die weiteren Paragraphen beschreiben vergleichsweise ausführlich die Gestaltungsanforderungen an Dächer, Dachgauben und Dachterrassen. Paragraph 9 der Satzung zählt eine Reihe verwendbarer Materialien auf, die die Authentizität und Einheitlichkeit der Gebäude sicherstellen.



Die Vorgaben zur Fassadengestaltung fokussieren sich sehr klar auf die historischen Fassaden, die sich typisch dem historischen Fachwerk gliedern sollen. Die Mindestbreite eines Gefaches ist auch hier festgelegt und deckt sich inhaltlich mit der Vorgabe der Stadt Celle. Treppen vor Haus- und Ladeneingängen sind in der Satzung von 2013 weitgehend zu vermeiden. Auch untersagt sind Balkone und Loggien ohne Unterscheidung zwischen Gebäudevorder- und Rückseite. Fenster sind wie in den anderen Beispielen nach den denkmalpflegerischen Merkmalen der stehenden Hochformate zu erhalten bzw. neu zu bauen. Größere Freiheiten sind bei Schau fenstern gemacht, die ein Querformat zulässt, welches dennoch an das Gefache in den darüberliegenden Geschossen angepasst ist. Die Gestaltung von Markisen und Vordächern wird in der Satzung thematisiert. Sie dürfen nicht weiter als 1,5 Meter vor der Gebäudefront ausladen, haben unter sich mindestens 2,5 Meter lichten Raum, damit die öffentliche Verkehrsfläche uneingeschränkt nutzbar bleibt, und müssen aus textilem Material geschaffen sein, das sich farblich an die Fassade anpasst.

§13 der Altstadtsatzung stellt neben den Anforderungen an Gebäude auch rechtsverbindliche Gestaltungsvorgaben für Einfriedungen, Stellplätze, Vorgärten und vom Straßenraum sichtbare Lagerflächen auf. Die möglichen Materialien fügen sich gut in das Bild einer historisch gewachsenen Stadt ein. Die Einfriedungen von Baulücken sollen durch mindestens 1,60 Meter hohe Holzzäune erfolgen. Traditionelle Mauern und Zäune sollen unter Schutz gestellt werden und sind nach Möglichkeit zu erhalten. Statt eine möglicherweise einschränkende optische Wirkung von Werbeanlagen durch diese Satzung zu verhindern, konzentriert sich die Satzung mit §16 auf Bäume, die prägende Ortsbild- und Straßenräume nicht überdecken sollen und Architekturformen hinter sich verstecken.

Beispiele - gestalterische Aufmachung:  
Zunächst ist es wichtig, das Dokument gut zugänglich zu veröffentlichen. Dies schließt auch

eine digitale Veröffentlichung mit ein. Auf dem Webauftritt der Kommune sollte sich für Laien logisch erschließen, unter welchen Reitern der Internetseite sie die Satzungen der Stadt finden. Das Dokument muss unmissverständlich benannt sein. Wenn Anhänge separat sein müssen, sollten Interessierte sie an der selben Stellen herunterladen können. Über Suchmaschinen gelangt man mit Hilfe passende Stichwort direkt zum Dokument.

Statt die Paragraphen der Satzung bloß aufzuzählen, verbinden manche Städte ihre Festsetzungen mit erklärenden Texten, Fotografien und Skizzen. Die Satzung wird so zugänglich für alle Akteure in der Stadt und findet durch gute Begründungen mehr Akzeptanz. Jede einzelne Festsetzung wird in der Celler Gestaltungssatzung verständlich erklärt. Es wurde ein doppelseitiges Design gewählt, wobei auf der linken Seite die rechtsverbindlichen Festsetzungen in der typischen Form von Paragraphen und Absätzen aufgelistet sind und direkt rechts daneben begründet wird, wie diese mitunter allgemeingültigen und damit unkonkret formulierten Vorschriften gemeint sind und wie die Umsetzung beispielhaft auszusehen hat. Auch Negativbeispiele finden als Fotografie oder Skizze ihren Weg in die Begründung.

Dettelbach in Bayern hat 2019 einen Gestaltungsleitfaden für die Altstadt herausgegeben. Hier sind es vor allem Fotografien, mit denen Gebäudeeigentümern gezeigt wird, welche Vorbilder in der Stadt ein besonders attraktives Bild erzeugen. Dieser Katalog von Beispielen macht deutlich, welche Kriterien dieser Leitfaden verfolgt und illustriert dies. Ziel ist jedoch nicht, eine Uniformität der Gebäude durchzusetzen, sondern den Charakter des Ortes und den Einfluss der einzelnen Bauelemente anschaulich darzustellen.

### **Zeitgemäße Satzung: alte Bausubstanz mit neuen Anforderungen?**

Historische Altstädte zeigen uns auch Generationen später, wie die Stadt ihre Entwicklung aufnahm und wie Architektur sich über Jahr-

zehnte und Jahrhunderte entwickelt hat. Der Erhalt der Gebäude und der Wirkung der Ensembles ist daher streng zu schützen. Dennoch ergeben sich zu Zeiten des demografischen Wandels und des Klimawandels Anforderungen an Städte, von denen man die Altstadt nicht ausklammern sollte. Dieser speziellen, neuen Herausforderung müssen Stadtplaner sich auch in der Aufstellung der Gestaltungssatzung annehmen. Ob und in welcher Form sich dabei Reibungen und Konflikte mit den Interessen des Denkmalschutzes ergeben, wird sich wohl erst die Praxis zeigen. Doch was genau ist unter den neuen Anforderungen zu verstehen?

Neue Anforderungen durch den demografischen Wandel:

- Barrierefreiheit der Hauseingänge
- Bodenbeläge, die mit Gehhilfen (Rollatoren, Krücken, Rollstuhl..) komfortabel und gefahrlos begehbar sind
- Leitelemente für Sehbehinderte
- ausreichend Sitzgelegenheiten

(vgl. Rosliwek-Hollering 2013: 20)

Neue Anforderungen durch den Klimawandel:

- Nutzung erneuerbarer Energien (Photovoltaik und Solarthermie)
- ausreichende Versickerungsflächen
- Begrünungselemente für mikroklimatische Vorteile

### Überarbeitung der Satzung

Eine komplette Erneuerung der beschlossenen Satzung ist durch einige bereits sehr gute vorhandene Ansätze nicht notwendig. Vielmehr liegt der Fokus auf der Ergänzung und Anknüpfung an vorhandene Vorschriften, auf der Überarbeitung veralteter Inhalte, sowie die graphische Aufbereitung zur Veranschaulichung der Inhalte.

Dabei soll im ersten Schritt vor allem die inhaltliche Überarbeitung der Satzung erfolgen. Statt eines trockenen Gesetzestext ist eine Satzung

mit Leitfadencharakter das Ziel. Textlich wird der vorhandene Inhalt somit überarbeitet und durch Begründungen und zusätzliche Empfehlungen ergänzt. Des weiteren kann eine Neugliederung der Inhalte dazu beitragen, dass die unterschiedlichen Themenfelder übersichtlicher verknüpft sind und zu einer besseren Lesbarkeit führen. In einem zweiten Schritt werden die angepassten Inhalte durch einige Illustrationen in Form von Fotografien und Zeichnungen ergänzt.

Es ist zudem darauf hinzuweisen, dass die Satzung Formal mit bundes- und landesweit geltenden Gesetzen zu legitimieren ist. 1982 galten noch Fassungen dieser Gesetze, die bis heute zum Teil mehrfach überarbeitet wurden.

Die erste, wichtige Maßnahme ist die genaue Definition des Geltungsbereiches. Obwohl sich die bestehende Satzung auf einen festgelegten Geltungsbereich bezieht, ist Interessierten heute nicht ersichtlich, wie das Gebiet abgegrenzt ist. 1982 argumentierte man mit dem 1976 festgelegten Sanierungsgebiet der Altstadt, welches inzwischen aufgehoben wurde. Die Satzung bezieht sich dennoch auf diesen Raum, jedoch lässt sich keine kartografische Darstellung mehr finden. Zukünftig soll eine Darstellung direkt in das Dokument der Satzung eingebettet werden, ohne auf Anhänge zu verweisen. Der Geltungsbereich soll sich dabei vor allem an dem Raum orientieren, der funktional als Innenstadt einzustufen ist, sich aber vor allem auf historische Bestände beziehen, da die Vorgaben der Satzung sich stark auf den Umgang mit Alt- und Neubauten in den Zusammenhängen mit historischer Bausubstanz beziehen. Hilfreich sind dabei Karten aus den Archiven von Land und Landkreis, zum Beispiel die Übersicht des Kurfürstentums Hessen von 1847. Hier ist veranschaulicht, welche Gebäude schon Mitte des 19. Jahrhunderts die Stadt Witzenhausens ausmachten und heute die historischen Bestände darstellen. (siehe Abbildung 9)

Der Erhalt von Historischem geht mit strengen

Vorgaben und Einschränkungen einher, die das authentische Erscheinungsbild einzelner Gebäude sowie des Ensembles wahren sollen. Die Wahl authentischer Materialien und Farben wird so gesichert, während störende Elemente und Gestaltungen mit der rechtswirksamen Satzung unterbunden werden können.

Jedoch wandeln sich die Anforderungen an Wohnraum und die kleinteiligen historischen Fachwerkhäuser sind nur schwer daran anzupassen. Mit Hilfe der neu definierten Prioritätsräume A und B soll innerhalb der Stadt zwischen dem besonders schützenswerten und repräsentativen Zentrum (A) und den Bereichen, in denen Eigentümer durch die überwiegende Wohnnutzung einen größeren Gestaltungsspielraum und Möglichkeiten zur Aneignung bekommen sollen (B),

unterschieden werden. Diese Zonierung kann zur Rechtssicherheit einer Satzung beitragen (vgl. Eichstaedt et. al. 2016: 48). Im Fall von baulichen Einzeldenkmälern ist ggf. eine besondere Abwägung nötig, weil denkmalschutzrechtliche Rahmenbedingungen zusätzlich gelten.

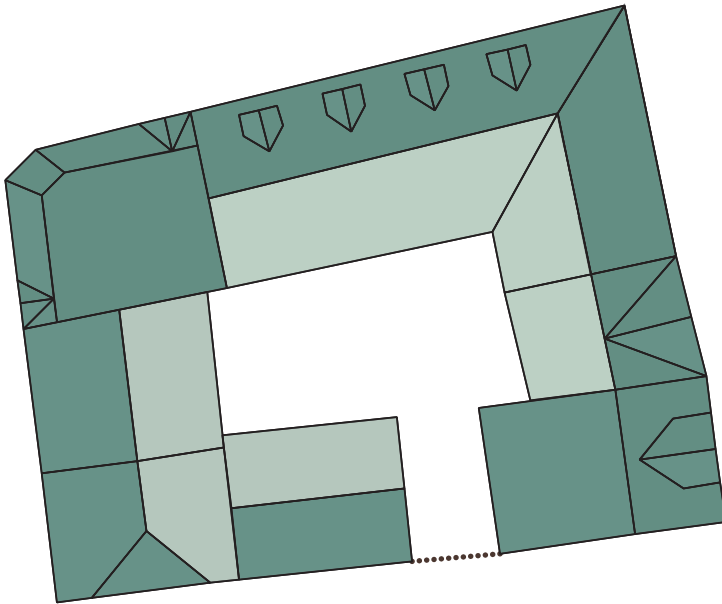


Abbildung 77: Witzenhausen 1847

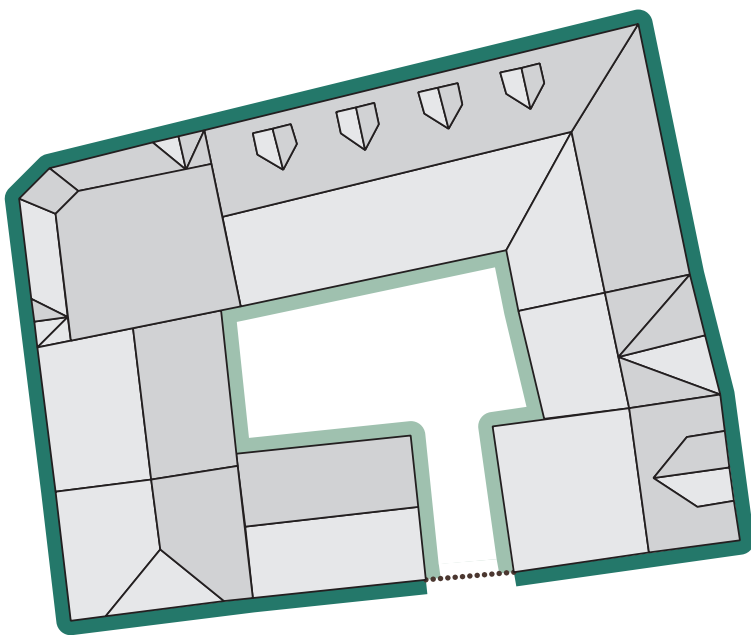




Im gesamten Geltungsbereich wird zusätzlich zwischen straßenzu- und straßenabgewandten Seiten der Gebäudee unterschieden. Dächer und Fassaden, die nicht direkt auf den öffentlichen Raum wirken, sind in den Vorgaben der Satzung jeweils als solche benannt und erlauben die Attraktivitätssteigerung von Wohnraum ohne Einschränkung des historischen Stadtbildes im Stadtkern.



- • • • Einfriedung (mind. 1,80 m)
- Straßenzugewandte Dachflächen:**  
kaum erweiterter Spielraum
- Straßenabgewandte Dachflächen:**  
erweiterter Gestaltungsspielraum



- • • • Einfriedung (mind. 1,80 m)
- Straßenzugewandte Fassaden:**  
kaum erweiterter Spielraum
- Straßenabgewandte Fassaden:**  
erweiterter Gestaltungsspielraum

Abbildung 79: Gestaltungsspielräume Dach- und Fassadenseiten

Folgend wird eine Musterseite der im Anhang beigefügten überarbeiteten Gestaltungssatzung dargestellt, welche veranschaulicht inwieweit die zuvor beschriebenen Veränderungen bei der Neufassung Anwendung gefunden haben. Wesentlich ist dabei die allgemeine Neugliederung der Satzungsinhalte sowie die Neugliederung der Paragrapheninhalte zu nennen. Die einzelnen Paragraphen wurden inhaltlich durch eine Konkretisierung der Inhalte sowie eine Anpassung der Inhalte an heutige Gegebenheiten und Anforderungen überarbeitet. Daneben liegt ein weiterer Schwerpunkt auf der Ergänzung der Inhalte durch Begründungen, die zum besseren Verständnis der Inhalte beitragen, sowie durch Empfehlungen, die gleichermaßen Einschrän-

kungen sowie Spielräume für Hauseigentümer darstellen. Zudem geben die Empfehlungen einen Rahmen an Gestaltungsmöglichkeiten vor, an dem sich die Hauseigentümer orientieren können. Das wiederum trägt sowohl zu einer verbesserten Verständlichkeit sowie zu einer optischen Anpassung der Gebäudegestaltung an das Gesamtbild bei.

Wesentliches Ziel der genannten Neustrukturierung ist neben der inhaltlichen Anpassung vor allem die verständliche Aufbereitung. Daher ist auch die Anordnung und Gestaltung der Inhalte entscheidend. Die beigefügte Musterseite der überarbeiteten Gestaltungssatzung macht dies deutlich.

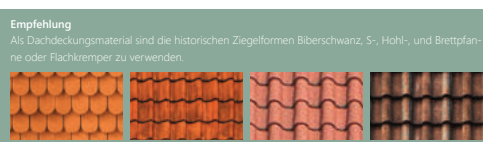
Die innere Spalte enthält die Satzungsinhalte in Form von Paragraphen. Die farbig hinterlegten Sätze sind aus der ursprünglichen Satzung übernommen.

**§ 3 Dächer**  
(1) **Dachform**  
Die Dachform (Firstrichtung und Dachneigung) vorhandener Gebäude ist beizubehalten. Die Dachneigung aller Gebäude, die von öffentlichen Verkehrsflächen im Umkreis von 500m aus sichtbar sind, muß mehr als 40° (alte Teilung) betragen. Im Übrigen ist die Dachform der Art und dem Charakter der in der Umgebung überwiegend vorhandenen Dächer anzupassen.

*In einer historisch gewachsenen Altstadt ist auch die Dachlandschaft, besonders charakteristisch. Aus diesem Grund wird in der Gestaltungssatzung vorgeschrieben, die Dachform an diesem Erbe zu orientieren. In Mitteldeutschland, wie im gesamten Raum nördlich der Alpen, waren und sind in der Regel steile, symmetrische Dachkonstruktionen in Form von Satteldächern prägend (vgl. Wetzel 2003, 116 f.). Alle von den Verkehrsflächen sichtbare Gebäude müssen daher ein mindestens 40° geneigtes Dach haben. Andere Dachformen wie Flachdächer können das Raumgefüge und das Bild der Straßenräume und Plätze stören und sind daher nicht zulässig (vgl. Stadt Celle 2018: 11). Für im Hofbereich liegende Nebengebäude können andere Dachformen gewählt werden.*

(2) **Dachdeckung**  
Die Dachdeckung hat aus roten oder rotbraunen, nicht engobierten Tonziegeln oder Beton-Falzziegeln zu bestehen. Für die Dachdeckung von Nebengebäuden, die von öffentlichen Verkehrsflächen im Umkreis von 500 m nicht einsehbar sind, können Ausnahmen zugelassen werden.

*Auch die Farbe dieser Dachlandschaft ist charakteristisch. Die rot-braune Eindeckung ist deshalb Vorschrift für alle Gebäude im Geltungsbereich, um das typisch historische Bild zu erhalten bzw. wieder herzustellen. Daneben tragen auch die nicht engobierten Tonziegel, welche ein mottes und nicht glänzendes Dachgefüge darstellen, zum Erhalt des historischen Stadtbildes bei.*

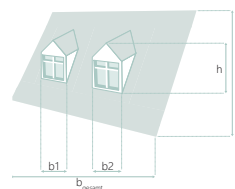


(3) **Dachgauben**  
Dachgauben sind bestehenden Vorbildern entsprechend auszubilden, mit Schleppe- oder Satteldächern zu versehen und seitlich mit Materialien zu verkleiden, die in Form, Größe und Farbe der Dachdeckung angepasst sein müssen. Wenn die charakteristische Bauweise in der

*Dachgauben, Dachseinschnitte und Dachfenster können Dachflächen beleben wenn sie gut dimensioniert sind und sind für den Ausbau von Wohnraum zulässig. Da allerdings geschlossene Dachflächen für die Altstadt typisch sind, unterliegen Dachgauben bezüglich ihrer Dimensionen*

Die äußere Spalte enthält die Begründungen zu den Satzungsinhalten der inneren Spalte.

*Umgebung es erfordert, sind Zwerchhäuser vorzuziehen, die auf die Fassadenteilung angepasst sein müssen. Die Gauben dürfen höchstens die Hälfte der gesamten Firstlänge des jeweiligen Daches einnehmen und nicht höher als 1/3 der jeweiligen Dachhöhe, senkrecht zwischen Dachtraufe und Dachfirst gemessen, sein.*



(4) **Dachseinschnitte**  
Straßenseitige Dachseinschnitte sind unzulässig. Sie sind nur in Fällen erlaubt, in denen sie nicht von öffentlichen Verkehrsflächen in Prioritätsraum A aus eingesehen werden können.

(5) **Dachfenster**  
An straßenabgewandten Dächern und wenn nicht von Verkehrsflächen in Prioritätsraum A einsehbar, sind liegende Dachfenster zur Beleuchtung von Wohnraum zulässig.

*rung und Ausformung bestimmten Vorgaben. Die Gauben sind mit Sattel- oder Schleppe-dach zu versehen. In Straßenzügen, wo mehrere Zwerchhäuser vorzufinden sind, ist diese Bauart aufgrund der Einfügung in das historisch gewachsene Bild passender. Dachseinschnitte sind grundsätzlich unzulässig, da sie das historische Bild der geschlossenen Dachflächen mit roten Ziegelfarben stören.*



*Dachseinschnitte, die von der Straße aus sichtbar sind, sind grundsätzlich unzulässig, da sie das historische Bild der geschlossenen Dachflächen mit roten Ziegelfarben stören. Richten sie sich in den Hofinnenbereich, sind sie unter den Bestimmungen des Denkmalschutzes in Einzelfällen möglich.*

*Auch Dachfenster an straßenabgewandten Dachflächen können die Dachgeschosswohnungen im jeweiligen Haus massiv aufwerten und zur allgemeinen Attraktivität beitragen. Dabei wird, aufgrund der rückwärtigen Anbringung der Fenster, das historische Bild nicht wesentlich beeinträchtigt. Die Erfahrung zeigt, dass genutzte Gebäude meist auch gepflegte Gebäudestrukturen mit sich bringen. Der Einsatz von Dachfenstern, durch renovierungsbereite Bewohner, kann dazu führen, dass Dachräume ausgebaut und einer Wohnnutzung zugeführt werden. Dies kann zu einer allgemeinen Aufwertung der Gebäudestrukturen beitragen und somit das Erscheinungsbild positiv beeinflussen.*

Grün hinterlegt und über die gesamte Seitenbreite gezogen, befinden sich die Empfehlungen zu den Satzungsinhalten des jeweiligen Paragraphen.

Zwischen den Inhalten befinden sich Grafiken und Fotos zur Veranschaulichung der Inhalte.



## MUSTERSEITE

*In einer historisch gewachsenen Altstadt ist auch die Dachlandschaft besonders charakteristisch. Aus diesem Grund wird in der Gestaltungssatzung vorgeschrieben, die Dachform an diesem Erbe zu orientieren. In Mitteldeutschland, wie im gesamten Raum nördlich der Alpen, waren und sind in der Regel steile, symmetrische Dachkonstruktionen in Form von Satteldächern prägend (vgl. Wetzels 2003: 116 f.). Alle von den Verkehrsflächen sichtbare Gebäude müssen daher ein mindestens 40° geneigtes Dach haben. Andere Dachformen wie Flachdächer können das Raumgefüge und das Bild der Straßenräume und Plätze stören und sind daher nicht zulässig (vgl. Stadt Celle 2018: 11). Für im Hofbereich liegende Nebengebäude können andere Dachformen gewählt werden.*

*Auch die Farbe dieser Dachlandschaft ist charakteristisch. Die rot-braune Eindeckung ist deshalb Vorschrift für alle Gebäude im Geltungsbereich, um das typisch historische Bild zu erhalten bzw. wieder herzustellen. Daneben tragen auch die nicht engobierten Tonziegel, welche ein mattes und nicht glänzendes Dachgefüge darstellen, zum Erhalt des historischen Stadtbildes bei.*

## § 3 Dächer

### (1) Dachform

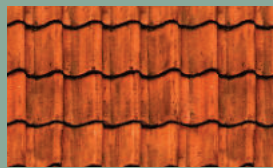
Die Dachform (Firstrichtung und Dachneigung) vorhandener Gebäude ist beizubehalten. Die Dachneigung aller Gebäude, die von öffentlichen Verkehrsflächen im Umkreis von 500m aus sichtbar sind, muß mehr als 40° (alte Teilung) betragen. Im Übrigen ist die Dachform der Art und dem Charakter der in der Umgebung überwiegend vorhandenen Dächer anzupassen.

### (2) Dachdeckung

Die Dachdeckung hat aus roten oder rotbraunen, nicht engobierten Tonziegeln oder Beton-Falzziegeln zu bestehen. Für die Dachdeckung von Nebengebäuden, die von öffentlichen Verkehrsflächen im Umkreis von 500 m nicht einsehbar sind, können Ausnahmen zugelassen werden.

### Empfehlung

Als Dachdeckungsmaterial sind die historischen Ziegelformen Biberschwanz, S-, Hohl-, und Brettpfanne oder Flachkremper zu verwenden.

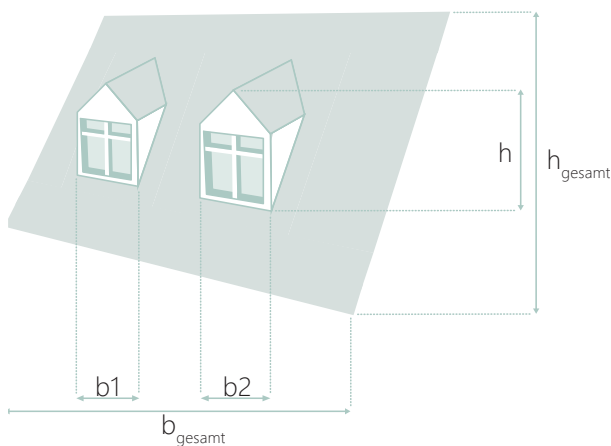


*Dachgauben, Dacheinschnitte und Dachfenster können Dachflächen beleben wenn sie gut dimensioniert sind und sind für den Ausbau von Wohnraum zulässig. Da allerdings geschlossene Dachflächen für die Altstadt typisch sind, unterliegen Dachgauben bezüglich ihrer Dimensionie-*

### (3) Dachgauben

Dachgauben sind bestehenden Vorbildern entsprechend auszubilden, mit Schlepp- oder Satteldächern zu versehen und seitlich mit Materialien zu verkleiden, die in Form, Größe und Farbe der Dachdeckung angepasst sein müssen. Wenn die charakteristische Bauweise in der

Umgebung es erfordert, sind Zwerchhäuser vorzuziehen, die auf die Fassadenteilung angepasst sein müssen. Die Gauben dürfen höchstens die Hälfte der gesamten Firstlänge des jeweiligen Daches einnehmen und nicht höher als  $\frac{1}{3}$  der jeweiligen Dachhöhe, senkrecht zwischen Dachtraufe und Dachfirst gemessen, sein.



#### (4) Dacheinschnitte

Straßenseitige Dacheinschnitte sind unzulässig. Sie sind nur in Fällen erlaubt, in denen sie nicht von öffentlichen Verkehrsflächen in Prioritätsraum A aus eingesehen werden können.

#### (5) Dachfenster

An straßenabgewandten Dächern und wenn nicht von Verkehrsflächen in Prioritätsraum A einzusehen, sind liegende Dachfenster zur Belichtung von Wohnraum zulässig.

und Ausformung bestimmten Vorgaben. Die Gauben sind mit Sattel- oder Schleppdach zu versehen. In Straßenzügen, wo mehrere Zwerchhäuser vorzufinden sind, ist diese Bauart aufgrund der Einfügung in das historisch gewachsene Bild passender.

Dacheinschnitte sind grundsätzlich unzulässig, da sie das historische Bild der geschlossenen Dachflächen mit roten Ziegelfarben stören.



Dacheinschnitte, die von der Straße aus sichtbar sind, sind grundsätzlich unzulässig, da sie das historische Bild der geschlossenen Dachflächen mit roten Ziegelfarben stören. Richten sie sich in den Hofinnenbereich, sind sie unter den Bestimmungen des Denkmalschutzes in Einzelfällen möglich.

Auch Dachfenster an straßenabgewandten Dachflächen können die Dachgeschosswohnungen im jeweiligen Haus massiv aufwerten und zur allgemeinen Attraktivität beitragen. Dabei wird, aufgrund der rückwertigen Anbringung der Fenster, das historische Bild nicht wesentlich beeinträchtigt. Die Erfahrung zeigt, dass genutzte Gebäude meist auch gepflegte Gebäudestrukturen mit sich bringen. Der Einsatz von Dachfenstern, durch renovierungsbereite Bewohner, kann dazu führen, dass Dachräume ausgebaut und einer Wohnnutzung zugeführt werden. Dies kann zu einer allgemeinen Aufwertung der Gebäudestrukturen beitragen und somit das Erscheinungsbild positiv beeinflussen.

## 6.2.4 STRATEGIEN ZUR UMSETZUNG DER VORGABEN ZUR GEBÄUDEGESTALTUNG

### Architektenberatung

Privates Engagement und Investitionen sind bei der Umsetzung der Gestaltungssatzung besonders wichtig, da die Gebäude der Witzenhäuser Innenstadt größtenteils Einzeleigentum sind. „Die individuelle Beratung der Eigentümer ist das A und O zur Erzielung von privaten Investitionen.“ (BBSR 2015: 51). Deshalb sollte in Witzenhäusern diese Beratung ausgebaut werden. Mit den Sprechstunden im Stadtraum zu den Förderprogrammen des Stadtumbaus wird eine Beratung zwar schon angeboten, jedoch nicht umfänglich angenommen. Bei Gesprächen mit Eigentümern und Bewohnern der innerstädtischen Gebäude ist außerdem deutlich geworden, dass die Vorplanungen und –gespräche fehlen, um mit einem klaren Anliegen in die derzeit angebotenen Sprechstunden zu gehen. Außerdem sollte statt der passiven Sprechstunden auch ein aktives Beratungsangebot geschaffen werden. „[...] Büros, die nur stundenweise besetzt sind, erhalten nur wenig Zulauf durch Eigentümer.“ (BBSR 2015: 51). Individuelle und aktive Beratungen meist vor Ort sind nach dem Bundesinstitut für Bau-, Stadt- und Raumforschung (vgl. 2015: 58) deutlich erfolgreicher, wenn es um die Mobilisierung der Eigentümer geht. Je passiver und standardisierter Beratungen ablaufen, desto geringer sind Nachvollziehbarkeit und Resonanz.

Als aktive Beratungsform bietet sich die Architektenberatung an. Dabei können Eigentümer kostenlos eine Erstberatung von Architekten oder Stadtplanern für ihr Gebäude bekommen. Diese Impulsberatung zeigt ihnen die Handlungsmöglichkeiten für bauliche und gestalterische Maßnahmen an ihrem Gebäude sowie eine Kostenschätzung auf.

Viele Städte haben bereits eine Architektenberatung durchgeführt bzw. eingerichtet. In der Stadt Gudensberg wurde im Rahmen des stadtteigenen Förderprogramms „Leben im Stadt-

und Ortskern“, eine Architektenberatung eingerichtet. Ziel der Beratung ist die Stärkung der Wohn- und Aufenthaltsqualität sowie dem Leerstand und Verfall entgegen zu wirken. Beraten werden die Eigentümer kostenlos von Architekten und Planungsbüros (vgl. Stadt Gudensberg 2018a). Diese Beratungs- und Vorplanungsleistungen werden von der Stadt, nach Antragstellung durch das Büro, gefördert (vgl. Stadt Gudensberg 2018b: 1). Gefördert werden unter anderem energetische Maßnahmen, die Schaffung von Wohn- und Gewerbeflächen, Außenanlagen sowie Maßnahmen zur Erhaltung des Denkmalschutzes. Die Fördergelder für die Beratung kommen vom Landesamt für Denkmalpflege Hessen sowie von der Stadt Gudensberg (vgl. ebd.: 2f.).

Eine weitere Stadt, die seit September 2019 (vgl. Westdeutsche Allgemeine Zeitung 2019) eine Architektenberatung für Wohngebäude und Mischimmobilien anbietet, ist Sterkrade in Niedersachsen. Verantwortlich für die Beratung sind drei Architekten eines privaten Planungsbüros aus dem gut 40 km entfernten Dortmund, die an zwei Tagen in der Woche feste Sprechzeiten im Stadtteilbüro des Ortes anbieten. Auch eine kostenlose vor Ort Beratung direkt am Objekt ist möglich (vgl. Stadt Sterkrade 2019). Ziel der Beratung ist es, den Eigentümern der Gebäude eine erste Einschätzung zu möglichen Sanierungsvorhaben sowie Antworten auf bauliche, energetische, gestalterische und finanzielle Fragen rund um die Immobilie zu geben. Hierbei wird auch auf Fragen zu Grundrissänderungen, Erweiterungen, Sanierungen und deren voraussichtliche Kosten eingegangen (vgl. Westdeutsche Allgemeine Zeitung 2019), sowie Hilfestellungen und Beratung zu allgemeinen Baufragen, barrierefreiem und altersgerechtem Bauen gegeben. Das Engagement findet im Rahmen des städtischen Fassaden- und Hofprogramms statt, mit dem die Stadt Aufwertungsmaßnahmen an Fassaden, Hofgestaltung, Dachbegrünung, Schaffung barrierefreier Ladeneingänge etc. fördert (vgl. Stadt Sterkrade 2019). Die Voraus-

setzung für eine finanzielle Förderung im Rahmen des Programms ist ein Besuch der Architektenberatung. Neben Informationen über Materialien für den Umbau und der passenden Farbgebung unterstützen die ArchitektInnen die Eigentümer auch bei der Antragstellung, dem Einholen von Angeboten und geben gleichzeitig noch Informationen über weitere Förderprogramme der KfW oder Landesbank und Lösungsvorschläge zur Bekämpfung von Asbest und Schimmel (vgl. WAZ 2019).

Auch in Witzenhausen soll die Architektenberatung auf Beratungs- und Vorplanungsleistungen abzielen. Für die Umsetzung kommen in erster Linie zwei verschiedene Herangehensweisen in Betracht. Es kann entweder ein Büro beauftragt werden, welches an bestimmten Tagen Sprechzeiten und Begehungen anbietet, oder es können Beratungen auf Antrag von der Stadt finanziell übernommen werden. Letztere Form ermöglicht es den Eigentümern, flexibler das passende Büro zu finden und der Aufwand der Stadt

ist begrenzt, da kein längerfristiger Vertrag mit einem bestimmten Architekturbüro geschlossen werden muss. Allerdings müssen hier die Eigentümer selbst aktiv werden und ein Architektenbüro finden. Die Stadt kann sie bei dieser Suche unterstützen und Büros vorschlagen. Die erste Form nimmt ihnen diese Suche ab und ist niederschwelliger.

Die Finanzierung der Architektenberatung kann durch Förderprogramme von Bund und Ländern unterstützt werden. Folgende Programme und Institutionen bieten sich dafür an:

- Landesamt für Denkmalschutz Hessen
- Förderprogramm Stadtumbau
- Förderprogramm Städtebaulicher Denkmalschutz (vgl. BBSR o.J.b): Die Beratung von Eigentümern ist Teil des Förderprogramms

Für Witzenhausen wäre insbesondere eine Förderung aus den Mitteln des Stadtumbaus naheliegend.

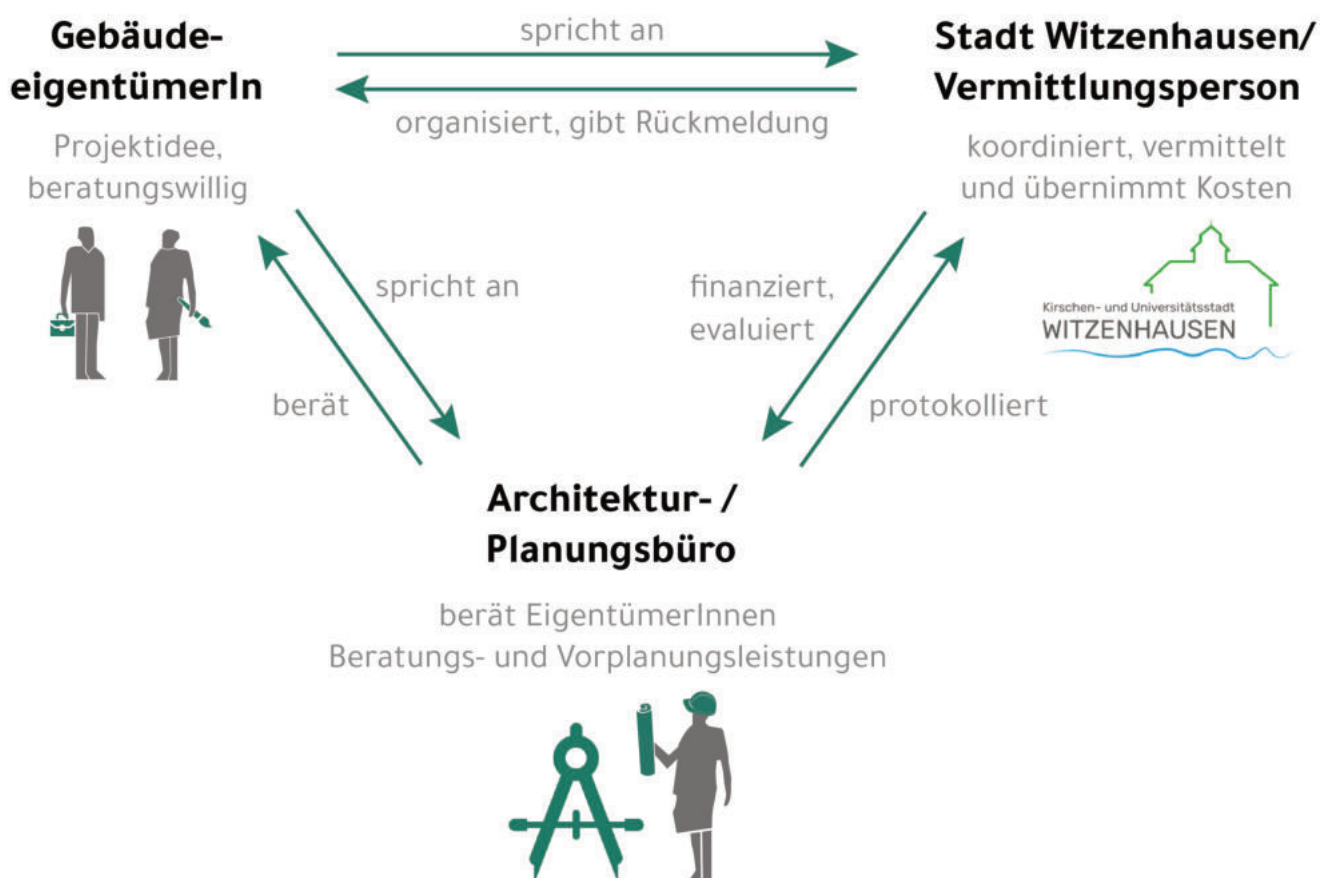


Abbildung 80: Konzept Architektenberatung



### Pilotprojekt Fachwerksanierung

Um neben finanziellen Anreizen auch die Umsetzbarkeit der vom Architekten ermittelten Handlungsmöglichkeiten aufzuzeigen, bietet sich die Einrichtung eines Pilotprojektes zur Fachwerksanierung an. In Hann. Münden wurde beispielsweise ein Pilotprojekt für das energetischgerechte Sanieren von Fachwerkhäusern gestartet. Es wurde eine denkmalgeschützte Fachwerkmusterimmobilie ausgewählt, die im Rahmen des interkommunalen Projektes "Fachwerk5eck" als Konzeptprojekt den Schwerpunkt Energieeffizienz und CO<sub>2</sub>-Einsparung dient. Durch die energetischen Sanierungsmaßnahmen sollen in dem bisher leerstehenden Gebäude außerdem sechs Wohnungen und eine neue barrierefreie Treppenerschließung geschaffen werden. Im Erdgeschoss wird zusätzlich ein Beratungsbüro eingerichtet mit Informationen zum Umbau und zur energetischen Sanierungen in

Fachwerkgebäuden. Das Pilotprojekt soll aufzeigen, dass ein Sanieren von denkmalgeschützten Fachwerkhäusern durchaus möglich ist und mit welchen Ansätzen diese Sanierung umgesetzt werden und gelingen kann. In Hann. Münden erhofft man sich von dem Projekt einen Ausstrahlungseffekt auf ansässige Eigentümer und lokale Akteure. Finanziert wird das Projekt von der Stadt sowie aus den Mitteln des "Fachwerk5eck" (vgl. Arbeitsgemeinschaft Deutsche Fachwerkstädte e.V 2019: 58ff.). Auch in anderen Städten, wie Einbeck oder Osterode, werden über Pilotprojekte in stark sanierungsbedürftigen und leerstehenden Fachwerkhäusern Konzepte und Anregungen für das Sanieren und Modernisieren von Fachwerkhäusern vorgestellt und den Eigentümern direkt vor Augen geführt (vgl. Fachwerk-Fünfeck 2020).

