

# Die Mitte macht's!

Das Innenstadt-Magazin

Ab in die  
**Mitte!**

Die Innenstadt-Offensive  
Hessen

**SPECIAL**  
Raum für das  
Wasser - und die  
Menschen  
**Wasser in der  
Stadt**

03  
21

Die Mitte macht's! Das Innenstadt-Magazin

**Die Preisträger  
auf Abstand**

Ab in die Mitte!-  
Wettbewerb 2021

**Tarek Al-Wazir im  
Gespräch**

Ab in die Mitte! -  
digital

**Wieder  
unterwegs**

Ab in die Mitte!-  
analog



**D**er Herbst ist da - und damit auch die Sorge um einen erneuten Anstieg der Corona-Infektionen. Dabei hat uns der Sommer so viel Mut gemacht. Die Innenstädte waren wieder geöffnet, die Menschen kamen zurück, gingen essen oder shoppen, trafen sich mit Freundinnen, Freunden und Bekannten, ließen sich auf unterschiedliche Weisen in die City locken. Auch davon handelt dieses Heft.

Der Vorstand der Binding Brauerei Otto Völker beleuchtet Bier- und Kneipenkultur und Julius Wagner, Hauptgeschäftsführer der DEHOGA Hessen, erläutert den Dreisprung von Erkenntnis, Mut und Schnitzel. Wir nehmen den KunstKaufLADEN „Tacheles“ in Hanau unter die Lupe und fragen uns, ob das nordrhein-westfälische Landesprogramm „Dritte Orte“ ein Modell für Hessen sein könnte.

Nicht zuletzt verrät Tarek Al-Wazir, Hessischer Staatsminister für Wirtschaft, Energie, Verkehr und Wohnen, im Gespräch mit Tim Frühling vom Hessischen Rundfunk Details zum Landesprogramm „Zukunft Innenstadt“ - und warum der Landeswettbewerb „Ab in die Mitte!“ in seinen Augen noch immer ein Erfolgsrezept ist.

Überhaupt: „Ab in die Mitte!“. Wir berichten über die diesjährige Preisverleihung und die Projekte der Landesieger und wir begleiten die „Ab in die Mitte!“-Delegation der Sponsor\*innen und Initiator\*innen auf ihrer traditionellen Hessentour zu ausgewählten Projekten, die in diesem Jahr wieder stattfinden konnte.

So groß die Freude an und über wieder belebte Läden, Restaurants und Innenstädte auch war und ist - es war nicht alles gut in diesem Sommer. Im Juli verwüstete ein verheerendes Hochwasser zahlreiche Städte in Nordrhein-Westfalen und Rheinland-Pfalz. Wir werfen einen Blick nach Nimwegen in den Niederlanden und erfahren, wie man dort Wasser stadtgestalterisch in Szene setzt und zugleich effektiven Hochwasserschutz betreibt. Und dann ist da noch des Pudels Kern. Wo wir diesen diesmal gefunden haben, wird hier noch nicht verraten. Was bleibt, ist die Hoffnung auf einen inzidenzarmen Herbst und Winter und ein baldiges Ende dieser Pandemie, die nicht nur uns alle persönlich betrifft, sondern eben auch die hessischen Innenstädte und Ortszentren.

In diesem Sinne, liebe Leserinnen und Leser: Viel Spaß beim Lesen. Und immer daran denken: Die Mitte macht's!

# Diese Themen erwarten Sie:

**Ab in die Mitte!**  
Die Innenstadt-Offensive  
Hessen

01 Editorial

04 **Wieder unterwegs - „Ab in die Mitte!“ auf Tour**  
„Ab in die Mitte!“-Tour

09 **„Ab in die Mitte!“ ist immer noch ein Erfolgsrezept**  
Interview mit Tarek Al-Wazir

12 **Nichts war wie immer aber irgendwie doch**  
„Ab in die Mitte!“-Preisverleihung

15 **Mit Abstand die Besten**  
Die 17 „Ab in die Mitte!“-Preisträger des Jahres 2021 im Überblick

20 **Mein LieblingsLadenlokal**  
Ausschreibung 2021

22 **27 Millionen Euro für lebendige Innenstädte**  
„Zukunft Innenstadt“

24 **Special: Wasser in der Stadt**  
Raum für das Wasser – und die Menschen

28 **Kaufhaus, Kulturladen, Kommunikation**  
Beispiel KunstKaufLADEN Hanau

32 **Endlich wieder geöffnet!**  
Gastronomie und Binding

34 **Erkenntnis, Mut und Schnitzel**  
Gastronomie und DEHOGA

36 **NRW-Programm „Dritte Orte“- Ein Modell für Hessen?**  
Kultur macht Stadt

39 **Des Pudels Kern**  
... Bilanz nach den Lockdowns oder Surfen auf den Wellen

40 Impressum



**24**  
Special: Raum für  
das Wasser – und  
die Menschen



**12**  
Nichts war wie  
immer aber  
irgendwie doch

**04**  
Wieder unterwegs -  
„Ab in die Mitte!“  
auf Tour



**28**  
Beispiel  
KunstKaufLADEN  
Hanau





# Wieder unterwegs - „Ab in die Mitte!“ auf Tour

Nach einem Jahr Corona-Pause war es am 7. September 2021 wieder so weit: Die traditionelle Hessen-Tour startete. Mehr als 20 Initiator\*innen und Sponsor\*innen bildeten die Delegation, die bis zum 9. September sieben ausgewählte „Ab in die Mitte!“-Siegerprojekte des Jahres besuchten.

Den Auftakt, die Preview am Abend des 7. September, bildeten die „PopUP-Stores für ein lebendiges Biebrich“ in **Wiesbaden**. Das Projekt will Leerstand entgegenwirken und bis in den Dezember hinein Künstler\*innen, Händler\*innen, aber auch Vereinen und Organisationen sowie Bürger\*innen eine Chance geben und Mut machen, Biebrich zu verändern und zu gestalten.

Im frischbezogenen Store an der Straße der Republik präsentierten die Projektmacher\*innen um Sebastian Sellinat ihre Ideen und Pläne. Man wolle gestalten und so Veränderung in der Gesellschaft ankurbeln. Gemeinsam mit dem lokalen Gewerbeverein BIG, der Stadt

#### Hofheim

In Hofheim stach der „Ab in die Mitte!“-Delegation vor allem die „Umbrella-Road“ ins Auge.

Wiesbaden sowie dem Quartiersmanagement nehmen sich des Themas an. Es sei wichtig, dass im lebenswerten Stadtteil Biebrich etwas passiere und man als Bewohner\*innen des Viertels Verantwortung übernehme.

Die Durchführung werde unter anderem über sogenannte Biebrich-Walks erfolgen. Dies sind Stadtsparziergänge mit Interessierten, Unternehmen, Verbänden, Vertreter\*innen der Stadt, der Presse, von Vereinen, Organisationen oder Kirchen. Das Projekt funktioniere, indem Gewerbeverein, Stadt und die Initiativgruppe auf Vermieter\*innen zugehe und mit diesen ihren Leerstand besprächen. Man wolle viele Vermieter\*innen von der PopUP-Idee als Vermietung auf Zeit überzeugen, um zu zeigen, wie bunt Biebrich sei. Dadurch bekämen viele Menschen, Initiativen und Ideen eine Chance, sich darzustellen und auf sich aufmerksam zu machen.

#### Umbrella-Road und KunstKaufLADEN

Am Wiesbadener Hauptbahnhof startete am folgenden Morgen der blaue Reisebus der „Ab in die Mitte!“-Delegation. Die erste Station bildete **Hofheim** am Taunus. Hier sind verschiedene Orte in der Innenstadt im Rahmen des Projekts „Platzwechsel - Erleben, Lesen, Lauschen in Hofheim“ Schauplatz zahlreicher Veranstaltungen. Neben dem Alten Wasserschloss, den Plätzen in der Hauptstraße, auf dem Tivertonplatz, am Bornplatz, am Stadtmuseum sowie ausgewählten Schaufenstern der Geschäfte ist das in erster Linie die neue Stadtbücherei. Die Initiatoren - neben dem Team Stadtbücherei sowie den Teams Stadtkultur und Jugendarbeit und der Bürgerstiftung Hofheim - wollen durch Veranstaltungen und Aktionen die Nutzungsmöglichkeiten und nicht zuletzt die Vielfalt der neuen Räume demonstrieren.

Bei einem gemeinsamen Spaziergang erkundete die „Ab in die Mitte!“-Gruppe gemeinsam mit den Veranstalter\*innen die Hofheimer Innenstadt. Neben

## AB IN DIE MITTE!

diversen, über die Stadt verteilten gelben „Stühlen für schöne Momente“ stach dabei vor allem die „Umbrella-Road“ ins Auge: Von der Hauptstraße bis zur neuen Stadtbücherei erstreckten sich immer wieder ganze Straßenabschnitte, die von unzähligen bunten Regenschirmen überdacht waren.

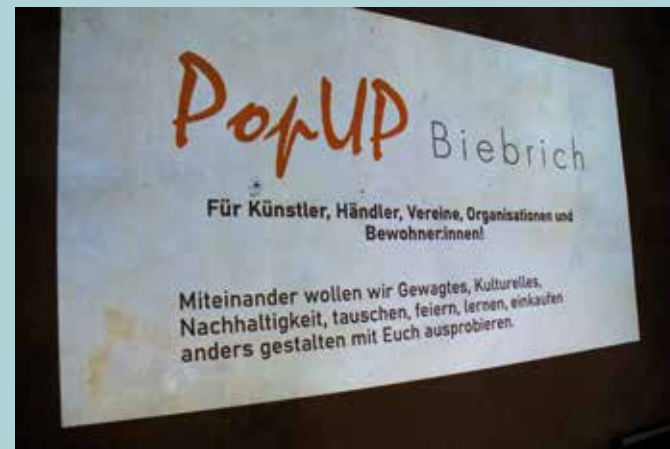
Da ein - ursprünglich geplanter - Besuchstermin in Offenbach angesichts der akut hohen Inzidenzen vor Ort nicht ratsam erschien, besuchte die Delegation stattdessen **Hanau**. Das dortige Stadtmarketing hatte sich spontan bereit erklärt, das Projekt „Hanau aufLaden“ vorzustellen, mit dem die Stadt Leerstand und Abwärtsentwicklungen in der Innenstadt entgegenwirkt. Teil und Leuchtturm des Stadtentwicklungsprogramms ist der KunstKaufLADEN „Tacheles“. Das Tacheles ist zum einen ein Kunstkaufhaus, in dem mehr als 1.300 Werke angeboten werden, zum anderen ist es ein Ort der Begegnung und des Austauschs, der bei Lesungen, Malkursen oder Tattoo-Sitzungen Hanauer\*innen zusammenbringen soll. Im Tacheles können Kunstfans Werke verschiedener Genres erwerben, von Malerei über Fotografie und Grafik bis zu Skulpturen, Keramiken und Designobjek-

ten. Wer selbst aktiv werden will, kann Farben, Pinsel und Leinwände kaufen. „Zudem bieten wir ein großes Sortiment an Spraydosen für Graffiti-Künstler\*innen an. Parallel suchen und vermitteln wir geeignete Wandflächen, die legal besprüht werden können“, erklärte Martin Bieberle, Geschäftsführer der Hanau Marketing GmbH, die den KunstKaufLADEN mit Unterstützung des städtischen Fachbereichs Kultur betreibt. Das Angebot sei essenzieller Bestandteil des Tacheles-Konzeptes; man übernehme damit eine soziale und kulturelle Aufgabe und könne so auch zur Verschönerung des Stadtbildes beitragen, so Bieberle.

Weiter ging es für die „Ab in die Mitte!“-Delegation nach **Bad Orb**. Die kleine Kurstadt im Spessart hatte sich für den Sommer vorgenommen, das innerstädtische Verkaufserlebnis perfekt zu gestalten und die Altstadt durch kulturelle Aktivitäten neu erfahr- und erlebbar zu machen. Unter aktiver Einbeziehung der Einzelhändler\*innen, Hauseigentümer\*innen und Innenstadtbewohner\*innen wurde die historische Innenstadt in den Sommermonaten als Kulisse genutzt und Plätze und Gebäude in Szene gesetzt.

## Wiesbaden/Biebrich

Das Projekt in Biebrich will Leerstand entgegenwirken und bis in den Dezember hinein Mut machen, den Stadtteil zu verändern und zu gestalten.



## Bebra

In Bebra begutachtete die „Ab in die Mitte!“-Delegation u. a. den vollständig zum Kulturbahnhof umgestalteten ehemaligen Lokschuppen.

