

Konzept zur Wiederbelebung von Bad Hönningen mit Fokus auf die Fußgängerzone

Voraussetzungen
Ideen
Maßnahmen

Umsetzung durch Rat/Stadtverwaltung oder Wirtschaftsförderer

Umsetzung durch andere, z.B. Werbegemeinschaft, TI etc

Sponsoring

Reminder in eigener Sache: Siehe altes Blatt im roten Ordner!

Version 3.5

22. SEPTEMBER 2020

Verfasst von: Volker Risse



I Vorbemerkungen

Wir müssen das Rad nicht neu erfinden! Vielmehr können wir das, was in Bad Hönningen bereits heute „rund und gut“ ist, nutzen, um anderes ans Laufen zu bringen, um positive Ideen und Prozesse zu unterstützen oder weniger Rundes zu schleifen. Nur wenn wir mit dieser Arbeit beginnen, sie kontinuierlich fortführen und möglichst viele ins Boot holen, werden wir Bad Hönningen für einheimische und auswärtige Mitbürger wieder zu einer attraktiven Stadt machen. Der sogenannte Trading-Down-Prozess der vergangenen Jahre hat Privat- ebenso wie Geschäftsleute pessimistisch werden lassen. Das ist angesichts sinkender Besucherzahlen, leer stehender Geschäftsräume und ganz allgemein einer verödenen Fußgängerzone nicht verwunderlich. Aber Pessimismus hilft uns nicht weiter. Anders als viele Kleinstädte in Deutschland, die mit den gleichen Problemen kämpfen, hat Bad Hönningen Vorzüge, über die wir uns glücklich schätzen und auf die wir aufbauen können:

1. der Rhein, die Rheinanlagen
2. das Schloss
3. der Weinanbau
4. die Kristallparkterme
5. der Limes, die Römerwelt
6. der Fahrradtourismus
7. die edel ausgebaute, möblierte Fußgängerzone¹
8. die Wanderwege, Rheinsteig und Westerwaldsteig
9. Stadt der vielen Feste
10. das kulinarische Angebot
11. Der Trödelmarkt
12. Xletix
13. der Campingplatz
14. die vielen Brunnen
15. unser Wald und der Waldfriedhof

Bad Hönningen hat eine Zukunft! Gestalten wir sie gemeinsam!

II Status quo

- Die Fußgängerzone in Bad Hönningen stirbt aus. So wurden in jüngster Zeit eine Änderungsschneiderei, ein Radio-/Fernsehgeschäft und eine Apotheke dauerhaft geschlossen.
- In der Bischof-Stradmann-Straße ist ein neues Zentrum von Bad Hönningen entstanden, das mit dem Auto befahren werden kann. In der Fußgängerzone ist dies nicht möglich.
- Die Fußgängerzone umfasst eine Strecke, die in der bestehenden Ausdehnung heute nicht mehr ausreichend mit attraktiven Geschäften interessant gestaltet werden kann.
- Gute Ideen zur Behebung der Missstände werden von Entscheidungsträgern abgelehnt, weil sie von der „falschen Partei“ kommen.
- Die Gastronomie ist weiterhin beliebt.

III Das Ziel

Unser Ziel ist es, die Fußgängerzone in Bad Hönningen wieder mit mehr Leben zu füllen. Menschen sollen sich in der Fußgängerzone wohlfühlen, sich zum Einkaufen animiert oder zum Verweilen eingeladen fühlen. Besucher von außerhalb sollen finden, was sie woanders vergeblich suchen: eine Art kleinstädtische Insel mit liebenswerten ortsspezifischen Attraktionen und eigenem Flair. Einheimische sollen ein neues Gefühl der Identität mit ihrer Stadt entwickeln und ihre Fußgängerzone als Treffpunkt oder zum Einkaufen nutzen und sie mit Stolz präsentieren.

¹ Zitat aus dem Verkehrs- und Parkraumkonzept vom Juli 2020: „Die Straßen innerhalb der Altstadt und der Fußgängerzone weisen eine recht aufwändige Pflasterung aus verschiedenfarbigen Natur- und Betonsteinbelägen auf. Die Verlegemuster sind äußerst verspielt, geben der Altstadt jedoch ein unverwechselbares Bild. Derzeit ist der Straßenbelag in einem ordentlichen Zustand (...). Es ist jedoch festzuhalten, dass in Zukunft bei einer etwaigen Sanierung der bisherige Gestaltungskanon nur schwer zu erhalten sein wird, da ein vergleichbarer Ausbau eines hohen finanziellen Aufwands bedarf.“

IV Ursachen für das Innenstadt-Sterben

Immer mehr Menschen kaufen im Internet. Der Online-Versand-Handel à la Amazon, wird inzwischen auch für 80 % der Discounterwaren genutzt. Selbst Unternehmen wie Aldi, Lidl, REWE & Co. haben sich zu Onlineversandhändlern entwickelt.

Die Coronakrise war und ist ein weiterer Katalysator für den Versandhandel. Auch das schwächt lokale Geschäfte zunehmend.

V Mögliche Maßnahmen

Maßnahmen im Verkehrswesen

Rückbau der Fußgängerzone

Die Fußgängerzone kann verkürzt werden. Dadurch erhöht sich die Wahrscheinlichkeit, dass der weiterhin bestehende Teil attraktiv mit Geschäften ausgestattet werden kann. Die Kürzung muss nicht groß sein. Ca. 30 Meter am nördlichen Ende könnten ausreichen. Der Abriss des alten Brunnens auf dem Marktplatz würde hier mehr Parkplätze schaffen.

→Ist bereits in Planung

Einführung einer Parkscheibe

Der gebührenpflichtige Parkautomat auf dem Marktplatz hält Besucher der Fußgängerzone fern. Er kann abgeschafft und stattdessen die Parkscheibe eingeführt werden.

