

**PERSPEKTIVEN
FÜR DIE INNENSTADT
VON HOMBERG (OHM)
ABSCHLUSSBERICHT**

HOMBERG (OHM) IST EINE KLEINSTADT IM AUFBRUCH.

Eine schöne historische Altstadt, sogar ein Schloss, der ganze Ort eingebettet in die Natur, ein funktionierendes Vereinswesen, gute Schulen und Kinderbetreuung – Homberg hat eigentlich alles, was das Leben in einer Kleinstadt attraktiv macht.

Aber die langfristigen Trends beeinflussen natürlich auch Homberg (Ohm): Der demografische Wandel, Individualisierung, Rückzug ins Private, verändertes Konsumverhalten – all das hat Auswirkungen auf das Zusammenleben vor Ort. Und zeigt sich deutlich in der Innenstadt als zentralem Ort.

Aber die Stadt bricht gemeinsam auf: Ein ISEK ist entstanden, am hier vorliegenden Innenstadtkonzept haben Viele mitgewirkt, Baustellen (im doppelten Wortsinn) wie der historische Bahnhof werden jetzt bearbeitet. Um nur einige Beispiele zu sagen.

Die lokale Gemeinschaft stärken, die Innenstadt wieder attraktiv machen, mehr Menschen anziehen, zur Erholung oder zum Leben – das sind realistische Ziele für Homberg (Ohm).

DER AUFTRAG: IMPULSE UND PROJEKTE FÜR HOMBERGS INNENSTADT UND DEN HISTORISCHEN BAHNHOF.

Im Rahmen des Bundesförderprogramms „Zukunftsfähige Innenstädte und Zentren“ hat die Stadt Homberg (Ohm) die Erarbeitung von Perspektiven für die Innenstadt und den historischen Bahnhof in Auftrag gegeben. Diese Perspektiven sollten zusammen mit einem kompakten Beteiligungsprozess Leitlinien für die zukünftige Innenstadtentwicklung vorgeben. Im Fokus dieser Arbeit steht die Belebung der Innenstadt und auch des Einzelhandels, aber auch der Gastronomie.

Ziel war, konkrete Projekte und Maßnahmen zu entwerfen, die anschließend mit weiteren Mitteln (u.a. einem Verfügungsfonds) umgesetzt werden sollen.

Die Beteiligung sollte möglichst viele Impulse aus Homberg einfangen, und zwar über eine Befragung der Bürger:innen und zwei Workshops mit Menschen aus der Stadt.

Das zuvor erarbeitete ISEK diente als Grundlage für den Prozess.

EINE INTERESSANTE UND SCHWIERIGE AUFGABE: DEN HISTORISCHEN BAHNHOF IN WERT SETZEN.

Neben der Innenstadt selbst haben wir in dem Prozess auch den historischen Bahnhof „neu gedacht“. Das Gebäude befindet sich am äußeren Rand der Innenstadt und droht zu verfallen. Schon aufgrund des Denkmalschutzes wird das Gebäude erhalten werden.

In zwei Workshops haben wir uns mit möglichen Szenarien und Perspektiven für das Areal beschäftigt und Kriterien entwickelt, mit der potenzielle Investoren angesprochen werden sollen.

Fest steht: Das gesamte Areal, sowie das Bahnhofsgebäude selbst, sind ein wichtiges Entrée für die Stadt und bieten Perspektiven für eine multifunktionale Nutzung.

DIESEN LEITFRAGEN IST DER PROZESS GEFOLGT:

- Wie wird die Innenstadt aktuell genutzt und was sind konkrete Wünsche?
- Wie schaffen wir es, dass Menschen gern in die Innenstadt kommen, sich dort aufhalten und auch konsumieren?
- Welche Projekte tragen dazu bei, dass sich die Hombergerinnen und Homberger mit „ihrer“ Innenstadt identifizieren?
- Welche Zielgruppen müssen wie adressiert und für die Innenstadt begeistert werden?
- Wie können Leerstände möglichst langfristig behoben werden?
- Wie kann ein revitalisiertes Bahnhofsareal zur Innenstadtbelebung beitragen?

Grundlagen	7
Der Prozess und seine Bausteine	20
Die aktuelle Situation der Innenstadt	24
Projekte für eine vitale Innenstadt	66
Handlungsfelder	89
Neugestaltung des historischen Bahnhofs	94
Empfehlungen	115
Quellen	129

GRUNDLAGEN

FÖRDERKULISSE

ZUKUNFTSFÄHIGE INNENSTÄDTE UND ZENTREN.

Für das Bundesprogramm „Zukunftsfähige Innenstädte und Zentren“ stehen 250 Mio. Euro zur Verfügung. Gefördert werden Kommunen mit Vorhaben zwischen 200.000 Euro und maximal 5 Mio. Euro mit einer Laufzeit von 2022 bis maximal August 2025.

Ziel ist, Städte und Gemeinden bei der Bewältigung akuter und struktureller Problemlagen („Verödung“) in den Innenstädten, Stadt- und Ortsteilzentren zu unterstützen, indem diese als Identifikationsorte der Kommune zu multifunktionalen, resilienten und kooperativen Orten (weiter) entwickelt werden.

Zukunftsfähige 
Innenstädte und Zentren

„Viele Städte und Gemeinden sind von tiefgreifenden Veränderungen in ihren Innenstädten, Stadt- bzw. Ortsteilzentren und Ortskernen betroffen. Das gilt vor allem für einen anhaltenden Strukturwandel im innenstädtischen Einzelhandel.

Im Ergebnis stehen ehemalige Kaufhäuser sowie Ladenlokale leer und es kommt zu einem Trading-Down-Effekt. Aber auch andere Nutzungen wie Tourismus und Gastgewerbe, Kultureinrichtungen oder Kirchen, gewerbliche Nutzungen und die Wohnnutzung sind zum Teil in ihren jetzigen Angebots- und Betriebsformen nur noch gering gefragt oder nicht mehr tragfähig.

Die Auswirkungen der Corona-Pandemie beschleunigen diese strukturellen Entwicklungen zusätzlich und decken die drängenden Handlungsbedarfe auf. Es bedarf z.T. erheblicher funktionaler, städtebaulicher und immobilienwirtschaftlicher Anpassungen in den Innenstädten, Stadt- und Ortsteilzentren, um die generelle Funktion dieser Handlungsräume für die Gesamtstadt langfristig zu sichern.“

HANDLUNGSANSÄTZE, DIE DAS PROGRAMM VERFOLGT.

„Ein Schlüssel zur Stärkung der Innenstädte und Zentren liegt in einer ausgewogenen Nutzungsmischung und -vielfalt. Es hat sich gezeigt, dass besonderes divers aufgestellte Zentren krisenfest und resilient auf den Strukturwandel reagieren. Es gilt dabei, die Innenstädte und Zentren als Erprobungsräume und Reallabore zu nutzen, um einer möglichen einseitigen Nutzungsstruktur entgegenzuwirken.

Die Ansätze können sich auf einzelne Gebäude, aber auch auf ganze Stadtbereiche konzentrieren. Gemeinsam ist, dass sie aus der Nutzungsvielfalt einen Mehrwert generieren, der allen Akteuren zugutekommt. Für die Umsetzung braucht es daher eine neue Bau- und Planungskultur unter Einbeziehung aller Akteure, der bereits etablierten Innenstadtakteure wie auch neuer Gruppen, die bisher in der Innenstadtentwicklung nur selten vertreten waren (...)

Neben einer Stärkung der Nutzungsvielfalt benötigt eine lebendige Innenstadt oder ein lebendiges Zentrum eine gute Aufenthaltsqualität für die Bürgerinnen und Bürger. Auch vor dem Hintergrund des Klimawandels sind die Zentren grün, gesund und klimaresilient zu gestalten.“

ZUKUNFTSFÄHIGE INNENSTÄDTE UND ZENTREN IN HOMBERG (OHM).

Die Ausarbeitung der Innenstadtstrategie ist teilfinanziert durch das Bundesministerium für Wohnen, Stadtentwicklung und Bauwesen.

„Die ‚Innenstadt-Strategie‘, ein kooperativer, integrierter und mehrstufiger Prozess, überführt bisherige Einzelideen für die Innenstadt von Homberg (Ohm) in Strategiekonzepte, die mit der Bürgerschaft und der Politik diskutiert, entwickelt und gemeinsam beschlossen und getragen werden. Dafür sollen zunächst ein Innenstadtkonzept sowie ein Digitalisierungs- und Mobilitätskonzept erarbeitet werden. Begleitet werden diese Prozesse von einem Zentrenmanagement, der Einrichtung eines Verfügungsfonds, der Anmietung leerstehender Räumlichkeiten, einem breiten Zentrenmanagement und Bürgerbeteiligung sowie der Durchführung baulich-investiver Maßnahmen zur Aufwertung von Gebäuden.“

DIE LAGE UNSERER INNENSTÄDTE

WARUM INNENSTÄDTE UNTER DRUCK STEHEN.

Ein gesellschaftlicher Wertewandel, veränderte Konsummuster und der zunehmende Digitalisierungsdruck sind große Herausforderungen für alle in der Innenstadt - und das gilt nicht nur für den stationären Einzelhandel.

Der umfassende Wandel in der Innenstadt ist ein Phänomen, das durch die Corona Pandemie stark beschleunigt wurde. Lockdowns und ausbleibende Frequenzen über einen langen Zeitraum haben schonungslos gezeigt, wie störanfällig und teilweise fragil viele Innenstadtangebote sind. Die Nachwirkungen werden teilweise erst heute im Jahr 2024 wirklich sichtbar.



DREI THEMEN, DIE DEN EINZELHANDEL HERAUSFORDERN.

Erstens: Es kommen weniger Menschen zum Shoppen in die Stadt. Nach einer Umfrage des Handelsverbands Deutschland gaben die befragten Händlerinnen und Händler an, dass die Frequenz - insbesondere nach Corona - deutlich zurück gehe.

Zweitens: Die Zeit des großflächigen Einzelhandels scheint vorbei zu sein. Erhebungen des Verbandes zeigen, dass die Zahl der Verkaufsflächen seit 2000 stagniert und zuletzt sogar weniger wurde.

Drittens: Die größte Herausforderung ist und bleibt der Online-Handel. Aber Zahlen des Handelsverbands zeigen, dass das Wachstum schwächer geworden ist.

Innenstadtentwicklung bedeutet heute mehr als nur den Einzelhandel zu stärken. Es geht vielmehr darum, multifunktionale Orte zu schaffen, die neben dem Konsum auch die Bespielung des öffentlichen Raumes sicherstellen. Innenstädte sind Orte, an denen Austausch, Vernetzung und soziales Miteinander geschehen. Sei es auf dem Wochenmarkt, in der Außengastronomie oder auf diversen Veranstaltungen.

Der Einzelhandel ist und bleibt eine wichtige Determinante für die Innenstadt, allerdings rückt dieser immer stärker in den Hintergrund. Neben den sozialen Aspekten spielen die großen Themen ökologische Nachhaltigkeit und Klimaresilienz, Digitalisierung und Mobilität eine wichtige Rolle in den strategischen Überlegungen.

**„STÄDTE BRAUCHEN LEBENDIGE ZENTREN. IN
DER VIELFALT IHRER EIGENSCHAFTEN –
IDENTIFIKATIONSORT, KULTURELLER
MITTELPUNKT, SCHAUFENSTER DER
GESCHICHTE, WIRTSCHAFTSZENTRUM,
BEGEGNUNGSORT, MARKTPLATZ – ZEIGT SICH
DER HOHE ANSPRUCH AN IHRE
LEISTUNGSFÄHIGKEIT UND STRAHLKRAFT.“**

QUELLE: DEUTSCHES INSTITUT FÜR URBANISTIK GGMBH

MULTIFUNKTIONAL, GRÜN UND ERREICHBAR: DIE INNENSTADT DER ZUKUNFT.

Der Beirat Innenstadt des Bundesinnenministeriums setzt sich in seiner Innenstadtstrategie mit der Frage auseinander, wie die Zentren zukunftsfähig gestaltet werden können. Einige Impulse:

- **Innenstadt als Ort für Wirtschaft, Arbeit und Handel.** Durch die Umnutzung bestehender Gebäude unter Berücksichtigung flexibler Flächenkonzepte und Nutzungsmischung besteht die Chance, Innenstädte attraktiv weiterzuentwickeln.
- **Innenstadt als Wohnstandort.** Hier sollte die Chance genutzt werden, auch neue Wohnformen zu realisieren, z. B. im Kreativbereich durch Lofts mit Verkaufs- und Showrooms, im Bildungsbereich mit Studierenden, im sozialen Bereich mit betreutem Wohnen oder gemeinschaftliches und Mikrowohnen.
- **Innenstadt – grün, gesund und klimaresilient.** Grün- und Freiflächen sollten möglichst multicodiert und multifunktional, zugänglich und umweltgerecht erreichbar sein. Sie sind als Orte der Begegnung, Bewegung und, der Baukultur sowie als grüne Verbindungsachsen (bis in die Innenstadt) zu gestalten.

MULTIFUNKTIONAL, GRÜN UND ERREICHBAR: DIE INNENSTADT DER ZUKUNFT.

- **Innenstadt als Bildungs- und Kulturstandort.** Durch die Verlagerung von Fachbereichen einer Bildungseinrichtung oder Abteilungen von Kultureinrichtungen in die Innenstadt entsteht ein Scharnier zwischen dem eigentlichen Standort und der Innenstadt. Denkbar sind hier viele Bildungseinrichtungen sowie soziale und kulturelle Angebote.
- **Innenstadt – für alle erreichbar mit zukunftsfähigen Mobilitätskonzepten.** Zukunftsfähige Innenstädte benötigen eine nachhaltige Verkehrspolitik. Zu unterscheiden sind Pull-Maßnahmen wie ein breiteres und attraktives Angebot an Alternativen zum MIV (intrinsische Motivation der Kund:innen wecken) und Push-Maßnahmen, um den Umstieg auf umweltfreundliche Verkehrsmittel zu befördern (extrinsische Motivation erhöhen).

**DER PROZESS UND SEINE
BAUSTEINE**

DER STRATEGIEPROZESS BERUHT AUF EINER BREITEN BETEILIGUNG.

Die Grundlagen für die Innenstadtstrategie beruhen nicht auf einer rein datenbasierten Analyse, sondern auf einem breiten Beteiligungsprozess in Form einer digitalen Befragung und Workshops mit Bürgerinnen und Bürgern.

Die Ergebnisse der Umfragen haben wir analysiert und anschließend in zwei Strategieworkshops konkrete Projektsteckbriefe ausgearbeitet.

In zwei zusätzlichen, mit Verwaltung und anderen Fachleuten besetzten Workshops ging es darum, zunächst Ideen für den historischen Bahnhof zu entwickeln und anschließend haben wir Leitlinien für die Investorenansprache aufgestellt.

Parallel zum Strategieprozess haben wir die entwickelten Projektideen zusammen mit dem geplanten Verfügungsfonds einen Schritt weiter gedacht. Es ging dabei auch darum, leerstehende Ladenlokale zu berücksichtigen.

Kickoff	Bestandsanalyse und Standortprofile	Strategien für die Innenstadt und den alten Bahnhof	Abschlussbericht und Präsentationen
	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Sichtung vorliegender Konzepte ✓ Kartierung ✓ Analyse Standortindikatoren ✓ Best Practice Recherche historischer Bahnhof ✓ Digitale Befragung der Bürger:innen 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Workshop 1: Gestaltung des öffentlichen Raums ✓ Workshop 2: Pilotprojekte für die Innenstadt ✓ Workshop 3: Fokus historischer Bahnhof + Nutzungskonzept ✓ Workshop 4: Konkretisierung Projektideen und Fahrplan 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Ausarbeitung und Verschriftlichung der Strategie ✓ Abschlusspräsentation im Magistrat

Februar bis April 2024

Mai bis Juli 2024

August 2024

INSGESAM VIER WORKSHOPS MIT UNTERSCHIEDLICHEN SCHWERPUNKTEN.

Workshop 1:

Gestaltung des öffentlichen Raums

Leitfragen:

- Wie steigern wir die Attraktivität in der Innenstadt?
- Wie erhöhen wir die Aufenthaltsqualität?
- Wie stärken wir dadurch den Einzelhandel und die Gastronomie?

Workshop 2:

Pilotprojekte für die Innenstadt

Leitfrage:

- Wie können wir die Ideen aus Workshop 1 in konkrete Maßnahmen übersetzen?

Workshop 3:

Ideen für den historischen Bahnhof

Leitfragen:

- Wie können wir den historischen Bahnhof nutzen?
- Funktionieren Ideen aus der Best Practice Analyse und aus der ISEK-Beteiligung?

Workshop 4:

Umsetzung und Fahrplan

Leitfragen:

- Wie gehen wir konkret vor?
- Wie können Investoren gewonnen werden?
- Welche Vorgaben gibt es?

**DIE AKTUELLE SITUATION DER
INNENSTADT**

ZU BEGINN: EIN ÜBERBLICK DURCH DIE BRILLE DER BRÜGERINNEN UND BÜRGER.

Wie oft nutzen die Menschen Hombergs Innenstadt? Welche Angebote nehmen sie dabei wahr? Welche Wünsche haben sie für eine zukünftige Entwicklung oder: wie bewerten sie die Qualität der Angebote?