Verschiedene innerstädtische „Kulturpoints“ machten dabei die Altstadt in ihrer Gesamtheit als Kulturraum begreifbar und lockte zahlreiche Menschen in die Stadt. So standen öffentliche Plätze wie der Marktplatz für Aktionskunst und musikalische Beiträge zur Verfügung und öffneten Gewerbetreibende Flächen im Innen- und Außenbereich. Künstler\*innen aus Bad Orb und der Umgebung nutzten die Schaufenster u. a. für offene Ateliers und die „längste Freiluftgalerie in der Region“.

### Wohnmobil-Dinner und Urlaubsmomente

In aller Frühe ging es am nächsten Morgen im blauen Bus weiter nach **Hessisch Lichtenau**. „Herausforderung annehmen“ hieß das dortige „Ab in die Mitte!“-Projekt des Jahres 2021 - das seine Wurzeln aber bereits im Vorjahr hatte. Bereits Anfang 2020 beschäftigten sich Ann-Kathrin Pfanzelt, Udo Schneider und Andreas Karnebogen vom Büro für Kultur, Tourismus und Stadtmarketing der Stadt mit der Planung und Konzeption von barrierefreien Stadtführungen, Rallyes und Touren. Vor allem wollten die Macher\*innen zeigen, dass auch diejenigen, die in irgendeiner Art und Weise eingeschränkt sind, sei es körperlich oder geistig, besondere Momente erleben können und nicht benachteiligt sind.

Für die Ausgestaltung des Projekts in 2021 kamen weitere Aspekte hinzu: Wie erleben Kinder die Zeit von Corona? Was erleben sie negativ, was vielleicht sogar positiv? Auch Senior\*innen, für die die Zeit der Pandemie meist besonders schwer ist, spielten in Hessisch Lichtenau eine wichtige Rolle: Sie erzählten Geschichten, die professionell aufgenommen und dann in den Kindergärten abgespielt wurden - und dort besondere Momente vor allem für diejenigen Kinder wurden, die keine eigenen Großeltern mehr haben.

Weiter ging die Tour in Richtung **Bebra**. Bürgermeister Stefan Knoche und Stefan Pruschwitz von der Stadtentwicklung Bebra GmbH stellten das Projekt „besondere Momente, die zählen“ vor. Als Aktionsgebiet definiert wurde dabei das „Bebra-Dreieck“ zwischen Lokschuppen, Rathausmarkt und dem Anger. Hier sind die wichtigsten Player Bebras angesiedelt: der innerstädtische Einzelhandel, die meisten Gastronom\*innen sowie verschiedene Kultureinrichtungen. Der Strauß der durchgeführten Aktionen war dabei fast unübersichtlich groß: Vom Einzelhandelsflohmarkt über die Aufstellung von Historientafeln („Wie war Bebra früher?“), vom Open-Air-Bebra-Comic von Kindern zu den jugendlichen Kulturboten mit ihren Stadtführungen zu Bebraer Themen, von Kleinkonzerten am Lokschuppen und Bahnhofsvorplatz zur „Langen Bebra-Nacht mit

einem REGIOmarkt, vom Corona-konformen Wohnmobil-Dinner bis zum „Sport-Parcours Innenstadt“ – der Bebraer Sommer zog die Menschen in die Innenstadt und belebte sie zusehends. Zum Abschluss des Besuchs zeigten Bürgermeister Stefan Knoche und Stefan Pruschwitz der „Ab in die Mitte!“-Delegation den vollständig zum Kulturbahnhof umgestalteten ehemaligen Lokschuppen.

Die letzte Station der Rundreise bildete schließlich **Alsfeld**. Hier präsentierten Uwe Eifert, der Leiter der Stabsstelle Wirtschaftsförderung und Stadtmarketing, und Torsten Schneider von der „vobitz - Agentur für digitale Medien“ das Projekt „Alsfelder Urlaubsmomente“. Zentraler Teil der Aktion war (und ist) eine App, die für das Projekt – aber auch darüber hinaus – für die Kommunikation der Unternehmen der Innenstadt mit den Menschen in der Region genutzt werden soll. Die teilnehmenden Alsfelder Unternehmen kreierten kleine, aber besondere Momente und schenkten sie ihren Kunden, sei es ein kostenloser Cappuccino und ein Stück Kuchen nach einem Einkauf oder einem kostenlosen Reiseführer aus der Buchhandlung nebenan.

Im Rahmen eines Gewinnspiels wurden die Menschen zudem dazu aufgerufen, ihre besonderen „Alsfelder Momente“ zu teilen und somit für jedermann sichtbar zu machen: das selbstgemachte Himbeereis der Lieblings-eisdiele, der Espresso im Café am Morgen, der Bummel vorbei an den Schaufenstern der Lieblingsläden oder das Durchforsten der Neuerscheinungen im örtlichen Buchladen. Im Rahmen des Wettbewerbs wurden die Teilnehmer\*innen dazu aufgerufen, diese Momente in der App und den Sozialen Medien mit dem Hashtag „#MeinAlsfelderMoment“ zu teilen. Die schönsten Momente sollen im Rahmen eines Magazins oder eines Videos festgehalten werden.

Für den blauen „Ab in die Mitte!“-Bus ging es anschließend zurück zum Wiesbadener Hauptbahnhof, von dem die Delegationsmitglieder die individuelle Heimreise antraten. ■

## Alsfeld

In Alsfeld wurden die Menschen im Rahmen eines Gewinnspiels dazu aufgerufen, ihre besonderen „Alsfelder Momente“ zu teilen.



# „Ab in die Mitte!“ ist immer noch ein Erfolgsrezept

Tarek Al-Wazir, Hessischer Minister für Wirtschaft, Energie, Verkehr und Wohnen, im Gespräch mit Tim Frühling, Hessischer Rundfunk.



**Guten Tag, Herr Minister Al-Wazir. Es ist schon ein wenig her, dass wir uns bei einer echten „Ab in die Mitte!“-Preisverleihung zusammen mit allen Bewerber\*innen, Initiator\*innen und Partner\*innen getroffen haben. In Nidderau im Jahr 2019 war das. Hier und heute stellen wir fest, dass da eine ganze Menge anders war und zwischendrin eine ganze Menge passiert ist. Wie haben Sie das letzte Jahr erlebt, wie erleben Sie die Situation in Hessen jetzt?**

Nidderau 2019 – das ist natürlich gefühlt ganz weit weg. Da waren wir alle in einem Raum, haben Hände geschüttelt und Fotos gemacht, auf denen wir ohne Maske nah beieinanderstanden. Aber inzwischen sehen wir ja Licht am Ende des Tunnels. Ich habe irgendwo gelesen oder gehört, so eine Pandemie dauere 18 Monate. Ich weiß nicht, ob das stimmt. Aber so oder so ist es wie ein Marathonlauf: Die letzten Kilometer tun am meisten weh.

Festzuhalten ist sicherlich: Die Corona-Pandemie beschleunigt den Strukturwandel der Innenstädte und Ortskerne. Das wirkt sich aus auf Arbeitsplätze, wohnortnahe Versorgung, Lebensqualität. Handel

**Im Interview**  
Tarek Al-Wazir, Hessischer  
Minister für Wirtschaft, Energie,  
Verkehr und Wohnen

und Gastronomie haben immer noch Schwierigkeiten.

Ich sehe aber auch Gutes: Home-office hat sich als Teil der Arbeitskultur etabliert, die Zahl der PopUp-Stores und anderer kreativer Handelsideen wächst. Nicht zuletzt erleben wir einen Digitalisierungsschub, aus dem neue Chancen entstehen. Ich denke, es ist wichtig, die Situation anzunehmen und als Chance zu nutzen – unter anderem, um die nachhaltige Stadtentwicklung voranzutreiben.

**Wie hilft das Land Hessen, damit umzugehen?**

Da ist zunächst einmal das Landesprogramm „Zukunft Innenstadt“ zu nennen. Es kam offensichtlich exakt zur richtigen Zeit. Wir haben so viele Bewerbungen von Städten und Gemeinden erhalten, dass wir die Mittel für die erste Programmausschreibung mehr als verdoppeln mussten. Nun stehen insgesamt 27 Mio. Euro statt der ursprünglich geplanten 12 Mio. Euro zur Verfügung. In alle 21 Landkreise und alle fünf kreisfreien Städte fließen damit Fördermittel für lebendige Zentren. Insgesamt können wir jetzt 110 Kommunen bei der Umsetzung ihrer Ideen zur Belebung der Innenstädte unterstützen.

**Wie hat man sich das im Detail vorzustellen? Oder anders gefragt: Was bedeutet das konkret für die Kommunen vor Ort?**

Kommunen konnten erstens bis zu 250.000 Euro für ein Innenstadtbudget beantragen, um damit innovative Maßnahmen umzusetzen.

Und zweitens haben wir einen Preis für besonders beispielhafte Konzepte ausgeschrieben. Die Resonanz war überwältigend: Bis Ende Juni haben 176 Städte und Gemeinden Interesse am Innenstadtbudget bekundet, und 73 von ihnen haben sich auch für den Kommunalpreis beworben. Das ist schon außergewöhnlich.

**Es ist aber auch ein besonderes „Ab in die Mitte!“-Jahr, Herr Minister. Ist „Ab in die Mitte!“ geeignet, den besonderen Herausforderungen der aktuellen Situation durch die Corona-Pandemie zu begegnen?**

Eindeutig ja! Allein die Beteiligung zeigt das. Wir haben in diesem Jahr mehr als 50 Bewerbungen gehabt – und deshalb die Fördergelder auf 210.000 Euro aufgestockt.

**Ist das nicht ein Strohfeuer oder der berühmte Tropfen auf den heißen Stein?**

Das sehe ich nicht so. Wir brauchen jetzt ganz dringend kleine Initiativen, bei denen die Menschen im Mittelpunkt stehen. Und die Bewerbungen waren allesamt reich an spannenden Ideen aus ganz Hessen, an Antworten auf die aktuellen Fragen und Herausforderungen unserer Innenstädte, an Anregungen für die Zukunft. Das alles wollen wir bekannt machen und damit andere Kommunen ermutigen. Ich finde, „Ab in die Mitte!“ ist immer noch ein Erfolgsrezept.

**Was ist der Schlüssel? Was macht „Ab in die Mitte!“ aus Ihrer Sicht so erfolgreich?**

In erster Linie sind es die vielen engagierten Menschen – Menschen mit neuen und außergewöhnlichen Ideen und dem Engagement, ihre Ideen auch zu verfolgen. Oft ging es im Jahr 2020 um das Nachholen geselliger Aktivitäten, die wegen Corona nicht möglich waren. Da wurden Wohnzimmer mit Sitzsäcken, Klappstühlen, Pflanzkübeln und Bücherschränken in den öffentlichen Raum verlegt, da wurden PopUp-Küchen in leer stehenden Häusern aufgeschlagen, da wurde für einen Monat der Autoverkehr eingeschränkt, um Raum für Austausch, für Veranstaltungen, Filmabende, Vorträge zu schaffen. Schließlich hieß das Motto ja „Momente, die zählen“. Ein besseres Motto hätte man kaum finden können.

Mein Dank gilt selbstverständlich nicht nur den Preisträgern, sondern allen Bewerberinnen und Bewerbern. Sie haben tatsächlich das geschaffen, was das Motto verspricht: Momente, die zählen. Und danken möchte ich natürlich auch unseren Initiatoren, Sponsoren und Medienpartnern, aber auch unserer Jury. Ohne sie wäre das alles nicht möglich gewesen.

**Vielen Dank für das Gespräch, Herr Minister. ■**

„Es sind die engagierten Menschen. Menschen mit ganz außergewöhnlichen und neuen Ideen, die sie mit viel Kreativität und mitreißendem Engagement verfolgen.“

– Tarek Al-Wazir

# Nichts war wie immer und irgendwie doch

Die „Ab in die Mitte!“-Preisverleihung fand am 20. April 2021 im Foyer des Großen Sendesaals des Hessischen Rundfunks statt.

Unter Coronabedingungen und mit Hygienekonzept gestalteten der Hessische Staatsminister Tarek Al-Wazir und Tim Frühling vom Hessischen Rundfunk diese digitale Veranstaltung. Es gab ein Gespräch und letztlich auch die Auszeichnung der diesjährigen Preisträger vom Roten Sofa aus.

Die Zuschauer\*innen konnten die Preisverleihung live über Zoom oder

den Youtube-Stream verfolgen und sich im virtuellen Foyer kennenlernen und austauschen.

Und noch mehr Mut machten die Vorträge von Helene Pankratz und Daniela Allmeier. Helene Pankratz, Homberger Klimamanagerin, referierte zum Thema WANDELPfad & Co-Working Galerie Post-Corona-Stadt 2020 - Pilotprojekt der Nationalen Stadtentwicklungspolitik in Homberg (Efze).