Um in Witzenhausen ein geeignetes Pilotprojekt zu finden, sollten sich Eigentümer mit ihren

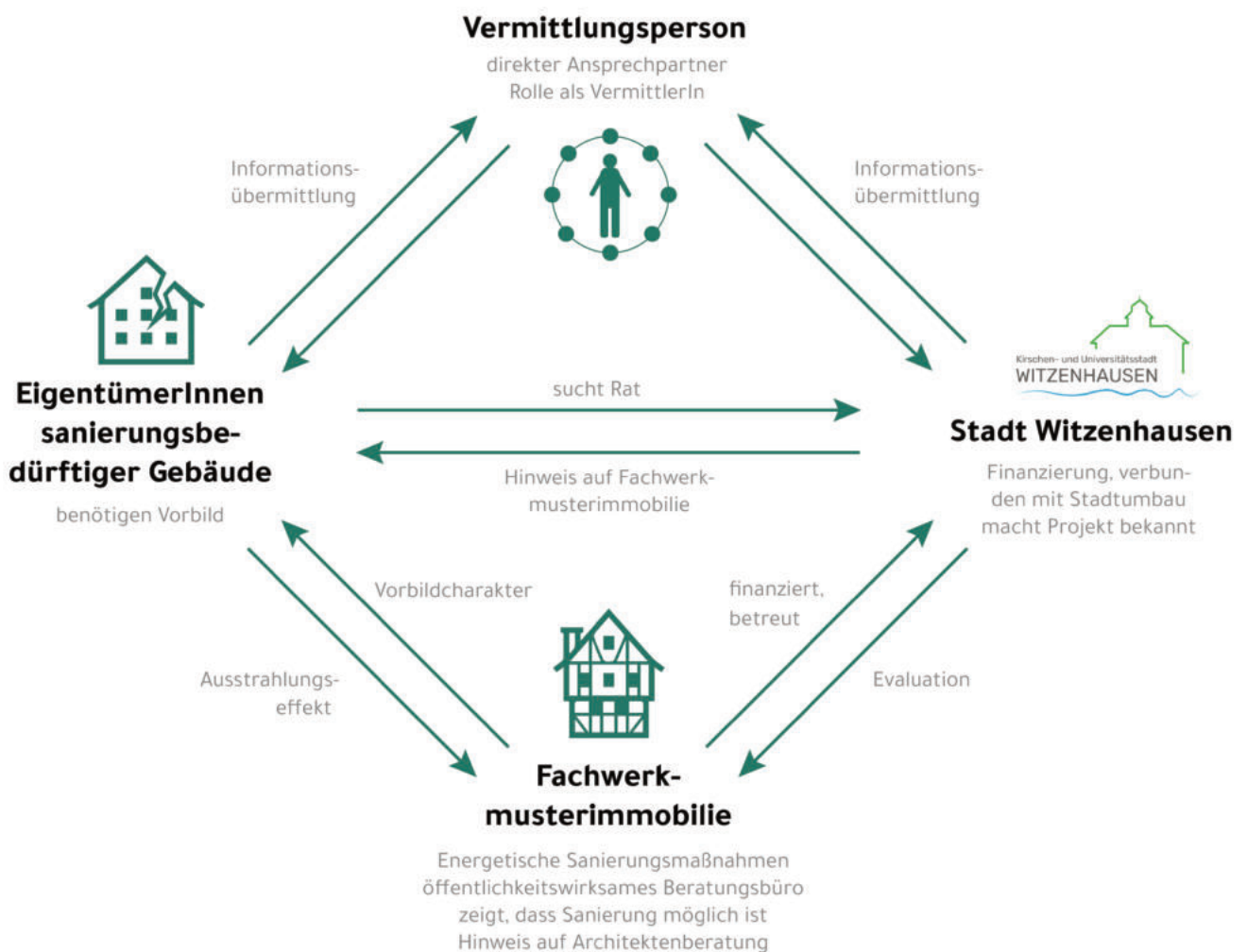


Abbildung 81: Konzept Pilotprojekt Fachwerksanierung

Objekten bewerben und dabei aufzeigen, was für Nachnutzungen in dem Gebäude möglich wären und welchen Mehrwert eine Sanierung ihres Gebäudes für die Stadt Witzenhausen und insbesondere für die Innenstadt haben würde. Die Möglichkeiten der Sanierung an einem Beispiel direkt aufgezeigt zu bekommen, diese quasi anfassen und sich vor Ort mit lokalen Akteuren darüber austauschen zu können, aktiviert die Eigentümer zusätzlich zur Architektenberatung. Eine tragende Rolle spielt hier die Vermittlungsperson (siehe Kapitel 6.3), die als Knotenpunkt zwischen Eigentümern und Stadt vermitteln und vorhandene Differenzen abbauen soll. Gleichzeitig soll sie als Ansprechpartner für Engagierte Informationen direkt weitergeben und koordinierend wirken.

## FINANZIERUNGSVORSCHLAG

Um die beschriebenen Maßnahmen und Konzepte umsetzen zu können, ist eine gesicherte Finanzierung nötig. Hierfür bieten sich für die jeweiligen Maßnahmen verschiedene Ansätze und Förderprogramme an, die in Abbildung 82 dargestellt sind.

Es ist zu beachten, dass in der Darstellung nur die wichtigsten Finanzierungsmöglichkeiten und Beziehungen zu den vorgeschlagenen Maßnahmen dargestellt sind. Eine zentrale Rolle kommt bei der Finanzierung auch der Stadt zu, da ein Großteil der im folgenden beschriebenen Maßnahmen in Teilen von städtischen Mitteln abhängig ist. Einen zentralen Ansatzpunkt stellt das Städtebauförderungsprogramm Stadtumbau dar, in dessen Rahmen noch bis

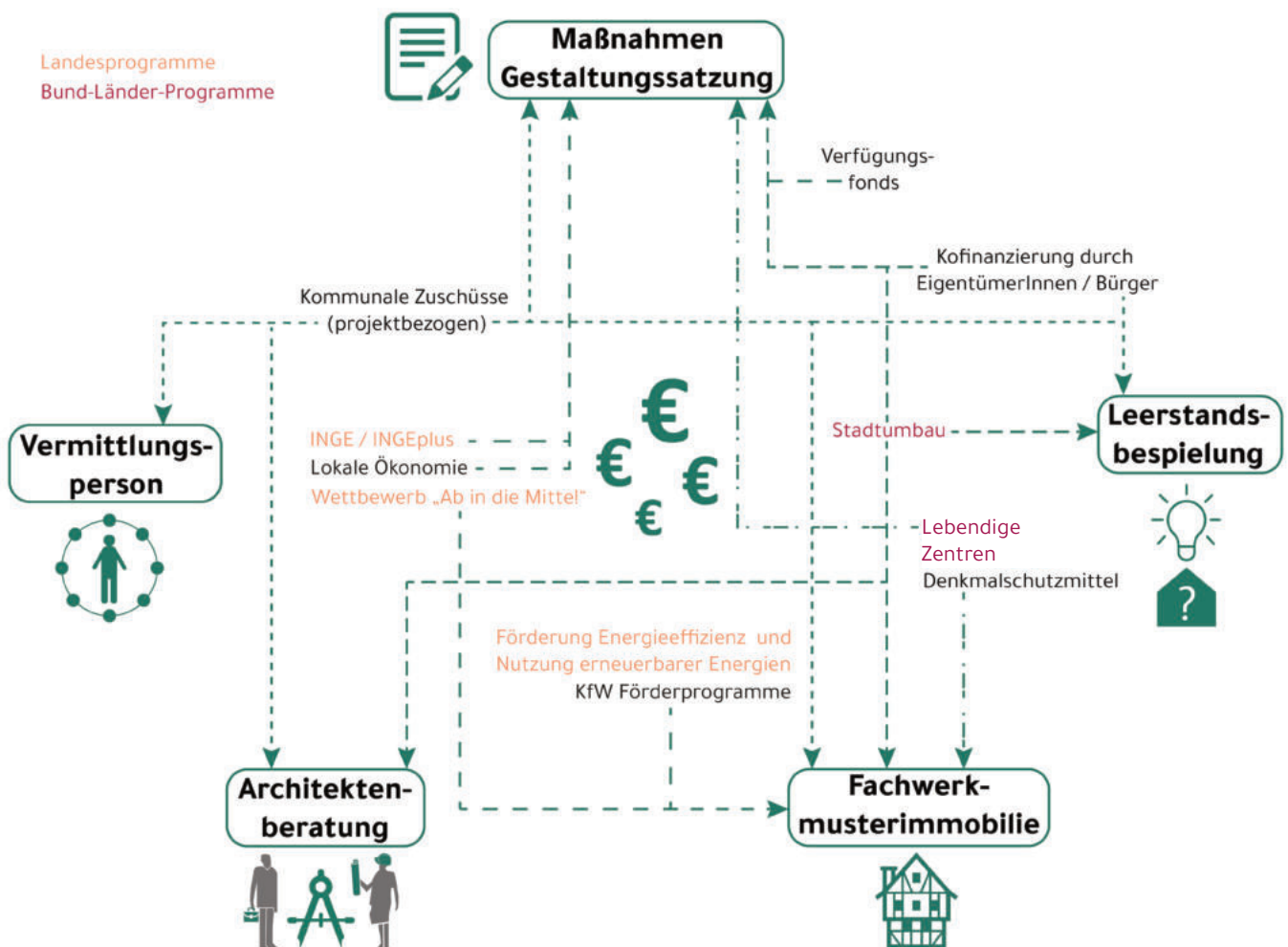


Abbildung 82: Finanzierungsmöglichkeiten einzelne Maßnahmen

2026 verschiedene Projekte und Maßnahmen im Programmgebiet in der Innenstadt gefördert werden können (vgl. Stadt Witzenhausen o.J.b). Ein Teil der Städtebauförderung kann auch ein Verfügungs- bzw. Bürgerfonds sein. Dieser dient dazu, kleinere Projekte von Bewohnern oder Organisationen vor Ort zu unterstützen und zu fördern. Das Ziel ist die Aktivierung des bürgerschaftlichen Engagements (vgl. Wir machen Mitte 2017). Die Finanzierung wird hierbei in der Regel in Teilen von Privaten getragen (vgl. STEG 2016: 3). In Witzenhausen könnte so insbesondere die Umsetzung der Gestaltungssatzung unterstützt werden. Durch die Förderung von Projekten der Eigentümer, wie eine Fassadensanierung oder die Anschaffung von Mobiliar für den öffentlichen Raum, können positive Effekte für die Innenstadt entstehen, die wiederum allen Beteiligten zu Gute kommen.

Allgemein kommt der Kofinanzierung von Maßnahmen durch die Eigentümer oder Bürger eine besondere Bedeutung zu. Um diese Gruppen zur Zusammenarbeit und finanziellen Beteiligung zu bewegen, müssen die Vorzüge der geplanten Maßnahmen ausführlich dargelegt und ein überzeugender Beteiligungsprozess initiiert werden.

Insbesondere für die Umsetzung der Gestaltungssatzung können Denkmalschutzmittel (jetzt auch im Städtebauförderungsprogramm „Lebendige Zentren“, ehemals „Städtebaulicher Denkmalschutz“) einen wichtigen Beitrag leisten. Mit diesen Mitteln werden jährlich vom Land Hessen rund acht Millionen Euro Zuwendungen für die Erhaltung von Kulturdenkmälern zur Verfügung gestellt (vgl. Landesamt für Denkmalpflege Hessen o.J.). Aus Denkmalschutzmitteln kann auch die Erneuerung einer Fachwerkmusterimmobilie in Teilen finanziert werden, sofern diese unter Denkmalschutz steht.

Eine weitere Fördermöglichkeit des Landes Hessen stellt das Gesetz zur Stärkung von innerstädtischen Geschäftsquartieren und das darin integrierte Programm INGE(plus) dar. Im Rahmen des Programms werden noch bis Ende 2020 Projekte gefördert, die ein sicheres, einladendes

und prosperierendes Stadtquartier für Gewerbetreibende, Bewohner und Kunden schaffen (vgl. HMWEVW o.J.).

Des Weiteren wird mit dem Wettbewerb „Ab in die Mitte!“ seit vielen Jahren jährlich ein Preisgeld für Kommunen oder Private zur Umsetzung eines Projektes ausgelobt, das sich mit einem jährlich wechselnden Thema zur Stärkung der Innenstadt beschäftigt. In diesem Jahr steht das Thema Mobilität und der Weg in die Innenstadt im Fokus (Ab in die Mitte 2019). Je nach der zukünftigen Ausrichtung des Wettbewerbs kann eine Bewerbung in den kommenden Jahren die Finanzierung der vorgeschlagenen Maßnahmen und Projekte unterstützen. Auch mit dem Landesprogramm „Energieeffizienz und Nutzung erneuerbarer Energien“, das nur für die Förderung des kommunalen Gebäudebestands geeignet ist, kann die energetische Modernisierung von Nichtwohngebäuden vorangetrieben werden. Gefördert werden hierbei auch damit verbundene Maßnahmen zur Steigerung der Energieeffizienz (WiBank). Allgemein bieten sich somit eine Vielzahl verschiedener Fördermöglichkeiten zur Finanzierung der vorgeschlagenen Maßnahmen an.

## **ZEITLICHE EINTEILUNG DER MASSNAHMEN**

Jede der in diesem Kapitel vorgeschlagenen Maßnahmen, Instrumente und Konzepte hat entsprechend ihrer Bedeutung für die wirtschaftliche Belebung der Innenstadt eine unterschiedliche Priorität bei der Umsetzung. Die Abbildung 83 zeigt die auf einem Zeitstrahl angeordneten Maßnahmen und lässt Rückschlüsse auf den Umsetzungshorizont zu. Der Beschluss einer neuen Gestaltungssatzung wird als sehr wichtig für das Erreichen der Projektziele angesehen und sollte somit in naher Zukunft erfolgen. Zudem stellt der Beschluss einer neuen Gestaltungssatzung mit allen bereits aufgeführten Vorteilen eine wichtige Voraussetzung für die sinnvolle Umsetzung weiterer Maßnahmen dar. So soll auch in unmittelbarem

zeitlichen Zusammenhang mit dem Beschluss der Satzung auch eine Vermittlungsperson ihre Arbeit aufnehmen, um so beim - im Idealfall unwahrscheinlichem - Auftreten von Konflikten im Zusammenhang mit der neuen Satzung vermittelnd tätig werden zu können.

Da das vorgeschlagene Konzept zur Leerstandsbespielung mit einem vergleichsweise geringen Einsatz von Finanzmitteln einen großen Einfluss auf das Erscheinungsbild der Innenstadt nehmen kann und dieses verbessert, soll auch hier eine kurzfristige Umsetzung angestrebt werden. Im Gegensatz dazu handelt es sich bei der Architektenberatung und insbesondere bei der Einrichtung einer Fachwerkmusterimmobilie um

kostenintensive Maßnahmen, die eine längere Vorlaufzeit benötigen und auf den anderen Maßnahmen aufbauen. Im Optimalfall müssen die vorgeschlagenen Maßnahmen auf langfristige Sicht auch nicht mit gleichbleibender Intensität fortgeführt werden. Insbesondere der Umfang der Leerstandsbespielung, die Nachfrage nach der Architektenberatung und die Häufigkeit der Einsätze der Vermittlungsperson nehmen bei einer, aus der Umsetzung der Maßnahmen folgenden, positiven wirtschaftlichen Entwicklung der Innenstadt ab, da der Bedarf nicht mehr in dem Maße wie zur Einführung der Maßnahmen vorhanden sein wird.

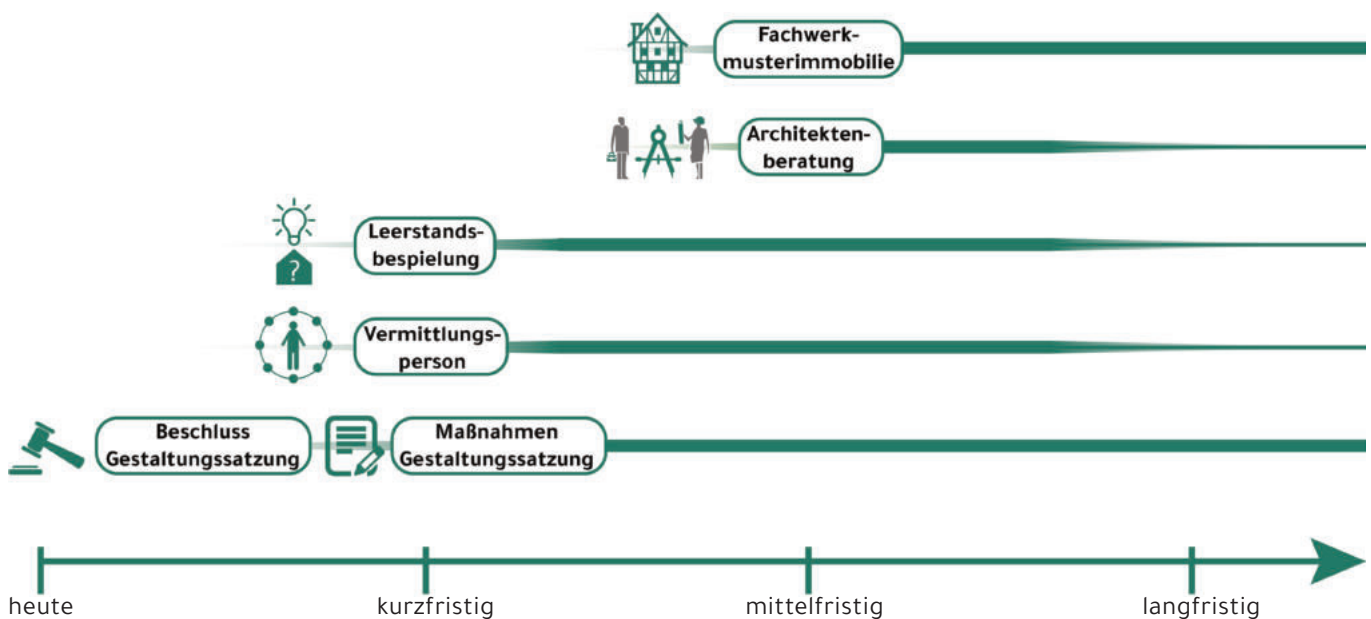


Abbildung 83: Zeitliche Einteilung der Maßnahmen



## FAZIT

Die Handlungsfelder zur Gestaltung der Witzenhäuser Innenstadt sind ebenso vielfältig, wie die Maßnahmen, Instrumente und Konzepte, die entstanden sind. Es sind Konzepte entstanden, die zum einen einfache Sofortmaßnahmen für eine positive Außenwirkung der Gebäude berücksichtigen, als auch langfristig den investitionsbereiten Eigentümern Möglichkeiten für Umbau- und Sanierungsarbeiten aufzeigen und Unterstützung bereitstellen.

Zur Steigerung der positiven Außenwirkung der Gebäude sollte der unzeitgemäßen und benutzerunfreundlichen Gestaltungssatzung mit dem Beschluss einer überarbeiteten und verständlichen Satzung begegnet werden. Nicht nur die Gestaltungssatzung selbst ist allerdings das Problem, sondern auch die unzureichende Sanktionierung von Verstößen gegen diese. Solange die Vorgaben der Satzung nicht eingehalten werden, bringt auch ein Neubeschluss nichts. Die Sanktionierung durch das Ordnungsamt sollte unter Begründung und dem Aufzeigen von Alternativen stattfinden.

Des Weiteren tragen leerstehende Schaufenster zu einem negativen Erscheinungsbild der Innenstadt bei und führen zu einer unerwünschten Außenwirkung. Für den Umgang mit leerstehenden Ladengeschäften und Schaufenstern gibt es bisher kein umfassendes Konzept. Die Umsetzung des Bespielungs- und Beklebungskonzeptes wird der Stadt daher nahegelegt, um weitere negative Entwicklungen zu verhindern. Um eine Aufwertung des Erscheinungsbildes in Gang zu setzen, sollten durch umfangreiche aktive Beratungsangebote Eigentümern und Ladenbesitzern die baulichen und gestalterischen Maßnahmen aufgezeigt werden. Zu diesen Beratungsangeboten gehört auch das umfangreiche Aufzeigen der finanziellen Förderungsmöglichkeiten für Privatpersonen, denn eine schlechte Kommunikation mit zum Teil widersprüchliche Information der Eigentümer führt zu Investitions- und Engagementproblemen in der Stadt. Im Allgemeinen müssen in Witzenhausen enge-

re Gespräche zwischen Stadtverwaltung, Eigentümern, Ladenbesitzern und Einwohnern geführt werden. Die Architektenberatung, Vermittlungsperson sowie der StadtRaum oder weitere Angebote bieten sich dafür an. Alle Akteure in Witzenhausen sollten mehr zusammen statt gegeneinander arbeiten. Es gibt viel Engagement und Wissen bei den Bürgern, Vereinen und Initiativen vor Ort, das genutzt werden könnte und genutzt werden sollte.

Die aus den Gesprächen, Konzepten und Maßnahmen entstehenden Impulse sollen eine Kettenreaktion und letztendlich eine Aufwärtsspirale in Gang setzen, die die authentische Schönheit der Altstadt wiederherstellt, dabei heutige gesellschaftliche und naturgegebene Herausforderungen wie den demografischen Wandel und die Klimakrise berücksichtigt und die Wirtschaft Witzenhausens stärkt. Stärkt, indem leerstehende Ladenlokale wieder ideenreiche Nutzer finden, die das Leben zurück in die Innenstadt holen. Stärkt, damit die Witzenhäuser sich wieder mit dem Stadtkern identifizieren und gern in ihrem Stadtzentrum unterwegs sind. Stärkt, indem Witzenhausen touristisch an Bedeutung gewinnt und Radtouristen ihr Fahrrad auch mal abstellen um die Stadt zu erleben, statt direkt weiter der Werra zu folgen.

## SCHAUFENSTER GESTALTEN FÜR JEDE GELEGENHEIT – EIN LEITFADEN

Das Schaufenster ist die Visitenkarte eines Geschäftes. Bei guter, angemessener Gestaltung kann ein Passant auf dem ersten Blick erkennen, um welches Geschäft es sich handelt, welche Ware oder Dienstleistungen angeboten werden und ob ein Besuch lohnend ist. Ziel ist es so viele potenzielle Kunden wie möglich in die Räumlichkeiten zu locken, wo dann ein Verkaufsgespräch im Idealfall zu einem Kauf führt. Das Schaufenster hat die Aufgaben, die Aufmerksamkeit auf sich zu lenken und die Passanten davon zu überzeugen, dass eine genauere Betrachtung von Ware oder Dienstleistung für sie von Vorteil ist.

Durch die höhere Kundenanzahl steigen die Umsätze der Geschäfte und sorgen damit für eine längere Nutzungsdauer der Ladenräume. Das hat auch Auswirkungen auf die gesamte Straße, da ein stetiges Angebot an zum Teil traditionsreichen Geschäften ein positives Bild auf Bewohner und Touristen hat. Zusätzlich sorgt ein sorgfältig ausgestaltetes Schaufenster für einen höheren Passantenstrom.

Der Leitfaden „Schaufenster gestalten für jede Gelegenheit“ ist für die Geschäftsinhaber im Innenstadtbereich von Witzhausen gedacht, kann jedoch auch für Geschäfte außerhalb die-

ses Bereiches angewendet werden. Berücksichtigt werden diverse Branchen wie Restaurants, Dienstleistungsbüros mit Schaufenster und Läden, die von Schuhen über Elektronik bis hin zu Lebensmitteln die unterschiedlichsten Waren verkaufen.

Thematisch geht es in dem Leitfaden darum, den Geschäftsinhabern eine Hilfestellung für die Schaufenstergestaltung zu geben. Der Leitfaden nimmt Bezug auf verschiedene Grundaufbauten, Basisregeln für das Kombinieren von Dekorationselementen, die Wahl von wesentlichen Elementen sowie Farb- und Motivwahl je nach Jahreszeit oder Anlass. Es werden Hinweise zur Beleuchtung, Zielsetzung und Größe des Schaufensters gegeben, um die größtmögliche Aufmerksamkeit sowie eine Aufenthaltsqualität zu entwickeln.

Der Leitfaden befindet sich in voller Länge im Anhang. Er kann sowohl für bereits etablierte Geschäfte als Anreiz verstanden werden, aber auch für Start up's eine Hilfestellung für die passende Gestaltung ihrer Räume sein. Ziel ist es eine gelungene Außenwirkung zu entwickeln. Eigentümer, die aktuell leerstehende Räumlichkeiten haben, finden im vorherigen Kapitel ein Konzept für eine sinnvolle Gestaltung und Möglichkeiten, um ihren Leerstand neuen Mietern und Nutzern zugänglich zu machen.

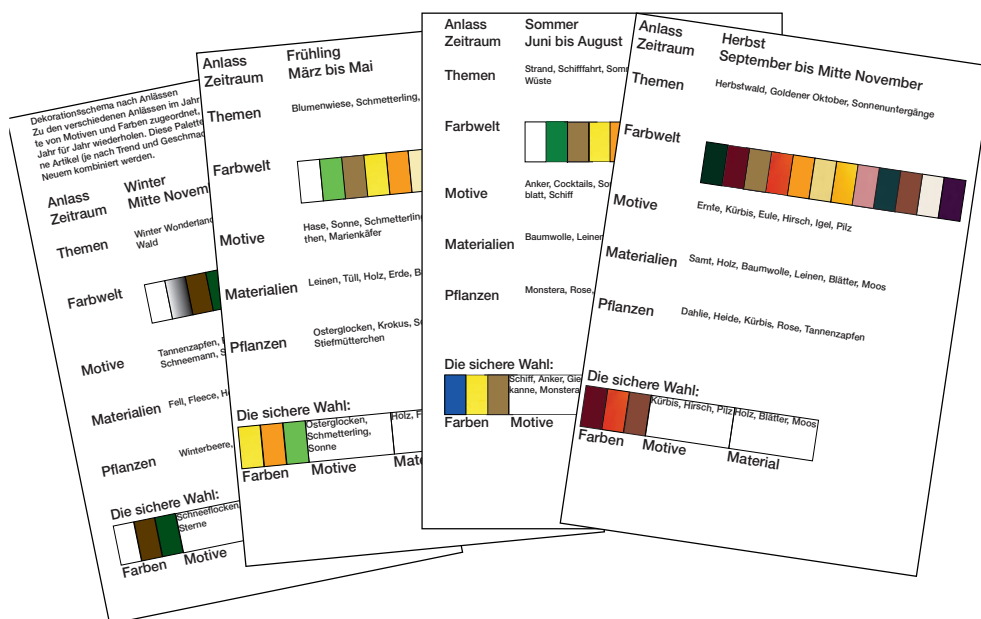


Abbildung 84: Ausschnitt aus dem Leitfaden „Schaufenster gestalten für jede Gelegenheit“







## 6.3 Marketing und Kommunikation Imageentwicklung





## **EINLEITUNG**

Wie bereits erwähnt, sind die Aufgaben und Handlungsfelder des Stadtmarketings dem Ziel gewidmet, eine positive Stadtentwicklung zu ermöglichen und dabei die Lebensqualität und das Image der Stadt zu fördern. Um diese Ziele zu erreichen, müssen verschiedene Akteure mit unterschiedlichen Aufgabenbereichen vernetzt werden. Sie tragen einen wichtigen Teil zur Förderung der Identität bei und beeinflussen die Marke der Stadt. Um jedoch Außenmarketing zu betreiben, muss vorerst das Innenmarketing gestärkt werden.

Durch vorherige Analysen und Gespräche in Witzenhausen hat sich ergeben, dass die Stadt viel Potential und aktive Bürger und Initiativen hat. Die Innenstadt ist durch viele kleine inhabergeführte Geschäfte geprägt, die sich individuell und eigenständig repräsentieren und die Einkaufsstraßen gestalten. Neben den aktiven Bürgern ist Witzenhausen durch einen hohen Anteil an Bio-, fair gehandelten und nachhaltigen Produkten und Dienstleistungen geprägt. Kommunikationslücken sind nach Aussagen von Bürgern vorhanden: sie wünschen sich eine intensivere Kooperation mit den Initiativen. Neben den Stadtgestaltungskonzepten und der Stärkung der lokalen Ökonomie in Witzenhausen, soll auch die Imagebildung durch Marketing sowie die Kommunikationsprozesse für und mit den Bewohnern, sowie weiterer externer Akteure gestärkt werden. Dafür wird hier unter dem Konzeptfeld „Marketing und Kommunikation“ auf neue Vermarktungsmöglichkeit und Strategievorschläge eingegangen sowie weitere Handlungsempfehlungen dargestellt.

Zunächst werden entsprechend der Handlungsfelder die Stärken und Schwächen in Witzenhausen aufgezeigt und die negativen Aspekte und Bereiche, die Handlungsbedarf aufweisen, in weiteren Schritten aufgearbeitet. Die konzipierten Ideen sind Verbesserungsvorschläge, die

Anwendung in ihrer dargestellten Form oder durch eine weitere Ausarbeitung finden können.

Im Vordergrund für das Themenfeld Marketing steht die Weiterentwicklung der städtischen Marke. Unter dem Themenfeld Kommunikation sollen die derzeit in Witzenhausen vorhandenen Kommunikationslücken geschlossen und ein Schema zur Stärkung von Kooperationen dargestellt werden. Gleichzeitig wurde immer die Pro Witzenhausen GmbH mitbedacht, da sie als Tourismuszweig der Stadtverwaltung der Hauptakteur des Stadtmarketings von Witzenhausen ist.

## **ANALYSE UND HANDLUNGSFELDER**

Unter dem Themengebiet „Kommunikation und Marketing“ sind fünf Teilhandlungsfelder ausgearbeitet worden (Abbildung 85), die durch Bearbeitungen eine positive Imageentwicklung für die Stadt Witzenhausen bewirken sollen. Der Stadtkern soll durch verschiedene Maßnahmen an Attraktivität gewinnen und erneut ein Anziehungspunkt werden.

Die zwei Haupthandlungsfelder sind dabei einmal der Punkt Marketing und einmal der Punkt Kommunikation mit den weiteren fünf untergeordneten Handlungsfeldern. Diese sind primär mit dem Ziel ausgelegt, die Interaktion der Stadtprojekte und Bewohnerschaft, sowie die Kommunikation zwischen den internen und externen Akteuren zu stärken. Zudem sollen die vorhandenen Potentiale der Stadt in den Vordergrund gezogen werden und sich eine neue Vermarktungsstrategie etablieren.

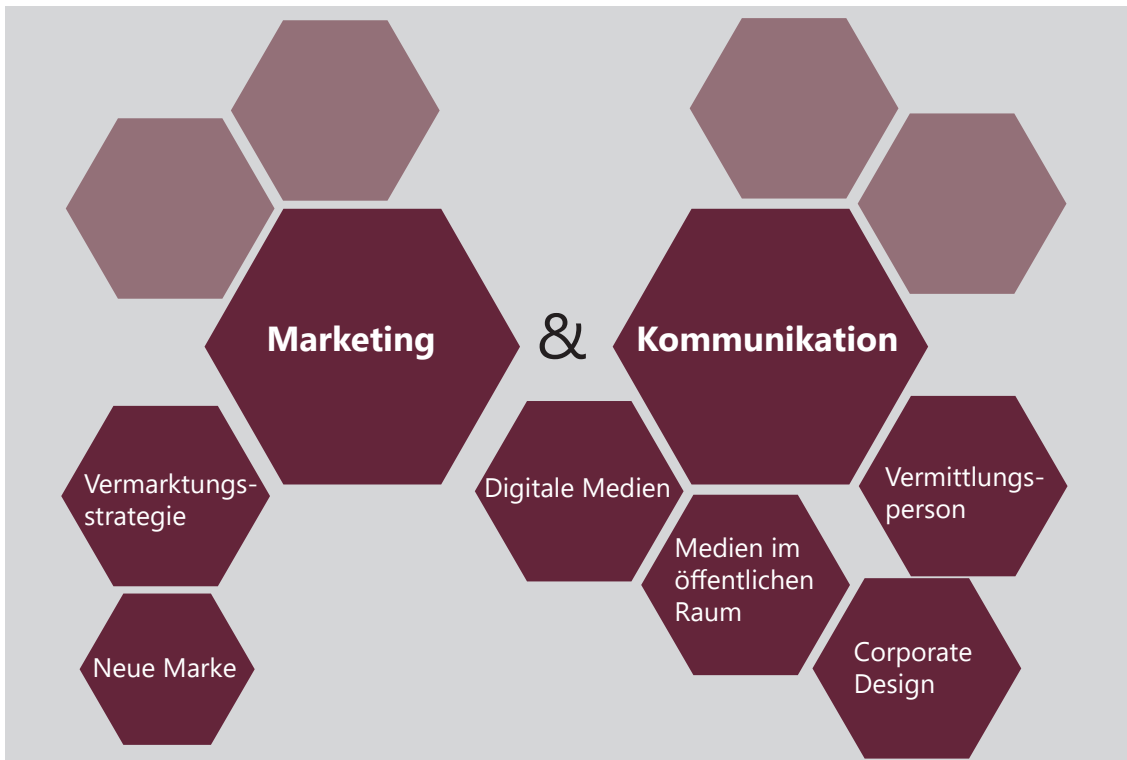


Abbildung 85: Handlungsfelder für das Marketing und die Kommunikation

## STADTPOTENTIALE UND RESSOURCEN

Während der durchgeführten Bestandsaufnahmen in Witzenhausen ist sofort deutlich geworden, dass Witzenhausen mehr als nur die Kirschensaison als Touristenattraktion zu bieten hat und sich nicht nur als Kirschen- und Universitätsstadt identifizieren muss und kann. Die Stadt ist nämlich seit 2017 Biostadt und seit 2013 schon zum zweiten Mal Fairtrade-Town (vgl. Pro Witzenhausen GmbH o.J.). Im Stadtkern sind einige Händler auf Bio, Fairtrade und Nachhaltigkeit spezialisiert. Neben den diversen Second-Hand Geschäften, den sozial relevanten Orten und Händlern, wie zum Beispiel dem DRK Kleiderladen, ist wöchentlich der Feierabendmarkt auf dem Marktplatz sowie der Bio-Feierabendmarkt einmal im Monat (April-September) zu finden. Gleichzeitig sind im Stadtzentrum besondere und sehenswerte Orte für Stadtbesucher sehr interessant. All das birgt einiges an Vermarktungspotential, um auch überregional Interesse zu schü-

ren und damit die Besucherzahlen zu erhöhen. Alle unter dem Thema Bio, Fairtrade und Nachhaltigkeit handelnden Geschäfte und Akteure sind in der nachfolgenden Karte unter der Abbildung 86 gekennzeichnet. Dazu gehören unter anderem der Weltladen, das Bio-Bistro Ringelnatz oder auch das Naturkostgeschäft Schachtelhalm. Zudem sind wichtige Stadtmerkmale und Orte sowie soziale Einrichtungen aufgezeigt. Des Weiteren sind verschiedene verkehrsreiche Orte in der Innenstadt markiert, an denen sich Menschen aufhalten oder Durchgangsverkehr herrscht. So zum Beispiel die Walburger Straße mit dem Auto- und öffentlichen Verkehr oder die Brückenstraße als direkter Zugang zur Werrabrücke. Als letzter Punkt sind einige Veranstaltungsorte hervorgehoben, die auch zu dem Thema Bio, Fairtrade und Nachhaltigkeit dazugezählt werden können. Das sind zum Beispiel der Marktplatz mit dem Wochenmarkt oder das Unigelände Richtung Tropenhaus mit dem Pflanzenmarkt.

## Veranstaltungen

Die Veranstaltungen der Region Witzenhausen, die einen Anstoß geben, um Menschen aus der Umgebung und Touristen anzuziehen, sind vielfältig. Die in der Abbildung 95 aufgeführten Veranstaltungen bieten unterschiedliche Potentiale zur Vermarktung. Die „Kesperkirmes“ als Altstadtfest mit der Wahl und der Krönung der Kirschkönigin und dem Kirschkernweit-spucken ist bereits seit 54 Jahren etabliert. Im Laufe der vielen Jahre hat diese Veranstaltung unterschiedliche Phasen durchlebt.

Alle zwei Jahre findet mit „Treppen-Keller-Hinterhöfe“ eine Kulturveranstaltung statt, die interessante Einblicke hinter die Kulissen von alten Gebäuden bietet. Angeboten werden Kunstausstellungen, Musik und Spezialitäten aus aller Welt. Diese Art der Veranstaltung gibt es in vielerlei Ausführung auch an anderen Orten, weshalb diese ähnlichen Konzepte als Inspiration dienen können. Zum Beispiel die „Kulturelle Land-Partie“, die jährlich in der Gegend um Hitzacker stattfindet. Die Essenz, die diese Veranstaltungen lebendig macht, ist das Zusammenwirken aus Stadt- und Bewohnerengagement sowie dem Marketing.

## Stadtmarketing Ressourcen

In Bezug auf Tourismus agiert die Tochterfirma Pro Witzenhausen GmbH im Auftrag der Stadtverwaltung. Sie verwaltet die Tourist-Information samt Webseite *kirschenland.de*, organisiert Touren und Führungen und ist im Allgemeinen für den Bereich des Stadtmarketings zuständig (vgl. Pro Witzenhausen GmbH o.J.). Der Großteil der finanziellen Mittel stellt dabei die Stadtverwaltung zur Verfügung, wobei ein Betrag auch selbst erwirtschaftet werden muss.

Sie ist einer der Hauptansprechpartner der Stadt Witzenhausen, neben der Stadtverwaltung und der Universität. Jeder Ansprechpartner deckt einen thematischen Teilbereich ab. Pro Witzenhausen GmbH übernimmt den touristischen Teil, die Universität das studentische Leben und die Stadtverwaltung ist für die Stadtentwicklung in baulicher Hinsicht verantwortlich und managt die verwalterischen Angelegenheiten der Bewohnerschaft. Diese drei sind auch mit ihren Hauptsitzen auf der Analysekarte in Abbildung 86 dargestellt.