Diese Fragen haben wir im Rahmen einer umfassenden, digitalen Befragung der Homberger Bürgerinnen und Bürger gestellt. Im Rahmen dieser Umfrage haben wir auch das Potenzial für Coworking in der Innenstadt erfragt - u.a. eine Möglichkeit, leerstehende Ladelokale neu zu nutzen.

Die Daten liefern (auch wegen der hohen Beteiligung) wertvolle Hinweise zum aktuellen Zustand der Innenstadt – und zu möglichen Lösungen.

DIE TEILNAHME WAR HOCH.

Laufzeit der Umfrage:	15.04. - 15.05
Zielgruppe:	Bürger:innen
Rücklauf:	647
Durchschnittsalter:	46,1
Geschlechterverteilung:	55 % weiblich 45 % männlich
Herkunft:	85 % Homberg (Ohm)
Bewerbung:	Plakate, soziale Medien, Website

Die Homberger Innenstadt liegt dir am Herzen?

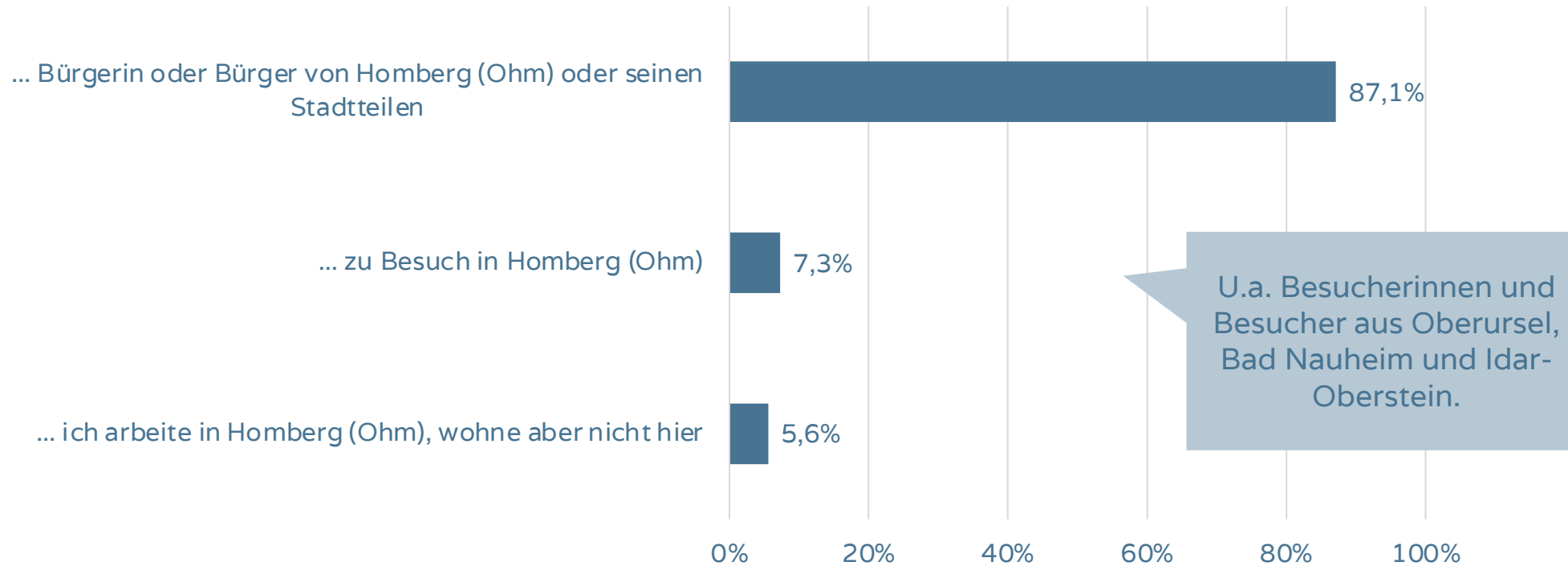
Dann nimm an unserer
Umfrage teil!



Mitmachen und mitgestalten!

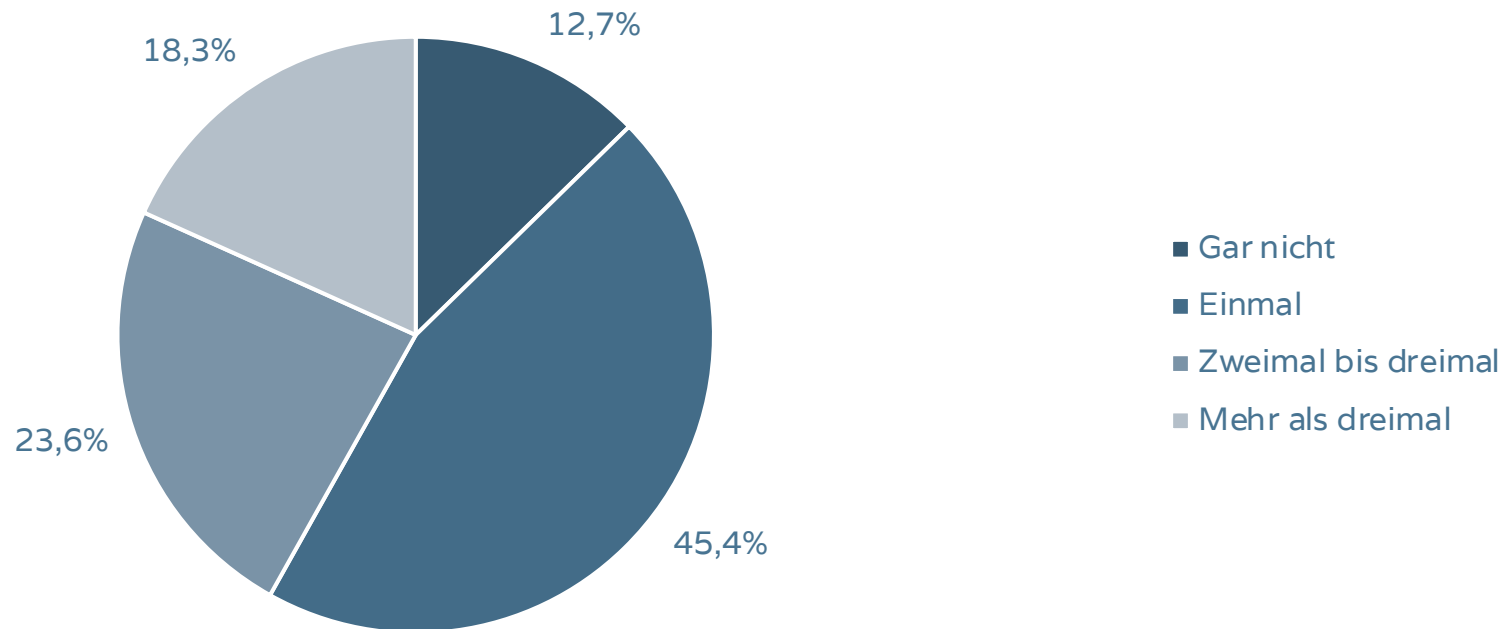


NEBEN DEN MENSCHEN AUS HOMBERG (OHM) HABEN AUCH MENSCHEN MITGEMACHT, DIE HIER ZU GAST WAREN.

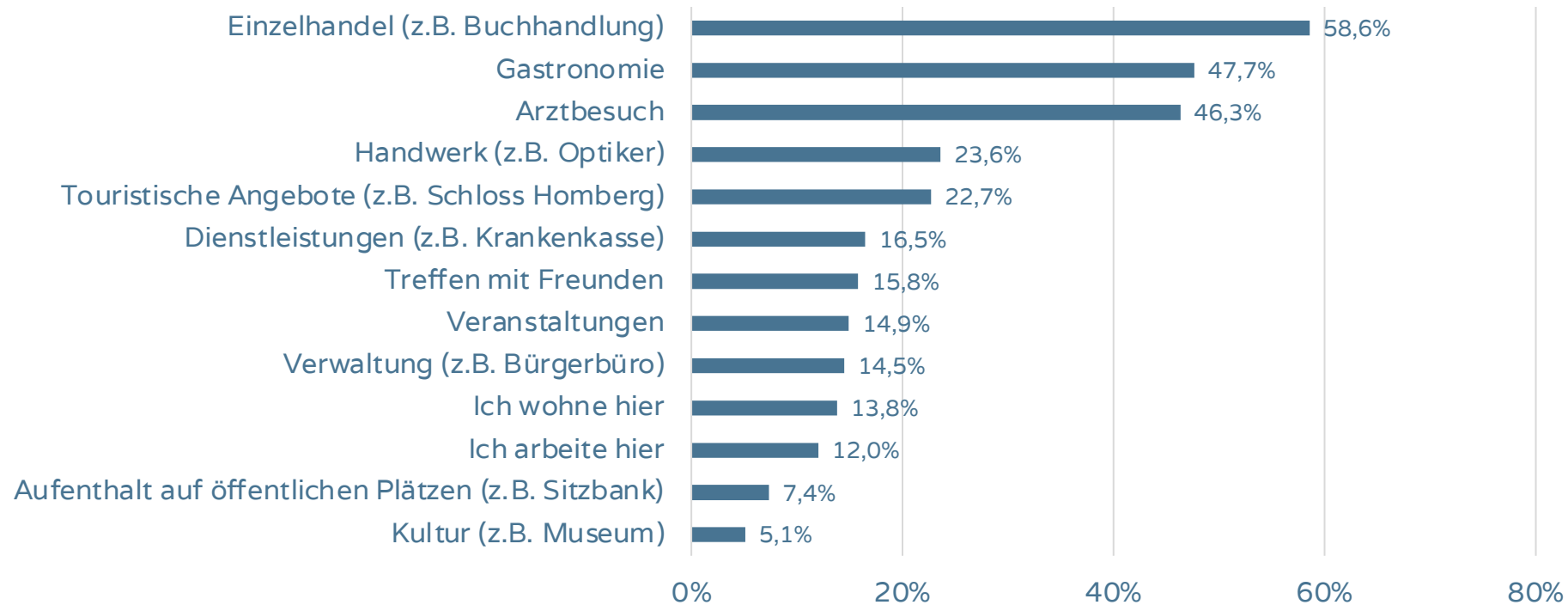


**WIE NUTZEN DIE HOMBERGERINNEN UND
HOMBERGER IHRE INNENSTADT?**

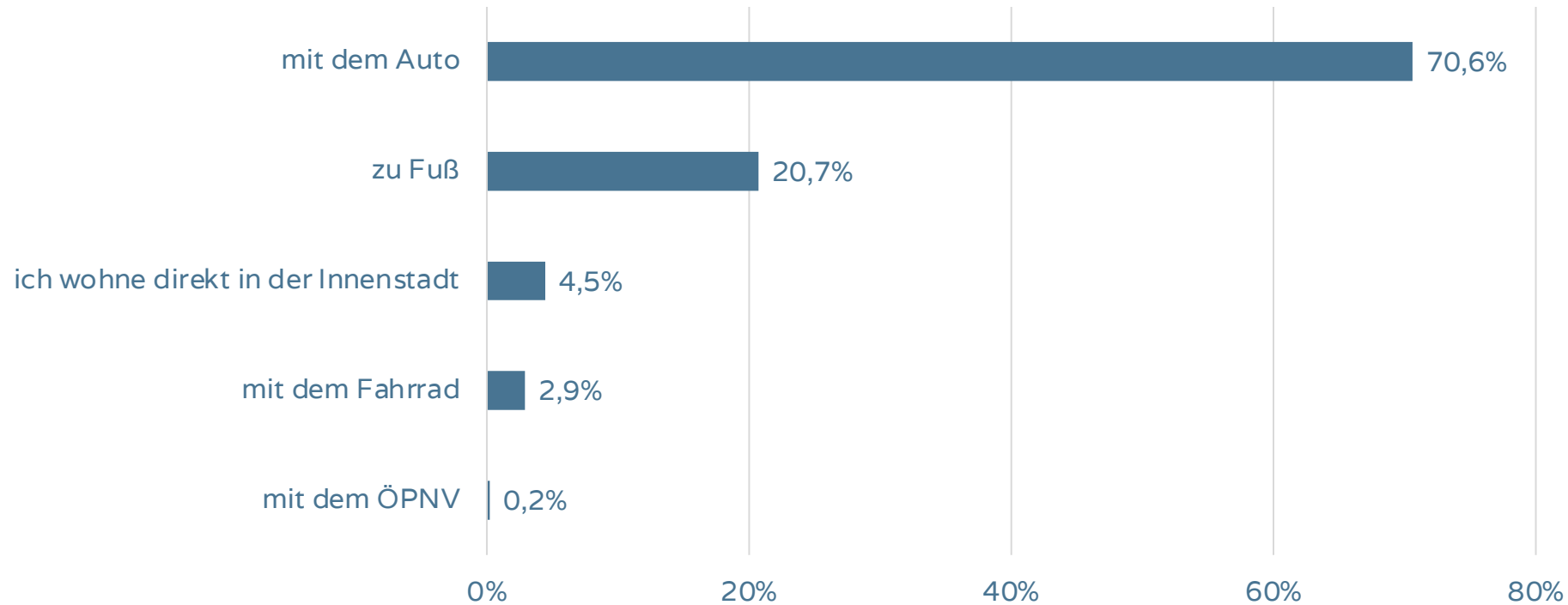
DIE MEISTEN BEFRAGTEN BESUCHEN DIE INNENSTADT (NUR) EINMAL PRO WOCHE.



SIE KOMMEN HAUPTSÄCHLICH FÜR DEN EINZELHANDEL, GEFOLGT VON DER GASTRONOMIE UND ARZTBESUCHEN.



DIE MENSCHEN BEWEGEN SICH MEIST MIT DEM AUTO. DER ÖPNV SPIELT KEINE ROLLE.



**WIE BEWERTEN DIE HOMBERGERINNEN UND
HOMBERGER IHRE INNENSTADT?**

INSGESAMT HABEN DIE BEFRAGTEN KEINE POSITIVE ASSOZIATION MIT DER INNENSTADT.

Wir haben gefragt, mit welchen Begriffen die Teilnehmerinnen und Teilnehmer die Innenstadt von Homberg (Ohm) beschreiben würden - insgesamt wurden 236 Begriffe genannt.

Folgende fielen uns durch Mehrfachnennung auf:

Uninteressant (10 Nennungen)

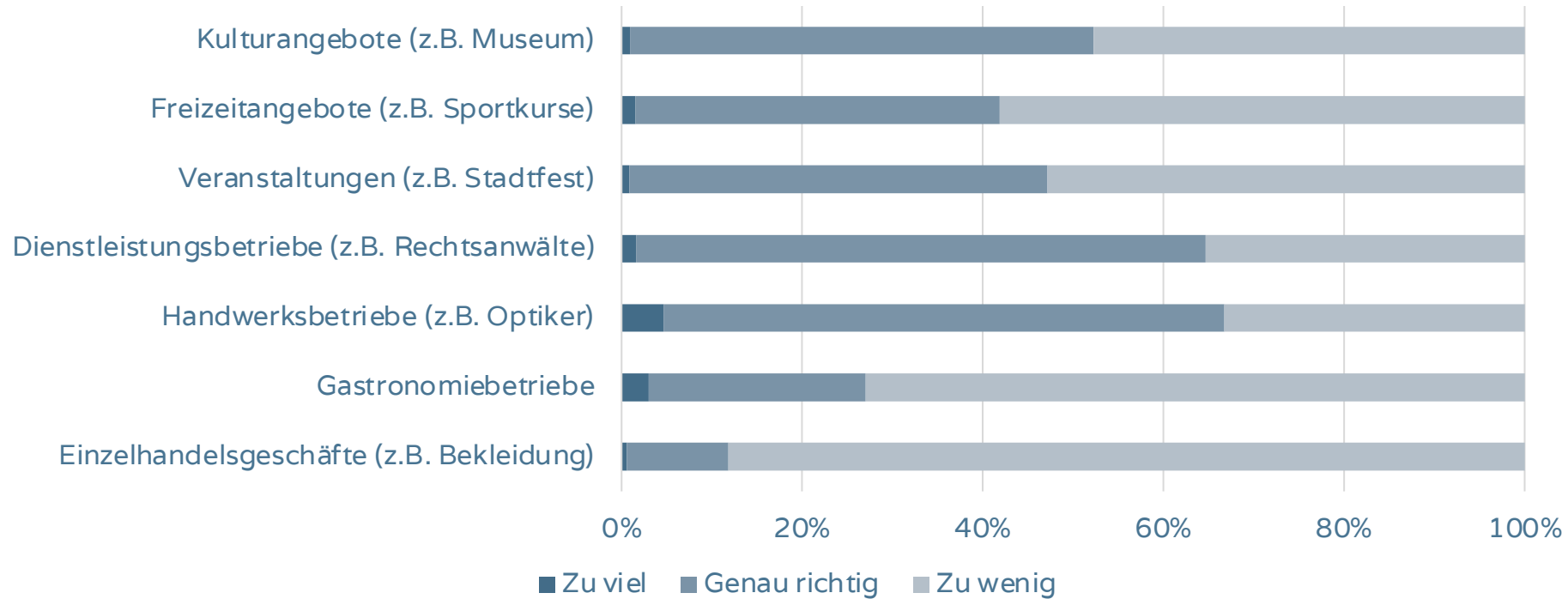
Leer (8)

Ausgestorben (8)