Mut in der Krise beweisen, Praxisbeispiele aus österreichischen Klein- und Mittelstädten lautete der Titel des Beitrages von Daniela Allmeier, Raumposition SCHEUVENS | ALLMEIER | ZIEGLER OG aus Wien.

Ein weiteres Highlight war natürlich die Prämierung der „Ab in die Mitte!“-Preisträger, diesmal im Interview vom Roten Sofa – ein echter Moment, der zählte.

Vorher, zwischendurch und am Ende der Veranstaltung gab es ein digitales Foyer, in dem sich die Teilnehmer\*innen treffen und austauschen konnten. ■



#### Auszeichnungen

Ganz analoge „Ab in die Mitte!“-Awards und -Urkunden ganz ohne echte Teilnehmer\*innen auf den Treppen des Foyers zum Großen Sendesaal.



#### Gratulation

Gratulierten und freuten sich mit den im Wettbewerb erfolgreichen Kommunen: der hessische Wirtschaftsminister Tarek Al-Wazir (rechts) und Tim Frühling vom Hessischen Rundfunk (links).

## Für Momente, die zählen!

Die 17 Landessieger erhalten insgesamt 210.000 Euro Fördergelder für Projekte, die nicht nur dazu beitragen, ihre Innenstädte zu vitalisieren und die Attraktivität zu steigern, sondern auch auf die Herausforderungen des Strukturwandels zu reagieren, der sich durch die Coronapandemie in Ortskernen und Innenstädten noch verstärkt hat. Das Motto des diesjährigen Wettbewerbs lautete „Für Momente, die zählen!“.

Die Projekte der Preisträgerkommunen aus ganz Hessen reichen von kulturellen Events oder Spiele-

Aktionen in leer stehenden Geschäften über die Nutzung von Treppen oder Parkbänken im öffentlichen Raum bis hin zur Einbindung einer Stadtbücherei oder einer Verkehrsberuhigung durch gastronomische Angebote auf freien Flächen.

## „Ab in die Mitte!“

„Ab in die Mitte! Die Innenstadt-Offensive Hessen“ ist eine Gemeinschaftsaktion des Hessischen Ministeriums für Wirtschaft, Energie, Verkehr und Wohnen, der Fokus Development AG, der REWE Markt GmbH Region Mitte, des Handelsverbands Hessen, der Binding

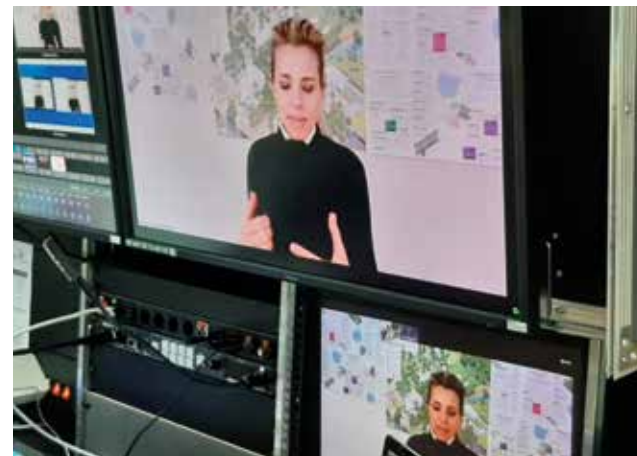
Brauerei AG, der SK Standort & Kommune Beratungs GmbH, der Firma Rinn Beton- und Natursteine GmbH sowie des Hessischen Städte- und Gemeindebundes, des Hessischen Industrie- und Handelskammertags, der Arbeitsgemeinschaft der Hessischen Handwerkskammern, der HA Hessen Agentur und dem DEHOGA Hessen e. V. Als Medienpartner unterstützen hr4, die Frankfurter Allgemeine Metropole und die Hessisch-Niedersächsische Allgemeine die Kampagne.

**Ab in die Mitte!**  
Die Innenstadt-Offensive  
Hessen





**Digitale Preisverleihung**  
Die „Ab in die Mitte!“-Preisverleihung 2021 fand digital und Corona-konform im Hessischen Rundfunk statt.



# Mit Abstand die Besten!

## Die 17 „Ab in die Mitte!“-Preisträger des Jahres 2021 im Überblick

### Alsfeld

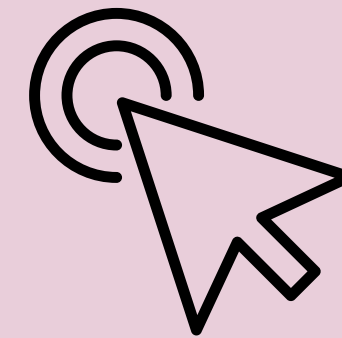
In Alsfeld will man die Sommerzeit mit den **Alsfelder Urlaubsmomenten** nutzen, um den Menschen der Region einerseits für ihre Treue in der Lockdown-Zeit zu danken, ihnen aber auch die Alsfelder Innenstadt als Ort für schöne Alsfelder (Urlaubs-)Momente wieder aktiv und verstärkt ins Gedächtnis rufen. Zentraler Teil der Aktion ist eine App, die für das Projekt - aber auch darüber hinaus - für die Kommunikation der Unternehmen der Innenstadt mit den Menschen in der Region genutzt werden soll. Die teilnehmenden Unternehmen wollen kleine, aber besondere Momente kreieren und ihren Kunden schenken.

tischen „Kulturpoints“ sollen die Innenstadt in ihrer Gesamtheit als Kulturraum begreifbar und interessant gestalten und Menschen in die Stadt locken.

fend aufgetragen und ergeben letztlich in der Diagonalen ein Bild.

### Bebra

In Bebra sind bis in den Oktober hinein an fünf Wochenenden verschiedene Aktionen geplant, die alle das Ziel haben, Menschen wieder zurück in die Stadt zu bringen. Unter dem Motto **Bebra kämpft gegen das Virus und für seine Innenstadt - besondere Momente, die zählen in Stadt und Land** wird dabei der Aktionsradius vergrößert, um den Menschen mehr Raum und damit mehr Sicherheit zu gewähren. Über den innersten Kern der Innenstadt hinaus wird mit dem „Bebra-Dreieck“ zwischen Lokschuppen, Rathausmarkt und dem Anger ein Aktionsgebiet definiert, in dem die wichtigen Player Bebras angesiedelt sind: der innerstädtische Einzelhandel, die meisten Gastronomie- sowie verschiedene Kultureinrichtungen.



### Bad Wildungen

Damit in Zukunft vermehrt auf die Nutzung von Kfz in der Innenstadt von Bad Wildungen verzichtet wird, will das Projekt **Per Pedes - Stadt zu Fuß** die vielen Fußwegeverbindungen der Stadt auf kreative Weise sichtbar machen und Anreize schaffen, sich zu Fuß zu bewegen. Zugleich wird die Aufenthaltsqualität verbessert, wovon ebenso die Anwohnerschaft als auch Einzelhandel, Dienstleistungen und Gastronomie profitieren. Im Mittelpunkt des Projekts steht eine Street-Art-Aktion: Untergrund für die Kunstwerke sind Treppen im öffentlichen Raum. Die Motive werden über mehrere Setzstufen verlau-

### Bad Orb

Vordringlich um der zunehmenden Digitalisierung zu begegnen, wollen die Gewerbetreibenden in Bad Orb unter dem Motto **Für Momente, die zählen 2021** das innerstädtische Verkaufserlebnis perfekt gestalten und die Alt-/Kernstadt durch kulturelle Aktivitäten neu erfahr- und erlebbar machen. Dazu soll die Altstadt in den Sommermonaten unter Einbeziehung der Einzelhandelsgeschäfte, Hauseigentümer\*innen und Innenstadtbewohner\*innen als Kulisse genutzt und Plätze sowie Gebäude in Szene gesetzt werden. Die geplanten innerstäd-

**Ab in die Mitte!**  
Die Innenstadt-Offensive  
Hessen

## Bensheim

Sieben Projekte und Aktionen sind in Bensheim bis Oktober geplant. Sie stehen exemplarisch dafür, wie das Thema Regionalität als spezifisches Merkmal der Bensheimer Innenstadt verstetigt werden soll. Stationäre und digitale Anreize ergänzen sich unter dem Motto **Heimat leben auf bensheimisch: Unser Herz schlägt in der Mitte** mit dem Ziel, die Kundenfrequenz für Handel und Gastronomie nachhaltig zu erhöhen. Was wird wann von wem wo angeboten? Wo und wie kann ich was bestellen, abholen oder liefern lassen? Fragen wie diese stehen dabei ebenso im Fokus wie digitale Präsentation des örtlichen Handels und der Gastronomie.

## Darmstadt

Herzstück der Aktionsreihe **Wiedersehensfreude - Für Momente, die zählen!** in Darmstadt ist eine eigens gebaute, mobile „KulturKiste“ mit hohem Wiedererkennungswert. Ausgestattet mit der notwendigen Bühnentechnik und Sitzgelegenheiten lässt sie die verwaisten innerstädtischen Straßen und Plätze wieder zur Kulisse für besondere (Stadt-)Momente werden. Ob Musik, Theater, Lesungen oder neue Formen des bürgerschaftlichen Dialoges - Ziel ist, der gemeinsamen Wiedersehensfreude einen Raum zu geben. Als verbindendes Element soll die Kiste Orte und Anlässe schaffen, an denen die Menschen wieder zusammenkommen können, um das Miteinander und die Kultur zu genießen.



.....  
[...]  
„Die diesjährigen Preisträger unserer Innenstadtinitiative zeigen, dass eine lebendige und attraktive Innenstadt möglich ist, auch in einer Pandemie, und erst recht nach der Pandemie.“  
[...]  
.....



## Eltville am Rhein

In der Wein-, Sekt- und Rosenstadt Eltville am Rhein liegt der Fokus in der Zeit bis Oktober auf dem gemeinsamen Gestalten einer lebenswerten Zukunft. Unter dem Motto **Eltville handelt fair und nachhaltig .... für verbindende Momente, die gerade jetzt besonders zählen** werden drei Projektcluster geboten: Fairer und nachhaltiger Handel, Mitmachaktionen und Jugendprojekte sowie die Kreierung und Bespielung kultureller und sozialer Herzensorte aus der Mitte und für die Mitte.

## Frankenberg (Eder)

Durch Wortwitz und Spaß, gepaart mit Informationen, will Frankenberg (Eder) auf die Identität und den Wohlgefühlwert lokaler Orte und Einzelhändler in der Stadt aufmerksam machen. Unter dem Motto **Franken x Berg + Eder = Moment mal!** sollen kleine Aktionen zum Mitwirken, Ausprobieren und Nachdenken die Stärken des gemeinsamen Handel(n)s bespielen. „Locker und flockig“ sollen dabei Kund\*innen und Bürger\*innen in die Innenstadt und auf die Plätze gelockt werden. Dabei sollen alle profitieren, die Frankenberg aus neuen Blickwinkeln und mit Abstand zueinander und doch gemeinsam kennen lernen und anders erleben wollen.

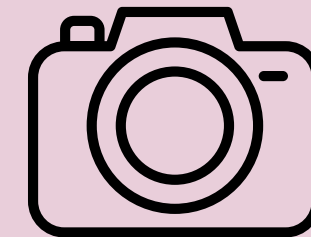
[...]  
„Sie alle haben kreative Antworten auf die Frage, wie es mit unseren Innenstädten weitergehen kann und wie wir sie beleben können.“  
[...]  
.....

## Hessisch Lichtenau

Mit dem Projekt **Herausforderung annehmen** soll die Vielfalt der Stadt Hessisch Lichtenau gezeigt werden und der Ehrgeiz, auch zu etwas „anderen“ Zeiten eine besondere Aktion auf die Beine zu stellen. Die Zielgruppen werden gemischt sein. Wie erleben Kinder die Zeit von Corona? Was ist negativ, was positiv? Welche Wünsche entstehen und wie verändern sich sogar die Gedanken? Auch Senioren, für die die Zeit von Corona oftmals besonders schwer ist, werden eine wichtige Rolle spielen: Senioren erzählen Geschichten, dies wird aufgenommen und in den Kindergärten abgespielt - ein besonderer Moment vor allem für die Kinder, die keine Großeltern mehr haben.

## Hofheim am Taunus

Diverse Orte in der Innenstadt von Hofheim sind im Rahmen des Projekts **Platzwechsel - Erleben, Lesen, Lauschen in Hofheim** Schauplatz von Veranstaltungen. Neben dem Alten Wasserschloss, den Plätzen in der Hauptstraße, auf dem Tivertonplatz, am Bornplatz, am Stadtmuseum sowie ausgewählten Schaufenstern der Geschäfte ist das in erster Linie die neue Stadtbücherei. Die Bevölkerung soll durch Veranstaltungen und Aktionen Nutzungsmöglichkeiten und die Vielfalt in den neuen Räumen sensibilisiert und neugierig gemacht werden. Dabei kann man kann zuhören, mitmachen und Überraschungen erleben.



