



Vitale Innenstadt Staufen

Abschlussbericht Innenstadtberatung
August 2024 – Dipl.-Kfm. Thomas Kaiser

Empfehlungen zur Innenstadtentwicklung Staufen heute bis 2035

Inhaltsverzeichnis

1. Analyse und Methodik.....	2
2. Bewertung der Innenstadt und Prognose	5
3. Besonderheit in Staufen.....	9
4. Zustandsbericht	10
5. Kernprobleme und generelle Handlungsfelder	14
6. Leitsätze für die Innenstadtentwicklung Staufen 2024 - 2035	16
7. Ad-hoc-Maßnahmen aus dem Masterplan und den IHK-Angeboten – Quick Wins	22
8. Vertiefende Dokumentation:	23

Dieser Bericht enthält verschiedene Links zu vertiefenden Analysen und Ergänzungen. Wenn Sie die gedruckte Version nutzen, können Sie über diesen Shortlink oder den QR-Code die digitale Version downloaden und so die Links komfortabler nutzen.

<https://bit.ly/staufen-innenstadtberatung>

1. Analyse und Methodik

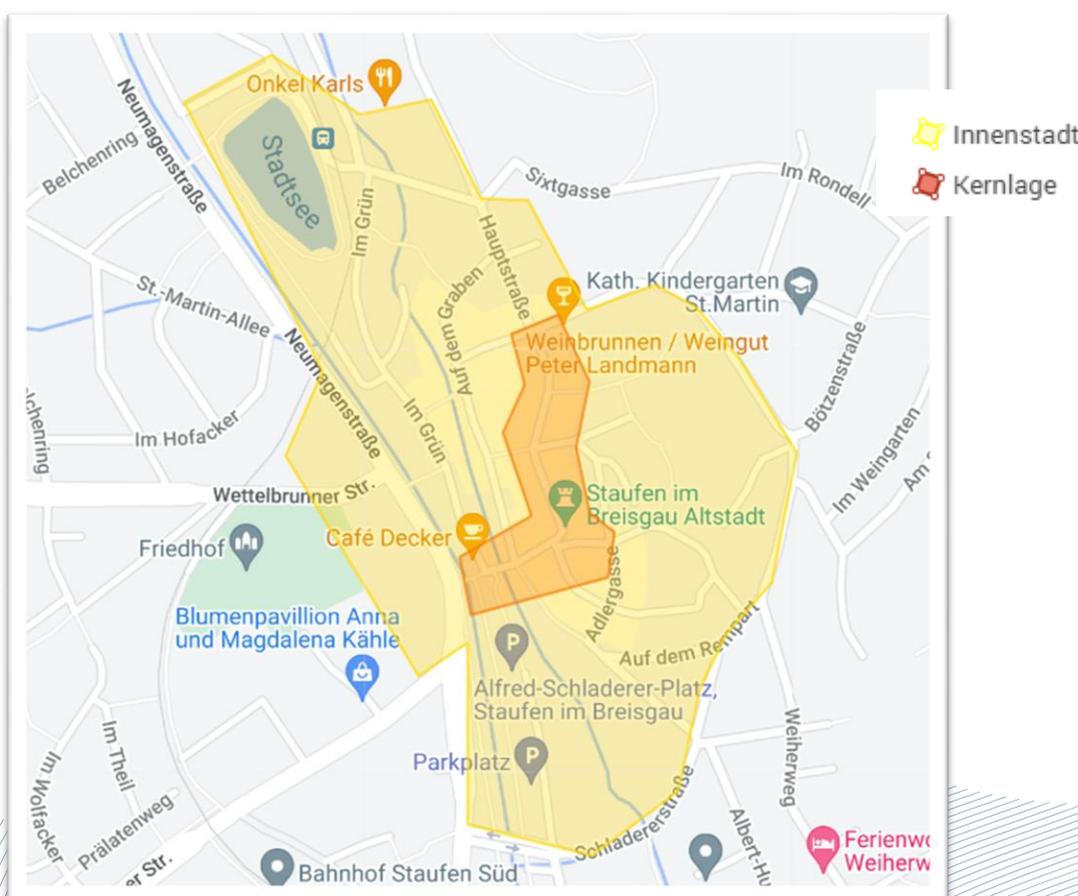
Im Rahmen der durch das Ministerium für Wirtschaft, Arbeit und Tourismus geförderten Innenstadtberatung für die Kernstadt von Staufen von Januar bis August 2024 hat die IHK Südlicher Oberrhein auf Basis der folgenden Analysetools

- **Stadtspaziergang**
- **Innenstadtbegehung und Interviews durch Thomas Kaiser**
- **Passantenbefragung**
- **Passantenfrequenzmessungen**
- **Bestandsaufnahme und Prognose Innenstadtakteure (und Leerstände)**
- **Digitalisierungs-Check**
- **Auswertung von Sekundärstatistiken wie Gutachten, Kaufkraftzahlen, ...**

und in Zusammenarbeit mit dem dort gegründeten Lenkungskreis Innenstadt eine gründliche Analyse der Stärken und Schwächen sowie Chancen und Risiken (SWOT) im gemeinsam abgegrenzten Innenstadtbereich erstellt.

Innenstadt-Erhebung	Insgesamt 115 Objekte in der Innenstadt erfasst und Prognose erstellt
Digitalisierungs-Check	107 Unternehmen untersucht (ohne Leerstände)
Stadt-Spaziergang	Erster Eindruck aus über 50 Beobachtungen durchgeführt am 20. März mit daraus abgeleiteter Aufgabenteilung
Passanten-Befragung	146 persönliche Interviews am 11., 13. und 16. April 2024 geführt
Passanten-Zählung	Permanent seit Januar 2024 an vier Standorten
Experten-Gespräche	Zahlreiche persönliche Interviews mit ausgewählten Innenstadt-Akteuren

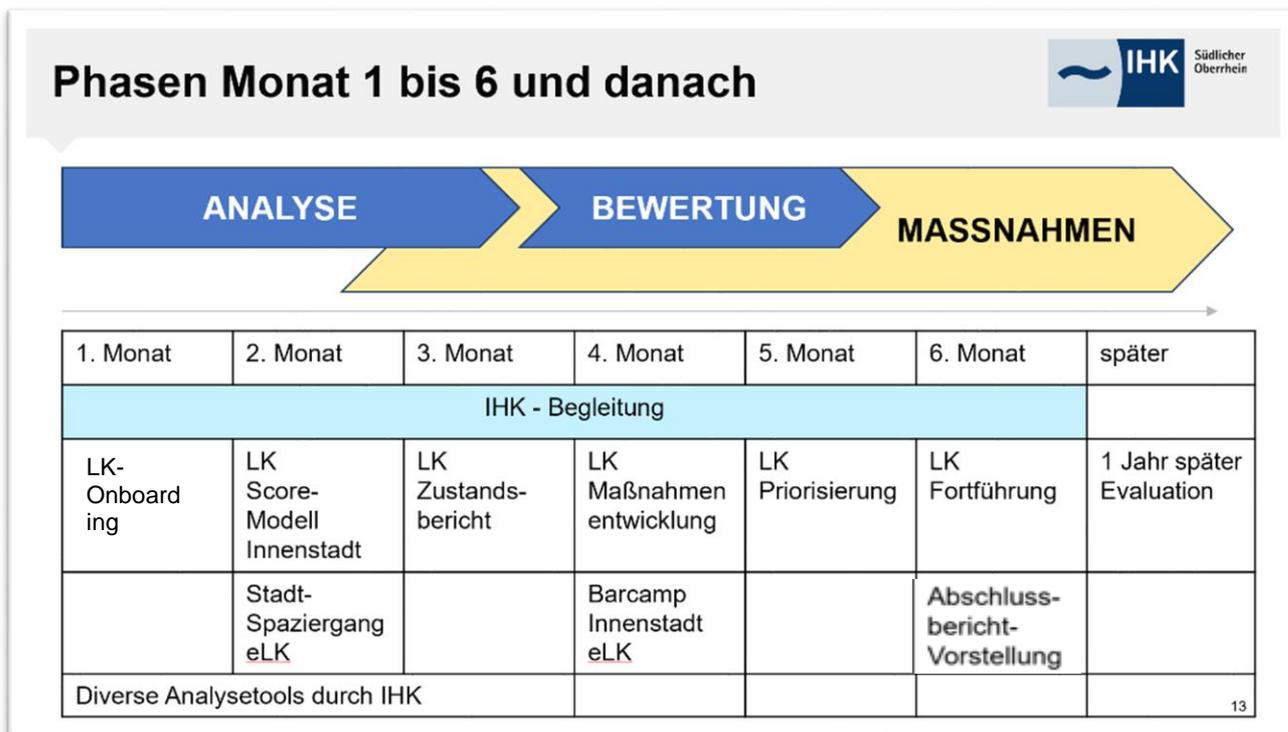
Die Innenstadt wurde wie folgt abgegrenzt:



Die Innenstadtabgrenzung umfasst neben dem Altstadtbereich auch das Areal rund um den Stadtsee und bezieht teilweise den Bereich südlich der Neumagenstraße mit ein. Im Status quo ist das Areal rund um das Kapuzinerkloster noch nicht als Innenstadtbereich enthalten. Dort besteht jedoch Entwicklungspotenzial, das nach Fertigstellung der Umgehungsstraße eine Überplanung des Neumagenufers, des Parkplatzes und der dortigen Verkehrsführung ermöglichen kann.

Der Kernbereich der Innenstadt wird mehr oder weniger durch die Fußgängerzone definiert. Da die Innenstadt insgesamt eher groß gedacht wird, sollte die funktionale Entwicklung auch räumlich differenzierter erfolgen. Nach Ansicht des Innenstadtberaters sollte der verdichtete Altstadtbereich zumindest hinsichtlich der Einzelhandelsentwicklung nachhaltig gefestigt werden, um Erosionseffekten entgegenzuwirken.

Das methodische Vorgehen ist für alle beratenen Städte identisch und folgt diesem Schema:



LK = Lenkungskreis eLK = erweiterter Lenkungskreis (inkl. Mitglieder der Stadtverwaltung und -gesellschaft)

Teilnehmer/innen der Lenkungskreises:

Name	Institution
Michael Benitz	Bürgermeister
Isabella Schuhmann	Stadtverwaltung Staufen - Hauptamt
Wolfgang Dorst	Vorsitzender Gewerbeverein Staufen
Marcus Helfesrieder	Vertreter der Gastronomie
Helmut Zimmermann	Ehem. stellv. Bürgermeister und Immobilieneigentümer
Dr. Thomas Coch	Vertreter Tourismusregion
Natascha Lembcke	Vertreterin Tourismusregion
Stefan Späth	Vertreter Handel
Thomas Kaiser	IHK, Innenstadtberater
Thilo Kühnle	später hinzu gekommen, Tourismusregion

Die Innenstadtberatung folgt grundsätzlich einem Beteiligungsmodell durch die Einbindung eines eher operativen Lenkungskeises und eines eher politisch besetzten erweiterten Lenkungskeises. Der Lenkungskeis hat unter Beteiligung des erweiterten Lenkungskeises in einem Workshop Innenstadt auf Basis des Zustandsberichtes und der SWOT-Analyse ein Maßnahmenpaket entwickelt:

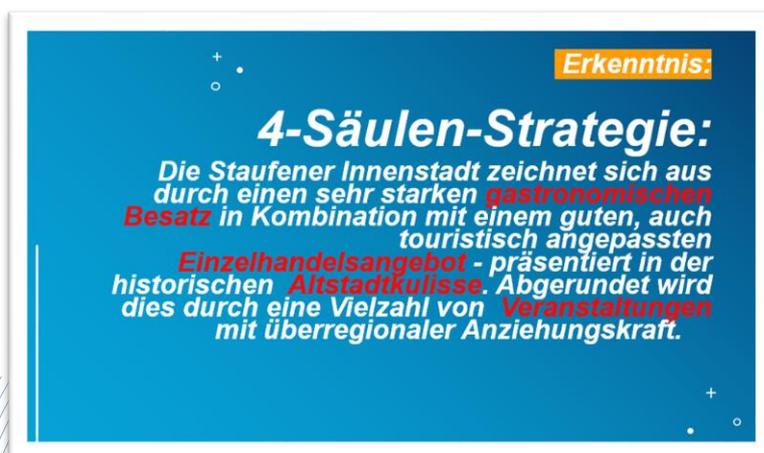
- A. Verschiedene Ad-hoc-Maßnahmen (Stadtspaziergang, Schaufenster-Beratung, Analyse des Wochenmarktes, Nachfolge-Sprechstunden, Instagram-Schulung)**
- B. Innenstadt-Navigator**
- C. priorisierte Schlüsselmaßnahmen und**
- D. ergänzende Maßnahmen**

In der Summe ergibt dies den **Masterplan Innenstadt**. Er enthält derzeit 51 Einzelmaßnahmen, die zur Umsetzung ab sofort bis 2035 empfohlen werden.

Der Masterplan Innenstadt wurde nach Leitsätzen gegliedert und priorisiert. Er soll im Folgenden dem Gemeinderat, der Stadtverwaltung, dem Gewerbeverein und den Innenstadtbetrieben zur Umsetzung empfohlen werden. Einzelne Maßnahmen stellen Ad-hoc-Aktivitäten der IHK und der Bündnispartner dar, die bereits parallel zum Begleitprozess initiiert und umgesetzt wurden.

2. Bewertung der Innenstadt und Prognose

Staufen präsentiert sich mit einer inszenierten Altstadtkulisse in der touristisch hoch attraktiven Achse Münstertal-Staufen-Breisach am Rande des Schwarzwaldes. Der Tagestourismus prägt seit Jahrzehnten



das Innenstadtgeschehen. Neben der Historie als Fauststadt positioniert sich Staufen auch als Stadt der Hebungsrisse. In der Kombination aus geschützter Altstadtkulisse, herausragendem gastronomischem Angebot, touristischer Lage, Geschichten rund um die Staufferstadt, überregional ansprechende Veranstaltungen und einem angepasstem, über den Erwartungen

an die Stadtgröße liegendem Einzelhandelsangebot, hat Staufen eine der vitalsten Innenstädte in ganz Baden-Württemberg.

Das Stadt- und Innenstadtmarketing wird fast schon historisch bedingt sehr stark ehrenamtlich betrieben, was ohne entsprechenden Leidensdruck auch hervorragend funktioniert. Dennoch ist das touristisch stark geprägte Bild der Innenstadt in den „Sommermonaten“ zwischen Ostern und Oktober ein anderes als im Winter. Eine zu starke touristische Belastung der Bevölkerung war aber noch nicht feststellbar – „Overtourismus“ ist noch kein Thema. Die Kaufkraft ist hoch und die Einzelhandelszentralität liegt 2024 bei 108,6 Punkten, was auf Kaufkraftzuflüsse hindeutet. Städte vergleichbarer Größe haben bereits erhebliche Kaufkraftabflüsse zu verzeichnen.

Kritisch betrachtet besteht jedoch das Risiko, dass die bis dato vorherrschende Zielgruppe der Innenstadtbesucher über 60 Jahre alt ist. Noch passt das Innenstadtangebot. Perspektivisch besteht aber die Gefahr, dass die Zielgruppe nach oben hin erodiert und von unten nicht aufgefüllt werden kann.