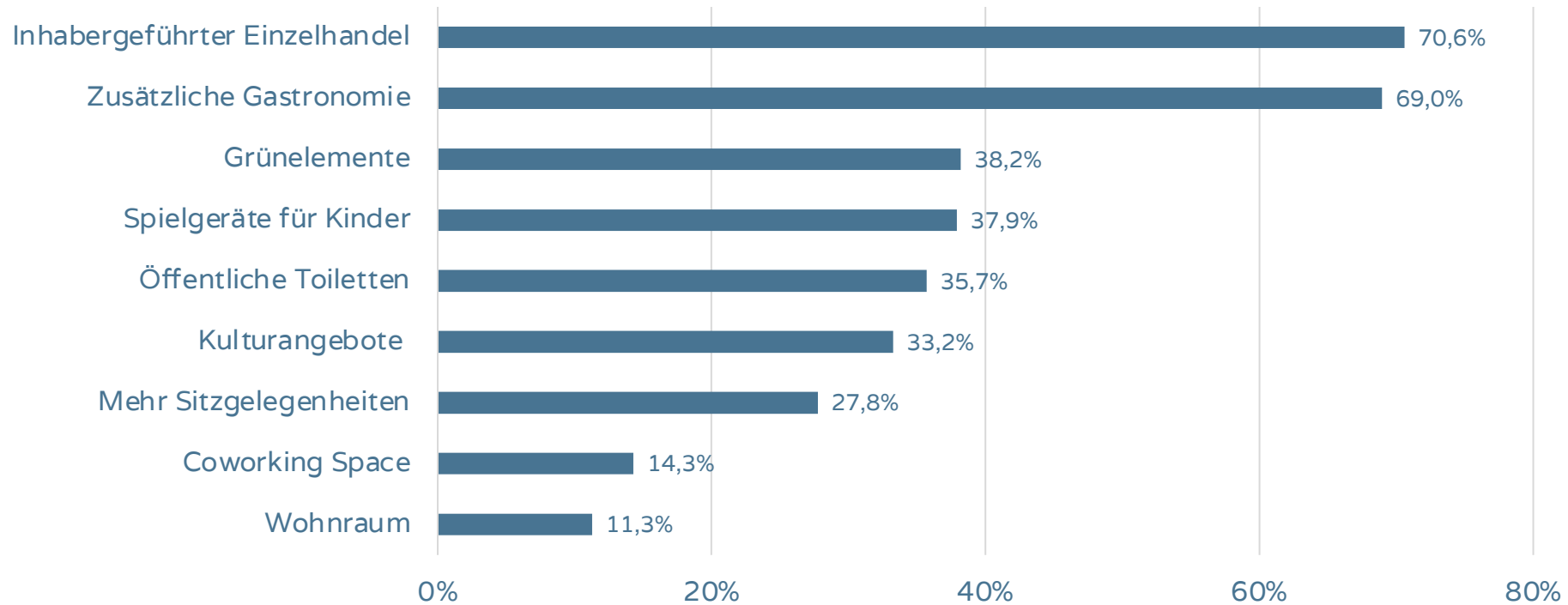
Langweilig (6)

Schön (4)

DIE FRAGE NACH DER QUANTITÄT: ES GIBT EINFACH ZU WENIG GESCHÄFTE.



VERMISST WERDEN INHABERGEFÜHRTER HANDEL UND MEHR GASTRONOMIE. WOHNANGEBOTE DAGEGEN WENIGER.

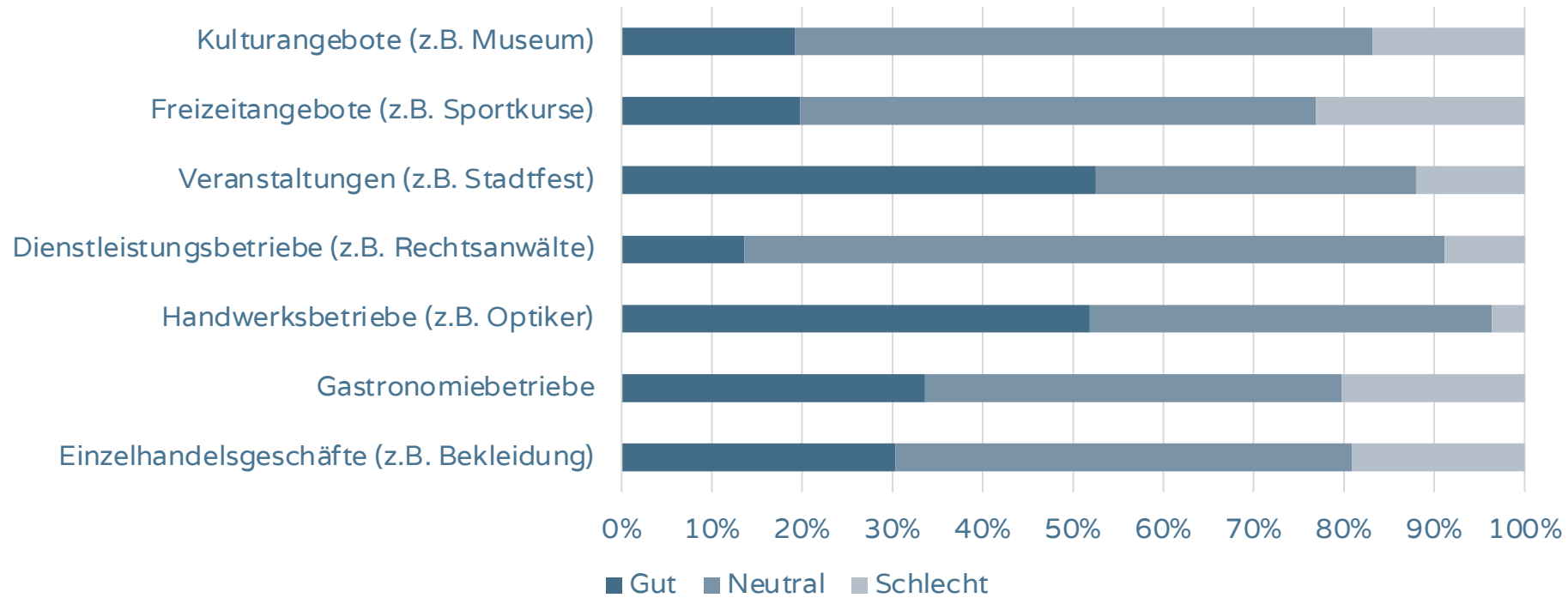


MIT FOKUS AUF HANDEL UND GASTRONOMIE: WAS WÜNSCHEN SICH DIE BEFRAGTEN?

Es gibt viele Ideen für Einzelhandel und gastronomische Angebote (248 Ideen für Handelsgeschäfte, 252 Ideen für Gastronomie). Die Frage hier haben wir bewusst offen formuliert - die Antworten sind ziemlich divers und reichen von bekannten Handelsketten bis zum kleinen Regionalladen. Einen eindeutigen Schwerpunkt können wir daraus nicht ableiten.

Bei der Frage nach dem fehlenden Gastronomieangebot fällt uns auf, dass es Außengastronomie geben muss - ob als Biergarten, Café oder Restaurant. Wie schon beim Einzelhandel sind die Ideen völlig unterschiedlich. Vom asiatischen Imbiss bis zum gutbürgerlichen Restaurant. Allerdings soll dabei die Qualität im Vordergrund stehen.

APROPOS QUALITÄT: BESONDERS EVENTS UND HANDWERKSBETRIEBE WIE OPTIKER KOMMEN GUT AN.



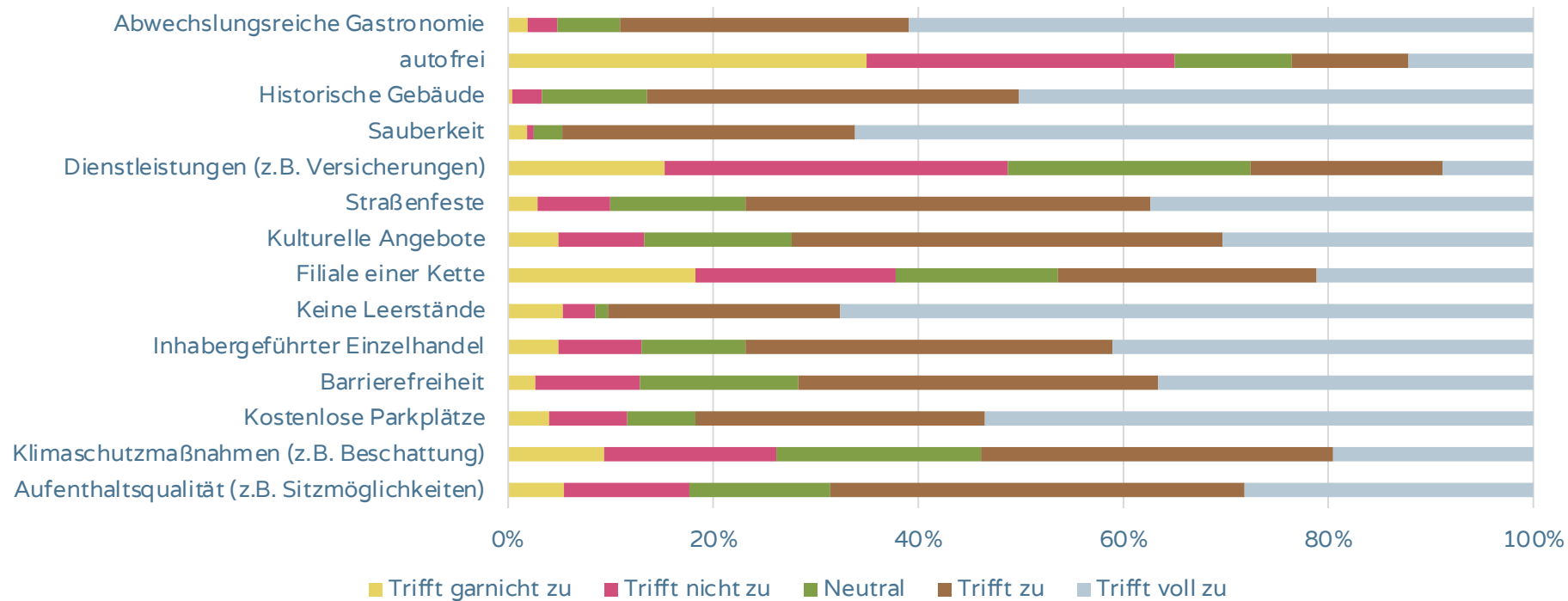
WO HALTEN SICH DIE INNENSTADTBESUCHERINNEN UND - BESUCHER GERNE AUF?

Wir haben nach den Lieblingsplätzen in der Innenstadt gefragt. Insgesamt haben über 250 Teilnehmer einen Ort angegeben - viele davon doppeln sich naturgemäß.

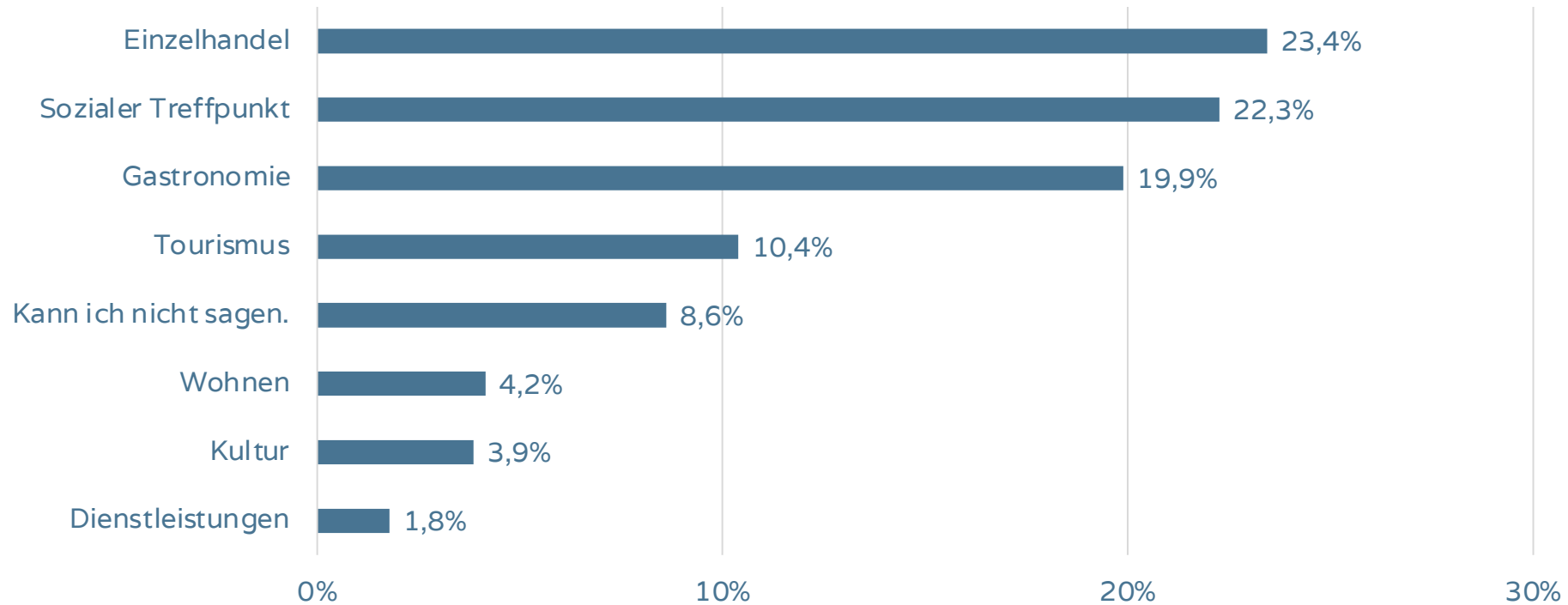
Das Schloss und Museum sind für viele der Befragten die schönsten Orte in Homberg, gefolgt vom Buchladen und der Eisdiele. Auch der Markplatz mit dem Brunnen ist für einige der schönste Ort in Homberg. Einige nannten auch die Pizzeria Milano.

**WIE SIEHT DIE INNENSTADT
DER ZUKUNFT AUS?**

ALLGEMEIN: EINE ATTRAKTIVE INNENSTADT IST SAUBER, OHNE LEERSTAND UND MIT VIELFÄLTIGER GASTRONOMIE.



HOMBERGS INNENSTADT DER ZUKUNFT? EINE MISCHUNG AUS EINZELHANDEL UND (SOZIALEM) TREFFPUNKT.



Wir haben zum Schluss ganz offen gefragt, welches Angebot sich die Teilnehmerinnen und Teilnehmer wünschen. Insgesamt dreht sich viel um die Gastronomie. Aber auch konkrete (und ehrliche) Vorschläge, wie zum Beispiel:

„Schächerbach-Tour und Schloss als Tourismus-Magnet kombinieren, die Besucher zu einer Übernachtung halten mit attraktiven (ggf. geförderten) Pensionen/Ferienwohnungen und dafür den Gastronomiebereich (Cafés, Restaurants, Kneipen) stärken. Kulturprogramm auch für Jüngere und Aufenthaltsmöglichkeiten nett ausbauen. Individueller Einzelhandel folgt dann schon, wenn Menschen da sind. Wegen der vorhandenen Geschäfte kommt keiner von extern nach Homberg in Zeiten von Amazon und großen Zentren.“

Einige Teilnehmer empfehlen, dass insbesondere mehr für jüngere Generationen geschehen muss:

„Eine zuverlässige und planbare Kinderbetreuung. Solange es keine ausreichenden Betreuungsmöglichkeiten für Kinder gibt, wird die Stadt von alleine ‚alt‘ und uninteressant für junge Familien.“

„ ... dass die Stadt wieder attraktiver wird. Auch für Familien und Jugendliche. Treffpunkte für Abends z. B. Bar oder ein Café, Spielplatz.“

Neben konkreten Angeboten im Kontext Handel und Gastronomie geht es vielen um Orte, an denen man sich gerne trifft. Das können Plätze im öffentlichen Raum oder eben auch gastronomische Angebote sein. Der Wochenmarkt ist ein weiterer Ort für Begegnungen. Allerdings bräuchte dieser ein grundlegend neues Konzept.

„Mehr Leben und Fokus auf soziale Treffpunkte und Familienfreundlichkeit (Einzelhandel, Gastronomie, Spielplätze/ecken mit Sitzmöglichkeiten, Erweiterung Wochenmarkt - Fokus auf Regionalität).“

**IST COWORKING EIN KONZEPT
FÜR HOMBERGS LEERSTÄNDE?**

AUF DER SUCHE NACH NUTZUNGSKONZEPTEN FÜR LEERSTEHENDE LADENLOKALE.

Viele Innenstädte stehen vor der Herausforderung, dass Ladenlokale leer stehen - problematisch wird es dann, wenn ein temporärer Leerstand dauerhaft besteht. Dann sprechen wir vom strukturellen Leerstand, der im schlimmsten Fall weitere Leerstände hervorbringt. In der Homberger Innenstadt sind solche Entwicklungen bereits sichtbar (z.B. rund um die Frankfurter Straße 61).

Viele Standorte versuche es mit Pop-Up-Lösungen, also Angebote, die für einen kurzen Zeitraum in den Leerstand einziehen. Oft auch in Verbindung mit lokalen Vereinen oder temporären Kunstausstellungen. Allerdings bietet dieses Konzept in den meisten Fällen keine nachhaltige Belebung der Immobilie.