→Antrag an Stadtrat stellen (1)

Einbahn-Verkehrsführung

Im Rahmen der zukünftigen neuen Verkehrsführung hat R. W. Schmitz auf der Klausurtagung des Rats am 27. Juni 2020 angedeutet, dass durch eine entsprechende Einbahn-Verkehrsführung in der Rheinallee und in der Marktstraße mehr Platz vor der Bäckerei in der Marktstraße entstehen könnte. Dieser Platz könnte von der Bäckerei für eine kleine Außengastronomie genutzt werden. Es wäre eventuell bereits jetzt möglich, hier zwei kleinere Tische mit je zwei Stühlen aufzustellen, was zur Aufwertung der

Fußgängerzone beitrüge.

→Ist bereits in Planung

Das Befahren der Hauptstraße mit Fahrrädern

Statt die Fußgängerzone „endgültig dichtzumachen“, damit „ein für alle Mal Ruhe ist“ (O-Ton aus Klausurtagung des Stadtrats vom 27.6.20), sollte über eine Öffnung für Radfahrer nachgedacht werden.

→Antrag an Stadtrat stellen (2)

Beschilderung nördlich und südlich der Rheinanlagen am Radweg

... zur weiteren Öffnung. Radfahrer können in die Fußgängerzone gelockt werden. Schon im letzten Jahr wurde die Idee vorgestellt, für die Fahrradfahrer entsprechende auffällige Schilder aufzustellen. Die CDU-Fraktion hatte das im Stadtrat beantragt. Aber dann wurde zunächst eine Bestandsaufnahme der vorhandenen Beschilderung beschlossen und alte Schilder, die z. B. auf Gewerbe hinweisen, die es längst nicht mehr gibt, sollten abgebaut werden. Die Produktion eines Straßenschildes kostet 70 Euro. Die Finanzierung der vier Schilder (beidseitig x 2) wären durch Spenden gesichert gewesen. Und die Saison 2020 ist schon bald wieder rum und verpasst. Dabei handelt es sich nicht um irgend einen beliebigen Radweg, sondern immerhin um den „Europäischen Rhein-Radweg / EuroVelo-Route 15“ und darüber hinaus wird hier die Fahrrad/E-Mobil Pendlerroute Koblenz-Bonn geplant und ausgebaut. Hier werden wir uns in Zukunft einiges von versprechen können, wir müssen es nur nutzen, wir dürfen die Pendler nicht einfach an uns vorbei fahren lassen!

→Antrag an Stadtrat stellen (3)

Straßenlaternen

Laut Aussage von Bürgermeister Uli Elberskirch 2019, gibt es keine/nicht ausreichende Ersatzteile für die Straßenlaternen in der Fußgängerzone. Aufgrund der Verkehrssicherungspflicht läuft es auf einen Totalaustausch hinaus, der nicht ADD genehmigungspflichtig ist. Bei guter Planung und Umsetzung bedeutet auch dies eine Aufwertung der Fußgängerzone. Bei dieser Gelegenheit müsste geprüft werden, ob die neuen Laternen an den gleichen Standorten wie die alten Laternen aufgestellt werden

sollen oder nicht besser an den Häuserwänden oder gar als hängende Laternen an den Häusern oder an Kabeln mittig über der Straße. Selbstverständlich gilt es hier Rücksicht auf die Anwohner zu nehmen und deren Wünsche einfließen zu lassen.

→Ist bereits in Planung

Bänke

Das Aufstellen von Bänken in der Fußgängerzone und der Hofstraße auf Höhe des Altersheims kommt den Bedürfnissen von älteren oder beeinträchtigten Menschen und Wanderern entgegen und trägt zur Attraktivität der Innenstadt bei.

Sponsoring (1)

Wiederaufnahme einer Personenfährrverbindung

... zwischen Bad Hönningen und Bad Breisig. Hier stellt sich vor allem die Kostenfrage. Um ein solches Vorhaben finanziell zu bewältigen, können Privatpersonen ebenso wie Geschäftsleute auf beiden Seiten des Rheins eingebunden werden. Es gilt herauszufinden, ob sie bereit sind, die Fähre mit monatlichen oder jährlichen Beträgen zu unterstützen. Ferner können die beiden Werbevereine und die beiden Städte zur Finanzierung beitragen. Wenn beide Bürgermeister in einer gemeinsamen Presseerklärung die Einführung einer (freiwilligen) Fährmannssteuer auf beiden Seiten des Rheins erklären, die freiwillige Steuer zusammen mit einem Abgabenbescheid, z. B. für die Wasserversorgung, einwerben, dann könnte folgende Rechnung vielleicht aufgehen: 2 Euro pro Jahr pro Einwohner (9.200 Einwohner Breisig plus 6.100 Einwohner Hönningen = 15.300 Euro x2= 30.600 Euro, weil nicht jeder mitmacht abrunden auf) 15.000 Euro, plus 12 Euro pro Monat pro gastronomischen Betrieb (ca.20 pro Stadt x2= 40x12x12= 5.760 Euro, weil nicht jeder mitmacht abrunden auf) 4.000 Euro, je Werbegemeinschaft 1.000 Euro/a= 2.000 Euro, je Stadtkasse 5.000 Euro x2= 10.000Euro, Einnahmen durch Spenden, Förderer, Werbung ca. 9.000 Euro. Alles in allem wären das 40.000 Euro pro Jahr / 3.333 Euro pro Monat, mit dem ein Fährunternehmen z.B. die Firma Gilles aus Koblenz subventioniert werden könnte um die Verbindung für das Unternehmen rentabel zu machen.

→Antrag an Stadtrat stellen (4), Frage an WG ob einverstanden? (1), Sponsoring (2)

Personenschiffahrt

Wir müssen alles versuchen, KD und andere Personenschiffahrt auf dem Rhein

weiterhin oder wieder zum Anlegen in Bad Hönningen zu bewegen.