Bereits umgesetzte gesamtstädtische Maßnahmen wie der Bau des Faustforums und der Umgehungstraße zeigen, dass sich Stufen weiterentwickelt. Neue Zielgruppen werden dadurch erschlossen und weitere Verbesserungen der Aufenthaltsqualität werden möglich. Bewusst bleibt in der Altstadt aber „die Zeit etwas stehen“ – geschützt durch eine strenge Altstadtsatzung. Bei allen Reibungsverlusten, die eine solche restriktive Satzung für Anwohner und Gewerbe mit sich bringt, sorgt sie dafür, dass die Einzigartigkeit der Altstadt bewahrt wird.

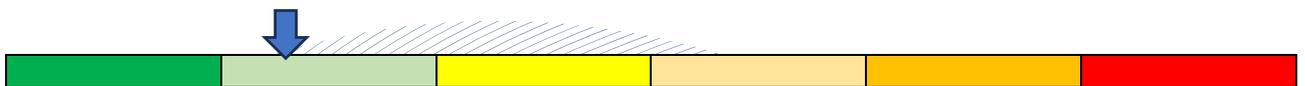
In einer differenzierten Betrachtung des Status quo zeigen sich jedoch auch Schwächen und Risiken. Noch sind diese in der Wahrnehmung der Besucher nicht sichtbar, aber es besteht die Gefahr, sich auf dem „Erfolg“ auszuruhen und zu spät gegenzulenken. Eines der größten Risiken ist aus Sicht des Innenstadtberaters der mögliche Verlust des derzeit noch starken ehrenamtlichen Engagements im Innenstadtmarketing durch den Gewerbeverein und weitere ehrenamtlich tätigen Personen, die bei Veranstaltungen oft prägend sind. Sollte dieses Engagement wegbrechen, schafft die Stadtverwaltung zu wenig motivierende Anreize und ist auch nicht auf eine „Übernahme“ vorbereitet.

Im Status quo einer differenzierten Innenstadtanalyse wird Folgendes festgestellt:

Die "Schul"noten in Stufen und der Vergleich						
	Staufen 2,3			Oberkirch 1,8	Endingen 2,6	Waldkirch 2,9
Aufenthaltsqualität, Ambiente, Flair	Städtebau, Altstadtflair, Plätze, Grün, Park, Fassaden, Schaufenster, Außengestaltung, Wasser, Stadtbildung, Touristische Highlights, Fußgängerbereiche, Sicherheitsgefühl, störende Einflüsse	2		1,7	2,4	2,8
Angebotsvielfalt	Einzelhandelsangebot, Fachgeschäfte, Gastronomie, Behörden, Banken, Kultur, Freizeit, Shopping, Verschönerungsgrad, Magnetbetriebe, durchgängiger Geschäftsbesitz in A-Lage, Gesundheitswesen, Filialisierungsgrad, Leerstandsquote und Leerstandsdauer	1,4		1,4	2,3	2,6
Erreichbarkeit und Parken	Parkplatzanzahl, ÖPNV, Parkgebühren, Parkraumbewirtschaftung, Parkleitsystem, Kurzzeitparken, Stadtbuss der Ortsteilpendler, neue Mobilität E-Mobilität, Baustellenmanagement, Erreichbarkeit Innenstadt	2,2		2,2	2,4	3,0
Spaß- und Erlebnisfaktor	Spielen, Freizeit, Kultur, Sonderveranstaltungen, Wochenmarkt, verkaufsoffene Sonntage, Sauberkeit, Sicherheit	2,1		1,4	2,3	2,1
Services analog	Öffnungszeiten, Ruhetage, Kundenkarten, Lieferservice, Rückentstattung von Parkgebühren, Beschilderung analoge Wegeführung	2,8		2,4	3,5	3,1
Services digital	Digitale Sichtbarkeit als Einzelner und im Verbund, lokaler Online-Marktplatz, virtueller Stadtrundgang, Google Business Einträge, Stadtinformation APP, Stadtinformation WEB, Online-Shops der Unternehmen, Click & Collect, öffentliches WLAN	2,4		2,4	2,6	2,5
Vermarktung Innenstadt	Identifikation mit der Stadt, Marke „Stadtmarketing“, Kommunikationswege, Wiedererkennbarkeit der Marke Stadt und Innenstadt, Veranstaltungseffekte, gegenseitige Empfehlung	2,4		1,7	2,5	2,2
Innenstadt-Politik und Management	Zentren- und Märktekonzept, Masterplan Innenstadt, personelle Ausstattung Stadtmarketing, Inhouse/externe Ausstattung Stadtmarketing, Eigentümerbeziehung, Gestaltungssatzung, Sondernutzungsatzung, Ordnungsdienst, Ankauf Schlüsselimmobilien, Zusammenarbeit Stadt und Wertegemeinschaften	3,4		1,6	2,7	3,7

In der differenzierten Betrachtung der wesentlichen Kriterien einer vitalen Innenstadt erreicht Staufen mit einer Schulnote von 2 minus dennoch einen der besten Werte aller bisher untersuchten Städte.

Ist-Zustand 2024: Innenstadt mit zu großer räumlicher Ausdehnung aber mit klar verdichtetem Kernbereich mit starker touristischer Prägung und klar erkennbarem und geschütztem Altstadtprofil und sehr gutem, aus dem Tourismus resultierendem Bestand an Handels- und Tourismusbetrieben.

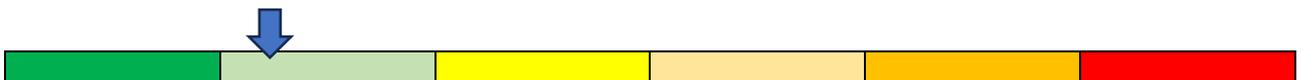


Ländliche Innenstadt 2035: Verödung oder Magnet für lokale Einkäufer und Touristen?

- Innenstadt ist Anker und Alleinstellung auch aus touristischer Sicht
- Regionaler Marktplatz und Treffpunkt für Einwohner und Besucher
- Erlebnis Innenstadt durch besonderes Altstadtflair

154

Potenzial 2035: Mit der Umsetzung jetzt nötiger Weichenstellungen bleibt Staufen trotz drohendem Angebotsverlust und leichter Downgradingtendenzen ein attraktiver Besuchs-, Wohn- und Wirtschaftsort durch eine spürbare Steigerung der Aufenthaltsqualität auch im nicht-kommerziellen Bereich. Staufens Innenstadt wird zur wiedererkennbaren Marke, die gemeinsam gemanagt wird.



- Innenstadt ist Anker und Alleinstellung bleibt (hübsche Altstadt, aber eingeschränkte Vitalität) Museumsstadt
- Regionaler Marktplatz und Treffpunkt wird weniger

Ohne Anpassungsmaßnahmen droht die Innenstadt ihre herausragenden Funktionen als touristischer Hotspot, regionaler Marktplatz und Erlebnisraum zu verlieren. Staufen lebt neben dem Altstadtflair auch vom zumindest suggerierten Überangebot des gewerblichen Innenstadtangebots. Bricht diese Säule weg, so fehlt ein wichtiger Baustein für eine vitale Innenstadt. Staufen sollte diesen Transformationsprozess jetzt nachhaltig angehen. Denn: „Eine vitale Innenstadt hat nicht von allein Bestand.“

3. Besonderheit in Staufen

Wie jede Stadt hat auch Staufen seine Besonderheiten. Als gemeinsames Mittelzentrum mit Bad Krozingen, im Einzugsgebiet von Freiburg und entlang der touristischen Achse Münstertal-Staufen-Breisach ist die Innenstadt von Staufen auf Basis der 4-Säulen Strategie sehr gut positioniert.

Hinzu kommt, dass die Stadt mit der Historie Faust und der jüngeren Historie den Hebungsrisen auch „Geschichten“ erzählen kann und somit neben den 4-Säulen in gewisser Weise auch vom Sensationstourismus profitiert.

