

Zukunftskonzept Hachenburg

Eine Zukunftsvision für das Hachenburger Zentrum

Maßnahmenkatalog & Roadmap

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

AUFTRAGGEBERIN

Stadt Hachenburg

VERFASSER:INNEN

Corinna Joppien

Ann-Cathrin Jung

Lena König

Dortmund, 28.08.2025

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

info@stadt-handel.de

www.stadt-handel.de

Amtsgericht Dortmund,
Handelsregisternummer HRB
33826, Hauptsitz: Dortmund

Standort Dortmund

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

Standort Hamburg

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

Standort Karlsruhe

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

Standort Leipzig

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

Inhaltsverzeichnis

Einführung

4

Maßnahmenkatalog

6

Einführung

Einführung

Strategie wird Praxis

Der vorliegende Bericht bündelt die im Prozess „Zukunftskonzept Hachenburg“ erarbeiteten Maßnahmen und versteht sich als Orientierungsrahmen für die Akteur:innen der Innenstadt. Er zeigt auf, welche Projekte und Schritte empfohlen werden, um das Leitbild „**Hachenburg. Erleben. Genießen Entdecken.**“ in der Praxis wirksam werden zu lassen. Grundlage des Maßnahmenkatalogs sind die Analyse der Ausgangslage, die Definition von Fokuszielgruppen sowie die im Workshops mit lokalen Akteur:innen entwickelten Projektideen. Ergänzt wurden diese durch eine Online-Beteiligung, in der Bürger:innen der Verbandsgemeinde Zielbild und Maßnahmen priorisieren konnten.

Der resultierende Katalog gliedert die Empfehlungen nach **Umsetzbarkeit** und **Wirkung** in kurz-, mittel- und langfristige Maßnahmen und ordnet sie vier Zieldimensionen zu: **öffentlicher Raum, Gewerbe, Kultur und Tourismus sowie strukturelle und konzeptuelle Entwicklung**. Benannt werden zudem zentrale Zuständigkeiten, um die Umsetzung gemeinsam und koordiniert voranzubringen.

Der Maßnahmenkatalog dient damit als handlungsorientierte Grundlage für Politik, Verwaltung, Wirtschaft und weitere Innenstadtakteur:innen, um die Qualitäten Hachenburgs erlebbar zu machen, den Aufenthalt zu steigern und die Innenstadt als lebendigen Ort zum Erleben, Genießen und Entdecken weiterzuentwickeln.

Maßnahmenkatalog

Maßnahmenkatalog

Kurz-, mittel- und langfristige Maßnahmen

Ein zielgerichteter Transformationsprozess braucht sowohl schnelle sichtbare Erfolge als auch langfristige Strategien. Die Unterteilung des Maßnahmenkatalogs in kurzfristige, mittelfristige und langfristige Maßnahmen ermöglicht ein strukturiertes Vorgehen, das unterschiedliche Zeithorizonte und Ressourcenbedarfe berücksichtigt.

Kurzfristige Maßnahmen – sogenannte Starterprojekte – lassen sich mit geringem Aufwand realisieren und senden frühzeitig sichtbare Signale des Wandels. Sie stärken die Motivation der Beteiligten, fördern die Identifikation mit dem Prozess und wirken aktivierend auf weitere Akteur:innen.

Mittelfristige Maßnahmen zielen auf strukturelle Weiterentwicklungen ab, benötigen aber etwas mehr Planung, Abstimmung oder Vorbereitung. Sie bauen auf ersten Erfolgen auf und sichern die Anschlussfähigkeit des Prozesses.

Langfristige Maßnahmen hingegen greifen tief in bestehende Strukturen ein – etwa in bauliche, organisatorische oder institutionelle Rahmenbedingungen. Sie erfordern mehr Zeit, finanzielle Mittel oder politische Entscheidungen, sind aber entscheidend für die nachhaltige Entwicklung der Innenstadt.

Durch diese Staffelung entsteht ein flexibler Fahrplan, der sowohl schnelle Impulse ermöglicht als auch auf Dauer tragfähige Lösungen entwickelt.