Coworking-Spaces bieten eine neue Nutzungsmöglichkeit für die Innenstadt. Es geht dabei in erster Linie um mobile Arbeitsplätze, aber auch um mehr Frequenz in der Innenstadt. Dazu bieten diese Orte einen Platz für Austausch und Begegnung.

AUF DER SUCHE NACH NUTZUNGSKONZEPTEN FÜR LEERSTEHENDE LADENLOKALE.

„Neben dem klassischen Arbeitsplatz im Betrieb und dem eigenen Zuhause bieten Coworking-Spaces eine alternative Möglichkeit des Arbeitens, die sich vor allem durch Flexibilität, Unabhängigkeit und Zugänglichkeit auszeichnet.

So können Nutzer aus verschiedenen Tarifen wählen, wann, wie häufig und wie lange sie den Space nutzen wollen und welche technischen und digitalen Dienste sie benötigen.“

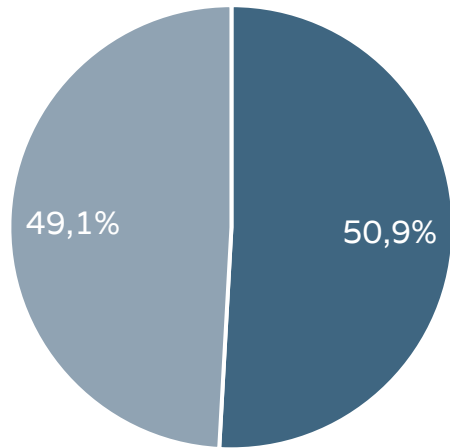
COWORKING KANN AUCH IM LÄNDLICHEN RAUM FUNKTIONIEREN.

Coworking ist nicht nur in den großen Städten im Trend. Insbesondere im ländlichen Raum entwickelt sich der Ansatz immer weiter - wobei ländlicher Raum nicht unbedingt „das Dorf“ sein muss. Aber warum Coworking im ländlichen Raum?

- Coworking auf dem Land ist vielfältiger als in den Städten.
- Coworking auf dem Land bedient sich anderer Geschäftsmodelle.
- Coworking auf dem Land funktioniert vor allem als Netzwerk.
- Coworking auf dem Land profitiert von mobilen Arbeitsstilen.
- Coworking auf dem Land hat belebende Effekte auf Ortsgemeinschaften.
- Coworking auf dem Land ist gesellschaftlich wünschenswert, aber kurzfristig bisher selten wirtschaftlich.

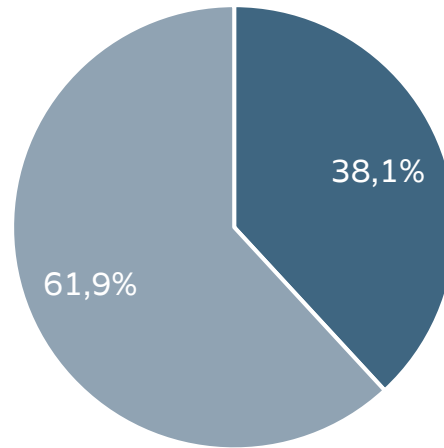
COWORKING IN HOMBERGS INNENSTADT? DAS POTENZIAL WÄRE LAUT DER UMFRAGE VORHANDEN.

Kennen Sie das Konzept Coworking-Space?



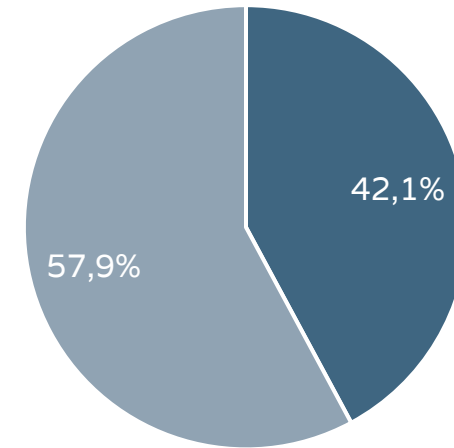
■ Ja ■ Nein

Ist ein Coworking-Space für Homberg (Ohm) sinnvoll?



■ Ja ■ Nein

Würden Sie einen Coworking-Space nutzen?



■ Ja ■ Nein

Frage 19 - Kennen Sie das Konzept hinter einem Coworking Space? (n=340)

Frage 20 - Glauben Sie, dass ein Coworking Space in Hombergs Innenstadt sinnvoll wäre? (n=312)

Frage 21 - Wenn Sie theoretisch in einem Coworking Space arbeiten könnten - würden Sie es tun? (n=318)

ZUSAMMENFASSUNG

DAS THEMA INNENSTADT IST RELEVANT!

Die gute Teilnahme zeigt, dass das Thema Innenstadt wichtig ist und viele Bürgerinnen und Bürger beschäftigt.

Innenstadtentwicklung ist dann erfolgreich, wenn Sie von unterschiedlichen Menschen „gemacht“ wird - von Akteuren (Handel, Gastronomie, Dienstleistungen) und Bürgerinnen und Bürgern. Es dabei um die Entwicklung konstruktiver Ideen und den Mut, Dinge auszuprobieren. Deswegen ist dauerhafte Beteiligung - auch wenn es ein mühsamer Prozess sein kann - wichtig. Negative Stimme gehören allerdings dazu. Insbesondere die relevanten Akteure und Eigentümer muss die Stadt dabei mitnehmen und ermutigen, Ideen einzubringen. Der Verfügungsfonds ist ein gutes Mittel, um Projekte „bottom-up“ umzusetzen.

HOMBERGS INNENSTADT BEFINDET SICH IM DORNRÖSCHENSCHLAF.

Die Innenstadt von Homberg (Ohm) ist für die meisten Befragten nicht wirklich attraktiv - sie wirkt leer und ausgestorben.

Dieses Ergebnis finden wir sicherlich an vielen Standorten so - die Gestaltung und Aufenthaltsqualität im öffentlichen Raum ist auch in Homberg nicht optimal, wenn auch viele Potenziale (u.a. Schloss, Markplatz, Schächerbach) vorhanden sind, die „in Szene gesetzt“ werden könnten. Ebenso führen eine niedrige Frequenz und wenig frequenzbringende Angebote dazu, dass die Stadt leer und ausgestorben wirkt. Die gezielte Bespielung durch Veranstaltungen lockt Menschen in die Stadt - und das müssen nicht immer besonders aufwendige Konzepte sein. Allerdings sind das auch nur punktuelle Maßnahmen. Es geht vielmehr darum, dass Orte entstehen, an denen sich die Menschen treffen und einfach gern aufhalten - zum Beispiel in einem Café.

KLEINTEILIGE UND REGIONALE ANGEBOTE STEHEN HOCH IM KURS.

Der Ruf nach mehr Einzelhandel und Gastronomie ist deutlich geworden - aber das ist in vergleichbaren Umfragen ähnlich. Besonders regionale und kleinteilige Angebote wünschen sich die Menschen.

Für viele Menschen ist Innenstadt gleich Einzelhandel. Aber dieses Konzept funktioniert gerade in ländlichen Räumen kaum noch. Dennoch muss die Stadt dafür sorgen, dass die Grundversorgung und Waren des täglichen Bedarfs angeboten werden. Auch die Gastronomie hat es im Sinne des Fachkräftemangels nicht leicht - dennoch lohnt es sich, mutige Ideen zu unterstützen - vielleicht auch eine Kombination aus Handel, Gastronomie und Dienstleistung unter einem Dach. Fest steht: Innenstadtnutzerinnen und Nutzer benötigen konkrete Anreize und sind dabei oft sehr preissensibel.

DAS CAFÉ IST EIN DAUERTHEMA.

Die Vorstellung zu einer Innenstadt der Zukunft zeigen, dass die Innenstadt nicht nur Konsumort ist, sondern auch Treffpunkt sein soll. Insbesondere ein Café mit Außenbestuhlung wird gefordert.

Wie eben dargestellt, braucht Hombergs Innenstadt einen Ort, an dem sich die Menschen treffen - am besten zu verschiedenen Uhrzeiten für verschiedene Zielgruppen. Das Konzept muss wirtschaftlich tragfähig sein und benötigt eine Betreiberin oder einen Betreiber, der mutig ist.

ALTERNATIVE KONZEPTE FÜR LEERSTÄNDE GESUCHT. COWORKING HÄTTE POTENZIAL.

Einen Leerstand mit einem Coworking-Space zu beleben, könnte zu Homberg (Ohm) passen. Allerdings ist das kein alleiniges Heilmittel und bedarf strategische Überlegungen sowie ordentlich Aufklärungsarbeit.

Coworking-Spaces sind ein Trend, der zunächst im urbanen Raum realistisch erscheint. Aber gerade kleine, ländlich geprägte Kommunen haben hier bestimmte Vorteile. Arbeitswege sind oft lang und können durch Coworkingangebote minimiert werden. Außerdem ist es ein Versuch, Leerstände zu beheben - es gibt genug Beispiele in deutschen Kleinstädten, die funktionieren und die Umfrage zeigt, dass auch Homberg Potenzial hat. Pop-Up, also kurzzeitige Lösungen könnten dabei ein Anfang sein, um das Thema auszuprobieren.

EINE ATTRAKTIVE INNENSTADT IST VERKEHRSARM. ZUMINDEST VERKEHRSBERUHIGT.

Das Auto ist für die meisten Hombergerinnen und Homberger das Verkehrsmittel Nummer Eins. Das ist für Kommunen im ländlichen Raum nicht ungewöhnlich.

Die Innenstadtentwicklung hat auch immer was mit der Erreichbarkeit zu tun. In Homberg ist es das Auto. Und fest steht, dass eine verkehrsarme Innenstadt zu mehr Aufenthaltsqualität führt. Nun wird es schwer, Menschen vom Auto zu entwöhnen, aber im Zentrum der Stadt muss es einfach attraktiver sein, sich zu Fuß bzw. im Umweltverbund zu bewegen. Mobilität meint auch die Fortbewegung im Zentrum selbst. Das heißt, Wegebeziehungen und Verbindungen müssen klar und deutlich sein. E-Ladesäulen und Abstellmöglichkeiten für Fahrräder gehören aus unserer Sicht dazu. Insgesamt muss das Thema Mobilität auf die ganze Stadt bezogen werden - das Mobilitäts- und Freiraumkonzept muss unbedingt mit berücksichtigt werden.

**NOCH EIN KURZER BLICK
AUF DIE DATEN**

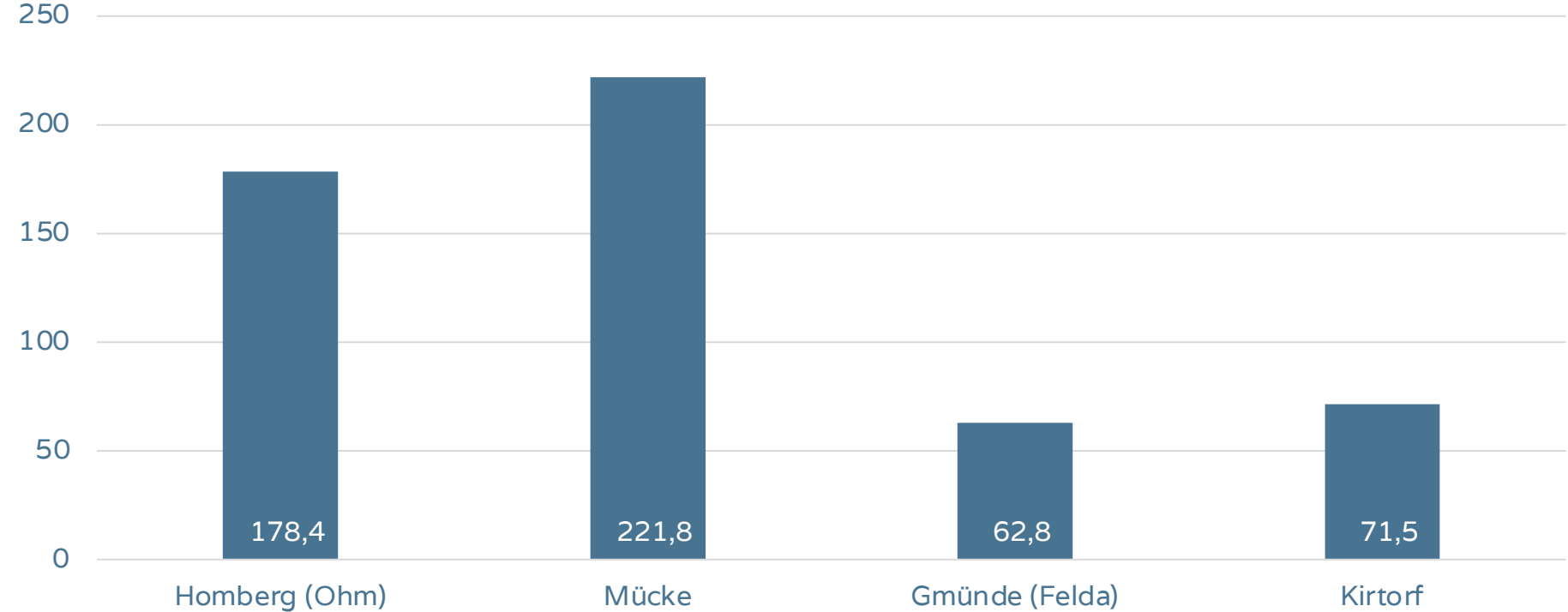
ZAHLEN ZUM TOURISMUS UND ZUR KAUFKRAFT VERVOLLSTÄNDIGEN DAS BILD.

Neben den Aussagen und Hinweisen aus der Umfrage haben wir uns relevante Daten im Kontext Tourismus und Kaufkraft angeschaut. Diese stammen vom hessischen Landesstatistikamt und der Industrie- und Handelskammer.

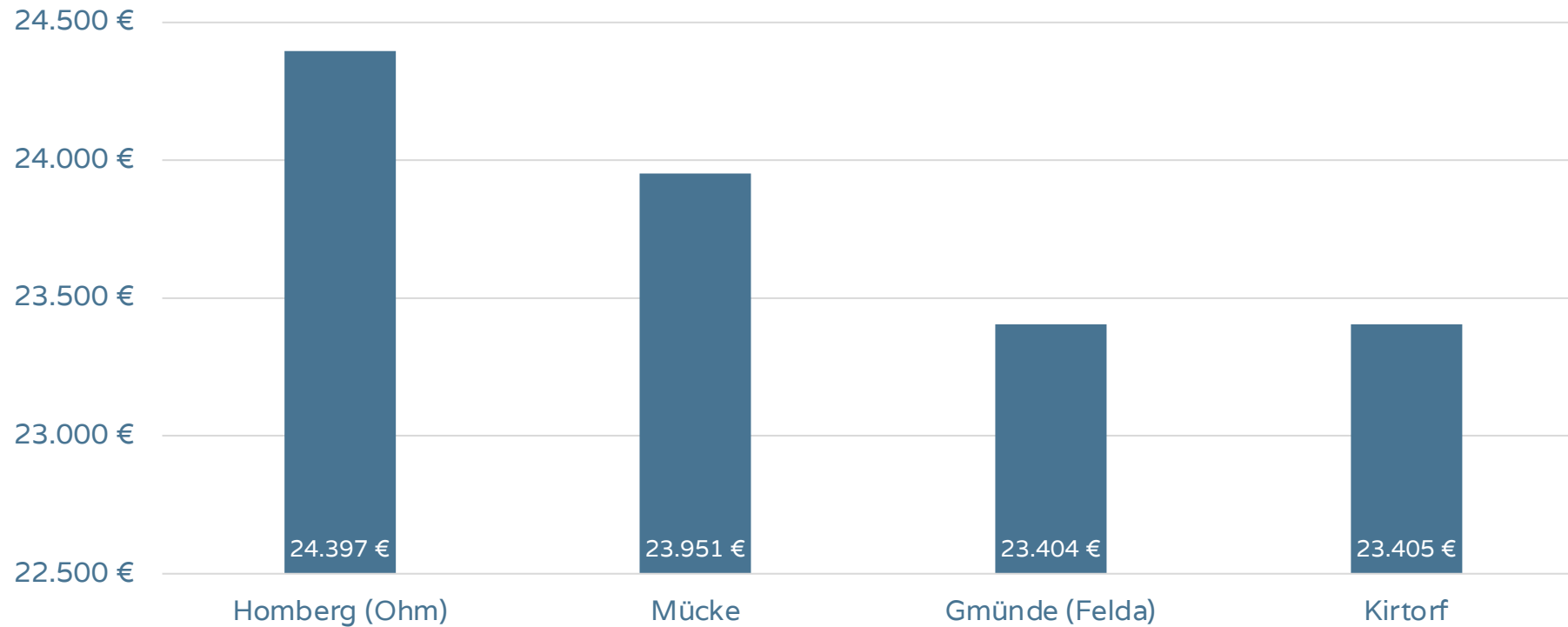
Aus unserer Sicht sind der Tourismus bzw. die ankommenden Gäste ein wesentlicher Treiber für die Frequenz in Hombergs Innenstadt. Wir haben uns genauer angeschaut, wie hoch die Ankünfte und Übernachtungszahlen sind. Diese haben wir noch in Relation mit den Kreis- und Landeszahlen gesetzt.

Die Werte zur Kaufkraft haben wir mit umliegenden Kommunen innerhalb des Vogelsbergkreises verglichen.