→Antrag an Stadtrat stellen (5)

Rheinallee und Rheinparkplatz

Wie jüngst das Verkehrs- und Parkraumkonzept herausgearbeitet hat, hat die Rheinallee und der Rheinparkplatz einen besonderen Aufwertungsbedarf. Im Rahmen von ISEK werden hier die Erneuerung der Fahrbahn, die Verkleinerung der „Asphaltwüste“ und Erneuerung und Verschönerung dieser Straße und der Parkplätze geplant. Das Thema ist also auf dem Weg zur Verwirklichung, auch wenn es noch ein paar Jahre dauern wird, bis wir das Ergebnis sehen werden. Hier gibt es faszinierende Gestaltungsmöglichkeiten, je nach Höhe des Wasserpegel des Rheins.

→Ist bereits in Planung

Bahnhof

Ebenfalls Aufwertungsbedarf laut Verkehrs- und Parkraumkonzept hat der Bahnhof und das Bahnhofsumfeld in Bad Hönningen. Hier werden wir viel Geduld benötigen, alleine eine Kontaktaufnahme zu den zuständigen Stellen bei der Bahn ist schwierig. Die Renovierung des Bahnhofs, der Unterführung, die Höherlegung der Bahnsteige und ein barrierefreier Zugang sind in Planung, hoffentlich dauert es nicht all zu lange, bis wir mit unserem Bahnhof „an der Reihe sind“. Vorab sind vier Dinge zu tun: Die Anschaffung und Installierung einer „Radabstellanlage“, die derzeit mit 60% bezuschusst wird, eine regelmäßige Reinigung, provisorische Malerarbeiten und ggf. eine provisorischen Höherlegung der Bahnsteige aus Holz wie es Bad Breisig vorgemacht hat.

→Antrag an Stadtrat stellen (6)

Maßnahmen im Handel

Hier stellt sich die Frage, wie wir Leerstand abbauen und neue Geschäfte etablieren können. Bereits heute ist eine Trendumkehr absehbar: wieder raus aus den Großstädten, zurück aufs Land. Auch die Discounter auf der grünen Wiese haben den

Zenit ihres Daseins bereits überschritten, ALDI Nord z. B. machte neulich erstmals Minus.²

Waren, die der Kunde immer noch lieber im Geschäft begutachten und auswählen will, für die also eine Anlieferung durch Online-Versandhändler selten gefragt ist, finden in der Fußgängerzone einen guten Absatzmarkt. Das sind in der Regel feine, frische und exklusive Sachen. Das könnte bedeuten, dass die gute alte Metzgerei, der Bäcker und Konditor, sowie der Obst- und Gemüsehändler in absehbarer Zeit wieder Neueröffnungen feiern.

Daneben gibt es Gewerbe, für die Onlinehandel keine Option ist, wie z. B. Friseure. Sie haben eine Zukunft in der Fußgängerzone. Die Stadt sollte Händlern die kostenlose Auslage und Präsenz auf der Straße ermöglichen.

Die Stärkung des Handels teilt sich in zwei Bereiche auf:

1. Die (Wieder-)Ansiedelung folgender Gewerbe und Dienstleistungsbetriebe:

- Gastronomie (ein Grieche, ein Spanier...)
- Dienstleistungen
- Kiosk/Tante Emma Laden/türkischer Gemüsehändler
- Hundesalon inkl. Tierbedarf (An dem Projekt arbeiten derzeit ganz konkret Dr. Michael Kröger und Volker Risse.)
- Änderungsschneiderei (Die Änderungsschneiderei in der Hauptstr. hatte vorvergangenes Jahr nicht etwa zu gemacht, weil das Geschäft schlecht gelaufen wäre, sondern aus persönlichen Gründen der Inhaberin, die wieder zurück in die Heimat nach Norddeutschland gezogen ist.)
- Apotheke
- Arztpraxen, Zahnarzt, Tierarzt
- Vinothek, Weingut
- Bio-Laden/Local Food ggf. zusammen mit der Schlossschlachtere
- Chemische Reinigung

² Der Trend geht in Richtung Online-Bestellung und Anlieferung aller Waren, die nicht zu den Kühl- oder Tiefkühlwaren zählen. Der umständliche Einkauf im Supermarkt am Ortsrand wird langfristig keinen Bestand haben.

-
- Tattoo- & Piercing-Studio
 - Mobile Altenpflege
 - Hauswirtschaftliche Dienstleistungen & Gebäudereinigung
 - Ergotherapeut
 - Logopädie
 - Massagestudio
 - Spielothek
 - Fitnessstudio
 - Kosmetikstudio
 - Fahrradfachgeschäft & Fahrradreparatur, Scooter & E-Mobilität
 - Camping Fachgeschäft
 - Buchbinder, Bücherei, „Bücher & Wein“
 - Galerie
 - Destillerie
 - Handwerker
 - Computernotdienst
 - Musikschule
 - Nachhilfeschule
-
- Schuster/Schlüsseldienst
 - Hörakustikfachgeschäft
 - Steuerberatung
 - Rechtsanwaltskanzlei
 - Immobilienmakler
 - Kunsthandwerk
 - tbc.

→Antrag an Stadtrat stellen (7)

Pop-up-Store

Ein Pop-up-Store ist ein kurzfristiges und provisorisches Einzelhandelsgeschäft, das vorübergehend in leer stehenden Geschäftsräumen betrieben wird. Das

Warenangebot entspricht meist dem einer Boutique, kann aber auch einem Lagerverkauf ähneln.³

So lange wir die ehemalige Tourist-Info und Gebäude besitzen, sollten wir einen solchen Pop-up-Store einsetzen oder ein passendes leer stehendes Ladenlokal dafür als Stadt anmieten.

→Antrag an Stadtrat stellen (8), Planung/Umsetzung zusammen mit der WG (2)

Existenzgründer einbinden

Eine wichtige Rolle für die Ansiedlung neuer Geschäfte spielen die Existenzgründer.