Nachfolgend wird der Maßnahmenkatalog vorgestellt, der gezielt auf die Bedarfe und Potenziale der Hachenburger Innenstadt zugeschnitten ist. Die

darin enthaltenen Maßnahmen orientieren sich an den zuvor definierten Fokuszielgruppen, dem erarbeiteten Zielbild sowie den spezifischen Herausforderungen und Stärken des Standorts. Sie wurden so ausgewählt und formuliert, dass sie einen konkreten Beitrag zur Erreichung des gemeinsam entwickelten Zukunftsbilds leisten können. Ziel ist es, Hachenburg als lebendige, vielseitige und zukunftsfähige Innenstadt weiterzuentwickeln – mit Maßnahmen, die passgenau auf die örtlichen Gegebenheiten und die Bedürfnisse der Menschen vor Ort abgestimmt sind.



kurzfristig (Starterprojekte)



mittelfristig



langfristig

Maßnahmenplan

30 Maßnahmen für Hachenburg

Cluster	Verbesserung von Infrastruktur, Atmosphäre und Nutzbarkeit des öffentlichen Raumes	Gewerbe stärken	Kulturelle und touristische Angebote	Strukturelle und konzeptuelle Maßnahmen
Umsetzungs- horizont				
Starter Projekte	<ul style="list-style-type: none">• Alternative Sitzgelegenheiten am Markt• Pop-Up Liegewiese Innenstadt• Hängedekoration in der Wilhelmstraße• Stadtstrand Hachenburg• Etablierung des Konzepts „Nette Toilette“• Kampagne Hachenburg – einfach sauber	<ul style="list-style-type: none">• Innenstadtrallye 2.0• Adventskalender XXL: Beleuchtungskonzept am Alter Markt	<ul style="list-style-type: none">• Auf gute Nachbarschaft!• Installation Fotospot• Anreize für Immobilieneigentümer:innen schaffen	
Mittelfristige Projekte	<ul style="list-style-type: none">• Grüne Pop-Up Spaces• Sonnensegel im öffentlichen Raum• Sprühnebelanlage im Stadtraum• Kreative Wegeführung zur Innenstadt und Points of Interest	<ul style="list-style-type: none">• Transformationsbegleitung für Gewerbetreibende• Imagekampagne Alltagsort Innenstadt Hachenburg• Digitalisierung des Gutscheinsystem des Werbering• Einheitliche Gestaltungselemente vor den Ladenlokalen• Pop Up Store/ Experimentierraum	<ul style="list-style-type: none">• Open-Air Kino in den Sommermonaten• Geschmackstalente• Willkommen in Hachenburg	<ul style="list-style-type: none">• Etablierung einer Zukunftsinitiative Innenstadt• Einführung von Kernöffnungszeiten
Langfristige Projekte		<ul style="list-style-type: none">• Aktives Geschäftsflächenmanagement in Kombination mit einer Nachfolgebörse	<ul style="list-style-type: none">• Etablierung neuer Veranstaltungsformate	<ul style="list-style-type: none">• Anreize für Immobilieneigentümer:innen schaffen• Etablierung eines jährlich stattfindenden Innenstadtforums• Förderung der Umnutzung und Aktivierung von Wohnraum in der Innenstadt• Barrierefreiheit verbessern

Maßnahmenkatalog

Verbesserung von Infrastruktur, Atmosphäre und Nutzbarkeit des öffentlichen Raumes

Nr.	Maßnahmen	Inhalt	Priorität	Komplexität	Verantwortliche & Kooperationspartner:innen	Umsetzungshorizont
1	Alternative Sitzgelegenheiten am Alter Markt <i>Erhöhen die Aufenthaltsqualität für alle Zielgruppen</i>	Bestehende Bänke auf dem Alten Markt sollen durch neue, komfortable Modelle ergänzt werden – bestenfalls senioren- und behindertengerecht, teilweise auch mit Abstellmöglichkeiten für Kinderwagen. Nutzung von nachhaltigen und robusten Materialien sowie die Integration von Design passend zur Altstadtästhetik wird empfohlen. Zielwirkung: Steigerung des Komforts, Förderung längerer Aufenthalte im öffentlichen Raum.	■■■	■■□	Stadtverwaltung (Citymanagement und Bauhof), Beauftragte:r für Inklusion	
2	Pop-up Liegewiese Innenstadt <i>damit insbesondere in den Sommermonaten zusätzliche Begegnungsorte geschaffen werden</i>	Temporäre Platzierung von Liegestühlen auf dem Alten Markt und vor teilnehmenden Geschäften in der Innenstadt (insb. Wilhelmstraße, Schwanenpassage). Die Stühle werden mit dem Branding der jeweiligen Geschäfte versehen und schaffen eine lockere, sommerliche Atmosphäre. Zielwirkung: Schaffung von Aufenthaltsanreize, Attraktivierung die Innenstadt und Schaffung attraktiver Fotopunkte durch buntes Stadtmobiliar, Sichtbarkeit für den lokalen Handel durch Platzierung von Logos.	■■■	■□□	Innenstadtinitiative, Citymanagement	
3	Grüne Pop-up Spaces (z.B. Friedrichstraße) <i>zur Schaffung von Ausprobierorten und zur Qualifizierung öffentlicher Räume und deren Funktionen</i>	Temporäre Einrichtung eines Pop-up-Gartens zur Erprobung neuer Aufenthaltsqualitäten im öffentlichen Raum. Elemente: mobile Hochbeete mit Kräutern (Kräuter-Sharing für Passanten), Insektenhotels als ökologischer Beitrag, Begrünung durch Pflanzenkübel und mobiles Grün. Ergänzt durch temporäre Sitz- und Aufenthaltselemente sowie Sonnensegel (Nr.1, 2, 4) zur Beschattung. Zielwirkung: Innenstadt als Begegnungsort stärken und Impuls für langfristige Entwicklung geben, Erprobung neuer Nutzungsmöglichkeiten im öffentlichen Raum	■□□	■■■□	Innenstadtinitiative, Vereine (Nabu, Umweltverbände), VG, Kooperation mit Schulen, Urban Gardening Initiativen, Patenschaften aus der Innenstadtinitiative für die Pflege der Beete	