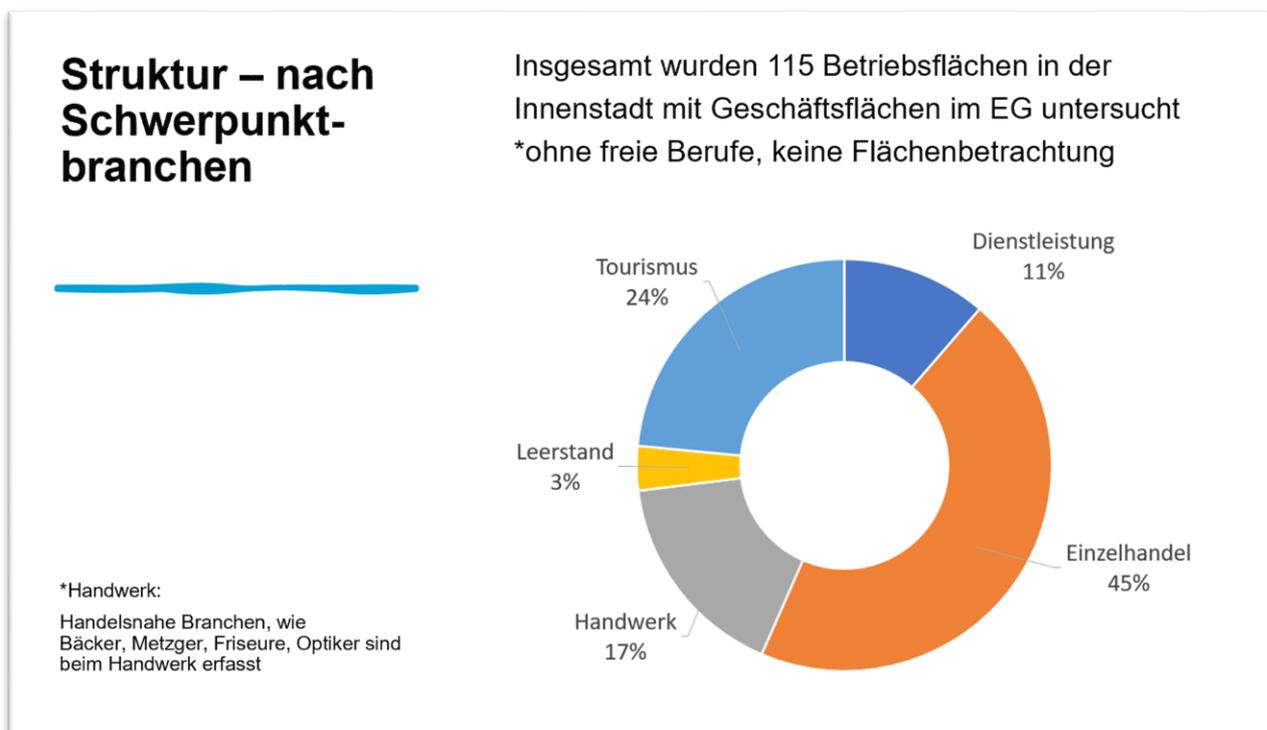
Innenstadtentwicklung wurde in den letzten Jahrzehnten maßgeblich ehrenamtlich getragen, wobei die Stadtverwaltung meist unterstützend und fördernd tätig war. Einen sehr großen Anteil an der Innenstadtentwicklung hatte Helmut Zimmermann als ehemaliger Vorsitzender des Gewerbevereins und der Werbegemeinschaft und ehemaliger stellvertretender Bürgermeister. Er hat die Innenstadtentwicklung maßgeblich geprägt und Strukturen geschaffen, die auch einen solidarischen Druck der Standortgemeinschaft auf die übrigen Akteure ausgeübt hat, der bis heute nachwirkt. So wurde manche Innenstadtentwicklung so über den Gewerbeverein eingetaktet, durchgeführt und oft auch finanziert. Diese Lebensleistung führte aber auch dazu, dass sich die Stadtverwaltung beim Thema Stadtmarketing und -management mehr oder weniger zurücklehnen konnte. Nun muss es gelingen, das Stadtmarketing von den handelnden Personen und deren Engagement zu lösen und Strukturen zu schaffen, die in einem abgestimmten Modell ein gemeinsames zielgerichtetes Stadtmarketing ermöglichen

Im Innenstadtbereich gibt es insgesamt 151 Gewerbeflächen, von denen herausragende 45 % dem Einzelhandel zuzuordnen sind. Die Leerstandsquote liegt bei 3 %. Ein sehr guter Wert, zumal bestehende Leerstände kaum struktureller Natur sind. Der touristische Anteil liegt bei 24 %. Erste leichte Tendenzen zu Fehl- und Andersnutzungen zeigen sich auch bereits in Staufen, fallen aber noch nicht ins Gewicht. Während viele Innenstädte erst jetzt über Verkehrsberuhigung und Fußgängerzonen nachdenken, hat Staufen diesen Schritt schon vor über 30 Jahren vollzogen. Auf einer Länge von fast 600 Metern ist eine Fußgängerzone ausgewiesen, die es den Betrieben ermöglicht, sich unter Einhaltung der Altstadtsatzung im öffentlichen Raum zu präsentieren. Diese Form der Sondernutzung ist zwar stark reguliert, aber kostenlos für die gewerblichen Betriebe. Dies sorgt für hohe Attraktivität und nimmt den Besuchern die „Schwellenangst“.

Vor dem Hintergrund der Erfahrungen mit der Pandemie, dem veränderten Konsumverhalten und der ungelösten Nachfolgeproblematik wird deutlich, dass auch die Innenstadtentwicklung in Staufen kein Selbstläufer ist. Es bedarf weiterhin einer aktiven Gestaltung und Steuerung, um die vorhandenen Strukturen und Potenziale optimal zu nutzen und die Innenstadt nachhaltig zu stärken.

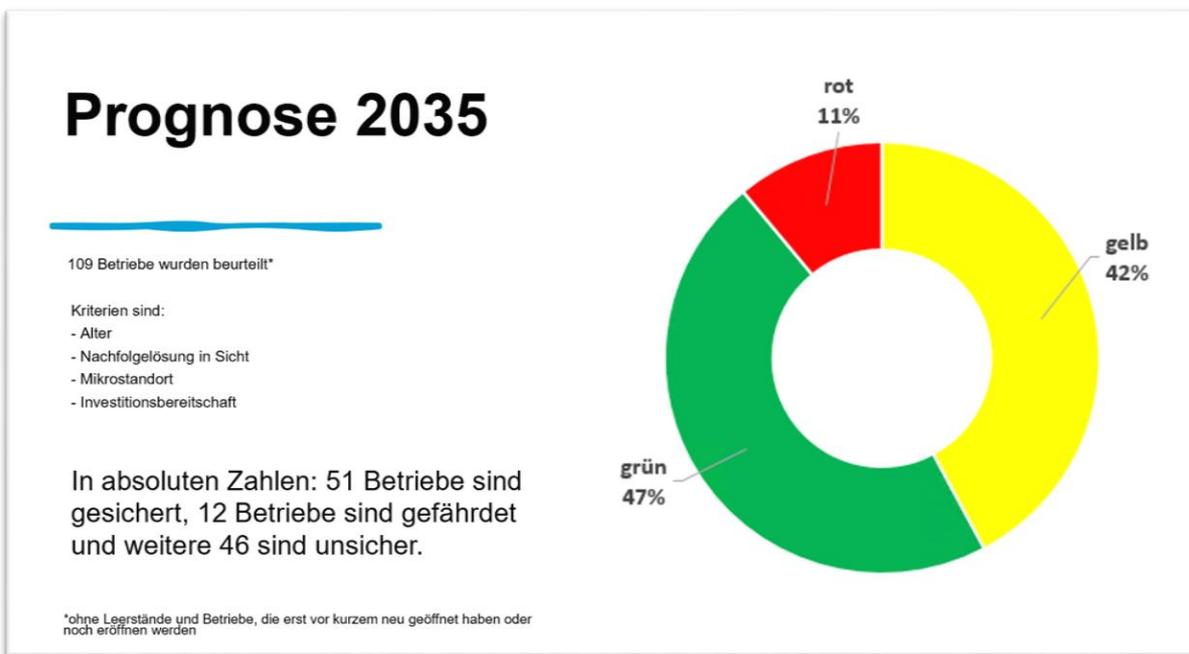
4. Zustandsbericht

Im Mai 2024 wurden für die Erstellung der IST-Analyse insgesamt 115 gewerbliche Flächen im Erdgeschoss des definierten Innenstadtbereichs von Staufen erfasst. Die Struktur stellte sich wie folgt dar:



Für 109 dieser aktiv betriebenen Flächen wurde eine vorsichtige Prognose für das Jahr 2035 erstellt. Die Bewertung erfolgte anhand folgender Kriterien: Alter der Inhaber, Investitionsbereitschaft, Digitalisierungsgrad, Standortfaktoren und Selbstauskunft der Betreiber. Das Ergebnis zeigt, dass rund 47 % der aktiven Betriebe als gesichert gelten, während aber 53 % als gefährdet eingestuft wurden. Davon haben 11 % eine absolut negative Prognose.

Auch wenn bis dato leerstehende Flächen immer noch eine meist sinnvolle Nachnutzung finden, wird das Thema proaktives Flächenmanagement eher an Bedeutung gewinnen, um das jetzt noch bestehende „Über“angebot weiter aufrecht zu erhalten. Wirtschaftsförderung wird damit zu einer der Kernaufgaben der Stadt und kann nicht mehr so einfach „miterledigt“ oder delegiert werden.



Neben der Bestandsanalyse wurden beim Stadtspaziergang einige optische Mängel und Wartungsrückstände festgestellt, die bei genauer Betrachtung den immer noch positiven Eindruck des öffentlichen Raums, des Stadtbilds und -flairs etwas trüben.

Dazu gehören die Stadtmöblierung, die Fassadengestaltung, die Schaufenster sowie das städtische und private Grün bzw. Blau (Wasser). Allein diese Beobachtungen führen zu einem 117-seitiger Bericht. Es wird deutlich, dass sowohl die Stadt als auch die privaten Eigentümer die kontinuierliche Pflege dieser Details etwas vernachlässigt haben, trotz strenger Regelungen durch die Stadtbildsatzung, die auch Gestaltungsvorgaben enthält.

Es wird allen Akteuren dringend empfohlen, den Fokus stärker auf diese Details zu legen. Eine mangelnde Beachtung dieser Details wird von den Besuchern der Stadt schnell negativ wahrgenommen und führt zu einer Abwertung des gesamten Standortes „Innenstadt“.

Sicherheit/Sauberkeit 



Ort: Diverse Orte

Bemerkung: Immer wieder zu volle überlaufende Müllbehälter

Anzahl der öffentlichen Müllbehälter mit 5 Stk entlang der Hauptstr. bei dem Aufkommen Tagestourismus sehr fraglich
Leerungsintervalle scheinen nicht reichen.

Weiter verfolgen? Ja Nein

Zuständigkeit? Stadt

Fristigkeit? Kurz Mittel Lang

Link zum Bericht Stadtspaziergang:

https://ihkso-my.sharepoint.com/:b:/g/personal/thomas_kaiser_freiburg_ihk_de/E5mbMZKBLaZLhxc5OH0lwI0BfKZBgyGbDX85GkRNJ_9_TQ?e=3rjwDW

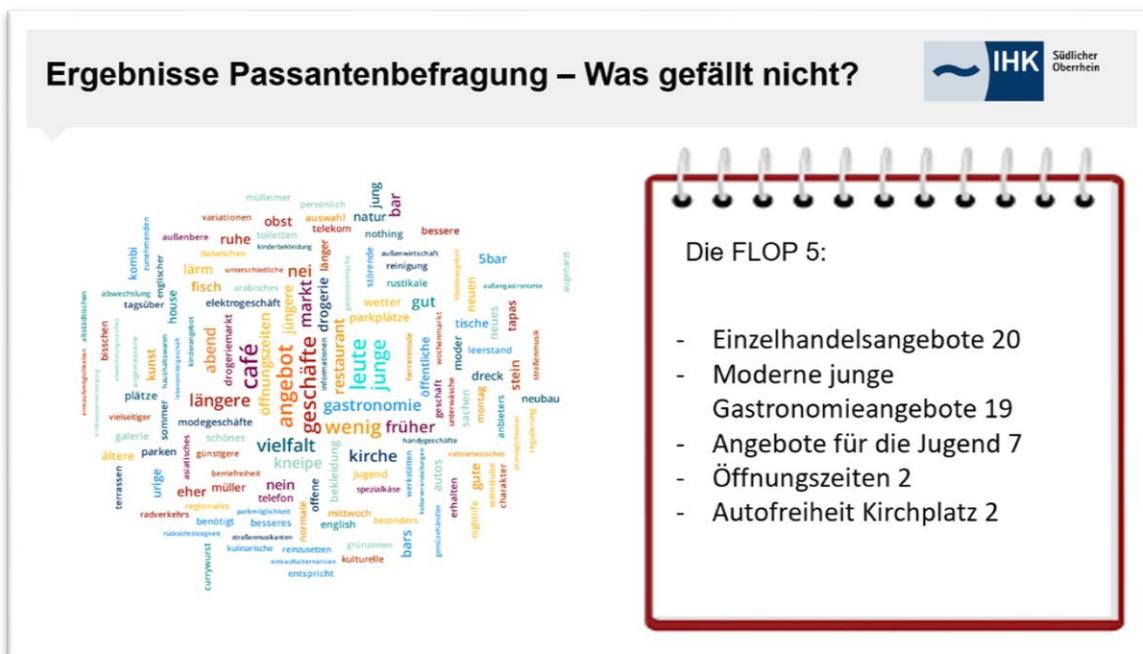
Dem entgegen stehen die Ergebnisse der Passantenbefragung. Staufen schneidet bei dieser Befragung regelmäßig sehr gut ab und liegt im Ranking aller Städte in Baden-Württemberg auf Platz 1. Allerdings

Jahr	Ø Gesamttattraktivität
2024	1,64 (Erhebung donnerstags und samstags)
2022	1,61 (Erhebung samstags)
2021	1,52 (Erhebung samstags)

nimmt die Gesamttattraktivität aus Sicht der Besucher auf hohem Niveau ab. Was aber vielleicht auch daran liegt, dass erstmals der Wochenmarkt und seine Performance zu beurteilen war.

Ein wichtiger Aspekt der Befragung war das Besuchsmotiv der Passanten. 50 % der Befragten gaben „Shopping“ als Hauptmotiv an, gleichauf mit „Atmosphäre genießen“. Das gastronomische Angebot liegt mit 36 % über dem Durchschnitt. Dies unterstreicht die Bedeutung der Innenstadt als Ort des Erlebens und Genießens.

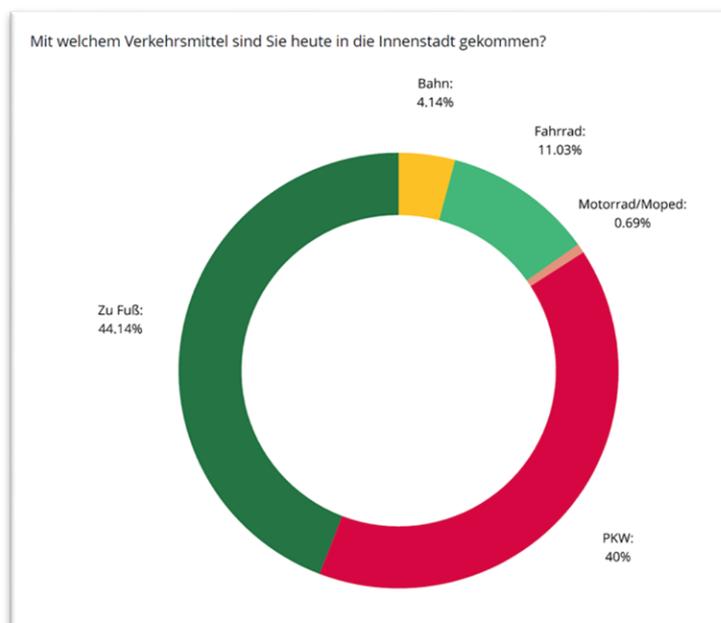
Dennoch gibt es auch Punkte, die eher missfallen:



Jedoch offenbart die Befragung drei Probleme:

- die Öffnungszeiten im Handel,
- die Erreichbarkeit mit ÖPNV
- und das Parkplatzangebot.

