

Klaus Mensing
15. Mai 2018

**Planungskonzepte für die Rodenberger Innenstadt
Ziele, Bestandsanalyse, Konzeptskizze, Maßnahmenideen
(Entwurf CONVENT Mensing)**

1. Die Ziele

Die Stadt Rodenberg erarbeitet derzeit mit fachlicher Unterstützung durch das Büro CONVENT Mensing Planungskonzepte für das Gebiet rund um den Amtsplatz und die Lange Straße. Ziel ist die Stärkung des Geschäftsbesatzes im Zentralen Versorgungsbereich. Darüber hinaus stehen die Stärkung der Wohnfunktion, die Sicherung ortsbildprägender Altbaubestände sowie Angebote für verschiedene Zielgruppen im Fokus.

Was soll die Rodenberger Innenstadt in Zukunft bieten? Einkaufsort, Treffpunkt, Wohnstandort, Startpunkt für Freizeitaktivitäten im Burgpark oder lieber ...? Es gibt viele Wünsche, aber nicht alles ist machbar. Modernere Flächen, ein umfassendes und aktuelles Sortiment, Geschäftsnachfolgen, Onlinehandel – die Herausforderungen für Einzelhändler und Dienstleister werden nicht weniger. Aber eine attraktive Innenstadt braucht attraktive Geschäfte und eine hohe Aufenthaltsqualität. Und es braucht Kunden, die dort auch hingehen, etwas einkaufen oder ein Eis essen – und sich dort wohlfühlen!

Die Erarbeitung der Planungskonzepte erfolgt **im Dialog mit den Akteuren vor Ort auf mehreren Werkstätten**: Nach der Bestandsaufnahme im Oktober 2017 hat Klaus Mensing auf einer öffentlichen Ausschusssitzung am 14. November 2017 erste Ideen vorgestellt. Im Januar 2018 fanden die Befragung der Rats-Mitglieder und die Start-Werkstatt mit der Politik statt und darauf aufbauend am 22. Februar die Werkstatt mit den Gewerbetreibenden.

Auf der Bürger-Werkstatt am 12. April hatten die Rodenberger*innen Gelegenheit, Wünsche und konkrete Ideen für ihre Innenstadt zu äußern. Anschließend werden die Planungskonzepte mit Politik und Verwaltung diskutiert und einzelne Schlüsselprojekte konkretisiert.



2. Wie ist die Lage? Bestandsanalyse

Der Geschäftsbesatz erstreckt sich entlang der Langen Straße zwischen Allee und Mühlenstraße mit einer Konzentration im Bereich Amtspatz. Neben dem Facheinzelhandel gibt es eine Reihe von Dienstleistern (z. B. Versicherungen, Reisebüro) und Gesundheitsanbieter. Insbesondere im Umfeld der Magneten WEZ und Rossmann gibt es einen attraktiven Besatz, sowohl am Amtspatz als auch in der Langen Straße. Der Geschäftsbesatz verfügt über keinen durchgängigen Lauf; die „**Lücken**“ sind zum Teil gekennzeichnet durch wenig attraktive Gebäude (darunter auch die Rückseite des WEZ). Aber auch einige Geschäfte könnten durchaus ihre Schaufenster attraktiver gestalten.



Das Eiscafé Dolomiti ist ein beliebter Frequenzbringer; darüber hinaus gibt es mit dem Ratskeller, dem Blitz-Grill sowie der Bäckerei Hünenberg und dem Vorkassenbäcker Novecento im WEZ insgesamt nur ein **begrenzt**es Gastronomieangebot.

3. Was ist zu tun: Konzeptskizze „Innenstadt Rodenberg 2020“

Die Planungskonzepte beinhalten eine **grundlegende Strategie mit Handlungsfeldern**, verschiedene Varianten, insbes. bzgl. der Standorte sowie möglicher Investitionen (insbesondere der Volksbank) sowie zahlreiche **Maßnahmen**, für deren Umsetzung Akteure gewonnen werden müssen. Neben Stadt und Gewerbeverein relevant sind hierfür engagierte Geschäftsleute, handlungsbereite Eigentümer sowie verfügbare Flächen und Immobilien.