Quelle: Darstellung Stadt + Handel.

Maßnahmenkatalog

Verbesserung von Infrastruktur, Atmosphäre und Nutzbarkeit des öffentlichen Raumes

Nr.	Maßnahmen	Inhalt	Priorität	Komplexität	Verantwortliche & Kooperationspartner:innen	Umsetzungs- horizont
4	Sonnensegel im öffentlichen Raum <i>damit Senior:innen und junge Familien auch an warmen Tagen angemessene Verweilqualitäten vorfinden</i>	Installation von Sonnensegeln an potentiellen Hitzeinseln (Alter Markt und Schwanenpassage / Wilhelmstraße), inklusive wetterfester und ästhetisch ansprechender Befestigung, Integration in das bestehende Stadtbild, ggf. in Abstimmung mit Denkmalschutz oder Gestaltungssatzung. Zielwirkung: Steigerung des Komforts, Förderung längerer Aufenthalte im öffentlichen Raum	■ □ □	■ ■ □	Stadtverwaltung (Citymanagement und Bauhof), Immobilien Eigentümer:innen	
5	Sprühnebelanlagen im Stadtraum <i>um auf die starken Hitzeperioden im Sommer kurzfristig reagieren zu können</i>	Installation von Sprühnebelanlagen zur Schaffung eines angenehm temperierten Aufenthaltsorts im öffentlichen Raum (vor der Schwanenpassage und am Alter Markt) als innovative und nachhaltige Antwort auf zunehmende Hitzebelastung. Zielwirkung: Steigerung der Aufenthaltsqualität an Hitzetagen, klimaangepasste Stadtgestaltung, niedrigschwellige Aktivierung & Belebung des öffentlichen Raumes.	■ □ □	■ ■ □	Eigentümer:innen, Citymanagement, Externer Dienstleister	
6	Hängedekoration in der Wilhelmstraße <i>um saisonal stimmig den öffentlichen Raum zu bespielen und einen SP zu schaffen</i>	Saisonale Hängedekoration (z. B. bunte Bänder, Stoffbahnen, Lampions, Lichterketten) in der Wilhelmstraße. Die Gestaltung schafft eine fröhliche und einladende Atmosphäre, wertet die Straße optisch auf und trägt zu einem besonderen Flair im Einkaufsbereich bei. Je nach Jahreszeit oder Anlass (Frühlingserwachen, Sommer, Halloween, Weihnachten, etc.) können die Dekorationen variieren. Zielwirkung: Attraktivitätssteigerung, Anziehung von Besucher:innen, Verbesserung des Flairs der Einkaufsstraße	■ ■ □	■ □ □	Innenstadttinitiative, Citymanagement, Kooperation mit Schulen/ Vereinen zur Herstellung der Deko	

Quelle: Darstellung Stadt + Handel.