Über das Jobcenter Neuwied können wir diejenigen ausfindig machen, die sich in einem der oben genannten Geschäftsfelder selbstständig machen wollen. Diese können wir mit geeigneten Maßnahmen unterstützen.

Abstimmen und ggf. reduzieren der Öffnungszeiten

Die Geschäfte und Gastronomen in der Fußgängerzone sollten Ihre Öffnungszeiten miteinander abstimmen und ggf. reduzieren, damit in der verbleibenden Zeit eine Konzentration stattfinden kann. Natürlich kann bei z.B. Gastronomen das Ziel auch sein, möglichst unterschiedliche Öffnungszeiten anzustreben (kein Ruhetag am gleichen Tag).

→WG (3)

2. Die Stärkung und Einbindung bereits vorhandener Geschäfte/Gewerbe

- Hier müssen wir nicht nur ein offenes Ohr haben für Sorgen und für Verbesserungsvorschläge, sondern letztere aktiv einholen.
- Auch darf es nicht passieren, dass der Bürgermeister bzw. seine Stellvertreter aus der Presse erfahren, dass die Apotheke geschlossen wird. Hier muss der Kontakt zwischen Stadtverwaltung und Geschäftsleuten unbedingt verbessert werden, um frühzeitig informiert zu sein und ggf. noch gegensteuern zu können.

³ Pop-up-Stores eignen sich auch für Existenzgründer, die eine Geschäftsidee ohne großes Risiko ausprobieren wollen.

-
- Den Wochenmarkt gilt es von der Betonwüste in die Stadt zurückzuholen. Mehr Angebote und Maßnahmen wären hier denkbar.

→Wie steht die WG dazu? (4), Antrag an Stadtrat stellen (9)

- Wir nutzen das Potenzial des Campingplatzes noch nicht wirklich aus. Es gilt hier, die Camper zum Shoppen in die Stadt zu locken und mit der heimischen Gastronomie zum Ausgehen zu bewegen.

→WG, TI (5)

Maßnahmen im Wohnungswesen

Die zunehmende Nutzung der Innenstadt als Wohnquartier führt zu mehr Kaufkraft und Bedarf an Geschäften. Das neue große Mehrfamilienhaus am Marktplatz ist ausverkauft. Auf dem ehemaligen Rüsselgelände werden viele weitere neue Wohnungen entstehen. Das ist eine begrüßenswerte Entwicklung.

→läuft

Maßnahmen im Veranstaltungswesen

Wir haben in den Rheinanlagen sehr viel Platz. Hier fragt sich: Welche Attraktionen, welche Großveranstaltung, welches Konzert könnte hier unter freiem Himmel stattfinden? Welche Agenturen organisieren Großveranstaltungen und wären womöglich interessiert an neuen Locations?

→WG, TI (6)

Eine neue Veranstaltung für Bad Hönningen ist ab dem Jahr 2021 in Planung, nämlich eine „Leistungsshow der Gewerbetreibenden“, bzw. „Heimat Shoppen“.

→WG, bereits in Planung

In der Pandemie konnte vor einigen Wochen in Bad Hönningen trotzdem der Trödelmarkt stattfinden! In Koblenz wurde aus der Kirmes ein „Freizeitpark“ mit Einzäunung zur Kontrolle der Anzahl der Besucher, Desinfektionsspendern vor jeder Bude und jedem Fahrgeschäft, einer Einbahnregelung für Fußgänger. Wir sollten gemeinsam alles versuchen, wenigstens den Weihnachtsmarkt 2020 stattfinden zu

lassen!

→Ist bereits in Planung, WG Engagement? TI (7)

Maßnahmen im Sozialwesen, bzw. bei Einrichtungen zum Gemeinwohl

Schwimmbad

Es steht zu befürchten, dass die Kristalltherme ebenso wie viele Schwimmbäder andernorts privatwirtschaftlich nicht mehr gewinnbringend betrieben werden kann. Häufig springen in diesen Fällen städtische GmbHs ein, um das Schwimmbad für die Bevölkerung zu erhalten. Solche Maßnahmen können auch für andere Bereiche notwendig werden. Hier wird manchmal in Kauf zu nehmen sein, dass die Stadt – und somit alle Bürger als Steuerzahler – Betriebe dauerhaft subventionieren müssen.

→Sieht derzeit wieder vielversprechend aus aber bei dem wichtigen Thema immer dran bleiben!!

Vatertag

Das Thema „Vatertag“ in Bad Hönningen ist sensibel, darf aber deswegen nicht totgeschwiegen werden. Es ist nicht nötig, den Vatertag vom Veranstaltungskalender der Stadt gänzlich zu entfernen, so wie z. B. 2019 der Fall. Einige 100 Personen hatten sich dennoch eingefunden und haben friedlich gefeiert. Darauf kann man aufbauen und die Veranstaltung auf einem überschaubaren Niveau halten. Ein „Vatertag Light“, also ein einziger Partytag an Christi Himmelfahrt kann in moderater Form durchgeführt werden.

→WG, TI (8)

Gaukler in die Fußgängerzone

Für kleines Geld, schon ab ca. 150Euro ist es möglich, Gaukler, Jongleure, Akrobaten, Musiker, Alleinunterhalter, Kinderschminken, Ballonkünstler, etc. pp. z.B. einmal die Woche für drei Stunden in der Fußgängerzone zu engagieren. Wenn die teilnehmenden Geschäfte und Gastronomen, vor deren Tür der Gaukler aktiv wird und Leben in die Fußgängerzone bringt sich z.B. mit 25Euro beteiligen würden und z.B. sechs Geschäfte/Gastronomen teilnehmen, wären 150Euro beisammen. Die Werbegemeinschaft könnte vielleicht weitere 50Euro hinzu tun und schon wären die Kosten gedeckt.