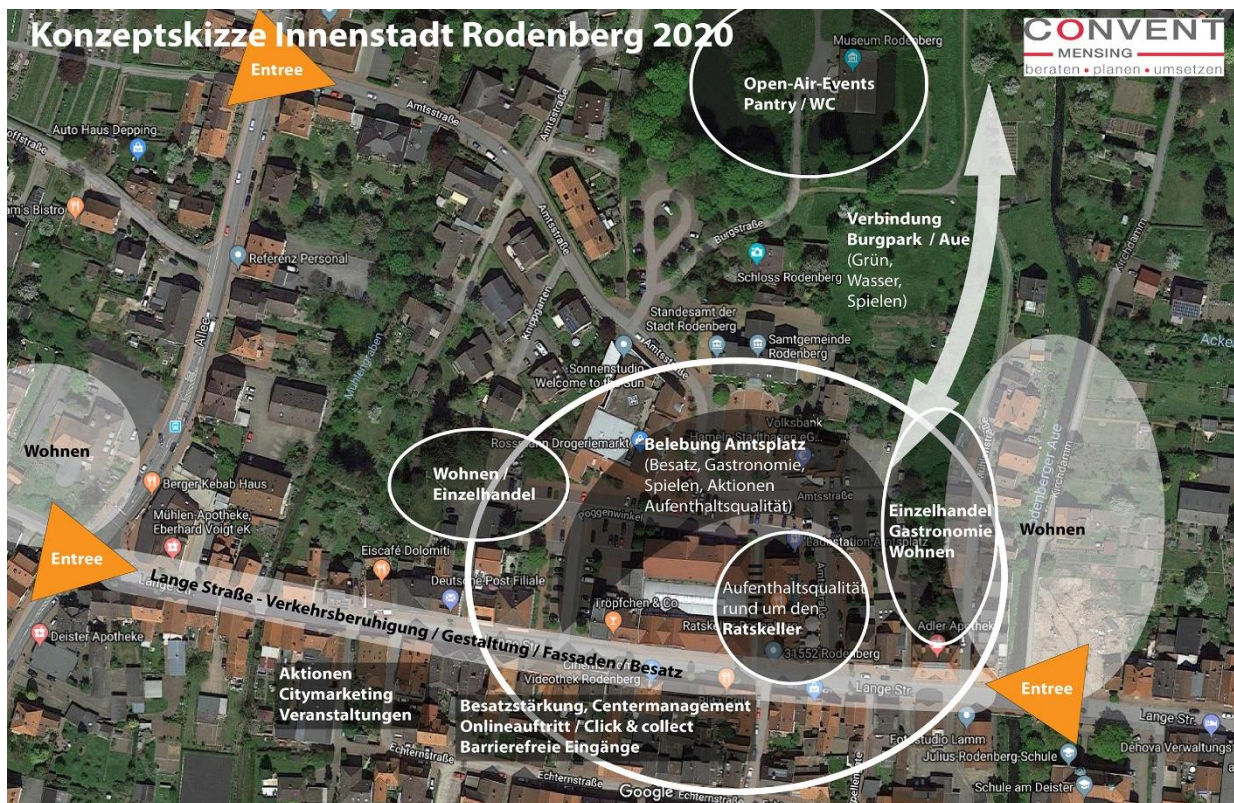


- Im Vordergrund steht die **Stärkung des vorhandenen Geschäftsbesatzes** – soweit möglich ergänzt um neue Angebote, auch außerhalb des Einzelhandels. Da die Ansiedlung neuer Geschäfte schwierig ist, sind die vorhandenen Geschäfte zu stärken und attraktiv(er) zu gestalten – einschließlich moderner Online-Angebote und -Services.
- Ebenso relevant ist die **Erhöhung der Aufenthaltsqualität**: sowohl im gebauten öffentlichen Raum mit Möblierung, Beleuchtung etc., als auch als Erlebnisraum mit kulturellen und sportlichen Veranstaltungen, Aktionen und Events oder kreativen Stadtmöblierungen („Hingucker“).
- Ein Handlungsfeld ist die ansprechende und marktgerechte **Gestaltung der Fassaden, Schaufenster, Eingänge und Verkaufsräume**, um die Qualitäten des stationären Handels zu stärken (ggf. unterstützt durch ein kommunales Förderprogramm als Investitionsanreiz).