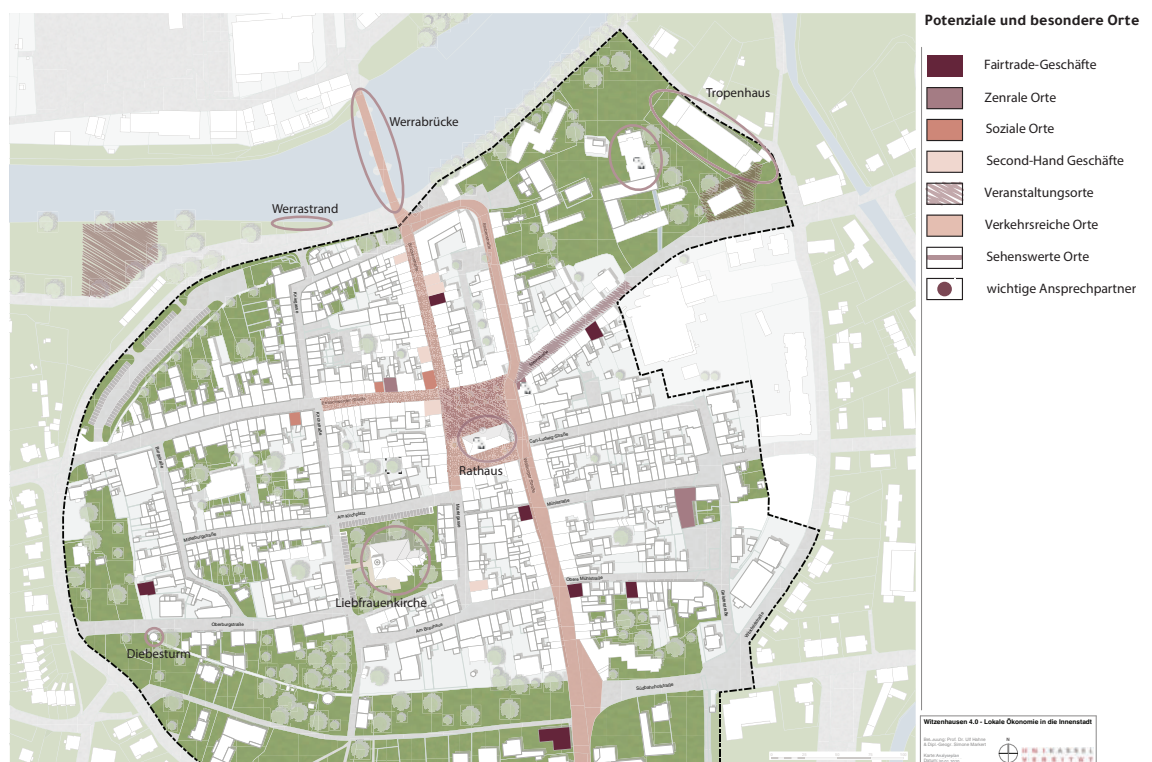


Abbildung 86: Analyseplan mit Potentialen in Witzenhausen

## CORPORATE DESIGN

Der Begriff des Corporate Design steht für den Wiedererkennungswert einer Institution. Ein einprägsames Logo, ein identifizierbares Farbschema und ein passender Internetauftritt ergeben ein einheitliches Gesamtbild (vgl. Esch, 2018).

Der Wiedererkennungswert wird von Marken genutzt, um bei den Konsumenten in Erinnerung zu bleiben. Für eine Stadt ist das Corporate Design ein Mittel, um einen geschlossenen Auftritt zu gestalten. Es geht also um die Erstellung eines gestalterischen Leitfadens, der sich auf die Stadt und ihre Institutionen bezieht. Dem Corporate Design unterliegt all das, was mit dem Stadtmarketing in Verbindung steht. Angefangen mit dem Logo und den hier verwendeten Farben, die auch in allen anderen Werbemitteln aufgegriffen werden, die mit der Stadt in direkter Verbindung stehen.

In Witzenhausen treten die Stadtverwaltung und die Tourist-Information, vertreten durch die Tochterfirma Pro Witzenhausen GmbH, als getrennte Institutionen auf. Der Webauftritt der Beiden unterscheidet sich grundlegend in Layout, Farbwahl, Organisation und Pflegeaufwand. Das wirkt auf Außenstehende verwirrend und zeigt an dieser Stelle deutlich einen Mangel an Kommunikation zwischen den beiden Institutionen. Mit einem Corporate Design kann in Sachen Farbwahl und Struktur ein gemeinsamer Konsens gefunden werden, auch wenn die inhaltlichen Schwerpunkte natürlich unterschiedlich bleiben. Hier kann durch gut platzierte Links zu der jeweils anderen Webseite Abhilfe geschaffen werden, um die Aufgabenfelder klar zu definieren. Dennoch kann zum Beispiel durch die Abstimmung der jeweiligen Logos und einem einheitlichen Slogan der Betrachter auf eine gemeinsame Strategie der Institutionen schließen. Der aktuelle Slogan "Wissen liegt in unserer Natur" wird primär im touristischen Bereich von der Pro Witzenhausen GmbH verwendet und ist dort zum Beispiel im Logo vorhanden (vgl. Pro Witzenhausen GmbH o.J.).



## DIGITALEN MEDIEN

Digitale Medien sind für jeden schnell und einfach zugänglich. Die Homepage einer Stadt ist die Visitenkarte und ein überregionales Aushängeschild der Stadt. Städtische Webseiten dienen als erste Anlaufstelle für Verwaltungsangelegenheiten, Bekanntmachungen und um allgemeine Informationen zur Stadt zu erhalten. Damit ist die Online-Präsenz einer Stadt für Bewohner, Touristen, Zuziehende und Pendler eine wichtige Informationsquelle.

Zudem gewinnen digitale Kanäle als Kommunikationsmittel, durch ein wandelndes Informations- und Kommunikationsverhalten, immer mehr Bedeutung (vgl. Zerren et al. 2017: 174). Webseiten sollten daher immer auf dem aktuellsten Stand sein und den aktuellen Anforderungen entsprechen. Natürlich dürfen die analogen Medien nicht unbeachtet gelassen werden. Eine gleichzeitige Berücksichtigung der unterschiedlichen Kommunikationsmittel wie der digitalen und der analogen Medien bedürfen einer gegenseitigen Beachtung.

Zu Beginn wurden die digitalen Medien der Stadt Witzenhausen und der Tochterfirma Pro Witzenhausen GmbH gesichtet und analysiert. Dabei sind einige Defizite aufgefallen, die einen unseriösen ersten Eindruck hinterlassen haben. Während der Untersuchung der digitalen Medien von Witzenhausen ist deutlich geworden, dass die Stadtverwaltung ihre Homepage mit hauptsächlich verwalterischen Inhalten wiedergibt und dazu eine Facebook Seite und Twitter verwendet. Für den touristischen Zweig gibt es von der Pro Witzenhausen GmbH eine separate Homepage, sowie Instagram und Facebook als Informationskanäle.

Gleichzeitig sind die beiden Webseiten der Stadt Witzenhausen und der Pro Witzenhausen GmbH in unterschiedlichen Layouts und Farbkonzepten aufgearbeitet, was auf ein fehlendes Corporate Design zurückzuführen ist und den Anschein von gegenseitiger Unabhängigkeit erwirkt. Die Ho-

mepage der Stadt Witzenhausen gibt verwalterische Inhalte wieder, die strukturiert aufgebaut sind, wobei die Tochterfirma mit einem blogartigen Stil arbeitet. Zwischen den beiden Akteuren sind, durch die inhaltliche Wiedergabe der Webseiten, Kommunikationslücken auffällig geworden, beispielsweise sind alle Inhalte der Pro Witzenhausen GmbH immer recht aktuell, wobei die städtische Seite (unabhängig der Startseite) die Inhalte nicht aktuell hält. Auf Nachfrage nach Kommunikationsstrukturen zwischen den beiden Akteuren wurde seitens der Pro Witzenhausen GmbH das Defizit bestätigt. Es seien dennoch eine kontinuierliche Verbesserung zu den Vorjahren zu sehen.

Digitale Medien sollten ein einheitliches Layout und die städtischen repräsentierenden Erkennungsmerkmale wiedergeben. Dabei spielt das Corporate Design eine wichtige Rolle, wie die einheitlichen und sich überschneidenden Logos und Farbkonzepte. Webseiten sollten zudem ihrer Funktionalität gerecht werden und immer aktuell sein. Die Webseite der Stadtverwaltung ist eine auf verwalterischen Funktionen ausgelegte Homepage, wobei alles, was zum Stadtmarketing gehört, von der Pro Witzenhausen GmbH präsentiert wird.

In der nachfolgenden Tabelle (Tabelle 2) befindet sich eine Auflistung der wesentlichen Bestandteile einer Webseite, die auf Grundlage von Peter Müllers (2012) verfasstem Beitrag „Sieben Qualitätskriterien zur Beurteilung von Webseiten- und Web-Designern“ erstellt wurde.

Wesentliche Bestandteile einer Website	Stadt Witzenhausen	Pro Witzenhausen GmbH
Webadressen	Witzenhausen.eu	Kirschenland.de
Modernes Design	Layout typisch aufgearbeitet und nicht recht besonders. Dennoch klar strukturiert.	Das Layout sieht einem Blog ähnlich und wirkt etwas durcheinander.
Funktionalität	Verwalterische Angelegenheiten, Bürgerinformation.	Stadtmarketing und Tourismus
Optimale Darstellung auf allen Geräten	Ja	Ja
Suchmaschinenfunktion/-optimierung	Ja	Nein
Einheitlicher Auftritt im Web	Nein, auch sind die Domains auch nicht einheitlich.	Nein, auch sind die Domains auch nicht einheitlich.
Erreichbarkeit, Ansprechpartner	Ja, für die jeweiligen Zuständigkeiten	Ja, für die jeweiligen Zuständigkeit mit Bilddateien
Weitere Digitale Medien	Facebook, Twitter	Instagram, Facebook
Inhaltlich aktuell	Außerhalb der Startseite eher nicht als aktuell zu bezeichnen	Scheint weitestgehend aktuell zu sein
Wiedererkennungswert durch Domains	Klar und verständlich	Nicht verständlich genug
Aufarbeitung der Inhalte	Inhalte werden durch eine Teilzeitstelle innerhalb der Stadtverwaltung geliefert, die Aufarbeitung erfolgt durch die Vertragspartner der Web-Software multi-INTER-media GmbH	Durch die Mitarbeiter

Tabelle 2: Wesentliche Bestandteile einer Webseite bezogen auf die Stadt- und Touristinformationswebseite

## MEDIEN IM ÖFFENTLICHEN RAUM

Das digitale Zeitalter bietet viele Möglichkeiten im Bereich Marketing. Die analoge Werbung ist jedoch ebenso wichtig. Plakate, Banner, Flaggen, aber auch Zeitungsartikel und Berichte gehören zu den analogen Medien. Ein gutes Zeitmanagement und eine gezielte Platzierung sind ausschlaggebend für den Erfolg des Marketings. Unerlässlich ist auch die Berichterstattung in der Zeitung. Die Bürger, die diese entweder analog oder digital lesen, sollten Informationen zu Veranstaltungen schon im Vorfeld bekommen und damit die Möglichkeit erhalten, ebenfalls spontan daran teilzunehmen.

Im Bereich der analogen Medien ist der Standort der Werbung enorm wichtig, denn der Standort dieser Werbung bestimmt wesentlich die Reichweite der vermittelten Informationen. Es empfiehlt sich daher, eine Liste mit Standorten in der Region zu führen, die sich für den Aushang und das Aufstellen von Werbemitteln eignen.

Kriterien könnten sein:

1. Häufig genutzte Orte von Bürgern
2. Häufig genutzte Orte von Personen aus der Umgebung (Pendler etc.)
3. Öffentliche Plätze (auch die anderer Gemeinden)

Witzenhausen nutzt die Standortpotentiale des Bahnhofs und des Eingangs der Brückenstraße, um Werbung für Wander- und Radwege zu machen. Auch die Deutsche Märchenstraße wird auf den unterschiedlichen Stellwänden beworben.

Imagewerbung für die Stadt fehlt dabei jedoch. Die Karte in der Brückenstraße, weist keine Stadtkarte auf, sondern nur eine Umgebungskarte, auf der Wanderwege und ähnliche Inhalte gezeigt werden. Die Karten am Bahnhof dagegen enthalten eine Stadtkarte mit den wichtigsten Anlaufstellen für Touristen. Es wird die Polizei, das Krankenhaus und die Tourist-Information vermerkt. Auch einige wenige Sehenswürdigkeiten sind dort aufgenommen.

Es gibt einen recht ausführlichen Veranstaltungskalender, der sowohl auf der Webseite der Stadt, als auch auf der Touristwebseite zu finden, jedoch analog nicht erhältlich ist. Die zahlreichen individuellen Veranstaltungen und die wiederkehrenden Veranstaltungen werden zusammen aufgelistet. In Witzenhausen bekannt ist der Freitagvormittag als Markttag und in den Sommermonaten findet auch ein Bio-Feierabendmarkt statt, der aber leider nicht mit aufgeführt ist.

## HANDLUNGSEMPFEHLUNGEN ZUR KOMMUNIKATIONS- UND MARKETINGSTRUKTUR

Nach der Analyse wurde auf Grundlage der auffallenden Defizite und Verbesserungsmöglichkeiten in Bezug auf die Kommunikations- und Marketingstrukturen eine Vermarktungsstrategie für Witzenhausen kreiert. Darunter werden weitere Handlungsfelder im Corporate Design sowie den digitalen als auch analogen Medien aufgeführt. Neben der neuen Vermarktungsstrategie wird im Weiteren für eine verbesserte Kommunikationsstruktur in Witzenhausen eine Vermittlungsperson empfohlen.

## VERMARKTUNGSSTRATEGIE

Als neues Potential in der Marketingstrategie bieten sich verschiedene Dinge an. Allen voran, das Thema Nachhaltigkeit. Gemäß dem gesellschaftlichen Zeitgeist kann Witzenhausen dieses Thema aufgreifen und die zahlreichen Möglichkeiten, welche sich durch den Titel Biostadt und Fairtrade-Town, der städtisch gelegene Sitz des Fachbereichs Ökologische Agrarwissenschaften der Universität Kassel oder die reichhaltigen Ressourcen an Initiativen bieten, auszuschöpfen.

Für eine neue Vermarktungsstrategie für die Stadt muss als erster Schritt verstärkt auf eine Kommunikation zwischen der Verwaltung und dem Tourismusbranche von Witzenhausen geachtet werden.

Im Zuge dessen empfiehlt sich ein gemeinschaftliches Auftreten der beiden Akteure. Von den Webseiten, den Logos, der analogen Werbung für die Stadt bis hin zu Pressemitteilungen und Neuigkeiten auf verschiedenen Kanälen muss einmal der Stand und dann die Möglichkeiten der Anpassungen geklärt werden. Da bereits von der Pro Witzenhausen GmbH eine Neuauflage des Webauftrittes geplant ist, ist es sinnvoll an dieser Stelle die Stadtverwaltung mit zu beteiligen und Anknüpfungspunkte darzustellen. Auch die Logos sind gemäß dem gewählten Farbschema zu überarbeiten. Hierzu sind in Kapitel „Corporate Design“ einige Möglichkeiten dargestellt. Der nächste Schritt zu einer neuen Vermarktungsstrategie stellt die analoge Werbung dar. An gezielten Schlüsselpositionen, an denen viele Menschen zu Fuß, mit dem Rad oder dem Auto vorbeikommen, werden mit Fahnen, Plakaten und Schildern auf die Vorzüge der Stadt Witzenhausen und auch auf Veranstaltungen und Märkte hingewiesen. Hier werden die neuen Logos verwendet, sodass sowohl Pendlern als auch den Bewohnern der Stadt die neue, verstärkte Zusammenarbeit und der gemeinschaftliche Auftritt verdeutlicht wird.

Als ein weiterer strategischer Schritt wird eine neue Markeneinführung mit der Bündelung der Potentiale von Witzenhausen empfohlen. Eine Marke ist ein Zusammenwirken von Maßnahmen und Leistungen, die auf dem Markt einen Wiedererkennungswert haben, um sich letztlich von anderen Marken zu unterscheiden (vgl. Westermann/ Hohn 2017: 83). In Bezug auf Stadtmarketing ist dies von besonderer Bedeutung im Wettbewerb mit anderen Städten. Durch eine neue Markeneinführung kann ermöglicht werden, dass eine Stadt einen höheren Bekanntheitsgrad und wiedererkennbare Kommunikation, sowie eine regionale und überregionale Ausstrahlungskraft erlangt (vgl. ebd.: 84).

Die neue Marke für Witzenhausen soll sich neben dem bereits entworfenen Projekt und der Produktmarke „Natürlich nachhaltig“ eingliedern. Durch die Einführung einer Marke sollen die Potentiale und Merkmale von Witzenhausen

in den Vordergrund gerückt werden. Zudem soll durch eine positive Imagebildung regionale Attraktivität und neue Anziehungskraft erlangt werden. Gleichzeitig soll sich die Stadt im Standortwettbewerb beweisen können und bspw. für Unternehmen interessant werden. Im Allgemeinen ist vor allem mit erster Priorität das vorhandene positive Innenimage der Stadt nach Außen und damit überregional zu tragen.

Wie bereits erwähnt ist Witzenhausen Fairtrade-Town und Biostadt und zeichnet sich gleichzeitig durch viele inhabergeführte Geschäfte, die sich auf ein nachhaltiges Kaufen und Handeln spezialisiert haben, aus. Deshalb wird unter einer neuen Vermarktungsstrategie empfohlen eine Marke zu kreieren, die diese Potentiale ausdrückt. Damit kann der Name Witzenhausen im Idealfall ein stehender Begriff im Thema Nachhaltigkeit, Bio und Fairtrade werden und Wiedererkennungswert gewinnen.

Für die neue Marke wird als Vorentwurf der Slogan „Bio, Fair und Nachhaltig in Witzenhausen“ empfohlen, mit dem sich bereits ein Großteil an Einzelhändlern und Dienstleistern in Witzenhausen identifizieren können.

Mit der Marke „Bio, Fair und Nachhaltig in Witzenhausen“ sollen alle Feste und Veranstaltungen, die unter dem Thema laufen, vermarktet werden und somit in die Organisationen fest etabliert werden. Zudem wird eine Vernetzung der Geschäfte und Identifizierung durch das dazugehörige Logo Abbildung 91 gekennzeichnet. Alle Geschäfte, die Bio- sowie fairgehandelte Produkte anbieten und sich auch darüber hinaus mit nachhaltigem Handeln identifizieren, dürfen sich das Logo in Ihre Schaufenster kleben. Ebenso kann das Logo auf Karten und Flyer gesetzt werden.

Gleichzeitig soll es auf der städtischen Seite einen Reiter für die neue Marke geben, um sich direkt digital zu festigen und zu informieren. Unter dem neu angelegten Reiter werden alle Geschäfte, Veranstaltungen und neuen Projek-



te, die sich mit der Marke kennzeichnen, aufgeführt. Als weiteren Schritt empfiehlt sich neben den Logoauflakern eine Stempelkarte einzuführen. Die Bewohnerschaft von Witzenhausen soll somit für die Marke und das Thema sensibilisiert werden. Bei jedem Kauf über einen bestimmten Wert in einem der Geschäfte, die sich mit der Marke von Witzenhausen identifizieren, sprich das Logo führen, erhalten die Kunden einen Stempel. Bei einer vollen Stempelkarte gibt es von der Stadtverwaltung Geschenke, die das Thema ansprechen, wie Obstnetze oder Stoffbeutel. Bei mangelnden finanziellen Mitteln könnte dabei auf die Giveaways von „TransFair – Verein zur Förderung des Fairen Handels in der Einen Welt“ zurückgegriffen werden. Ziel ist es dabei, durch die vorhanden Ressourcen und Potentiale und der neuen Vermarktung, die Stadt Witzenhausen regional soweit zu stärken, dass in Zukunft die Stadt eventuell Biohauptstadt der Region oder auch auf überregionaler Ebene werden kann. Durch die Vorbildfunktion lenkt das verstärkt die Aufmerksamkeit auf die Stadt und fördert die Besucherzahlen.

Auf dem Weg zu dem Etablieren der Marke „Bio, Fair und Nachhaltig in Witzenhausen“ sind verschiedene Schritte notwendig. Als erstes sind Workshops und andere Veranstaltungen zu der Idee der Markeneinführung für die bereits im Themenfeld aktiven Akteure und Interessierten abzuhalten. Hier kann auch bereits abgeschätzt werden, wie groß die Bereitschaft für die aktive oder passive Teilnahme zur Gestaltung der Marke ist. In einem Wettbewerb für die grafische Entwicklung der Marke werden verschiedene Entwürfe der Öffentlichkeit präsentiert und damit auch an dieser Stelle die Engagierten der Stadt in den Prozess integriert. Bei der Auswahl und Bekanntgabe des Resultats kann auf den Rat einiger Akteure an Schlüsselpositionen zurückgegriffen werden, um auch die Durchsetzungsfähigkeit in der Praxis zu gewährleisten. Auf Seiten der Stadtverwaltung ist es dann Zeit die städtische Homepage anzupassen und der Marke ihren zentralen Platz einzuräumen. Es sollte

auch eine Markeneintragung beantragt werden, um Missbrauch vorzubeugen.

Nach der Wahl der grafischen Ausführung der Marke kann die Produktion der Banner, Sticker, Stempelkarten und Geschenke für die vollständig gestempelten Karten beginnen. Sobald diese vorhanden sind, kann die Platzierung der Banner und Sticker im öffentlichen Raum sowie in den Geschäften erfolgen. Im zweiten Durchgang wird dann die Stempelkarte in den Geschäften ausgelegt.

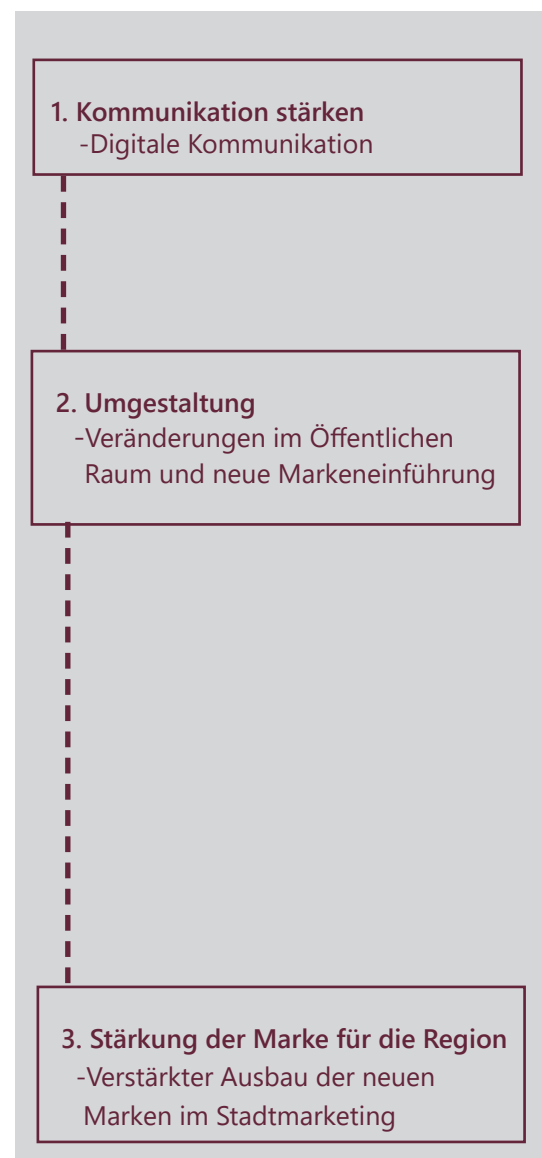


Abbildung 87: Bildliche Darstellung der Vermarktungsstrategien

## Markeneinführung

### Mögliche Vorgehensweise

1. Workshops und Veranstaltungen zur Idee der Markeneinführung unter den bereits in dem Themenfeld aktiven Akteuren und Interessierten.
2. Ggfs. Wettbewerb für die Markentreierung oder Direktvergabe zum Entwerfen des Logos.
3. Auswahl des Logos und Bekanntmachung der neuen Marke.
- 3.a. Mit der Bekanntmachung erfolgt die Erstellung eines eigenen Reiters auf der Städtischen Homepage.
4. Eine Markeneintragung beantragen.
5. Produktion der Banner, Sticker mit Logo, Stempelkarten und Geschenke.
6. Anbringung der Aufkleber an den Geschäften und im öffentlichen Raum.
7. Einführung der Stempelkarte.

Abbildung 88: Mögliche Vorgehensweise bei der Markeneinführung



Abbildung 89: Aufkleber für die Geschäfte

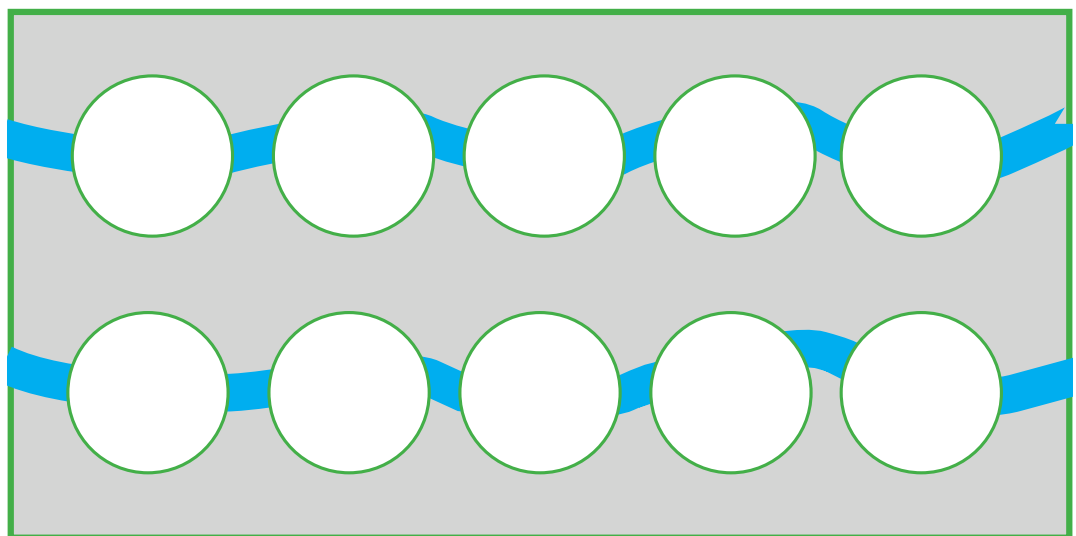


Abbildung 90: Entwurf der Stempelkarte für den Einkauf in Witzenhausen

## CORPORATE DESIGN

Die Logos der Stadtverwaltung Witzenhausen und der Tochterfirma Pro Witzenhausen GmbH als Betreiber der Touristinformation sind trotz des gemeinsamen Ursprungs uneinheitlich und vermitteln, wie in „Analyse und Handlungsfelder“ bereits beschrieben, Außenstehenden keinen gemeinschaftlichen Auftritt.

Mittels eines Corporate Designs kann das gemeinschaftliche Auftreten gegenüber den Bürgern und auch Außenstehenden, wie Zuziehende und Touristen gestärkt werden.

Im Folgenden werden mehrere Vorschläge und Variationen von Logos sowohl für die Stadtverwaltung, als auch für die Tourist Information dargestellt und erläutert. Diese stellen damit einen ersten Schritt zum Angleichen der Strukturen und Bilden einer abgestimmten Kooperation dar.

Grundlegende Elemente wie die Kirsche, die Universität, das Rathaus von Witzenhausen und die Werra tauchen immer wieder in unterschiedlichen Kombinationen auf.

Als Basis für das städtische Logo (Abbildung 91) wurde die ursprüngliche Variante mit dem Rathaus und der angedeuteten Werra übernommen. Dazu kommen mal die Kirsche, dann der Umriss des Klostergebäudes, in dem der Fachbereich ökologische Agrarwissenschaften der Universität Kassel untergebracht ist. Dazu werden unterschiedliche thematische Titel der Stadt Witzenhausen ergänzt, wie Bio- und Universitätsstadt oder Kirschen und Bio-Stadt, um auch andere wichtige Alleinstellungsmerkmale der Stadt herauszustellen. Der überarbeitete Slogan „Natürlich nachhaltig“ spiegelt sowohl den Umstand wider, dass Witzenhausen Fairtrade Town und Bio-Stadt ist, aber auch den Themenschwerpunkt des örtlichen Fachbereiches der Universität.

Stilistisch bleibt es bei einer schlichten und einfachen Gestaltung, die nur um verschiedene

Elemente ergänzt wurde. Die Touristen Information bekommt gemäß dem Farbschema ähnliche Elemente im neuen Logo (Abbildung 91). Dennoch wurde bewusst die Ausführung etwas stärker gewählt, um den individuellen Charakter zu erhalten und so die unterschiedlichen Aufgabenbereiche zu unterstreichen. Durch das gleiche Farbschema ist das Logo individuell und trotzdem so einheitlich, dass ein gemeinschaftlicher Auftritt mit der Stadtverwaltung ermöglicht wird.

Das Corporate Design muss jedoch nicht nur in Bezug auf die Logos umgesetzt werden, sondern auch auf die beiden Websites und der generellen Marketingstrategie, digital und analog.





Abbildung 91: Logo Varianten

## DIGITALE MEDIEN

Die digitalen Medien und primär der Online-Auftritt der beiden Akteure bedurfte einen Relaunch, sprich einer Überarbeitung. Die Pro Witzenhausen GmbH hat bereits mitgeteilt, dass eine Überarbeitung der Homepage angestrebt wird. Es empfiehlt sich dabei, diese gleichzeitig mit der Homepage der Stadtverwaltung anzugehen. Zudem wird hier ein Internetredakteur empfohlen, der die Inhalte der Webseiten auf dem aktuellsten Stand hält. Die aktuelle Teilzeitstelle könnte dabei zeitweilig aufgestockt werden. Zu dem Aufgabenbereich gehört ebenfalls alle Inhalte kontinuierlich zu kontrollieren und aufzuarbeiten, was aktuell nicht ausführlich genug geschieht. Es wird ausdrücklich darauf hingewiesen, alle Inhalte der Seiten bezüglich der Außenwahrnehmung und Transparenz inhaltlich aktuell und interessant zu halten. Kommunikation über digitale Medien sollte nicht unterschätzt werden, denn der Webauftritt ist ein optimales und schnelles Kommunikationsmittel.

Dass die Homepage der Stadt Witzenhausen hauptsächlich verwalterische Inhalte wiedergibt sowie auf Bürgerservice fokussiert ist, während die Pro Witzenhausen GmbH das Stadtmarketing managt, wird nicht kritisiert. Es dürfte nur keine komplette Trennung erfolgen. Mit verstärkten Verlinkungen und Kurztexten sollte auf die weiterführende Website mit den Hauptinhalten navigiert werden. Weiter sollte über eine Änderung der Webadresse von der Pro Witzenhausen GmbH erfolgen. Die aktuelle Adresse muss sich mit seinem Stadtnamen und der Funktion wiedergeben (Abbildung 92).

### A. INTERNETREDAKTEUR



Einstellung eines Internetredakteurs oder Aufstockung der bisherigen Arbeitskraft für den Relaunch bzw. die Aufarbeitung der Webseite

### B. RELAUNCH



Aufarbeitung der beiden Webseiten nach Layout und Inhalt auf Einheitlichkeit und nach den heutigen Anforderungen



Neben Layout und Aufarbeitung der Inhalte, Verlinkungen zu allen weiteren Akteursseiten und Artikeln setzen



Änderung der Webadresse der Pro Witzenhausen GmbH Homepage (siehe Entwürfe)

Empfehlungen:

1. Entwurf:  
[kirschenland.witzenhausen.de](http://kirschenland.witzenhausen.de)
2. Entwurf:  
[tourismus-kirschenland.witzenhausen.de](http://tourismus-kirschenland.witzenhausen.de)

### B. REVIDIEREN



überarbeitete Webseiten inhaltlich aktuell halten  
Empfehlung: regelmäßige inhaltliche Kontrolle

Abbildung 92: Handlungsempfehlung für Digitale Medien

## MEDIEN IM ÖFFENTLICHEN RAUM

Die Grundlage der Medien im öffentlichen Raum ist die Gestaltung, um die bestmögliche Wahrnehmung zu erzielen.

Gestaltungen für analoge Medien sollten gut lesbar und klar formuliert sein. Die wichtigsten Informationen sollten auf den ersten Blick erkennbar sein. Eine der wichtigsten Regeln in der Gestaltung von erfolgreicher Außenwerbung ist, die Information bündig und prägnant in eingängigen Sätzen zu vermitteln. Diese Regel rührt daher, dass die Betrachtungsdauer für ein Plakat bei etwa drei bis fünf Sekunden liegt (vgl. Salk 2020).

Die farbliche Ausgestaltung eines Plakates ergibt sich oft aus den bereits vorhandenen Farben des zu bewerbenden Themas, dennoch sollte Wert darauf gelegt werden, dass auch komplementäre Farben zu Einsatz kommen, da diese vom Menschen besser wahrgenommen werden (vgl. ebd.).

Die neue Marke "Bio, Fair und Nachhaltig in Witzenhausen" soll für die Bewohner und Besucher der Stadt sichtbar in das Stadtbild einfließen. Es wird daher vorgeschlagen, die Installation von Flaggen (Abbildung 93) an prägnanten Standorten vorzunehmen. Eine neue Marketingstrategie bedeutet auch eine Neuorientierung. Das Augenmerk wird nun stärker auf die Themen Bio-Stadt und Fairtrade Town sowie Nachhaltigkeit gelegt. Ebenso spielt die Universität eine wichtige Rolle. Schon lange wirbt die Stadt Witzenhausen damit Standort der Universität Kassel zu sein. Seit dem Jahr 1981 gibt es die Professur Ökologischen Landbau in Witzenhausen, die für Pionierleistungen auf ihrem Gebiet steht. (vgl. Universität Kassel o.J.)

Die Vermarktung dieser Eigenschaften der Stadt waren bisher nicht fokussiert worden. Mit der neuen Marke "Bio, Fair und Nachhaltig in Witzenhausen" soll gerade im Hinblick auf die Stadt als Universitätsstandort, auch die Arbeit der Professoren und Studenten der Ökologischen



Abbildung 93: Flagge für die neue Vermarktungsstrategie

Agrarwissenschaften unterstrichen werden. Einer der anschaulichsten Standorte für die Flaggen wäre der Marktplatz, wie in Abbildung 94 zu sehen ist. Weitere mögliche Standorte wären Ortseingänge, der Bahnhof und der Eingang der Brückenstraße von der Werrabrücke aus. Die demonstrative Aussage, „BIO FAIRTRADE WITZENHAUSEN“, die auf grauen Grund gedruckt ist, untermauert modern und elegant den neuen Vermarktungsfokus.

Die Region Witzenhausen und das Gebiet Werra-Meißner zeichnet sich durch sein großes Angebot an Rad- und Wanderwegen, sowie Burgen und die deutsche Märchenstraße aus. Witzenhausen ist auf einigen Routen nur ein Ort zur Durchreise. Die Bahnverbindung der Cantus, die zwischen Kassel und Göttingen pendeln, nehmen neben Studenten auch viele Berufstätige in Anspruch. Der recht wenig ein-



Abbildung 94: Rathaus mit der Flagge für die neue Vermarktungsstrategie

## Veranstaltungskalender 2020

<h3>MÄRZ</h3> <ul style="list-style-type: none"> <li>21-22.03 Ostermarkt am Kloster Witzenhausen</li> <li>21-22.03 Ostermarkt auf der Burg Ludwigstein</li> <li>21-22.03 1. Streetfood Festival Witzenhausen</li> </ul> <h3>APRIL</h3> <ul style="list-style-type: none"> <li>18-26.04 Woche der Witzenhäuser</li> <li>26.04 Pflanzenmarkt in Witzenhausen</li> </ul> <h3>MAI</h3> <ul style="list-style-type: none"> <li>02.05. 28 Werraland-Rallye</li> <li>08-10.05 WETOO Wochenende für Toleranz</li> <li>14.05 Gartentour durchs Werratal</li> </ul> <h3>JUNI</h3> <ul style="list-style-type: none"> <li>19-20.06 Come 2gether Festival</li> </ul>	<h3>JULI</h3> <ul style="list-style-type: none"> <li>10-12.07 54. Kesperkirmes das Altstadtfest</li> <li>25.07.-02.08 Europäische Jugendwochen</li> </ul> <h3>AUGUST</h3> <ul style="list-style-type: none"> <li>15.08 Witzenhäuser Cherryman</li> <li>19-24.08 Erntedank und Heimatfest</li> </ul> <h3>SEPTEMBER</h3> <ul style="list-style-type: none"> <li>10-13.09 Treppen-Keller-Hinterhöfe</li> </ul> <h3>NOVEMBER</h3> <ul style="list-style-type: none"> <li>26-29.11 Witzenhäuser Weihnachtsmarkt</li> </ul>
--	---



[www.veranstaltungskalender2020.de](http://www.veranstaltungskalender2020.de)

Abbildung 95: Veranstaltungskalender 2020





Abbildung 96: Werratal Radweg Werbung



Abbildung 97: Werbung Werratal Radweg



Abbildung 98: Plakatwand am Bahnhof Witzenhausen



Abbildung 99: Plakat für die Plakatwand am Bahnhof in Witzenhausen

ladende Bahnhof ist somit ein weiterer Transitraum. Um die Blicke der Reisenden und Pendler einzufangen wäre eine Plakatwand ebenso wie die gestalteten Flaggen geeignet. Abbildung 98 zeigt einen Ausblick auf ein mögliches Ergebnis. Hier finden sich auch die lebendigen Farben aus dem Corporate Design wieder.

An Rad- und Wanderwegen in der näheren Umgebung könnten Plakate oder Schilder für einen Besuch in Witzenhausen werben. Die Abbildung 96 und 97 zeigen eine Umsetzung dieses Vorschlages. Der Schwerpunkt dieser Maßnahme liegt darin, Reisende auf den Wander- und Radwegen dazu anzuregen, in Witzenhausen einen Zwischenstopp zu machen. Wünschenswert wäre es natürlich, wenn im Lauf der Jahre das Marketing auch in Hinsicht auf Übernachtungsbesucher in Witzenhausen ausgedehnt werden würde. Zum Beispiel könnten geführte Tages- oder Mehrtagestouren angeboten werden, die das bestehende Angebot an Ausflügen ergänzen.

