

Impuls- Vortrag

Neue Herausforderungen für die Innenstadt von morgen

Innenstadtentwicklungskonzept für die Stadt Wedel

Johann-Rist-Forum | 16.01.2024

Jens Nußbaum | Björn Wickenfeld

Veröffentlichungshinweis

Im Rahmen der Impulsveranstaltung am 16.01.2024 wurden 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. Aus diesem Grund wurden in Absprache mit der Stadt Wedel entsprechende Grafiken und Bildausschnitte in der vorliegenden Version der Präsentation entfernt.

Stadt + Handel Beckmann und Führer 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

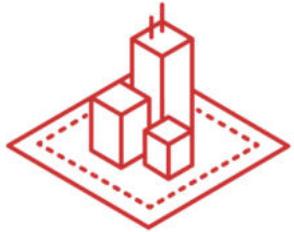
Beiertheimer Allee 22
76137 Karlsruhe
Fon +49 721 14 51 22 62
Fax +49 721 14 51 22 63

Standort Leipzig

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

STADT+HANDEL

bundesweit tätig für öffentliche und private Auftraggeber



Stadtentwicklung



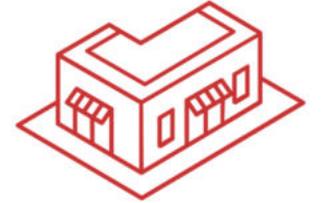
City- und
Quartiersentwicklung



Stadtstrategien und
Urbane Ökonomie



Partizipation



Projektentwicklung



BID und
Citymanagement



Stadtmarketing



Invest und
Assetmanagement



Kommunikation



Analytics

STADT+HANDEL

Diese Folie ist als Einzelaussage und ohne mündliche Erläuterung nicht vollständig.
Eine Weitergabe an Dritte oder Veröffentlichung ist nicht gestattet.

Das Projektteam für Wedel – Das sind wir!



Jens Nußbaum

Projektverantwortung/-leitung,
Workshopmoderation



Björn Wickenfeld

Stellv. Projektleitung und
Projektbearbeitung



Jaqueline Suchanek

Projektbearbeitung und
Workshopkonzeption

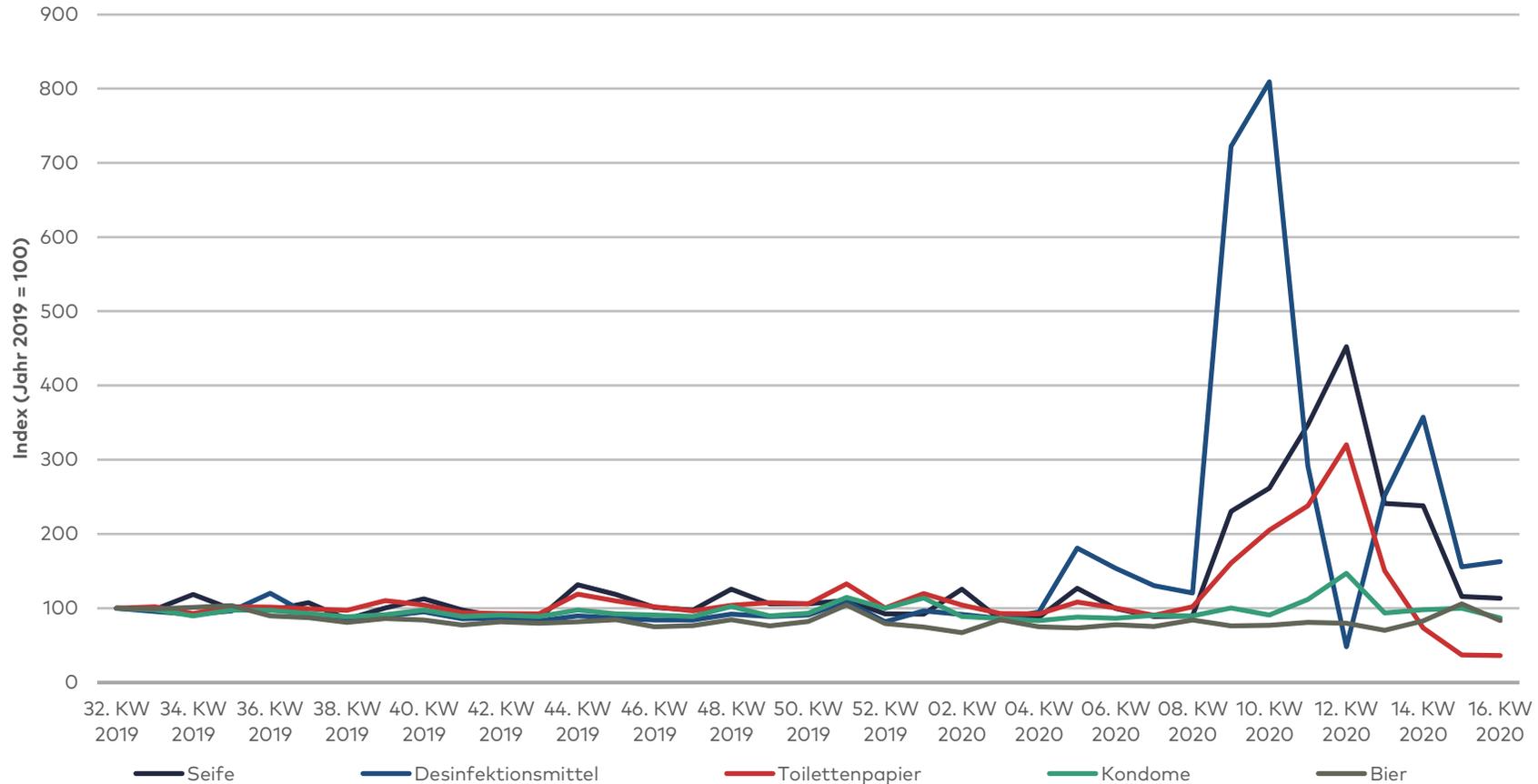


Nina Häder

Impulsgeberin für
PACT-Themen/-Initiativen

Was ist eigentlich passiert...?

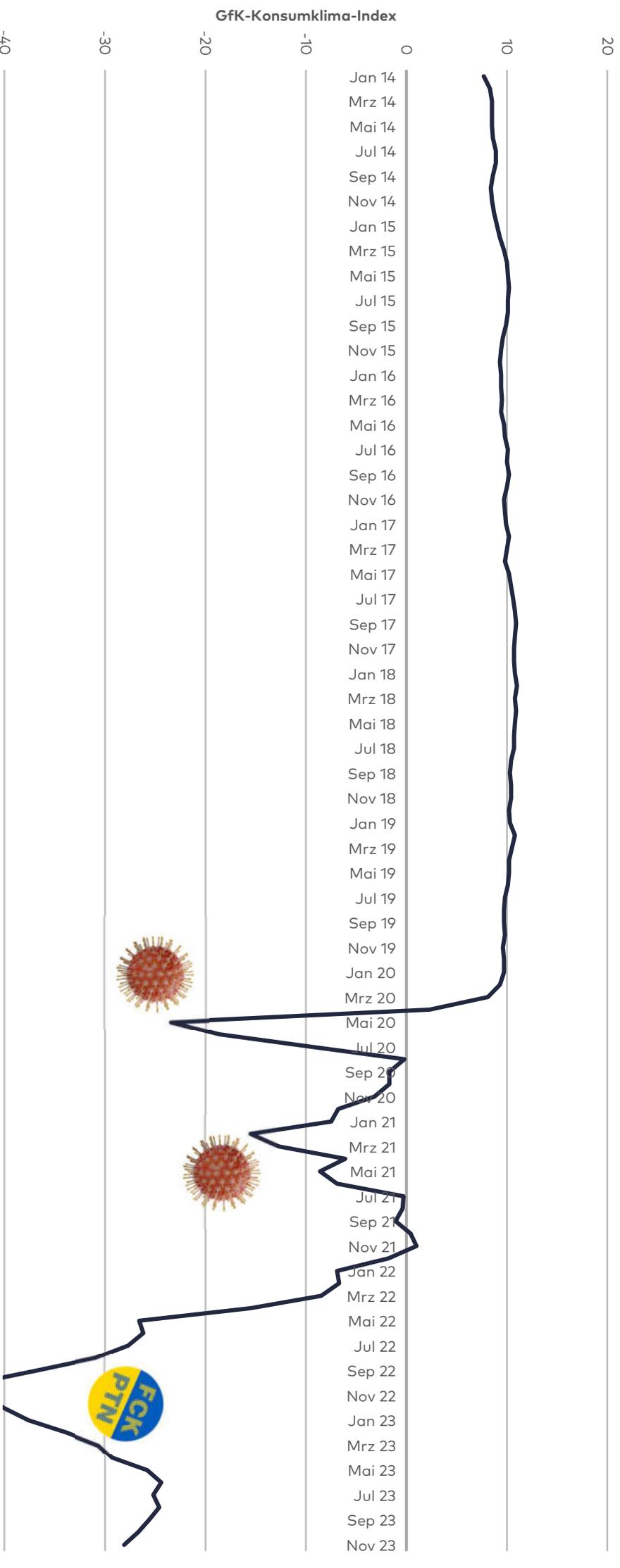
Absatz von ausgewählten Verbrauchsgütern zu Beginn der Corona-Krise



Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Daten: Statistisches Bundesamt.

Was ist eigentlich passiert...?