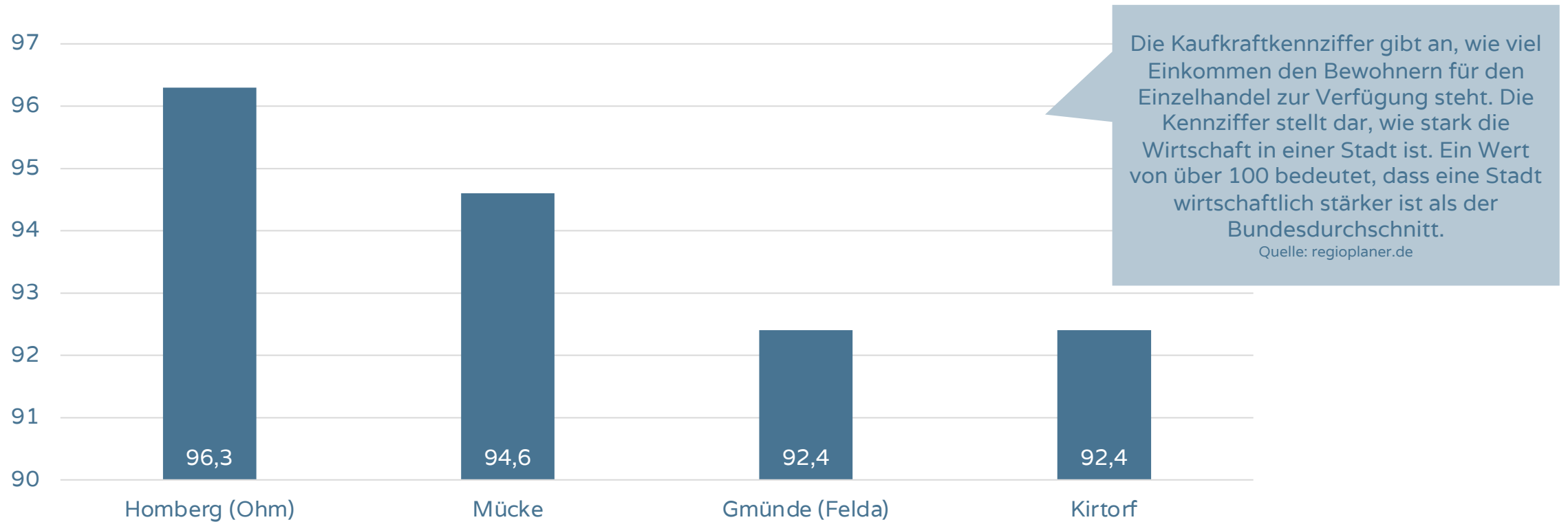
IM VERGLEICH MIT DEN UMLIEGENDEN KOMMUNEN IST DIE KAUFKRAFT IN HOMBERG (OHM) HOCH – ABSOLUT GESEHEN.



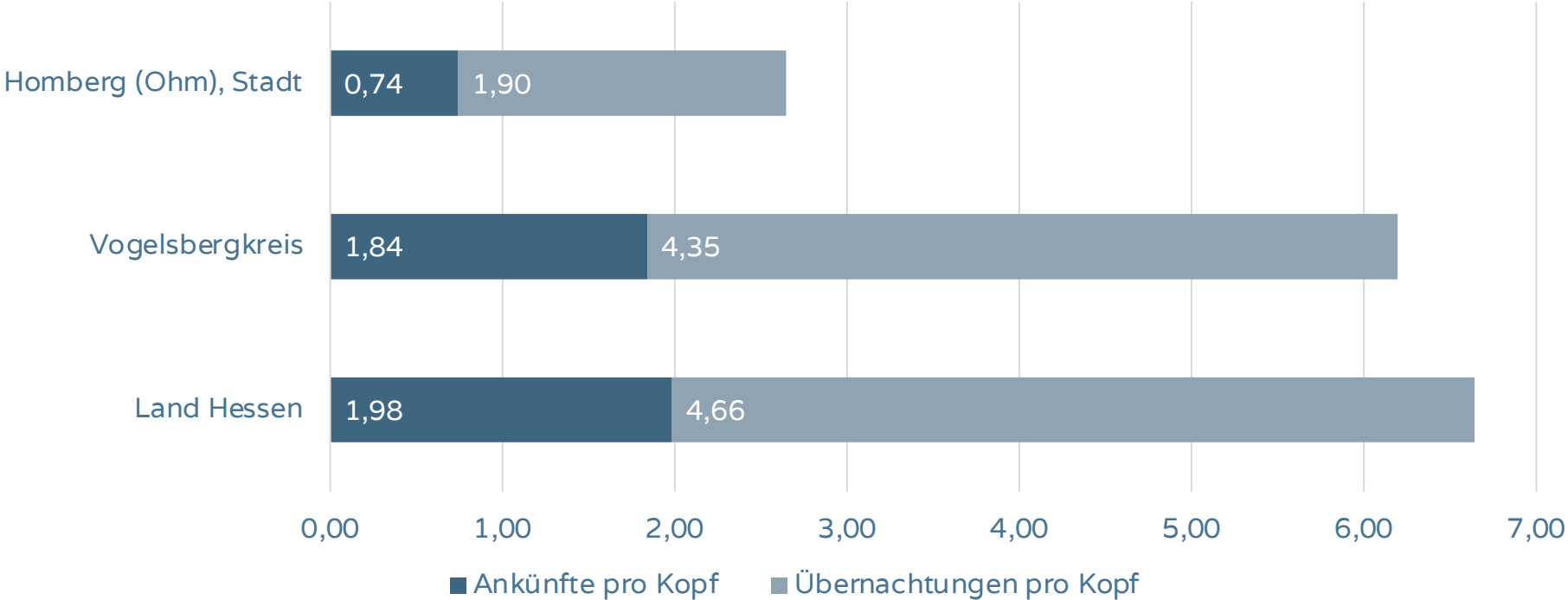
PRO KOPF GERECHNET IST DIE KAUFKRAFT HIER SOGAR AM HÖCHSTEN.



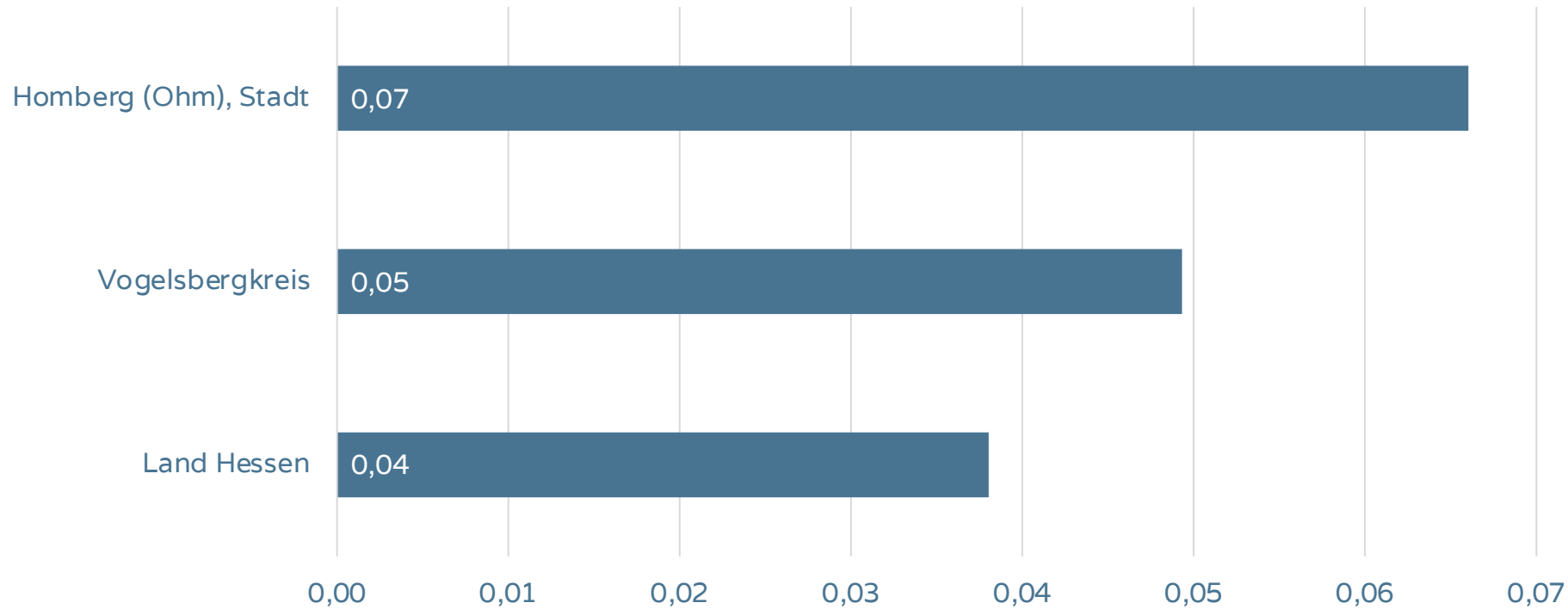
DER WERT LIEGT NUR KNAPP UNTER DEM BUNDESDURCHSCHNITT.



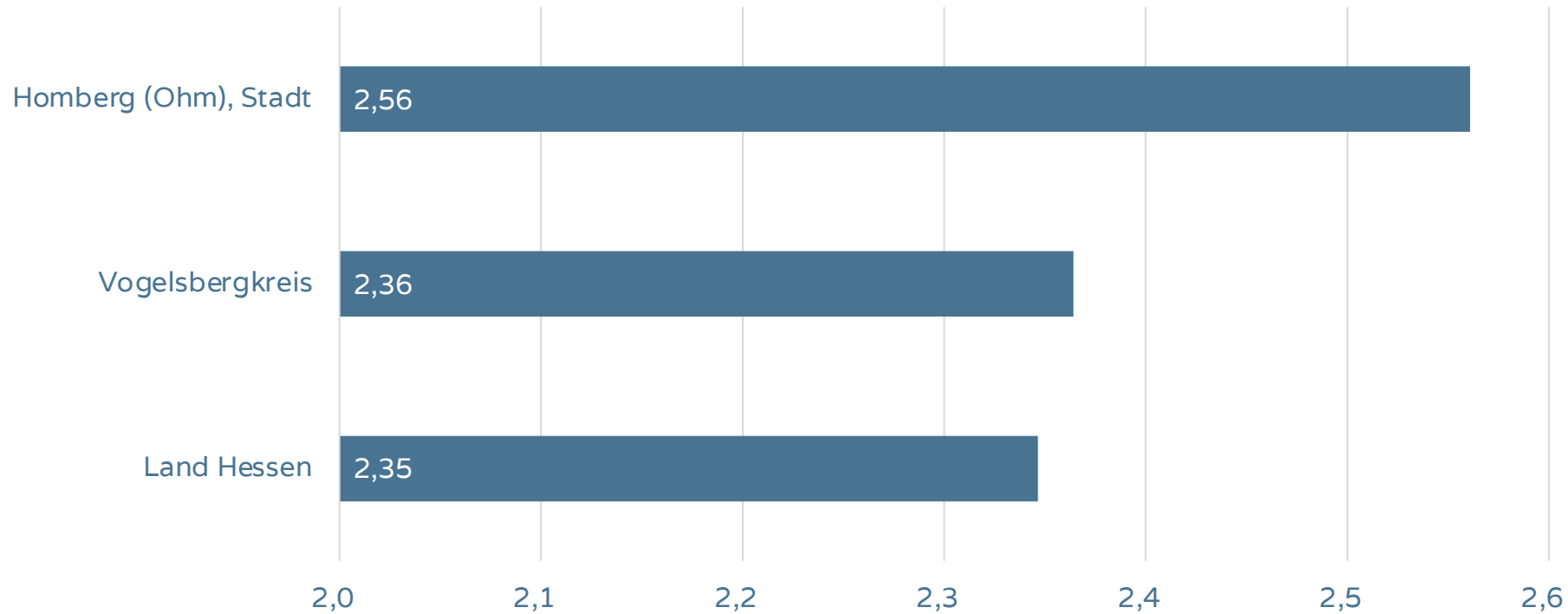
ZUM TOURISMUS: HOMBERG VERZEICHNET UNTERDURCHSCHNITTLICH WENIGE ANKÜNFTE UND ÜBERNACHTUNGEN.



DOCH PRO KOPF GERECHNET GIBT ES MEHR BETTENANGEBOTE. UND DAS GANZ OHNE EIN HOTEL.



DIE BESUCHERINNEN UND BESUCHER BLEIBEN IM SCHNITT AUCH ETWAS LÄNGER ALS IM KREIS UND LAND.



DIE VORAUSSETZUNGEN SIND GUT. ES GILT, NOCH MEHR DARAUS ZU MACHEN.

- Die Kaufkraft in der Stadt ist hoch. Das ist eine gute Voraussetzung. Aber es kommt natürlich darauf an, dass das Geld auch in Homberg ausgegeben wird und Kaufkraft damit gebunden wird.
- Die verfügbaren Zahlen zum Tourismus zeigen, dass Menschen in die Stadt kommen - nun gilt es, dass diese Zielgruppe auch Geld dort lässt. Dafür braucht es allerdings Angebote. Wir haben in den Gesprächen oft gehört, dass es diese einfach nicht gibt - sinngemäß: „*Warum soll jemand von der Schächerbachtour hoch in die Innenstadt kommen?*“
- Wir empfehlen: Nicht nur mehr Handel sorgt für eine attraktive Innenstadt. Neben gastronomischen Angeboten müssen öffentliche Orte bespielt werden - Feierabendmärkte und kulturelle Veranstaltungen im öffentlichen Raum bringen Menschen in die Stadt. Diese Angebote müssen dann unabhängig von der Saisonalität funktionieren.

**PROJEKTE FÜR EINE VITALE
INNENSTADT**

ERSTE IDEEN BIS HIN ZU KONKRETEN PROJEKTEN HABEN WIR MIT BÜRGERINNEN UND BÜRGERN ENTWICKELT.

Wir haben in zwei ausführlichen Workshops zunächst Ideen zur Attraktivierung der Homberger Innenstadt gesammelt, diskutiert und priorisiert. Zwischen den Workshops haben wir diese geclustert, nochmals priorisiert und zu konkreten Projektvorschlägen zusammengefasst.

Im zweiten Workshop haben wir in Kleingruppen und mit Steckbriefen an der Konkretisierung gearbeitet.

Das Ergebnis: Acht Projekte, die zum Teil über den Verfügungsfonds mitfinanziert werden können.

Workshop 1:

Gestaltung des öffentlichen Raums

Leitfragen:

- Wie steigern wir die Attraktivität in der Innenstadt?
- Wie erhöhen wir die Aufenthaltsqualität?
- Wie stärken wir dadurch den Einzelhandel und die Gastronomie?

Workshop 2:

Pilotprojekte für die Innenstadt

Leitfrage:

- Wie können wir die Ideen aus Workshop 1 in konkrete Maßnahmen übersetzen?

Workshop 3:

Ideen für den historischen Bahnhof

Leitfragen:

- Wie können wir den historischen Bahnhof nutzen?
- Funktionieren Ideen aus der Best Practice Analyse und aus der ISEK-Beteiligung?

Workshop 4:

Umsetzung und Fahrplan

Leitfragen:

- Wie gehen wir konkret vor?
- Wie können Investoren gewonnen werden?
- Welche Vorgaben gibt es?

ERSTER WORKSHOP

VORGEHENSWEISE UND METHODIK ZUR ERFASSUNG VON IDEEN.

Im ersten Workshop haben wir an vier konkreten Themen gearbeitet:

Gruppe 1: Einzelhandel

Gruppe 2: Leerstand

Gruppe 3: Tourismus

Gruppe 4: Aufenthaltsqualität

In den Gruppen haben die Teilnehmerinnen und Teilnehmer dazu folgende Fragen bearbeitet:

Wie ist die Innenstadt zum jeweiligen Thema gekennzeichnet?

Wie ist die Innenstadt 2030 beim jeweiligen Thema aufgestellt?

Wer muss was dafür tun?

EINORDNUNG UND IDEEN FÜR EINEN VITALEN EINZELHANDEL.

Bewertung des Einzelhandels in Homberg (Ohm):

Die Gruppe beschreibt die Innenstadt mit kleinen, inhabergeführten Läden, die sich durch eine angenehme Atmosphäre auszeichnen. Insgesamt sei der Zusammenhalt unter den Akteurinnen und Akteuren gut.

Die Grundversorgung fehlt - insbesondere ein Bäcker und Metzger. Auch die Versorgung mit Bargeld ist in Zukunft ungewiss, da Sparkasse und Volksbank den Standort verlassen werden.

Der vorhandene Markt sei unattraktiv, da er aus nur einem Stand besteht.

Gut funktioniert dagegen der „Ohmtaler“.

Ideen für einen vitalen Einzelhandel bzw. eine vitale Innenstadt:

- Geschäft rund ums Kino
- Regionale Produkte
- Ausbau des Bauernmarktes
- Lebensmittelversorgung durch Teo-Markt
- Post / Paketdienste
- Pop-Up-Store
- Geldautomaten
- Stadtguthaben: digitalisiertes Gutscheinsystem
- Feierabendmarkt / Kreativmarkt / Kinderfest
- Veranstaltungen in Kombination mit Einzelhandel

Was muss getan werden?