Maßnahmenkatalog

Verbesserung von Infrastruktur, Atmosphäre und Nutzbarkeit des öffentlichen Raumes

Nr.	Maßnahmen	Inhalt	Priorität	Komplexität	Verantwortliche & Kooperationspartner:innen	Umsetzungshorizont
7	Stadtstrand Hachenburg <i>mit Sand für alle Zielgruppen ein außergewöhnliches Erlebnis schaffen</i>	Temporäre Einrichtung eines Stadtstrandes am Alter Markt. Ein großzügig gebauter Sandkasten bietet Kindern tagsüber eine abwechslungsreiche Beschäftigung – ohne bestehende Veranstaltungen einzuschränken. In den Abendstunden kann durch die Aufstellung von Liegestühlen (Nr.2) und ergänzt durch Angebote der lokalen Gastronomie (Nr. 19) ein Stadtstrand für besonderen Flair in der Innenstadt sorgen. Zielwirkung: Ansprache junger Familien, Förderung von Spiel, Bewegung und Begegnung, Belebung zentraler Orte und Einbindung der Gastronomie in Konzeptentwicklung	■ ■ ■ □	■ ■ □	Gastronomie, Citymanagement, Ordnungsamt, Feuerwehr, Vertreter:innen der Zielgruppe (junge Familien), Beauftragte:r für Inklusion	
8	Etablierung des Konzepts „Nette Toilette“ <i>um den Besuchskomfort der Innenstadt deutlich zu erhöhen</i>	Einführung des Konzepts, bei dem Gastronomie- oder Einzelhandelsbetriebe ihre Toiletten öffentlich und kostenlos zugänglich machen. Ggf. durch Zuschüsse durch die Stadtverwaltung. Die Teilnahmebereitschaft wird entweder durch einen Sticker am Laden oder/und aber digital über eine Karte gekennzeichnet, besondere Kennzeichnung für barrierefreie Toiletten. Zielwirkung: Verbesserung der sanitärischen Versorgung, Stärkung der Innenstadtfreundlichkeit.	■ ■ ■	■ □ □	Gastronomie, Gewerbetreibende, Innenstadtinitiative, Wahl-Druck GmbH	
9	Kreative Wegeführung zur Innenstadt & Points of Interest <i>führen Besuchende spielerisch durch die Innenstadt</i>	Entwicklung einer auffälligen, kreativen Wegeführung zwischen Bahnhof, Innenstadt und Gewerbegebiet. Einsatz von Bodenmarkierungen, symbolischen Icons (z.B. Mini-Stempel für Themen wie „Altstadt“, „Genuss“, „Kultur“), digitalen & analogen Wegweisern als visuelle Hingucker. Interaktive Informationsstelen an den Eingängen bieten Orientierung, Hinweise auf Gastronomie, Einzelhandel und Veranstaltungen. Zielwirkung: Bessere Orientierung & Besucher:innenlenkung, Verringerung der Distanz zwischen Innenstadt und Gewerbegebiet	■ ■ ■ □	■ ■ □	Tourist-Information, Citymanagement, Inhalte: Kulturzeit, Innenstadtinitiative	

Quelle: Darstellung Stadt + Handel.

Maßnahmenkatalog

Verbesserung von Infrastruktur, Atmosphäre und Nutzbarkeit des öffentlichen Raumes

Nr.	Maßnahmen	Inhalt	Priorität	Komplexität	Verantwortliche & Kooperationspartner:innen	Umsetzungshorizont
10	Kampagne: Hachenburg - einfach sauber. <i>zur Stärkung des Verantwortungsbewusstseins für den Innenstadtraum</i>	Mitmachaktionen (u.a. gemeinschaftliche Reinigungsaktionen, spielerische Workshops) und öffentlichkeitswirksame Kampagnen (multimedial); jährlich wiederkehrendes Events Zielwirkung: Gemeinsames Anpacken der Akteure und Anlieger:innen, „Machen statt Meckern“, jeder:r kann mitmachen, Attraktivierung des öffentlichen Raums	■ ■ ■ □	■ □ □	Innenstadtdinitative, Bürger:innen, Vereine, Citymanagement, Bauhof	