Beeinflussung des Konsumklimas durch verschiedene Krisen

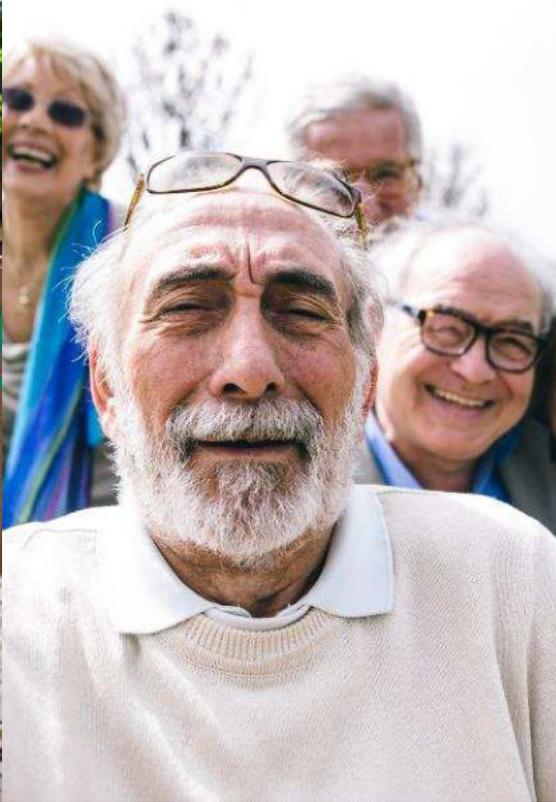


Was passiert schon die ganze Zeit...?

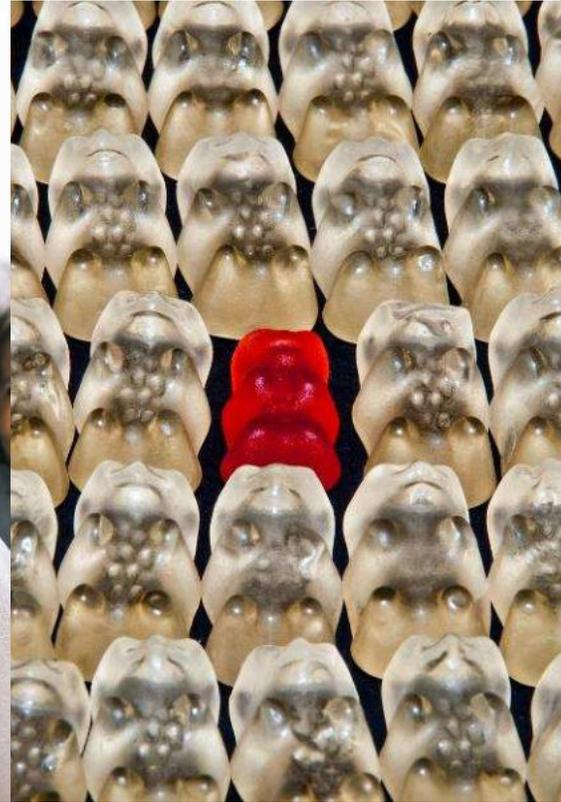
Gesellschaftliche Transformationsprozesse



Wertewandel



Demografischer Wandel



Individualisierung



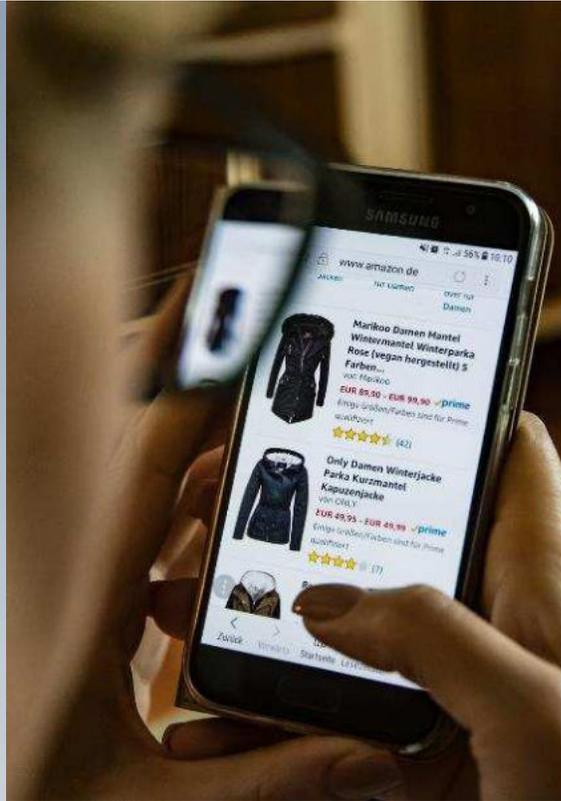
Sharing-/Online-Affinität

Was passiert schon die ganze Zeit...?

Wandel des Einkaufsverhaltens



Kopplung



Entkopplung



Erlebnisorientierung



Polarisierung

Und wohin wird die Reise gehen...?

Wandel der Angebotsformen



Spezialisierung



Hybridisierung



Flexibilisierung



Digitalisierung

KaDeWe

400.000

amazon.de

229.000.000

EINE GOOGLE EIS, BITTE!

Und was jetzt...?

Innenstädte von morgen sind...

Multifunktionale Lebensmittelpunkte

Arbeiten-Leben-Balance | Erlebnisorientierung | Erlebniskopplung-Sport-Kultur-Spiel

Orte der Gemeinsamkeit und des Miteinanders

Kooperation aller Innenstadtakteure | Alle-Gleich-Vision | Gemeinsames Handeln

Wohlfühlorte mit Qualität und Ästhetik

Allgemein Aufenthaltsqualität steigern | Begegnungsräume schaffen

Flexible Ausprobierorte

Innovative Stadtgestaltung | Reallabore/Experimentierräume

Die DNA der Innenstadt entdecken!

Smarte
Angebote...

 VITALITÄT

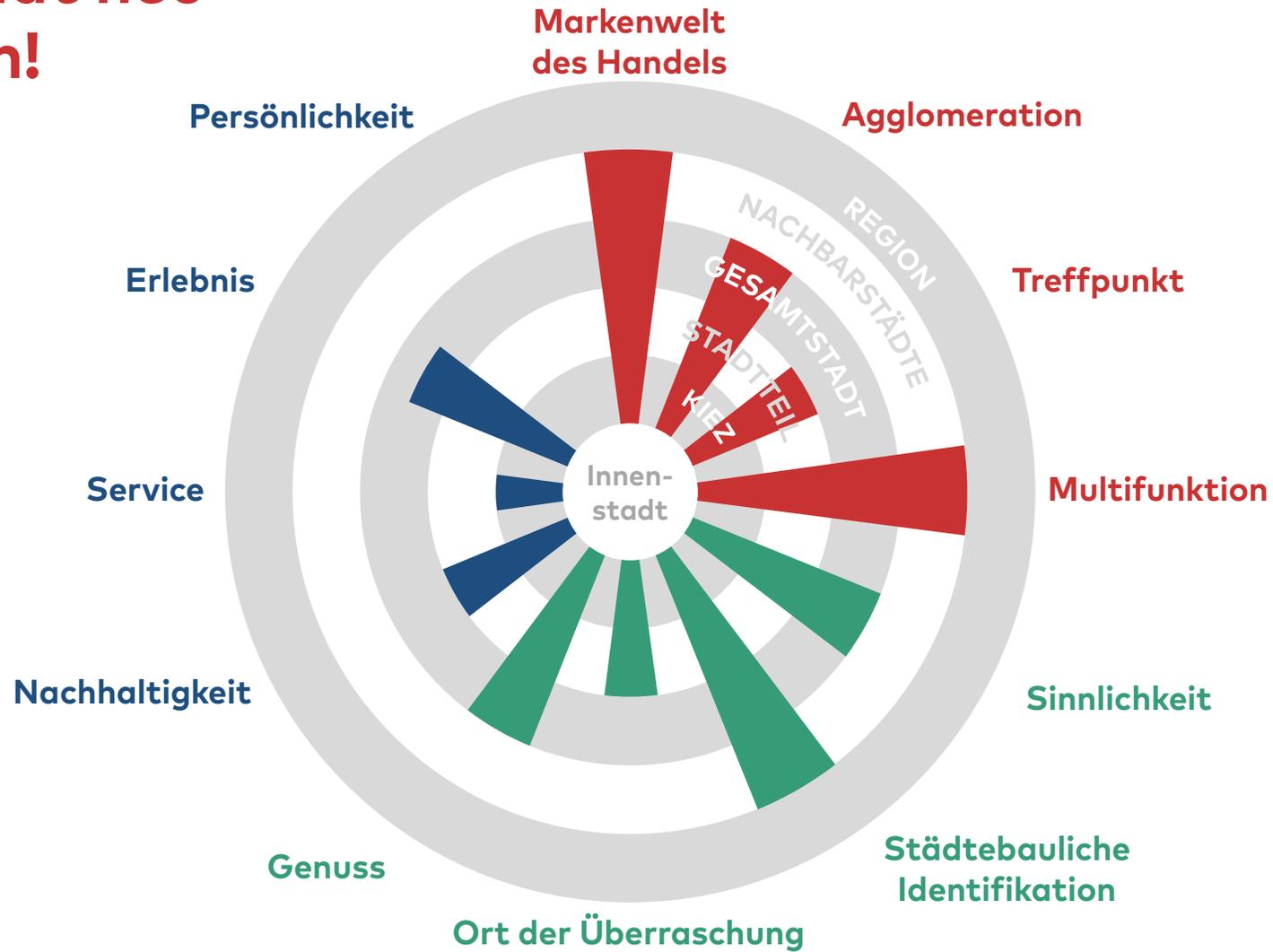
Kreative
Räume...

 INDIVIDUALITÄT

Gemeinsame
Aktivitäten...

