



Innenstadtbelebung nach dem Lockdown

# DER KIRCHHEIMER WEG -CORONA ALS CHANCE



## **Vorweg** Wo stehen wir?

---

### 5 Handlungsfelder

---

- 1** Erreichbarkeit

---

- 2** Attraktivierung der Innenstadt

---

- 3** Kultur- und Sportangebote

---

- 4** Digitalisierung

---

- 5** Marketing

---

- 6** Forderungskatalog

---

### **Seit Corona unseren Alltag bestimmt herrscht Unsicherheit und Rückzug.**

- **Unsicherheit in Bezug auf Kontakte** wegen möglicher Ansteckung, der Abstand zu Menschen, die nicht der eigenen sozialen Gruppe angehören, wird wahrscheinlich vorerst bleiben
- Unsicherheit bei Veranstaltern und Gewerbetreibenden wegen kurzfristiger Änderungen der jeweiligen Corona-VO (**Planungsunsicherheit**)
- **Sinkende Einkommen bei Konsumenten** => sinkende Umsätze im stationären Handel/ Gastro => weniger Budget für Aktionen der Gewerbetreibenden
- **Außerdem Rückzug der lokalen Akteure** (Handel, Gastro, Veranstalter) wegen Demotivation aus o.g. Gründen,
- Rückzug der Menschen aus der Stadt, weil jetzt **gelerntes Online-Shopping bequem** und „günstig“ ist und deshalb auch zukünftig den Weg in die Stadt ersetzen könnte.

### **ABER, es gibt auch positive Aspekte...**

- Auslandsreisen sind nur mit Auflagen möglich, daher sind Kurzreisen bzw. **Ausflüge zu regionalen Zielen** auch 2021 wichtig.
  - Menschen wollen sich wieder treffen, wenn es möglich ist. Dann eher **draußen** als drinnen und eher kleine, **kostenfreie Aktionen** als große.
  - „**Großer Durst/Sehnsucht**“ **nach Aktivitäten**, nach Treffen, nach (ER)LEBEN. Daher: Kleine und feine Programme mit ausreichendem Budget, geringer Vorlaufzeit und flexibler Reaktion auf die jeweils gültigen Verordnungen.
- Jede Stadt hat Ihren eigenen Charme und Ihre eigenen Alleinstellungsmerkmale. Diese gilt es herauszuarbeiten und die lokalen Akteure zu gewinnen und Synergien zu schaffen. Der Neustart nach Corona ist eine Chance alte Gewohnheiten abzustreifen und neue Wege zu gehen!

## 5 HANDLUNGSFELDER

1. Erreichbarkeit
2. Attraktivierung der Innenstadt
3. Kultur- und Sportangebote
4. Digitalisierung
5. Marketing

## 1 ERREICHBARKEIT

### **Erreichbarkeit der Innenstadt verbessern**

Besucherinformation- und Wegeleitsystem

*(Digitale Litfaßsäulen Tourist Info, Ausschilderung Bahnhof Innenstadt)*

### **Parkleitsystem verbessern (ParkApp)**

Kostenlose E-Bikes, Fahrradparkplätze in der Stadt verteilt

ÖPNV Preisreduzierung z.B. Samstags

Nachschiebetickets für das Parkhaus an Kunden im Einzelhandel ausgeben

### **Barrierefreiheit in der Stadt schaffen**

Rampen im Eingangsbereich bezuschussen

*(Baurechtliche Lockerungen)*

### „Die Innenstadt wird zum 2. Wohnzimmer“

#### **Plätze in der Innenstadt attraktivieren**

Erfassung aller möglichen Plätze, auch die außerhalb der Hauptplätze.

Durch die Neuentdeckung von Plätzen in Randlage können Massenansammlungen vermieden werden.

#### **Plätze durch Bepflanzung aufwerten.**

*Bsp. Kirchheim Marstallgarten mit einer „Aktion Mensch“ CJD Hohenreisach  
Ausbildungszweig Gärtner werten die Fläche auf.*

*Einkaufsstraßen neu bepflanzen, evtl. in Stadtfarben blau gelb*

*Pflanzkörbe an der Straßenlaterne sind vandalismussicher*

#### **Alle Parkbänke mit Sitzkissen ausstatten**

(Kissenpaten finden –z.B. Geschäfte in der Nähe)

#### **Picknickflächen ausweisen** und Picknickdecken zum Verleih und Kauf anbieten.

*Catering Partner finden, die Picknickkörbe mit regionalen Leckereien richten und  
auch die Aktion „Bollerwagen to go“ mit individueller Ausstattung je nach Gruppe,  
z.B. Mädels, Jungs, Familien usw. (Sulzburghof als Partner)*