Zwar könnte man argumentieren, dass das vorhandene Parkplatzangebot quantitativ völlig ausreichend ist. Aus Besuchersicht ist aber die fußläufige Nähe zur Innenstadt von besonderer Bedeutung. Unter diesem



Aspekt erscheinen einige weiter entfernte Parkplätze nicht systemrelevant, zumal die Anbindung von dort an das Zentrum nicht immer attraktiv ist. Die Befragung zeigt auch, dass PKW-Erreichbarkeit gerade im ländlichen Raum nach wie vor ein wichtiger Faktor ist.

In einer attraktiven Stadt wie Staufen rückt das Thema der unmittelbaren Parkmöglichkeit vor dem Laden zwar in den Hintergrund, aber mit zunehmender Entfernung vom Parkplatz muss das Innenstadtangebot den „Weg wert sein“.

Besonders zu erwähnen ist noch die eher mäßige Performance des Wochenmarktes. Dieser findet an zwei Markttagen - Mittwoch und Samstag - statt. Die Performance des Mittwochmarktes ist mit nur 2-3 Stunden schlecht. Hier ist kaum noch von einem Wochenmarkt zu sprechen. Samstags sind immerhin bis zu 12 Stände vor Ort – also eine deutlich bessere Performance auf engstem Raum.

Der Anteil der Gelegenheitskäufer auf dem Wochenmarkt ist mit 53 % sehr hoch. 18 % der Befragten wünschen sich eine Ausweitung des Angebotes. Die Wochenmarktbesucher selbst sind zufrieden mit Umsatz, Marktmanagement und Gebühren, wünschen sich aber mehr Werbung



vor Ort durch Ortseingangsbeschilderung, oder auch über Social Media über touristische oder städtische Kanäle. Bei der Durchführung des Wochenmarktes zeigt sich aus Sicht des Innenstadtberaters immer wieder, dass der verfügbare Raum auf dem Marktplatz vor dem Rathaus sehr beengt ist. Als Shared Space gibt es hier verschiedene oft zeitgleiche Nutzungen (Gastronomie, Cafés und Wochenmarkt und zudem noch Veranstaltungen). Ein alternativer Standort auf dem Schladerer-Platz würde wohl ebenfalls zeitweise

zu Nutzungskonflikten führen. Daher erscheint der jetzige Standort als besser geeignet, wobei geprüft werden sollte, ob eine Ausweitung entlang der Hauptstraße möglich ist.

Als Maßnahmen werden die Überprüfung der Marktsatzung mit strenger Platzeinteilung, die Schließung der Lücken im Angebot (auch im Wettbewerb zum stationären Bestand) und eine verbesserte Bewerbung des Wochenmarktes empfohlen. Gelingt es nicht, mindestens 6 Anbieter für den Mittwochsmarkt zu gewinnen, so sollte dieser Wochenmarkttag nicht mehr als Markttag beworben werden. In Summe gilt: mehr Gestalten des Wochenmarktes als Verwalten.

Link zum gesamtem Zustandsbericht: https://ihkso-my.sharepoint.com/:b:/g/personal/thomas_kaiser_freiburg_ihk_de/EZIGh54UwdZlqgTh-h7EHTk8li4jld21KdcML7THGiBTQ?e=oaUdYnt Innenstadt Staufen Mai 2024.pdf

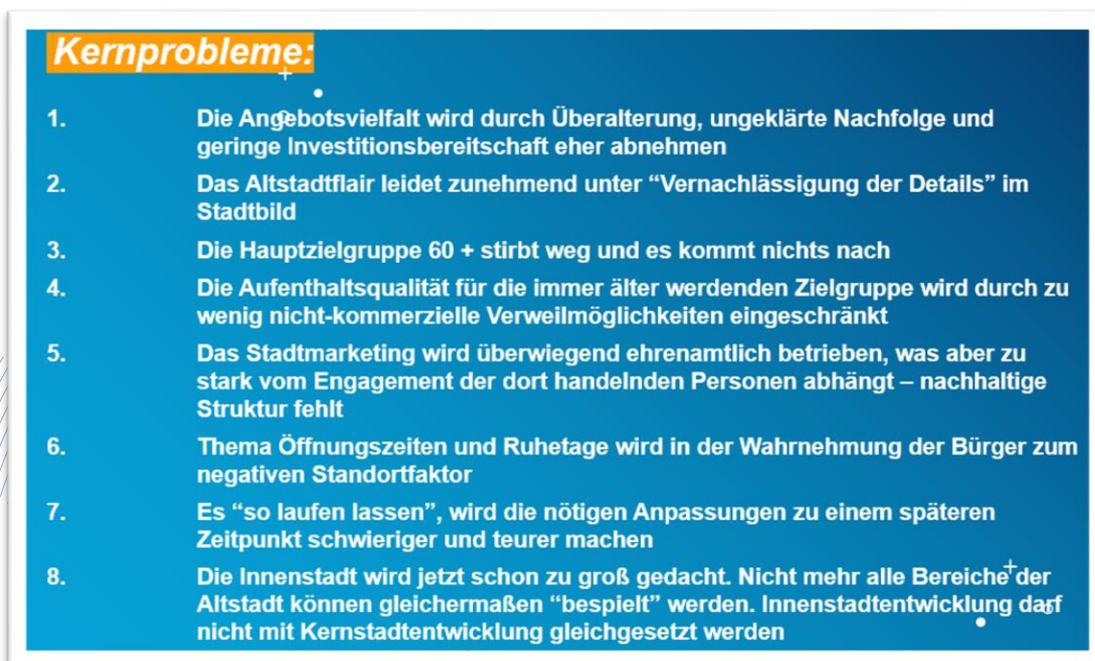
5. Kernprobleme und generelle Handlungsfelder

Auch wenn die Innenstadt von Staufen im Status quo gut dasteht, wird deutlich, dass der Wirtschafts- und Kulturraum zukünftig intensiver gemeinsam gestaltet werden muss. Für die Planung und Steuerung der Maßnahmen wird ein sogenanntes Split-Modell im Stadtmarketing empfohlen. Also eine

Professionalisierung der Zusammenarbeit im (Innen-)stadtmarketing durch

Schaffung eines abgestimmten, aber abgegrenzten und sich gegenseitig wertschätzenden Stadt- und Citymanagements (Split-Modell) zur Stärkung der lebendigen, historischen und wirtschaftlich funktionierenden Innenstadt, die **ganzjährig** als attraktiver Besuchs- und Begegnungsort für Einwohner und Gäste dient.