- Die Rodenberger*innen (und die Neubürger) sind – als wichtigstes Kundenpotenzial – für „ihre“ Innenstadt zu begeistern – insbesondere die, die in den Einfamilienhaus-Gebieten wohnen und per Auto schnell in Bad Nenndorf oder woanders sind. (Kaufkraft im Ort halten)
- **Citynahes Wohnen** ist eine Option, um die Innenstadt zu beleben, Gastronomie auszulasten und Frequenz zu schaffen. Die Zielgruppen reichen von jungen Pärchen über Familien mit Kindern bis zu Senioren. Mit dem Vorhaben an der Mühlenstraße sowie perspektivisch einer Folgenutzung für das Hotel Stockholm ist die Stadt Rodenberg hier auf dem richtigen Weg.
- Die Maßnahmen müssen flankiert werden durch ein **Citymarketing**, das mit kreativen Aktionen auf die Qualitäten der Innenstadt aufmerksam macht, sowie ein **Citymanagement** in enger Zusammenarbeit zwischen Stadt und Gewerbeverein, Geschäftsleuten und Eigentümern.

Die **Konzeptskizze „Innenstadt Rodenberg 2020“** zeigt die wichtigsten Handlungsfelder und Maßnahmen, die für die Entwicklung der Rodenberger Innenstadt eine zentrale Rolle spielen.



4. Maßnahmenideen

Auf den bisherigen Werkstätten wurden zahlreiche Maßnahmenideen geäußert, die noch konkretisiert und bezüglich der Machbarkeit geprüft werden müssen:

- Aufenthaltsqualität, Gestaltung und Spielgeräte auf dem Amtsplatz: **z. B. ein Sonnensegel und / oder eine Sandkiste auf dem Roten Platz.** (nach Umbau der Sparkasse).



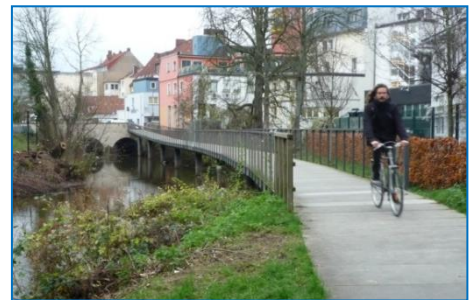
- **Fassade des WEZ zur Langen Straße gestalten:** durch Begrünung, Beleuchtung oder auch Folien mit Motiven oder ein Graffito (auf den verputzten Flächen des Gebäudes).
 Quelle Beispiel rechts: Wandgestalten.de.



- **Beleuchtung von Gebäuden:** Bislang ist nur der Ratskeller illuminiert. Beleuchtung schafft insbesondere in der dunklen Jahreszeit Stimmung und ist in Städten mittlerweile Trend.

- **Gestaltete und beleuchtete Stadttore:** Die Eingangsbereiche zur Innenstadt könnten durch angelegte Tore plus Beleuchtung stärker hervorgehoben werden.

- **Weg (als Steg wg. möglicher Überflutungen) von der Innenstadt zur Schlossinsel, zum Burgpark und zur Aue,** um diese Bereiche mit der Innenstadt zu verbinden – ergänzt durch Events auf der Schlossinsel. (→ Vernetzung mit Zukunft Stadtgrün-Planungen)



- **Barrierefreie Geschäftseingänge,** um älteren Mitbürger*innen ein entspanntes Einkaufserlebnis zu bieten.

- **Mehr Fahrradbügel** für die radfahrenden Kunden und Touristen.

- **Blumen / Bepflanzung im Straßenraum:** Die bisherigen Bepflanzungen z.B. an den Geländern über der Aue kommen gut an.

- **Rodenberger Schlosstaler,** der a) als Schokoladentaler (Beispiel Frenkels Nenndorfer Schlamm) als Werbung für die Stadt Rodenberg bzw. als Mitbringsel dient und in den Geschäften käuflich zu erwerben ist, b) als geprägte Münze im Wert von 5 oder 10 Euro ausgegeben wird und besondere Maßnahmen zur Stärkung der Innenstadt finanziert und c) als Einkaufsgutschein genutzt wird.



- **Veranstaltungen und Einzelhandel:** Veranstaltungen wie der Martinimarkt sind wichtige Angebote an die Rodenberger*innen (Hier ist was los!), aber auch verbunden mit Einschränkungen für die lokalen Geschäfte. Wie kann ein gegenseitiger Nutzen generiert werden? Hier sind Lösungen zu finden, wie auch die Geschäfte besser von den Veranstaltungen in der Innenstadt profitieren können.

- **Wettbewerb für Jugendliche „Dein cooles Foto für Rodenberg“** plus Präsentation in Schaufenstern Leerstand sowie auf Facebook und Instagram.