Maßnahmenkatalog

Gewerbe stärken

Nr.	Maßnahmen	Inhalt	Priorität	Komplexität	Verantwortliche & Kooperationspartner:innen	Umsetzungs- horizont
11	<p>Aktives Geschäftsflächenmanagement in Kombination mit einer Nachfolgebörse zur Weiterentwicklung des Nutzungsmixes und Etablierung neuer Konzepte als Besuchsanlässe für unterschiedlichste Zielgruppen</p>	<p>Aufbau und kontinuierliche Pflege einer Datenbank der Erdgeschossnutzungen, Implementierung einer gebündelten Stelle für Flächenanbieter:innen und Flächensuchende; Unterstützung moderner und ansprechender Geschäftskonzepte durch Gründer:innenförderung, Mietzuschüsse und Starthilfen; Veranstaltung eines Gründer:innenwettbewerbs für Leerstandsimmobilien; Optimale Vernetzung zwischen Geschäftsinhaber:innen und potenziellen Nachfolger:innen, die proaktiv im Rahmen des Geschäftsflächenmanagements organisiert wird</p> <p>Zielwirkung: Verbesserung der Vermittlung & Nutzung innerstädtischer Gewerbeflächen, Unterstützung innovativer Geschäftsideen, nachhaltige Belebung der Erdgeschosszonen</p>	■■■	■■■	Citymanagement, externer Dienstleister	
12	<p>Transformationsbegleitung für Gewerbetreibende damit das inhabergeführte Gewerbe eine Stärke der Hachenburger Innenstadt bleibt</p>	<p>Zu den Themen Schaufenstergestaltung, Digitalisierung und Nachfolgeregelung im Rahmen von 1:1 Beratungen, Themen- und Netzwerkabende und konkreter Unterstützung (bspw. bei der Vermittlung von Expert:innen); Angebot von Workshops über Fördergelder oder aus dem Netzwerk heraus</p> <p>Zielwirkung: Förderung des Gewerbes, Attraktivierung des Einzelhandelstandorts</p>	■■■	■□□	Citymanagement, Innenstadtinitiative	
13	<p>Imagekampagne Alltagsort Innenstadt Hachenburg um die Hachenburger von ihrer Innenstadt zu überzeugen und ein Wir-Gefühl zu erzeugen</p>	<p>Vorstellung von lokalen Geschäften und Gastronomiebetrieben inkl. Angeboten, Besonderheiten, Einblicke hinter die Kulissen, multimediale Imagekampagne für die Innenstadt (#meinhachenburg)</p> <p>Zielwirkung: Sichtbarkeit und Nahbarkeit lokaler Betriebe, Stärkung der Identifikation mit der Innenstadt gezielte Imagepflege und Reichweitenstärkung.</p>	■■■	■■■	Innenstadtinitiative, Gewerbetreibende, Gastronomie, Citymanagement	

Quelle: Darstellung Stadt + Handel.

Maßnahmenkatalog

Gewerbe stärken

Nr.	Maßnahmen	Inhalt	Priorität	Komplexität	Verantwortliche & Kooperationspartner:innen	Umsetzungs- horizont
14	Digitalisierung des Gutscheinsystem des Werbering für mehr Flexibilität und Reichweite	Digitalisierung des Werbering-Gutscheins, um einen flexiblen Verkauf zu sichern. Digitale Systeme erlauben es Unternehmen ihren Mitarbeiter:innen regelmäßig steuerfreie Gutscheine als Sachbezug zu geben, ein digitales System würde den Ankauf der Gutscheine erheblich erleichtern. Als best practice bzw. als Blaupause kann die MoersCard (Stadtmarketing Moers) betrachtet werden. Zielwirkung: mehr Reichweite und Nutzung des Gutscheins, gezielte Kundenbindung	■ ■ ■	■ ■ ■	Werbering, Innenstadtinitiative	
15	Innenstadtrallye 2.0 moderne QR-Code Rallye durch die Innenstadt, um die Sichtbarkeit der Geschäfte zu erhöhen	Mithilfe von QR-Codes in den Schaufenstern der Geschäfte können Rätsel gelöst und Preise gewonnen werden. Zielwirkung: gamification, um für die Zielgruppe junge Familie und Besuchende die Innenstadt spielerisch erlebbar zu machen	■ ■ ■	■ □ □	Innenstadtinitiative, Gewerbetreibende, Gastronomie, Citymanagement	
16	Einheitliche Gestaltungselemente vor den Ladenlokalen um mehr Wiedererkennungswerte zu schaffen	Einführung einheitlicher Gestaltungselemente vor den Ladenlokalen, wie z. B. Schilder, Markisen, Pflanzgefäße oder Sitzgelegenheiten, abgestimmt auf das Stadtbild und die historische Altstadt, Entwicklung von Gestaltungsvorgaben entlang des entwickelten Zielbilds (Farbgebung) Zielwirkung: Schaffung eines wiedererkennbaren und harmonischen Innenstadtbildes, Steigerung der Attraktivität für Besucher:innen, Verbesserung der Orientierung und Stärkung der Markenidentität der Innenstadt als Einkaufs- und Erlebnisort.	■ □ □	■ □ □	Innenstadtinitiative, Gewerbetreibende, Gastronomie, Citymanagement	

Quelle: Darstellung Stadt + Handel.