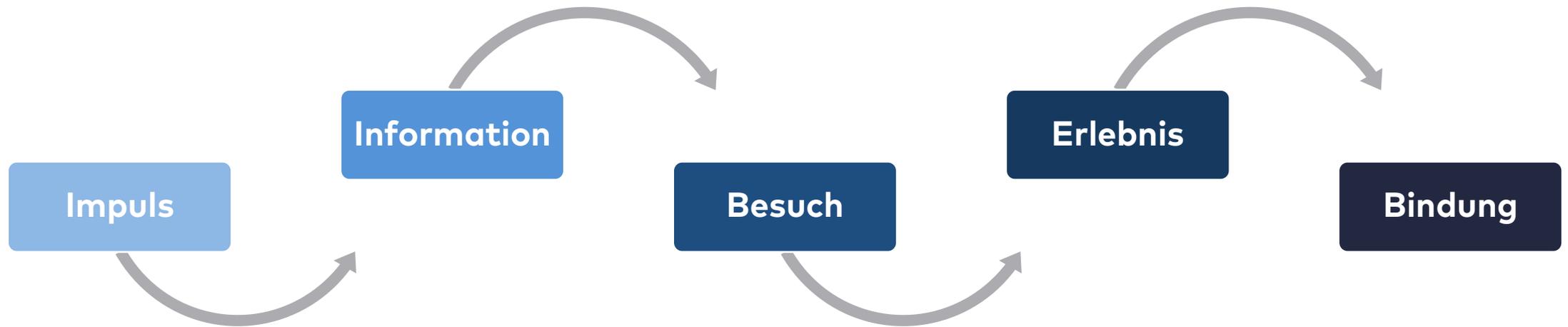
 MENTALITÄT

Die Innenstadt neu positionieren!

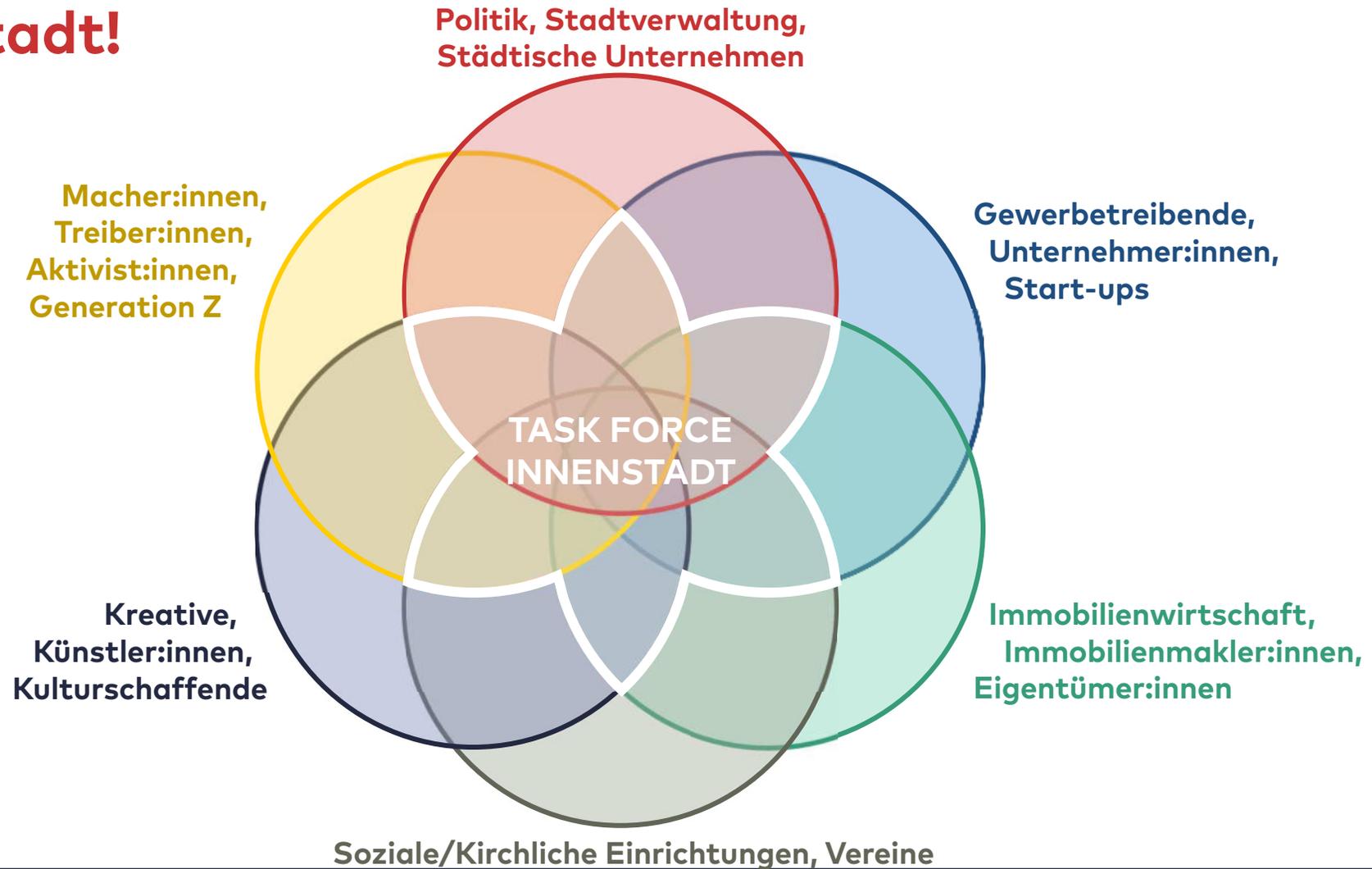


Quelle: Darstellung Stadt + Handel.

Voller Fokus auf die Visitor Journey!



Ein neues Bündnis für die Innenstadt!



Quelle: Darstellung Stadt + Handel.

BULLSHIT-BINGO

<p>„Dafür bin ich nicht zuständig.“</p>	<p>„Ich lass die Bude leer stehen. Es kommen schon wieder bessere Zeiten...“</p>	<p>„Hilfe, ich habe ein völlig veraltetes Geschäftsmodell. Retten Sie mich!“</p>
<p>„Das geht nicht, weil...“ [hier bitte beliebigen Grund einsetzen]</p>	<p>„Ein Café in meiner Immobilie? Dann lieber der Handyshop. Die zahlen mehr und machen keinen Ärger.“</p>	<p>„Igitt, ein Baum! Jetzt kann man ja gar nicht mehr mit dem Auto bis in mein Geschäft fahren...“</p>
<p>„Schicken Sie bitte einen schriftlichen Antrag.“</p>	<p>„Sanieren? Lohnt sich doch eh nicht mehr...“</p>	<p>„Igitt, ein Auto! Einfach raus damit aus der Innenstadt. Dann wird schon alles besser werden...“</p>
<p>„Per Fax.“</p>	<p>„Das ist doch mein Eigentum! Damit kann ich machen, was ich will...“</p>	<p>„Die Stadt muss doch...“ [hier bitte beliebige Forderung einsetzen]</p>

Ein neues Mindset!



Re-Start für die Innenstadt.
Kein Projekt, sondern ein Prozess!



Konzeptionell. Kompakt. Konkret.
Strategische Positionierung mit kompakter Analyse und konkreten Ergebnissen!



Sichtbar. Spürbar. Wahrnehmbar.
Aktivierender Prozess mit Quick Wins und langfristiger Tragfähigkeit!



Stadtmacher:innen gewinnen.
Neuer Innovationsgeist statt alte Denkmuster!



Co-Kreation statt Co-Ignoranz.
Wer wirklich mitreden will, der muss auch mitmachen!



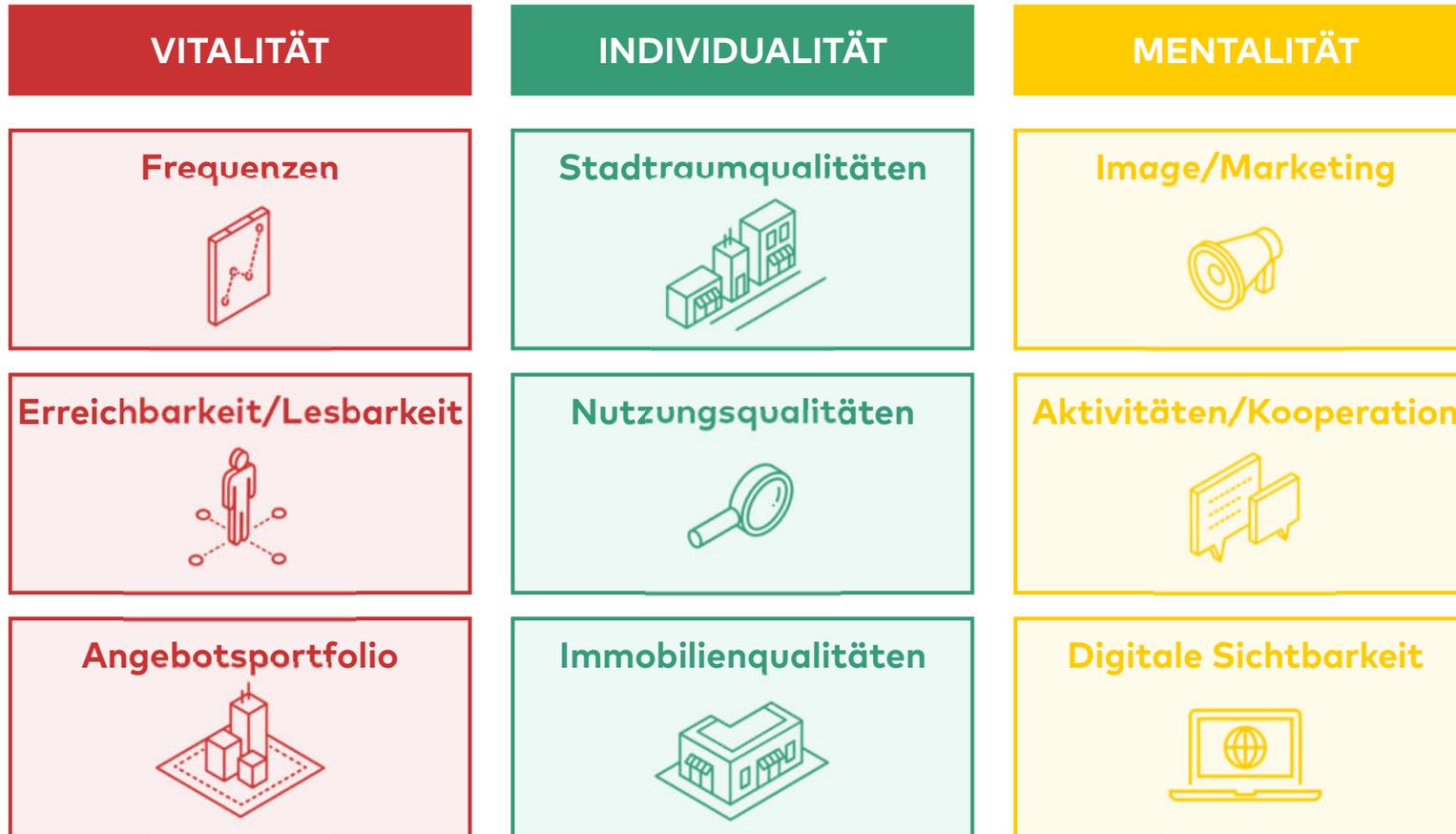
Neue Kollaborationen und Nachbarn.
Einbindung aller relevanten Stakeholder von Beginn an und auf Augenhöhe!