### **Sauberkeit in der Stadt**

zusätzliche Saubermänner mit freundlicher Ausstattung sind in der Stadt unterwegs „we kehr for you“

Mülleimer mit Pfandring für Pfandflaschen ausstatten

Pizzakartonsammler (Schulprojekt)

Sensorik Mülleimer – gezielte Meldung für Leervorgang

### **Graffiti Beseitigung**

zeitnah beseitigen (Meldung durch Saubermänner) oder von

professioneller Hand Objekte besprühen lassen. (Aktion mit Jugendhaus Linde)

### **Ladenleerstände als Ausstellungsfläche nutzen**

oder Stadtgeschichte auf Folien anbringen oder

hier könnte ein.... Laden sein...



### **Spielmöglichkeiten in der Stadt schaffen**

demontierbare Spielgeräte aufstellen, vorhandene Spielplätze aufwerten

(z.B. Schlossgraben, neue Geräte am Roßmarkt)

### **Flexible Sitzmöglichkeiten schaffen**

z.B. auf dem Marktplatz außerhalb der Marktzeiten

Sitzinseln, diese könnten auch als Präsentationsfläche für die Ware dienen

### **Schließfächer**

Für kontaktlose Übergabe der Ware Händler Kunde, „Click & Collect“

## 3 KULTURELLE UND SPORTLICHE AKTIONEN

### Sportliche Angebote in der Innenstadt

In Abstimmung mit Grünflächenamt Plätze definieren

Trainer\*innen, Vereine ansprechen und gemeinsam Angebot erstellen und veröffentlichen.

*Im Kultursommer 2020 in Kirchheim wurde über 45 x Sport angeboten.*

*Kreative Angebote wie z.B. Qigong, Lach und Hata Yoga, Stretching, „Mittagspause für die Füße in der Lauter“, Power Workout, Training für Mutter und Kind sind auf große Begeisterung gestoßen.*



### Tanzkurs auf dem Marktplatz

Mit dem eigenen Ehepartner in vorgezeichnetem Bereich

### Fussballtraining an Stationen (TSV Jesingen)

**Kombinierte Veranstaltungen** Weinverkostung und Musik  
Fotoausstellung mit Tee und Musik

**Modeschau in der Fußgängerzone** mit prominenten Kirchheimer\*innen  
und evtl. professioneller Moderation

### Naschgärten und Urban Gardening „Essbare Stadt“

Rossmarkt und Schlossgraben



### „Klingende Stadt Kirchheim unter Teck“

#### **Musik an der Außengastronomie und Straßenmusik**

zu festen Zeiten an verschiedenen Orten und gleichzeitig (Verteilung Besucher)

Donnerstag, Freitag und Samstag Abend zwischen 19 und 22 Uhr spielen unterschiedliche **Bandformationen angelehnt an die Außengastronomie**

Sonntags klassische oder entspannte JAZZ Musik in der Zeit von 16 – 20 Uhr.

*Schlosscafé - Marktbrunnen - FBS Garten – Rossmarkt (MAF) – Platz der kleinen Freiheit*

**Jazz Frühshoppen zur Marktzeit** (*Nutzung Freifläche vor Bären bis Neuverpachtung*)

*Bewirtung durch Vereine möglich*

**Speakers Corner** Kulturcorner an dem sich im definierten Zeitfenster Künstler präsentieren dürfen.

Die Podestlösung könnte in freien Zeiten als Sitzgelegenheit genutzt werden. (*Platz vor Bären oder Marktplatz am Brunnen / Idee Europaletten mit Spanplatten beplanken*)

„Sofa surprise“

Rock & Poesie

Klang & Rede (Vortrag mit Musik)

Straßenmusik



## 3 KULTURELLE UND SPORTLICHE AKTIONEN

**Outdoor Vernissagen**, Kunstpfad durch die Stadt,  
Gemälde in den Schaufenstern, Live-Malaktionen, Streetart Bild auf dem Marktplatz, Open-Air Poetry-Slam.