Werbung für die städtischen Veranstaltungen wird an verschiedenen Stellen gemacht, im Internet aber auch über Aushänge. Im Wesentlichen sollte die Werbung großflächig verteilt, gut verständlich und einfach zu finden sein. Für Plakate, aber auch im Internet könnte außerdem ein QR-Code eingesetzt werden, der zu einer Informationsseite führt. Dort kann auf Preise, Anreise, Programmpunkte und ähnliches verwiesen werden. Eine weitere Möglichkeit zur Vermarktung der Veranstaltungen wäre ein öffentlich ausgedellter Veranstaltungskalender. Dieser soll über die großen Veranstaltungen in der Region informieren und ebenso über einen QR-Code weiterführende Informationen liefern. Ein Beispiel zur Anwendung zeigt Abbildung 95. Zusätzlich kann durch einen Informationskasten am Rathaus auch auf wöchentlich wiederkehrende Veranstaltungen hingewiesen werden. So ein Schaukasten könnte eine zentrale Anlaufstelle werden, um auf analogem Wege Informationen ins Stadtbild zu bringen. Hier zeigt die Abbildung 101 eine mögliche Umsetzung.





Abbildung 100: Analoge Medien am Bahnhof



Abbildung 101: Veranstaltungskalender 2020 im Schaukasten am Rathaus

## KOMMUNIKATION FÜR DIE STADTENTWICKLUNG

Auffällig war in den persönlichen Gesprächen mit Initiativen und Bürgern sowie während den durchgeführten studentischen Veranstaltungen, dass die Kommunikation und Zusammenarbeit mit der Stadtverwaltung nicht besonders ausgeprägt bzw. Verbesserungsbedarf gewünscht ist.

Stadtentwicklung lebt auch von den Kooperationen zwischen Stadtverwaltung und den Bürgern im Quartier oder der Stadt. In Witzenhäusen haben sich viele Initiativen und eine interessierte Bewohnerschaft etabliert und dabei lässt sich eine hohe Bereitschaft für die Einbringung in Stadtentwicklung und Projekte identifizieren, welche unterstützt werden sollte.

Um die Kommunikation und Kooperationsbemühungen der Stadtverwaltung mit den weiteren Akteuren zu verbessern, wird als Handlungsempfehlung „Kommunikation für die Stadtentwicklung“ eine Vermittlungsperson als ein „Akteurskümmerner“ empfohlen. Die Vermittlungsperson wird dabei als Initiator und Ansprechpartner eingesetzt und kommuniziert für und mit Akteuren und zwischen den laufenden Projekten sowie der Stadtverwaltung. Natürlich gibt es bereits tätige Stadtplaner als Vermittlungs- und Planungspersonen der Projekte und Veranstaltungen, die jedoch den Eindruck vermitteln, nicht direkt oder wie gewünscht zu funktionieren. Außerdem stellt sich die Frage ob diese das geeignete Profil für diese Funktionen aufweisen. Daher empfiehlt es sich, entweder den Aufgabenbereich einer Verwaltungsperson oder eines Projektkoordinators auszubauen, oder eine neue Stabsstelle einzuführen und diese durch Fördertöpfe der aktuellen und davon profitierenden Projekte zu bezahlen. Die Vermittlungsperson kann somit entweder dauerhaft angestellt und nicht an ein Projekt gebunden oder von der Dauer eines Projektes abhängig sein, welches bei abgeschlossenen und neu anlaufenden Projekten immer wieder eine neue

Vermittlungsperson bedeuten würde. Eine Vermittlungsperson hat somit die Aufgabe alle Themenfelder und Anregungen zur Kooperation mit zu bearbeiten und alle Projekte im Überblick zu behalten. Dies hat den Vorteil, dass Akteure zu den Projekten besser vermittelt werden und zu allen Beteiligten eine positive Verbindung aufgebaut werden kann. Außerdem werden zwischen Akteuren und Projekten Netzwerke geschaffen. Dies kann den Effekt haben, dass sich die Bewohnerschaft mehr mit Witzenhäusen identifizieren kann, da ihre Wünsche und Anregungen in die Stadtplanung mit einfließen und ein besseres Kommunikationssystem aufgebaut wird. Handel- und Gewerbetreibende und Einzelpersonen beteiligen sich mehr an Stadtmarketing-Prozessen und bringen die Stadtentwicklung sowie das Image voran.

Mögliche Vermittlungspersonen könnten dabei schon tätige Verwaltungspersonen sein oder aktuelle Projektkoordinatoren, oder sogar ganz eine neue und allein nur auf Kommunikation und Kooperation ausgelegte neue Beschäftigung.



Abbildung 102: Mögliche Vermittlungspersonen

### Runder Tisch Witzenhausen

Weiter zur Verbesserung der Kommunikationsstruktur empfiehlt sich die Einführung eines in unregelmäßigen Abständen und nach Bedarf stattfindenden Treffens, um gemeinschaftlich Probleme zu lösen oder Ideen und Vorschläge zu geben. Dabei kann das Einführen des Stamm-tisches „Runder Tisch Witzenhausen“ dienen. Dieser darf von allen Akteuren einberufen werden und sollte im Stadt-Raum stattfinden. Die organisatorischen Angelegenheiten werden entweder von den Akteuren, die den Tisch einberufen haben und Anliegen klären möchten, selbst vorbereitet oder in Kooperation mit der Vermittlungsperson. Das Ziel ist es dabei, auf gleicher Augenhöhe miteinander zu kommunizieren und unabhängig von normalen Beteiligungsverfahren und bloßer Informationsschreiben zu interagieren.

### Finanzierung der Vermittlungsperson

Die Finanzierung der Vermittlungsperson kann entweder aus reinen Haushaltsmitteln oder der Sammlung der unterschiedlichen Fördertöpfe

der laufenden Projekte, bspw. aus den Mitteln für Öffentlichkeitsarbeit, erfolgen. Bei einer Anstellung bei den laufenden Projekten wird die Vermittlungsperson nur für einen bestimmten Zeitraum angestellt. Nur für die Dauer der Projekte bzw. dem am längsten laufendem Projekt.



Abbildung 103: Vermittlungsperson mit den zu koordinierenden Akteuren.



## ZEITLICHE VORGEHENSWEISE

Die zeitliche Vorgehensweise in Bezug auf Marketing und Kommunikation stellt ein Ablaufplan für die nächsten 10 Jahre dar, der die wichtigsten Schritte aufgreift. In der Phase der "Kommunikation" ist die Aktualität der digitalen Medien einer der ersten Ansatzpunkte. Eine regelmäßige Aufarbeitung der Informationen wird in Zukunft dazu führen, dass keine großen Informationslücken mehr bestehen können. In der Kommunikation zwischen den Akteuren wird die Verbindungsperson neue Ansätze finden, um den Umgang untereinander zu erleichtern und kurze Informationswege zu schaffen. Die eingesetzte Verbindungsperson wird ebenso die Initiativen vernetzen und auch hier als Knotenpunkt fungieren.

In der Phase der "Umgestaltung" soll das Corporate Design der Stadt und der Touristinformation aneinander angepasst werden, was eine gute Abstimmung und Kommunikation voraussetzt. Diese Kommunikation soll im nächsten Schritt zu der Einführung der Marke "Bio, Fair und Nachhaltig in Witzenhausen" führen. In der Phase "Marke Stärken", wird neben der neuen

Marke auch die Vermarktung im öffentlichen Raum umgesetzt. Ziel ist es die neue Marke im Inneren zu stärken und zu etablieren, um sie in ein aktives Außenmarketing einbinden zu können. Außerdem werden zusätzlich zu der neuen Marke auch die Werbung für die Stadt und deren Veranstaltungen intensiviert. In der Phase der "Integration" soll die Werbung für "Bio, Fair und Nachhaltig in Witzenhausen" bewusst nach außen getragen werden, um so ein neues Image für Witzenhausen zu schaffen. Mit der Einführung der Stempelkarte soll ein profitables System eingeführt werden. Dieser Anreiz soll die Geschäfte fördern, die sich der Aktion anschließen und die Kunden dazu anregen, bewusster einzukaufen. Das Ziel des Ganzen ist es, Witzenhausen zur Bio-Hauptstadt der Region Werra-Meißner zu machen.

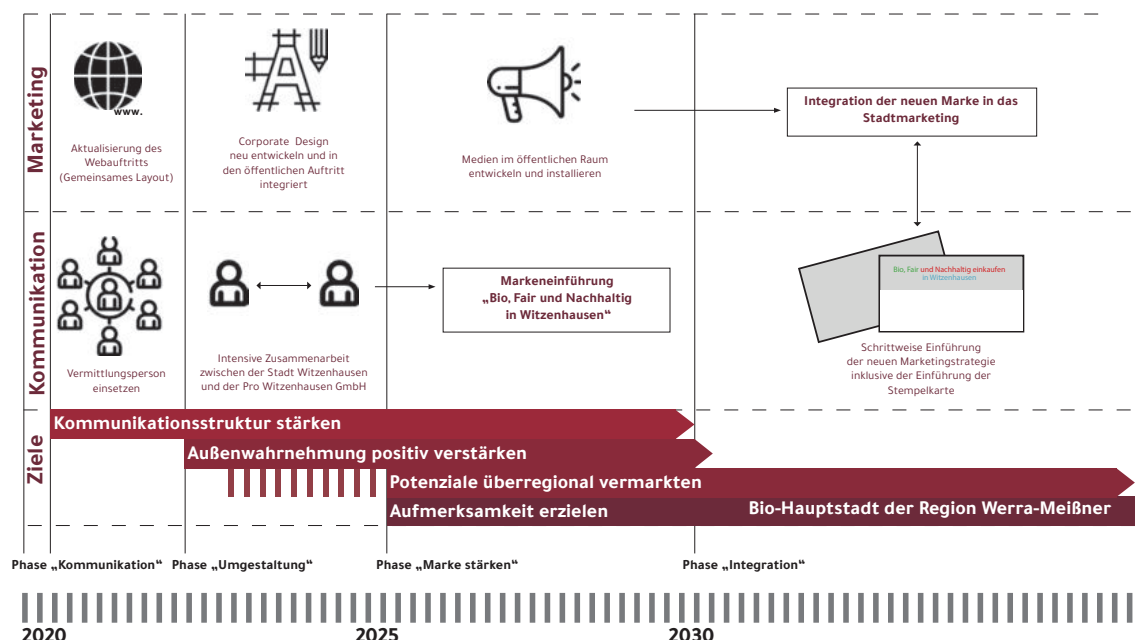


Abbildung 104: Diagramm zeitliche Vorgehensweise

## FAZIT

Die vorgestellten Maßnahmen zum Thema Marketing und Kommunikation sind einfach und vergleichsweise schnell umsetzbar, da auf bereits vorhandene Ressourcen zurückgegriffen wird und diese weiter ausgebaut werden. Trotzdem kann die Anwendung dieser Mittel eine große Wirkung erzielen, sowohl auf die Bewohner, als auch auf Besucher der Stadt. Es muss generell auf eine klare und abgestimmte Linie in den Marketing- und Kommunikationsbereichen von Seiten der Stadtverwaltung und den Hauptakteuren geachtet werden. Die vorhandenen Potentiale, wie die vielen Initiativen, die interessierte und engagierte Bürgerschaft, der Fachbereich der Universität Kassel und auch bereits erworbene Titel wie Bio-Stadt und Fairtrade-Town, bieten bei richtiger Präsentation und Einbeziehung in das öffentlich wirksame Arbeiten große Chancen für Witzenhausen. Das gilt aber auch für die anderen Bereiche, wie zum Beispiel die lokalen Ökonomien oder das Mobilitätskonzept, die alle ihre Potentiale mit sich bringen. In Kapitel 7 wurde eine Gegenüberstellung erarbeitet, die darstellt, inwieweit die einzelnen Punkte ineinandergreifen und welche Verknüpfungen existieren, um ein umfassendes Bild dessen zu erhalten.

Wichtig für die Stadt Witzenhausen ist dabei, zu wissen was die eigene Stadt bereits hat, kann und welches Potential dies mit sich bringt. Die engagierte Bewohnerschaft ist außerdem ein Gewinn für die Stadtverwaltung und andere Akteure, welche unterstützt und gefördert werden muss. Mit einer verbesserten Kommunikationsstruktur der Stadtverwaltung und mit den Initiativen, Gemeinschaften und Bürgern ist ein Fundament für eine zukünftige positive Stadtentwicklung geschaffen. Durch die weiteren Stadtumbaumaßnahmen und die Markeneinführung können weitere Wechselwirkungen geschürt werden und Witzenhausen sowohl in Gestaltung als auch im Image nur stärken.





## 6.4 Lokale Ökonomie

### Leerstandsmanagement





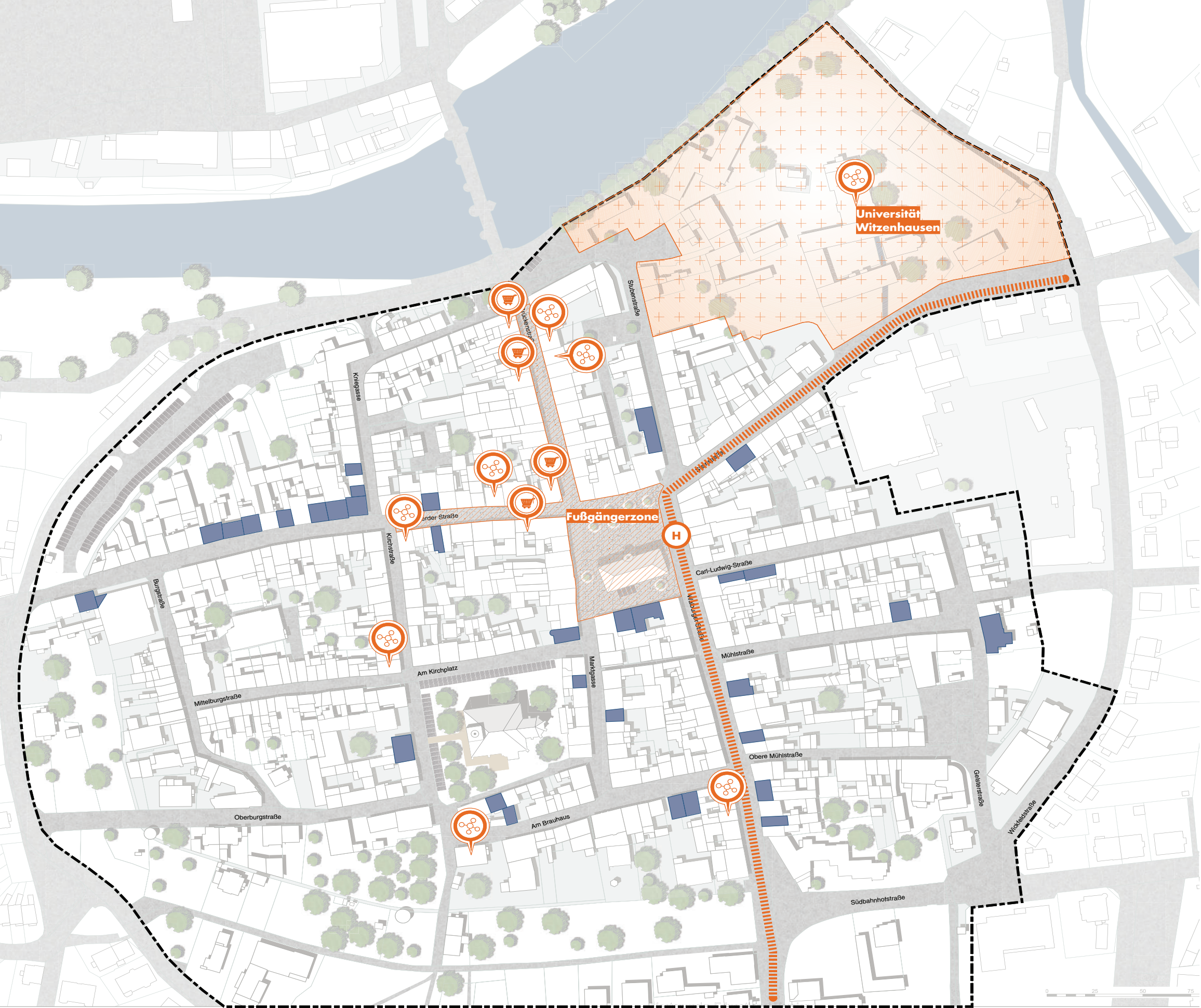
## EINLEITUNG

Die Stadt Witzenhausen, insbesondere die Innenstadt, steht vor einem wichtigen Transformationsprozess, der sich derzeit noch durch Leerstände und einem Trading-Down-Prozess bestehend aus Gestaltungsmängeln im öffentlichen Raum und diversen kommerziellen Einrichtungen mit mäßiger Qualität widerspiegelt. Folgen dessen sind der zunehmende Verfall bestehender Altbaustrukturen und ein umfassender Bedeutungsverlust der Innenstadt, der sich, wenn nicht interveniert wird, mit der Zeit selbst verstärken könnte (sogenannte Leerstands-induzierte-Leerstände). Mit jeder freiwerdenden Ladenzeile sinkt der Strom an Kunden und somit die Lebendigkeit der gesamten Kernstadt. Indessen vermögen traditionelle Formen des inhabergeführten Einzelhandels nicht mehr diesen Missstand umzukehren und die gegenwärtig ausgeprägten filialisierten Betriebe erzeugen sowohl in Witzenhausen als auch Deutschlandweit das generische Bild eines „Clone-Towns“ (vgl. Hahne 2019: 1). Führt man sich die steigende Konkurrenz durch den Online-Handel vor Augen und stellt diese den austauschbaren, vom Strukturwandel geprägten Innenstädten gegenüber, lässt sich ein konkreter Handlungsbedarf ableiten. Dieser wird durch die aufsteigende Krise des Klimawandels in vielerlei Hinsicht verschärft, denn eine Vielzahl der Konsumwaren werden in globalen Produktionsketten erzeugt, wodurch einerseits Emissionen ausgestoßen werden, andererseits aber auch die lokale Wertschöpfung niedrig gehalten wird, was wiederum Prozesse des vorangehenden Strukturwandels verstärkt.

Doch diese zunächst bedrohlich anmutende Beschreibung gibt nicht das volle Bild der Witzenhausener Innenstadt wieder und bildet nur eine Seite der Medaille ab, denn auf der anderen stehen verschiedene Wirtschaftsinitiativen mit neuen Lösungsansätzen in den Startlöchern, um die Innenstadt als ihre Plattform zu kultivieren. Sie können als strategisch wichtige

Akteure angesehen werden, in denen das Potential steckt durch kollaborative Formen des Wirtschaftens neue Alternativen zum Bestehenden kriselnden Einzelhandel nach Witzenhausen zu bringen (vgl. Abbildung 105: Analyseplan Innenstadt Witzenhausen). Indessen können die Leerstände nicht nur als Herausforderung, sondern auch als Möglichkeitsräume für die Etablierung dieser Ansätze angesehen werden. Die Initiativen könnten die Leerstände zu günstigen Mieten beziehen und Keimzelle, der nach Kopatz initiierten Wirtschaftsförderung 4.0 werden. Insbesondere Zwischennutzungen oder temporäre Einrichtungen wären diesbezüglich denkbar, da diese Leerstände bespielen, den Gebäudebestand vor der Verwahrlosung schützen und in Gegenleistung zu geringen Mieten neue Geschäftsmodelle in Form von „Test-Out-Flächen“ erproben können. Das Risiko zur Geschäftsaufgabe wäre, aufgrund des zeitlich ohnehin limitierten Charakters, äußerst gering (vgl. Bathen 2019: 86). Ergebnis ist eine gegenseitige Symbiose: Raumpionieren wird ein Nährboden geliefert und die Innenstadt wird dafür belebt und erhält einen einzigartigen Charakter, den selbst der Konkurrent des Internet der Dinge nicht gefährden kann.

Überdies haben Neuerungen in den Produktionstechnologien, wie z.B. Lasercutter oder 3D-Drucker, dazu geführt, dass Formen der Produktion wieder in die Innenstadt zurückkehren könnten und damit einen wichtigen Beitrag zur Nutzungsmischung darstellen. Diese Technologien bieten den Vorteil emissionsarm und platzsparend produzieren zu können, zeitgleich aber auch durch urbane Manufakturen einzigartige Produkte auf lokaler Ebene bereitzustellen (vgl. Bathen 2019: 14). Auch so kann ein Beitrag dazu geleistet werden, die Innenstadt wieder erlebbar zu machen, denn diese Produkte gäbe es eben nur in Witzenhausen. Sowohl überregionale Transportketten als auch global vernetzte intermediäre Produktionsprozesse könnten so



Potenziale & Herausforderungen

- Nähe zur Universität
- Frequenz durch Fußgängerzone
- Bestehende Initiativen & Vereine
- Bestehende Wirtschaftsstrukturen im Bereich Wirtschaftsförderung 4.0
- Haltestelle und Busanbindung
- Leerstände in prominenter Lage

Kartengrundlage

- Gewässer
- Fußgängerzone
- Verkehrsfläche

Abbildung 105: Analyseplan Innenstadt Witzenhausen



überbrückt werden. Produktionsprozesse würden wieder sichtbargemacht werden und dadurch die Wertschätzung gegenüber dem Produkt erhöhen, nicht zuletzt, weil der Kunde Ko-Produktiv in den Fertigungsprozess miteingebunden werden könnte. Resultat dessen wäre eine stärkere Identifikation mit dem Produkt, vor allem aber mit dem Ort der Produktion, Witzenhausens Innenstadt (vgl. Overmeyer 2017: 35). Diese gilt es also im Sinne einer lokalen Produktionsgenossenschaft vorzubereiten.

Diesbezüglich ist es jedoch notwendig das lokale Wirtschaften wieder in soziale wie auch räumliche Kontexte einzubetten und den Menschen vor Ort die Möglichkeit zu geben sich aktiv miteinzubringen (vgl. Overmeyer 2017: 33). Im Fokus stünde somit ein System der Gemeinwohl-Ökonomie, bei welcher der Zugang und nicht der Besitz im Vordergrund steht. Das Credo lautet „Kooperation statt Konkurrenz“ (vgl. Embshoff, 2014: 11). Gewirtschaftet wird mit sogenannten Commens, also Ressourcen, „die Menschen gemeinsam produzieren, nutzen und verwalten, und zwar so, dass alle ihre Bedürfnisse befriedigen, ihre Fähigkeiten einbringen und mitbestimmen können, die Ressourcen nicht übernutzt oder durch Nichtgebrauch verschwinden“ (s. Prüss 2014: 39).

Um zu verdeutlichen wie Witzenhausen langfristig ein solches System etablieren könnte und welche positiven Effekte dies für die Belebung der Leerstände, der Innenstadt und der Sanierung von Fachwerkbeständen haben kann, soll das Konzept der Lokalen Ökonomie erläutern. In einem ersten Abschnitt werden diesbezüglich die Themenbereiche der Leerstände und deren Belebung mittels Zwischennutzungen in Hinblick auf Notwendigkeit und Referenzerfahrungen dargestellt. Ebenfalls soll dezidiert erläutert werden, welche Formen von urbaner Produktion in Witzenhausen denkbar wären und auch dies mit Best-Practices zu untermauern. Nach einer Erläuterung über die Vorteile und Charakteristiken der

Gemeinwohlökonomie wird dann das eigentliche Konzept samt seinen Bausteinen vorgestellt und in einem Fazit abgeschlossen.

## LEERSTÄNDE UND ZWISCHEN-NUTZUNGEN

Witzenhausen verfügt aktuell über eine relativ hohe Anzahl von Leerständen in zentraler Lage. So befinden sich viele dieser nicht genutzten Potentiale an der Ermschwerder Straße oder auch teilweise entlang der Walburger Straße. Leerstand ist dabei nicht gleich Leerstand, sondern kann entsprechend in kurzfristigen also dem marktüblichen Leerstandszeitraum zwischen Auszug und Einzug, potentiellen also Gebäude die aktuell noch genutzt werden aber wobei es Hinweise gibt, dass dieses bald leer steht. Des Weiteren gibt es den latenten Leerstand, wobei es sich um ungenutzte Räume handelt, die jedoch nicht zur Vermietung oder zum Verkauf stehen. Eine weitere Möglichkeit ist der strukturelle Leerstand welcher Gebäude bezeichnet, die sich auf Grund struktureller Defizite schwer vermarkten lassen. Der Sockel-Leerstand beschreibt Immobilien die eine schwierige Lage oder Ausstattung haben und kaum vermittelbar sind. Eine weitere Form ist der leerstandsinduzierte Leerstand, bei dem es darum geht, dass Gebäude auf Grund einer zu schwachen Frequentierung leer stehen (vgl. Poppitz 2008: 11). Um diesen Herausforderungen zu begegnen und die in diesen Gebäuden schlummernden Potentiale zur Belebung der Innenstadt nutzen zu können, gibt es einige Beispiele aus anderen Gemeinden, die im Nachfolgenden erläutert werden.

Bei dem ersten auf Witzenhausen anwendbaren Projekt handelt es sich um die Wächterhäuser in Leipzig. Das Grundprinzip bei den Wächterhäusern lautet: „Hauserhalt durch Nutzung“ (HausHalten e.V. 2020) und beschreibt im Allgemeinen, dass Schäden durch zum Beispiel Vandalismus oder durch das Wetter



Abbildung 106: Wächterhaus in Leipzig

schneller entdeckt werden, da das Gebäude aktiv genutzt wird. Somit werden die Nutzer zu „Wächtern“ des Hauses und übernehmen die laufenden Betriebskosten, kleine handwerkliche Reparaturarbeiten und die allgemeine Überwachung des Gebäudes (vgl. HausHalten e.V. 2020). Insbesondere kulturelle, künstlerische oder spezielle gewerbliche Nutzer sind geeignet, da durch diese Gruppen oft positive Synergieeffekte entstehen und derartige Nutzungen oft viel Flächen benötigen aber wenig finanzstark sind. Die Eigentümer hingegen müssen ein im Grundsatz nutzungsfähiges Gebäude zur Verfügung stellen und auch für einen funktionierenden Wasser-, Gas- und Stromanschluss sorgen. Im Gegenzug wird einem möglichen Verfall des Gebäudes entgegengewirkt (ebd.) und auch für eine weitere Belebung gesorgt.

Das zweite Beispiel ist das Projekt „9 mal 24“ aus Hannoversch Münden, wobei ein Fachwerkhaus in neun vollen Tagen saniert wurde. Hannoversch

Münden verfügt ebenfalls wie Witzenhausen über einen großen Anteil an Fachwerkgebäuden, die in der Instandhaltung meist etwas kostspieliger sind. Im Rahmen des Denkmalkunst-Festivals wurde das Haus durch die Initiative der Bürgergenossenschaft „Mündener Altstadt“ erworben und mit Hilfe von vielen Freiwilligen unentgeltlich und durch diverse Sachspenden saniert (vgl. Eichner-Ramm 2013). Das sanierte Gebäude wird im speziellen durch Galerien, Appartements, Ateliers und für weitere Kunstprojekte genutzt (vgl. Förderverein Mündener Altstadt 2013), sodass auch in diesem Beispiel die Kreativwirtschaft die Zielgruppe gebildet hat.

Das dritte Projekt heißt „Die Bürgergruppe für den Erhalt Wanfrieder Häuser“, wobei Bürger leerstehende in der Innenstadt befindliche Fachwerkhäuser an mögliche Interessenten zur Miete oder zum Kauf zu vermitteln. Die Gebäude werden über ein kommunales Immobilienportal angeboten. Außerdem gibt



es durch die freiwillige Arbeit eine kostenlose Beratung bezüglich der Möglichkeiten zur Sanierung. Zur Unterstützung wurde das Fachwerkmusterhaus Wohnen eingerichtet, in dem ein beispielhaftes Fachwerkhaus umgebaut und saniert wurde, um die Möglichkeiten dieses Gebäudetypus zu demonstrieren (vgl. Bürgergruppe Wanfried 2006). So konnten seit 2006 im gesamten Stadtgebiet bereits 35 Fachwerkhäuser, 23 Massivhäuser und der städtische Campingplatz vermittelt werden, da sich mittlerweile nicht ausschließlich um das Fachwerk gekümmert wird (vgl. Wetztestein 2020).

Insgesamt wird deutlich, dass es bereits aus anderen Gemeinden mit ähnlichen Herausforderungen wie denen in Witzenhausen Projekte gestartet wurden um diese als Potential zu nutzen. So gibt es mögliche Lösungen für Zwischennutzungen um den Verfall einer leerstehenden Immobilie zu verhindern oder auch Projekte bei denen Fachwerkgebäude erfolgreich neu vermittelt und saniert wurden. Somit müssen die Leerstände als ein Potential angesehen werden, da sie einen Möglichkeitsraum für Raumpioniere wie Start-Ups durch Zwischennutzungen mit günstigen Mieten bei relativ geringen Risiko bieten.

## URBANE PRODUKTIONEN ZURÜCK IN DIE STADT

Die europäischen Städte haben in den letzten Jahrzehnten einen Wandel durchlebt, sodass sie in der heutigen Zeit nicht mehr das Zentrum der Produktionen bilden. Dies hatte im speziellen Auswirkungen auf die Innenstädte, wo es eine starke Funktionstrennung gibt und aktuell kaum bis wenig produziert wird. Dies hängt zum einen mit entstandenen Ansprüchen an die Gebäudegrößen zusammen, aber auch mit möglichen Emissionen, wie dem Lärm oder der Ausstoß von Schadstoffen oder durch vorhandene logistische Vorteile außerhalb der Stadtzentren (vgl. Schmidtman 2018: 53).

In der aktuellen Entwicklung gibt es jedoch eindeutige Tendenzen zur Rückkehr der Produktion in die Städte. So haben neuartige Technologien in Folge der Digitalisierung Auswirkungen auf die Produktion in der Stadt. Mit Hilfe dieser Technik ist es möglich leiser, effizienter und umweltfreundlicher zu produzieren, sodass alte Nutzungskonflikte in der dichten Innenstadt minimiert werden. Somit wird von einer Reurbanisierung der Industrie gesprochen (vgl. Gornig/ Werwatz 2019: 2). Folglich wird die mögliche Produktion wieder stadtverträglicher (ebd.). Diese Entwicklungen bieten auch für Witzenhausen vielfältige Chancen um Leerstände zu nutzen und im Allgemeinen die Innenstadt wiederzubeleben und eine Frequenzsteigerung an möglichen Kunden zu erreichen. Es geht im speziellen darum die „stadtaffinen Branchen anzusprechen, womit Unternehmen gemeint sind, die in einer dichten Stadt verträglich sind (vgl. Libbe/ Wagner-Endres 2019: 6).

Dazu zählen zum Beispiel Manufakturen die insbesondere hochwertigen Produkte mit oftmals lokalem Bezug herstellen. Aber auch Unternehmen der Leichtindustrie, wie die Medizintechnik oder kleinteiliger Maschinenbau, können durch Innovationen wie den 3D-Druck in der Stadt angesiedelt werden. Ein weiteres großes Feld bildet die Lebensmittel- und Konsumgüterindustrie, wo zum Beispiel Kleidung, Möbel oder auch lokale Lebensmittel oder Getränke produziert werden (vgl. Libbe/ Wagner-Endres 2019: 5). Weitere Möglichkeiten zur urbanen Produktion bildet das Themenfeld der Informations- und Kommunikationstechnologie oder die Gesundheitswirtschaft in kleineren urbanen Räumen werden (vgl. Libbe/ Wagner-Endres 2019: 6). Insbesondere die Kreativwirtschaft oder auch Formen des Urban Farming sind für Witzenhausen attraktiv, da in diesen Bereichen die lokale Verwurzelung ausgeprägt ist. Somit gibt es vielfältige Möglichkeiten zur Etablierung lokaler Ökonomien in Witzenhausen (vgl. Abbildung

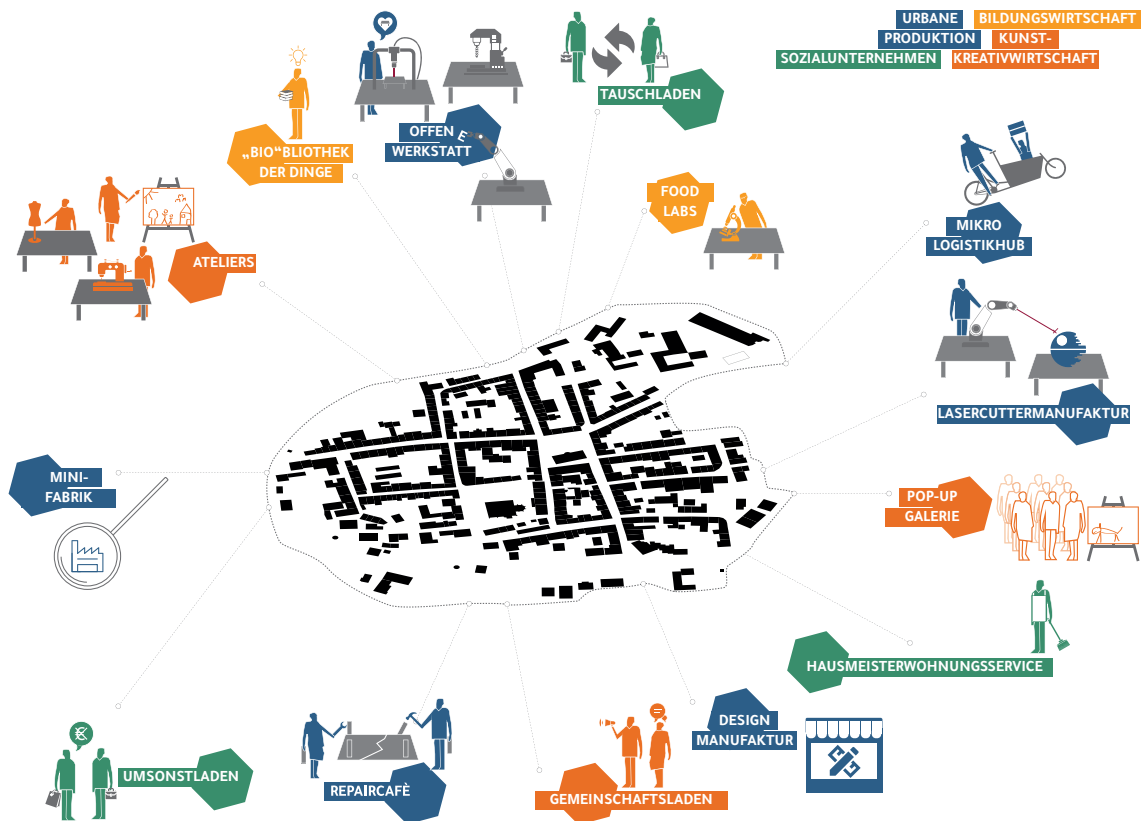


Abbildung 107: Nutzungsbeispiele der lokalen Ökonomie für Witzenhausen

107: Nutzungsbeispiele der lokalen Ökonomie für Witzenhausen).

Die urbane Produktion bietet den Unternehmen vielfältige Vorteile, die im nachfolgenden aufgeführt werden. Beispielsweise bietet die innerstädtische Fläche auf denen vielen unterschiedliche Betriebe auf einem engen Raum agieren, Chancen zu einer Nutzungsmischung aus der mögliche „Cross-Innovations“ entstehen können (vgl. ebd.). Ergänzend bietet Witzenhausen insbesondere durch das Vorhandensein einer Universität eine Ausnahme bei Kleinstädten, da somit die Nähe zu Forschungs- und Entwicklungseinrichtungen gegeben ist und auch weitere Innovationen begünstigt werden.

Die zentrale Lage bietet außerdem eine direkte Nähe zur sozialen Infrastruktur und Versorgungseinrichtungen, sowie eine direkte Repräsentativität im Stadtbild (vgl. ebd.). Zugleich bietet eine Produktion in der Innenstadt

direkte Kundennähe, aber auch eine bereits vorhandene gute Verkehrsinfrastruktur, die Potentiale bietet eine gemeinsame stadtverträgliche Logistik zu etablieren, um die Emissionsbelastung möglichst niedrig zu halten. Da es sich bei Witzenhausen um eine Kleinstadt handelt, bedient sie die Vorteile der „Stadt der kurzen Wege“. So ist zum Beispiel auch eine effizientere Nutzung der Ressourcen möglich, da sich auch die entstandene Abwärme nutzen lässt.

Abschließend bietet eine Rückkehr der Produktion in die Stadt auch für Witzenhausen viele Chancen, da sich mit Hilfe dieses Ansatzes Leerstände nutzen lassen und die Innenstadt individuell und attraktiv bleibt. Außerdem beinhaltet es auch Chancen vermehrt alternative Wirtschaftsformen zu etablieren und auch Witzenhausen als Bio-Region und Fairtradetown weiter zu stärken.

## DIE GEMEINWOHLÖKONOMIE ALS ALTERNATIVE FÜR DIE LOKALE WIRTSCHAFT

Witzenhausens Innenstadt ist nicht zuletzt auch ein Wirtschaftsstandort. Die lokalen Ökonomien, also „die Gesamtheit aller auf den Ort (die Region) bezogenen wirtschaftlichen Aktivitäten“ gilt es im Zuge der strukturellen Aufwertung des Standortes mit der Quartiersentwicklung zu vernetzen (s. Birkhölzer 2000: 4). Die Schnittstellen sind diesbezüglich eindeutig: Eine wirtschaftlich funktionierende Innenstadt trägt zur Revitalisierung durch eine gesteigerte Anzahl an Besuchern bei. Doch wie eingangs beschrieben verdeutlichen die gegenwärtigen Leerstände die weitreichenden negativen Effekte, wenn sich lokale Ökonomien zunehmend weniger halten können.

Einen möglichen Lösungsansatz bietet Christian Felbers Konzept der Gemeinwohl-Ökonomie. Diese fokussiert die Orientierung von Wirtschaftsweisen, bei denen das unternehmerische Handeln nicht mehr einzig auf die Steigerung von Gewinnen ausgelegt ist, sondern Werte der Kooperation unter dem Ziel gemeinwohlorientiert zu handeln im Vordergrund stehen. Demzufolge sollten die lokalen Ökonomien in einen stärkeren Austausch miteinander treten, um Vorteile aus der gemeinsamen Nutzung von Ressourcen zu ziehen und lokale Produktionsprozesse aufeinander abzustimmen. Diese Verflechtung von Arbeitsweisen kann demnach die Entstehung von neuen Innovationen katalysieren und überträgt sich auch auf die Konsumenten vor Ort (vgl. Pirgmaier 2012: 44-47). Seminare, Workshops und Einrichtungen für kollaborative Ökonomien wie FabLabs oder Makerspaces ermöglichen die traditionellen Versorgungsstrukturen mit produktiven Tätigkeiten zu verbinden. Dadurch entwickeln sich unter anderem Konsumenten in Richtung Produzent, sie werden zu Prosumenten, die Wirtschaftsweisen der Repair-, Sharing und Tauschökonomie

unterstützen. Im Sinne der lokalen Ökonomien als sämtliche wirtschaftliche Aktivitäten würden so neue Potentiale gewonnen werden.