## Homburg (Efze)

Unter dem Motto **Ideenküche - Rezepte für die Zukunft** werden in Homburg (Efze) Kulinarik und Kreativität für neue Impulse in der Innenstadt sorgen. Bis in den Oktober werden zu diesem Zweck drei unterschiedliche Formate, die sich rund um das Thema „Kochen“ drehen, miteinander kombiniert: Die „Marktküche“ transportiert die Projektbotschaft in die Öffentlichkeit und erweckt die Neugier der Menschen; „PopUp-Küchen“ sor-

gen für neue Betriebsamkeit in leerstehenden Ladenlokalen und die „Kulturhappchen“ schaffen neue Anreize für Einzelhandel, Gastronomie und Kultur, auf kreative Art und Weise zu kooperieren.

## Kassel

Der Juni stand in Kassel ganz im Zeichen des **Freiluft-Experiments Untere Königsstraße**. Einen Monat lang wurde der Straßenzug autofrei - mit unzähligen Aktionen Kasseler Initiativen und Vereinen und mit Bespielung der gewonnenen Freiflächen durch die kulinarische Vielfalt der ansässigen Gastronomien und Läden. Das bedeutete auch: Einen Monat lang bessere Luft für die Anwohnenden, einen Monat besondere Begegnungsmomente auf der Straße, einen Monat eine sichere Brücke zwischen Uni und Innenstadt, einen Monat Austausch und Interaktion in einer vielseitig unterschätzten Straße Kassels.

## Lauterbach

**Momente der Begegnung!** gibt es in Lauterbach bis in den Oktober. Die Formate der Veranstaltungen sind pfiffig, anpassungsfähig und funktionieren auch bei eingeschränkten Kontaktmöglichkeiten. Sie schaffen Raum und Zeit für Begegnung und richten sich an alle Bürger\*innen und Gäste. Bei jedem Format des Kulturpicknicks im Stadtpark packen Einzelhandel und Gastronomie einen speziellen Picknickkorb. Eingekleidet beim privaten Shopping stellen Teilnehmer\*innen ihr vor Ort erworbenes Outfit bei einer öffentlichen Modenschau vor. Beim „Hutfestival“ basteln Kinder ihre eigenen Hüte, die in den

Schaufenstern der Innenstadt ausgestellt werden. Und Gastronom\*innen kreieren für die besonderen Heimaturlaubsmomente regionale Gerichte mit Urlaubsfeeling.

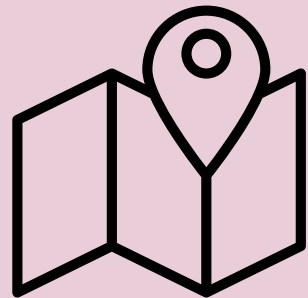
## Rotenburg an der Fulda

Das Projekt **Das Wohnzimmer von Rotenburg - Sommer im Steinweg** ist ein niedrigschwelliges Angebot an die verschiedensten Gruppen der Stadt Rotenburg an der Fulda: Das Wohnzimmer - bestehend aus diversen Outdoor-Sitzsäcken, Klappstühlen, Pflanzkübeln und einem Bücherschrank - wird bis in den September hinein im gerade sanierten Steinweg aufgebaut und steht in der Folge für spontane oder geplante Nutzungen zur Verfügung. Egal ob Lesungen am Abend oder ein Leseprojekt der örtlichen Schule - im „Wohnzimmer“ können diese Veranstaltungen mitten in der Innenstadt stattfinden.

Spiel-Arena in einem Leerstand. Nicht zu vergessen: „Chillen im Klostergarten“. Die Fläche vor dem ehemaligen Augustinerkloster wird mit Sand ausgelegt und mit Beach-Möbeln bestückt. Ein perfekter Ort, um an warmen Sommertagen nach der Schule zu entspannen.

## Offenbach am Main

Das **Offenbach Labor - für Kultur und Kooperation** eröffnet in der Innenstadt von Offenbach am Main einen lebendigen, kollektiven, offenen Ort der Vernetzung, der urbanen Produktion und des kulturellen Programms. Damit werden die leerstehenden Räumlichkeiten in der „Walterpassage“ in der Fußgängerzone aktiviert. Das gemeinschaftliche Atelier bietet neben Arbeitsplätzen für Kreativschaffende einen „Dritten Ort“ für diverse Gruppen, Initiativen, Kollektive und Vereine, aber auch Einzelpersonen, die eine Idee verwirklichen wollen. Damit entsteht ein Raum für Treffen, für gelegentliche Veranstaltungen, Workshops, Ausstellungen, Vorträge, Filmabende und mehr.

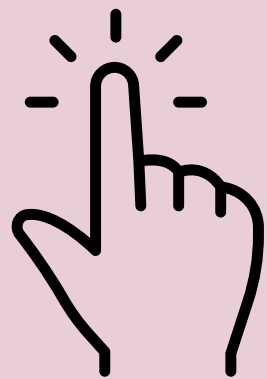


## Wiesbaden - Biebrich

**PoPUP-Stores für ein lebendiges Biebrich** möchte Leerstand entgegenwirken und so Wiesbaden-Biebrich neu beleben. Das Projekt will bis Dezember Künstler\*innen, Händler\*innen, aber auch Vereinen und Organisationen sowie Bürger\*innen eine Chance geben und Mut machen, Biebrich zu verändern und zu gestalten. Die Durchführung wird geplant über sogenannte Biebrich-Walks. Dies sind Stadtpaziergänge mit Interessierten, Unternehmen, Verbänden, Vertretern der Stadt, der Presse, von Vereinen, Organisationen oder Kirchen - partizipativ und integrativ.



- Alsfeld
- Bad Orb
- Bad Wildungen
- Bebra
- Bensheim
- Darmstadt
- Eltville am Rhein
- Frankenberg (Eder)
- Hessisch Lichtenau
- Hofheim am Taunus
- Homberg (Efze)
- Kassel
- Lauterbach
- Offenbach am Main
- Rotenburg an der Fulda
- Vogelsbergkreis
- Wiesbaden - Biebrich



## Vogelsbergkreis

Kinder und Jugendliche mussten im vergangenen Jahr viel zurückstecken, um Eltern, Großeltern und Mitmenschen zu schützen. Dabei sind viele schöne Momente einfach verloren gegangen. Das Projekt **Die Jugend ist unser Moment!** im Vogelsbergkreis hat sich vorgenommen, das zu ändern: vom „Beach“ im Klostergarten über ein Open-Air Kino bis hin zur adrenalingeladenen

[...]  
„Erlebnisse und Momente, die zählen stärken und stützen die Funktionen der Innenstadt.“  
[...]

„**Ab in die Mitte!**“ -  
**Für Momente, die zählen!**

**WIR MACHEN MIT!**



Dies ist mein \*Mein LieblingsLadenlokal 2021 in Hessen,



weil .....

Meine Kontaktdaten:

Name: .....  
Adresse: .....  
Telefon: .....  
E-Mail: .....

Die Kontaktdaten meines LieblingsLadenlokals:

Name: .....  
Adresse: .....  
Telefon: .....  
E-Mail: .....  
Website: .....

\* Wir verarbeiten Ihre Angaben nach den gesetzlichen Vorgaben der DSGVO.



Sie haben es in der Hand:  
Nominieren Sie Ihr LieblingsLadenlokal in Hessen 2021!

1. Suchen Sie Ihr LieblingsLadenlokal auf!
2. Berichten Sie von der Aktion und motivieren Sie die Inhaberin oder den Inhaber Ihres LieblingsLadenlokals, mitzumachen!
3. Füllen Sie diese Datei digital aus und speichern Sie das Formular ab (als PDF oder Word-Datei)!
4. Mailen Sie diese Antwortkarte (Betreff: Mein LieblingsLadenlokal 2021) an:  
[info@imorde.de](mailto:info@imorde.de)
5. Alternativ können Sie uns die Antwortkarte auch per Post zusenden:  
**IMORDE Projekt- & Kulturberatung GmbH**  
Schorlemerstraße 4  
48143 Münster
6. Zum Schluss: Drücken Sie die Daumen für Ihr LieblingsLadenlokal 2021!



# 2021: Mein LieblingsLadenlokal

**Auch in 2021 findet der von der Fokus Development AG gestiftete Wettbewerb „Mein LieblingsLadenlokal“ statt. Der Wettbewerb richtet sich an Händler\*innen, Gastronom\*innen und Dienstleister\*innen, die ein Ladenlokal oder einen Gastronomiebetrieb betreiben. Ausgezeichnet werden originelle Ladenkonzepte, besonderer Service, innovative sowie originelle Ideen und Lösungen. Bis zum 28. November läuft die Bewerbungsfrist. Dotiert ist der Preis jeweils mit 1.000 Euro.**

Gesucht werden engagierte Kaufleute in Hessen, die den Mut haben, etwas Neues auszuprobieren oder ein traditionelles Geschäft erfolgreich und beispielgebend weiterzuführen. Kund\*innen nominieren im Rahmen dieses besonderen Wettbewerbs Geschäftsinhaber\*innen, die regionale oder außergewöhnliche Produkte anbieten, mit ihrem Angebot Verantwortung übernehmen, so dass das Einkaufen im Ortskern überhaupt noch möglich ist, oder insgesamt einen besonderen Beitrag zum Leben in Ihrem Quartier leisten:

Wurde eine innovative Geschäftsidee in Ihrem Geschäftszentrum realisiert, die neuen Schwung und Vitalität in die Stadt gebracht hat? Kennen Sie einen solchen Ladeninhaberin, Gastronomin oder Dienstleisterin, die sich um Kommunikation und Nachbarschaft kümmert und einen wichtigen Beitrag für das Wohlfühlklima in den hessischen Innenstädten leistet? Gibt es den Buchladen, die Kaffeerösterei oder den Herrenausstatter, der die besondere Atmosphäre in Ihrer Stadt ausmacht und der Kund\*innen und Besucher\*innen in die Innenstadt lockt?

Dieser „Tipp“ für den „Ab in die Mitte!“-Sonderpreis, für DAS LieblingsLadenlokal in Hessen für das Jahr 2021 ist gefragt.

Nominierungen an [info@imorde.de](mailto:info@imorde.de) (Betreff: Mein LieblingsLadenlokal 2021) alternativ auch per Post: IMORDE Projekt- & Kulturberatung GmbH, Schorlemerstraße 4, 48143 Münster ■



# 27 Millionen Euro für lebendige Innenstädte

**Mit dem Landesprogramm „Zukunft Innenstadt“ aus Mitteln des Neuen Hessenplans ist eine Punktladung gelungen.**

Ausgewählt wurden Projekte aus insgesamt 110 Städten und Gemeinden und die drei Kommunalpreise gemeinsam mit den Vertreterinnen und Vertretern aus dem „Bündnis Innenstadt“. Diesem gehören unter anderem die Kommunalen Spitzenverbände, der Handelsverband Hessen, der Hessische Industrie- und Handelskammertag sowie die hessischen Handwerkskammern, die Architekten- und Stadtplanerkammer Hessen und der Hotel- und Gastronomieverband DEHOGA an.

„Ob in großen Städten oder kleinen Gemeinden – kreative und innovative Ideen und auch der Mut zum Experiment sind essenziell, um unsere Innenstädte und Stadtzentren als lebendige Orte zu erhalten oder sie wieder zu solchen zu machen“, so Al-Wazir.

**PopUp-Galerie, Stadt-Garten oder urbanes Wohnzimmer**

Ausgewählt wurde zum Beispiel die Stadt Mörfelden-Walldorf, die mit den Projekten „urbanes Wohnzimmer“, „Outdoor-Office“, „Stadt-Garten“ und „Bürgerdialog“ einen besonders innovativen Ansatz verfolgt. Ein weiterer beispielhafter Förderstandort ist die Stadt Homberg (Efze), die mit dem Innenstadtbudget ein Diakonisches Zentrum, eine PopUp Galerie, die „Homberger“-Geschäfts-

stelle und den Markt-Campus realisieren möchte.

Zusätzlich wurden drei Städte für ihre außergewöhnlichen Projektideen mit experimentellem Charakter mit dem „Kommunalpreis“ ausgezeichnet. Die drei ausgezeichneten Preisträger erhalten Fördersummen von 1 Mio. Euro, 750.000 Euro und 500.000 Euro. Den ersten Preis erhält Offenbach für das Projekt „Station Mitte“, der Idee der Verlagerung und Aufwertung der Stadtbücherei in der Innenstadt als sogenannter „Dritter Ort“. Die Stadt Rüsselsheim überzeugt mit einem innovativen spielerischen Beteiligungsprozess nach dem Motto „Innenstadterlebnis durch Begegnung“ und wurde mit dem zweiten Preis prämiert. Den dritten Preis erhält Eschwege für das Vorhaben, ein „Reallabor für soziale Innovationen“ im sogenannten Eschwege-Haus zu schaffen.