→WG (9)

VI Die Gastronomie

Bad Hönningen lebt von seinen Restaurants und Bars. Es gibt mehr als doppelt so viele Restaurants als in der Kreisstadt Neuwied! Das gilt auch für den Vergleich beider Fußgängerzonen!

Das Gastroparadies

Daher wäre es ein vielversprechender Ansatz, sich auf diesen Sektor zu konzentrieren und ihn auszuweiten. Bad Hönningen vermarktet sich als Gastroparadies, als Schlemmerparadies für Menschen aus der Region ebenso wie für Übernachtungs- für Urlaubsgäste. Viele Familien verbinden das „Aus-essen-Gehen“ gerne mit einem kleinen Ausflug mit dem Auto oder Rad. Willkommen in Bad Hönningen! Das würde bedeuten, eine vielfältige Auswahl an gastronomischen Möglichkeiten zu bieten, also zusätzlich z. B. einen „Griechen“, einen „Spanier“ anzusiedeln oder Spezialitäten aus anderen Ländern anzubieten! Ein (weiteres) Weingut oder eine Vinothek würden ebenfalls gut in die Bad Hönningener Fußgängerzone passen.

Um dieses Ziel zu erreichen, wäre die Voraussetzung, dass die Stadt und die Tourist-Info Bad Hönningen entsprechend überregional vermarkten. Die bereits bestehenden gastronomischen Betriebe und die Werbegemeinschaft sollten hier mit ins Boot geholt werden und sich auch an den Kosten beteiligen.

Eine effektive und mit allen Akteuren abgestimmte Presse- und Medienarbeit ist für sich alleine genommen ebenfalls von Nöten.

→Antrag an Stadtrat (10), WG, TI (10)

Restauranttester

Eine Marketingmaßnahme speziell für die gastronomischen Betriebe könnte ein „Restauranttester“ sein. Hier würden ein, zwei oder drei Restauranttester im Wechsel gastronomische Betriebe in Bad Hönningen aufsuchen, die Speisen und Getränke genießen und einen wohlwollenden Bericht für die lokalen Zeitungen verfassen. Text und Fotos des Testers könnten in Kombination mit einer Anzeige des getesteten Betriebs veröffentlicht werden. Die Kosten sind gering. Der redaktionelle Marketingeffekt ist um ein Vielfaches größer als bei einer einfachen Anzeige.

→WG (11)

Konzentration in der Fußgängerzone

Anzustreben wäre eine Konzentration aller gastronomischen Betriebe in der

Fußgängerzone (und am Rhein). Nun ist es unrealistisch, dass z. B. der Mönchshof seinen alteingesessenen schönen Standort aufgibt, um in die Fußgängerzone umzusiedeln. Andererseits ist z. B. das fabelhafte vietnamesische Restaurant Bambus in der Bischof-Stradmann-Straße extrem schlecht untergebracht. Das Essen ist von einer guten Qualität, aber Ausstattung und Ambiente des Restaurants sind verbesserungswürdig. Der Fokus liegt hier ja auch im Take-away und Ausliefern von Speisen. Wäre dieses Restaurant in der Fußgängerzone, könnte selbst bei einem kleinen Interieur eine Außengastronomie hinzukommen, was die Fußgängerzone sehr aufwerten würde.

→Wirtschaftsförderer Odenkirchen (1), →Betreiber ansprechen durch WG und Hilfe anbieten (12)

Keine Gebühren für Außengastronomie

Die Stadt sollte dauerhaft auf Gebühren für Außengastronomie verzichten. Das gilt natürlich auch für Auslagen anderer Geschäfte. Die Stadt sollte die Gaststätten dazu einladen, ihre Außengastronomie zu vergrößern.

→Antrag an Stadtrat (11)

Gastronomiebetriebe mit geeigneten Maßnahmen unterstützen

Ein Beispiel: Der Betreiber des Restaurants Terra Mia sucht seit längerer Zeit nach einer Immobilie, die er erwerben möchte, um darin sein Restaurant zu betreiben und darüber zu wohnen. Der jetzige Standort kommt nicht länger infrage, weil er gerade anderweitig verkauft wurde. Zwischenzeitlich sah es so aus, dass Terra Mia Bad Hönningen definitiv im Sommer verlassen würde. Das steht nun aber wieder infrage. Wenn wir den Betreiber darin unterstützen, eine neue geeignete Immobilie in der Fußgängerzone in Bad Hönningen zu finden, tun wir gleichzeitig etwas für die Attraktivität der Fußgängerzone.

→Wirtschaftsförderer Odenkirchen (2)

Kulinarische Tafel Bad Hönningen

Einmal jährlich organisieren wir eine 500 Meter lange Tafel vom Bit-Eck bis zum Bistro Florian, bestehend aus Biertischkombinationen, fein dekoriert, die „kulinarische Tafel Bad Hönningen“. Die ansässigen Gastronomen (Bit-Eck, Sonnenseite, Terra Mia, Eisdielen, Florian und 1-3 weitere Gastronomen für den Abschnitt Eisdielen bis Florian

bewirten die Gäste. Tickets im Vorverkauf 25 €/p. P. inkl. Getränke.

→WG, TI (13)

VII Wer kann etwas bewegen?

Wir, das sind wir alle, wir Hönningener, die Verwaltung, die Tourist-Info, der Bürgermeister, die politisch Aktiven, die Werbegemeinschaft, die Geschäftsleute, die Menschen, die hier leben. Wenn wir alle gemeinsam anpacken, können wir auch etwas erreichen!

Die Gründung eines „e. V. Fußgängerzone“ wäre eine gute Initiative, die Mitstreiter zu vereinen.

Die Einbindung großer lokaler Player wie z. B. die Solvay, CP Parkdecks, Sauermann, Both, usw. mag helfen, einige finanzielle Hürden zu nehmen. Ein gemeinsames Partyboot für das jährliche Firmenevent und ansonsten für die Überfahrt zwischen Bad Breisig und Bad Hönningen könnte eine Lösung sein.