- Die Stadt muss ein Leerstandsregister aufbauen und pflegen
- Integration bestehender Vereine, z.B. die Vogelsberger Originale
- Nutzung bestehender Förderprogramme wie ZIZ und Verfügungsfonds
- Mehr Personaleinsatz bei Veranstaltungen seitens der Stadt

EINORDNUNG UND IDEEN FÜR DIE UMWANDLUNG VON LEERSTÄNDEN.

Wenn Leerstände nicht durch Einzelhandel beseitigt werden: Welche Nutzung soll es auf keinen Fall geben?

Die Gruppe möchte insbesondere keine qualitativ minderwertigen Angebote wie Shishabars, Socialclubs oder Billigwarenläden in leerstehenden Ladenlokalen etablieren.

Darüber hinaus sollen Leerstände nicht als Werbefläche dienen - ebenso ist die Umwandlung in Wohnraum keine Strategie, die die Stadt verfolgen sollte.

Ideen für die Umnutzung von Leerständen:

- Aktionsraum auf städtischer Basis
- Offene Kinderbetreuung
- Galerie
- Co-Working
- Regionalladen
- Künstlerbedarf
- Herrenmode
- Inklusions-Gastro
- Restaurant
- Café
- Kino

Was muss getan werden?

- Eine offene Kommunikation seitens der Stadt, auch mit den jeweiligen Eigentümerinnen und Eigentümern
- Kostenfreie Informationen zu den jeweiligen Immobilien

Was kennzeichnet den Tourismus in der Innenstadt?

Die Gruppe beobachtet, dass es zumeist Tagestouristinnen und Touristen sind, die Hombergs Innenstadt besuchen. Allerdings finden diese nur schwer den Weg (u.a. vom Wanderweg) in die Innenstadt - aus Sicht der Gruppe gibt es keinen Grund, die Innenstadt zu besuchen. Damit geht auch die fehlende Gastronomie einher.

Neben Wanderinnen und Wanderern sind es hauptsächlich Menschen mit dem Wohnmobil, die nach Homberg kommen.

Ideen für den Tourismus:

- Ein Tourismusmanager
- Touristische Konzepte
- App für das Wandern im Ohmtal
- #PerledesOhmtals
- QR-Code für Sehenswürdigkeiten
- Gasthof mit Hotelzimmer
- Café (Kaffee, Kuchen, Frühstück)
- Minigolf, Kegelbahn, Tretboote
- Wanderwegnetz
- Parkkonzept für die Innenstadt
- Schloss- und Altstadttrunde ausbauen
- Ohm sweet Ohm, Wanderfestival
- Brunnenfest, Bauernmarkt

Was muss getan werden?

- Es müssen Synergien mit den umliegenden Kommunen erzeugt und genutzt werden.
- Die Stadt muss mehr finanzielle Mittel für den Tourismus in den Haushalt bringen.
- Ein Tourismusmanagement sucht und vernetzt Investoren und Betreiber.
- Idee: Gründung eines Vereins für Tourismus.
- Patenkonzept für bestehende Wanderwege.

EINORDNUNG UND IDEEN FÜR MEHR AUFENTHALTSQUALITÄT.

Was kennzeichnet die Aufenthaltsqualität in der Innenstadt?

Für die Gruppe ist insbesondere der Platz am Markt mit dem Brunnen ein Ort mit viel Qualität - neue Mülleimer und Bänke würden diese noch erhöhen. Auch der Schlossgarten ist ein solcher Ort.

Insgesamt sorgt die schöne Aussicht ins Tal für Aufenthaltsqualität.

Die Erweiterung ggfs. auch Konzeption des Bauernmarktes wären wichtig für die Aufenthaltsqualität in der Innenstadt.

Ideen für mehr Aufenthaltsqualität:

- Sitzgelegenheiten: Bänke und Tische z.B. unterhalb des Rathauses und Kapellchen
- Bänke mit Rückenlehne
- Sitzgelegenheit bei der Eisdiele
- Weniger Verkehr
- Zusammenhängende Aufenthaltsbereiche
- Kleinen Brunnen reaktivieren
- Gepflegte Grünflächen (Rosen)
- Kontrolle der parkenden Autos
- Aufenthaltsangebote für alle Generationen

Was muss getan werden?

- Sitzgelegenheiten müssen errichtet werden - zum Beispiel auch durch den Einbezug ehrenamtlicher Schreinereien oder upcycling Produkte.
- Die Aufenthaltsbereiche benötigen entsprechende Hinweisschilder.
- Patenschaften zur Pflege der Grünflächen.
- Bäume müssen mehr Akzeptanz bekommen.
- Mehr Zusammenarbeit mit Fachleuten und „betroffenen“ Parteien (Senioren, Eltern mit Kindern, etc.)

Naturgemäß sind solche Workshopformate dazu da, um für das Thema zu sensibilisieren und möglichst viele Ideen zu entwickeln. Das Ergebnis ist sehr bunt – und soll es auch sein.

Unsere Aufgabe war es, diese Ideen zu clustern, zusammenzuführen und in konkrete Projektvorschläge zu gießen.

Insgesamt haben wir aus den vielen Ideen (zusätzlich aus der Umfrage heraus) acht Projektvorschläge entwickelt, die wir im zweiten Workshop mit den Teilnehmerinnen und Teilnehmern zugespitzt haben.

ZWEITER WORKSHOP

IMPRESSIONEN AUS DEM WORKSHOP.



AUS DEN ERSTEN PROJEKTIDEEN HABEN WIR VERSUCHT NOCH „MEHR“ ZU MACHEN.

Multifunktionaler Stadtladen mit Geldautomaten, Postannahme und „Etsy-Regionalregal“

Inklusives Stadtcafé mit Außenbereich

Stadt-App mit integriertem Ohmtaler

Schloss- und Altstadttrunde als digitaler Stadtrundgang mit Augmented Reality

Bauern- als Feierabendmarkt

Pop-Up Coworking Space im Leerstand mit Cocreation

Netzwerk *Homberger Unternehmer pro Innenstadt*

Proaktives Leerstandsmanagement mit Key-Account

IN KLEINGRUPPEN HABEN WIR WEITER AN DEN IDEEN GEARBEITET.

Dazu haben wir Steckbriefe vorbereitet, die wir mit jeweils vier Fragen ausgestattet haben:

- Wann ist das Projekt ein Erfolg?
- Wen benötigen Sie für die Umsetzung?
- Welche Zielgruppe(n) sollen erreicht werden?
- Was sind die ersten Schritte?

Diese haben wir mit der jeweiligen Idee und den Zielen ergänzt.

#1 MULTIFUNKTIONALER STADTLADEN MIT GELDAUTOMATEN, POSTANNAHME UND REGIONALREGAL

Die Idee	Ein Ort, an dem Bürgerinnen und Bürger ihre Post abgeben und -holen, einfache Bankgeschäfte tätigen und regionale Produkte kaufen können.
Das Ziel	Frequenzbringer für die Innenstadt und Sicherung der Grunddaseinsvorsorge - insbesondere für ältere Generationen. Möglichkeiten für regionale Produzenten, Produkte zu verkaufen. (u.a. landwirtschaftliche Erzeugnisse, Handarbeit)
Erfolgreich, wenn ...	Wenn sich der Laden mit attraktiven und vielfältigen Angeboten etabliert hat, dieser wirtschaftlich tragfähig ist und eine durchweg auskömmliche Frequenz erhält.
Kooperations-partner	<ul style="list-style-type: none">• Stadt Homberg für Förderprogramme (Beratung)• Gewerbeverein als Kontakt• Eigentümer der Immobilie• Mieter• Dienstleister bzw. Anbieter von privaten und regionalen Produkten
Zielgruppe	<ul style="list-style-type: none">• Gesamte Bevölkerung der Stadt• Touristen• Kleingewerbetreibende

Erste Schritte

1. Gründung einer Arbeitsgruppe mit interessierten Bürgerinnen und Bürgern
2. Leerstände prüfen und geeignete Immobilien finden
3. Konzept aufstellen
4. Finanzierungs- und Businessplan
5. Öffentlichkeitsarbeit und Kommunikation

#2 STADT-APP MIT INTEGRIERTEM „OHMTALER“

Die Idee	Digitalisierung des bewährten Gutscheinsystems, integriert in eine Stadt-App, die Informationen (Öffnungszeiten, Events, digitale Parkgebühren, ...) und Services (z.B. Kostenabrechnung für Wohnmobile) bietet.
Das Ziel	Zusätzlicher Informationskanal der Stadt, erweiterte Serviceleistungen und einfachere Nutzung des Gutscheins.
Erfolgreich, wenn ...	Wenn ca. 1.000 Nutzerinnen und Nutzer pro Monat die App verwenden, diese stets aktuell ist und darüber Amtstätigkeiten erledigt werden können. Der Ohmtaler soll vollständig digital über die App genutzt werden können. Weitere Funktionen und Informationen zu Wanderungen sind verfügbar.
Kooperations-partner	<ul style="list-style-type: none">• Dienstleister zur Umsetzung• Stadt Homberg• Vereine• Gewerbeverein• KiTa und Schulen• Kirche
Zielgruppe	<ul style="list-style-type: none">• Bürgerinnen und Bürger• Touristinnen und Touristen• Unternehmen• Vereine• Ohmtaler-Nutzerinnen und Nutzer

Erste Schritte

1. Konzeption der Inhalte und Funktionen
2. Abstimmung mit Kooperationspartnerinnen und -partnern
3. Dienstleister finden und beauftragen
4. Marketingkonzept
5. Launch

#3 DER BAUERN- ALS FEIERABENDMARKT

Die Idee	Der Bauernmarkt ist faktisch kein echter Markt mehr - mit einem Feierabendmarkt schaffen wir ein Event mit einer Kombination aus klassischen Marktständen und gastronomischen Angeboten im Sinne von Street Food.
Das Ziel	Ein weiteres, regelmäßiges Event in der Innenstadt, Erhalt und Ausbau des Wochenmarktes. Sozialer Treffpunkt.
Erfolgreich, wenn ...	Ein Markt mit wechselnde Getränke- und Essensangebote sowie einem Unterhaltungsprogramm, vielen Besucherinnen und Besuchern mit Markthändlerinnen und -händlern, die Gewinne machen. Das Konzept ist etabliert und findet regelmäßig statt. Alle Generationen besuchen die Events.
Kooperations-partner	<ul style="list-style-type: none">• Vereine• Schulen, KiTas,• Händlerinnen und Händler• Kommunen um Homberg herum• Stadt Homberg - Ordnungsamt/Bauhof, Marktmeister der Stadt
Zielgruppe	Das Angebot soll alle Menschen erreichen.

Erste Schritte

1. Netzwerk (aus o.g. Partnerinnen und Partnern) bilden
2. Veranstaltungs- und Marketingkonzept erstellen
3. Umsetzung

#4 NETZWERK „HOMBERGER UNTERNEHMEN PRO INNENSTADT“

Die Idee	Unternehmen, außerhalb der Innenstadt, engagieren sich für die Innenstadt. Dabei geht es nicht ausschließlich um Sponsoring. Das Netzwerk mit regelmäßigen Treffen soll zum Austausch dienen und Ideen für Events und Projekte mit Innenstadtbezug hervorbringen.
Das Ziel	Eine attraktive Innenstadt als Argument für Fachkräfte, Ideen (und Gelder) für Aufwertungsprojekte.
Erfolgreich, wenn ...	Wenn nachweislich Fachkräfte akquiriert werden, für die eine attraktive Innenstadt wichtig bei der Entscheidung war. Und wenn durch das Netzwerk Projekte gesponsort werden.
Kooperations-partner	<ul style="list-style-type: none">• Stadt Homberg• Homberger Unternehmen• Gewerbeverein
Zielgruppe	Unternehmen aus Homberg.

Erste Schritte

1. Ziele und Organisation des Netzwerkes entwickeln
2. Ansprache der Unternehmen außerhalb der Innenstadt und Gewerbeverein
3. Regelmäßiges Netzwerktreffen etablieren.

#5 INKLUSIVES STADTCAFÉ MIT AUßENBEREICH

Die Idee	Ein Stadtcafé fehlt in Homberg, das zeigt auch die Umfrage. Mit einem Inklusionsangebot bekommen Menschen mit Handicap eine Beschäftigungsmöglichkeit und der Außenbereich wertet den öffentlichen Raum auf.
Das Ziel	Ein Anlaufpunkt für verschiedene Generation und Touristinnen und Touristen, ggfs. mit Backwaren inkludiert.
Erfolgreich, wenn ...	In 2025 haben wir das Café und es ist immer gut besucht, von Jung und Alt, von Hombergerinnen und Hombergern und Touristinnen und Touristen zugleich. Es ist der beliebteste Treffpunkt in Homberg, bringt Frequenz und wirft Gewinn ab, schafft Arbeitsplätze.
Kooperations-partner	<ul style="list-style-type: none">• Soziale Dienste wie: Schottener Soziale Dienste oder Kompass Leben• Ohmtalschule zwecks Küche• Stadt Homberg• Idee: VR Bank als Vermieter• Sponsoren
Zielgruppe	Das Café soll alle Menschen erreichen.

Erste Schritte

1. Leerstände prüfen und geeignete Immobilien finden
2. Konzept aufstellen
3. Partnerinnen und Partner finden
4. Finanzierungs- und Businessplan aufstellen
5. Inhaberin oder Inhaber finden
6. ggfs. Fördermittel beantragen

#6 SCHLOSS- UND ALTSTADTRUNDE ALS DIGITALER STADTRUNDGANG MIT AUGMENTED REALITY

Die Idee	Die Stadt bietet mit der historischen Baustruktur und dem Schloss Entdeckungsmöglichkeiten. Der bisherige Rundgang ist klassisch-analog und soll mit Augemented Reality erlebbarer gemacht werden.
Das Ziel	Mehr Besucher entdecken die Stadt und sorgen für Frequenz, Verknüpfung mit der Stadt-App.
Erfolgreich, wenn ...	Wenn die bestehenden Wandertouren integriert sind und in die Schloss- und Altstadttrunde münden. Und: wenn Nutzerinnen und Nutzer regelmäßig die Tour laufen.
Kooperations-partner	<ul style="list-style-type: none">• Stadt Homberg• Ehrenamtliche• Verein zwecks Patenschaften
Zielgruppe	Das Angebot soll alle Menschen erreichen.

Erste Schritte

1. Konzeption und Story festlegen
2. Dienstleister für Umsetzung finden
3. Umsetzung
4. Marketingkonzept und Umsetzung

#7 POP-UP COWORKING SPACE IM LEERSTAND MIT COCREATION

Die Idee	Einen Leerstand mit einem Coworking Space zu beleben ist kein Erfolgsgarant. Die Pop-Up Idee meint, dass ein solches Angebot zunächst getestet wird. Cocreation bedeutet, dass neben PC-Arbeitsplätzen auch Handwerksbetriebe einen Platz finden, ggfs. in Kombination mit einem Repair-Café.
Das Ziel	Werktätige aus dem Homeoffice und Pendler können dieses Angebot nutzen und sorgen für Frequenz, Leuchtturmprojekt für die Stadt. Probierphase nach Erfolg in ein bestehendes Angebot überführen.
Erfolgreich, wenn ...	Wenn es genutzt wird und ausgelastet ist. Und wenn dadurch die „soziale Seite“ der Arbeit gestärkt werden kann - sichtbar durch die Nutzung gemeinschaftlicher Flächen und des Inventars. Und, wenn Synergie-Effekte zwischen den Nutzerinnen und Nutzer entstehen.
Kooperations-partner	<ul style="list-style-type: none">• Stadt Homberg• Investoren und Sponsoren• Nutzerinnen und Nutzer aka Coworkerinnen und Coworker, die sonst im Homeoffice arbeiten
Zielgruppe	<ul style="list-style-type: none">• Home-Office Arbeitende• Unternehmerinnen und Unternehmer• Künstlerinnen und Künstler und Kreative• Jugendliche

Erste Schritte

1. Gründung einer Arbeitsgruppe mit interessierten Bürgerinnen und Bürgern
2. Leerstände prüfen und geeignete Immobilien finden
3. Pop-Up Konzept aufstellen
4. Partnerinnen und Partner finden
5. Finanzierungs- und Businessplan aufstellen

#8 PROAKTIVES LEERSTANDSMANAGEMENT MIT KEY-ACCOUNT

Die Idee	Zunächst braucht die Stadt eine Übersicht zu jedem Leerstand mit allen Details. Dann eine Strategie, um gezielt potenzielle Mieter anzusprechen. Dabei handelt es sich um eine verwaltungsinterne Aufgabe.
Das Ziel	Übersicht zu den Leerständen und gezielte Vermarktung.
Erfolgreich, wenn ...	Wenn durch die Arbeit Leerstände dauerhaft beseitigt werden können und dadurch ein zusätzliches Angebot in der Innenstadt entsteht.
Kooperations-partner	<ul style="list-style-type: none">• Stadt Homberg• Eigentümerinnen und Eigentümer
Zielgruppe	<ul style="list-style-type: none">• Eigentümerinnen und Eigentümer• Interessierte, die einen Leerstand kaufen und umwandeln wollen

Erste Schritte

1. Ansprache der Immobilieneigentümerinnen und -eigentümer
2. Vollständige Übersicht aller Leerstände entwickeln
3. Leerstände (wenn abgestimmt) überregional bewerben
4. Verfügungsfonds nutzen

HANDLUNGSFELDER

HANDLUNGSFELDER ALS LEITLINIEN FÜR DIE ENTWICKLUNG DER HOMBERGER INNENSTADT.