## ZUKUNFT INNENSTADT

„Das war eine wirklich spannende und intensive Jurysitzung mit vielen sehr guten Ideen zur nachhaltigen Stärkung der Hessischen Innenstädte“, so der Geschäftsführer des Handelsverbands Hessen, Silvio Zeizinger. „Jetzt gilt es, diese vor Ort schnell umzusetzen, um wieder ein Innenstadterlebnis zu schaffen. Danke an das Wirtschaftsministerium und das Team der Hessen-

Agentur für die strukturierte Aufbereitung der Juryunterlagen.“

„Die zahlreichen Bewerbungen um den Preis belegen das große Engagement der hessischen Städte und Gemeinden, ihre Innenstädte zu beleben und attraktiv zu gestalten. Die Möglichkeiten dazu und die örtliche Kreativität ist dabei keine Frage der Größe der Stadt, wie die Sieger des Wettbewerbs zeigen“, kommentierte Stephan Gieseler, der Direktor des Hessischen Städtetags.

**„Zukunft Innenstadt“: Bis 2023 stehen 40 Mio. Euro zur Verfügung**

Minister Al-Wazir betonte: „Ich freue mich auf viele gute Projekte, die in den kommenden Monaten umgesetzt werden. Innenstädte haben eine große Bedeutung für Menschen. Wir möchten, dass sie Orte der Begegnung sind, der Bewegung, des Handels, des Arbeitens und Wohnens und der Kommunikation. Auch Innenstädte müssen sich an die Klimaveränderung anpassen und durch soziale Einrichtungen Menschen in ganz unterschiedlichen Lebenssituationen ansprechen. Das ist eine große Aufgabe, bei der wir den Kommunen mit dem Geld aus dem ‚Neuen Hessenplan‘ unter die Arme greifen, sie bei der Konzeptentwicklung unterstützen und sie gleichzeitig selbst entscheiden lassen, wie sie dieser Vision näherkommen.“

Das Programm „Zukunft Innenstadt“ wurde im Mai 2021 ins Leben gerufen. Bewerben konnten sich alle

hessischen Städte und Gemeinden. Die Förderungen im Landesprogramm „Zukunft Innenstadt“ sind die ersten Investitionen des „Neuen Hessenplans“ zur Stärkung der hessischen Innenstädte. Bis 2023 stehen bis zu 40 Mio. Euro Fördermittel bereit.

### 1. Preis: Offenbach - Station Mitte

Die „Station Mitte“ soll ein neuer zentraler Treffpunkt für die Stadtgesellschaft sein. Sie ist als öffentlicher Raum für Bildung und soziales Miteinander rund um Bücher, digitale Medien und Kultur vorgesehen. Da die Offenbacher Stadtbibliothek einen dringenden Bedarf für eine digitale Modernisierung und Erweiterung hat, soll nun im Rahmen einer Machbarkeitsstudie geprüft werden, ob eine Verlagerung in die Innenstadt möglich ist und wie die neue Stadtbibliothek zu einer „Station Mitte“ weiter qualifiziert werden kann.

### 2. Preis: Rüsselsheim - Vom Leuchtturmprojekt zum Zukunftskonzept: Innenstadterlebnis durch Begegnung

Mit dem Kommunalpreis wird ein partizipativer Prozess finanziert, in dem einzelne Projekte nach dem Motto „Innenstadterlebnis durch Begegnung“ im Dialog mit der Bevölkerung geplant und umgesetzt werden. Die Erkenntnisse fließen in die Entwicklung einer Gesamtstrategie mit ein. Innovativ und modellhaft ist der Prozess, der die experimentelle Umsetzung und den Dialog in den Vordergrund stellt.

### 3. Preis: Eschwege - Eschwege Haus: Reallabor für soziale Innovationen

Das geplante „Eschwege Haus“ soll zu einem „Reallabor für soziale Innovationen“ werden und Räume für Ko-Kreation, Kooperation und Co-Working bereitstellen. Geplant ist ein Neubau mit einem Dachgarten und einer „begrünte Fuge“, um das Grün im Stadtraum erlebbar zu

## 110 Städte und Gemeinden erhalten Förderung aus dem Landesprogramm zur Belebung der Innenstädte

**Kreis Bergstraße:** Abtsteinach, Biblis, Bensheim, Bürstadt, Grasellenbach (Hammelbach), Heppenheim, Lampertheim, Lorsch, Viernheim; **Kreis Darmstadt-Dieburg:** Babenhausen, Dieburg, Erzhausen, Pfungstadt, Roßdorf; **Kreis Fulda:** Bad Salzschlirf, Ebersburg, Fulda, Hünfeld, Tann (Rhön); **Kreis Gießen:** Allendorf (Lumda), Gießen, Grünberg, Laubach; **Kreis Groß-Gerau:** Büttelborn (Worfelden), Kelsterbach, Mörfelden-Walldorf, Rüsselsheim, Trebur; **Kreis Hersfeld-Rotenburg:** Alheim, Bad Hersfeld, Bebra; **Hochtaunuskreis:** Bad Homburg, Königstein im Taunus, Kronberg (Taunus), Neu-Anspach, Oberursel (Taunus); **Kreis Kassel:** Baunatal, Grebenstein, Habichtswald, Hofgeismar, Wolfhagen; **Lahn-Dill-Kreis:** Braunfels, Dillenburg, Herborn, Wetzlar; **Kreis Limburg-Weilburg:** Bad Camberg, Limburg an der Lahn; **Main-Kinzig-Kreis:** Bad Orb, Bad Soden-Salmünster, Bruchköbel, Erlensee, Gelnhausen, Großkrotzenburg, Hanau, Langenselbold, Schlüchtern, Wächtersbach; **Main-Taunus-Kreis:** Eppstein, Hattersheim, Hochheim, Hofheim am Taunus; **Kreis Marburg-Biedenkopf:** Biedenkopf, Kirchhain, Marburg, Neustadt (Hessen), Stadtallendorf; **Odenwaldkreis:** Fränkisch-Crumbach, Michelstadt; **Kreis Offenbach:** Heusenstamm, Dreieich, Langen, Mühlheim am Main, Obertshausen, Rödermark, Rodgau, Seligenstadt; **Rheingau-Taunus-Kreis:** Geisenheim, Idstein, Schlangenbad-Bärstadt, Eltville am Rhein, Oestrich-Winkel; **Schwalm-Eder-Kreis:** Borken, Homberg (Efze), Malsfeld, Melsungen, Oberaula, Schwalmstadt, Wabern; **Vogelsbergkreis:** Alsfeld, Homberg (Ohm), Lauterbach, Schotten; **Kreis Waldeck-Frankenberg:** Frankenberg (Eder), Korbach, Willingen (Upland); **Werra-Meißner-Kreis:** Eschwege, Hessisch-Lichtenau, Wanfried, Witzenhausen; **Wetteraukreis:** Bad Nauheim, Bad Vilbel, Büdingen, Friedberg (Hessen), Gedern, Karben; **Kreisfreie Städte:** Darmstadt, Frankfurt am Main, Kassel - Innenstadt Mitte, Kassel - Kirchditmold, Offenbach am Main, Wiesbaden

machen. Mögliche Nutzer wären z. B. urbane Start-Ups, Sozialunternehmen, Kultureinrichtungen, die Stadtbibliothek, soziale Dienstleister, ein Jugend-Café und ein Familienbüro. ■

# Raum für das Wasser – und die Menschen

Wasser kann für die Stadt Segen sein, aber auch Fluch – wie das verheerende Hochwasser in Nordrhein-Westfalen und Rheinland-Pfalz im Juli deutlich unterstrichen hat. Einen besonderen und äußerst ambitionierten Ansatz, Wasser stadtgestalterisch in Szene zu setzen und zugleich effektiven Hochwasserschutz zu betreiben, hat die niederländische Stadt Nimwegen gewählt.

**SPECIAL**  
Mit welchen Ideen  
können wir dem  
Wandel begegnen?  
**Wasser in  
der Stadt**



Spricht er vom Projekt „Raum für die Waal“, steht für den niederländischen Landschaftsarchitekten Mathieu Schouten fest: „Nimwegen hat eine der größten Herausforderungen seiner Geschichte gemeistert“. Von 2012 bis 2015 hat die Stadt unter Schoutens Ägide im Norden ihres Zentrums einen neuen, vier Kilometer langen und 200 Meter breiten Seitenarm für den Fluss Waal gegraben.

„Raum für die Waal“ („Ruimte voor de Waal“) ist eines von über 30 Einzelprojekten des niederländischen Programms „Raum für die Flüsse“ („Ruimte voor de rivier“) – ein niederlandeweit geltendes Raumordnungsprogramm, das im Januar 2007 in Kraft trat. Den Anlass für diese Maßnahme bildeten die verheerenden Hochwasser, die 1993 und 1995 die Flusslandschaften von Rhein, Maas und Waal heimsuchten. Allein im Jahr 1995 mussten dabei 250.000 Menschen evakuiert werden.

## Verbesserter Hochwasserschutz

Den immensen Handlungsbedarf in Sachen verbessertem Hochwasserschutz, den die niederländischen Behörden daraufhin ausmachten, unterstreichen einige Zahlen: Ein Drittel des Landes liegt unter dem Meeresspiegel und die Hälfte der niederländischen Bevölkerung lebt in genau diesen Regionen. Zugleich sinkt der Boden der Niederlande jährlich um zwei Zentimeter ab. Die ebenso einfache wie schlüssige Idee, die man im Nachbarland deshalb entwickelte: Man muss den Flüssen mehr Raum geben, um potenziell anfallende Wassermassen fassen und kontrollieren zu können.

Allein die Waal führt rund zwei Drittel des Rheinwassers zur Nordsee. In Nimwegen kommt verschärfend hinzu, dass sich der Fluss hier stark verengt und darüber hinaus in einer scharfen Kurve verläuft. Diese Engstelle zu erweitern, lag von daher nahe.

Aber Nimwegen hat es allein damit nicht belassen. „Die Stadt hat sich dazu entschlossen, die Ausbreitung der Waal in die städtische Gebietsentwicklung zu integrieren – mit der Idee und dem Ziel, Menschen wieder stärker mit ihrem Lebensraum zu verbinden“, erläutert Schouten. Man habe die Chance ergriffen, notwendige Verbesserungen im Bereich des Wasserschutzes zum Anlass für eine umfangreiche und nachhaltige Gebietsentwicklung zu nehmen. Diese Transformation

## Perspektivwechsel

Während der intensiven Zusammenarbeit ist deutlich geworden, dass eine veränderte Denkweise hinsichtlich eines nachhaltigen Wasserschutzes auch eine innovative Stadtentwicklung erforderlich macht.



## Wassererlebnis

Der Bau des Seitenarms, die Brücken und der neue Flusspark sorgen dafür, dass Bewohner\*innen und Besucher\*innen Nimwegens die Stadt auf eine ganz neue Art und Weise erleben.

[...] „Die Stadt hat sich dazu entschlossen, die Ausbreitung der Waal in die städtische Gebietsentwicklung zu integrieren mit der Idee und dem Ziel, Menschen wieder stärker mit ihrem Lebensraum zu verbinden.“ [...]

beinhaltet wesentlich mehr als nur die veränderte Nutzung des Gebietes. Vielmehr habe Nimwegen „sein Herz verändert“.

„Wir hatten zu Beginn sehr detailliert ausgearbeitete Pläne für die städtische Gebietsentwicklung“, verrät Schouten. „Diese Pläne haben wir aber fallen lassen und uns stattdessen mehr in Richtung einer flexiblen, organischen und prozessorientierten Entwicklung konzentriert.“ Während der intensiven Zusammenarbeit zwischen Stadtplaner\*innen, Architekt\*innen, Interessengruppen, Bewohner\*innen und der Politik sei deutlich geworden, dass eine veränderte Denkweise hinsichtlich eines nachhaltigen Wasserschutzes auch eine innovative Stadtentwicklung erforderlich mache.