→Sponsoring (3)

Die Zusammenarbeit mit Werbegemeinschaften in der Region, z.B. mit der Werbegemeinschaft in Linz kann Synergien erwirken und uns auf neue Ideen bringen.

→WG, läuft auch schon

VIII Die Chancen

Hier sind aber keine Wunder zu erwarten, die gestellte Aufgabe ist schwer genug. Möglicherweise muss die Idee einer klassischen kleinstädtischen Fußgängerzone mit einem breit gefächerten Sortiment an Produkten und Dienstleistungen auch aufgegeben werden und stattdessen eine Spezialisierung erfolgen.

IX Quartiersmanagement

Für die Umsetzung der Maßnahmen sollte ein Quartiersmanagement eingeführt werden. Zu den Merkmalen des Q-Managements gehören:

1. Ehrenamtlich

komplett unbezahlt, auch kein Sitzungsgeld o. ä., Versicherungsschutz nur soweit unbedingt gesetzlich vorgeschrieben.

2. Quartier

Die Fußgängerzone in der Hauptstraße und Bischof-Stradmann-Straße. Mitberücksichtigt wird der Teil der Hauptstraße vom Stadtweingut bis Marktplatz und das andere Ende zwischen KSK und Ahle Eck.

3. Amtszeit

2 Jahre. Evaluation nach einem Jahr und je nach Erfolg im ersten Jahr entscheidet der Manager, ob er seine Amtszeit fortsetzt.

4. Bericht

Der Quartiersmanager berichtet dem Stadtrat halbjährlich über seine Tätigkeit sowohl schriftlich wie mündlich in einer Ratssitzung. Außerdem berichtet der Manager mindestens monatlich dem Stadtbürgermeister und hält hier einen besonders engen Kontakt.

5. Aufgaben

Die vorrangige Aufgabe des Quartiersmanagers ist:

- die (Wieder-)Belegung der Fußgängerzone mit neuen Geschäften und Ladenlokalen und der Erhalt der bestehenden Geschäfte.
- Der Manager tritt hierzu in intensiven Kontakt zu den vorhandenen Geschäften und Gastronomen und auch den Anwohnern.
- Eine Analyse des Status quo wird eine erste Aufgabe sein: Welche Geschäfte sind noch vorhanden? Erstellung eines Leerstandskatasters mit Karte, Fragebogen an die Geschäftsleute und Anlieger, um die Probleme und Anregungen zusammen zu tragen. Liste mit allen leerstehenden Ladenlokalen, deren Lage (Straße/Hausnummer), Name und Kontaktdaten der Eigentümer, Größe des Objekts, Zustandsbeschreibung/ Renovierungsbedarf, Möglichkeit zu mieten oder kaufen oder beides, Kosten/ Preisvorstellung
- Im zweiten Schritt erfolgt eine Eruierung fehlender Geschäfte und Dienstleistungen und solcher Geschäfte und Dienstleistungen, die im Onlinezeitalter immer noch eine Chance in der Fußgängerzone in Bad Hönningen haben.
- Im dritten Schritt geht es um konkrete Ansiedlungsversuche, Kontakt auch über das Jobcenter mit möglichen Betreibern, Suche nach einem passenden Ladenlokal, Verhandlung der Miete mit dem Vermieter, Assistenz bei Behördengängen, der Buchhaltung, dem Marketing, dem Finanzamt, Suche nach passenden Förderprogrammen.
- Der Quartiersmanager sammelt erfolgreiche Konzepte und Ideen anderer Städte und Gemeinden.

-
- Eine gute Kommunikation und Aufnehmen von Ideen und Konzepten von der City-Managerin in Linz und den entsprechenden Aktivitäten anderer Nachbargemeinden gehören dazu.
 - Der Quartiersmanager erfasst außerdem soziale Komponenten⁴

6. Ressourcen

Die Verwaltung, die Tourist-Info und der Stadtbürgermeister leisten Unterstützung mit Rat und Tat.

7. Zusammenarbeit

Das Ziel der (Wieder-)Belebung der Fußgängerzone kann nur erreicht werden, wenn alle Akteure zusammen arbeiten. Daher ist eine intensive Kommunikation des Quartiersmanagers in Zusammenarbeit mit allen Akteuren (Stadtverwaltung, Bürgermeister, kommunalpolitisch Aktive, Tourist-Info, Werbegemeinschaft, 1000 Jahre Bad Hönningen e. V., Vereine, Gewerbetreibende, Gastronomen, Anwohner) erforderlich und der Manager setzt sich dafür ein.

8. tbc.

→Antrag an Stadtrat (12)

Hilfsangebote nutzen

Der Stadtrat hat die Einstellung eines hauptamtlichen Quartiersmanagers beschlossen. Hierfür sollten bei der ADD/über ISEK eine Finanzierung und Genehmigung beantragt werden. Es wurde weiterhin beschlossen, nach drei Monaten das Thema erneut zu beraten, falls sich bis dahin keine Neuigkeiten über die ADD und ISEK ergeben haben. Diese drei Monate sind längst abgelaufen – ohne Ergebnis. Der Verfasser dieser Zeilen hatte angeboten, sich ehrenamtlich um das Quartiersmanagement zu kümmern. Das hätte ja auch gar nicht ausgeschlossen, sich langfristig um einen hauptamtlichen Quartiersmanager zu bemühen, der dann zu einem späteren Zeitpunkt den Ehrenamtler ersetzt oder ergänzt. Dann wäre erste Vorarbeit bereits erfolgt um das Anliegen voranzutreiben.

Die ISEK-Fördermöglichkeiten von ca. 30 % der Investitionskosten, die Sie z. B. durch zwei Maßnahmen der energetischen Sanierung Ihres Hauses/Geschäfts gesponsert bekommen, sind immer noch nicht allen Anliegern bekannt. Hier müssen wir noch mal für Aufklärung sorgen, z. B. durch ein Prospekt, verteilt an alle Haushalte.