Allerdings soll es im Rahmen dieses Konzeptes nicht darum gehen sämtliche Erträge gemeinwohlorientiert einzusetzen, sondern mittels klassisch ökonomisch gewinnorientierter Ansätze die erzielte Rendite für die Aufwertung des Quartiers Innenstadt zu nutzen (vgl. Brandt 2019: 40). Dies soll dem Umstand gerecht werden, dass selbst stark lokal orientierte Unternehmen nicht von globalen Wirtschaftsverflechtungen unabhängig sind und man daher nach Dieter Läpple von „lokal eingebetteten Ökonomien“ sprechen müsste (vgl. Läpple 2013: 135). Sprich ein Discounter wäre in der Regel keine lokal eingebettete Ökonomie, da er durch seine Konkurrenz zu Nachteilen für kleinteilige Betriebe führen würde. Im Gegensatz dazu würden z.B. Start-ups der Kreativwirtschaftsszene zwar nicht einzig für die lokale Nachfrage wirtschaften, könnten aber durch Kooperation mit weiteren Einrichtungen zur Stabilisierung des Quartiers beitragen (vgl. Brandt 2019: 33-35).

Dadurch profitieren einerseits die Menschen vor Ort, andererseits wird aber auch potenziell der Umsatz durch eine höhere Frequentierung der Innenstadt bei höherer Identifikation mit dem Standort gestärkt. Infolgedessen sollen die Renditen zur Förderung des „Gute Leben“ eingesetzt werden, demnach den sozialen Austausch untereinander stärken und natürliche Ressourcen im Rahmen der planetaren Grenzen nutzen (vgl. Pirgmaier 2012: 41-43). Um dies zu erreichen soll auf endogene Impulse aus der lokalen Bevölkerung gesetzt werden. Dafür ist eine kollaborative Bewirtschaftung der Innenstadt z.B. durch eine Genossenschaft unabdingbar.

Wie dies gestaltet werden könnte, soll das folgende Konzept aufzeigen. Neben der Einrichtung neuer Institutionen, welche die gemeinschaftliche Bewirtschaftung des

Standortes anregen sollen, werden auch Finanzierungsmöglichkeiten zur Etablierung neuer lokaler Ökonomien vorgestellt und exemplarisch anhand des Leuchtturmprojektes des dezentralen Hotels verdeutlicht. Dadurch soll aufgezeigt werden, wie lokal eingebettetes Wirtschaften durch den Zusammenschluss der Akteure vor Ort positive Beiträge zur Entwicklung der Innenstadt haben kann.

### Konzepteinleitung

Um den bereits genannten Problemen und Herausforderungen, wie einer zunehmenden Anzahl an Leerständen, einer relativ leeren Innenstadt, die aktuell nur über wenige Alleinstellungsmerkmale verfügt, entgegen zu wirken wurde ein Konzept entwickelt, was im Nachfolgenden erläutert wird. So soll Witzenhausen wieder für Auswärtige attraktiver werden und insbesondere neue Wirtschaftsformen aus der Kreativwirtschaft oder der alternativen Wirtschaft, die Gemeinwohlorientiert ausgerichtet ist, anlocken. Hierzu liegt der besondere Fokus auf Zwischennutzungen, die bei Erfolg in langfristigen Nutzungen verstetigt werden sollen. Um diese anzuregen gibt es das „Leuchtturmprojekt“ in Form eines dezentralen Hotels dem „Albergo Diffuso“ und der ehemaligen Krone in Witzenhausen als multifunktionaler Ort in einer Bibliothek. Des Weiteren wird dieses Vorhaben durch die Türöffner e.G. betreut und beinhaltet auch Ziele eines gemeinwohlorientierten Handelns.

## DIE GEMEINWOHLBILANZ

Den zentralen Baustein der Gemeinwohl-Ökonomie stellt die Gemeinwohlbilanz dar. Sie umfasst einen strategischen Ansatz zur Förderung gemeinwohlorientiert handelnder Betriebe gegenüber profitorientierten Unternehmensformen, die alleinig auf die Mehrung von Kapital ausgelegt sind. Nach Felber sollte nämlich nicht die Maximierung der

Gewinne, um der Gewinne willen im Vordergrund stehen, sondern die Steigerung des Gemeinwohls (vgl. Felber 2017: 33-34), denn steigende Finanzerträge sagen wenig darüber aus, ob ein Unternehmen z.B. umweltschädlich handelt oder seine Mitarbeiter schlecht behandelt. Dabei bleibt die Gemeinwohl-Ökonomie eine Form der Marktwirtschaft und stellt weiterhin das Erwirtschaften von Gewinnen durch private Unternehmen in den Fokus. Allerdings würde die Gemeinwohl-Ökonomie den Ertrag von Gewinnen durch private Unternehmen dafür einsetzen das Gemeinwohl zu steigern, anstatt einzig das Kapital des Unternehmens zu erhöhen, sprich das Ziel des Wirtschaftens wird wieder auf seine ursprüngliche Werte justiert: „Schaffung von Nutzwerten, Bedürfnisbefriedigung, Sinnstiftung, Teilhabe aller, Mitbestimmung, Geschlechterdemokratie, ökologische Nachhaltigkeit, Lebensqualität“ (s. Oberrauch 2017: 6). Die Gemeinwohlbilanz indessen ersucht zu messen, welchen Beitrag ein Unternehmen zum Gemeinwohl leistet und stellt dementsprechend nicht alleinig den monetären Wohlstand in den Fokus. Vielmehr schlägt Felber die Etablierung eines ganzheitlichen Ansatzes durch fünf interdependente Bilanzierungsindikatoren vor, die auf den verfassungsrechtlichen Werten der europäischen Staaten beruhen: Menschenwürde, Solidarität, Ökologische Nachhaltigkeit, Soziale Gerechtigkeit und Demokratie, Mitbestimmung und Transparenz. Angewendet werden diese Grundwerte auf die verschiedenen Berührungsgruppen (Lieferanten, Mitarbeitern, Kunden & gesellschaftliches Umfeld) (ebd. 37-38). Die Bilanz gibt also wieder, wie ökologisch ein Unternehmen produziert, ob es mit anderen Unternehmen kooperiert, ob demokratisch entschieden wird oder auch ob Frauen gleichberechtigt agieren. Insgesamt können dabei 1000 Punkte erreicht werden und je nach erreichtem Punktestand gibt es verschiedene Stufen, die mittels eines Ampelsystem transparent auf den Produkten



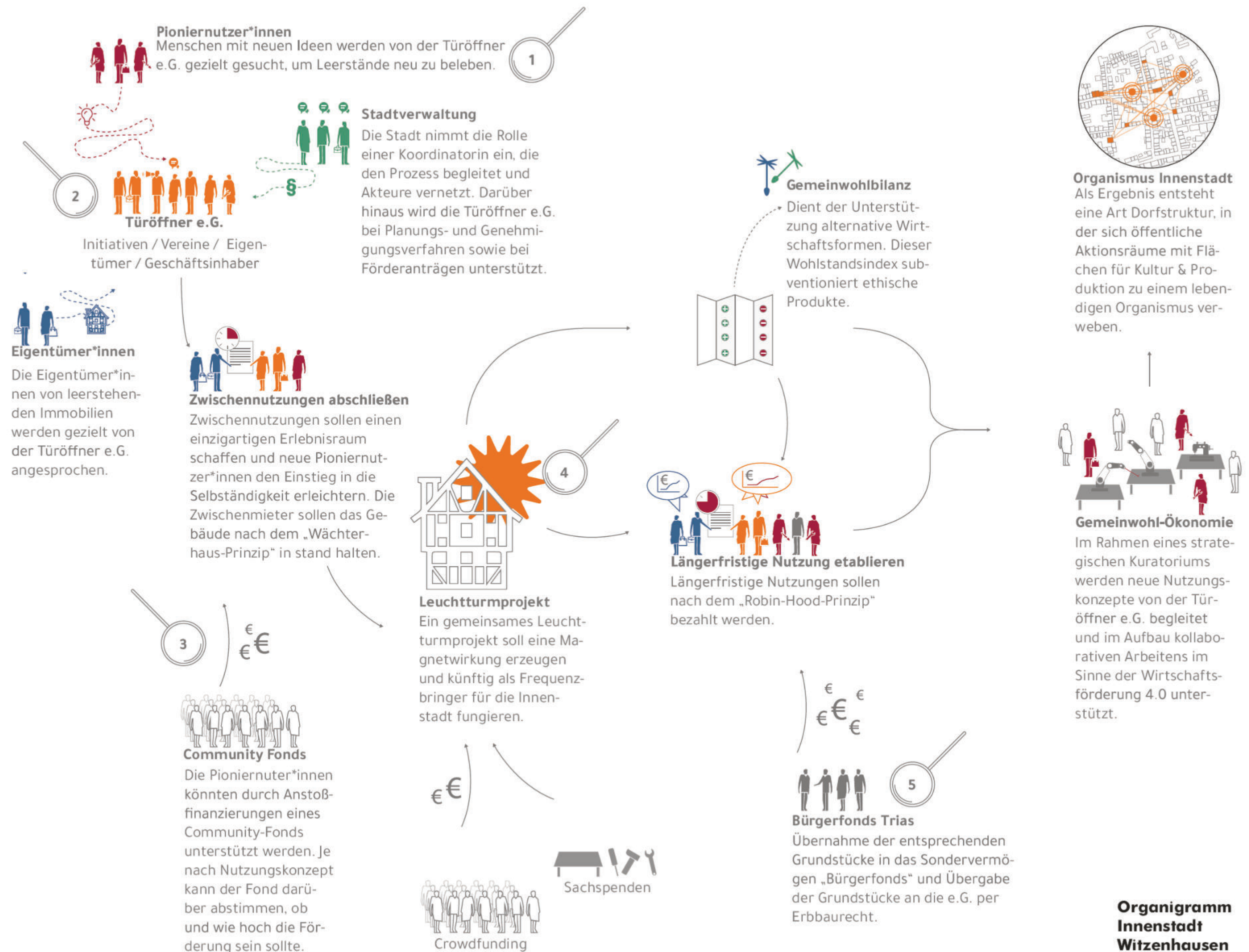


Abbildung 108: Konzeptplan Witzenhausen

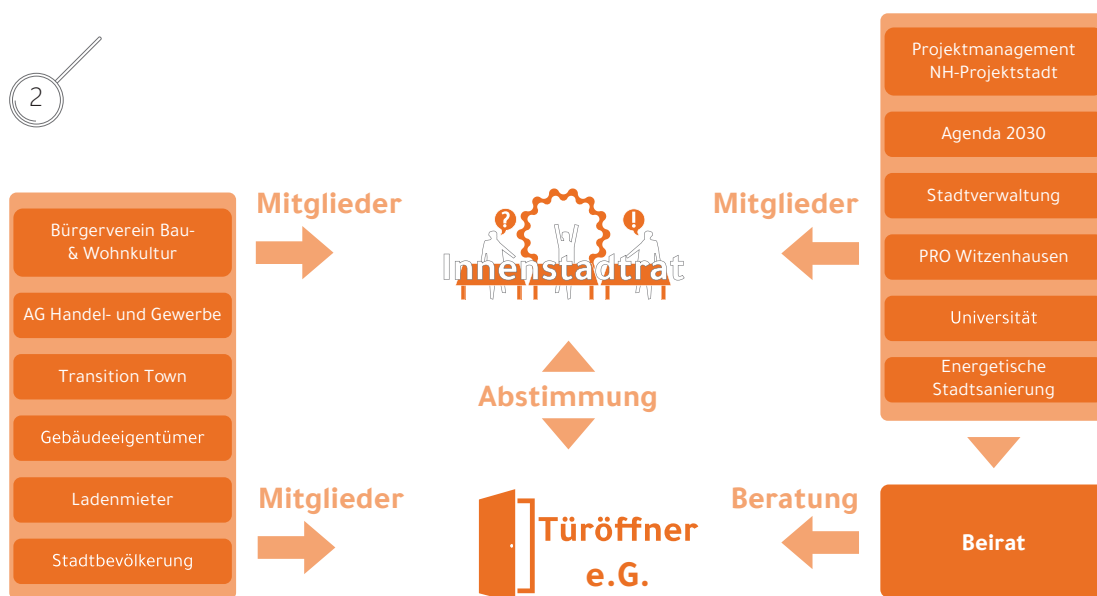


Abbildung 109: Zusammensetzung des Innenstadtrates

der Unternehmen abgebildet werden und Aufschluss darüber geben, wie ethisch das Unternehmen handelt (ebd. 38).

- Negatives Punkteergebnis, Stufe 1, rot.
- 0 bis 250 Punkte, Stufe 2, orange
- 251 bis 500 Punkte, Stufe 3, gelb
- 501 bis 750 Punkte, Stufe 4, hellgrün
- 751 bis 1000 Punkte, Stufe 5, grün

Die Bewertung eines Unternehmens erfolgt in der Regel durch das Unternehmen selbst sowie durch die Evaluierung aller Beschäftigten. Daraufhin überprüft eine externe Fachkraft, der Gemeinwohl-Auditor, das Unternehmen und stellt das Ergebnis für alle öffentlich und transparent zur Verfügung. Für Witzenhausen wäre es z.B. denkbar, dass die neu eingerichtete Stelle der Wirtschaftsförderung 4.0 die Rolle des Auditors übernimmt. Weiterhin schlägt Felber vor die Bewertung zunächst spielerisch, ohne Druck von außen, innerhalb des Unternehmens zu erproben oder innerhalb einer Peer-Group sich gegenseitig zu evaluieren und dann durch den Auditor testieren zu lassen (ebd. 168). Eine Erläuterung aller Bewertungsstufen kann aus dem veröffentlichten „Handbuch zur Gemeinwohlbilanz für Gemeinden/

Unternehmen“ entnommen werden. Diese Handbücher basieren auf den gesammelten Erfahrungen der ersten Gemeinwohl-Gemeinden und Unternehmen und wird sukzessive angepasst und überarbeitet (vgl. Oberrauch, 2017: 6).

Die letztendliche Bewertungsstufe, die ein Unternehmen in der Gemeinwohlbilanz erreicht, hat allerdings weitreichendere Auswirkungen, als dass der Verbraucher lediglich verstärkt Produkte höherer Kategorien erwerben würde. Die Gemeinwohlbilanz honoriert nämlich, je nach Stufe, ethische Produkte mit günstigen Krediten, direkter Förderung, Forschungskooperation mit Universitäten oder auch niedrigen Mehrwertsteuersätzen (vgl. Felber 2017: 46). Felber drückt dies folgendermaßen aus: „Wer mehr für die Gemeinschaft tut, soll dafür von der Gemeinschaft belohnt werden“ (s. Felber 2017: 46). Insgesamt gilt also: Je höher die Stufe, desto größer die Vergünstigungen. Die Kopplung der Gemeinwohlbilanz mit rechtlichen Vorteilen ermöglicht es, dass sich der finanzielle Mehraufwand für ethische Produkte lohnt und sich diese gegen unethische auf dem Markt

durchsetzen können. Im Sinne der Kooperation bedeutet dies aber auch für die Zusammenarbeit mit ethisch handelnden Unternehmen belohnt zu werden und überhaupt kooperative Wirtschaftsformen der „Kontrakurrenz“ vorzuziehen. Nach Felber könnte sich Kooperation bspw. durch das Teilen von Wissen, Arbeitskraft, dem weitergeben von Aufträgen, kostenlosen Darlehen, Creative-Commons-Lizenzen oder dem Verzicht auf Preisdumping ausdrücken (ebd. 62-63).

Fortführend empfiehlt es sich auch für die Gemeinde in Erwägung zu ziehen, ob nicht z.B. für die Innenstadt von Witzenhausen exemplarisch eine Gemeinwohl-Zone ausgeschrieben werden könnte und sich die Gemeinde per Gemeinratsbeschluss als Gemeinwohl-Gemeinde auffasst und bewerten lässt (dementsprechend müsste ein Gemeinwohlbericht mit Beschreibungen zu allen Indikatoren angefertigt werden). Dadurch würde nicht nur eine Vorbildfunktion geschaffen werden, sondern auch die Möglichkeit weitere Unternehmen durch öffentliche Vorträge aktiv zur Erstellung einer Gemeinwohlbilanz zu bewegen und zu beraten (ebd. 169-170). Abschließend soll ohnehin gemeinsam mit der Stadtbevölkerung und unter Begleitung von Fachleuten der Gemeinwohlökonomie (z.B. Stelle Wirtschaftsförderung 4.0) in dezentralen Veranstaltungen Lebensqualitätsindikatoren ermittelt werden und mit den Gemeinwohlindikatoren abgestimmt werden (ebd. 35-36). So bietet das Konzept der Gemeinwohlbilanz Chancen für Witzenhausen sein Image über das bestehende Label als Bio-Region und Fairtradetown weiter zu stärken. Des Weiteren wäre die Gemeinwohl-Gemeinde Witzenhausen ebenfalls für eine stärkere Zusammenarbeit mit dem Fachbereich der ökologischen Agrarwissenschaften interessant, da die Reduktion ökologischer Auswirkungen ein zentrales Element der Gemeinwohlbilanz ist.

## DIE TÜRÖFFNER E.G. UND DER INNENSTADTRAT

Es gibt, wie eingangs erwähnt, bereits zivilgesellschaftliche Zusammenschlüsse, die sich aktiv in die Gestaltung der Witzenhausener Innenstadt einbringen, jedoch häufig unabhängig voneinander arbeiten. Diese Initiativen gilt es folglich zu vernetzen, um auch den Leitsatz der Kooperation anstatt Konkurrenz gerecht zu werden. Darüber hinaus ermöglicht die Zusammenarbeit das Bündeln von Ressourcen, eine koordinierte Arbeitsteilung sowie eine strategische, von der Bürgerschaft getragene Entwicklung der Innenstadt. Somit werden die vorhandenen Initiativen als wichtige Akteure in der Stadtentwicklung gewonnen und setzen den ersten Schritt in Richtung einer kollektiven Bewirtschaftung der Innenstadt.

Dieser erste Schritt könnte durch die Gründung einer Zwischennutzungsagentur durch den Zusammenschluss der verschiedenen zivilgesellschaftlichen Akteure erfolgen (vgl. Abbildung 107: Zusammensetzung des Innenstadtrates). Aufgabe der sogenannten Türöffner e.G. wäre es aktiv „Pioniernutzungen“ mit innovativen Nutzungskonzepten aufzuspüren und bei der Existenzgründung durch Hilfe bei der Konzepterstellung, vor allem aber durch das Vermitteln geeigneter Leerstände zu unterstützen. Die Genossenschaft kuratiert in diesem Sinne neue Nutzungen und sorgt für die Moderation der Nutzerkonstellation. In diesem Kontext empfiehlt es sich die Auswahl der Nutzungen durch ein gemeinsam definiertes Leitbild abzustimmen, wofür unter dem Kapitelpunkt Pioniernutzungen ein erster Aufschlag gemacht wurde.

Die Türöffner e.G. würde sich dann über einen Teil der erzielten Mieteinnahmen finanzieren. Sinnvoll wäre auch vermittelte Pioniernutzungen als Mitglieder für die Genossenschaft zu akquirieren. Dies würde die Gegenleistung für die Vermittlungsarbeit der Genossenschaft

darstellen. Die somit erhaltenen Mitgliederbeiträge würden ein weiteres finanzielles Standbein bilden. Im Gegenzug hätten die Pioniernutzer aber auch den Vorteil die Innenstadt von innen heraus mitgestalten zu können und situativ die Regeln mitzubestimmen (vgl. Graupe 2014: 5). Eben deshalb bietet sich die auch die Genossenschaft als Organisationsform für zivilgesellschaftliche Akteure an. Jedes Mitglied besitzt das gleiche Stimmrecht, unabhängig von der Höhe der finanziellen Beteiligung. Zudem steht die soziale, kulturelle und wirtschaftliche Förderung der Belange der Mitglieder im Vordergrund. Diesbezüglich besteht die Möglichkeit gemeinsame Arbeitsweisen durch zum Beispiel die Bereitstellung von Maschinen zur gemeinschaftlichen Nutzung zu befördern (vgl. BMWi 2019: 10). Außerdem können die erwirtschafteten Erträge per Rückzahlung an die Mitglieder vergeben werden, was insbesondere bei der Umsetzung des Leuchtturmpromotes des dezentralen Hotels eine hervorzuhebende Rolle spielt (vgl. Kapitel Albergo Diffuso). Michel

Bauwens (Gründer der P2P Foundation) weist zudem daraufhin, dass von gemeinwohlorientiert handelnden Unternehmen geteiltes Wissen durch profitorientierte Unternehmen „missbraucht“ werden könnte, dies letztendlich zur Stärkung der Wachstumsökonomie führe und die Versuche der Gemeinwohl-Ökonomie konterkarieren würden. Eine Genossenschaft hingegen könnte das Wissen und ihre Ressourcen innerhalb der Mitglieder teilen, für Außenstehende aber mittels Lizenzgebühren weitergeben (vgl. Bollie 2015: 212).

Begleitet wird die Türöffner e.G. durch den neu eingerichteten Innenstadtrat (vgl. Abbildung 109: Zusammensetzung des Innenstadtrates). In diesem Gremium würden neben zivilgesellschaftlichen Akteuren auch Vertreter von kommunalen Einrichtungen, der Universität, dem Stadtumbau sowie der energetischen Stadtsanierung sitzen. Aufgabe des Innenstadtrates ist es die Ziele für die Entwicklung der Innenstadt abzustimmen und darüber hinaus über die Verwendung von den Überschüssen des Community-Fonds (vgl.

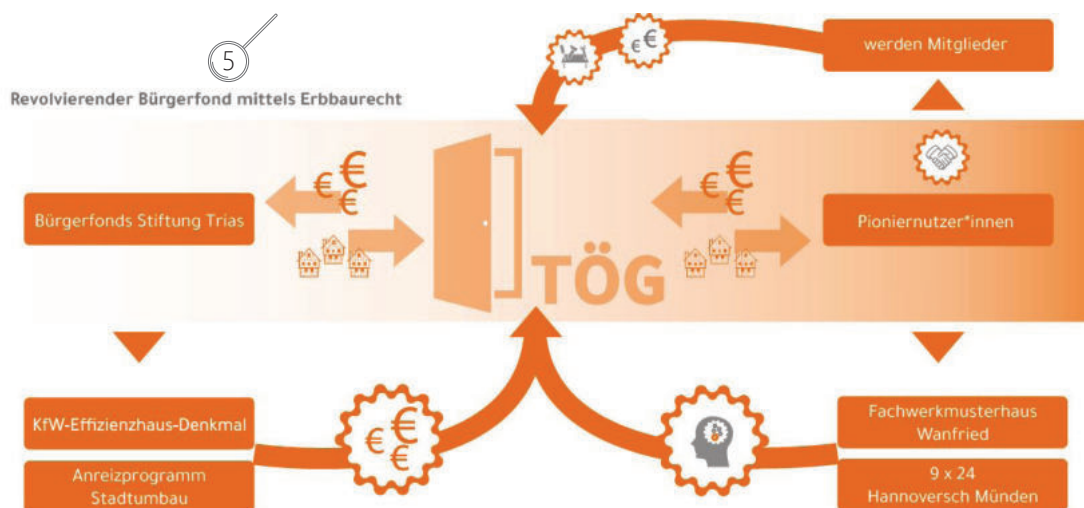


Abbildung 110: Organigramm des revolvierenden Bürgerfonds



Kapitel Das Finanzierungssystem) zu entscheiden oder der Öffentlichkeit dienende Stadtteilstellen zu organisieren. Das aufgestellte Leitbild der Pioniernutzungen könnte seitens des Innenstadtrats konsensbasiert erarbeitet werden und an die Türöffner e.G. übergeben werden. Ein Beispiel für die Vergabe der Gelder könnte die Förderung von Pioniernutzungen durch z.B. Anstoßfinanzierungen für die Ladeneinrichtung von Pop-up Stores sein.

Abschließend wäre es im Rahmen dieses Konzeptes von Notwendigkeit einen Beirat einzurichten, in dem auch externe Akteure sitzen können, die mit ihrem Blick von außen wichtige Anmerkungen einbringen und entsprechend fachlich geschult sind. Ein solcher Akteure wäre beispielsweise der Deutsche Fachwerkstätte e.V. (ADF), um fachliche Beiträge zum Erhalt der historischen Bausubstanz zu geben, überdies aber auch in direkter Verbindung zu Pioniernutzern zu stehen, die den Bürgerfonds der Stiftung trias in Anspruch nehmen würden oder in denen der ADF ein passendes Projekt sieht.

Letztendlich befeuern die angeführten Institutionen eine nutzungsorientierte Entwicklung der Innenstadt als Bottom-Up Prozess, indem die Bürgerschaft als neuer Akteur der Stadtentwicklung gewonnen wird. Die Begleitung durch den Innenstadtrat und den Beirat helfen bei der Professionalisierung der Strukturen und bei der langfristigen Finanzierung. Akteure, die bereits jetzt aktiv bei der Gestaltung der Innenstadt mitwirken könnten durch die Mitwirkung in der Türöffner e.G. für ihre ehrenamtliche Arbeit entlohnt werden, wodurch neue Motivationen erzeugt werden könnten.

## DIE PIONIERNUTZUNGEN

### Leitbild der Pioniernutzungen

Das Leitbild der Pioniernutzungen wurde auf Basis der Recherche verschiedener

Referenzprojekte erstellt und leitet sich in seinem Charakter von den Handlungsfeldern der Wirtschaftsförderung 4.0 ab.

Die Punkte entsprechen "offenen Empfehlungen" und sollen der Türöffner e.G. sowie dem Innenstadtrat als gemeinschaftlicher Leitfaden für die Erstellung konkreter Vergabekriterien dienen. Dementsprechend müssen die einzelnen Pioniernutzungen nicht alle Punkte erfüllen, sollten aber als Transformationsakteure die wesentlichen Eigenschaften widerspiegeln. Die Türöffner e.G. nimmt die Rolle des Kurators für Pioniernutzungen ein und der Innenstadtrat formuliert Leitziele.

### **Räumlicher Kontext: Pioniernutzungen greifen auf lokale Ressourcen und bestehende Netzwerke zurück.**

Der Standort Witzenhausen soll in Form von Relokalisierung beziehungsweise einer Re-Regionalisierung an neuer Stärke gewinnen. Dafür ist die Rückkehr zu lokalen Wirtschaftskreisläufen zur Steigerung der örtlichen Wertschöpfung ein Ziel. Daher sollen Pioniernutzer situativ auf die lokalen Gegebenheiten gestützt wirtschaften. Infolgedessen handeln sie nachhaltig für den nachbarschaftlichen Kontext.

### **Gemeinwohlorientierung: Pioniernutzungen stellen nicht die finanzielle Rendite in den Vordergrund, sondern agieren bedürfnisorientiert und solidarisch.**

Die Raumpioniere begreifen sich als Homo Collaborans. Ihre Wirtschaftsweise soll zu einer Entwicklung beitragen, bei den Individuen sich aus freien Stücken dazu entscheiden ihr Wissen beziehungsweise sogenannte Commons offen zur Verfügung zu stellen. In den Fokus gerät das Maxime des "Guten Lebens" und Wohlstand wird nach seinem Beitrag zum Gemeinwohl verstanden.

### **Platz für Neues: Pioniernutzungen sollen**

### **Neugründern unter die Arme greifen.**

Witzenhausens Innenstadt soll einen stets erlebenswerten Charakter verkörpern. Neben langfristig etablierten Nutzungen soll ein Mindestanteil an Erdgeschossflächen für Zwischennutzungen, Pop-Ups und temporären Nutzungen als Nährboden für neue innovative Raumpioniere gesichert werden.

### **Kooperation: Pioniernutzungen sollen eine Kultur der Zusammenarbeit auf Augenhöhe leben.**

Die Pioniernutzer begreifen Witzenhausens Innenstadt als Möglichkeitsraum für kooperatives Zusammenarbeiten und somit als kollaborativen Ort der Produktion. Synergien sollen nicht nur aus der räumlichen Nähe zueinander, sondern proaktiven Handlungsweisen gefördert werden.

### **Stadt als Klassenzimmer/ Experimentierraum: Pioniernutzungen erproben Neues.**

Der Weg ist das Ziel. Witzenhausens Innenstadt soll nicht als gussfertiges Produkt, sondern lernfähiger und ergebnisoffener Prozess verstanden werden. Man lernt miteinander und die bringt die gewonnen Erfahrungen in die fortlaufende Entwicklung ein.

### **Stadt von Unten: Pioniernutzungen sollen sich als Akteur der Stadtentwicklung begreifen, sie tragen Co-Produktiv zur Stadtentwicklung der Innenstadt bei.**

Eine Gesellschaft ist stark, wenn alle an ihrer Bildung teilhaben. Pioniernutzer interessieren sich für die planerische Entwicklung des Standortes und nehmen an angebotenen Veranstaltungen bei. Sie wirtschaften selbstbestimmt.

### **Instandhalter: Pioniernutzungen sollen dabei helfen die Altbauten und den öffentlichen Raum der Innenstadt aufzuwerten.**

Die Pioniernutzer sollen sich als Wächter der gebauten Umwelt in Witzenhausen begreifen.

Sie sind am Erscheinungsbild und der baulichen Kultur vor Ort interessiert. Sie helfen bei der Weiterentwicklung des Bestandes durch Selbstausbau, Arbeitskraft, ihrem Wissen oder Sachspenden.

## **DAS FINANZIERUNGSSYSTEM**

Das Finanzierungssystem baut auf zwei Phasen auf, die sich zeitlich am Förderprogramm Stadtumbau (läuft bis zum Jahr 2025) orientieren. Strategisch soll die Finanzierungsphase 1 der „Robin-Hood-Finanzierung“ auf die finanziellen Vorteile des Förderprogramms aufsatteln (vgl. Overmeyer 2014: 192). Die Finanzierungsphase 2 des „revolvierenden Bürgerfonds“ (vgl. Abbildung 110: Organigramm des revolvierenden Bürgerfonds) soll dann weiterführend Pioniernutzungen bei der Verstetigung ihrer Betriebe unterstützen, aber vor allem die Sanierungsquote der Fachwerkgebäude auch nach dem Förderprogramm Stadtumbau hochhalten.

Die Robin-Hood-Finanzierung (vgl. Abbildung 111: Erläuterung Robin-Hood-Finanzierung) schlägt grundsätzlich die Etablierung von nutzungsabhängigen Mieten vor. Sprich neben dem konventionellen Mietsystem, sollen Pioniernutzungen, die einen positiven Beitrag zur Quartiersentwicklung leisten auch entsprechend belohnt werden. Lokale Wirtschaft bedeutet in diesem Kontext auch die Anerkennung sowie Entlohnung gemeinwohlorientierten Handelns. Das Prinzip würde so funktionieren, dass je Quadratmeter Mietfläche eine Stunde ehrenamtliche Arbeit im Quartier pro Monat geleistet werden muss. Außerdem muss eine Betriebskostenpauschale in Höhe von eins bis vier Euro an den Eigentümer gezahlt werden. Der Vorteil dieses System würde sich darauf belaufen, dass Raumpioniere in der Gründerphase durch geringe Mieten unterstützt werden, die Mieten lösen sich dabei jedoch nicht in Luft auf, sondern werden direkt

### Pioniernutzer\*innen

Raumpioniere haben je nach Nutzungskonzept, 3-5 Jahre Zeit sich im Rahmen des Finanzierungsmodells 1 zu bewähren. Danach sollen die Nutzungen dauerhaft für den Standort Innenstadt gesichert werden.

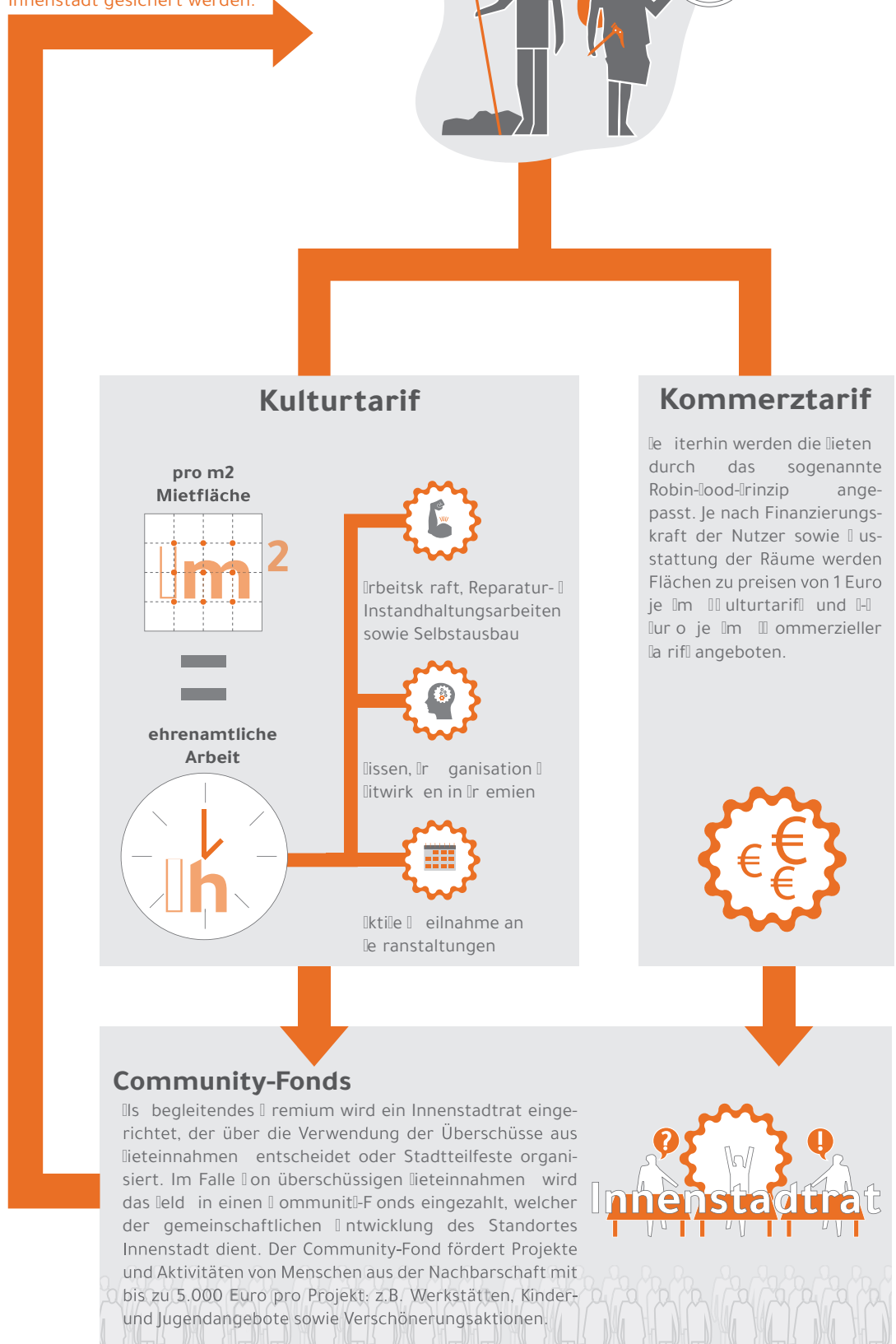


Abbildung 111: Erläuterung Robin-Hood-Finanzierung

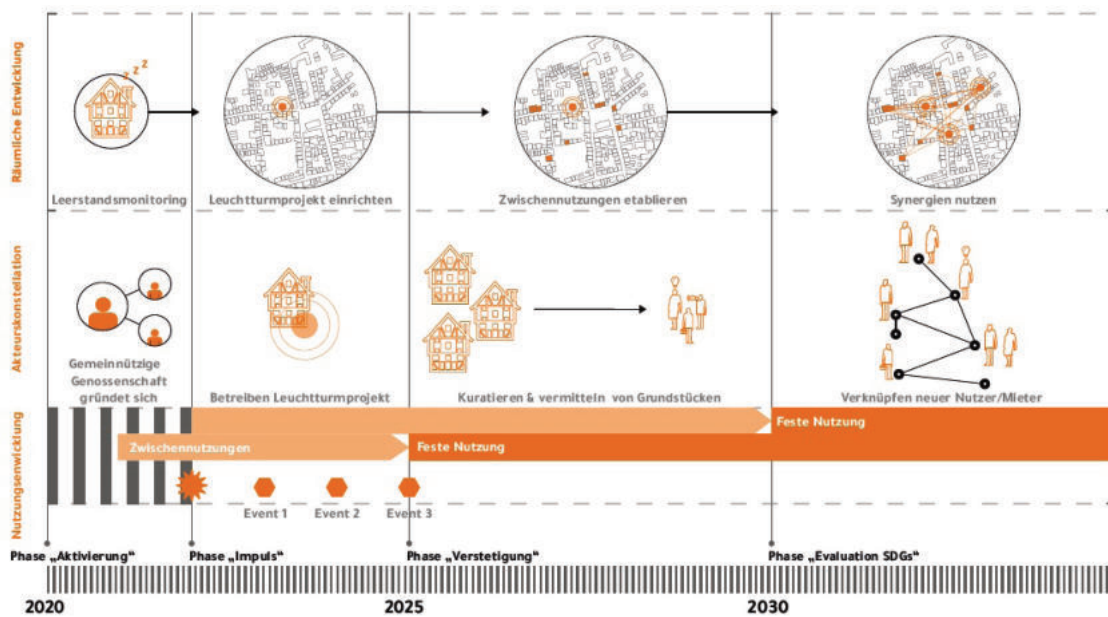


Abbildung 112: Strategieplan Witzenhausen bis 2030

durch Arbeitskraft oder Know-how in den Standort reinvestiert, wodurch im Endeffekt die Gemeinschaft profitiert. Ehrenamtliche Arbeit im Quartier kann indessen beispielsweise eine der folgenden Tätigkeiten bedeuten:

- Reparatur- und Instandhaltungsarbeiten an der Gebäudesubstanz,
- Selbstausbau des Ladenlokals
- Mitwirken beim Leuchtturmprojekt des Albergo-Diffuso
- Aktive Teilnahme an Veranstaltungen der Türöffner e.G. sowie Mitwirken in verschiedenen Gremien, wie z.B. dem Innenstadtrat
- Sachspenden
- Teilnahme an einem Mentorenprogramm zur Weitergabe von Wissen an Existenzgründer
- Aufwertungs- und Verschönerungsaktionen im öffentlichen Raum
- Veranstaltung von Seminaren oder Workshops

Diese solidarischen Maßnahmen haben auch den Sekundäreffekt weitere Innovationen bzw.