Maßnahmenkatalog

Gewerbe stärken

Nr.	Maßnahmen	Inhalt	Priorität	Komplexität	Verantwortliche & Kooperationspartner:innen	Umsetzungshorizont
17	Adventskalender XXL: Beleuchtungskonzept am Alter Markt <i>verbindet Begegnungsort und Verkaufsförderung</i>	Das Starterprojekt „XXL-Adventskalender“ bringt in der Adventszeit täglich nach Einbruch der Dunkelheit eine stimmungsvolle Projektion auf eine Fassade und lädt damit alle Zielgruppen zu einem gesteigerten Besuchsaufkommen ein. Hinter jedem virtuellen Kalendertürchen verbirgt sich ein Hinweis auf eine besondere Aktion oder ein Angebot eines teilnehmenden Geschäfts oder Lokals. Zielwirkung: Das Projekt schafft eine starke visuelle Präsenz in der Innenstadt und setzt besondere Fassaden (Alter Markt oder Schwanenpassage) in Szene, es stärkt den lokalen Handel.	■ ■ ■ □	■ □ □	Werbering, Innenstadtinitiative, Citymanagement, Eigentümer:innen	
18	Pop Up Store/ Experimentierraum <i>bietet Gründer:innen Chancen und sorgt für Überraschungen in der Innenstadt</i>	Zwischennutzung leerstehender Immobilien für Start Ups, Kreative oder Gründer:innen (z. B. mit Mietkostenzuschuss, Bewerbung per Konzept + Businessplan). Entwicklung von Informationsflyern für Eigentümer:innen und potenziellen Neugründer:innen, Zielwirkung: Belebung von Leerstand, Raum für Innovation und temporäre Formate.	■ ■ ■ □	■ ■ □	Citymanagement, Eigentümer:innen	

Quelle: Darstellung Stadt + Handel.

Maßnahmenkatalog

Kulturelle und touristische Angebote

Nr.	Maßnahmen	Inhalt	Priorität	Komplexität	Verantwortliche & Kooperationspartner:innen	Umsetzungshorizont
19	Etablierung neuer Veranstaltungsformate <i>um die Innenstadt belebt zu halten</i>	Entwicklung neuer, identitätsstiftender Veranstaltungsformate wie z. B., Mottotage („Hachenburg macht Apfelsaft“) oder Markt(früh)s(c)hoppen. Zielwirkung: Belebung der Innenstadt, Stärkung regionaler Produkte und lokaler Identität, Förderung von Zusammenhalt & Erlebnisqualität.	■ ■ ■ □	■ ■ ■ ■	Innenstadttinitative, Werbering, Citymanagement	
20	Open-Air Kino in den Sommermonaten <i>um Besuchsanlässe für die Hachenburger zu schaffen</i>	Ein Open-Air-Kino in den Sommermonaten kann zunächst als Pop-up-Event mit lokalen Kooperationspartner:innen erprobt werden. Je nach Filmauswahl können dabei unterschiedliche Zielgruppen – von jungen Familien bis zu Senior:innen – gezielt angesprochen werden. Zielwirkung: Das Format bereichert das kulturelle Angebot in Hachenburg, stärkt die Attraktivität der Innenstadt in den Sommermonaten, schafft neue Begegnungsräume und trägt zur Vernetzung lokaler Akteur:innen bei.	■ ■ ■ □	■ ■ ■ □	Cinexx Hachenburg, Citymanagement, Kulturzeit	
21	Geschmackstalente <i>Stellt die Kulinarik in den Mittelpunkt</i>	Mit dem Projekt „ Geschmackstalente “ soll in Hachenburg ein mehrtägiges Kulinarik-Festival im öffentlichen Raum erprobt werden. Dafür entsteht eine temporäre Infrastruktur am Alten Markt, in der lokale Gastronomiebetriebe exklusive Gerichte in einem abgestimmten Umfeld präsentieren (Nr. 7). Zielwirkung: Das Festival macht die Hachenburger Gastronomie sichtbar, fördert die Zusammenarbeit der Betriebe, stärkt das kulinarische Profil der Innenstadt und steigert die Besucherfrequenz sowie die Aufenthaltsqualität im Zentrum.	■ ■ ■ □	■ ■ ■ □	Innenstadttinitative, Gastronomiebetriebe, Werbering, Citymanagement	

Quelle: Darstellung Stadt + Handel.