Mit der Datenauswertung, der Umfrage unter Bürgerinnen und Bürgern haben wir zunächst den Status Quo ermittelt und darauf aufbauen konkrete Projekte in den Workshops entwickelt.

Damit dieses Ergebnis nun für die Innenstadtentwicklung bzw. Wirtschaftsförderung „nutzbar“ werden, haben wir insgesamt fünf Handlungsfelder abgeleitet und diese mit konkreten Zielen ausgestattet. Die in den Workshops entwickelten Projekte haben wir diesen Handlungsfelder dann entsprechend zugeordnet. Wobei eine trennscharfe Zuordnung nicht immer sinnvoll erscheint und es zu Überschneidungen kommen kann.

FÜNF HANDLUNGSFELDER FÜR DIE INNENSTADTENTWICKLUNG.

MODULDREI

Aufenthaltsqualität im öffentlichen Raum
erhöhen.

Nahversorgung in der Altstadt sichern.

Öffentliche **Veranstaltungen** entwickeln.

Leerstände bekämpfen.

Neue Nutzergruppen für die Innenstadt
gewinnen.

JEDES HANDLUNGSFELD BEKOMMT EINE ZIELFORMULIERUNG.

Aufenthaltsqualität im öffentlichen Raum erhöhen.

Bürgerinnen und Bürger, Besucherinnen und Besucher nutzen den öffentlichen Raum zum Verweilen. Dafür schafft die Stadt Räume - also Orte mit ansprechenden Sitzmöglichkeiten und der dafür nötigen Infrastruktur.

Nahversorgung in der Altstadt sichern.

Bestehende Angebote der Daseinsvorsorge (u.a. Apotheke, Buchhandel, div. Dienstleistungen) bleiben erhalten. Ein neues multifunktionales Konzept mit regionalen Produkten und „einfachen“ Dienstleistungen (z.B. Post) entsteht.

Öffentliche Veranstaltungen entwickeln.

Die Stadt entwickelt zusammen mit engagierten Bürgerinnen und Bürgern ein regelmäßiges Event, das auch die Stadt hinaus Menschen anzieht. Das Event soll dauerhaft Menschen auf Homberg aufmerksam machen.

Leerstände bekämpfen.

Die Stadt muss Leerstände systematisch erfassen und vorausschauend aufspüren. Dazu braucht sie eine stets aktuelle Datenbank. Sie spricht Eigentümerinnen und Eigentümern direkt an und entwickelt alternative Konzepte zur Behebung. Den Verfügungsfonds nutzt sie als Anreiz.

Neue Nutzergruppen und Angebote für die Innenstadt gewinnen.

Die Stadt ermuntern Unternehmen außerhalb der Innenstadt, diese im Sinne des eigenen Fachkräftemarketings mitzugestalten - beispielsweise in Form von Sponsoring für Veranstaltungen oder öffentlichen Verweilorte.

		Handlungsfelder				
		Aufenthalts- qualität	Nahversorgung	Veranstaltungen	Leerstände	Nutzergruppen
Projekte	Multifunktionaler Stadtladen					
	Stadt-App					
	Bauern- als Feierabendmarkt					
	Netzwerk <i>Homberger Unternehmer pro Innenstadt</i>					
	Inklusives Stadtcafé					
	Schloss- und Altstadttrunde					
	Pop-Up Coworking Space					
	Proaktives Leerstandsmanagement					

**NEUGESTALTUNG DES
HISTORISCHEN BAHNHOFES**

EIN JUWEL IN SCHLECHTEM ZUSTAND.

Das Bahnhofsgebäude, sowie das Areal, prägen die Eingangssituation in die Innenstadt von Homberg. Es gab in der Vergangenheit bereits konkrete Planungen, u.a. einen Hotelbetrieb und ein Ärztezentrum. Diese wurden aus unterschiedlichen Gründen nicht realisiert. Das stark baufällige Gebäude samt großem Areal stehen weiterhin leer, es kann und soll aufgrund des Denkmalschutzes auch nicht abgerissen werden.

In zwei weiteren Workshops haben wir uns (verwaltungsintern) konkrete Gedanken gemacht und überlegt, welchen Grundvoraussetzungen für die Ansprache eines Investors wichtig sind.



SO SIEHT ES IM UND UM DAS BAHNHOFSGEBÄUDE AUS.

MODULDREI



KURZE ERINNERUNG ZUR IDEE HINTER DEN WORKSHOPS.

MODULDREI

Workshop 1:

Gestaltung des öffentlichen Raums

Leitfragen:

- Wie steigern wir die Attraktivität in der Innenstadt?
- Wie erhöhen wir die Aufenthaltsqualität?
- Wie stärken wir dadurch den Einzelhandel und die Gastronomie?

Workshop 2:

Pilotprojekte für die Innenstadt

Leitfrage:

- Wie können wir die Ideen aus Workshop 1 in konkrete Maßnahmen übersetzen?

Workshop 3:

Ideen für den historischen Bahnhof

Leitfragen:

- Wie können wir den historischen Bahnhof nutzen?
- Funktionieren Ideen aus der Best Practice Analyse und aus der ISEK-Beteiligung?

Workshop 4:

Umsetzung und Fahrplan

Leitfragen:

- Wie gehen wir konkret vor?
- Wie können Investoren gewonnen werden?
- Welche Vorgaben gibt es?

HINWEISE AUS DEM ISEK-PROZESS.

Im letzten Jahr wurde ein umfassendes Integriertes städtebauliches Entwicklungskonzept (ISEK) für die Innenstadt erstellt - darin wurden auch erste Ideen zum historischen Bahnhof gesammelt.

„Im Konzept zu berücksichtigen ist, dass einerseits der touristische Premium-Wanderweg ‚Schächerbachtour‘ in der Nähe des Bahnhofes verläuft und andererseits geplant ist den Fernradweg R6 künftig auf der alten Bahntrasse am Bahnhof vorbeizuführen.“



Stadt Homberg (Ohm)

Integriertes Städtebauliches Entwicklungskonzept
für die Innenstadt

Stand: März 2023

- Etablierung von Nutzungsangebote für Familien mit Kindern
- Einrichtung Kurzzeitübernachtungsmöglichkeiten am Radweg R6
- Kleine und große Nutztiere zum Kennenlernen und Anfassen (ggf. in Zusammenarbeit mit Landwirten)
- Etablierung eines Lädchens mit lokalen und regionalen Produkten
- Gastronomisches Angebot mit lokalen und regionalen Produkten
- Errichtung von Infotafeln (QR-Code) mit Informationen zur stillgelegten ehemaligen Bahnstrecke der Ohmtalbahn und zu Themen der Stadtentwicklung

DRITTER WORKSHOP

FOKUSSIERUNG DER IDEENSAMMLUNG FÜR DIE UMGESTALTUNG DES AREALS SAMT GEBÄUDE.

Im diesem Workshop haben wir folgende Grundsätze festgehalten:

- Das Gebäude muss saniert werden. Das ist eine Grundvoraussetzung.
- Es soll nicht zu Konkurrenzen zur Innenstadt kommen - **klassische** Übernachtungsmöglichkeiten, Lebensmitteleinzelhandel und ein Café sind ausgeschlossen.
- Aber: Übernachtungen in Form von kleinen Apartments oder Platz für Wohnmobile sind durchaus denkbar.
- Insgesamt soll das Areal multifunktional gestaltet werden, dabei muss die etwaige Reaktivierung der Ohmtalbahn mitgeplant werden.
- Es wird nicht ohne einen Investor funktionieren.

Wir haben im Anschluss an drei Ideen weitergearbeitet.

DIE ERSTE IDEE: EIN KREATIVER ORT FÜR KUNST UND VERANSTALTUNGEN.

Ein kreativer Ort, der neben Kunst auch für private Feiern genutzt werden kann und eine Alternative zur Stadthalle bietet. Angesprochen werden lokale und regionale Künstler, die im Sinne von Co Creation arbeiten und ausstellen können.

Im Erdgeschoss gibt es neben dem großen, mietbaren Raum eine Küche, in der Kochkurse stattfinden. Diese kann auch für private Feiern gemietet bzw. genutzt werden.

Der gesamte Freibereich wird zu einer öffentlich zugänglichen parkähnlichen Anlage umgestaltet. Zusätzlich werden „besondere“ Übernachtungsmöglichkeiten im Außenbereich angeboten.

ZWEITE IDEE: EIN ORT ZUM GEMEINSAMEN ARBEITEN UND ÜBERNACHTEN.

Ein multifunktionaler Ort, an dem in kleinen (Service-) Appartements (Obergeschosse) gewohnt werden kann - auf Zeit oder als Tourist. Zudem gibt es einen Raum, der als Coworking Space mit festen Arbeitsplätzen funktioniert. Zunächst als Versuch. Im Untergeschoss dann ein kleiner Imbiss, der auch Frühstück anbietet, aber kein vollumfängliches Restaurant.

Im Außenbereich gibt es Platz für Wohnmobilisten mit den entsprechenden Versorgungsfunktionen, inklusive Nutzung der sanitären Einrichtungen im Haupthaus.

Der übrige Freibereich wird als Gartenfläche angelegt, der allerdings nur den Nutzern der übrigen Angebote zur Verfügung steht.

DRITTE IDEE: EIN ORT FÜR JUNG UND ALT.

Ein Ort für unterschiedliche Generationen mit dem Schwerpunkt auf Seniorenwohnungen inklusive Pflege. Die Mitarbeitenden finden ebenfalls eine Wohnmöglichkeit. Angehörige und die Bewohnerinnen und Bewohner können eine Begegnungsstätte nutzen - ein kleines Café mit einem Raum für Aktivitäten in Zusammenarbeit mit dem Familienzentrum.

Im Außenbereich gibt es Spielmöglichkeiten für Kinder und Angebote für Jugendliche. Ergänzt durch wenige Stellplätze für Wohnmobile.

VIERTER WORKSHOP

Im abschließenden Workshop zum historischen Bahnhof haben wir die zugespitzten Ideen weiter verfeinert und erneut in Steckbriefe überführt. Diese haben wir mit den folgenden Fragen strukturiert:

- Wann ist das Konzept ein Erfolg?
- Wofür sind Kosten zu erwarten?
- Wie kann das Konzept wirtschaftlich funktionieren?
- Welche Kooperationspartner müssen wir ansprechen?
- Was müssen wir im ersten Jahr erledigen?

Wann ist das Konzept ein Erfolg?	<ul style="list-style-type: none">• Mehr Aufmerksamkeit für die Stadt durch den kreativen Ort• „Kulturperle Homberg“ des Vogelsbergkreises etabliert• Aufmerksamkeit für Künstlerszene durch Präsentationsfläche, Akzeptanz durch Künstlerszene• Wenn Künstler:innen die Räumlichkeiten für Workshops buchen• Wenn alle Altersgruppen den Ort annehmen
Welche Kosten sind (grob) zu erwarten?	<ul style="list-style-type: none">• Gutachterkosten• Sanierungskosten für den Bahnhof (extern getragen), ggf. Kosten für Zwischensanierung bis ein Investor übernimmt• Neubaukosten (extern getragen)
Wie kann das Konzept wirtschaftlich funktionieren?	<ul style="list-style-type: none">• Nur mit Investoren• Langfristige, solvente Mieter:innen• Ggf. Beteiligungskonzept für den Bahnhof selbst• In einer Kombination, die ergänzend zur Kunstidee eine starke Wirtschaftskraft hat
Welche Kooperationspartner müssen wir ansprechen?	<ul style="list-style-type: none">• Potenzielle Betreiber:innen (einzeln oder jmd. mit Gesamtkonzept)• Investoren• Denkmalschutz (Klärung der Anforderungen und Vorgaben)• Künstlerszene
Was müssen wir im ersten Jahr erledigen?	<ul style="list-style-type: none">• ggf. Investition in Gutachterkosten• Klärung Abstand Trasse Ohmtalbahn• Parzellierung, welche Flächen bleiben bei der Stadt, welche gehen an einen Investor• Klärung Halle• Einholung von Investoreneideen (Modus?)• Festlegen von Rahmenbedingungen (u.a. zeitlicher Horizont)

STECKBRIEF „MULTIFUNKTIONALER ORT“

Wann ist das Konzept ein Erfolg?	<ul style="list-style-type: none">• Auslastung der kleinen (Service-) Apartments• Kontinuierliche Buchungen im Coworking Space• Mehr Aufmerksamkeit für die Stadt durch den multifunktionalen Ort
Welche Kosten sind (grob) zu erwarten?	<ul style="list-style-type: none">• Gutachterkosten• Sanierungskosten für den Bahnhof (extern getragen), ggf. Kosten für Zwischensanierung bis ein Investor übernimmt• Neubaukosten (extern getragen)
Wie kann das Konzept wirtschaftlich funktionieren?	<ul style="list-style-type: none">• Nur mit Investoren• Langfristige, solvente Mieter:innen• Ggf. Beteiligungskonzept für den Bahnhof selbst
Welche Kooperationspartner müssen wir ansprechen?	<ul style="list-style-type: none">• Potentielle Betreiber:innen (einzeln oder jmd. mit Gesamtkonzept)• Investoren• Denkmalschutz (Klärung der Anforderungen und Vorgaben)
Was müssen wir im ersten Jahr erledigen?	<ul style="list-style-type: none">• ggf. Investition in Gutachterkosten• Klärung Abstand Trasse Ohmtalbahn• Parzellierung, welche Flächen bleiben bei der Stadt, welche gehen an einen Investor• Klärung Halle• Einholung von Investoreneideen (Modus?)• Festlegen von Rahmenbedingungen (u.a. zeitlicher Horizont)

<p>Wann ist das Konzept ein Erfolg?</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Anbindung an das öffentliche Leben, Schaffen eines Miteinanders • Mehr Aufmerksamkeit für die Stadt durch den multifunktionalen Ort • Auslastung der Altenheimplätze
<p>Welche Kosten sind (grob) zu erwarten?</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Gutachterkosten • Sanierungskosten für den Bahnhof (extern getragen), ggf. Kosten für Zwischensanierung bis ein Investor übernimmt • Neubaukosten (extern getragen)
<p>Wie kann das Konzept wirtschaftlich funktionieren?</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Nur mit Investoren/ Betreiber • Ggf. Beteiligungskonzept für den Bahnhof selbst
<p>Welche Kooperationspartner müssen wir ansprechen?</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Potentielle Betreiber:innen (einzeln oder jmd. mit Gesamtkonzept) • Investoren • Denkmalschutz (Klärung der Anforderungen und Vorgaben)
<p>Was müssen wir im ersten Jahr erledigen?</p>	<ul style="list-style-type: none"> • ggf. Investition in Gutachterkosten • Klärung Abstand Trasse Ohmtalbahnhof • Parzellierung, welche Flächen bleiben bei der Stadt, welche gehen an einen Investor • Klärung Halle • Einholung von Investorennideen (Modus?) • Festlegen von Rahmenbedingungen (u.a. zeitlicher Horizont)

ANGENOMMEN, 2025 GEHT ES LOS.

Schritt	Jan.	Feb.	März	April	Mai	Juni	Juli	Aug.	Sept.	Okt.	Nov.	Dez.
Recherche zu: Denkmalschutzauflagen, Zukunft Trasse Ohmtalbahnhof	■	■										
Beauftragung eines Gutachters	■	■										
Klärung zum Umgang mit der „Blauen Halle“	■	■										
Interne Festlegen von Rahmenbedingungen (u.a. zeitlicher Horizont bis Baustart, B-Planprüfung)			■	■								
Einholung von Investorenideen, anschl. Entscheidung durch Magistrat					■	■						
Konkretisierung der Parzellierung. (Frage: welche Flächen bleiben bei der Stadt, welche gehen an einen Investor?)					■	■						
Einbezug weiterer Gremien neben dem Magistrat							■					
Klärung des Beteiligungsmodells							■					
Vertragsverhandlungen mit dem Investor, inklusive Einholung einer rechtlichen Beratung								■	■	■	■	■
Anpassung Bebauungsplan								■	■	■	■	■
Start der Umsetzung ab 2026												

IDEENWETTBEWERB UND INVESTOREN

VOR AUSLOBUNG EINES IDEENWETTBEWERBS MÜSSEN SIE MIT POTENZIELLEN INVESTOREN SPRECHEN.

Klassische Ideenwettbewerbe inklusive Beteiligung der Öffentlichkeit sind oft besonders aufwendig und benötigen ein entsprechendes Budget. U.a. ist es üblich, dass Sie im Rahmen eines Wettbewerbs ein entsprechendes Honorar nach HOAI ausloben.

Diesen Aufwand wollen Sie zunächst nicht betreiben, sondern vorab im Rahmen von unverbindlichen Gesprächen mit potenziellen Investoren die Möglichkeiten zur Entwicklung des Areals ausloten. Dabei ist es Ihnen wichtig, verschiedene Vorgaben zu machen.

MIT DIESEN VORGABEN WOLLEN SIE DIE GESPRÄCHE FÜHREN.

Die **Trassenführung** soll für eine potenzielle Reaktivierung der Ohmtalbahn freigehalten werden.

Der Freiraum des Areals muss öffentlich zugänglich sein.

Das Grundstück soll **ganzheitlich beplant** werden, inklusive der Bestandsgebäude.

Das Gesamtkonzept soll **keine festen Wohnformen** beinhalten.