Raumpioniere zu akquirieren, da Seminare und Workshops zum Beispiel neue Ideen katalysieren könnten und mittels des Mentorenprogramms diese von Anfang an Unterstützung erhalten würden. Teilnahme in den Gremien der Türöffner e.G. oder dem Innenstadtrat könnte zur Vernetzung der einzelnen Akteure führen und dadurch kollektives Wirtschaften durch lokale Produktionsgenossenschaften fördern. Austausch durch räumliche wie auch soziale Nähe wird als wertvoller Faktor für sogenannte „Cross-Innovationen“ zwischen verschiedenen lokalen Betrieben erachtet. Die Reparatur- und Instandhaltungsarbeiten an der Gebäudesubstanz würden den Verfall ansonsten leerstehender Gebäude verhindern und langfristige Kosten somit geringer halten. Hier besteht ein wertvoller Beitrag zum Erhalt der historischen Gebäudesubstanz. Ähnlich wie beim Leipziger Wächterhausprinzip wäre es auch in Witzenhausen denkbar die Immobilien per Gestattungsvereinbarung vom Eigentümer an die Türöffner e.G. und dann durch eine weitere Gestattungsvereinbarung an die Raumpioniere zu geben (vgl. Schlegelmilch



2008: 84-85).

Die Raumpioniere würden je nach Nutzungskonzept einen Teil ihrer Miete oder den Mitgliedbeitrag der Genossenschaft in einen Community-Fonds (Nachbarschafts-Fonds) einzahlen. Über die Verwendung des Geldes würde der Innenstadtrat demokratisch entscheiden. Zu beachten wäre indessen, dass das Geld in die Innenstadt Witzenhausen investiert wird. Das könnten beispielsweise Veranstaltung von Festen oder Events, Unterstützung von kleineren Sanierungsmaßnahmen oder der finanzielle Anstoß für Nutzungskonzepte, die das Leitbild für die Raumpioniere entsprechen, sein. Ein ähnliches Prinzip wurde zum Beispiel beim Projekt der Samtweberei in Krefeld realisiert. Dort erhalten neue Nutzer eine Unterstützung von bis zu 5000 Euro bei einem jährlichen Gesamtumsatz von 60.000 Euro (Der Gesamtumsatz bezieht sich auf den Umsatz der Samtweberei gGmbH und nicht den neuen Nutzern). Auch so wird der Standort für innovative Nutzungskonzepte interessanter, gleichzeitig kann im Kollektiv aber über die Art der Nutzungen entschieden werden und aktiv in die Gestaltung der Innenstadt Witzenhausens eingegriffen werden (vgl. raumlabor 2018: 18-25).

Raumpioniere, Start-Ups und Akteure der Gründerszene, deren Bestreben eine langfristige Niederlassung am Standort Witzenhausen ist, haben je nach Nutzungskonzept, drei bis fünf Jahre Zeit sich im Rahmen des Robin-Hood-Finanzierung zu bewähren. Danach sollen die Nutzungen dauerhaft für die Innenstadt gesichert werden. Diese Phase überschneidet sich mit dem Ende der Förderung durch den Stadtumbau 2025, weshalb für die Gebäudesanierung und die Verstetigung der Pioniernutzungen ein weiteres Finanzierungskonzept gefunden werden muss. Eine Antwort darauf könnte der revolvingende Bürgerfonds der Stiftung trias liefern. Der Fonds wurde im Jahr 2018 als Sondervermögen (das bedeutet, dass die Gelder der Stiftung auch nur für das aufgestellte Ziel benutzt werden dürfen und vom

restlichen Vermögen der Stiftung separiert werden) mit dem Ziel „die historischen Fachwerkstädte in Deutschland zu erhalten“ etabliert und wird durch den Deutschen Fachwerkstädte e.V. inhaltlich begleitet, ist darüber hinaus aber auch in das Forschungsvorhaben „Kommunen Innovativ - Bürgerfonds“ des Bundesministeriums für Bildung und Forschung (BMBF) eingebettet (vgl. Stiftung trias 2019: 3). Der Bürgerfond Trias unterstützt also innovative Nutzungskonzepte für Altstadt- und Fachwerkbauten durch den Erwerb notwendiger Grundstücke beziehungsweise Gebäude und deren Übergabe mittels der Türöffner e.G. an die Raumpioniere per Erbbaurecht. Die Gebäudenutzer müssen einen jährlichen Erbbauzins bezahlen, den sie aus den Einnahmen des Geschäftes finanzieren (revolvierender Zins). Denkbar wäre die Verknüpfung der Erbbauvertrages mit der Auflage an einer „Gemeinwohlbilanz“ teilzunehmen.

Die Gemeinwohlbilanz subventioniert anhand einer Gemeinwohlmatrix, die von der Stadtbevölkerung eigenständig in Begleitung mit Fachleuten der Gemeinwohlökonomie erstellt wird, ethische Produkte und sanktioniert unethische. Dadurch bekommen Produkte mit einem gemeinwohlorientierten Ansatz einen wirtschaftlichen Vorteil. Das Verfahren umfasst ein Punktsystem von maximal 1000 Punkte, die in verschiedenen Indikatorenbereichen erreicht werden, welche wiederum zusammen die Gemeinwohlmatrix bilden. Je höher die Punktzahl, desto höher die rechtlichen Vorteile für das Unternehmen. Die Subventionierung kann Mehrwertsteuern verringern oder zuzahlende Mieten reduzieren. Ein zu verhandelnder Ansatz wäre es, bei einer gewissen Punktzahl auf der Gemeinwohlbilanz den jährlichen Erbbauzins auszulassen beziehungsweise zu reduzieren. Kurzgefasst: Der Erbbauzins wird verringert, solange das Unternehmen gemeinwohlorientiert wirtschaftet. Dies wird von der Stiftung bereits

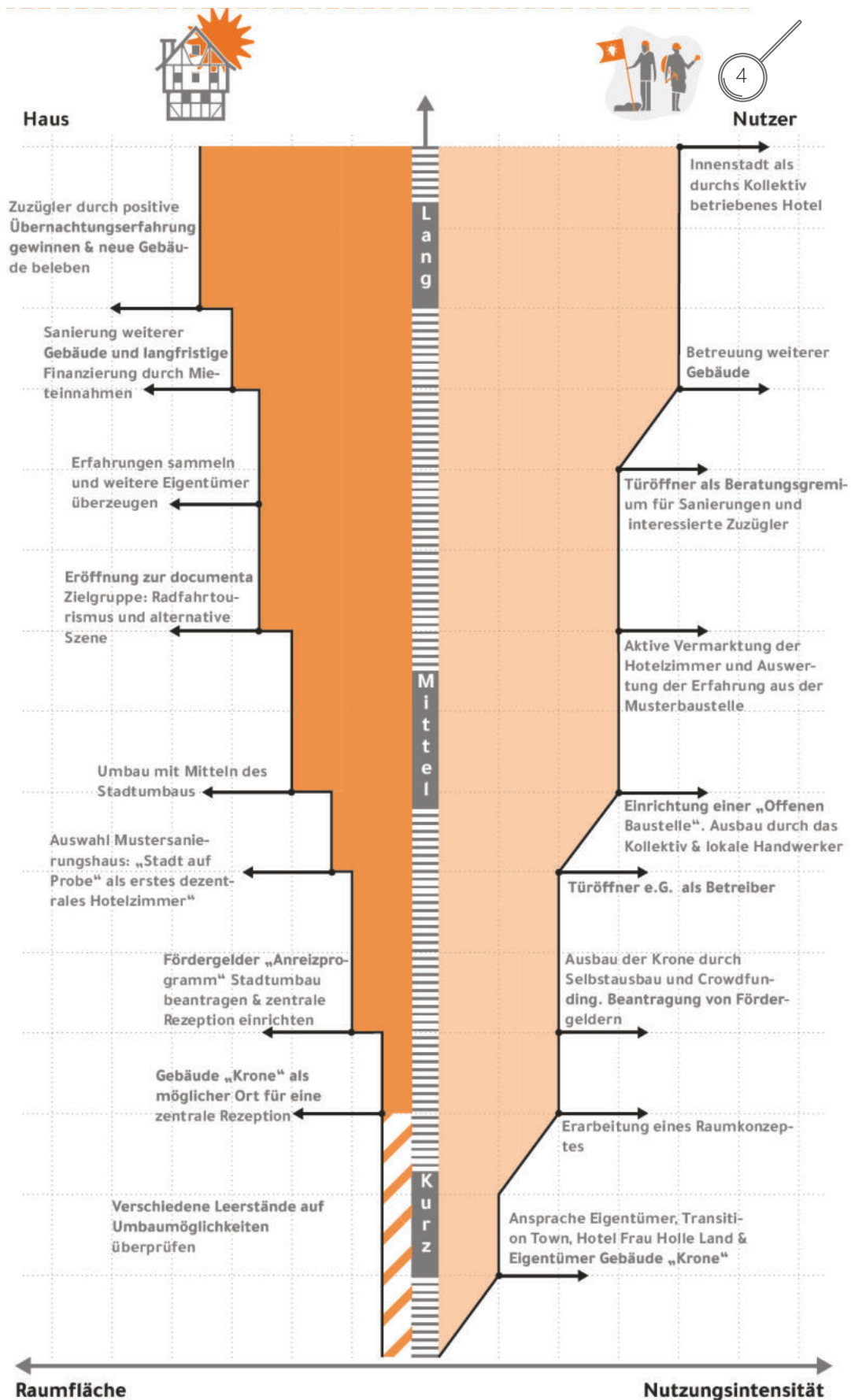


Abbildung 113: Entwicklung des Leuchtturmprojektes



Abbildung 114: Illustration der neuen Bibliothek im Gebäude des ehemaligen Gasthauses Krone

folgendermaßen formuliert: „Eine Abstufung des Erbbauzinses kann vereinbart werden, um soziale oder gemeinnützige Nutzungen (wie die Denkmalpflege) zu begünstigen und die Solidarität von gewerblichen Nutzungen sicherzustellen“ (Stiftung trias 2019: 17).

Die Vorteile dieses zweiten Finanzierungsbausteins wären insbesondere, dass die Raumpioniere ihre Nutzungskonzepte in den Gebäuden langfristig umsetzen können, ohne das Gebäude erwerben zu müssen. Durch das Erbbaurecht würde das Gebäude zusätzlich von Mieterhöhungen und spekulativen Umgang mit Grund und Boden geschützt werden, was den Nutzern eine zusätzliche Sicherheit geben würde. Die Eigentümer der Gebäude hingegen erhalten die Möglichkeit ihr Gebäude zu verkaufen, Sanierungskosten einzusparen oder

selbst aktiv durch bürgerschaftliches Engagement ihre historische Bausubstanz zu bespielen, werden dabei aber fachlich begleitet. Ideen wie „Ute Schlonz“ könnten mit Hilfe des Bürgerfonds für den Standort gesichert werden. Die Finanzierung erfolgt durch die erzielten Renditen der Unternehmen, Eigenkapital und Bankdarlehen. Ein weiterer wichtiger Punkt wäre die Kofinanzierung durch das Programm 432 der energetischen Stadtsanierung (Kreditanstalt für Wiederaufbau), welches flexibel mit Geldern des Stadtumbaus und anderen Förderprogrammen kombinierbar ist. Insbesondere das KfW Programm „Effizienzhaus Denkmal“ stellt diesbezüglich einen interessanten Ansatz mit einem Förderbetrag von bis zu 100.000 Euro je Wohneinheit bzw. bis zu 50.000 für Einzelmaßnahmen sowie Tilgungszuschüssen (reduziert den

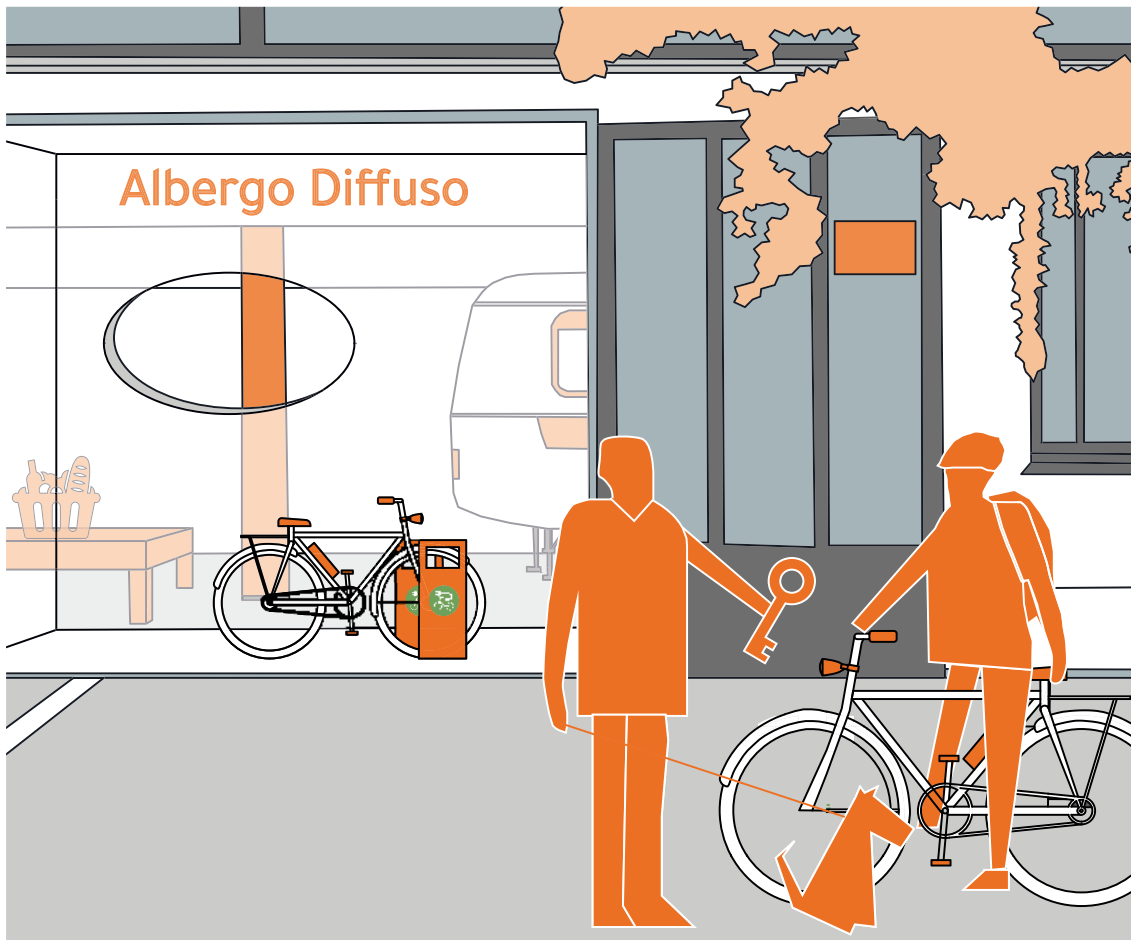


Abbildung 115: Beispielhafte Illustration eines dezentralen Hotelzimmers der „Albergo Diffuso“

rückzahlbaren Darlehnsbetrag) dar. Für dieses muss dann zwar ein Experte für Baudenkmale eingebunden werden, aber auch dieser kann über den KfW Zuschuss 431 mit bis zu 4.000 Euro oder 50% der Gesamtberatungskosten finanziert werden (vgl. Website KfW). Abschließend könnten auch die Pioniernutzer, welche die Robin-Hood-Finanzierung in Anspruch nehmen, bei der Sanierung der Gebäude helfen und so die Kosten reduzieren, erneut würden beide Bausteine miteinander in Verbindung stehen. Im Endeffekt bedeutet die zeitlich abgestimmten Empfehlungen der beiden Finanzierungsphasen aber keinen endgültig abgeschlossenen Zeitraum, die Robin-Hood-Finanzierung kann als Mittel der Wirtschaftsförderung für Akteure der Gründerszene auch nach 2025 fortlaufen, genauso wie der revolving Bürgerfonds bereits vor Ablauf des Förderprogramms

Stadtumbau genutzt werden kann, um eine möglichst hohe Anzahl an Finanzierungsquellen zu verknüpfen.

### LEUCHTTURMPROJEKT: ALBERGO DIFFUSO UND DIE BIBLIOTHEK MIT NEUER FUNKTION

Das Leuchtturmprojekt in Witzenhausen in Form eines dezentralen Hotels dem „Albergo Diffuso“ und der ehemaligen Krone als Bibliothek und dem neuen Zentrum der Stadt soll einen Vorbildcharakter haben und somit auch andere Eigentümer von ähnlichen Vorhaben überzeugen.

Beim ersten Teil des Leuchtturmprojektes geht es um die Etablierung einer Bibliothek in dem Gebäude des ehemaligen Gasthauses zur Krone



an der Straße am Brauhaus. Jedoch ist ein zentrales Element des Konzeptes, dass es sich hier nicht nur um eine übliche Bücherei handelt. So haben Bibliotheken in den vergangenen Jahren eine neue Entwicklungsrichtung eingeschlagen. Es soll in diesem Gebäude zum einen die Rezeption des dezentralen Hotels sein, aber auch weitere Nutzungen wie die Verwaltung der Türöffner e.G. (vgl. Kapitel Die Türöffner e.G. und der Innenstadttrat) und auch Möglichkeiten für Veranstaltungen oder Seminare gegeben sein. Des Weiteren kann ebenfalls ein Bau- und Sanierungsberatungszentrum untergebracht werden, um den Eigentümern der Fachwerkhäuser eine Anlaufstelle zu Fragen über mögliche Sanierungsvorhaben zu liefern. Ein weiteres zentrales Element ist die Wiederaufnahme des gastronomischen Angebotes, da es als Frühstücksraum des dezentralen Hotels dienen kann.

Die Bibliothek betreffend muss noch die neue Rolle von Bibliotheken auch auf Witzenhausen bezogen erläutert werden. Beispielsweise durchleben moderne Bibliotheken aktuell einen Wandel, der weit über das klassische Ausleihen von Büchern hinausgeht. So werden sie als neuer kultureller Treffpunkt definiert, der den Leuten zum Beispiel auch Arbeitsplätze bietet. Ray Oldenburg beschreibt sie als „Dritten Ort neben Zuhause“ (vgl. Barth 2015), wonach der Erste Ort für die Arbeit ist, der Zweite Ort für die Familie und der Dritte einen Ausgleich bietet und ein neutraler Treffpunkt ist (ebd.).

Auch die ehemalige Bundesbildungsministerin Johanna Wanka beschreibt die Bibliothek als „einen zentralen Ort der Digitalisierung“ (vgl. Bundesministerium für Bildung und Forschung 2017) und einen Wandel zu einer zentralen Servicestelle für die Bürger (ebd.). Somit kann sie auch führend gegen eine zunehmende Vereinsamung im digitalen Zeitalter und einen Treffpunkt zum Austausch bieten und neben einer gewissen Aufenthaltsqualität Möglichkeiten zum Lernen, zur Information und zum Austausch bieten. Dadurch können „Cross Innovations“

begünstigt werden und die Bibliothek kann das kreative Zentrum des öffentlichen Lebens werden. Um dieses Szenario zu erreichen muss man sich an skandinavischen Modellen orientieren, wo es sich um Open Libraries mit kostenfreien Zutritt für jeden handelt und es lange Öffnungszeiten gibt. Damit wird die Funktion eines Community-Centers übernommen, was auch das Ziel für Witzenhausen sein muss, da diese neue Form der Bibliothek mehrere Vorteile bietet. Zum einen ist eine Beständigkeit gegeben, da die Stadt Bibliotheken betreibt. Außerdem könnte sie ein neuer Frequenzbringer für die Innenstadt sein und im gleichen Maße Innovationen in Witzenhausen begünstigen, da es ein Austauschort für Kreative ist, wodurch auch neue Nutzungen für andere Gebäude generiert werden können. Ein weiterer Aspekt ist, dass somit ein öffentlicher nicht kommerzieller Treffpunkt für den Winter geschaffen wird.

Bezüglich des zweiten Teils des Leuchtturmprojektes dem dezentralen Hotel „Albergo Diffuso“ ist es wichtig, dass sich die einzelnen Zimmer in der Innenstadt in direkter Nähe zur Bibliothek befinden, um auch insbesondere positive Synergieeffekte für die Läden in der Stadt zu erzielen. Das Konzept dieser Hotelform kommt aus den 1980er Jahren aus Italien. Im Wesentlichen handelt es sich um über die Stadt verteilte einzelne Wohnungen, die zusammen ein Hotel ergeben. In Deutschland gibt es bislang nur die Stadt Mainbernheim in Oberfranken, die diese Idee ab dem Frühjahr 2020 umsetzen wird (vgl. Internetauftritt Stadt Mainbernheim). Somit könnte Witzenhausen zu einem Vorreiter in diesem neuen touristischen Bereich in Deutschland werden und seine Potentiale in diesem Bereich stärker zu nutzen. Beispielsweise müssen Touristen die den Werratal-Radweg befahren auf dieses Angebot aufmerksam werden. Außerdem müssen auch zur documenta 15 im Jahr 2022 erste Zimmer bereit gestellt werden um Übernachtungen aus Kassel zu

gewinnen, wobei es auch ein besonderer Reiz sein kann in das Kleinstadtleben integriert zu werden.

Bei den verschiedenen Zimmern ist eine Möglichkeit, dass diese auch als Übernachtung zur Zwischennutzung angeboten werden, um beispielsweise auf Probe in einem sanierten Fachwerkhaus leben zu können und gleichzeitig auf das Angebot zur Nutzung als Ladenlokal oder zum langfristigen Wohnen aufmerksam zu werden. Der sogenannte „Showroom Wohnen“ könnte das erste dezentrale Hotelzimmer werden. Dafür würde sich anbieten ein Ladenlokal ökologisch, wohngesund und altersgerecht mit Mitteln der Städtebauförderung und durch den Einsatz lokaler Handwerker und Arbeitskraft der Witzenhausener Gemeinschaft zu sanieren und so Erfahrungen mit dem Thema Fachwerksanierung zu erhalten. Das Ladenlokal würde folglich als „Showroom Wohnen“ verdeutlichen, welche Qualitäten ein gut saniertes Fachwerkhaus besitzen kann. Die Lage in der Innenstadt macht den Showroom für die Bevölkerung gut sichtbar und eröffnet handfeste Blicke in das Thema Sanieren. Gleichzeitig dient der Showroom auch als dezentrales Hotelzimmer und ermöglicht Touristen einerseits ein neues Übernachtungserlebnis, bei dem sie die lokalen Gegebenheiten hautnah erfahren können, andererseits aber auch in einem hochwertigen Fachwerkhaus Probe wohnen zu können und der Stadt Witzenhausen die Chance bieten, sich interessant für Außenstehende zu machen. Bei Interesse kann die Türöffner e.G. Touristen wie auch Einheimische beim Thema Sanierung und Wohnen/ Arbeiten in Witzenhausen begleiten, dies würde von Beratung oder Information über Förder- und Sanierungsmaßnahmen bis zur Vermittlung der richtigen Immobilie reichen. So wäre das erste Zimmer im dezentralen Hotel bestens als Werbeobjekt für den Wohn- und Arbeitsstandort Witzenhausen geeignet.

Um diesen Effekt zu verstärken könnten im Zimmer Werbeanzeigen für die Immobilie und

weitere Nutzungen mit den Ansprechpartnern ausgehangen werden. Außerdem könnte es in den Zimmern einen Willkommenskorb geben mit Informationen über die lokalen urbanen Manufakturen, Einzelhändler, Dienstleistungen und Gastronomien. Der Korb wäre mit entsprechenden heimischen Produkten gefüllt. Bei Interessen kann man sich die Produkte direkt nach Hause schicken lassen, vor Ort selber einkaufen oder am nächsten Morgen von den Anbietern zum Zimmer bringen lassen. Die Ausgestaltung der Zimmer könnte durch Studierende der Kunstuniversität und den Fachbereich 06 der Uni Kassel erfolgen, da somit die Kosten relativ geringgehalten würden.

Die verschiedenen Übernachtungsmöglichkeiten über die Stadt verteilt bieten weitere diverse Chancen. So könnten durch die Mehrzahl an einzelnen Hotelzimmern kollektive Formen des Wirtschaftens angeregt werden, indem sich mehrere Eigentümer zusammenschließen. Auch im Individualfall kann das Zimmer neue Mieteinnahmen für Leerstände generieren. Des Weiteren bietet der Zusammenschluss den Vorteil, dass die Eigentümer nicht selber gastronomische Angebote oder eine Rezeption anbieten müssen, sondern sich diese Infrastruktur gemeinsam in einer zentralen Einrichtung wie der ehemaligen Krone teilen können.

Zur Finanzierung wäre es sinnvoll, wenn die Türöffner e.G. die Gebäude per Erbbaurecht beziehen und durch die Mieteinnahmen den jährlichen Erbbauzins bezahlen könnte. Die Hotelnutzung könnte zum wirtschaftlichen Standbein der e.G. werden. Das Geld könnte wieder in die Sanierung der Gebäude fließen und in Folge dessen könnten weitere Eigentümer mit der Zeit als Partner in das Projekt einsteigen und jährliche Mitglieder- und Marketingbeiträge zahlen.

Insgesamt bildet das Leuchtturmprojekt mit der neu gedachten Bibliothek und dem dezentralen

Hotel die ersten Umsetzungsschritte des Konzeptes. Somit soll mit Hilfe dieser Konzepte die Grundlage zur Belebung der Innenstadt und einer vermehrten lokalen Wertschöpfung gelingen. Da diese Projekte in Form der Türöffner e.G. betrieben werden, gibt es eine starke Bindung zu der lokalen Bevölkerung und bietet weitere Potentiale die formulierten Ziele in der gesamten Stadt zu erreichen.

Arbeitsgemeinschaften müssen miteinander kooperieren, damit sich eine kollektive Bewirtschaftung der Innenstadt realisieren lässt.

## AUSBLICK UND FAZIT

Abschließend können mit Hilfe des beschriebenen Konzeptes zentrale Herausforderungen in der Innenstadt von Witzenhausen bewältigt werden. So können Leerstände sinnvoll und auch langfristig genutzt werden und eine weitere Belebung der Stadt scheint möglich. Jedoch müssen zur erfolgreichen Umsetzung einige weitere Maßnahmen erfolgen.

Beispielsweise ist es erforderlich, dass die Stadt Witzenhausen ein Leerstandsmonitoring erstellt, wobei auch so weit möglich die Gründe für den Leerstand erfasst werden und die Information über das Leerstehen transparent und offen zur Verfügung stellt. Des Weiteren sollten die Gebiete ohne geltenden Bebauungsplan als urbanes Gebiet ausgewiesen werden um eine Produktion in der Stadt zu begünstigen. Außerdem muss die Stadt an einer Erstellung einer Gemeinwohlbilanz teilnehmen und das Leuchtturmprojekt unterstützen, indem sie die Bibliothek betreibt oder fördert. Hierbei ist ein sinnvoller Ansatz das erste Hotelzimmer des dezentralen Hotels als Mustersanierungshaus im Sinne der Stadt auf Probe mit Städtebaufördergeldern zu sanieren, da es so Beispielhaft für weitere Folgesanierungen sein kann. Ergänzend müssten für eine gemeinwohlorientiertere Wirtschaft in Witzenhausen ein Leitbild für die Pioniernutzungen aufgestellt und Faktoren für die Gemeinwohlbilanz erstellt werden. Im Allgemeinen sollten Eigentümer bereit sein ihr Gebäude durch Zwischennutzungen beleben zu lassen und Initiativen, Vereine und







# 7. Vernetzung

Gemeinsame Ziele,  
Folgerungen und  
Forderungen



## 7.1 VERNETZUNG DER TEILKONZEPTE

Die methodische Notwendigkeit, die Handlungsfelder in Teilkonzepten zu bearbeiten, erfordert anschließend die Wiederverzahnung der Ergebnisse. Auf diese integrierte Weise können Aussagen gemacht werden, wie die Ansätze gemeinsame Ziele verfolgen und sich gegenseitig stützen. Kein Handlungsfeld allein schafft dieselbe Wirkung wie die abgestimmte Verzahnung der Handlungsfelder. Auch funktioniert kein Teilkonzept allein mit derselben Wirkung, wie es im Zusammenspiel mit den anderen Teilkonzepten hätte. Zu Beginn der Arbeit wurde bereits auf die Wirkungsweise der verschiedenen Themenfelder und die damit verbundene Komplexität eingegangen. Vor allem deshalb ist die Vernetzung an dieser Stelle erforderlich. Im Folgenden werden die Vernetzungen je Teilkonzept zusammengetragen.

### TEILKONZEPT LOKALE ÖKONOMIE

Das Konzept der gemeinwohlorientierten und regional verankerten Wirtschaft gilt als eine der wichtigsten Strategien, um Witzenhausens Innenstadt wieder zu beleben und zeigt Überschneidungen mit allen anderen Teilzielen. Damit die Ansätze Erfolg haben, ist das richtige **Marketing** nötig. Die Präsentation des dezentralen Hotels „Albergo Diffuso“ sowie weiterer Übernachtungsmöglichkeiten im Ort ist eine wichtige Vernetzung der Teilkonzepte des Stadtmarketings und der lokalen Wirtschaft, ebenso wie die Werbung für die Produkte, die im Zuge der Umsetzung der Konzepte neu auf den Witzenhäuser Markt kommen. Die Schnittmenge mit dem Themenfeld der **Mobilität** besteht darin, dass der dezentrale Ansatz des Hotels Potentiale logistischer Optimierung bietet. Die fußgänger- und fahrradfreundlichen Eingänge in die Stadt sind wichtige Voraussetzung für den Erfolg der Übernachtungsmöglichkeiten, die sich vor allem an Radtouristen richten. Die Belebung des öffentlichen Raumes funktioniert im neu strukturierten und einladend gestalteten **Straßen-**

**raum** der gesamten Innenstadt durch vielfältige Nutzungsideen. Nicht nur das dezentrale Hotel hängt für das optimale Aufenthaltserlebnis der Besucher auch vom ansprechend gestalteten Straßen- und Stadtraum ab. Auch die Aufwertung der prägenden historischen **Gebäudegestalt** sowie das Umkehren des tristen Anblicks von leerstehenden Geschäften zu gemeinschaftlich vorübergehend gestalteten Ausstellungen schafft den Einladungsscharakter. Die initiierte Zusammenarbeit mit Architekten schafft die Aufwertung der Bausubstanz und folglich die gute Voraussetzung, neue Nutzungen zu realisieren. Die Türöffner e.G. ist dabei wichtiger Akteur zur Übernahme und langfristigen Aufwertung historischer Gebäude mit Sanierungsbedarf.

### TEILKONZEPT KOMMUNIKATION UND MARKETING

Gegenseitiges Vertrauen, mitreißendes Motivieren und gelingende Kommunikation innerhalb der Abläufe legen den Grundstein für die Aufwertung der Stadt. Das Zusammenfinden lokaler Akteure, seien es städtische Ansprechpartner, Privatpersonen, Gebäude- oder Ladenbesitzer, Start-Ups oder Handwerker, verspricht die gemeinschafts- und gemeinwohlorientierte Entwicklung der Innenstadt. Das Stadtmarketing profitiert insofern von den Ausarbeitungen anderer Handlungsfelder, als dass eine attraktive, zugängliche Altstadt den Ort für Feste und Veranstaltungen bietet, aber auch neben diesen Events mit der Hochwertigkeit der Stadt geworben wird. (**Straßenraumgestaltung, Gebäudegestalt**) Die Modernisierung von Gebäuden, die Suche nach neuen Nutzern und Bewohner leerstehender Gebäude und Räumlichkeiten sollen maßgeblich über eine Vermittlungsperson ermöglicht werden. Innovative Impulsprojekte der Förderung der **lokalen Wirtschaft** stärken den Bezug zu Nachhaltigkeit, Fairtrade und Bio als wichtige Leitbilder, die Witzenhausens großartigste Merkmale sind. Um jede Idee und jedes Engagement nutzen zu können, soll auch hier die Vermittlungsstelle Räume zur Ver-

fügung stellen und die Initiativen bei der Vernetzung unterstützen.

## TEILKONZEPT MOBILITÄT

Unter dem Ziel, die Verkehrswende in der Innenstadt zu erreichen, den MIV aus den Straßen der Altstadt zu verlagern, hochwertige Eingangsräume zu schaffen und nachhaltige Verkehrsmittel zu fördern, profitiert dieses Teilkonzept von der **Marketingstrategie**, die Innenstadt deutlich an den Werratal-Radweg anzubinden. Zum Entwurf der **Straßen- und Freiraumgestaltung** in der Innenstadt hat das Teilkonzept der Mobilität zahlreiche Anknüpfungspunkte und gemeinsame Ziele. Vor allem die Räume, die heute vom Auto dominiert sind, sollen nach beiden Konzepten neue Aufenthaltsqualität bekommen. Die Idee des "City Hubs" ist stark verbunden mit den Zielen der **lokalen Wirtschaftsförderung**. Der gemeinschaftliche, entschleunigte Ansatz der zentralen Anlieferungsstelle, stärkt den Zusammenhalt der lokalen Gewerbetreibenden und ist durch verkürzte bzw. zusammengefasste Lieferwege deutlich nachhaltiger. Auch setzt sich das Konzept der Mobilität das Ziel der gemeinschaftlich genutzten, geteilten Mobilitätsangebote (Sharing Mobility). Die Rückkehr zur Teil- und Tauschgesellschaft ist ein wichtiger Aspekt der Postwachstumswirtschaft, wie im Konzept der lokalen Ökonomie deutlich gemacht wird. Zudem bedarf es lokaler Akteure und Initiativen, um die Sharing Angebote zum Erfolg zu bringen.

## TEILKONZEPT STRASSENRAUMGESTALTUNG

Um Einkaufen wieder zum Erlebnis zu machen, Nutzeransprüche zu vereinen, durchgehenden Einladungscharakter zu schaffen und Angsträume zu beseitigen, wurde der Straßenraumentwurf für die gesamte Innenstadt erstellt. Als Raum für Veranstaltungen steht der Bezug zur **Marketingkonzept**, das die fußgängerfreundliche, attraktive Innenstadt zum Aushängeschild Witzenhausens macht. Die größte Schnittmenge besteht zum Hand-

lungsfeld der **Mobilität**, das sich mit wichtigen Ankunftsarten beschäftigt, Ansätze zur Befreiung der Innenstadt vom MIV entwickelt und im ganzheitlichen Entwurf gestalterisch ausgearbeitet wurde.

Bezug zur Konzeption der **lokalen Ökonomie** hat der Straßenraumentwurf insofern, dass der öffentliche Raum Ort für Vernetzung, Öffentlichkeitswirksamkeit und (Ideen-)Märkte sein kann. Mit der Ausarbeitung der **Gebäudegestalt** zusammen ergibt sich das modernisierte und dennoch authentische Gesicht der Altstadt, die der lokalen Ökonomie Grund und Boden gibt.

## TEILKONZEPT GEBÄUDEGESTALT

Um der Stadt Witzenhausen das Image der gut erhaltenen historischen Altstadt mit atmosphärischem Kernbereich wiederzugeben, ist die Aufwertung der Gebäudebestände notwendig, die durch eine gut kommunizierte und für sich sprechende Gestaltungssatzung unterstützt und abgesichert wird. Das durchgehende Schaufensterkonzept leerstehender Geschäfte und die Internetplattform hinter dem QR Code sollte durch eine zuständige Vermittlungs- und Kontaktperson an der Stadtverwaltung angesiedelt sein (siehe Teilkonzept **Kommunikation und Marketing**). Sie muss auf die Eigentümer leerstehender Lokale zugehen, diese ggf. vom Konzept der zwischenzeitlichen Gestaltung durch andere Akteure überzeugen und in der Umsetzung die Kontaktperson sein. Auch für die Architektenberatung ist eine Verbindungsperson zwischen sanierungsbereiten Eigentümern und lokalen Architekten und der Stadt notwendig. Mit dem Teilkonzept der **Straßenraumgestaltung** teilt sich dieser Ansatz den Anspruch, die Innenstadt optisch aufzuwerten und aktuellen gesellschaftlichen Herausforderungen zu begegnen.

In Bezug auf die **lokale Ökonomie** sind die zwei Teilkonzepte geeint in dem Ziel, die Innenstadt durch Gemeinwohlorientierung und lokale Akteure wieder zu beleben. Gegenseitige Hilfe in der Stadt und sich gegenseitig eine Plattform



zu geben soll in der Mittelstadt das Zentrum wieder zur Herzensangelegenheit aller werden lassen. Einen Anstoß zur Umsetzung und Aktivierung der EigentümerInnen sollen Impulsprojekte in prominenter Lage geben, in denen der Prozess beispielhaft gezeigt und von interessierten Personen verfolgt werden kann.

## 7.2 NACHHALTIGE ZUKUNFT 2030

Welchen Beitrag die Teilkonzepte zu einem attraktiven, wirtschaftlich gut und nachhaltig aufgestellten sowie ökologischen Stadtkern Witzenhausens geleistet haben, zeigen die kurzen Einblicke in die Zukunftsvisionen, die sich die Stadt für 2030 erhoffen kann. Als Standort, der ökologische Landwirtschaft lehrt und sich Fairtrade und Bio zu den wichtigsten Leitbildern



Abbildung 116: Alle 17 Sustainable Development Goals der Vereinten Nationen

macht, richten sich diese Visionen nach den 17 Sustainable Development Goals (dt. Ziele für nachhaltige Entwicklung) der Vereinten Nationen. (s. Abbildung 116)

### Lokale Ökonomien

Witzenhausens Innenstadt ist mittlerweile wieder ein attraktiver Ort zum Arbeiten, um sich zu treffen oder einfach um einzukaufen. Die vielen neuen urbanen Manufakturen verleihen der Kernstadt ein neues Gesicht. Es besteht reger Austausch zwischen den verschiedenen Läden und Produktionsstätten und die Vielzahl an Seminaren und Workshops trägt zum regen Leben bei. Leerstände gibt es dank der aktiven Türöffner e.G. schon länger nicht mehr, obwohl einige Ladenflächen sogar bewusst für Pop-Ups und die Gründerszene als Brutstätten erhalten bleiben. Während der documenta ist das dezentrale Hotel in Witzenhausen mittlerweile der absolute Geheimtipp.

### Kommunikation und Marketing

Auf Basis einer lebhaften Kommunikation mit der engagierten Bevölkerung fällt es der Stadtverwaltung leicht, Projekte umzusetzen, die zu immer höheren Besucherzahlen führen. Zum Beispiel durch die unterschiedlichen Werbemaßnahmen sowohl in der direkten Umgebung, als auch in den großen Städten von Hessen, Niedersachsen, Thüringen und Nordrhein-Westfalen, bekommt die Stadt große Aufmerksamkeit. Witzenhausen ist als Bio- und Fairtrade-Town ein großes Vorbild für

andere Städte in Bezug auf Nachhaltigkeit, Wiederverwertung und der Integration der Bevölkerung in den Prozess der Stadtentwicklung.