→Antrag an Stadtrat (13)

⁴ Wenn zunehmend vor Immobilien in der Fußgängerzone riesige Briefkästen von Dutzenden Bewohnern auftauchen, lässt das besorgniserregende Rückschlüsse auf die Wohnsituation im Inneren der Gebäude zu.

X Verschiedene Rollenübernahmen

Die Stadt als aktiver Investor

In vielen Fällen werden Städte selbst Unternehmer, z. B. werden für den Bauhof, das Wasserwerk oder das Schwimmbad städtische GmbHs betrieben. Warum sollte das nicht auch für einen Tante-Emma-Laden möglich sein oder gar eine Apotheke?

→Antrag an Stadtrat (14)

Eine Kooperative als Förderverein

Eine Alternative wäre der Tante-Emma-Laden in der Fußgängerzone in Form einer Kooperative. Das funktioniert so: Tante-Emma-Laden-e. V. wird gegründet, Mitglieder zahlen z. B. 75 € Jahresbeitrag, bekommen im Gegenzug einen Einkaufsgutschein über 50 € und 5 % Rabatt auf alle Einkäufe. Die verbleibenden 25 € pro Mitglied werden eingesetzt, um die Miete für den Betreiber zu subventionieren.

→Beratung in WG (14)

Freiwillige als Paten

Interessierte Mitbürger können Patenschaften für öffentliche Blumenbeete in der Fußgängerzone übernehmen, bestehende können neu organisiert werden.

→Antrag an Stadtrat (15), Werbung hierfür durch WG (15)

XI Mentale Voraussetzungen/Einstellungen

Wir sollten entscheidungsfreudiger werden, wenn wir für Bad Hönningen etwas erreichen wollen. Auffallend häufig vertagen wir Entscheidungen oder verweisen wieder in einen Ausschuss.

Es bedarf etwas Glück, ist aber im Rahmen des Möglichen, dass eines Tages ein Investor für ein großes Projekt oder Geschäft in Bad Hönningen auftaucht. Sei es ein neues großes Hotel (vgl. B-Plan am Rhein), sei es eine Zip-Line über den Rhein, sei es eine jährliche Großveranstaltung, sei es irgendein „Magnet“ für die Innenstadt. Hier müssen wir die Augen offenhalten und mit einer positiven Einstellung herangehen und nicht

von vornherein als Bedenkenträger mit dem Fokus auf Nebenwirkungen Ideen abbügeln.

Die Werbegemeinschaft Bad Hönningen e. V. hatte in den letzten Jahren ihren Fokus sehr auf den gastronomischen Betrieben, obwohl gemäß Satzung die Interessen aller Gewerbetreibenden und Handwerker in Bad Hönningen vertreten werden. Unter der neuen Vorsitzenden Susan Böhmer, die selber auch keinen gastronomischen Betrieb führt, soll der Fokus nun wieder auf alle Gewerbetreibende ausgeweitet werden, wobei die Interessen der Gastronomen nicht vernachlässigt werden sollen. Wenn wir unsere Ziele zum Wohle von Bad Hönningen erreichen wollen, ist es unerlässlich, dass alle Beteiligten an einem Strang ziehen. Je mehr Mitglieder die Werbegemeinschaft vertritt, desto schlagkräftiger ist sie. Also Engagement in die Mitgliederwerbung!

Wir sollten unsere Einstellungen zu dem gesamten Themenkomplex überdenken, bzw. uns für neue Sichtweisen öffnen. Die Bereitschaft, 80.000 Euro für Poller zur endgültigen Schließung der Fußgängerzone auszugeben, zeigt deutlich, dass hier ein Missverhältnis besteht und Aufklärung nottut, warum eine Öffnung der Fußgängerzone wirtschaftlich sinnvoll oder gar notwendig sein kann. Argumente wie „...schon von einem Radfahrer angefahren worden“ sind nicht haltbar, da es genauso gut möglich ist, von einem Fußgänger angerempelt zu werden.

XII Fragebogen

Auf den folgenden Seiten finden Sie den Entwurf eines Fragebogens, der an Geschäftsleute und Anwohner der Fußgängerzone verteilt werden kann. Es geht darum, die Anlieger mitzunehmen, Ideen zu sammeln und Informationen auszutauschen:

Sie sind mit Ihrem Geschäft vor Ort oder Sie wohnen in der Fußgängerzone, Sie kennen sich bestens aus! Daher brauchen wir Ihre Hilfe!

Bitte füllen Sie diesen Fragebogen aus und senden ihn zurück:

Firmenname:

Gegenstand des Gewerbes:

Vorname, Name:

Str. & Nr.:

Tel & Fax:

E-Mail:

(Sie erklären Ihr Einverständnis, dass wir mit Ihnen unter den von Ihnen angegebenen Kontaktdaten Verbindung aufnehmen dürfen und Sie über die weitere Entwicklung die Fußgängerzone betreffend auf dem Laufenden halten dürfen.)

Frage 1:

Was halten Sie von der Idee eines Tante-Emma-Ladens in der Fußgängerzone, der in Form einer Kooperative betrieben wird? Also Tante-Emma-Laden-e. V. gründen, Mitglieder zahlen z. B. 75 € Jahresbeitrag, bekommen im Gegenzug einen Einkaufsgutschein über 50 € und 5 % Rabatt auf alle Einkäufe. Die verbleibenden 25 € pro Mitglied werden eingesetzt, um die Miete für den Betreiber zu subventionieren. Würden Sie hier Mitglied werden? Kennen Sie vielleicht einen potenziellen Betreiber?