#### Wohn-, Erholungs- und Bildungsmöglichkeiten

So habe man die im Zuge der Grabung des neuen Seitenarms mitten im Fluss entstandene längliche Insel in die Pläne integriert. Sie bietet heute Wohn-, Erholungs- und Bildungsmöglichkeiten, Raum für Gastronomie und für kleinere Events. Mit dem zusätzlichen Bau von vier neuen Brücken über Insel und Fluss habe man zudem dafür gesorgt, dass das „alte“, südlich der Waal gelegene Nimwegen jetzt enger an das „neue“ Nimwegen nördlich der Waal angeschlossen sei. Diese Gebietsentwicklung habe die Sichtweise der Bewohner\*innen auf den Fluss zum Positiven verändert, sagt Schouten. „Nimwegen wird auf einmal wieder zu einer echten Flussstadt, aber auch zu einer Badestadt, einer Stadt, die sich inmitten von Natur befindet. Zur Schlagader von Europa und zu einer niederländischen Stadt mit einzigartigem Stadtbild.“



Der Bau des Seitenarms, die Brücken und der am Waalufer entstandene neue Flusspark sorgten dafür, dass Bewohner\*innen und Besucher\*innen Nimwegens die Stadt auf eine ganz neue Art und Weise erleben könnten. „Die neuen Routen in der Stadt bieten Besuchern neue und bisher verborgene Perspektiven auf die historische Waalfront mit dem Valkhof und dem Stevensturm, den Blick auf das Industrieerbe und die alten Brücken“, so Schouten. Kulturhistorische Relikte wie die Festung Knodsenburg, Beneden-Lent und Krayenhoff, die Kasematten an den Brücken und die „Roadbarriers“, die ebenfalls bisher verborgen gewesen seien, würden nun sichtbar und erlebbar. Zudem entstehe in einem Rondell aus dem 16. Jahrhundert, das direkt am Waalufer liegt, derzeit das Museum „De Bastei“. Hier werde „die jahrhundertalte Verbindung zwischen der Stadt und dem Fluss dargestellt“. Außerdem werde das Museum künftig als Startpunkt für Naturwanderungen in die Umgebung dienen. Man bemühe sich nach Kräften, sagt Schouten, „dass Erbe der Stadt optimal als Entwicklungsfaktor zu nutzen“.

#### Innovatives Wassermanagement

Ein anderes Seitenprojekt ist die vorübergehende Nutzung des ehemaligen Geländes einer Honigfabrik an der Waal. „Hier hat sich mittlerweile ein hipper und innovativer Komplex entwickelt, in dem junge Unternehmer sich gegenseitig in ihrer Arbeit unterstützen und ihre Ideen weiterentwickeln können.“ Die Start-Ups die dort entstünden, „geben der Stadt natürlich Energie“.

Noch etwas mache „Raum für die Waal“ besonders, unterstreicht der Landschaftsarchitekt: Innerhalb des Projektes hätten verschiedene Behörden eng und innovativ miteinander kooperiert. „Der Staat hat der Stadt die Freiheit gegeben, um innerhalb der nationalen Vorgaben für Wasserschutz die Gegend an der Waal zu gestalten. Dadurch wurden Möglichkeiten geschaffen, um in diesem großen infrastrukturellen Projekt auch die Bürgerbeteiligung zu erhöhen.“ Bis heute hat das Projekt „Raum für die Waal“ und die damit einhergehenden Investitionen wie die neue Brücke rund 560 Millionen Euro gekostet. Eine Summe,-



#### Brücken verbinden

Mit dem zusätzlichen Bau von vier neuen Brücken hat man dafür gesorgt, dass das „alte“, südlich der Waal gelegene Nimwegen jetzt enger an das „neue“ Nimwegen nördlich der Waal angeschlossen ist.

die letztlich noch steigen wird. In dem Gebiet rund um die Waal befinden sich auch die städtischen Neubaugebiete Waalfront und Waalsprong, in denen derzeit zusätzlich zu bereits geschaffenen 500 Wohnungen weiterer Wohnraum geschaffen wird.

Gut investiertes Geld, findet Mathieu Schouten: „Wohnungen an der Waal sind derzeit sehr gefragt. Auch in der Innenstadt an der Waal wird momentan ordentlich investiert. Man kann sogar deutliche Verbesserungen der wirtschaftlichen Struktur erkennen. Die Werte für Immobilien an der Waal steigen.“ Dadurch werde Nimwegen auch für Unternehmen und den Tourismus immer interessanter. Damit nicht genug: „Journalisten, Politiker und Experten aus aller Welt kommen nach Nimwegen, um einen Blick auf innovatives und erfolgreiches niederländisches Wassermanagement werfen zu können.“

Innovatives Wassermanagement, das bereits in seiner Planungsphase im Jahr 2011 mit dem Waterfront Centre Award in New York ausgezeichnet wurde und das 2017 den niederländischen Baupreis gewann. ■

# Kaufhaus, Kulturzentrum, Kommunikation



## Tacheles KunstKaufLADEN im Zentrum von Hanau eröffnet

Dieses spannende und ungewöhnliche Kaufhaus hat schon vor seiner offiziellen Eröffnung neugierige Blicke auf sich gezogen. Der KunstKaufLADEN bereichert Hanau, er ist Teil und neuer Leuchtturm des Stadtentwicklungsprogramms „Hanau aufLADEN“, mit dem die Stadt Leerstand und Abwärtsentwicklungen in der Innenstadt entgegenwirkt. Das Tacheles ist zum einen ein Kunstkaufhaus, in dem mehr als 1.300 Werke angeboten werden, zum anderen ist es ein Ort der Begegnung und des Austauschs, der bei Lesungen, Malkursen oder Tattoo-Sitzungen Hanauer\*innen zusammenbringen soll.

Jetzt, wo mit den Lockerungen der Corona-Einschränkungen Einkaufen und Erleben in Hanau wieder möglich sind, ist der KunstKaufLADEN gleich ein doppeltes Symbol für den Aufbruch.

Im Tacheles können Kunstfans Werke verschiedener Genres erwerben, von Malerei über Fotografie und Grafik bis zu Skulpturen, Keramiken und Designobjekten. Wer selbst aktiv werden will, kann Farben, Pinsel und Leinwände kaufen. Zudem wird ein großes Sortiment an Spraydosen für Graffiti-Künstler\*innen angeboten. Parallel werden geeignete Wandflächen gesucht und vermittelt, die legal besprüht werden können. Dafür werden alle notwendigen Entscheidungsträger wie Stadt, Soziokultur, Ordnungsamt und natürlich Eigentümer\*innen mit einbezogen. Das Angebot sei essenzieller Bestandteil des Tacheles-Konzeptes; und damit eine soziale und kulturelle Aufgabe.



### KunstKaufLADEN

Für jedes Budget ist was dabei: Die Kunstwerke bewegen sich bezüglich ihres Preises zwischen 30 Euro und 500 Euro.

Das Einrichten des **Tacheles** in dem leer stehenden Gebäude an der Nürnberger Straße war möglich durch die 2019 beschlossene Vorkaufsrechtsatzung. Diese sichert der Stadt Einfluss auf die Immobiliengeschäfte in der Innenstadt; sie ist wichtiger Bestandteil des Programms „Hanau aufLADEN“. „Die Immobilie an der Nürnberger Straße ist ein Musterbeispiel dafür, welche positiven Effekte dieses Vorkaufsrecht hat“, sagt Martin Bieberle, Geschäftsführer der Hanau Marketing GmbH. Der neue Eigentümer habe sich für die Idee sofort begeistern können und habe günstige Mietkonditionen ermöglicht. „Die Innenstadtentwicklung hängt zum wesentlichen Teil auch von den Immobilienbesitzern ab, bei denen wir werben, dass es nicht immer um schnelle Gewinnmaximierung gehen sollte. Mittel- und langfristig zahlen sich faire Mietkonditionen aus, weil sie so auch spannende Konzepte ermöglichen, die unsere Innenstadt auf Dauer bereichern werden“, erläutert der Oberbürgermeister Claus Kaminsky.

Mit dem **Stadtentwicklungsprogramm „Hanau aufLADEN“** versucht die Stadt auf verschiedenen Wegen Einfluss auf den Besatz in der Innenstadt zu nehmen: Sie fördert neue Konzepte mit einem Mietzuschuss, vermittelt Pop-Up-Flächen für das kurzfristige Erproben von Geschäftsideen oder knüpft Kontakte zu Immobilienbesitzern. „Unsere Innenstädte werden sich weiter verändern, aber sie werden nach wie vor der Mittelpunkt des urbanen Lebens sein. Dementsprechend brauchen wir neue, innovative Ideen zur Nutzung der Ladenflächen“, sagt Bieberle. „Wir sind da für alle Ansätze offen.“



## Factsheet KunstKaufLADEN Tacheles

**Wo:** Nürnberger Straße 31 - 33, 63450 Hanau - im ehemaligen Schuhhaus Dielmann - mitten in der Innenstadt.



**Wann:** Geöffnet montags bis samstags von 10 bis 18 Uhr.



**Wie groß:** 400 Quadratmeter auf zwei Etagen



**Wer:** Etwa 130 Kulturschaffende - Hobby-Maler\*innen, freischaffende Künstler\*innen, Profis - bieten ihre Kunstwerke an. Die meisten, etwa 80 Prozent, stammen aus Hanau und Umgebung.



**Wie viel:** Mehr als 1.300 Kunstwerke gibt es zu sehen und kaufen, etwa alle sechs Monate soll das Sortiment gewechselt werden. Die Werke kosten ab 30 Euro bis höchstens 500 Euro (Obergrenze).



**Was genau:** (Neue) Kunstfans können Werke verschiedener Genres erwerben, von Malereien, die mit den unterschiedlichsten Techniken hergestellt wurden, über Fotografien und Grafiken bis zu Skulpturen, Keramiken und Designobjekten.



**Für mich:** Wer selbst aktiv werden will, kann Farben, Pinsel und Leinwände kaufen. Und aus einem großen Sortiment an Spraydosen für Graffiti-Künstler\*innen und -künstler auswählen.



**Für andere:** Wie das neue Kunstwerk zuhause aussehen könnte, kann man auf dem #TachelesSofa ausprobieren: Das steht im zweiten Stock. Kunstwerk drüber hängen, Foto machen, schauen. Und gerne posten: <https://www.facebook.com/tacheles.hanau> und/oder <https://www.instagram.com/tacheles.hanau>.



**Für das Besondere:** Alle zwei Wochen bekommt ein Kulturschaffender eine besondere Ausstellungsfläche im zweiten Stock, wird mit Interview und Video vorgestellt - die Werke dürfen die Obergrenze von 500 Euro nicht überschreiten.



**Mit mir:** Für Künstler\*innen, die kein eigenes Atelier haben, stehen Räume zur Verfügung. Workshops und Seminare sowie Lesungen runden das Angebot ab.



**Mit anderen:** Ja, Kaffee gibt es in dem neuen Treffpunkt auch.



[hanauaufladen.jetzt/tacheles](https://hanauaufladen.jetzt/tacheles)

Im Tacheles verkaufen auf 400 Quadratmeter Fläche mehr als 130 Kunstschaffende ihre Werke, zu 80 Prozent stammen sie aus Hanau und der Region. Preislich ist für jedes Budget etwas im Angebot, die Werke kosten zwischen 30 Euro und maximal 500 Euro, zehn Prozent entfallen davon als Provision.

Kunst zu betrachten und zu kaufen, soll nicht mit einer Hemmschwelle verbunden sein, es gibt Werke für alle Geschmäcker. Der Rote Faden ist, dass es bei der Hängung keinen roten Faden gibt: das Attraktive ist die Mischung. Und damit man erahnen kann, wie sich ein Gemälde im eigenen Wohnzimmer machen könnte, gibt es im zweiten Stock eine Kunst-Anprobe, das #TachelesSofa: Kaufinteressierte können das ausgewählte Bild an einer leeren Wand über einem Sofa auf sich wirken lassen.

Das Tacheles macht den Kunstkauf nicht zu einem langwierigen Großprojekt, sondern zu einer angenehm spontanen Sache, also etwas, das man auch mittwochs oder samstags nach dem Wochenmarktbesuch machen kann.

Das Tacheles - dessen Name eine Referenz an das bekannte ehemalige Kunst- und Veranstaltungszentrum in Berlin ist - bietet auch Raum für junge Künstlerinnen und Künstler, die kein eigenes Atelier haben. Hier ist ein lebendiger Treffpunkt etabliert, bei dem Kunstschaffende und Kunstkaufende in Dialog kommen. Im Angebot sind Workshops und Seminare rund um Kunst und liefern Inspirationen und Utensilien für jedermann zum Selbermachen. Lesungen unterstützen den lokalen Buchhandel, und natürlich bekommen Besucher\*innen auch eine Tasse Kaffee. ■

„Hier ist ein lebendiger Treffpunkt etabliert, bei dem Kunstschaffende und Kunstkaufende in Dialog kommen. [...]“



**KunstKaufLADEN**  
Im Tacheles können Kunstfans Werke verschiedener Genres erwerben, von Malerei über Fotografie und Grafik bis zu Skulpturen, Keramiken und Designobjekten.



# Endlich wieder geöffnet!

Viele Monate war die Gastronomie geschlossen, ein geselliges Essen oder der Plausch beim Feierabendbier fand maximal am heimischen Küchentisch statt.