Maßnahmenkatalog

Kulturelle und touristische Angebote

Nr.	Maßnahmen	Inhalt	Priorität	Komplexität	Verantwortliche & Kooperationspartner:innen	Umsetzungshorizont
22	Auf gute Nachbarschaft! zur Stärkung der Nachbarschaft und der Identifikation der Anwohner:innen mit ebendieser	Unter dem Titel „Auf gute Nachbarschaft!“ wird ein gemeinsames Fest – etwa in Form eines Nachbarschaftspicknicks – organisiert. Dafür kann eine Straße temporär gesperrt und als Begegnungsraum genutzt werden. Ergänzend steht ein Verleih von „wandernden Möbeln“ (z. B. Anhänger mit Tischen, Bänken, Geschirr, Zapfanlage) zur Verfügung, um die Organisation zu erleichtern. Zielwirkung: Das Projekt stärkt das Miteinander unter den Hachenburgern, fördert die Identifikation der Anwohner:innen mit ihrer Nachbarschaft, lässt das Knüpfen neuer Kontakte zu und belebt den öffentlichen Raum als Ort des Austauschs.	■ □ □	■ □ □	Anwohner:innen, Innenstadtinitiative	
23	Installation Fotospot fördert die „instagramability“	Installation eines kreativen Fotospots auf dem Alten Markt, der zum Fotografieren und Teilen einlädt, bzw. in Form eines großen Rahmens. Zielwirkung: Förderung der Identifikation mit dem Ort, Steigerung der Sichtbarkeit in sozialen Medien, Belebung des Standorts.	■ ■ □	■ □ □	Innenstadtinitiative, Citymanagement	
24	Willkommen in Hachenburg zur Stärkung einer Willkommenskultur	Mappe mit Infos zu Einzelhandel, Gastronomie, Kultur- & Tourismusangeboten. Entwicklung verschiedener Maßnahmen, die auf eine Willkommenskultur einzahlen; Zusammenstellung von modernen Welcome-Bags, die an Neubürger:innen ausgehändigt werden und Hinweise, Giveaways sowie Kostproben der innerstädtischen Angebote erhalten; Etablierung von regelmäßigen Innenstadtspaziergängen für Zugezogene mit unterschiedlichem Schwerpunkt Zielwirkung: Frühzeitige Einbindung neuer Bürger:innen, Erhöhung der lokalen Bindung und Bekanntheit des Angebots.	■ ■ □	■ ■ □	Touristinformation, Hachenburger Unternehmen, Innenstadtinitiative, Citymanagement	

Quelle: Darstellung Stadt + Handel.

Maßnahmenkatalog

Strukturelle und konzeptuelle Maßnahmen

Nr.	Maßnahmen	Inhalt	Priorität	Komplexität	Verantwortliche & Kooperationspartner:innen	Umsetzungshorizont
25	Anreize für Immobilieneigentümer:innen schaffen <i>um das Stadtbild zu erhalten</i>	Zur aktiven Unterstützung der Immobilieneigentümer:innen in der Hachenburger Innenstadt soll ein Anreizmodell entwickelt werden, das sowohl finanzielle als auch beratende Elemente umfasst. Geplant werden können Zuschüsse für kleinere Fassaden- und Schaufenstermaßnahmen, kostenlose Erstberatungen durch Fachleute, Wettbewerbe zur Auszeichnung gelungener Gestaltungen sowie eine stärkere öffentliche Sichtbarkeit der engagierten Eigentümer:innen. Ergänzend kann Unterstützung bei der Beantragung externer Fördermittel angeboten werden. Zielwirkung: Das Modell fördert Investitionsbereitschaft, sichert bzw. steigert die Qualität des Stadtbildes, aktiviert private Mittel und stärkt die gemeinsame Verantwortung für das Erscheinungsbild der Hachenburger Innenstadt.	■ ■ ■ □	■ ■ ■ ■	Citymanagement, Fördermittelmanagement, externe Beratende	
26	Etablierung eines jährlich stattfindenden Innenstadtforums <i>um von den Erfolgen der Innenstadtentwicklung zu berichten und neue Mitstreiter:innen zu gewinnen</i>	Einführung einer öffentliche Veranstaltung zur Schaffung von Transparenz und zur Vorstellung verschiedener Innenstadtprojekte (städtisch und der Innenstadtinitiative, auch privat); Zielwirkung: kann durch die Einbindung verschiedener Akteur:innen u.a. zur Steigerung der Transparenz beitragen, macht die Bemühungen der Akteure vor Ort deutlich	■ ■ ■ □	■ ■ ■ □	Innenstadtinitiative, Citymanagement, Vereine	