Frage 2:

Es besteht die Idee, die Fahrradfahrer vom Rheinradweg in die Fußgängerzone zu locken, z. B. durch entsprechende auffällige Beschilderung nördlich und südlich der Rheinanlagen am Radweg. Sind Sie einverstanden, dass die Fußgängerzone für Radfahrer in beide Richtungen geöffnet wird?

Frage 3:

Was halten Sie davon, die Fußgängerzone komplett oder teilweise für den Fahrzeugverkehr zu öffnen (in Einbahnregelung als Spielstraße mit Schrittgeschwindigkeit)?

Frage 4:

Sollte eine dauerhafte Personenfäherverbindung zwischen Bad Hönningen und Bad Breisig wieder etabliert werden, welchen Betrag wären Sie als Privatperson, Geschäftsmann oder Gastronom

bereit zu bezahlen, um die Fähre zu unterstützen: 1 € oder 2,50 € oder 5 € oder 10 € oder 25 € monatlich?

Frage 5:

Was halten Sie von der Idee, einen sogenannten „Pop-up-Store“ zu eröffnen? Es handelt sich dabei um ein kurzfristiges und provisorisches Einzelhandelsgeschäft, das vorübergehend in leer stehenden Geschäftsräumen betrieben wird. Es eignet sich u. a. für Existenzgründer, die sich ohne großes Risiko ausprobieren wollen.

Frage 6:

Sind Sie dafür, den Parkautomaten auf dem Marktplatz abzuschaffen und stattdessen die Parkscheibe einzuführen? Wenn ja, für wie viele Stunden?

Frage 7:

Es gibt die Idee, Patenschaften für öffentliche Blumenbeete in der Fußgängerzone zu organisieren. Kümmern Sie sich schon um ein Blumenbeet in der Nähe Ihres Geschäfts/Ihrer Wohnung oder wären Sie bereit, eine solche Patenschaft zu übernehmen?

Frage 8:

Die Werbegemeinschaft Bad Hönningen e. V. hatte in den letzten Jahren ihren Fokus sehr auf den gastronomischen Betrieben, obwohl gem. Satzung die Interessen aller Gewerbetreibenden und Handwerker in Bad Hönningen vertreten werden. Unter der neuen Vorsitzenden Susan Böhmer, die selber auch keinen Gastronomischen Betrieb führt, soll der Fokus nun wieder auf alle Gewerbetreibende ausgeweitet werden, wobei die Interessen der Gastronomen auch nicht vernachlässigt werden sollen. Wenn wir unsere Ziele zum Wohle von Bad Hönningen erreichen wollen ist es unerlässlich, dass alle Beteiligten an einem Strang ziehen. Je mehr Mitglieder die Werbegemeinschaft vertritt, desto schlagkräftiger ist sie. Bitte überlegen Sie sich eine Mitgliedschaft in der Werbegemeinschaft Bad Hönningen. Sind Sie bereits Mitglied und wenn nein, wären Sie bereit, Mitglied zu werden?

Frage 9:

Ab dem Jahr 2020/21 ist eine neue Veranstaltung für Bad Hönningen in Planung, nämlich eine „Leistungsshow der Gewerbetreibenden“, bzw. „Heimat Shoppen“. Als Termin haben wir den 11. und 12. September 2020 in Planung (fällt wegen Corona in 2020 aus). Würden Sie sich an dem Fest mit einem Stand (ggf. vor Ihrem Ladenlokal) beteiligen?

Frage 10:

Eine Marketingmaßnahme speziell für die gastronomischen Betriebe könnte ein „Restauranttester“ sein. Hier würde ein, zwei oder drei Restauranttester im Wechsel gastronomische Betriebe in Bad Hönningen aufsuchen, die Speisen und Getränke genießen und einen wohlwollenden Bericht für die

lokalen Zeitungen verfassen. Text und die Fotos des Testers können in Kombination mit einer Anzeige des getesteten Betriebs veröffentlicht werden. Die Kosten sind gering. Haben Sie Interesse hier ggf. mitzumachen? Der Marketingeffekt ist um ein vielfaches größer als bei einer einfachen Anzeige!

Frage 11:

Kennen Sie vielleicht einen Hundefriseur, der sich mittelfristig selbstständig machen will? Wir würden bei der Suche nach einem Ladenlokal, dem Verhandeln der Miete, der Administration, Buchhaltung, Marketing und Behördengänge im ersten Jahr assistieren.

Frage 12:

Sind Ihnen die ISEK-Fördermöglichkeiten von ca. 30 % der Investitionskosten bekannt, die Sie z. B. durch zwei Maßnahmen der energetischen Sanierung Ihres Hauses/Geschäfts gesponsert bekommen würden?

Frage 13:

Was halten Sie von der Gründung eines „e. V. Fußgängerzone“?

Frage 14:

Wenn Sie Gastronom sind in der Fußgängerzone, würden Sie sich an den geringen Kosten für regelmäßige Gaukler, Alleinunterhalter beteiligen, die Leben in die Innenstadt bringen?

Frage 15:

Ihre Anregungen. Wie können wir Ihrem Geschäft helfen? Was fällt Ihnen ein, womit wir die Fußgängerzone attraktiver machen können? Am schönsten sind Ideen, die nichts oder fast nichts kosten. Aber das soll nicht heißen, dass Sie nicht auch Vorschläge machen können, die mit größerem Investitionsbedarf einhergehen. Was könnte ein Magnet für die Innenstadt von Bad Hönningen sein?

Frage 16:

Ihre Kritik. Was ist falsch gelaufen, was müssen wir besser machen?

→Wirtschaftsförderer Odenkirchen (3), WG (16)

Diese Ideensammlung wird laufend überarbeitet und ergänzt. Jede Hilfe ist willkommen! Jede gute Idee wird in dieses Konzept aufgenommen!

***Volker Risse, Hofstr. 5, 53557 Bad Hönningen, Tel: 02635/30 689 30, Fax: 30 689 64,
Mobil: 0172/65 39 555, E-Mail: volker@icbdubai.com***