Es soll ein Gesamtkonzept entstehen, in dem **Begegnungsorte für alle Generationen** geschaffen werden.

Das Bahnhofsgebäude und die Zuwege sollen öffentlich zugänglich sein.

Das Bahnhofsgebäude samt Nebengebäude sind zu **erhalten und entsprechend zu sanieren**.

Das Gesamtkonzept muss **städtebaulich attraktiv und wirtschaftlich tragfähig** sein.

Das Gesamtkonzept darf **keine Konkurrenz** (insb. Handelsstrukturen) zur historisch gewachsenen Innenstadt darstellen.

Es ist eine Bauweise (bzw. Sanierung) nach geltenden, **energetischen Standards** zu wählen.

DARÜBER HINAUS SOLLEN IN DEN GESPRÄCHEN FOLGENDE IDEEN BERÜCKSICHTIGT WERDEN:

Das Gesamtkonzept könnte moderne und innovative Übernachtungsmöglichkeiten aufgreifen.

Kleinteilige gastronomische Angebote (z.B. Frühstücksbistro).

Die „blaue Halle“ sollte möglichst in das Konzept einbezogen werden.

Wohnmobilstellplätze unter Berücksichtigung der freizuhaltenden Trassenführung.

Ergänzende Angebote zur historisch gewachsenen Innenstadt sind wünschenswert.

Vermietbare Räumlichkeiten für private Events und Kursangebote.

(Service-) Appartements für Reisende oder für einen längeren Aufenthalt.

Kleinteilige Angebote für Coworking oder Cocreation.

EMPFEHLUNGEN

Die Strategie hat viel Raum für Beteiligung angeboten. So konnten ganz unterschiedliche Meinungen, Ideen und Lösungsansätze in die Ausgestaltung von konkreten Projektideen entstehen.

Klar ist, dass die Strategie keine komplette Neustrukturierung der Innenstadt ausruft oder den Einzelhandel umfangreich zurückholt. Es geht darum, dass mit kleinen Maßnahmen Frequenzen, Aufenthaltsqualität und Angebote geschaffen werden.

Erste Aktivitäten zeigen, dass sich einige Akteurinnen bereits auf den Weg machen, den Wochenmarkt neu zu entwickeln ...

An vielen Stellen wurde deutlich, dass die Identifikation der Bürgerinnen und Bürger mit „Ihrer“ Stadt zum jetzigen Zustand - vor allem auf Grund fehlender Angebote - leidet.

1. AUCH FÜR HOMBERG (OHM) GILT: KONZENTRATION AUF DAS WESENTLICHE.

Es ist auch mit Blick auf vergleichbare Umfragen nicht überraschend, dass mehr Handel gefordert wird - am liebsten in Form einer leerstandslosen Einkaufsmeile mit einem hohen Grad an Erlebnisshopping. Dass das für Homberg kein realistischer Weg ist, dürften Sie und auch die Teilnehmenden der Umfrage selbst wissen.

Wir empfehlen, die Energie darauf zu konzentrieren, dass die Grunddaseinsvorsorge gesichert ist - in der Innenstadt sind das insbesondere Dienstleistungen und handwerkliche Betriebe wie Optiker und kleinteiliger Einzelhandel (u.a. Buchhandlung, Apotheken). Größere Agglomerationen (Lebensmittel, Drogerie) befinden sich dagegen am „Ohm-Center“. Dennoch sollten Sie sich kreativen Konzepten nicht verschließen - bieten Sie Raum zum Ausprobieren und unterstützen Sie mit den Geldern aus dem Verfügungsfonds. Idealerweise verknüpfen Sie kleinteilige Einzelhandelsangebote mit Gastronomie.

2. DENNOCH: KLEINTEILIGE UND INDIVIDUELLE EINZELHANDELSKONZEPTE ERHÖHEN DIE ATTRAKTIVITÄT.

Neben den eben genannten Wünschen im Kontext Handel, sorgen insbesondere regional-kleinteilige Konzepte für eine Attraktivitätssteigerung. Auch das ist an anderen Standorten ein Thema - nur braucht es auch die entsprechende Kundschaft. Und eine oft nötige finanzielle Starthilfe.

Wir empfehlen, dass durch den Verfügungsfonds und die Anmietung leerstehender Ladenlokale entsprechende Konzepte gesucht, gefunden und gefördert werden. Gerade in ländlichen Räumen gibt es oft Menschen mit guten Ideen und einem Plan. Neben dem Geld sollte die Stadt unterstützen und im Rahmen ihrer Möglichkeiten vernetzen. Die große Herausforderung ist, an geeignete Händlerinnen und Händler zu kommen. Starten Sie dazu einen medienwirksamen Aufruf, in dem Sie den Standort und auch den Verfügungsfond bewerben.

3. DER TOURISMUS IST EIN WICHTIGER VERSTÄRKER.

Schloss, Museum, Fachwerk, Schächerbachtour, Wohnmobilstellplatz ... - die Stadt hat für ihre Größe tolle touristische Angebote. Die Frage ist, wie diese zur Innenstadtbelebung beitragen können. Es kommt darauf an, dass Besucherinnen und Besucher ihren Aufenthalt mit einem Besuch der Innenstadt verbinden - und am besten daheim und in Sozialen Medien davon berichten.

Wir empfehlen, dass Sie Wandererinnen und Wanderer, aber auch Besucherinnen und Besucher des Schlosses mit entsprechender Beschilderung sanft in die Innenstadt ziehen. Eine Option ist, Parkraum in der Innenstadt (z. B. an der Stadthalle) stärker mit den touristischen Angeboten zu verknüpfen. Machen Sie darüber hinaus mehr Werbung für die kulturellen Angebote - am besten im ganzen Kreisgebiet. Hierzu müssen allerdings weitere Übernachtungsmöglichkeiten geschaffen werden.

4. EIN CAFÉ SAMT AUSSENBEREICH MUSS HER.

In der Umfrage, den begleitenden Workshops und weiteren Gesprächen fiel eins auf: Homberg braucht ein Café samt Außenbereich. Die Frage ist nur: Wer macht es und wie kann sich ein solches Angebot halten? Versuche gab es in der Vergangenheit viele ...

Wir empfehlen, dass über die zur Verfügung stehenden Mittel ein Anschub finanziert wird. Es muss ein Leerstand samt Eigentümer gefunden werden, die zu einem möglichst innovativen Konzept stehen. Die Betreiberin oder der Betreiber muss direkt in bestehende Strukturen (insbesondere die Werbegemeinschaft) eingebunden werden. Und dann gilt es, mit vielen Werbemaßnahmen Aufmerksamkeit zu generieren. Die Idee, ein inklusives Café zu machen, bietet zusätzliche Aufmerksamkeit und steht ganz im Sinne des Gemeinwohls. Dazu müssen Sie einen geeigneten Partner finden.

5. GUT VORBEREITET IST COWORKING EINE ECHE OPTION.

Coworking ist zunächst nur ein trendiger Begriff – es erfordert ein klares Konzept. Ziel ist, dass unterschiedliche Menschen mit unterschiedlichen Ideen zusammenkommen und sich austauschen. Gearbeitet wird natürlich auch. Den Versuch ist es wert. Aber ohne eine Kümmerin bzw. einen Kümmerer wird es nicht gehen! Im Idealfall eine Vermieterin oder ein Vermieter.

Wir empfehlen, es möglichst niedrigschwellig auszuprobieren. Geeignete Leerstände gibt es, und die Umfrage zeigt, dass Interesse vorhanden ist. Wichtig ist, dass Sie diese 42 Prozent ausfindig machen und in den Planungsprozess einbeziehen - denken Sie ein solches Projekt „bottom-up“; also vom Bedarf her. Sie gestalten den Rahmen und geben über den Verfügungsfonds die nötigen Mittel für den Anschub. Hier (und auch bei den anderen Projekten) gilt: Abgucken erwünscht. Beispielsweise im hessischen Nidda hat man ein altes Kino zu einem Coworking Space umfunktioniert. Sprechen Sie mit so genannten Best Practices.

6. MARKTPLATZ ALS VITALES ZENTRUM.

Der Marktplatz und der direkt umgebende Raum haben viel Potenzial, um originäre Innenstadtangebote zu etablieren. Der Bauernmarkt ist eigentlich keiner. Das hat Gründe. Dennoch möchten wir Sie ermuntern, das Thema Wochen- und insbesondere Feierabendmarkt zu diskutieren. Die Mitmachbereitschaft seitens des Gewerbevereins ist ja da. (Wochen-) Märkte können sowohl sozialer Treffpunkt, aber eben auch zur Versorgung dienen. Und die Identifikation stärken. Schon ein regelmäßiger Feierabendmarkt mit einem minimalen Kulturprogramm würde sich auf mittlere Sicht seine Fans selbst schaffen.

Wir empfehlen zunächst einmal, das erste Interesse so stark es geht zu fördern. Sprechen Sie gemeinsam mit potenziellen Beschickern und gründen Sie einen kleinen Arbeitskreis. Und dann heißt es: Ausprobieren und ordentlich Marketing betreiben.

7. LEERSTÄNDE ALS VERSUCHSRÄUME FÜR NEUES LEBEN.

Auch in Homberg gibt es sie: Leerstände. Ihr Ziel muss es sein, ein richtiges Management auf die Beine zu stellen. Dazu gehört ein stets aktueller Überblick und der Kontakt zu den Eigentümerinnen und Eigentümern. Mit dem Verfügungsfonds und dem Programm zur Anmietung öffnen sich Gestaltungs- und Steuerungsspielräume. Denke Sie dabei nicht nur an Handel. Coworking ist eine Idee, aber viele weitere entstehen oft dann, wenn man gemeinsam drüber nachdenkt.

Wir empfehlen, Ihre Werbegemeinschaft einzubinden. Sie ist aktiv und hat Ideen - nutzen Sie dieses Engagement auch bei der Revitalisierung Ihrer leerstehenden Ladenlokale. Zusammen mit der Entwicklung des Feierabendmarkts kann ein Arbeitskreis entstehen. Der Prozess zum Verfügungsfonds ist ein guter Aufschlag, um kreative Ideen zu sammeln. Die dann auch umgesetzt werden müssen. Dazu müssen Sie konsequent den Markt im Blick behalten und vorausschauend potenzielle Leerstände ausfindig machen.

8. EIN „BID“ NACH DEM LANDESGESETZ INGE KÖNNTE EIN WIRKSAMER IMPULS SEIN.

Aus unserer Sicht ist das ehrenamtliche Engagement für die Innenstadt stark genug, um auch einen „BID“ (Business Improvement District) nach hessischem Landesrecht einzurichten. Im „INGE“ gibt es zwar keine hohen Fördersummen, aber das rechtliche Instrumentarium ist gut geeignet, um kleine Räume der Innenstadt aufzuwerten. Diese Chance sollten Sie nutzen und entsprechende Aktivitäten anregen.

Wir empfehlen, dass Sie sich zunächst mit dem Thema vertraut machen und auch den politischen Willen bekommen, einen BID zu errichten. Der Einführungsprozess ist nicht ganz einfach und bedarf viel Geduld und gute Argumente. Aber es lohnt sich ganz sicher! Auch hier gilt es, bei anderen zu schauen. Im Gießener Seltersweg läuft ein solche Projekt sehr erfolgreich ...

9. KOMMUNIKATION LÖST VIELE HERAUSFORDERUNGEN.

In Homberg haben viele Menschen viele Ideen, die aus den parallel laufenden Prozessen zur Weiterentwicklung der Stadt wieder zusammengebracht werden müssen. Werden die Beteiligungsformate „nur“ aufgrund guter Förderung zu zahlreich, gilt es, sich auf wenige Projekte, die Wirkung erzielen, zu fokussieren. Kommunikation ist aber auch eine einheitliche Beschilderung. Auch bei der Neugestaltung des Bahnhofsareals brauchen Sie eine gute Kommunikationslinie - mit einem Investor, aber auch mit den Bürgerinnen und Bürgern. Das Projekt ist besonders wichtig.

Wir empfehlen, die Projekte und Prozesse auf einer einheitlichen Landingpage, angegliedert an die Stadt, zu kommunizieren. Auch der Verfügungsfonds sollte dort platziert werden.

10. LADEN SIE EIN, EHRENAMTLICHES ENGAGEMENT IN EINE NEUE STRUKTUR ZU BRINGEN.

Es gibt viel Engagement in und für die Innenstadt. Und es ist völlig natürlich, dass dieses Engagement in den meisten Fällen eine wirtschaftliche Richtung hat und sich teils nur auf kleine Bereiche der Innenstadt bezieht. Die Innenstadt attraktiver zu machen, ist aber offensichtlich eine Aufgabe für alle. Es wäre sinnvoll, dem auch in festen Strukturen eine Form zu geben. Dafür brauchen Sie starke Protagonistinnen und Protagonisten, die voran gehen wollen. Bedeutende Unternehmen wie Kamax können starke Partner sein.

Wir empfehlen, offen auf Unternehmen außerhalb der Innenstadt zuzugehen und feste Netzwerkstrukturen zu etablieren. Das ist ja gleichzeitig Wirtschaftsförderung. Unternehmen haben oft ein besonderes Interesse an einer vitalen Innenstadt, insbesondere im Sinne des Fachkräftemarketings.

11. SIE BRAUCHEN GENUG KRAFT, UM DIE ENTWICKELTEN IDEEN UMZUSETZEN.

Sie hatten bisher keine klassische Sachbearbeitung für Innenstadt- und Wirtschaftsförderungsmanagement, werden aber die Herausforderungen aus eigener Kraft angehen müssen. Die effektive Vernetzung von Bedarfen, Ideen und Potentialen aller Akteure von Gewerbetreibenden über Ehrenamtliche und kulturelle Akteure bis hin zu Immobilieninhabern ist ein entscheidender Erfolgsfaktor für die Belebung der Innenstadt.

Wir empfehlen zumindest eine halbe Stelle, die sich intensiv mit der Wirtschaftsförderung und der Innenstadtbelebung und allen involvierten Akteuren befasst.

IN HOMBERGS INNENSTADT STECKT VIEL KRAFT!

Der Prozess hat eindeutig bewiesen, dass in Hombergs Innenstadt einiges möglich ist und es Menschen gibt, die aktiv an der Gestaltung mitwirken wollen. Klar, die großen Trends und Entwicklungen gehen auch nicht an Homberg vorbei - aber mit den entwickelten Projektideen, einem neu gestalteten Bahnhof und Geldern aus dem Verfügungsfonds haben Sie großen Einfluss auf eine nachhaltige Innenstadtentwicklung.

Seien Sie mutig und probieren Dinge wie Coworking oder eine digitale Stadtführung aus. Und ganz wichtig: Schauen Sie auch mal nach links und rechts - es gibt viele gute Beispiele.



MODULDREI

Grüße aus
Homberg/Ohm



Quelle: Maginot und Wahle GbR



QUELLEN

- Bundesministerium für Wohnen, Stadtentwicklung und Bauwesen (o.J.): Projektwebsite zum ZIZ-Förderprogramm. Abgerufen unter: <https://www.innenstadtprogramm.bund.de/Webs/ZIZ/DE/startseite/startseite-node.html> (mit Unterseiten)
- Bundesministerium des Innern, für Bau und Heimat (Hrsg.) (2021): Innenstadtstrategie des Beirats Innenstadt beim BMI. Die Innenstadt von morgen - multifunktional, resilient, kooperativ. Berlin.
- Deutsches Institut für Urbanistik gGmbH (2017): Die Innenstadt ist mehr als die Summe ihrer Nutzungen. Abgerufen unter: <https://difu.de/nachrichten/die-innenstadt-ist-mehr-als-die-summe-ihrer-nutzungen>

- Gruner + Jahr Deutschland GmbH (2021): So könnte die Innenstadt der Zukunft aussehen. Abgerufen unter: <https://www.capital.de/immobilien/so-koennte-die-innenstadt-der-zukunft-aussehen>
- IHK24 e.V. (o.J.): Kaufkraft 2022 in Deutschland. Abgerufen unter: <https://www.ihk.de/blueprint/servlet/resource/blob/5645436/4f8613ad45f0c85ec eeb25f0ea6daf05/kaufkraftkennziffer-im-jahr-2022-data.pdf>
- Hessischen Statistischen Landesamts (o.J.) Hessische Gemeindestatistik. Abgerufen unter: <https://statistik.hessen.de/publikationen/hessische-gemeindestatistik>
- Maginot und Wahle GbR (o.J.): Homberg /Ohm im Vogelsberg – Fotowalk. Abgerufen unter: <https://vogelsberg-blog.de/blog/homberg-ohm-im-vogelsberg-fotowalk/>

Perspektiven für die Innenstadt vom Homberg (Ohm)

Auftraggeberin: Stadt Homberg (Ohm)

Bearbeitung: Moduldrei Strategie und Kommunikation GmbH
Martin-Schmeißer-Weg 3a - 44227 Dortmund

Bearbeitungszeitraum: Januar 2024 bis August 2024

Inhalt, Zusammenstellung, Struktur und Präsentation sind urheberrechtlich geschützt. Die Vervielfältigung und Verbreitung (auch auszugsweise) von Informationen und Daten sind ohne vorherige schriftliche Zustimmung untersagt.

@Moduldrei

MODULDREI

Strategie und Kommunikation GmbH
Martin-Schmeißer-Weg 3a
44227 Dortmund

MODULDREI