MUT. MOOD.

GUARDIANS OF YESTERDAY

Und wie jetzt...?

Eine Toolbox für die Innenstadt!



Quelle: Darstellung Stadt + Handel.



Erreichbarkeit/Lesbarkeit

Erreichbarkeit neu denken

Erreichbarkeit beginnt im **Kopf**, setzt sich **digital** fort, ist nicht auf ein **Verkehrsmittel** beschränkt und hört **nicht** am Parkplatz oder Bahnhof auf!



Angebotsportfolio

Handelsferne bzw. nicht-kommerzielle Frequenzbringer

Nicht-Handelsfunktionen (und nicht-kommerzielle Funktionen) werden wichtiger!

Frequenzen **für** den Handel,
anstatt Frequenzen **durch** den Handel!



Stadtraumqualitäten

Multifunktionale Stadträume ermöglichen



Quelle: Foto Margret Nußbaum 2017.



Stadtraumqualitäten

Temporäre Aufwertungen – auch im öffentlichen Raum



Quelle: Fotos Stadt + Handel.



Stadtraumqualitäten

Services im öffentlichen Raum



Handy-Lademöglichkeiten



Fahrrad-Reparaturstation



Lesebox

Quelle: Fotos Stadt + Handel.



Nutzungsqualitäten

Schaufensterdekorationen in Mittelstädten



Quelle: Fotos Stadt + Handel.



Nutzungsqualitäten

Unterschiede in Ladenauftritten



Quelle: Fotos Stadt + Handel.



Nutzungsqualitäten

Kleine Interventionen mit großer Wirkung



Quelle: Fotos Stadt + Handel.



Nutzungsqualitäten

Evolution von Schaufenstern bei Leerständen



Angstraum

Wimmelbild-Beklebung

3D-Folierung



Nutzungsqualitäten

Inwertsetzung von mindergenutzten Flächen/Immobilien



Soldekk Braunschweig



Immobilienqualitäten

Identifikation von und Entwicklungsempfehlungen für Schlüsselimmobilien



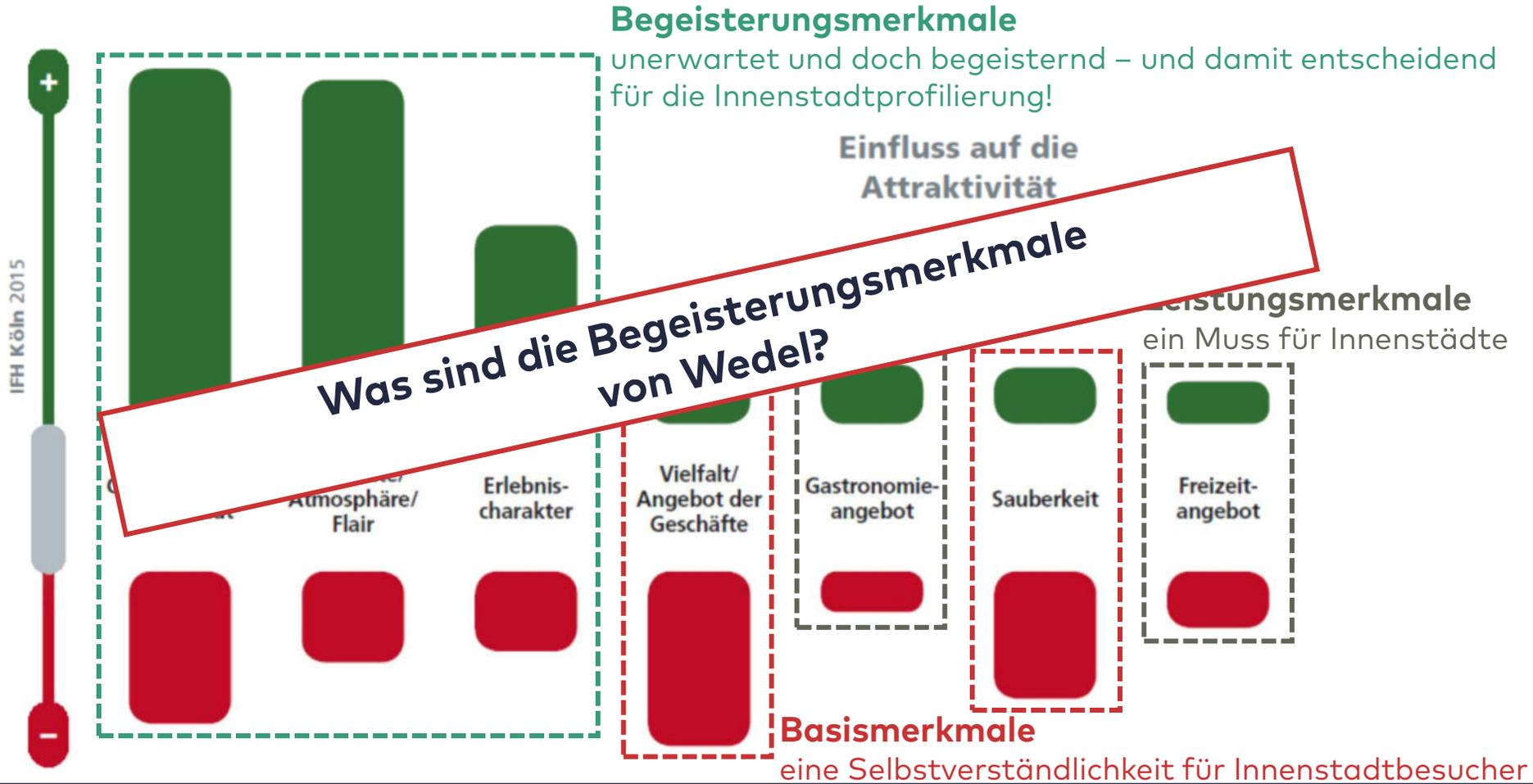
Die Immobilie an der Breiten Straße 12-13 liegt in zentraler Lage am Marktplatz und ordnet sich durch seine Fachwerkarchitektur in das ortsübliche Straßenbild ein.

Der südliche Marktplatz sollte zukünftig den zentralen Frequenzpol im Innenstadtzentrum bilden. Dazu bedarf es der Etablierung von Magnetbetrieben in diesem Quartier. Durch seine Verkaufsflächengröße ist die Immobilie als Standort für größere Einzelhandels- oder Gastronomiebetriebe mit hoher Kundenfrequenz geeignet. Zur zukünftigen Vermarktung sollte die Schaufensteranlage aufgewertet werden und eine Barrierefreiheit im gesamten inneren Erdgeschoss garantiert werden.



Image/Marketing

Tu gutes und rede darüber!

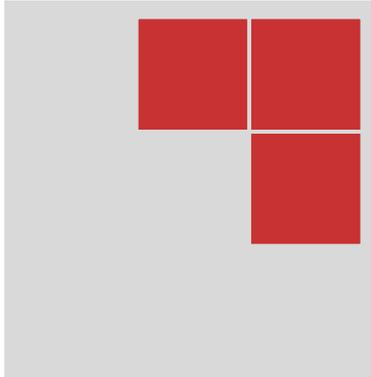


Quelle: IFH Retail Consultants 2015.