Schön, dass wir uns heute wieder über Hinweise wie „Wir haben geöffnet!“ oder „Wir sind wieder für Sie da“ freuen. Mit viel Optimismus, Mut und frischen Ideen hat die Gastronomie den Restart trotz zahlreicher Einschränkungen gemeistert.

Wer in einem Restaurant oder einer Kneipe einkehrt, will nicht nur essen oder trinken. Die Gastronomie in ihrer ganzen Vielfalt ist vielmehr auch ein Ort geselliger Begegnungen von Fremden und Freund\*innen. Die Wiedereröffnung der Restaurants und Kneipen hat den Menschen nicht nur das kulinarische Glück zurückgebracht, sondern auch die schmerzlich vermisste Geselligkeit und ein Stück Lebensqualität. Ausgehen, gemeinsam essen und plaudern – das alles ist trotz einiger Einschränkungen wieder möglich. Der Satz „Wir waren essen“ klingt nach einer entbehrungsreichen Zeit wie ein Befreiungsschlag.

Das alles ist auch deshalb möglich, weil Wirt\*innen mit großer Umsicht in wirksame Hygienemaßnahmen und neue Konzepte investiert haben. Das bestätigt Otto Völker, Vorstand der Binding-Brauerei mit Sitz am Sachsenhäuser Berg in Frankfurt: „Wir haben gesehen, mit wieviel Engagement Betreiber und Pächter auch während der Schließungen neue Ideen erarbeitet und sich auf die Wiederöffnung vorbereitet

haben. Das freut uns sehr, denn die Gastronomie ist und bleibt einer unserer wichtigsten Partner, sozusagen das Schaufenster unserer Binding-Biere.“



In Frankfurt und der Rhein-Main-Region ist die Binding-Brauerei in unterschiedlichen Gastronomietypen als Bierpartnerin aktiv – mit Binding-Bieren genauso wie mit Schwestermarken wie beispielsweise Clausthaler Alkoholfrei, Schöfferhofer Weizen oder dem Premium-Mineralwasser Original SELTERS. Dass die Gastronomie infolge der Lockdowns im Frühjahr 2020 und seit November 2020 geschlossen war, hatte die Brauerei hart getroffen.

Allein im vergangenen Jahr haben die deutschen Brauer\*innen im Inland mehr als 500 Millionen Maßkrüge Bier weniger verkauft. Insgesamt sank der Bierabsatz laut Statistischem Bundesamt im 1. Halbjahr 2021 gegenüber dem Vorjahreszeitraum um 2,7 Prozent, der Inlandsabsatz im Vergleich zum 1. Halbjahr 2020 um 4,9 Prozent.

Die deutschen Brauer\*innen sind also mit einer großen Hypothek in das laufende Jahr gestartet. Der Verlust des Außer-Haus-Geschäfts trifft die Branche ins Mark. Es wird lange dauern, bis sie sich davon erholen wird.

„Unser Fassbier war plötzlich, vollkommen unverschuldet und lange Zeit praktisch unverkäuflich“, erklärt Otto Völker. „Zu Beginn der Krise haben wir im Rahmen der Möglichkeiten zügig Unterstützungsangebote für unsere Gastronomiepartner\*innen erarbeitet, die so individuell waren wie die Gastronomie selbst. Zum Beispiel mit Know-how bei der Pflege einer lang verwaisten Schankanlagentechnik, aber auch mit Beratung und Unterstützung mit



**Otto Völker**  
„Die Menschen, die eine enge Verbundenheit zu Frankfurt und dem Rhein-Main-Gebiet haben, können endlich wieder mit Freude die Genuss- und Bierkultur der Region erleben.“

Blick auf staatliche Hilfs- und Überbrückungsangebote.“

Dass bei allem Tun jenseits oder während einer Krise Regionalität für die Binding-Brauerei im Mittelpunkt steht, zeigt sie auch durch ihr Engagement als Partnerin der ersten Stunde bei der Innenstadt-Offensive „Ab in die Mitte!“, bei der es gilt, die hessische Heimatregion lebens- und liebenswert zu erhalten und die gastronomische Vielfalt in den Zentren zu bewahren.

„Unser Herz schlägt regional und ein Bier wie unser Binding braucht nicht nur Heimat, sondern gibt als regionale Biermarke Heimat und Identität – ganz besonders in der gepflegten Gastronomie als zentralem Ort regionaler Bierkultur. Deshalb engagieren wir uns beim Projekt ‚Ab in die Mitte!‘. Im Pandemie-Lockdown haben wir gesehen, dass die Innenstadt mit dem Einzelhandel ohne eine geöffnete Gastronomie nicht funktioniert“, erklärt der Brauerei-Chef.

„Wir haben viel seit Beginn der Krise gelernt und nun ist es umso wichtiger, dass wir gemeinsam optimistisch in die Zukunft blicken, kreativ und lösungsorientiert bleiben [...]“

„Zwischen den Einkäufen bei einem Kaffee eine Pause machen, kurz mal hinsetzen, sich im Sommer erfrischen und im Winter aufwärmen, das war nicht möglich. Ohne ein Gastronomie-Angebot in den Innenstädten gewinnt der Onlinehandel und die Zentren drohen zu veröden.“

Die derzeitige Entwicklung zeigt, dass die Innenstädte durch die geöffnete Gastronomie wieder deutlich belebter sind. Der Deutsche Hotel- und Gaststättenverband (DEHOGA) bestätigt die Trendwende und vermeldet dank der Corona-Lockerungen den besten Umsatz seit Krisenbeginn. Die Umsätze der Branche lagen im August nur 5,7 Prozent unter dem Jahresniveau von 2019.

Was Otto Völker besonders freut: „Die Menschen, die eine enge Verbundenheit zu Frankfurt und dem Rhein-Main-Gebiet haben, können endlich wieder mit Freude die Genuss- und Bierkultur der Region erleben. Wir haben viel seit Beginn der Krise gelernt und nun ist es umso wichtiger, dass wir gemeinsam optimistisch in die Zukunft blicken, kreativ und lösungsorientiert bleiben und mit Freude die Wirtinnen und Wirte unterstützen, die uns als wunderbare Gastgeber in ihren Restaurants, Cafés und Kneipen mit Köstlichkeiten und Getränken verwöhnen.“ ■

# Erkenntnis, Mut und Schnitzel

Für die hessischen Innenstädte, die Geschäfte, Restaurants und Cafés, aber auch die Theater und Bühnen, Clubs und Bars oder die Stadtführer\*innen waren und sind diese Monate schwer. Doch viele haben die Zeit genutzt, um – nach dem Schock des ersten Lockdowns zu Beginn des letzten Jahres – ihre Konzepte einer Generalrevision zu unterziehen.

Die Corona-Krise hat vieles ganz grundlegend in Frage gestellt. So hat sie eklatant die Versäumnisse der Digitalisierung in den Bereichen unseres öffentlichen Lebens zur Schau gestellt und die Herausforderungen der Belebung unserer Innenstädte viel deutlicher gemacht als bisher.

Im Umgang mit den gewonnenen Erkenntnissen liegen daher große Chancen. Und natürlich ist es für viele Händler\*innen oder Gastronom\*innen nicht einfach, nicht nur auf die Krise zu reagieren, sondern tatsächlich zu versuchen, auf der Welle zu surfen. Denn das bedeutet, gegebenenfalls selbst sein Lebenswerk in Frage zu stellen und dann auch noch die Kraft aufzubringen, es zu erneuern. All jene, die dies tun,

tragen nicht nur zum Erhalt ihres eigenen Restaurants, Theaters oder ihrer Boutique bei. Sie machen auch sichtbar, dass das gelingen kann, dass es Perspektiven gibt, und zwar auch und gerade für das Prinzip einer lebendigen Innenstadt.

Der Einzelhandel sah sich schon lange vor der Corona-Pandemie dem wachsenden Online-Handel ausgesetzt. Schlecht für die Innenstädte, wenn sich die Wertschöpfung aus der Fußgängerzone ins Netz verlagert. Die stationäre Gastronomie hat im Lockdown – notgedrungen – das Delivery-Business für sich entdeckt, welches zuvor der Marktmacht der großen Lieferdienste allein unterworfen war. Seitdem Restaurants wieder vor Ort geöffnet haben, konzentrieren sie

sich auf ihre Gäste, die zu ihnen ins Lokal kommen. Gut für die Innenstädte: Ohne Gastronomie schwächelt auch die Kund\*innenfrequenz im Handel. Die Lockdowns mit sukzessiven Öffnungen zunächst für den Handel und erst später für die Gastronomie haben das quasi im „Feldversuch“ deutlich gemacht. Eine keinesfalls neue, aber wieder stärker in den Fokus gerückte Erkenntnis: jeder macht seins – das funktioniert in der Gesamtheit einer Innenstadt, einer Quartiersentwicklung nicht.

Zur Prüfung des eigenen Konzepts gehört eine gesunde Mischung aus betriebswirtschaftlicher Analyse und ebendiesen Erfahrungen in der Krise. Und dann vor allem Eines: Mut, Dinge anzupassen. Ein Beispiel aus der Gastronomie: Es fehlt Personal. Das ist bekannt. Viele haben die lange Zeit der Kurzarbeit nicht ausgehalten und Jobs in anderen Branchen gefunden. Aktuell bedeutet das, Öffnungszeiten anzupassen. Dabei sind in vielen Betrieben immer noch die Kapazitäten wegen Abstandsregeln reduziert. Diese beiden Parameter werden nun mit Blick auf die starken Frequenzzeiten miteinander verknüpft. Mit klar kommunizierten und an die Hauptstoßzeiten der Gäste in der Innenstadt angepassten Öffnungszeiten ist zudem betriebswirtschaftlich mehr Stabilität geschaffen. Weniger kann mehr sein ...

Ein Gastronom, der damit aber noch nicht das Problem gelöst hat, dass er in der Küche dennoch einfach

einen Koch zu wenig hat, um selbst bei reduzierten Öffnungszeiten, seine Gäste voll zu versorgen, stellte sich die Frage, wie die Arbeitsabläufe in der Küche optimiert werden können und gleichzeitig sein hoher Qualitätsanspruch nicht leidet. Was kostet in der Küche viel Zeit und kann anders gelöst werden? Die Antwort ist genauso überraschend wie, hierzulande, seine Schlussfolgerung radikal: Er streicht das Wiener Schnitzel von der Karte! Immer ein Dauerbrenner: ein saftiges, paniertes Kalbsschnitzel. Das läuft immer, erst recht wenn's einfach gut ist. Aber das Panieren kostet in der Küche am meisten Zeit. Das setzt zusätzlich aus der Küche und ihren Abläufen den Service unter Druck. Seitdem das Schnitzel von seiner gutbürgerlichen Karte verschwunden ist, läuft alles entspannter. Er kommt als Koch alleine in der Küche zurecht und ist vor allem eines: zufrieden mit dem Ergebnis. Und weil's ganz ohne nicht geht, kommt das Wiener Schnitzel an bestimmten Tagen auf die Karte, um die Schnitzelliebhaber\*innen zu schwächeren Zeit zu locken. Die Gäste finden's klasse.

Es sind viele solcher Überlegungen übertragbar auf alle Unternehmungen. Wichtig für die Zukunft der Innenstädte sind die Mosaik der Einzelunternehmen und Kulturschaffenden, die für Lebensqualität sorgen und ihr Zusammenspiel. Darauf kommt es an.



**Julius Wagner**  
Hauptgeschäftsführer Hotel- und  
Gaststättenverband DEHOGA  
Hessen

Und um viele solcher motivierenden Beispiele sichtbar zu machen, ist die hessische Innenstadtinitiative „Ab in die Mitte!“ wertvoller denn je. ■

# NRW-Programm „Dritte Orte“ - Ein Modell für Hessen?

Was in NRW bereits vor Corona als neuer Förderansatz in der Kulturpolitik angestoßen worden war, zeigt aktuell in 26 Städten und Gemeinden Wirkung: „Häuser für Kultur und Begegnung“ ist das Dritte-Orte-Programm des nordrhein-westfälischen Ministeriums für Kultur und Wissenschaft überschrieben - gezielt ausgerichtet auf Kommunen im ländlichen Raum.



**Bergneustadt:**

Die neu gegründete Genossenschaft für die ehemalige Traditionskneipe „Jägerhof“ hat rund 300 Genoss\*innen. Das Leuchtturmprojekt für die Innenstadt ist Kern des ISEK und Regionale2025-Projekts.