### Mobilität und Umwelt

Witzenhausens fußgänger- und fahrradfreundliche Innenstadt lädt zum Schlendern und Verweilen ein. Die Mobility Hubs sind lebhafteste Ein- und Ausgangspunkte für jegliche Mobilitätsart. Durch die Schaffung von Ladeinfrastruktur und Stellplätzen ist die Nutzung von E-Mobilität nun zeitgemäßer Alltag. Das E-Fahr- und Lastenräder-Sharing Geschäft boomt und sind etablierte Beförderungsmöglichkeiten. Der Zollamtsplatz ist ein geschäftiger Ankunftsplatz für alle und lädt vorbeikommende Fahrrad-Touristen zum Rasten ein. Das klimafreundliche Mobilitätskonzept und dessen Angebotspalette samt Infrastruktur wird von allen Bevölkerungsgruppen genutzt.

### Straßenraumgestaltung

Durch die Umsetzung der Maßnahmen ist die Innenstadt von Witzenhausen heute zu einem lebendigen Begegnungsort geworden. So lockt sie mit ihren historischen Fachwerkhäusern und aufgeblühten Geschäftsstraßen neben Witzenhäusern auch (Fahrrad-)touristen in den Stadtkern. Die Aufenthaltsqualität hat sich durch die Straßenraumgestaltung, die hochwertigen Grünflächen,



die Erlebbarkeit der Werra und die fahrradfreundliche Verkehrsführung deutlich gesteigert. Das hat dazu geführt, dass sich die ansässige lokale Ökonomie festigen und weiterentwickeln konnte, sodass Witzenhausen zu einem attraktiven Standort für innovative und individuelle Geschäftsideen geworden ist.

### Gebäudegestalt

Die neue Gestaltungssatzung hat dazu geführt, dass die Witzenhäuser Innenstadt ihren alten Charme zurückgewonnen hat und durch die hochwertige Gestaltung zum Verweilen einlädt. Leerstehende Schaufenster gibt es nicht mehr, da alle Geschäfte einen neuen Mieter gefunden haben. Mittlerweile wird das zehnte Fachwerkmusterhaus in Zusammenarbeit mit lokalen Akteuren und Investoren saniert. Die Architektenberatung hat den ansässigen Eigentümern dazu verholfen, ihre Gebäude zu sanieren und vermieten. Durch die Auszeichnung des Deutschen Fachwerkpreises und der Aufnahme in die deutsche Fachwerkstraße zieht es nicht nur nationale sondern auch internationale Touristen nach Witzenhausen.



## 7.3 FOLGERUNGEN UND FORDERUNGEN

Die Problemlage in Witzenhausen war bisher vielschichtig und komplex. In der Projektarbeit konnten die Missstände klar identifiziert und mit tiefgehenden Konzepten bearbeitet werden. Vor allem in den kleineren Städten, deren Innenstädte durch wesentliche Strukturwandel und die Verhaltensänderungen der Menschen gefährdet ist und wo historische Altstädte einer Abwärtsspirale und Trading-Down-Effekten entgegensehen, sind die Handlungsbedarfe besonders dringlich. Mit diesem Projektbericht wurde die Problemlage aufgedeckt und zum Teil strukturiert, aber vor allem soll er die Ansätze zur Lösung der planerischen Aufgabe bieten. Wo vorhandene Potentiale sind und wie sie auszuschöpfen sind, wird in den Konzepten ebenso ausführlich verdeutlicht wie mögliche Bedarfe nach radikalen Veränderungen.

Die Konzepterarbeitung erfolgte nicht im Stillen. Ständig wurden die Gespräche zu den Initiativen, zu Verantwortlichen und zu Interessierten vor Ort gesucht. Welche Folgerungen sich in den Dialogen mit Akteuren, bei weitergehender Analyse und mit Fertigstellung und Reflexion des Konzeptes letztendlich ergeben und welche Forderungen daraus abgeleitet werden, wird in diesem Kapitel zusammengetragen. Prägnante Aussagen, die absichtlich provokativ formuliert sind, machen gegen Abschluss dieses Projektberichts seine Inhalte nochmals eingängig. Die Forderungen sind elementar um auf die wichtigen Erkenntnisse um ungenutzte Potentiale und schwerwiegende Defizite zu reagieren. Sie richten sich nicht nur an Lokalpolitik und Stadtverwaltung, sondern die gesamte Stadtgemeinschaft, wie sie Stadtnutzer und Stadtgestalter ist. So liegt es an ganz Witzenhausen, die Altstadt neu kennenzulernen, neu lieben zu lernen und langfristig wiederzubeleben.

Dass die Innenstadt wenig belebt ist, Leerstände und sanierungsbedürftige Gebäudebestände aufweist, vom MIV dominiert wird, gleich-

zeitig aber einzigartige Alleinstellungsmerkmale und eine engagierte Bevölkerung hat, ergibt schon die Bestandsaufnahme. In kleinteiligen Schritten wurden die Folgerungen gezogen.

### **Forderungen: Konzept Lokale Ökonomien**

Bezogen auf die lokale Ökonomie lässt sich folgern, dass die wertvollen Ansätze der vielen Initiativen noch ungenutzt sind, da die vernetzte Zusammenarbeit nicht stattfindet. **Die Stadt Witzenhausen sollte ein Leerstandsmonitoring betreiben und Informationen transparent zur Verfügung stellen!**

Für zukunftsweisende urbane Produktionsweisen bietet die Innenstadt Witzenhausens große Potentiale. **Die Stadt sollte an einer Gemeinwohlbilanzierung teilnehmen! Die Faktoren und Messgrößen der Gemeinwohlbilanz müssen gemeinsam erstellt werden!**

Die Trading-Down-Prozesse bestehen aus Gestaltungsmängeln im öffentlichen Raum und mäßiger Qualität kommerzieller Einrichtungen und bedeuten den zunehmenden Verfall bedeutsamer Altstadtstrukturen und dem umfassenden Bedeutungsverlust der Innenstadt. Um dies zu verhindern soll **das erste Hotelzimmer des dezentralen Hotels als Mustersanierungshaus im Sinne der Stadt auf Probe mittels Städtebauförderungsgeldern saniert werden!**

Schwierige Eigentümerstrukturen macht das Finden von Nachnutzern für Leerstände nicht einfach. Nicht selten sind die Besitzer noch zu konservativ für die innovativen Wirtschaftsformen. **Die Eigentümer müssen bereit sein, ihre Gebäude durch Zwischennutzungen beleben zu lassen!**

Der Onlinehandel bleibt ein Konkurrent von Geschäften in der Stadt. Eigentümer haben oft zu hohe Mietpreisvorstellungen oder können die benötigten Grundrissgrößen nicht bieten. **Initiativen, Vereine und Arbeitsgemeinschaften müssen miteinander kooperieren, damit sich eine kollektive Bewirtschaftung der**

### **Innenstadt realisieren lässt!**

**Es muss ein übergeordnetes Leitbild für die Pioniernutzungen aufgestellt werden!**

**Leuchtturmprojekte müssen auch von der Stadt unterstützt werden!**

### **Forderungen: Konzept Kommunikation und Marketing**

Der digitale Informations- und Marketingauftritt der Stadt und der Touristeninformation ist uneinheitlich. Ein Corporate Design hilft dabei, einen gemeinsamen Auftritt zu gestalten. **Dieses muss ausgearbeitet und umgesetzt werden!**

Die Kommunikation zwischen der Stadtverwaltung und der Tochterfirma Pro Witzenhausen GmbH findet nach eigenen Angaben - wenn überhaupt - nur sporadisch statt. Eine verstärkte Kommunikation in Bezug auf Neuigkeiten, Sehenswürdigkeiten, **Verlinkungen auf den jeweiligen Websites würde eine stärkere Zusammengehörigkeit zeigen!**

Zwischen den einzelnen Akteuren der Stadt (Verwaltung, Initiativen, Vereinen sowie einzelnen Bürgern) mangelt es an Informationsaustausch und Abstimmung von Aktivitäten. **Eine Vermittlungsperson soll die Informationen von allen Akteuren bündeln und die einzelnen Beiträge im Sinne des gemeinschaftlichen Interesses koordinieren!**

Im öffentlichen Raum des Innenstadtbereiches findet sich wenig bis gar keine Werbung von Seiten der Stadt. **Gezielte Platzierung touristenorientierter Werbung für Veranstaltungen, Aktivitäten und Sehenswürdigkeiten steigert die Besucherzahlen! Öffentlichkeitswirksamkeit ermöglicht eine gute Kommunikation mit Bürgern und das Willkommenheißen von Touristen!**

Witzenhausen ist Fairtrade Town und Bio Stadt, aber außer einer Verlinkung auf der Website der Stadt und der Touristeninformation finden sich darauf keine weiteren Hinweise. **Die The-**



**men Fairtrade und Nachhaltigkeit müssen stärker in den Fokus des Marketings, um als weitere herausragende Merkmale über-regional Aufmerksamkeit zu erregen!**

#### **Forderungen: Konzept Mobilität**

Bei der Neustrukturierung der Verkehrsräume und -arten sind Nutzungskonflikte zwischen den Verkehrsteilnehmern vor allem im Bereich des Zollamtsplatzes und den Bereichen der Fußgängerzone auffällig. **Es wird mehr Gleichberechtigung im innerstädtischen Straßenverkehr gefordert!**

Besonders schwierig ist gerade der Zollamtsplatz, der einen Durchfahrts- und Durchgangsort bildet und nicht zum Verweilen einlädt. Fahrradfahrer auf dem Werratal Radweg passieren den Platz, und Fußgänger werden umständlich durch eine Unterführung geleitet. **Der Zollamtsplatz muss für die nichtmotorisierten Verkehrsteilnehmer umgestaltet werden zur einladenden Eingangsstelle in die restliche Innenstadt! Das funktioniert in Form des verkehrsberuhigten Shared Space! Die Unterführung muss in dem Zuge geschlossen werden!**

Die Werrabrücke erfüllt verkehrstechnische Anforderungen nicht und beengt ihre Nutzer. **Für Autos muss eine neue Brücke gebaut werden, damit die Werrabrücke nur noch Fußgängern und Radfahrern gehört!**

Für den MIV ist der westliche Bereich der Innenstadt der Ankunftsort, doch ist das Parkraumangebot unzureichend. Folglich wird nicht selten im engen Straßenraum auf Gehwegen geparkt. **Der Parkplatz „An der Schlagd“ muss das Aufkommen abfangen können und deshalb ausgebaut werden!**

Fließend sowie parkend stört der Autoverkehr die Idylle der historischen Innenstadt massiv. **Die Fußgängerzone in der Ermschwerder Straße muss nach Westen erweitert werden und die Walburger-, Stein-, und Stubenstraße müssen zu Fahrradstraßen umge-**

**staltet werden! Mobility Hubs und Sharing Angebote müssen in der Innenstadt flächendeckend erreichbar sein!**

Witzenhausen ist bereit, Nachhaltigkeit auch im Straßenverkehr auszuleben und heutige Rahmenbedingungen erfordern die Transformation zum postfossilen Verkehr. **Ladestationen für Elektrofahrzeuge müssen zur Verfügung gestellt werden!**

Auch wenn Lieferverkehre zeitlich eingeschränkt in der Innenstadt ankommen, entsteht viel Verkehrsaufkommen dadurch, welches eingespart werden könnte. **Das Modell der gebündelten Anlieferung an den City Hub muss zeitnah eingeführt werden!**

Das Werraufer ist ein beliebter Aufenthaltsort und dieses Potential muss genutzt werden. **„An der Schlagd“ muss eine Einbahnstraße mit ausgebautem Fahrradweg werden, damit das Werraufer für den nichtmotorisierten Verkehr aus der Innenstadt zugänglich wird!**

Witzenhausens Mobilität ist überwiegend vom Auto dominiert, auch wenn vermehrt auf das Fahrrad umgestiegen wird. **Mobility Hubs und Sharing Angebote müssen ausgebaut und gefördert werden, sodass klimafreundliche Mobilitätsarten für alle zur Verfügung stehen!**

#### **Forderungen: Konzept Straßenraumgestaltung**

In Witzenhausen fehlt ein schlüssiges und identitätsstiftendes Gesamtbild im öffentlichen Raum der Innenstadt. **Das Konzept der harmonischen, einheitlichen und zukunftsfähigen Gestaltung, welches die Funktionalität sichert, muss Umsetzung finden!**

Dass die Eingangsräume in die Innenstadt nicht als solche erkennbar sind, liegt vor allem an der Verkehrsführung und der stellenweisen Dominanz des MIV. **Die Materialwahl muss einheitlich sein und verschiedene Nutzungen**

### **durch sich voneinander absetzende Beläge zonieren!**

Das Beleuchtungskonzept weist Schwächen hinsichtlich der Einheitlichkeit und der Energieeffizienz (westlicher Innenstadtbereich) auf. Es besteht momentan eine Vielzahl an unterschiedlichen Beleuchtungskörpern mit unterschiedlicher Farbgebung und Leuchtintensität. **Das Belichtungskonzept muss einheitlich werden! Dazu ist im westlichen Innenstadtbereich der Austausch der Leuchtmittel erforderlich! Östlich müssen die gesamten Leuchtkörper ausgewechselt werden!**

Bestehende Grünflächen und Naturelemente werden kaum genutzt, weil sie nicht zum Verweilen einladen. **Die Verbindung der Grünflächen (Eulenturm, Kirchplatz, Universitätsgelände) ist zu betonen!**

### **Forderungen: Konzept Gebäudegestalt**

Für den Umgang mit leerstehenden Geschäften gibt es kein Konzept. Die unschöne Erscheinung der Immobilie wird hingenommen und das Finden von Nachnutzern ist Problem und Aufgabe des Besitzers allein. **Das Bekleungs- und Beispielungskonzept von Leerstandsschaufenstern muss sofort eingeführt werden und Eigentümer müssen (durch die Vermittlungsperson) dafür gewonnen und dabei unterstützt werden!**

Sanierungsbedürftige Fassaden und leerstehende Schaufenster prägen Erscheinungsbild und Außenwirkung der Innenstadt. Jedes vierte Schaufenster der Haupteinkaufsstraßen hat eine schlechte Außenwirkung und an jeder zweiten Fassade gibt es bauliche oder gestalterische Mängel. **Es ist notwendig, Eigentümern und Ladenbesitzern über Beratungsangebote Maßnahmen und Konzepte aufzeigen, um Aufwertung des Erscheinungsbildes in Gang zu bringen!**

Eigentümer sanierungsbedürftiger Gebäude sind unsicher, welche Form ihr Gebäude bei Modernisierungsarbeiten annehmen kann und darf.

Die Kommunikation mit den zuständigen Vertretern der Stadtverwaltung ist unzureichend.

**Die verständliche, leitfadensähnliche Gestaltungssatzung muss beschlossen und veröffentlicht werden! Ab diesem Zeitpunkt sind Verstöße gegen die Vorgaben zu sanktionieren!**

Unsicherheiten hemmen die Gebäudeeigentümer, erste Schritte zu machen. **Aktive Beratungsangebote ohne Verbindlichkeiten für den Eigentümer müssen von der Stadt ins Leben gerufen werden!**

Fördermöglichkeiten gibt es, doch ist die Kommunikation über diese Zuschüsse für Private schlecht. Zum Teil widersprechen sich die Informationen, die an die Interessierten gegeben werden. **Auf die Eigentümer muss zugegangen werden und die Fördermöglichkeiten müssen im Rahmen der Architektenberatung genau aufgezeigt werden! Die Kommunikation muss transparent und direkt sein!**

Die wichtigsten Forderungen richtet sich an alle Akteure und wird von allen Konzepten gestützt und lautet: **Zusammen statt gegeneinander arbeiten! Kontakte und Kompetenzen miteinander teilen und die Potentiale von Bewohnern, Vereinen, Initiativen für die Innenstadtentwicklung nutzbar machen!**





## 8. Finanzierungs- vorschläge

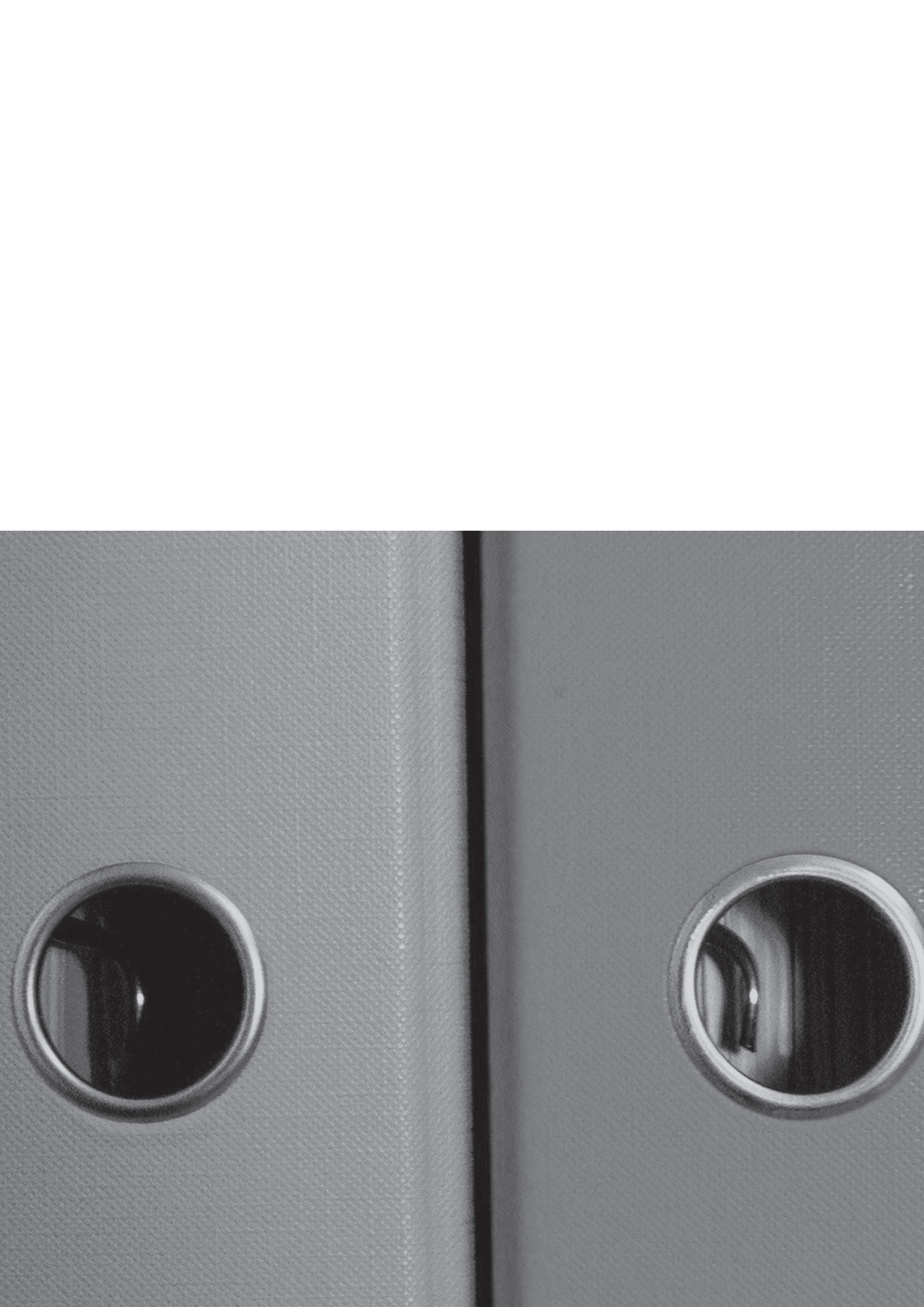
### Übersicht





	Maßnahmen	Finanzierungsvorschlag				
		Eigenmittel der Stadt	Stadumbaumittel (vgl. BMI o.J.)	Kofinanzierung Eigentümer/ Bürger	Kofinanzierung Vereine / Institutionen	Lokale Ökonomie
Gebäudegestalt	Gestaltungssatzung - Umsetzung	X	X	X		X
	Leerstandsbespielung	X	X	X		
	Architektenberatung	X	X			
	Fachwerkmusterimmobilie	X	X			
	Vermittlungsperson (Gebäudegestalt)	X				
Kommunikation & Marketing	Aktualisierung Webauftritt und Corporate Design	X				
	Vermittlungsperson	X	X			
	Markeneinführung	X			X	
	Medien im öffentlichen Raum	X	X		X	
Straßenraumgestaltung	Zonierung/Belag Brückenstr. & Ermschwerder Str.	X	X			
	Stadtmobiliar	X	X			
	Verlängerung der Fußgängerzone	X	X			
	Umwidmung von Parkplätzen	X	X			
	Umwidmung Fahrradstraße	X	X			
	Begrünung	X	X			
	Sitzstufen am Wasser	X	X			
	Spießfläche Zollamtsplatz	X	X			
	Zuschüttung der Unterführung	X	X			
	Umwidmung der Brücke zur autofreien Zone	X	X			
	Fassadenbeleuchtung	X	X	X		
	Erneuerung der Leuchtmittel	X				
	Austausch Beleuchtungssystem	X				
Mobilität	Mobility Hubs / E-Ladestationen	X	X			
	Anlieferungszentrum	X			X	X
	Sharing Angebote	X			X	X
	Ausbau Fahrradstraße	X	X			
Lokale Ökonomie	Leerstandsmonitoring einrichten	X				
	Zwischennutzungen Leerstände		X	X		
	Gebäude sanieren	X	X	X		
	Leuchtturmprojekt betreiben	X	X			X

[illegible]





# Verzeichnisse

Quellen, Abbildungen,  
Tabellen, Autoren



# LITERATURVERZEICHNIS

## Gesetzesgrundlagen

Hessische Bauordnung in der Fassung der Bekanntmachung vom 28.05.2018 (GVBI I S. 198)

## Literatur- und Internetquellen

- Ab in die Mitte (2019): Unser Weg: Natürlich in die Innenstadt. Aufrufbar unter: [www.abindiemitte-hessen.de/wettbewerb-2020/wettbewerb-2020/](http://www.abindiemitte-hessen.de/wettbewerb-2020/wettbewerb-2020/). Zugriff: 04.02.2020
- adfc - Allgemeiner Deutsche Fahrrad-Club e. V. (2020): Welche Vorteile bringen Fahrradstraßen. URL: [www.adfc-bw.de/radverkehr/fahrradstrassen/](http://www.adfc-bw.de/radverkehr/fahrradstrassen/) [letzter Zugriff: 28.02.2020]
- AGFS (2015): Parken ohne Ende. URL: [www.agfs-nrw.de/fileadmin/user\\_upload/parkraum\\_brosch\\_2015\\_WEB.pdf](http://www.agfs-nrw.de/fileadmin/user_upload/parkraum_brosch_2015_WEB.pdf) [Zugriff: 25.02.2020]
- Arbeitsgemeinschaft Deutsche Fachwerkstädte e.V (2019): Fachwerk Triennale 19. Fulda.
- Bathen, Annette (2019): Handbuch Urbane Produktion; Potenziale, Wege, Maßnahmen. Urbane Produktion Ruhr
- Barth, Robert. (2005). Die Bibliothek als Dritter Ort. in BuB-Heft 07/2015 URL: [b-u-b.de/die-bibliothek-als-dritter-ort/#fn-2](http://b-u-b.de/die-bibliothek-als-dritter-ort/#fn-2) / [letzter Zugriff: 21.02.2020]
- BAV – Bundesanstalt für Verwaltungsdienstleistungen (2020): URL: [www.bav.bund.de/DE/4\\_Foerderprogramme/94\\_Staedtische\\_Logistik/4\\_Fragen\\_und\\_Antworten/Fragen\\_und\\_Antworten\\_node.html](http://www.bav.bund.de/DE/4_Foerderprogramme/94_Staedtische_Logistik/4_Fragen_und_Antworten/Fragen_und_Antworten_node.html) [Zugriff: 28.02.2020].
- BBSR - Bundesinstitut für Bau-, Stadt-, und Raumforschung (o.J.a): Zwischenevaluierung des Städtebauförderungsprogramms „Kleinere Städte und Gemeinden“. URL: <https://www.bbsr.bund.de/BBSR/DE/Stadtentwicklung/Staedtebaufoerderung/Forschungsprogramme/KleinereStaedteGemeinden/projekte/zwischenevaluierung/01-start.html> [letzter Zugriff: 18.02.2020].
- BBSR - Bundesinstitut für Bau-, Stadt- und Raumforschung (o.J.b): Städtebaulicher Denkmalschutz. Ziele und Handlungsfelder. URL: <https://www.staedtebaufoerderung.info/StBauF/DE/Programm/StaedtebaulicherDenkmalschutz/Programm/ziele-handlungsfelder/ziele-node.html>. [letzter Zugriff: 29.01.2020]
- BBSR - Bundesinstitut für Bau-, Stadt- und Raumforschung (2015): Kooperation im Quartier zur Wertsicherung innerstädtischer Immobilien (KIQ). Bonn
- BBSR - Bundesinstitut für Bau-, Stadt- und Raumforschung (2017): Online-Handel – Mögliche räumliche Auswirkungen auf Innenstädte, Stadtteil und Ortszentren. BBSROnline-Publikation 08/2017, Bonn.
- Becker, T. (2019): Die Gestaltung des Erfolgsmodells Fahrradstraße – Weiterentwicklung für Tempo-30-Zonen. In: Straßenverkehrstechnik. Mai 2019 S. 332-340.
- Behling, M.; Henn, S. (Hrsg.) (2019): Lokale Ökonomie – Begriff, Merkmale und konzeptionelle Abgrenzung. In: Lokale Ökonomie – Konzepte, Quartierskonzepte und Interventionen. 2019.
- Birkhölzer, K. (2000): Formen und Reichweite Lokaler Ökonomien. In: Ihmig, H. (Hrsg.): Wochenmarkt und Weltmarkt: kommunale Alternativen zum globalen Kapital. Bielefeld: 1-44.
- BMVI, 2019. Förderrichtlinien Ladeinfrastruktur. URL: [www.bmvi.de/SharedDocs/DE/Artikel/G/foerderrichtlinie-ladeinfrastruktur-elektrofahrzeuge.html](http://www.bmvi.de/SharedDocs/DE/Artikel/G/foerderrichtlinie-ladeinfrastruktur-elektrofahrzeuge.html) [Zugriff: 25.02.2020].
- Bollier, David (2015): Neues vom Bewährten. Warum Commons-Lizenzen erfolgreich sind. In Die Welt der Commons; Muster Gemeinsamen Handelns. Silke Helfrich, David Bollier und Heinrich-Böll-Stiftung (Hg.).
- Brandt, Martina & Gärtner Stefan (2019): Ökonomie im Quartier; Von der sozialräumlichen Intervention zur Postwachstumsgesellschaft. Oliver Niermann, Olaf Schnur, Matthias Drillingner (Hrsg.).

- Buchta, A. (2019): Wolfach. Wolfach ehrt ehrenamtliche Blumenpaten und Hobbygärtner. URL: [www.bo.de/lokales/kinzigtal/wolfach-ehrt-ehrenamtliche-blumenpaten-und-hobbygaertner](http://www.bo.de/lokales/kinzigtal/wolfach-ehrt-ehrenamtliche-blumenpaten-und-hobbygaertner) [letzter Zugriff: 19.02.2020].
- Bundesministerium des Innen, für Bau und Heimat (BMI) (o.J.): Stadtumbau. URL: [https://www.staedtebaufoerderung.info/StBauF/DE/Programm/Stadtumbau/stadtumbau\\_node.html](https://www.staedtebaufoerderung.info/StBauF/DE/Programm/Stadtumbau/stadtumbau_node.html) [letzter Zugriff: 10.03.2020].
- Bundesministerium des Innen, für Bau und Heimat (BMI) (2017): Verfügungsfonds. URL: [www.staedtebaufoerderung.info/StBauF/DE/Programm/AktiveStadtUndOrtsteilzentren/Programm/Instrumente/Verfuegungsfonds/verfuegungsfonds\\_node.html](http://www.staedtebaufoerderung.info/StBauF/DE/Programm/AktiveStadtUndOrtsteilzentren/Programm/Instrumente/Verfuegungsfonds/verfuegungsfonds_node.html) [letzter Zugriff: 10.03.2020].
- Bundesministerium für Bildung und Forschung (BMBF) (2017): „Bibliotheken sind zentrale Akteure der Digitalisierung“. URL: [www.bmbf.de/de/bibliotheken-sind-zentrale-akteure-der-digitalisierung-4520.html](http://www.bmbf.de/de/bibliotheken-sind-zentrale-akteure-der-digitalisierung-4520.html) [letzter Zugriff: 25.02.2020].
- Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz und nukleare Sicherheit (BMU) (o.J.): Förderprogramm. Kommunalrichtlinie. Richtlinie zur Förderung von Klimaschutzprojekten im kommunalen Umfeld. URL: [www.klimaschutz.de/kommunalrichtlinie](http://www.klimaschutz.de/kommunalrichtlinie) [letzter Zugriff: 19.02.2020].
- Bundesministerium für Verkehr und digitale Infrastruktur (BMVI) (2020a): Sofortprogramm Saubere Luft 2017-2020. URL: <https://www.bmvi.de/SharedDocs/DE/Artikel/G/sofortprogramm-saubere-luft-2017-2020.html> [letzter Zugriff: 10.03.2020]
- Bundesministerium für Verkehr und digitale Infrastruktur (BMVI) (2020b): Programm zur Förderung der städtischen Logistik. URL: <https://www.bmvi.de/SharedDocs/DE/Artikel/G/foerderprogramm-staedtische-logistik.html> [letzter Zugriff: 10.03.2020]
- Bundesministerium für Wirtschaft und Energie (BMWi) (2019): Gründerzeiten 11. Rechtsformen.
- Bundesregierung (2020): Denkmalschutz und Baukultur. URL: <https://www.bundesregierung.de/breg-de/bundesregierung/staatsministerin-fuer-kultur-und-medien/kultur/kunst-kulturfoerderung/foerderbereiche/denkmalschutz-und-baukultur> [letzter Zugriff: 10.03.2020].
- Bürgergruppe Wanfried. (2006). URL: [www.wanfried.de/buergergruppe-wanfried/](http://www.wanfried.de/buergergruppe-wanfried/) [letzter Zugriff: 21.02.2020].
- Dein-Lastenrad (2020): Handbuch. URL: [dein-lastenrad.de/index.php?title=Handbuch\\_zum\\_Start\\_eines\\_freien\\_Lastenrads](http://dein-lastenrad.de/index.php?title=Handbuch_zum_Start_eines_freien_Lastenrads) [Zugriff: 26.02.2020].
- DST – Deutscher Städtetag (Hrsg.) (2016): Zukunft von Stadt und Handel. Diskussionspapier des Deutschen Städtetags (Entwurf), Berlin und Köln.
- Eichner-Ramm, Britta. (2013). In Hann. Münden endet die Aktion „9 x 24-Haussanierung“. Göttinger Tageblatt. URL: [www.goettinger-tageblatt.de/Die-Region/Goettingen/In-Hann.-Munden-endet-die-Aktion-9-x-24-Haussanierung](http://www.goettinger-tageblatt.de/Die-Region/Goettingen/In-Hann.-Munden-endet-die-Aktion-9-x-24-Haussanierung) [letzter Zugriff: 21.02.2020]. Göttingen
- Embshoff, Dagmar (2014): Solidarische Ökonomie. In böll Seitenwechsel. Die Ökonomie des Gemeinsamen. Ausgabe 1, 2014. Das Magazin der Heinrich-Böll-Stiftung.
- E-Wald (2017): Experts in Mobility, Infobroschüre. URL: [www.zellertal-online.de/uploads/files/E-Wald%20Infobrosch%C3%BCre.pdf](http://www.zellertal-online.de/uploads/files/E-Wald%20Infobrosch%C3%BCre.pdf) [Zugriff: 22.02.2020].
- Fachwerk-Fünfeck (2020): Die Themen im Projekt Fachwerk-Fünfeck. URL: [www.fachwerk5eck.de/themen/](http://www.fachwerk5eck.de/themen/) [letzter Zugriff: 03.02.2020]
- Felber, Christian (2017): Gemeinwohl-Ökonomie. Eine demokratische Alternative wächst. Erweiterte Neuauflage, 2 Auflage 2017.
- Forderer, Christof (2017): Stadtilumination und Raumerfahrung, zur Wahrnehmung der beleuchteten Innenstädte seit dem 19. Jahrhundert. URL: [publikationen.ub.uni-frankfurt.de/frontdoor/index/index/docId/49560](http://publikationen.ub.uni-frankfurt.de/frontdoor/index/index/docId/49560), Zugriff: 27.02.2020.

- Förderverein Mündener Altstadt e.V. (2013). URL: [www.foerderverein-muendener-altstadt.de/](http://www.foerderverein-muendener-altstadt.de/) [letzter Zugriff: 21.02.2020].
- Gornig, Martin und Axel Werwatz (2019): Anzeichen für eine Reurbanisierung der Industrie, in: DIW Wochenbericht (2018) Nr. 47, S. 1006-1011. URL: [www.diw.de/documents/publikationen/73/diw\\_01.c.607770.de/18-47-2.pdf](http://www.diw.de/documents/publikationen/73/diw_01.c.607770.de/18-47-2.pdf) [letzter Zugriff: 22.02.2020]
- Graupe, Silja (2014): Hinein ins volle Menschenleben. In böll Seitenwechsel. Die Ökonomie des Gemeinsamen. Ausgabe 1, 2014. Das Magazin der Heinrich-Böll-Stiftung.
- Hahne, Ulf (2017): Rückkehr der Wirtschaft in die Stadt und transformative Stadtentwicklung.
- Hahne, Ulf (2019): Wirtschaftsförderung 4.0 als Teil integrierter Stadtentwicklungspolitik. Paper im Rahmen des Forschungsprojektes Wirtschaftsförderung 4.0 - Entwicklung und Umsetzung von Konzepten zur Stärkung kollaborativer Resilienzinitiativen in Kommunen des Wuppertal-Instituts für Klima, Umwelt, Energie gGmbH.
- HausHalten e.V. (2020). URL: [www.haushalten.org/de/waechterhaeuser\\_modell.asp](http://www.haushalten.org/de/waechterhaeuser_modell.asp) [letzter Zugriff: 21.02.2020]. Leipzig
- Hessisches Ministerium für Wirtschaft, Energie, Verkehr und Wohnen (HMWEVW) (2019): Landesentwicklungsplan Hessen 2020. URL: [landesplanung.hessen.de/sites/landesplanung.hessen.de/files/191213\\_A\\_LEP\\_4\\_Aenderung\\_Plantext\\_barr\\_0.pdf](http://landesplanung.hessen.de/sites/landesplanung.hessen.de/files/191213_A_LEP_4_Aenderung_Plantext_barr_0.pdf) [letzter Zugriff: 25.02.2020]
- Hessisches Ministerium für Wirtschaft, Energie, Verkehr und Wohnen (HMWEVW) (o.J.): Förderung der Elektromobilität in Hessen. URL: <https://wirtschaft.hessen.de/verkehr/elektromobilitaet/foerderung-der-elektromobilitaet-hessen> [letzter Zugriff: 10.03.2020]
- Hessisches Ministerium für Wirtschaft, Energie, Verkehr und Wohnen (HMWEVW) (o.J.): Hessisches Gesetz zur Stärkung Innerstädtischer Geschäftsquartiere (INGE). URL: <https://wirtschaft.hessen.de/wohnen/nachhaltige-stadtentwicklung/hessisches-gesetz-zur-staerkung-innerstaedischer-geschaeftsquartiere-inge> [letzter Zugriff: 04.02.2020]
- Hessisches Statistisches Landesamt (2003): Hessische Gemeindestatistik 2003. Ausgewählte Strukturdaten aus Bevölkerung und Wirtschaft 2002. Wiesbaden.
- Hessisches Statistisches Landesamt (2012): Hessische Gemeindestatistik 2011. Ausgewählte Strukturdaten aus Bevölkerung und Wirtschaft 2010. Wiesbaden.
- Hessisches Statistisches Landesamt (2013): Hessische Gemeindestatistik 2012. Ausgewählte Strukturdaten aus Bevölkerung und Wirtschaft 2011. Wiesbaden.
- Hessisches Statistisches Landesamt (2014): Hessische Gemeindestatistik 2013. Ausgewählte Strukturdaten aus Bevölkerung und Wirtschaft 2012. Wiesbaden.
- Hessisches Statistisches Landesamt (2015): Hessische Gemeindestatistik 2014. Ausgewählte Strukturdaten aus Bevölkerung und Wirtschaft 2013. Wiesbaden.
- Hessisches Statistisches Landesamt (2019): Hessische Gemeindestatistik 2015. Ausgewählte Strukturdaten aus Bevölkerung und Wirtschaft 2014. Wiesbaden.
- Hessisches Statistisches Landesamt (2017): Hessische Gemeindestatistik 2016. Ausgewählte Strukturdaten aus Bevölkerung und Wirtschaft 2015. Wiesbaden.
- Hessisches Statistisches Landesamt (2018): Hessische Gemeindestatistik 2017. Ausgewählte Strukturdaten aus Bevölkerung und Wirtschaft 2016. Wiesbaden.
- Hessisches Statistisches Landesamt (2019a): Hessische Gemeindestatistik 2018. Ausgewählte Strukturdaten aus Bevölkerung und Wirtschaft 2017. Wiesbaden.
- Hessisches Statistisches Landesamt, Wiesbaden (2019b): Hessische Gemeindestatistik 2019. Ausgewählte Strukturdaten aus Bevölkerung und Wirtschaft 2018. Wiesbaden
- Hirschle, Michaela; Schürt, Alexander (2008): Suburbanisierung ... und kein Ende in Sicht? Intraregionale Wanderungen und Wohnungsmärkte. In: Bundesinstitut für Bau-, Stadt- und Raumforschung (BBSR) im Bundesamt für Bauwesen und Raumordnung (BBR): Informationen zur Raumentwicklung : IzR (3/4), S. 211–227.
- IBA Hamburg (2019): Bundesförderung für „Mobility Hubs“ URL: [www.iba-hamburg.de/files/](http://www.iba-hamburg.de/files/)