**Outdoor-Lesungen** in Kooperation mit den örtlichen Buchhandlungen oder der Bücherei (Freihofareal, KSK Wiesenfläche mit Parkplatz)  
Theaterstück auf dem Rollschuhplatz (Einbindung Vereine),  
Lichtinstallationen, Vorlesestunden mit „Frau Holle“  
im Marstall- oder FBS Garten

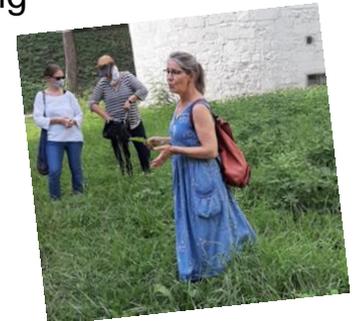


**Vorträge** (Portraits berühmter Persönlichkeiten der Stadt (Max Eyth)  
Themenbezogen, Polizei, DRK Erste Hilfe usw.)

**Ausbau der Stadtführungen** (Kräuterführung, Fotospaziergang,  
„Kinder führen Kinder“, Blickwinkel heben, gesungene Stadtführung usw.)  
Digitale Stadtführung mit dem Rikscha-Bike für Menschen mit Bewegungseinschränkung

### **Wochenmarkt als Alleinstellungsmerkmal**

Parkmöglichkeit für volle Einkaufskörbe mit Aufsicht  
Marktfrühstück aus verschiedenen Ländern oder unter bestimmten Motto´s anbieten,  
Weißwurstfrühstücken vor dem Bären mit Musik (Stadtkapelle, JAZZ usw.)  
Prosecco Ape oder Coffee Bike  
Musik zur Marktzeit (Orgel, Chöre usw.)



### **Gemeinsame Onlineplattform aller Gewerbetreibenden**

Zunächst Schaufensterfunktion mit Verlinkung auf Homepage oder Shop

### **Stadt App (Teckschlüssel)**

Veranstaltungen Anmeldung und Push Funktion

Einbindung Communities

Digitales Gesicht der Stadt

Lokale Nachrichten, Baustellenmelder

### **Virtueller Stadtrundgang**

### **Onlinehandel –**

#### **Für den stationären Handel eher nicht?**

Wenn man diesen rentabel für das Unternehmen gestalten will rechnet er sich für den Kunden nicht mehr. Bei Hardware geht man aktuell von einer Retoure um die 16 – 18 % aus. Allerdings bei Schuhen 60 % und bei Textilien 50 – 60 %. Außerdem ist der Zeitaufwand für das Handling der Pakete enorm. Das ist einer der Hauptgründe der die Einzelhändler in Kirchheim Teck vom Onlinehandel eher abhält.

***Das Einzige was der Lokale-Handel mit dem Online-Handel gemeinsam hat ist die Ware!***

### Unterstützung stationärer Handel

Aufstockung Einkaufsgutscheine zur Stärkung der Kaufkraft

### Schaufenstershopping (Idee bzweic)

Ware auszeichnen und Bestellkarten bereitlegen oder über QR Code online Bestellung ermöglichen. Große Teilnehmerzahl garantiert den Erfolg.



**Lieferservice** „Kirchheim bringt´s“ (Einkaufskörbe Markt, sperrige Waren große Pflanzen, Ski...)

**Beschaffung eines Tropas zur Auslieferung** (generell Lieferverkehr in der Innenstadt einschränken)

### CityRing Händlergemeinschaft

**Gemeinsame charmante Aktion zur Wiedereröffnung** „Wachgeküsst“

*Der City Ring wird unter dem Motto „Wachgeküsst 2.0“ die Ladengeschäfte öffnen und die ersten Kunden mit individualisierten Piccolofläschen beschenken.*

*Die Wachgeküsst Plakate sind ein Hingucker und überall in der Stadt zu finden.*

*Freundliches, motiviertes Personal, Sympathie Aktion*

*(Blumenmädchen in der Stadt - Wir schenken ein Lächeln und eine Blume Bachelor in Kirchheim, attraktive Männer verteilen Ferrero Küsschen)*



### Social Media Aktivitäten der Stadt verstärken

Influencer\*innen einsetzen, Neugierde wecken

## Allgemeine Forderungen

1. Bezuschussung der einzelnen Aktionen zur Attraktivierung der Innenstadt
2. Bezuschussung der kulturellen und sportlichen Angebote

## Forderungen für die Händler und Gastronomen

1. Sondernutzung (Außenbewirtschaftung) wie in 2020 erweitern
2. Werbekostenzuschuss  
(Händler und Gastronomen Erstattung Werbekosten bis zu 90 %)
3. Sondernutzungsgebühren entfallen lassen
4. Ereignisbezug bei Verkaufsoffenen Sonntagen VOS entfallen lassen
5. Chancengleichheit Onlinehandel – Lokaler Handel  
Paketbesteuerung
6. Ablösezahlungen für Parkplätze verringern oder erlassen?
7. Aufklärungskampagne Onlinehandel  
Ist es politisch gewollt, dass Ware nicht ökologisch und nachhaltig gehandelt wird, Mindestlohn missachtet wird, und die Besteuerung nicht dort erfolgt wo der Umsatz gemacht wird?