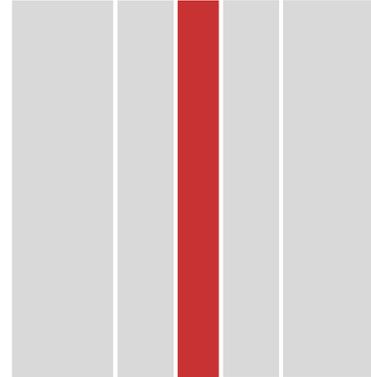


Aktivitäten/Kooperation

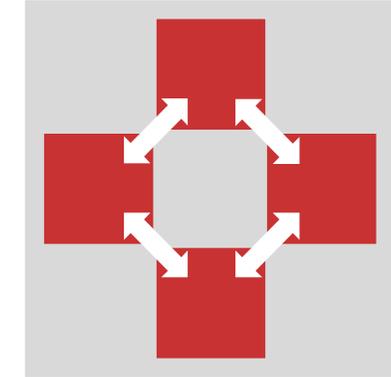
Aufbau einer zeitgemäßen Governance-Struktur



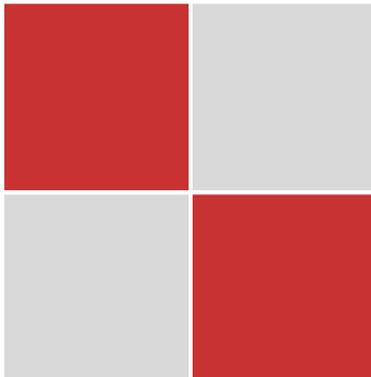
Kleiner Kreis an „Willigen“
(an den richtigen Stellen)



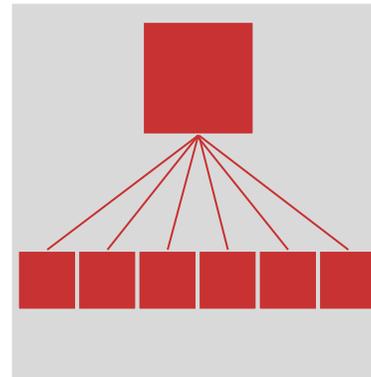
Schlanke Umsetzungsstrukturen, die auch
schnelle, autarke Entscheidungen ermöglichen



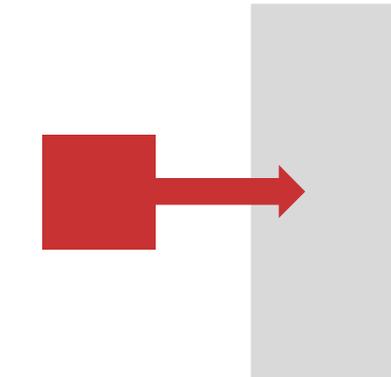
Professionalisierung der Zusammenarbeit
mit klaren Regeln und institutionalisiertem Austausch



Klare Aufteilung von Verantwortlichkeiten
zwischen den Akteuren



Professionelle Führung durch eine hauptamtliche,
stark interdisziplinär arbeitende Person



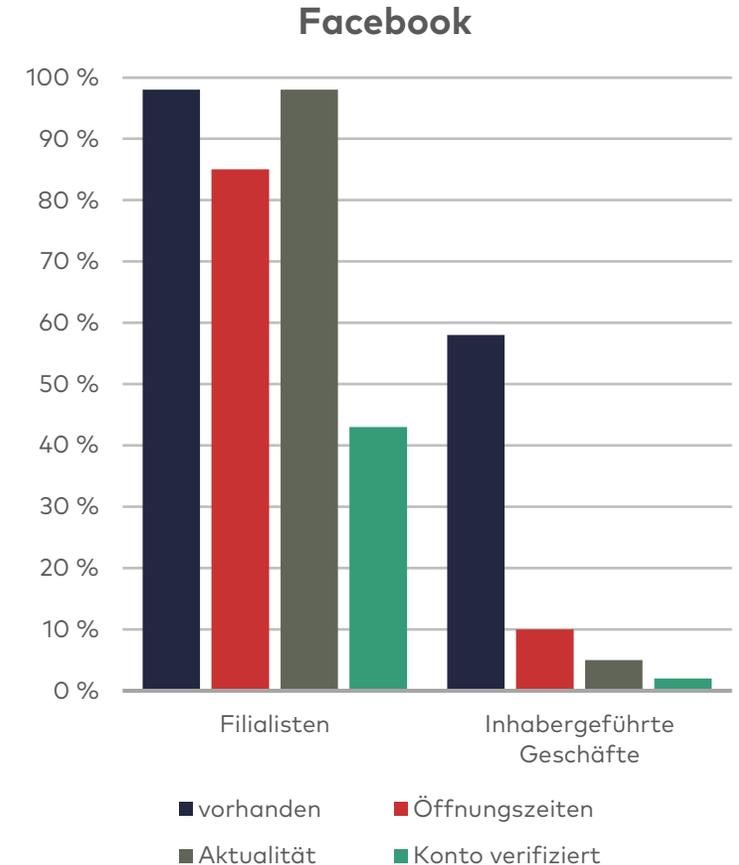
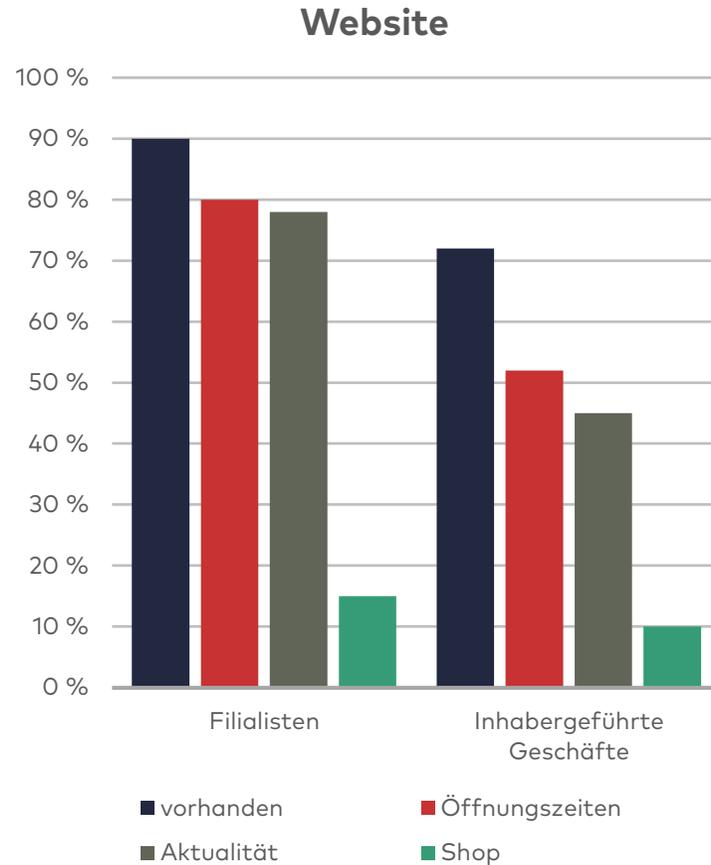
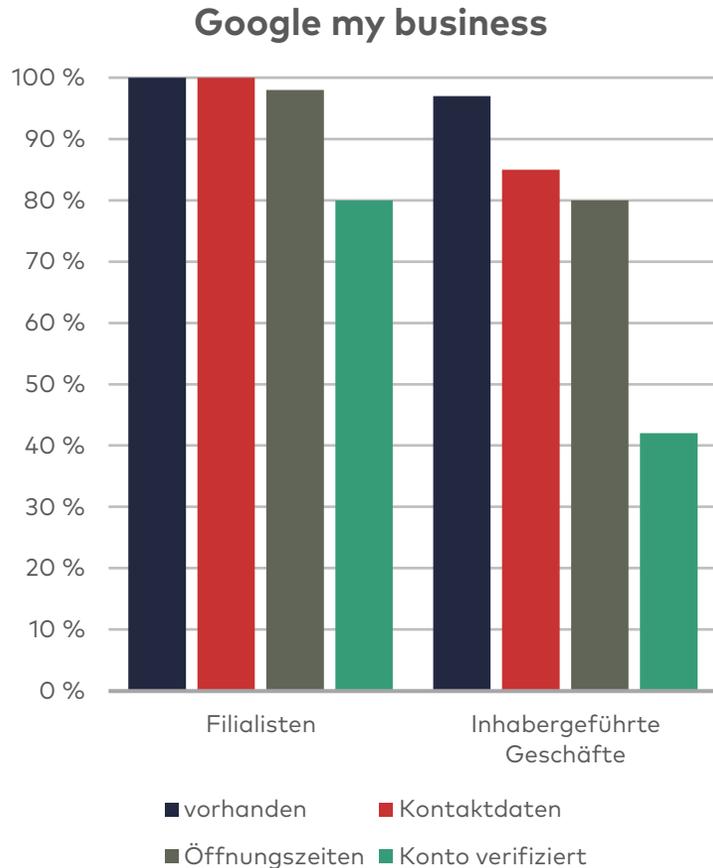
Impulsfunktion durch Einspeisung
von Fach-Know-how von außen

Quelle: Darstellung Stadt + Handel in Anlehnung an imakomm (Nationale Studie Zukunftsfeste Innenstädte) (ergänzt).



Digitale Sichtbarkeit

Wie sichtbar ist eigentlich wer in der Innenstadt...?