Mit dem Programm fördert das NRW-Ministerium für Kultur und Wissenschaft im Rahmen der Stärkungsinitiative Kultur die Entwicklung und Weiterentwicklung von Kulturrorten in ländlichen Regionen. Das Programm ist in zwei Phasen unterteilt: In der ersten Programmphase wurden 17 Projekte bei der Entwicklung von Konzepten für Dritte Orte unterstützt. 14 der in der Konzeptphase geförderten Projekte erhalten nun auch in der zweiten Förderphase - der Umsetzungsphase - Unterstützung. Die Ausschreibung der zweiten Phase richtete sich aber auch an Projekte, die noch keine Förderung erhalten haben, sodass sich neben denen aus Phase 1 zusätzlich zwölf weitere Projekte qualifiziert haben. Im November 2020 hat die Fachjury somit 26 Projekte ausgewählt, die in der zweiten Programmphase gefördert

**Neubeckum:**  
In einem ehemaligen Leerstand kombiniert die Quartiersinitiative „Verve!“ den Dritten Ort als neues, kulturelles Stadtteilwohnzimmer mit integrativen Aktivitäten im gesamten Viertel und wirkt so dem Attraktivitätsdefizit des Ortskerns mit Schwung entgegen.



werden und mit der die konkrete Umsetzung von Dritten Orten im ländlichen Raum ermöglicht wird. Hierfür werden pro Projekt bis zu 450.000 Euro und insgesamt rund 13,5 Millionen Euro für den Förderzeitraum von 2021 bis 2023 zur Verfügung gestellt.

Seien es Ladenlokale, seien es verwaiste Gaststätten, seien es Kirchen oder Bahnhöfe - die Aneignung und Bespielung bestehender Leerstände durch Dritte Orte beginnen schnell und experimentell, mit temporären Mietverträgen, vorläufigen Genehmigungen und improvisierten Nutzungen. Es entstehen keine teuren Neubauten, vielmehr wird Bestand umgenutzt und existierende Initiativen gebündelt.

Die Dritte-Orte-Projekte stehen für Selbstwirksamkeit und Gemeinschaft, sie tragen zum Miteinander an identitätsstiftenden Orten bei. Sie werden geschätzt als urbane Wohnzimmer, als Freiraum für Engagement, als Anlaufstellen für lokale Initiativen, als einladende Treffpunkte außerhalb von Konsum und Kommerz. In der komplizierten Welt der Förderungen, Vergaberichtlinien und Verwendungsnachweise, der Innenstadt- und Immobilienentwicklung werden die Dritten Orte ihre Projekte weiterhin „einfach machen“ und so die Verwirklichung von Zielen der Gesellschafts-, Stadt- und Kulturentwicklung handhabbar und erlebbar werden lassen.



**Steinhagen:**

Das Konzept verbindet mehrere Institutionen und Räume um einen zentralen Innenstadtplatz und bringt kommunale Kultureinrichtungen und bürgerschaftliche Akteur\*innen an einen Tisch.

Die Nutzer\*innen, ihre Vielfalt und auch ihre Konflikte werden dabei bewusst zusammengeführt. Die trägerschaftlichen und betrieblichen Strukturen sind so organisiert, dass keine hermetischen Einrichtungen entstehen, die mit Angeboten auf vermeintliche Bedarfe von Zielgruppen reagieren. Stattdessen werden Menschen mit unterschied-



Ein „Best Practice“-Beispiel für einen hessischen Dritten Ort entsteht zurzeit in **Bebra**: Im alten Bahnhof, einem generalüberholten Inselgebäude, entsteht mit viel Liebe zum Detail eine Dauerausstellung zur Bebraer Eisenbahngeschichte (oben). Im Empfangsgebäude werden Ausstellungsbereiche, Dienstleistungsangebote, Büroräume und Co-Working-Spaces untergebracht. Auch Gastronomie soll es geben. Es entsteht ein Ort, der auch die Erinnerung an Technik, Eisenbahnhistorie und deutsch-deutsche Geschichte lebendig hält (unten).

lichem Hintergrund in die Verantwortung geholt und prägen damit den Ort. Zeiten und Räume für Experimente, Innovationen und Ko-Kreationen werden langfristig freigehalten.

Die von freien, bürgerschaftlichen Initiativen initiierten Projekte agieren meist zügiger und umsetzungsorientierter als kommunale Träger. Ideen kommen schneller in die Umsetzung. Menschen, ihre Motivation und ihr Miteinander sind die wichtigste Ressource - folgerichtig erkennt das Programm bürgerschaftliches Engagement zurecht als Eigenanteil der Projektfinanzierung an. Gerade die Um- und Neunutzung identitätsstiftender Bestandsgebäude motiviert solches Engagement.

Dabei ist die Flexibilität des Programms bemerkenswert: Erstens können die Fördermittel (max. 450.000 EUR über drei Jahre) baulich-investiv, für Anschaffungen und Ausstattung ebenso wie für das Programm, Personal und den Be-

trieb eingesetzt werden. Zweitens in der Schrittfolge: Eine vorlaufende Konzeptphase ermöglicht Partizipation, Einbezug von Expertise, Ausprobieren von Experimenten und stärkt damit die Initiativen und ihre Konzepte für den jeweiligen Dritten Ort. Die anschließende Umsetzungsphase bereitet den eigenständigen, nachhaltigen Betrieb über die Förderphase hinaus vor.

Eng begleitet, unterstützt und qualifiziert werden die Projekte durch das Programmbüro, das bereits an der Ausschreibung des Programms mitwirkte und den Entscheidungsprozess der Jury vorbereitete und moderierte. Zwischen den Projektträgern, Bezirksregierungen und dem Ministerium organisiert es die Kommunikation und sorgt für Erfahrungsaustausch und Know-how-Transfer. In erster Linie jedoch begleitet, qualifiziert und unterstützt es die Projektinitiativen vor Ort. Menschen und Netzwerk, Inhalt und Profil, Raum und Gestaltung, Trägerschaft und Verantwortungsstrukturen sowie Betrieb und

Wirtschaftlichkeit der Dritten Orte werden ineinandergreifend entwickelt. Mit diesem 360-Grad-Blick, kombiniert mit praktischen und passgenauen Tipps, versteht das Programmbüro sich als intermediärer Lotse.

Die 26 NRW-Projekte sammeln Erfahrungen und Verbündete, bilden tragfähige, längerfristige Strukturen - und sind oftmals Anstoß für integrierte Quartiers- und Stadtentwicklungskonzepte, für Kulturentwicklungsprozesse, für Modellprojekte oder für die Öffnung und Weiterentwicklung bestehender klassischer Kultureinrichtungen wie Bibliotheken, Volkshochschulen und Soziokulturelle Zentren.

Dabei gilt: Ob in Partizipationsprozessen und Arbeitsstrukturen, ob in der Entwicklung neuer Kulturformate oder in puncto technischer Ausstattung - nicht erst Corona hat der Digitalisierung einen Schub gegeben. Gerade während der Pandemie waren die Dritten Orte aktiv; zum Beispiel mit Kultur-Podcasts, digitalen Beteiligungsrunden oder Begegnungen auf Instagram. ■



[www.dritteorte.nrw](http://www.dritteorte.nrw)

# Des Pudels Kern



## Bilanz nach den Lockdowns oder Surfen auf den Wellen

Kann man eine allgemeingültige positive Bilanz des letzten Jahres ziehen? Welche Strömungen kamen auf uns zu? Was können wir aus ihnen lernen? Was bleibt zurück? Es traten doch so einige unerwartete Wellen auf, die uns überwältigten ...

Die Pandemie hat uns gezwungen zuhause zu bleiben. Es wurde von daheim aus eingekauft und auch das Essen ließ man sich liefern. Läden, Theater, Kinos, Restaurants und Cafés blieben leer. Alles Orte, in denen wir unter anderem unsere Freizeit verbringen, die teilweise zu unserem Zuhause zählen können und an denen wir liebe Menschen treffen. Ist nicht auch die Innenstadt unser Zuhause, welches trotz Pandemie belebt bleiben sollte? Wir brauchen eine Innenstadt mit Aufenthaltsqualität, es sollte ein Ort sein, an dem wir uns sicher und wohlfühlen - ein Anziehungs- und Begegnungspunkt.

Soziale Treffpunkte müssen trotz Abstandsregelungen möglich sein. Dazu können Grünflächen und durchdachte Wasserkonzepte als Erholungsräume beitragen, gleichzeitig als Klimaanpassungsmaßnahmen dienen und sogar Schutz bieten - und somit weiteren Wellen vorbeugen. Es gibt also vielfältige Gestaltungsmöglichkeiten und die diversen Ereignisse haben uns noch einmal gelehrt, wie wertvoll kostbare Lebensräume

und Zusammenkünfte in persona sind und in welchen Bereichen es deutlichen Handlungsbedarf gibt.

... doch was passiert, wenn unerwartete Wellen (oder auch vorhersehbare Wellen) auf uns zukommen, die so einiges verändern? Wir müssen uns auf etwaige Wellen vorbereiten, um uns und unsere Mitmenschen zu schützen. Vielleicht sollte man sich manchmal aber auch einfach treiben lassen und schauen, wohin die nächste Welle geht. Es ist immer wieder eine Herausforderung, mit unerwarteten Entwicklungen umzugehen, sich darauf einzulassen und Strukturen zu durchbrechen. Sie können aber auch Chancen bieten, denn mitunter ist ein bisschen Unordnung auch nicht ganz schlecht, um daraus wieder neue Kreationen zu basteln und Alternativen zu entdecken.

„You can't stop the waves, but you can learn to surf.“

Jon Kabat-Zinn

„You can't stop the waves, but you can learn to surf.“

Es sind wahrlich nicht alle Wellen bezwingbar, aber man kann lernen auf ihnen zu surfen. Und dann kann man womöglich auch das Synonym Aufschwung verwenden und einen Neuanfang wagen. Sich einlassen auf die Wellen, die in jeglicher Form und Art und Weise auf uns zukommen, sich vertraut machen mit diesen - vielleicht ist das des Pudels Kern. ■

# Impressum

Wer hat mitgemacht?

**Die Mitte macht's!**  
**Das Innenstadt-Magazin**  
Ausgabe 03/21, Herbst 2021

HERAUSGEBER  
Die Initiatoren des Projektes  
„Ab in die Mitte!“  
Die Innenstadt-Offensive Hessen“

Hessisches Ministerium für  
Wirtschaft, Energie, Verkehr  
und Wohnen  
Kaiser-Friedrich-Ring 75  
65185 Wiesbaden

BEGLEITUNG IM MINISTERIUM  
Hessisches Ministerium für  
Wirtschaft, Energie, Verkehr  
und Wohnen  
Referat Städtebau und Städte-  
bauförderung  
Andrej Müller

REDAKTION  
Rolf Gußmann  
Imorde, Projekt- & Kulturberatung  
GmbH

REDAKTIONELLE MITARBEIT  
Christoph Hochbahn, Elisabeth  
Stricker, Judith-Marie Klatt, Imorde,  
Projekt- & Kulturberatung GmbH  
info@imorde.de  
0251 520930

REDAKTIONSANSCHRIFT  
Imorde, Projekt- & Kulturberatung  
GmbH, Schorlemerstraße 4, 48143  
Münster

LAYOUT  
Ranarex Kommunikationsdesign,  
Münster

DRUCK  
Schröerlücke GmbH, Ladbergen

AUFLAGE  
2.000

PAPIER  
FSC zertifiziert

BILDNACHWEISE  
Karin Jasch, Christoph Hochbahn,  
Rolf Gußmann, (c) HMWEVW -  
Oliver Rüter, Mathieu Schouten,  
Nimwegen, Binding Brauerei AG,  
Heike Rost, startklar a+b GmbH,  
Shutterstock (Iuliia Maltseva, Hanka  
Steidle, Jumpingsack, Puckung,  
Paramouse), Pixabay (Blende 12)

TEXTNACHWEISE  
Imorde, Projekt- & Kulturberatung  
GmbH, Fokus Development AG,  
Axel Funke, Hanau Marketing  
GmbH, Hessisches Ministerium für  
Wirtschaft, Energie, Verkehr und  
Wohnen, Binding Brauerei AG,  
DEHOGA Hessen e. V.



# Wieder unterwegs!

Das Innenstadt-Magazin



Ab in die  
**Mitte!**

Die Innenstadt-Offensive  
Hessen

HESSEN



Hessisches Ministerium  
für Wirtschaft, Energie,  
Verkehr und Wohnen

FokusDevelopment

REWE

Handelsverband  
Hessen

BINDING

STANDORT  
KOMMUNE

RINN  
Den Anfang  
macht ein guter Stern

HESSISCHER  
STÄDTETAG

Hessischer  
Städte- und  
Gemeindebund

IHK  
Hessischer Industrie-  
und Handelskammertag

Arbeitsgemeinschaft der  
Hessischen Handwerkskammern



HessenAgentur

HA Hessen Agentur GmbH

DEHOGA  
HESSEN

Medienpartner:

hr4

Frankfurter Allgemeine  
METROPOL

HNA

[www.abindiemitte-hessen.de](http://www.abindiemitte-hessen.de)