Maßnahmenkatalog

Strukturelle und konzeptuelle Maßnahmen

Nr.	Maßnahmen	Inhalt	Priorität	Komplexität	Verantwortliche & Kooperationspartner:innen	Umsetzungshorizont
27	Förderung der Umnutzung und Aktivierung von Wohnraum in der Innenstadt <i>um strukturelle Umnutzungen mitzudenken</i>	Sicherstellung der bauplanungsrechtlichen Voraussetzungen für die Umnutzung von Obergeschossen und leerstehenden Ladenlokalen zu Wohnzwecken. Beratung und Begleitung von Immobilieneigentümer:innen durch Informationsangebote, Eigentümer:innenforen und aufsuchende Beratung, ergänzt durch ein kommunales Modellprojekt zur Umnutzung eines ehemaligen Ladenlokals. Bereitstellung und Kommunikation von Fördermitteln für energetische Sanierung und barrierefreien Umbau im Rahmen bestehender Programme. Zielwirkung: Stärkung der Wohnfunktion in der Innenstadt, Belebung durch dauerhafte Nutzung, soziale Durchmischung & Frequenzsteigerung außerhalb der Geschäftszeiten.	■ □ □	■ ■ ■	Citymanagement, Bauplanung, Politik	
28	Etablierung einer Zukunftsinitiative Innenstadt <i>mit dem Ziel der gemeinschaftlich getragenen Innenstadtentwicklung</i>	Zusammenschluss von Einzelhändler:innen, Gastronom:innen und weiteren Innenstadtakteur:innen. Ziel: Organisationsstruktur schaffen, gemeinsame Ziele definieren und koordinierte Maßnahmen umsetzen. Zielwirkung: Stärkung der Zusammenarbeit, verbesserte Kommunikation und effiziente Umsetzung von Innenstadtprojekten.	■ ■ ■	■ ■ □	Innenstadtakteure, Citymanagement, externe Agentur	

Quelle: Darstellung Stadt + Handel.

Maßnahmenkatalog

Strukturelle und konzeptuelle Maßnahmen

Nr.	Maßnahmen	Inhalt	Priorität	Komplexität	Verantwortliche & Kooperationspartner:innen	Umsetzungshorizont
29	Barrierefreiheit verbessern <i>um Stadtentwicklung für alle Zielgruppen zu gestalten</i>	Verbesserung der physischen Barrierefreiheit in der Innenstadt durch Rampen, automatische Türen, breitere Gehwege und taktile Bodenindikatoren, sowie Förderung inklusiver Kommunikation durch leicht verständliche Informationen, Piktogramme, barrierefreie Websites und partizipative Angebote für alle Bevölkerungsgruppen. Zielwirkung: Erhöhung der Teilhabe für Menschen mit Mobilitätseinschränkungen oder kognitiven Einschränkungen, Schaffung eines inklusiven und leicht zugänglichen Stadtbildes, Verbesserung der Erreichbarkeit und Nutzbarkeit aller Angebote für Alle.	■ ■ ■ □	■ ■ ■ □	Beauftragter für Inklusion, Gewerbetreibende, Gastronomie, Tourismusbüro	
30	Einführung von Kernöffnungszeiten <i>führen zu einer einheitlichen Wahrnehmung der Innenstadt für alle Zielgruppen</i>	Analyse der bestehenden Öffnungszeiten aller Innenstadtgeschäfte, Festlegung einheitlicher Kernöffnungszeiten in Absprache mit Einzelhändler*innen, Erstellung eines verbindlichen oder empfohlenen Öffnungsplans, Kommunikation der Kernzeiten über Website, Social Media, Plakate und Presse, ggf. Einführung von Feedback- und Kontrollmechanismen. Zielwirkung: Erhöhung der Planbarkeit für Besucher:innen, Steigerung der Kundenfrequenz während der Kernöffnungszeiten, Stärkung der Innenstadt als attraktives Einkaufsziel, Förderung der Zusammenarbeit zwischen Stadt, Handel und Marketing.	■ ■ ■ □	■ ■ ■ ■	Gewerbetreibende, Gastronomie	

Quelle: Darstellung Stadt + Handel.

Neue Wege.
Klare Pläne.

STADT+HANDEL



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



www.instagram.com/stadtundhandel/

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

info@stadt-handel.de

www.stadt-handel.de

Amtsgericht Dortmund,
Handelsregisternummer HRB
33826, Hauptsitz: Dortmund

Standort Dortmund

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

Standort Hamburg

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

Standort Karlsruhe

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

Standort Leipzig

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