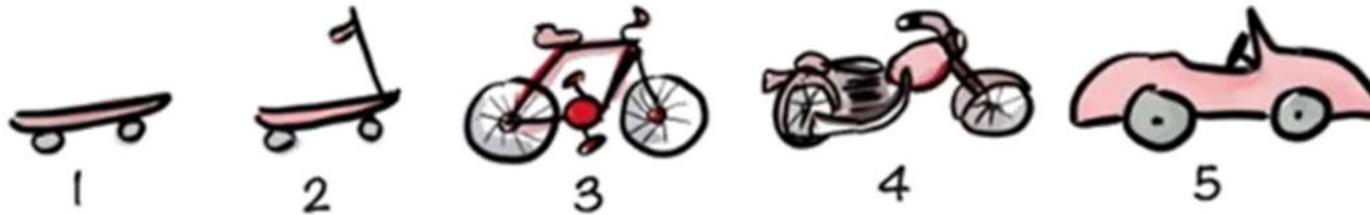
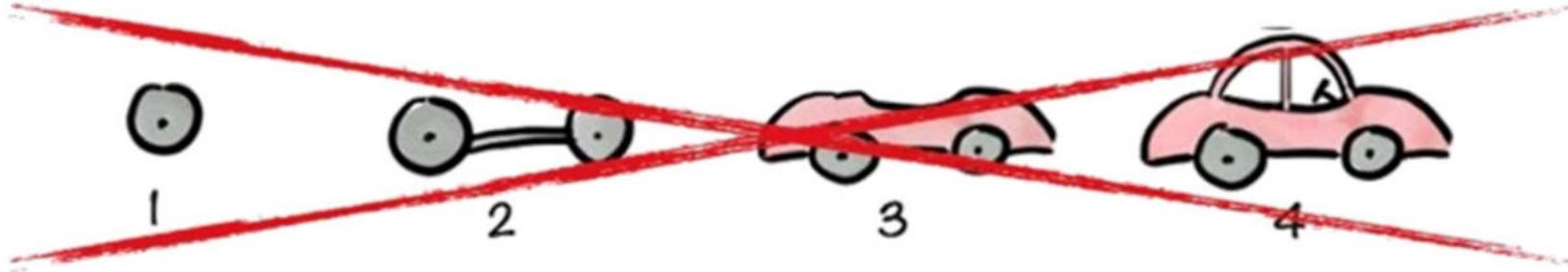


Quelle: Darstellung Stadt + Handel.

~~TRY OUT !~~

Schöne Ideen!

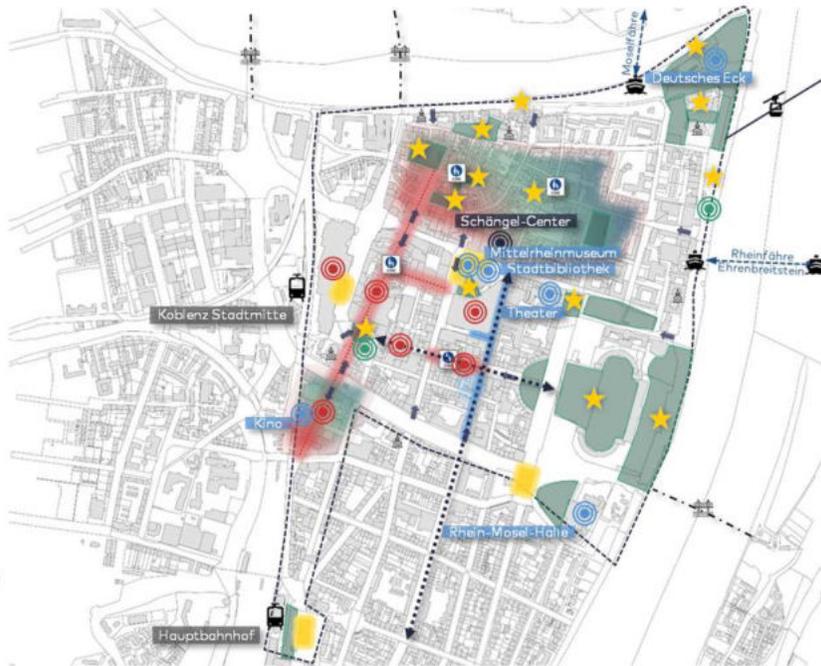
Aber wie bringen wir
die auf die Straße...?





STATUS-Quo

Ein Fitness-Check: Kompakte Analyse – auf den Punkt gebracht



STÄRKEN

- bestehende sektorale Konzepte bieten umfassende Aussagen zum Status Quo und zeigen konkrete Handlungsempfehlungen auf
- Einzelhandelsangebote des täglichen Bedarfs generieren Frequenzen für die Ortsmitte
- geringe Leerstandsquote
- wieftägiges Kultur- und Freizeitangebot schafft ganzjährig temporäre Zusatzangebote
- Angebote aus den Bereichen Dienstleistungen und Gastronomie versorgen die wohnortnahe Bevölkerung
- attraktive Außenraumkonzepte laden zum Verweilen ein
- überwiegend adäquate Immobilienqualität
- Vorhandensein stadtbildprägender Gebäude
- gepflegtes, sauberes Stadtbild
- Wageweiser jaglicher Art in gasambler Ortsmitte helfen zur Orientierung
- vorhandene Flächenpotenziale bieten Entwicklungsmöglichkeiten für neue Nutzungen und temporäre Experimentierumgebung

CHANCEN

- über eine klare Positionierung können die Innenstadtkonzepte einem klaren Ziel zugeordnet werden und bestmöglich auf die gewünschten Zielgruppen ausgerichtet werden
- zunehmendes gesellschaftliches Bewusstsein für Regionalität und Nachhaltigkeit führt zu einer erhöhten Nachfrage nach lokalen und regionalen Produkten (insbesondere im Bereich der Nahversorgungsangebote)
- kurze Wege und ein ansprechendes Angebotsmix machen die Ortsmitte langfristig zu einem attraktiven Wohnort
- Wochenmarktverengung setzt neue Impulse für Käufernähe der Ortsmitte
- Reaktivierung der TWE-Strecke macht die Ortsmitte attraktiv für bisher nicht erreichte Zielgruppen aufgrund vereinfachter Anreiseoptionen und ermöglicht Anbindung von Gastronomieangeboten
- Schulneubau sichert die Qualität als Bildungsstandort und bindet langfristig junge Zielgruppen am Standort
- Reaktivierung der Alten Dorfmaße schafft ein attraktives nördliches Eingangstor in die Ortsmitte + Anziehungspunkt für Besucherinnen und Besucher als eines der ältesten Gebäude der Ortsmitte

SCHWÄCHEN

- geringes Angebot an Anreiznutzungen entlang der Hauptverkehrsachse Gütersloher Straße/Paderborner Straße
- größtenteils Einzelhandelsanker sind städtebaulich vom Kernbereich der Ortsmitte abgegrenzt durch die städtebauliche Barriere der Gütersloher und Paderborner Straße sowie der Rheinstraße
- zunehmender Einzelhandelsbesatz in den Randlagen der Ortsmitte
- funktionale Ausgestaltung des flächenspezifischen Einzelhandels
- variierte Nutzungsqualität
- hohes Verkehrsaufkommen durch Paderborner und Gütersloher Straße und Zerschneidung der Nord- und Südradiale
- Unübersichtlichkeit und eingeschränkte Lesbarkeit des Stadtraums
- fehlendes Alleinstillparken-Konzept, um Bewohnerinnen und Bewohnern, aber auch Besucherinnen und Besuchern, an Park zu binden
- wenig Aufenthaltsorte für nachbarschaftliches Zusammenleben
- starke Verengung des öffentlichen Raums und geringes Angebot an Grün- und Freizeitanlagen

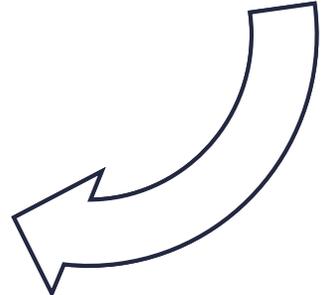
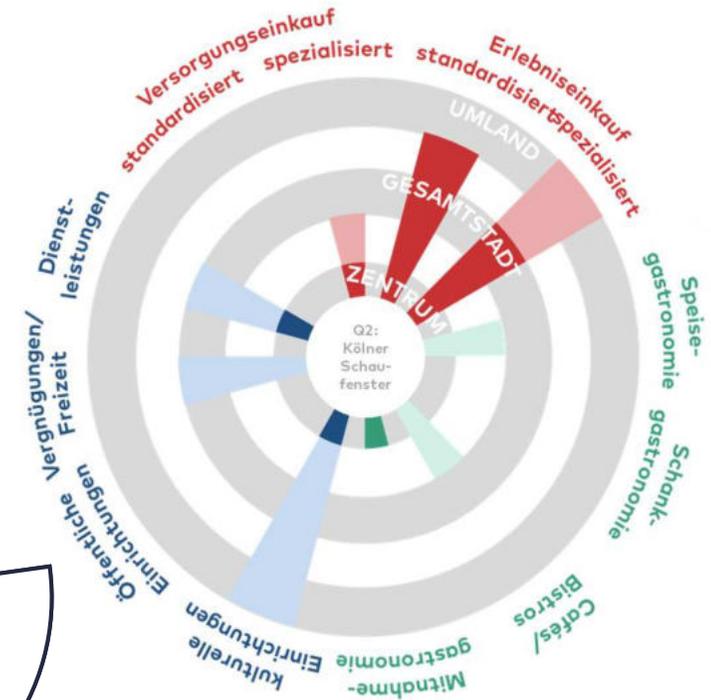
RISIKEN

- fehlende Einzelhandelsangebote für junge Leute führen zu langfristigen Frequenzrückgängen und einem Bedeutungsverlust als Einzelhandelsstandort
- negativer Einfluss auf die Kaufkraft und das Konsumverhalten durch anhaltende multiple Krisen (Energiekrise, Ukraine-Krise, Corona-Pandemie)
- zunehmende Konkurrenz durch Online-Handel führt zu Umsatzverlusten für Gewerbetreibende und Betriebsaufgaben von insbesondere dem qualitativen, inhabergeführten Einzelhandel
- Nachfolgeproblematik im Einzelhandel und dadurch zunehmender Leerstand
- Veränderung der Kundenläufe durch Betriebsaufgaben und Frequenzverluste wirkt sich negativ auf bestehende Angebote aus
- demographischer Wandel stellt neue Herausforderungen an Innenstädte und den öffentlichen Raum u. a. Barrierefreiheit oder seniorenrechtliches Wohnen
- fehlendes Grün führt aufgrund der Versauerung und damit einhergehend höheren Sommer zur Überhitzung der Innenstadt und Einschränkung der Aufenthaltsqualität



POSITIONIERUNG

Ein Narrativ für die Innenstadt hinter der sich alle vereinen!