- downloads/Presse/Pressemitteilungen/PRESSEMITTEILUNG\_Bundesfoerderung-von-Mobility-Hubs-in-Oberbillwerder\_2019.pdf [Zugriff: 26.02.2020].
- IHK Mittlerer Niederrhein (2019): Handbuch zur Entwicklung von Mikro-Depots im interkommunalen Verbund am Beispiel der Kommunen Krefeld, Mönchengladbach und Neuss.
- Jakubowski, P.; Koch, A. (2019): Stärkung der lokalen Ökonomie – eine stadtentwicklungspolitische Aufgabe. In: Informationen zur Raumentwicklung Heft 3/4.2009, URL: [www.bbsr.bund.de/BBSR/DE/Veroeffentlichungen/IzR/2009/3\\_4/Inhalt/DL\\_JakubowskiKoch.pdf?\\_\\_blob=publicationFile&v=2](http://www.bbsr.bund.de/BBSR/DE/Veroeffentlichungen/IzR/2009/3_4/Inhalt/DL_JakubowskiKoch.pdf?__blob=publicationFile&v=2), [letzter Aufruf: 27.02.2020]
- Korby, Wilfried; Heckl, Franz Xaver (2005): Städtische Räume im Wandel. In: Klett-Perthes (Fundamente - Kursthemen, Schülerband) [Sekundarstufe II], 1. Aufl., 1. Dr. Gotha.
- Konken, M. (2000): Stadtmarketing Handbuch für Städte und Gemeinden. FBV Medien-Verlag GmbH, Limburgerhof
- Kredit für den Wiederaufbau (KfW) (2020): Baudenkmal energieeffizient sanieren. Unter: [www.kfw.de/inlandsfoerderung/%C3%96ffentliche-Einrichtungen/Energieeffiziente-Geb%C3%A4ude/Denkmal/](http://www.kfw.de/inlandsfoerderung/%C3%96ffentliche-Einrichtungen/Energieeffiziente-Geb%C3%A4ude/Denkmal/) [letzter Zugriff: 22.02.2020]
- Landesamt für Denkmalpflege Hessen (o.J.): Zuschüsse und Steuererleichterungen. Aufrufbar unter: [lfd.hessen.de/service/hinweise-für-denkmaleigentümer/zuschüsse-und-steuererleichterungen](http://lfd.hessen.de/service/hinweise-für-denkmaleigentümer/zuschüsse-und-steuererleichterungen). Zugriff: 04.02.2019
- Landesgeschichtliches Informationssystem Hessen (o.J.): Kurfürstenthum Hessen: Niveau Karte auf 112 Blättern, Kassel 1840-1861 / 18: Witzenhausen [1 : 25000] URL: [www.lagis-hessen.de/de/subjects/gsrec/current/1/sn/hkw?q=witzenhausen](http://www.lagis-hessen.de/de/subjects/gsrec/current/1/sn/hkw?q=witzenhausen) [letzter Zugriff: 21.02.2020]
- Läpple, Dieter (2013): Produktion zurück in die Stadt? In: Kronauer, M. & Siebel, W. (Hrsg.): Polarisierende Städte. Soziale Ungleichheiten als Herausforderung für die Stadtpolitik. Frankfurt: 129–150.
- Läpple, Dieter (2016): Produktion zurück in die Stadt. Ein Plädoyer. In: Bauwelt 35.2016.
- Libbe, Jens und Sandra Wagner-Endres. (2019). Urbane Produktion in der Zukunftsstadt Perspektiven für Forschung und Praxis. Deutsches Institut für Urbanistik gGmbH, Berlin
- LK argus (2016): Klimaschutz-Teilkonzept "Klimafreundlicher Verkehr" Umsetzung von Maßnahmen in der Altstadt von Witzenhausen. URL: [www.witzenhausen.eu/eigene\\_dateien/aktuell/2017-aktuelles/januar/dialog\\_radverkehr\\_lk-argus.compressed.pdf](http://www.witzenhausen.eu/eigene_dateien/aktuell/2017-aktuelles/januar/dialog_radverkehr_lk-argus.compressed.pdf). [Zugriff: 29.02.2020].
- Loose W. (2010): Aktueller Stand des Car-Sharing in Europa. Endbericht D 2.4 Arbeitspaket 2. URL: [www.carsharing.de/images/stories/pdf\\_dateien/wp2\\_endbericht\\_deutsch\\_final\\_4.pdf](http://www.carsharing.de/images/stories/pdf_dateien/wp2_endbericht_deutsch_final_4.pdf) [Zugriff: 25.02.2020].
- Müller, Peter (2012): akademie.de. 7 Qualitätskriterien zur Beurteilung von Webseiten - und Web-Designern. URL: [www.akademie.de/wissen/7-qualitaetskriterien-fuer-websites](http://www.akademie.de/wissen/7-qualitaetskriterien-fuer-websites) [letzter Zugriff 28.02.2020]
- Prüss, Jana (2014): Das Glossar der neuen Ökonomien. In böll Seitenwechsel. Die Ökonomie des Gemeinsamen. Ausgabe 1, 2014. Das Magazin der Heinrich-Böll-Stiftung.
- Wesselmann, Stefanie; Hohn, Bettina (2017): Public Marketing. Marketing-Mangement für den öffentlichen Sektor. Auflage 4. vollständige überarbeitete Auflage, Wiesbaden.
- Petra-Kelly-Stiftung (Hrsg.) (2000): Die Zukunft der Innenstadt - Probleme und Perspektiven. In: Kommunalpolitische Schriftenreihe Nr. 4/Juli 2000 Dokumentation der Tagung am 6. April 2000 in Nürnberg: Bamberg/München.
- Nelle, Anja; Liebmann, Heike; Matthes, Felix (2018): Altbauaktivierung - Strategien und Erfahrungen. In: Bundesinstitut für Bau-, Stadt- und Raumforschung (BBSR) im Bundesamt für Bauwesen und Raumordnung (BBR). Bonn.
- Oberrauch, Bernhard; Amann Ulrike; Moser Gebhard (2017): Handbuch zur Gemeinwohlbilanz für Gemeinden. Version 1.2; Stand September 2017. URL: [www.ecogood.org/media/filer\\_public/c5/e7/c5e7f4a0-a69a-47bc-8d81-d99ec01a4d68/handbuch\\_gemeinden\\_12.pdf](http://www.ecogood.org/media/filer_public/c5/e7/c5e7f4a0-a69a-47bc-8d81-d99ec01a4d68/handbuch_gemeinden_12.pdf) [letzter Zugriff: 10.03.2020]
- ORF (2017). E-Car Sharing im Mühlviertel. URL: <https://ooe.orf.at/v2/news/stories/2847843/> [Zugriff:



25.02.2020].

- Overmeyer, Klaus (2014): Räume Kreativer Nutzungen. Potenziale für Wien. Im Auftrag von departure, Kreativzentrum der Wirtschaftsagentur Wien.
- Overmeyer, Klaus (Urban Catalyst) & Kennel, Corinna (Urbanizers) (2017): Kreativ aus der Krise. Im Auftrag vom Bundesinstitut für Bau-, Stadt- und Raumforschung.
- Perschl, M.; Posch, A. (2016): Carsharing – ein Mobilitätsansatz auch für den ländlichen Raum? – In: Egger R. und Posch A. (Hrsg.): Lebensentwürfe im ländlichen Raum. Ein prekärer Zusammenhang? – Wiesbaden (=Lernweltforschung Band 18), S. 243-268
- Pirgmaier, Elke (2012): Zukunftsossier Alternative Wirtschafts- und Gesellschaftskonzepte. In Reihe Zukunftsossiers, Nr. 3. Im Auftrag des Lebensministeriums Österreich.
- Poppitz, Marianna. (2008). Nutzung gewerblicher Leerstände: zwischen der Sicherung, Stärkung und Entwicklung von Standorten, DSSW-Materialien. Berlin
- PWC - PricewaterhouseCoopers GmbH (2017): Aufbruch auf der letzten Meile – neue Wege für die städtische Logistik.
- Rosliwek-Hollering, Melanie (2013): Ambient Assisted Living (AAL). Ein Zukunftskonzept für die Wohnungswirtschaft? : wie sich Wohnungsunternehmen den Herausforderungen des demographischen Wandels stellen können. Hamburg: Diplomica Verl.
- Salk, Sabine (2020): Gestaltungstipps. Auf den Punkt gebracht – Die 10 Goldenen Regeln der Plakatgestaltung. URL: [www.stroeer-direkt.de/planen-gestalten/gestaltungstipps/gestaltungstipps.html](http://www.stroeer-direkt.de/planen-gestalten/gestaltungstipps/gestaltungstipps.html) [letzter Zugriff 1.3.2020]
- Schlegelmilch, Frank (2008): Zwischennutzungen und Nischen im Städtebau als Beitrag für eine nachhaltige Stadtentwicklung. Ein Projekt des Forschungsprogramms Experimenteller Wohnungs- und Städtebau (ExWoSt). In Praxis Heft 57.
- Schmidt-Eichstaedt, Gerd; Weyrauch, Bernhard; Arndt, Malte (2016): Erhaltungssatzung, Gestaltungssatzung, Denkmalbereichssatzung. Untersuchung zur Anwendung ausgewählter Satzungen in der Planungs- und Baupraxis im Land Brandenburg. Endbericht. Aufrufbar unter: [http://www.planundrecht.de/includes/content/projekte/vortrag\\_mil/Endbericht.pdf](http://www.planundrecht.de/includes/content/projekte/vortrag_mil/Endbericht.pdf) [Stand: 04.06.2016, letzter Zugriff: 25.02.2020]
- Schmidtman, Benedict (2018): Industrie findet Stadt. Gelingt die Rückkehr urbaner Produktion? In: RaumPlanung 195/I-2018. S. 53-56. Dortmund.
- Scorzin, Pamela C. (2013): Global Scenographic Design: Szenografische Schaufenstergestaltungen zwischen Kunst und Design. Fachhochschule Dortmund, Fachbereich Design.
- Stadt Burscheid (o.J.): Beet- und Blumenpaten. URL: [www.burscheid.de/bauen-wohnen/patenschaften/beer-und-blumenpaten/](http://www.burscheid.de/bauen-wohnen/patenschaften/beer-und-blumenpaten/) [letzter Zugriff: 19.02.202].
- Stadt Fulda (2019): Fulda ist erste „Sternenstadt“ Deutschlands. URL: [www.fulda.de/news/detail/news/fulda-ist-erste-sternenstadt-deutschlands/](http://www.fulda.de/news/detail/news/fulda-ist-erste-sternenstadt-deutschlands/). [letzter Zugriff: 22.02.20].
- Stadt Gudensberg (2018a): Fördermöglichkeiten. URL: [www.gudensberg.de/leben-wohnen/bauen-und-wohnen/foerdermoeglichkeiten/](http://www.gudensberg.de/leben-wohnen/bauen-und-wohnen/foerdermoeglichkeiten/). [letzter Zugriff: 28.01.2020]
- Stadt Gudensberg (2018b): Förderprogramm „Leben im Stadt- und Ortskern“. Stadtverordnetenversammlung Sitzung 24.02.2011, 1. Änderung, 2. Änderung. Gudensberg.
- Stadt Karlsruhe (2010): Abschlussbericht. Sanierung der Anstrahlung der Burgruine auf dem Turmberg unter Verwendung einer Lichtprojektionstechnik. URL: [www.umweltinnovationsprogramm.de/projekte/sanierung-der-anstrahlung-der-burgruine-auf-dem-turmberg-unter-verwendung-einer-lichtprojektionstechnik/](http://www.umweltinnovationsprogramm.de/projekte/sanierung-der-anstrahlung-der-burgruine-auf-dem-turmberg-unter-verwendung-einer-lichtprojektionstechnik/) [letzter Zugriff: 22.02.20].
- Stadt Korntal-Münchingen (o.J.): Meine blühende Stadt - Baum- und Beetpatenschaften. URL: [m.korntal-muenchingen.de/site/Korntal-Muenchingen\\_Mobil/node/10798906/baum-\\_und\\_beetpatenschaften.html](http://m.korntal-muenchingen.de/site/Korntal-Muenchingen_Mobil/node/10798906/baum-_und_beetpatenschaften.html) [letzter Zugriff: 19.02.2020].
- Stadt Mainbernheim Internetauftritt. (o.J.). Albergo Diffuso Mainbernheim. URL: [mainbernheim.de/page/?p=352](http://mainbernheim.de/page/?p=352) [letzter Zugriff: 25.02.2020].

- Stadt Regensburg (2012): Energetische Sanierung der Straßenbeleuchtung in der Altstadt von Regensburg. Abschlussbericht. URL: [www.umweltinnovationsprogramm.de/projekte/energetische-sanierung-der-strassenbeleuchtung-der-altstadt-von-regensburg](http://www.umweltinnovationsprogramm.de/projekte/energetische-sanierung-der-strassenbeleuchtung-der-altstadt-von-regensburg). [letzter Zugriff: 22.02.20].
- Stadt Sterkrade (2019): Sterkrader Stadtteilarchitekten. Ihre Ansprechpartner für bauliche Fragen und das Fassaden- und Hofprogramm. Aufrufbar unter: [www.sterkrade-stadtteilbuero.de/das-citymanagement-1/inhk-projekte/stadtteilarchitekten/](http://www.sterkrade-stadtteilbuero.de/das-citymanagement-1/inhk-projekte/stadtteilarchitekten/) [letzter Zugriff: 28.01.2020]
- Stadt Witzenhausen (o.J.a): Stadtportrait und Standort. URL: [www.witzenhausen.eu/seite/de/stadt/033/tn\\_33/Stadtportrait\\_und\\_Standort.html](http://www.witzenhausen.eu/seite/de/stadt/033/tn_33/Stadtportrait_und_Standort.html) [letzter Zugriff: 19.02.2020]
- Stadt Witzenhausen (o.J.b): Ernst-Koch-Bücherei. URL: [www.witzenhausen.eu/seite/de/stadt/01744:1753:109/tn\\_1744/Ernst-Koch-Buecherei.html](http://www.witzenhausen.eu/seite/de/stadt/01744:1753:109/tn_1744/Ernst-Koch-Buecherei.html) [Zugriff: 28.02.2020]
- Stadt Witzenhausen (o.J.c): Der Stadtumbauprozess. URL: [www.witzenhausen.eu/seite/de/stadt/033:2101:2203/tn\\_33/Der\\_Stadtumbauprozess.html](http://www.witzenhausen.eu/seite/de/stadt/033:2101:2203/tn_33/Der_Stadtumbauprozess.html) [letzter Zugriff: 04.02.2020]
- Stadt Witzenhausen (2017): Integriertes Städtebauliches Entwicklungskonzept. Witzenhausen „Kernstadt“. Band 1 - Bericht. Kassel.
- STEG Stadtentwicklung GmbH (2016): Verfügungsfonds in der Städtebauförderung. Städtebauliche Begleitforschung Wissenstransfer Städtebauförderung 2016. Dokumentation des Werkstattgesprächs vom 09. Juni 2016 im Stadtteilzentrum Vorderer Westen in Kassel. URL: [www.staedtebaufoerderung.info/StBauF/DE/Grundlagen/Wissenstransfer/dokumentierteVeranstaltungen/Doku\\_WerkstattVerfuegungsfonds2016.pdf?\\_\\_blob=publicationFile&v=Stand:06.2016](http://www.staedtebaufoerderung.info/StBauF/DE/Grundlagen/Wissenstransfer/dokumentierteVeranstaltungen/Doku_WerkstattVerfuegungsfonds2016.pdf?__blob=publicationFile&v=Stand:06.2016) [letzter Zugriff: 05.02.2020]
- Stiftung trias (2019): Bürgerfonds für Fachwerkstädte. Gemeinsames Forschungsprojekt.
- Raumlabor (2018): Best Practices Haus der Statistik.
- Umweltbundesamt (o.J.): Energieeffiziente Stadtbeleuchtung. URL: [www.umweltinnovationsprogramm.de/ueber-uns/energieeffiziente-stadtbeleuchtung](http://www.umweltinnovationsprogramm.de/ueber-uns/energieeffiziente-stadtbeleuchtung). [letzter Zugriff: 22.02.20]
- Umweltbundesamt (2013): Göttingen. Energieeffiziente Straßenbeleuchtung. URL: [www.umweltbundesamt.de/themen/wirtschaft-konsum/umweltfreundliche-beschaffung/gute-praxisbeispiele/strassenbeleuchtung/goettingen-energieeffiziente-strassenbeleuchtung](http://www.umweltbundesamt.de/themen/wirtschaft-konsum/umweltfreundliche-beschaffung/gute-praxisbeispiele/strassenbeleuchtung/goettingen-energieeffiziente-strassenbeleuchtung) [letzter Zugriff: 22.02.20].
- Universität Kassel (o.J.): Standort Witzenhausen. URL: [www.uni-kassel.de/uni/universitaet/kontakt-und-standorte/standort-witzenhausen/](http://www.uni-kassel.de/uni/universitaet/kontakt-und-standorte/standort-witzenhausen/) [letzter Zugriff: 01.03.2020]
- VCO - Forschungsinstitut (Hrsg.) (2018): Sharing und neue Mobilitätsangebote. (Schriftenreihe Mobilität mit Zukunft 3/2018).
- Weiss, Walter (2019): Fachwerk. Bautraditionen in Mitteleuropa. Stuttgart.
- Westdeutsche Allgemeine Zeitung WAZ (2019): Neue Architekten beraten gratis Sterkrader Hauseigentümer. URL: [www.waz.de/staedte/oberhausen/neue-architekten-beraten-gratis-sterkrader-hauseigentuemmer-id226987793.html](http://www.waz.de/staedte/oberhausen/neue-architekten-beraten-gratis-sterkrader-hauseigentuemmer-id226987793.html)? Stand: 04.09.2019 [letzter Zugriff: 28.01.2019]
- Wetztestein, Diana (2020). BürgerWerk.net URL: [buergerwerk.net/project/buergergruppe-wanfried-2/](http://buergerwerk.net/project/buergergruppe-wanfried-2/) [letzter Zugriff: 21.02.2020]. Wanfried.
- WIBank (2019): Förderung Energieeffizienz und Nutzung erneuerbarer Energien. URL: [www.wibank.de/bpshort/servlet/wibank/energieeffizienz-und-erneuerbare-energien/foerderung-energieeffizienz-und-nutzung-erneuerbarer-energien-307140](http://www.wibank.de/bpshort/servlet/wibank/energieeffizienz-und-erneuerbare-energien/foerderung-energieeffizienz-und-nutzung-erneuerbarer-energien-307140) [letzter Zugriff: 04.02.2020]
- Wir machen Mitte (2017): Einrichtung eines Bürgerfonds - Soziales Miteinander. URL: [wirmachenmitte.de/projekte/soziales-miteinander/einrichtung-eines-buergerfonds/](http://wirmachenmitte.de/projekte/soziales-miteinander/einrichtung-eines-buergerfonds/) [letzter Zugriff: 04.02.2020]
- Wolpert, Stefan (2013): City-Logistik. Bestandsaufnahme relevanter Projekte des nachhaltigen Wirtschaftsverkehrs in Zentraleuropa.
- Wuppertal Institut (2018): Wirtschaftsförderung 4.0 – Arbeitsbericht Sharing.

# ABBILDUNGSVERZEICHNIS

- Abbildung 1: Handlungsfelder, wie sie schwerpunkthaft in den Teilkonzepten bearbeitet sind. Eigene Darstellung.
- Abbildung 2: Diagramm zur Wirtschaftsförderung 4.0. Eigene Darstellung auf Grundlage von Kopatz, Michael (2015), Wirtschaftsförderung 4.0, Kooperative Wirtschaftsformen: 20
- Abbildung 3: Lage und Anbindung der Stadt Witzenhausen (rot) in Deutschland. Eigene Darstellung.
- Abbildung 4: Einwohnerentwicklung 2010 - 18. Eigene Darstellung auf Grundlage der Hessischen Gemeindestatistiken 2010 - 2018 (Hessisches Statistisches Landesamt 2011-2019).
- Abbildung 5: Übersicht über die Stadt und Stadtteile, ohne Maßstab. Eigene Darstellung auf Grundlage von OpenStreetMaps.
- Abbildung 6: Natürliches Bevölkerungswachstum, Wanderungsbewegungen 2010 - 18. Eigene Darstellung auf Grundlage der Hessischen Gemeindestatistiken 2010 - 2018 (Hessisches Statistisches Landesamt 2011-2019).
- Abbildung 7: Beschäftigtenstruktur Witzenhausen 2010 und 2018. Eigene Darstellung auf Grundlage der Hessischen Gemeindestatistiken 2010 - 2018 (Hessisches Statistisches Landesamt 2011-2019).
- Abbildung 8: Erdgeschossnutzungen. Eigene Darstellung.
- Abbildung 9: Bestandsaufnahme Erscheinungsbild. Eigene Darstellung.
- Abbildung 10: Bestandsaufnahme Beleuchtung. Eigene Darstellung.
- Abbildung 11: Steinstraße 4. Eigene Aufnahme.
- Abbildung 12: Aufenthaltsorte der Bewohner (blau: oft; orange: selten). Digitalisierung des Ergebnisplakats der Veranstaltung (Klebepunkte- Abfrage)
- Abbildung 13: Wohlfühlorte der Bewohner (grün: gern; rot: ungern). Digitalisierung des Ergebnisplakats der Veranstaltung (Klebepunkte- Abfrage)
- Abbildung 14: Wege der Witzenhäuser in die Innenstadt. Digitalisierung des Ergebnisplakats der Veranstaltung.
- Abbildung 15: Leerstandsstation. Eigene Aufnahme vom Ergebnis der Veranstaltung.
- Abbildung 16: Klebezettel von Besuchern. Eigene Aufnahme.
- Abbildung 17: Wunschbaum. Eigene Aufnahme.
- Abbildung 18: Eindrücke der Veranstaltung. Eigene Aufnahme.
- Abbildung 19: Eindrücke der Veranstaltung. Eigene Aufnahme.
- Abbildung 20: Stärken und Schwächen Ermschwerder Straße. Eigene Darstellung.
- Abbildung 21: Handlungsbedarfe Ermschwerder Straße. Eigene Darstellung.
- Abbildung 22: Stärken und Schwächen Brückenstraße. Eigene Darstellung.
- Abbildung 23: Handlungsbedarfe Brückenstraße. Eigene Darstellung.
- Abbildung 24: Stärken und Schwächen Walburger Straße. Eigene Darstellung.
- Abbildung 25: Handlungsbedarfe Walburger Straße. Eigene Darstellung.
- Abbildung 26: Stärken und Schwächen Steinstraße und Außenbereiche. Eigene Darstellung.
- Abbildung 27: Handlungsbedarfe Steinstraße und Außenbereiche. Eigene Darstellung.
- Abbildung 28: Gesamtheit der in Kapitel 5 herausgestellten Handlungsbedarfe in den Straßenzügen und beispielhafte Inspirationsfotos. Eigene Darstellung.
- Abbildung 29: Bestandsaufnahme. Eigene Darstellung.
- Abbildung 30: Konzeptverortung. Eigene Darstellung.
- Abbildung 31: Umsetzungszeitplan. Eigene Darstellung.
- Abbildung 32: Verortung der Fahrradstraße. Eigene Darstellung.
- Abbildung 33: Markierungen der Fahrradstraße. Eigene Darstellung.
- Abbildung 34: Querschnitt Walburger Straße. Eigene Darstellung nach LK Argus 2016: 13.

Abbildung 35: Umnutzungsmöglichkeiten von Parkplätzen. Eigene Darstellung.

Abbildung 36: Verortung Fußgängerzone. Eigene Darstellung.

Abbildung 37: Veränderte Verkehrsführung. Eigene Darstellung.

Abbildung 38: Mobility Hub Zollamtsplatz. Eigene Darstellung.

Abbildung 39: Mobility Hub Ermschwerder Straße. Eigene Darstellung.

Abbildung 40: Verortung City Hub. Eigene Darstellung.

Abbildung 41: Funktionsweise City Hub. Eigene Darstellung.

Abbildung 42: Verortung Zollamtsplatz. Eigene Darstellung.

Abbildung 43: Ausschnitt Zollamtsplatz. Eigene Darstellung.

Abbildung 44: Verortung Parkplatzerweiterung. Eigene Darstellung.

Abbildung 45: Detailansicht "An der Schlagd". Eigene Darstellung.

Abbildung 46: Perspektive "An der Schlagd". Eigene Darstellung.

Abbildung 47: Parkplatzbilanz. Eigene Darstellung.

Abbildung 48: Förderungsmöglichkeiten. Eigene Darstellung.

Abbildung 49: Handlungsfelder. Eigene Darstellung.

Abbildung 50: Lageplan. Eigene Darstellung.

Abbildung 51: Eingänge. Eigene Darstellung.

Abbildung 52: Zollamtsplatz. Eigene Darstellung.

Abbildung 53: Ansicht Zollamtsplatz. Eigene Darstellung.

Abbildung 54: Straßenzüge. Eigene Darstellung.

Abbildung 55: Straßenzonierung Ermschwerder Straße und Brückenstraße. Eigene Darstellung.

Abbildung 56: Ansicht Zonierung Ermschwerder Straße. Eigene Darstellung.

Abbildung 57: Bausteine Sitzgelegenheiten und Spielgeräte. Eigene Darstellung.

Abbildung 58: Beleuchtung. Eigene Darstellung.

Abbildung 59: Anforderungen an zeitgemäße Beleuchtung. Eigene Darstellung.

Abbildung 60: Bausteine Beleuchtung. Eigene Darstellung.

Abbildung 61: Grünes Band. Eigene Darstellung.

Abbildung 62: Eulenturm und Philosophenweg. Eigene Darstellung.

Abbildung 63: Ansicht Ende des Philosophenwegs. Eigene Darstellung.

Abbildung 64: Liebfrauenkirche. Eigene Darstellung.

Abbildung 65: Steinstraße. Eigene Darstellung.

Abbildung 66: Ansicht Steinstraße - Marktplatz. Eigene Darstellung.

Abbildung 67: Farbkreise - Sitzbänke - Beete - Blumentöpfe. Eigene Darstellung.

Abbildung 68: Maßnahmen I Umsetzung. Eigene Darstellung.

Abbildung 69: Handlungsfelder. Eigene Darstellung.

Abbildung 70: Bespielungskonzept. Eigene Darstellung.

Abbildung 71: Leerstandskonzept Marburger FreiRaum. [www.sonntag-morgenmagazin.eu/smlokales/Lokales-Initiative-gegen-Leerstand-in-der-Oberstadt;art2773,562019](http://www.sonntag-morgenmagazin.eu/smlokales/Lokales-Initiative-gegen-Leerstand-in-der-Oberstadt;art2773,562019) [Zugriff: 04.02.2020]

Abbildung 72: Vollständige Schaufensterbeklebung Umsetzung Witzenhausen. Eigene Fotomontage.

Abbildung 73: Schaufensterbespielung externe Akteure Beispiel Witzenhausen. [www.stadtmauer-witzenhausen.de/schaufenstergestaltung/](http://www.stadtmauer-witzenhausen.de/schaufenstergestaltung/) [Zugriff: 04.02.2020]

Abbildung 74: Schaufensterbeklebung mit Einbindung externer Akteure Umsetzung Witzenhausen. Eigene Fotomontage.

Abbildung 75: Schrittweise Umsetzung der Schaufensterbespielung. Eigene Darstellung.

Abbildung 76: QR-Code zur Geschäftsleerstand-Datenbank. Eigene Darstellung.



Abbildung 77: Witzenhausen 1847. Landesgeschichtliches Informationssystem Hessen (o.J.).

Abbildung 78: Prioritätenräume im Geltungsbereich der Gestaltungssatzung. Eigene Darstellung.

Abbildung 79: Gestaltungsspielräume Dach- und Fassadenseiten. Eigene Darstellung.

Abbildung 80: Konzept Architektenberatung. Eigene Darstellung.

Abbildung 81: Konzept Pilotprojekt Fachwerksanierung. Eigene Darstellung.

Abbildung 82: Finanzierungsmöglichkeiten einzelne Maßnahmen. Eigene Darstellung.

Abbildung 83: Zeitliche Einteilung der Maßnahmen. Eigene Darstellung.

Abbildung 84: Ausschnitte aus dem Leitfaden „Schaufenster gestalten für jede Gelegenheit“. Eigene Darstellung.

Abbildung 85: Handlungsfelder für das Marketing und die Kommunikation. Eigene Darstellung.

Abbildung 86: Analysekarte mit Potentialen in Witzenhausen. Eigene Darstellung.

Abbildung 87: Bildliche Darstellung der Vermarktungsstrategien. Eigene Darstellung.

Abbildung 88: Mögliche Vorgehensweise bei der Markeneinführung. Eigene Darstellung.

Abbildung 89: Aufkleber für die Geschäfte. Eigene Darstellung.

Abbildung 90: Entwurf der Stempelkarte für den Einkauf in Witzenhausen. Eigene Darstellung.

Abbildung 91: Logo Varianten. Eigene Darstellung.

Abbildung 92: Handlungsempfehlung für Digitale Medien. Eigene Darstellung.

Abbildung 93: Flagge für die neue Vermarktungsstrategie. Eigene Darstellung unter Verwendung von: [weltflagge.de/wf/product/werbeflaggen-werbefahren-individuelle-flagge/](http://weltflagge.de/wf/product/werbeflaggen-werbefahren-individuelle-flagge/) [Zugriff: 01.03.2020]

Abbildung 94: Rathaus mit der Flagge für die neue Vermarktungsstrategie. Eigene Darstellung.

Abbildung 95: Veranstaltungskalender 2020. Eigene Darstellung.

Abbildung 96: Werratal Radweg Werbung. Eigene Darstellung unter Verwendung von <https://www.aktiplan.de/oedingen-und-das-neue-ortsschild/>

Abbildung 97: Werbung Werratal Radweg. Eigene Darstellung.

Abbildung 98: Plakatwand am Bahnhof Witzenhausen. Eigene Darstellung.

Abbildung 99: Plakat für die Plakatwand am Bahnhof in Witzenhausen. Eigene Darstellung unter Verwendung von [www.hna.de/lokales/witzenhausen/witzenhausen-ort44473/kirschbluete-witzenhausen-weisses-werraland-9782191.html](http://www.hna.de/lokales/witzenhausen/witzenhausen-ort44473/kirschbluete-witzenhausen-weisses-werraland-9782191.html) sowie [nh24.de/2019/03/09/kirschbluete-in-witzenhausen/](http://nh24.de/2019/03/09/kirschbluete-in-witzenhausen/)

Abbildung 100: Analoge Medien am Bahnhof. Eigene Darstellung unter Verwendung von [www.koenig-werbeanlagen.de/schaukaesten-vitrinen.html](http://www.koenig-werbeanlagen.de/schaukaesten-vitrinen.html) sowie [weltflagge.de/wf/product/werbeflaggen-werbefahren-individuelle-flagge/](http://weltflagge.de/wf/product/werbeflaggen-werbefahren-individuelle-flagge/)

Abbildung 101: Veranstaltungskalender 2020 im Schaukasten am Rathaus. Eigene Darstellung unter Verwendung von [www.koenig-werbeanlagen.de/schaukaesten-vitrinen.html](http://www.koenig-werbeanlagen.de/schaukaesten-vitrinen.html)

Abbildung 102: Mögliche Vermittlungspersonen. Eigene Darstellung.

Abbildung 103: Vermittlungsperson mit den zu koordinierenden Akteuren. Eigene Darstellung.

Abbildung 104: Diagramm zeitliche Vorgehensweise. Eigene Darstellung.

Abbildung 105: Analyseplan Innenstadt Witzenhausen. Eigene Darstellung.

Abbildung 106: Wächterhaus in Leipzig. <http://www.haushalten.org/> [Zugriff: 27.02.2020]

Abbildung 107: Nutzungsbeispiele der lokalen Ökonomie für Witzenhausen. Eigene Darstellung.

Abbildung 108: Konzeptplan Witzenhausen. Eigene Darstellung.

Abbildung 109: Zusammensetzung des Innenstadtrates. Eigene Darstellung.

Abbildung 110: Organigramm des revolvierenden Bürgerfonds. Eigene Darstellung.

Abbildung 111: Erläuterung Robin-Hood-Finanzierung. Eigene Darstellung.

Abbildung 112: Strategieplan Witzenhausen bis 2030. Eigene Darstellung.

Abbildung 113: Entwicklung des Leuchtturmprojektes. Eigene Darstellung.

Abbildung 114: Illustration der neuen Bibliothek im Gebäude des ehemaligen Gasthauses Krone

Abbildung 115: Beispielhafte Illustration eines dezentralen Hotelzimmers der "Albergo Diffuso"

Abbildung 116: Alle 17 Sustainable Development Goals der Vereinten Nationen. Engagement Global (2019): Downloads. URL: [17ziele.de/downloads.html](http://17ziele.de/downloads.html) [letzter Zugriff: 25.02.2020]

# TABELLENVERZEICHNIS

Tabelle 1: Liste der potentiellen externen Akteure in Witzenhausen

Tabelle 2: Wesentliche Bestandteile einer Webseite bezogen auf die Stadt- und Touristinformations-  
webseite

Tabelle 3: Übersicht der Finanzierungsvorschläge

# AUTORENVERZEICHNIS

1. Einführung
  - 1.1 Problematik: Bedeutungswandel der Innenstädte **Anna-Lena Baier**
  - 1.2 Zielsetzung des Projekts **Anna-Lena Baier**
2. Begriffsklärung
  - 2.1 Lokale Ökonomie (Rückkehr der Wirtschaft in die Stadt) **Tamara Göller, Anna Löwer, Wiebke Schnell, Elisa Sonntag**
  - 2.2 Wirtschaftsförderung 4.0 **Kaja Seger, Vanessa Pauly**
3. Witzenhausen
  - 3.1 Lage **Anna-Lena Baier**
  - 3.2 Daten **Anna-Lena Baier**
  - 3.3 Besonderheiten **Anna-Lena Baier**
4. Bestandsaufnahme Innenstadt
  - 4.1 Erdgeschossnutzungen
    - 4.1.1 Leerstände **Tamara Göller, Elisa Sonntag**
    - 4.1.2 Gastronomie **Kathrin Anna Mundry, Kaja Seger**
    - 4.1.3 Nahversorgung, Lebensmittel, Kiosk **Aleke Berndt, Wiebke Pötting, Florian Schwarze**
    - 4.1.4 Einzelhandel **Cansu Ceylan**
    - 4.1.5 Dienstleistungen **Dominik Brand**
    - 4.1.6 Öffentliche Einrichtungen **Patrick Fern, Sven Kraetschmann**
    - 4.1.7 Initiativen **Marcel Jürgens, Lennart Saß**
  - 4.2 Erscheinungsbild **Anna Löwer, Wiebke Schnell**
  - 4.3 Experteninterviews **Vanessa Pauly**
  - 4.4 Steckbriefe **Sven Kraetschmann**
  - EXKURS: Leerstandsveranstaltung **Aleke Berndt, Tamara Göller, Elisa Sonntag**
5. Ableitung von Potentialen
  - 5.1 Analyse und Handlungsbedarfe der Straßenzüge
    - 5.1.1 Ermschwerder Straße **Anna-Lena Baier, Tamara Göller**
    - 5.1.2 Brückenstraße **Dominik Brand, Anna Löwer, Wiebke Pötting, Wiebke Schnell**
    - 5.1.3 Walburger Straße **Patrick Fern, Sven Kraetschmann, Kaja Seger, Elisa Sonntag**
    - 5.1.4 Steinstraße & Außenbereiche **Aleke Berndt, Kathrin Anna Mundry**
  - 5.2 Analyse Stadtmarketing, Öffentlichwirksamkeit, Marketing und Kommunikation **Cansu Ceylan, Antje Halfter, Vanessa Pauly**
6. Teilkonzepte **Anna-Lena Baier**
  - 6.1 Neugestaltung Straßenraum
    - 6.1.1 Mobilität **Dominik Brand, Patrick Fern, Kaja Seger, Elisa Sonntag**
    - 6.1.2 Straßenraumgestaltung **Tamara Göller, Kathrin Anna Mundry, Wiebke Pötting, Wiebke Schnell, Florian Schwarze**

- 6.2 Gebäudegestalt                    **Anna-Lena Baier, Aleke Berndt, Sven Kraetschmann, Anna Löwer**
- 6.3 Marketing und Kommunikation                    **Cansu Ceylan, Antje Halfter, Vanessa Pauly**
- 6.4 Lokale Ökonomie                    **Marcel Jürgens, Lennart Saß**
  
- 7.     Vernetzung
  - 7.1 Vernetzung der Teilkonzepte                    **Anna-Lena Baier** *(auf Grundlage gemeinsam erarbeiteter Zusammenfassungen)*
  - 7.2 Nachhaltige Zukunft 2030                    **Anna-Lena Baier** *(auf Grundlage gemeinsam erarbeiteter Zusammenfassungen)*
  - 7.3 Folgerungen und Forderungen                    **Anna-Lena Baier** *(auf Grundlage gemeinsam erarbeiteter Zusammenfassungen)*
  
- 8.     Finanzierungsvorschläge                    *gemeinsam ergänzte Tabelle*



# EIDESSTATTLICHE ERKLÄRUNG

Hiermit versichern die Verfasser des Berichts „Witzenhausen 4.0 - Lokale Ökonomie in die Stadt!“, dass dieser selbstständig angefertigt wurde und keine anderen als die angegebenen Hilfsmittel enthält. Alle Stellen, die dem Wortlaut oder dem Sinn nach anderen Werken entnommen sind, wurden unter genauer Angabe der Quelle als Entlehnung kenntlich gemacht. Dies gilt auch für eingefügte Zeichnungen, bildliche Darstellungen, Skizzen und Ähnliches. Kein Teil dieser Arbeit wurde von den Verfassern bereits bei einer anderen Stelle zur Erlangung einer Studien- und/oder Prüfungsleistung eingereicht. Die Verfasser nehmen zur Kenntnis, dass die nachgewiesene Unterlassung der Herkunftsangabe als versuchte Täuschung bzw. als Plagiat gewertet und mit entsprechenden Maßnahmen geahndet wird.

Die Verfasser versichern zudem, dass die eingereichte gedruckte Version der Arbeit mit der eingereichten digitalen Version identisch ist.

Kassel, 06.03.2020

Unterschriften:



Anna-Lena Baier



Aleke Berndt



Dominik Brand

Cansu Ceylan



Patrick Fern

Tamara Göller

Antje Halfter

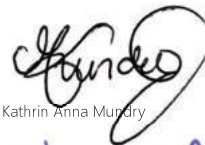


Marcel Jürgens

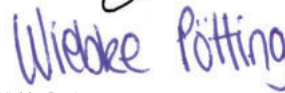
Sven Kraetschmann



Anna Lower



Kathrin Anna Mundry



Wiebke Pötting



Vanessa Pauly

Lennart Saß

Wiebke Schnell

Florian Schwarze

Kaja Seger

Elisa Sonntag



# Anhang

Steckbriefe der Gebäude und Straßenzüge der Innenstadt

Ergebnisprotokolle der Experteninterviews

Fotos und Ergebnisse der Veranstaltung am 13.12.2019

„Schaufenster gestalten für jede Gelegenheit - Ein Leitfaden“

Überarbeitete Gestaltungssatzung mit Begründungen  
und Gestaltungsempfehlungen

Berichterstattungen