Die Kernprobleme in Staufen:



Kernprobleme:

1. Die Angebotsvielfalt wird durch Überalterung, ungeklärte Nachfolge und geringe Investitionsbereitschaft eher abnehmen
2. Das Altstadtflair leidet zunehmend unter "Vernachlässigung der Details" im Stadtbild
3. Die Hauptzielgruppe 60 + stirbt weg und es kommt nichts nach
4. Die Aufenthaltsqualität für die immer älter werdenden Zielgruppe wird durch zu wenig nicht-kommerzielle Verweilmöglichkeiten eingeschränkt
5. Das Stadtmarketing wird überwiegend ehrenamtlich betrieben, was aber zu stark vom Engagement der dort handelnden Personen abhängt – nachhaltige Struktur fehlt
6. Thema Öffnungszeiten und Ruhetage wird in der Wahrnehmung der Bürger zum negativen Standortfaktor
7. Es "so laufen lassen", wird die nötigen Anpassungen zu einem späteren Zeitpunkt schwieriger und teurer machen
8. Die Innenstadt wird jetzt schon zu groß gedacht. Nicht mehr alle Bereiche der Altstadt können gleichermaßen "bespielt" werden. Innenstadtentwicklung darf nicht mit Kernstadtentwicklung gleichgesetzt werden

Zusammenfassend lassen sich aus der **Sicht der Innenstadtberatung** vier zentrale Kernprobleme identifizieren. Diesen sind entsprechende Handlungsempfehlungen zugeordnet, die zum Teil bereits in das Handlungskonzept eingeflossen sind.

a) Zu groß gedachte Innenstadt

Die Verweildauer der Besucher in der Innenstadt hängt wesentlich von einem attraktiven Angebot ab. Dabei spielen neben dem Angebot selbst auch Ambiente, Flair, und Elemente wie Wasser und Grünanlagen eine wichtige Rolle. Der Innenstadtbereich muss auch in Zukunft differenzierter betrachtet werden und darf nicht im Konflikt mit dem Kern-Altstadtbereich stehen.

Maßnahmen:

- Zukünftige Nutzungen im Kapuziner-Areal sollten das Altstadtangebot nicht schwächen. Insbesondere innenstadtrelevante Sortimente im Einzelhandel sollten dort ausgeschlossen sein.
- Neu-Positionierung des Bereichs Stadtsee und Wegeanbindung von und zur Altstadt.

b) Fehlendes Brand/Marke Staufen Innenstadt

Die Stadtbildsatzung definiert sehr klar, was nicht zulässig ist. Aber auch mit dieser Einschränkung hat sich keine wirkliche wiedererkennbare Marke Staufen entwickelt. Die Stadtmöblierung ist nicht einheitlich, die Farbgebung variiert, Beschilderungen haben kein Corporate Design und auch in der Werbung finden sich diverse Formate, Farben und Stile. Alles in allem - eine Wiedererkennbarkeit eines Corporate Staufen ist bis dato nicht gegeben.

Maßnahmen:

- Entwicklung eines Brand Staufen und dessen Umsetzung in Stadtmöblierung, Beschilderung und Kommunikation
- Auf Basis des schon definierten und verdichteten Altstadtbereichs Umsetzung des Brand Staufen, um die Wiedererkennbarkeit der Marke „Innenstadt“ zu verbessern

c) Kaum und zu wenig nicht-kommerzielle Aufenthaltsbereiche in der Altstadt

Ohne Zweifel sind nicht-kommerzielle Aufenthaltsbereiche am Stadtsee und auch entlang des Neumagens vorhanden. Mit den Bereichen Kastaniengarten und Schlossgarten sind weitere Potenziale vorhanden. Dennoch fehlen im verdichteten Altstadtbereich Sitzbänke und kleine Ruheoasen mit nicht-kommerziellem Charakter. Dies erfordert in gewisser Weise einen Paradigmenwechsel weg von „wer Sitzen möchte, soll das

in der Gastronomie tun“. Schwierig dabei ist, dass der zur Verfügung stehende öffentliche Raum sehr begrenzt ist und sich Nutzungskonflikte abzeichnen könnten.

Maßnahmen:

- Gemeinsame Suche von Plätzen für Sitzbänke und kleine Ruheoasen in der Altstadt
- Beschaffung von Bänken auf Basis des zu entwickelnden Corporate Designs und Aufstellung. (Das kann bei Festlegung des Typs auch als PPP-Modell erfolgen)
- Dezentale Bewerbung an diesen Standorten für weitere größere nicht-kommerzielle Bereiche wie Stadtsee, Neumagenufer, Kastaniengarten, Schlossgarten, ... („nur 5 Minuten zu Fuß zum Stadtsee“)

d) Keine Beherrschung des Problems Fahrrad

Gerade in den Sommermonaten und bei Veranstaltungen wird die Stadt - insbesondere die Altstadt - von Fahrrädern überflutet. Vorhandene Fahrradabstellanlagen hinter dem Rathaus, bei der Polizei oder am Bahnhof reichen von der Kapazität her nicht aus und befinden sich zum Teil an den falschen Standorten oder haben einen anderen Zweck (Bahnhof nimmt Radpendler auf). Auch vorhandene, auf mehrere Standorte verteilten Radbügel reichen, abgesehen von dem Problem des fehlenden Corporate Designs, nicht aus. Hier sollte Staufen größer denken.

- Errichtung eines bewachten und kostenpflichtigen Radparkhauses am Rande der Altstadt und klare Kommunikation, dass Räder dort abgestellt werden sollen
- Räder im Altstadtbereich nur eingeschränkt in den Wintermonaten zulassen, da dort – wie im gesamten Altstadtbereich – immer wieder das Platzproblem vorherrscht

Diese Empfehlungen ergänzen die Leitsätze und Handlungsempfehlungen des Lenkungskreises.

6. Leitsätze für die Innenstadtentwicklung Staufen 2024 - 2035

Es wird empfohlen, die fünf Leitsätze für die Entwicklung der Innenstadt zu beschließen, die den Handlungsrahmen für die folgenden konkreten Maßnahmen vorgeben.

Diese Leitsätze werden als Innenstadtnavigator 2024 – 2035 bezeichnet. Sie sollen sich in die allgemeinen Ziele der Stadtentwicklung einfügen.

Diese Idee wurde dem erweiterten Lenkungskreis Innenstadt im Workshop Innenstadt am 11. Juli 2024 vorgestellt. Dieser empfiehlt sie ebenfalls zur Beschlussfassung.

Grundvision sollte sein: Eine vitale Innenstadt braucht Ziele!

Innenstadtentwicklungsnavigator 2035 

Interne Leitvision



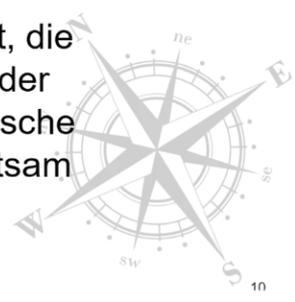
Möglicher Claim der Innenstadtentwicklung 24 - 35

Staufen 2035: Unsere nachhaltig vitale Innenstadt mit Tradition und Zukunft.

Innenstadtentwicklungsnavigator 2035 

Staufen 2035 – Unsere nachhaltig vitale Innenstadt mit Tradition und Zukunft

„Durch ein zwischen den Akteuren **klar abgegrenztes und gegenseitig wertschätzendes**, aber abgestimmtes Stadt- und Citymanagement festigen wir unsere lebendige, historische und wirtschaftlich funktionierende Innenstadt, die ganzjährig als attraktiver Besuchs- und Begegnungsort der Einwohner und Gäste dient. Unser Ziel ist es, die historische und kulturelle Identität Staufens zu bewahren und behutsam fortzuentwickeln, um so eine zukunftsorientierte und lebenswerte Stadtmitte zu sichern.“



Und darauf ausgerichtet fünf Leitsätze als Entwicklungsnavigator.

1. Schutz und Pflege des Altstadtflairs

Ziel: Bewahrung und Pflege des einzigartigen Altstadtflairs, das Staufeu auszeichnet.



2. Ausbau von nicht-kommerziellen Verweilmöglichkeiten

Ziel: Schaffung attraktiver und zugänglicher nicht-kommerzieller Verweilmöglichkeiten in der Innenstadt, die zur Steigerung der Aufenthaltsqualität und sozialen Interaktion beitragen.