Handlungsempfehlungen

- Schaffung kleinerer, individuell gestalteter Aufenthaltsinseln mit begleitenden gastronomischen Angeboten (z. B. Bistros, kleinere Speisegastronomien mit To-Go-Angeboten) in den Kreuzungsbereichen bzw. in den Seitenstraßen
- kreative Gestaltung des öffentlichen Raums in den Kreuzungsbereichen und Seitenstraßen, z. B. durch
 - Auslegen eines roten (oder andersfarbigen) Teppichs
 - farbliche Gestaltung oder Verwendung anderweitiger Materialien für den Untergrund
 - ansprechende Fassadengestaltung (z. B. Street-Art, Murals, Lichtinstallation, Kunstobjekte)
- Flächenzusammenlegung und vertikaler Ausbau der vorhandenen Immobilien zur Herstellung marktgerechter Flächenzuschnitte (insb. der Immobilien Hohe Straße 10B-116)
- kreative Neugestaltung der in die Jahre gekommenen Handelsfassaden, z. B. durch
 - Farbgestaltung
 - Materialmix bzw. besondere Materialien
 - Fassaden-/Dachbegrünung
 - innovative Architektur
- Förderung eines attraktiven Nutzungsmix in den Obergeschossen (u. a. Dienstleistungen oder Büroflächen für Start-Ups)

Quelle: Darstellung Stadt + Handel.



POSITIONIERUNG

Online-Beteiligung und Ad-hoc-Interviews

BARSINGHAUSEN MIT PERSPEKTIVE!
ONLINE-BEFragung
 zur Wahrnehmung der Barsinghäuser Innenstadt

Unter allen Teilnehmenden verlost die Stadt Barsinghausen 3x eine Barsinghausen-Tüte mit einem Einkaufsgutschein in Höhe von 25€ und weiteren Gewinnen

Ihre Meinung ist gefragt!

Bringen Sie Ihre Ideen, Anregungen und Wünsche ein!

JETZT MITMACHEN UNTER:
<https://befragung.stadt-handel.de/x3/Barsinghausen-Onlinebefragung>

STADT+HANDEL

Instagram

Ihre Meinung ist gefragt!

Bringen Sie mit im Rahmen der Befragung einer Innenstadterhebung für die zukünftige Entwicklung der Innenstadt ein!

JETZT MITMACHEN UNTER:

STADT+HANDEL

Stadt Dortmund MEDIENINFORMATION

11.10.2021

1626. **Machen Sie mit: Online-Befragung zur Zukunft der Dortmunder City**

Was zeichnet die Dortmunder Innenstadt in Ihren Augen aus? An welchen Orten in der City haben Sie sich am liebsten auf? Im Rahmen einer Online-Umfrage lädt die Stadt Dortmund um Ihre persönlichen Einschätzungen und Erfahrungen aus Ihren Besuchen in den Quartieren der Dortmunder City. Die Antworten fließen in die Analyse des Status Stadt + Handel ein, das im Auftrag der Stadt Dortmund den Ansatz eines Citymanagements für die Innenstadt entwickelt. Zur des Prozesses ist die Dortmunder City für die Zukunft optimal aufzubereiten. Die Fragen drehen sich um das Image der Stadt, die Nutzungen, die individuelle Bewertung ausgewählter Einzelaspekte wie z. B. Sicherheit, Attraktivität, Erreichbarkeit. Zudem können alle Teilnehmenden eigene Ideen einbringen.

#stadt_machen

Erweitert gemeinsam gestalten



POSITIONIERUNG

Perspektiven-Werkstatt

Platz für ein Foto!

MEIN NAME GANZ GROSS

So alt bin ich:

Hier bin ich zu Hause:

Ich wohne zusammen mit:

Ich arbeite als:

Ich beschreibe mich selbst als:

-
-
-

Das kann ich besonders gut:

Das mag ich gar nicht:

Am Wochenende findet man mich:

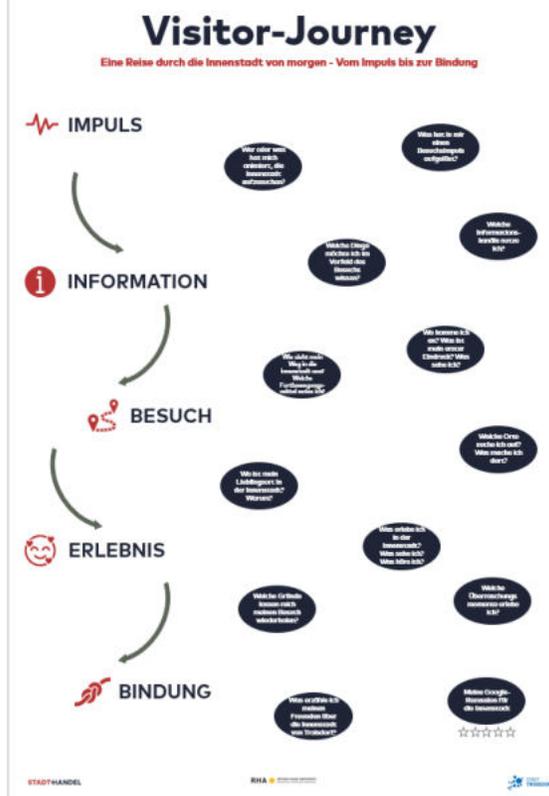
Mein Lieblingsort in der Troisdorfer Innenstadt ist:

Ich komme von A nach B mit:

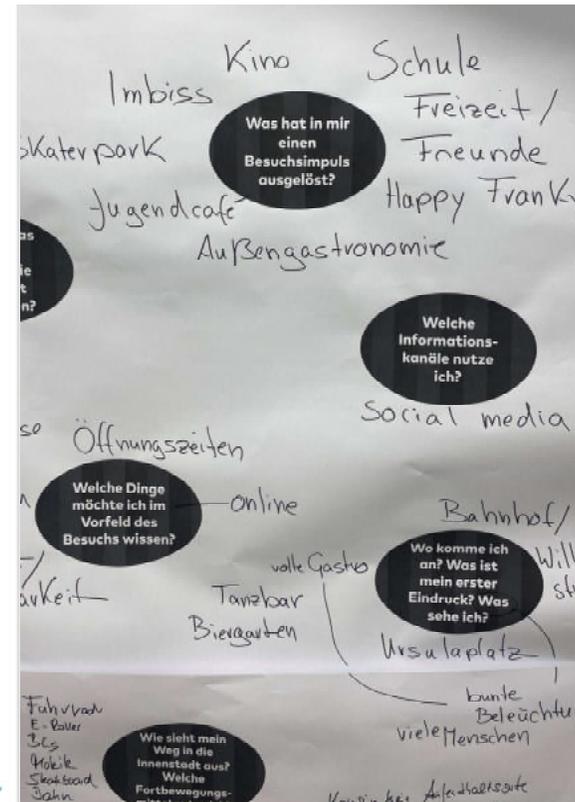
Meine Freunde würden über mich sagen:

STADT+HANDEL RHA REGIONALE ARBEITSGEMEINSCHAFT FÜR DIE REGION TROISDORF

Von der Persona ...



... über Zielgruppen ...



... zur Visitor-Journey



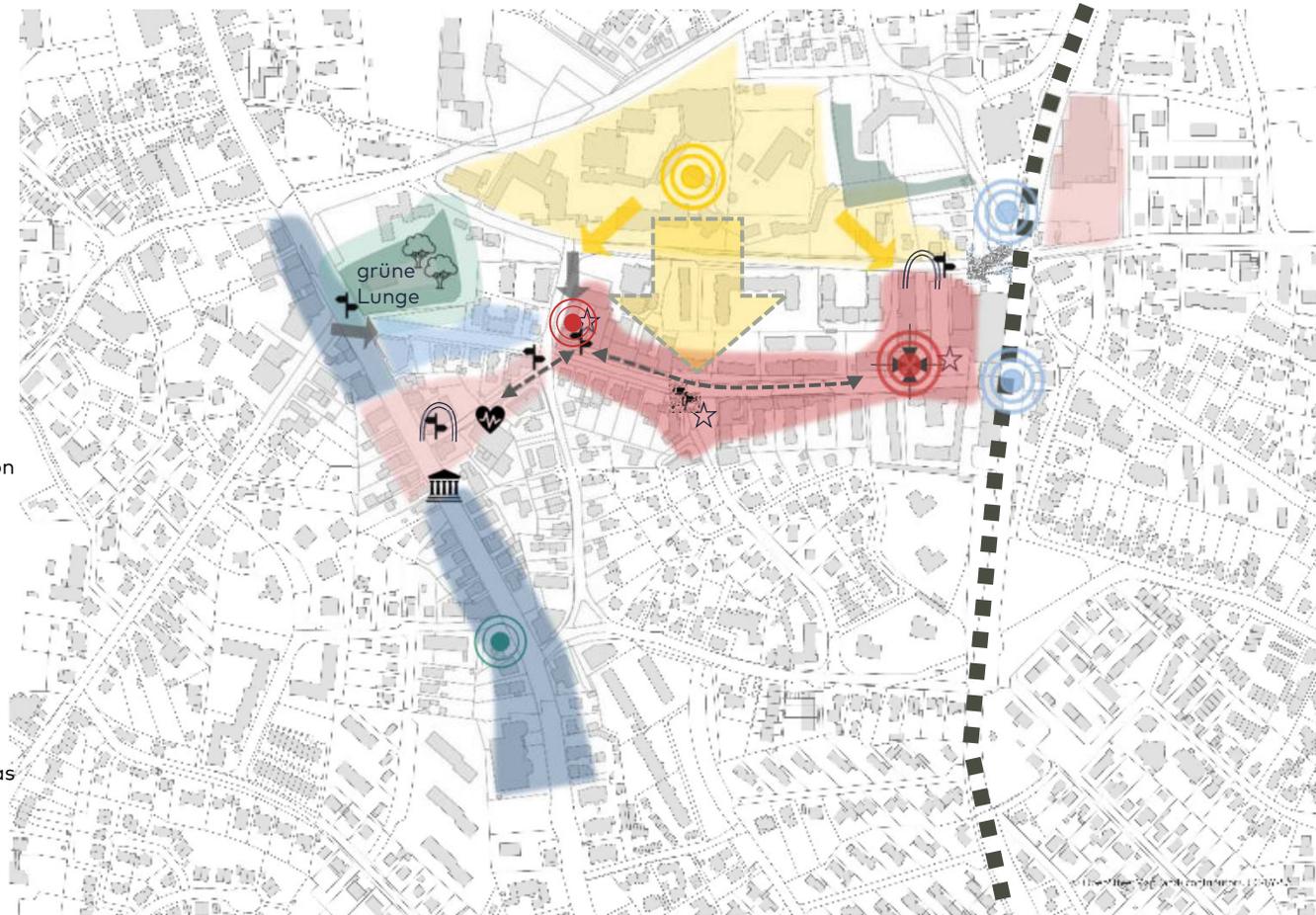
PROFILIERUNG

Neuordnung der Innenstadt: Welcher Bereich wird wie profiliert?

Legende

- Grünfläche
- Hauptfrequenzbereich
- Übergangsbereich
- Ergänzungsbereich
- Bildung / Kultur / Freizeit
- Gastronomieszwerpunkt
- Gesundheitsschwerpunkt
- Einzelhandelschwerpunkt
- Mobilitätsknotenpunkt
- Platzsituation/Aufenthalt
- Eingangssituation
- Stärkung der Eingangssituation
- Verbindung schaffen
- Konzentration von Nutzungen
- Wegeleitsystem
- „Grüne Lunge“
- Bewahrung des historischen Charakters
- Stärkere Einbeziehung von Bildung / Kultur / Freizeit in das Innenstadtzentrum

100 m





OPERATIONALISIERUNG

Mitmachbereitschaft durch ein Prototyping-Atelier



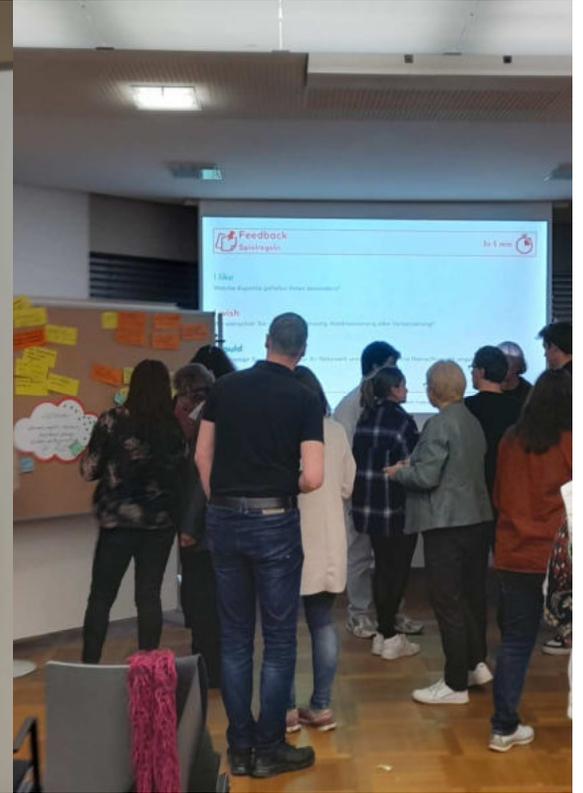
Von ersten Ideen ...



... über Prototypen ...



... zu echten Projekten!



Quelle: brandarena im Auftrag von StMWI.



OPERATIONALISIERUNG

Starter- und Schlüsselprojekte



Stadtstrand



Pop-Up-Oase



OPERATIONALISIERUNG

Integriertes Handlungskonzept



Funktionale Qualität

- 1a Marktkonzept Spezialitätenmarkt Neutorplatz
- 1b Bib-Bistro
- 1c Innenstadtwohnzimmer Dinslaken
- 1d Qualitätsoffensive Dinslakener Innenstadt
- 1e Umsetzung Verfügungsfonds Anmietungen
- 1f Zwischennutzungsinitiative
- 1g Pop-Up Restaurant
- 1h Standort-Gründer-Wettbewerb
- 1i Workshop zur Attraktivierung der Schaufenster- und Werbegestaltung

Städtebauliche Qualität

- 2a Umgestaltung Übergangsbereich Friedrich-Ebert-Straße
- 2b Umgestaltung der Passagen
- 2c Temporärer Neutorgarten

Markenqualität

- 3a Einrichtung einkaufserlebnis-dinslaken.de
- 3b Dinslakener Schaufenster

Organisationsstrukturen

- 4a Aktivierungs- und Umsetzungsstrategie
- 4b Neuaufstellung einer umsetzungsorientierten Werbegemeinschaft

VERSTETIGUNG

Abschlussveranstaltung



Quelle: Fotos Stadt + Handel.

DIALOGFORMATE

Gemeinsam handeln heißt gemeinsam reden!



PARTYZIPATION

Dialogformate nicht zum Selbstzweck, sondern zum Community-Building!



STATUS QUO

Neue Perspektiven und frische Denkanstöße

Input:
Lokales Know-how & Netzwerkwissen

Methode:
Vor-Ort-, Meta-, SWOT-Analyse

Output:
Funktionaler, städtebaulicher und akteur:innenbezogener Status quo



POSITIONIERUNG

Ein Narrativ für die Innenstadt hinter dem sich alle vereinen

Input:
Zukunftsbilder & Geschmacksmuster

Methode:
Personas, Point-of-View

Output:
Zielgruppenbetrachtung, Zielbildentwicklung, Entwicklungsstrategien



PROFILIERUNG

Eine Toolbox für die Innenstadt mit konkreten Projektansätzen

Input:
Ideenskizzen & Projektansätze

Methode:
Brainstorming, Ordnen, Priorisieren

Output:
Räumlich/thematisch konkretisierte Aktions- & Profilierungsempfehlungen



OPERATIONALISIERUNG

Sichtbare Prototypen, wirksame Interventionen

Input:
Umsetzungswille & -kompetenz

Methode:
Prototyping, Living Labs

Output:
Starter- und Schlüsselprojekte, Integriertes Handlungskonzept



VERSTETIGUNG

Aufbau dauerhaft tragfähiger Governance-Strukturen

Input:
Erfahrungswerte & Kooperationswille

Methode:
Community-Building, Storytelling

Output (z. T. optional):
Empfehlungen zu Finanzierungs- und Kooperationsmodellen, Monitoring

November 2023 bis Februar 2024

März bis Mai 2024

Juni bis Juli 2024

August bis Oktober 2024

November bis Dezember 2024



Öffentlichkeitsarbeit

Impuls-Veranstaltung



Öffentlichkeitsarbeit

Online-Beteiligung



Öffentlichkeitsarbeit

ggf. Ideenwettbewerb



Öffentlichkeitsarbeit

ggf. Stadt-Gespräche



Öffentlichkeitsarbeit

Abschlussveranstaltung



Workshop I:
Perspektiven-Werkstatt



ggf. Summer-Camp/
Innenstadt-Barcamp



Workshop II:
Prototyping-Atelier



ggf. Projekt-Sitzungen/
Runder Tisch



Outcome:
Fitness-Check
für die Innenstadt



Outcome:
Strategische Roadmap
für die Innenstadt



Outcome:
Profilierungswerkzeugkasten
für die Innenstadt



Outcome:
Projektplan und sofort
umsetzbare Maßnahmen



Outcome:
Stabile und bereits wirkende
Netzwerke/Kooperationen

Kick-off

Jour-fixe

Jour-fixe

Jour-fixe

Jour-fixe

Jour-fixe

Jour-fixe

Arbeitsebene

Multiplikator:innen

Entscheidungsebene

Vorstellung der Vorgehensweise
Planungsausschuss

Zwischenpräsentation
Planungsausschuss

Endpräsentation
Stadtrat

STRATEGIE & KONZEPTION

UMSETZUNG & MANAGEMENT

**KEIN KONZEPT ENTWICKELN.
SONDERN EINEN PROZESS GESTALTEN.
VON BEGINN AN.**

Die nächsten Schritte



jetzt

Impuls-Veranstaltung als öffentlicher Prozessauftritt

März 2024

Online-Beteiligung für alle Besucher:innen und Interessierte

März/April 2024

Perspektiven-Werkstatt für ein Zielbild der Wedeler Innenstadt

Die Herausforderungen der Zukunft...

...werden wir nicht mit dem
Denken und Handeln der
Vergangenheit meistern.

Und schon gar nicht alleine.

WEITERSAGEN ERLAUBT!

Neue Wege.
Klare Pläne.

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 Inhabern der Rechte. Stadt + Handel Beckmann und Föhler Stadtplaner GmbH wird mit der Verletzung dieser Untersagung zur Weitergabe und Veröffentlichung von allen Ansprüchen Dritter freigestellt. Die Verursacher:innen dieser Verletzung oder heranzuziehende Verantwortliche hierfür tragen die Kosten der ggf. notwendigen Abwehr von solchen Ansprüchen.

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

Get Together

Wir freuen uns auf Sie!