3. Professionalisierung der Zusammenarbeit im (Innen)stadtmarketing

Ziel: Schaffung eines abgestimmten aber abgegrenzten und gegenseitig wertschätzenden Stadt- und Citymanagements zur Festigung der ebendigen, historischen und wirtschaftlich funktionierenden Innenstadt, die **ganzjährig** als attraktiver Besuchs- und Begegnungsort der Einwohner und Gäste dient.



4. Fortentwicklung des Innenstadtangebotes

Ziel: Kontinuierliche Weiterentwicklung des Einzelhandels-, Tourismus-, Dienstleistungs- und Serviceangebotes in der Innenstadt, um den Bedürfnissen der Zielgruppen Bewohner und Gäste gerecht zu werden und die Attraktivität der Innenstadt zu erhalten.



5. Optimierung der Erreichbarkeit des nahezu PKW-freien Altstadtbereichs

Ziel: Verbesserung der Erreichbarkeit der Innenstadt durch nachhaltige und umweltfreundliche Verkehrskonzepte im Modal-Split, die den Zugang zu einem nahezu PKW-freien Altstadtbereich unterstützen.

5

Unter diesen Leitsätzen wurden derzeit 51 konkrete Maßnahmenvorschläge erarbeitet. Diese stellen jedoch eine Momentaufnahme dar und müssen kontinuierlich weiterentwickelt und angepasst werden. Aus dieser Vision leiten sich die Mission und die Aktion ab, die im **Masterplan Innenstadt** zum Ausdruck kommen.

Link zum Masterplan Innenstadt: https://ihkso-my.sharepoint.com/:b:g/personal/thomas_kaiser_freiburg_ihk_de/EcGPU4ZuHkNE8qntvo55TwBbBjO1IBqbqSayNrl-sSD-w?e=m5jOiV

Leitsätze und Maßnahmen Staufen – Gesamtübersicht 2024 der 51 Maßnahmenvorschläge

Leitsatz	Schutz und Pflege des Altstadtflairs	Ausbau von nicht-kommerziellen Verweilmöglichkeiten	Professionalisierung der Zusammenarbeit im (Innen)stadtmarketing	Fortentwicklung des Innenstadtangebotes	Optimierung der Erreichbarkeit des nahezu PKW-freien Altstadtbereichs
Anzahl der Ideen	11	6	14	7	13
Maßnahmenvorschläge	Jährlich durchgeführte Stadtrundgänge und Budgets zur Beseitigung der negativen Feststellungen	Installation zusätzlicher Sitzbänke in der Hauptstraße	Koordinierende Stelle Wirtschaftsförderung und Stadtmarketing schaffen	Attraktivitätssteigerung des Wochenmarktes mit Gründung einer AG Wochenmarkt	Installation einer zentralen innenstadtnahen Radabstellanlage
	Erstellung einer Empfehlungsliste für die Außenmoblierung im gewerblichen Bereich	Einrichtung und Bewerbung einer „grünen“ Ruheoase am zukünftigen Schlossgarten	Modell Geld für Zeit für vereinbarte Stadtmarketingaktivitäten des Ehrenamtes einführen	Prüfung der Kur- und Erholungsortregelung zur Öffnung an bis zu 40 Sonn- und Feiertagen	Parkplatzbestand erhalten und Qualität verbessern
	Erstellung einer Empfehlungsliste für kommunale Stadtmoblierung	Einrichtung und Bewerbung einer „grünen“ Ruheoase am Kastaniengarten	Einführung von Quartalsgesprächen Stadtmarketing	Wirtschaftsförderungsaufgaben organisatorisch verankern	Durchgängige Installation von Rollatorbändern in historischen Altstadtflasterbelag
	Durchgängig einheitliches Informationssystem für Stadtrundgänge	Kostenfreie aber wertige kulturellen PopUp Veranstaltungen in der Altstadt fortentwickeln	Entwicklung eines gemeinsam getragenen Staufens Corporate Designs (Bassfaktor)	Abriß und Neubau der Toilettenanlage am Schladerer-Platz	Ausbau der dezentralen Radbügel in der Altstadt in einem Staufen CD
	Schaufenstergestaltung und Außengestaltung des gewerblichen Bereichs weiter verbessern	Spielen im Bächle ist erlaubt und gewünscht	Beauftragung eines extern moderierten Auftritts zur Gründung eines abstimmbaren Stadtmarketings im Split-Modell	Reaktivierung der Kegelbahn Ecke Frick-Straße/Hauptstraße	Erweiterung der Fußgängerzone in den Bereich Kirchplatz und Adlergasse
	Altstadtbereich „grüner“ machen	Ausbau des Neumagen-Ufers mit verbessertem Zugang am Schladerer/Bonneville Platz	Schaffung einer Online-Plattform für die Vermarktung der Altstadt- Staufen im Muster www.visit.staufen.de	Einführung des bundesweiten Modells „Nette Toilette“	Schaffung neuer Parkplätze rund um den Altstadtkern prüfen
	Priorisierung der regelmäßigen Pflege und Wartung der Stadtmoblierung und der öffentlichen Plätze		Schaffung eines Staufens Social Media Kanals für Innenstadt-Aktivitäten	Förderung der traditionellen Handwerkskunst und der Manufakturen als zu Staufen passende Leistungsfaktoren	Ergänzung und Vereinheitlichung des Fußgängerleitsystems
	Frühzeitige Gestaltungsberatung durch Gewerbeverein stärken		Koordination der Quartalsgespräche über die neue Stelle Kulturmanagement		Service-Angebote ins Fußgängerleitsystem aufnehmen
	Pandemiebedingte Sondernutzung des Außenbereichs der Gastronomie auch über 2024 hinaus fortsetzen		Stadt-Entrée Schladerer- Platz aufwerten		Barrierefreier Zugang bei Gewerbebetrieben ermöglichen - auch nicht baulicher Art
	Anpassung der Stadtbildsatzung kontinuierlich prüfen		Stadt-Entrée Hauptstraße/Frickstraße aufwerten		Teilnahme am überörtlichen Radleitsystem frelo
	Kostenfreie Sondernutzung des Außenbereichs durch das Gewerbe verlässlich festhalten		Gründung einer JUNG Abteilung im Gewerbeverein		Vorleih von Lastenrädern
		Kurftaxe oder Fremdenverkehrsabgabe zur Refinanzierung von Stadtmarketing-Aktivitäten und Strukturen prüfen		Teilnahme am ADAC gesponsorten Radreparaturstübenangebot	
		Regelmäßiger Dialog mit dem Immobilien-Eigentum anstreben			
		Bewerbung Staufens an der TMBW Kampagne Kleinstadtperlen			

Grün hinterlegt - Priorisierte Maßnahmen im Workshop 11. Juli 2024

Bei den grün hinterlegten Einzelmaßnahmen handelt es sich um Maßnahmen, die von den Teilnehmern des Innenstadt-Workshops hoch priorisiert wurden.

Im Einzelnen handelt es sich um sechs Maßnahmen mit hoher Priorität.

Hoch priorisierte Ideen aus dem Workshop – TOP 6



Priorisierte Maßnahmen	Punkte	Zuständig
Installation zusätzlicher Sitzbänke in der Hauptstraße	16	Stadtverwaltung
Koordinierende Stelle Wirtschaftsförderung und Stadtmarketing schaffen	14	Stadtverwaltung
Installation einer zentralen innenstadtnahen Radabstellanlage	11	Stadtverwaltung
Modell Geld für Zeit für vereinbarte Stadtmarketingaktivitäten des Ehrenamtes einführen	10	Stadtverwaltung
Einführung von Quartalsgesprächen Stadtmarketing	10	Stadtverwaltung
Entwicklung eines gemeinsam getragenen Staufens Corporate Designs	9	Stadtverwaltung

Idee	Bemerkung
Installation zusätzlicher Sitzbänke in der Hauptstraße	Hier sind mögliche Plätze zu suchen und dem Stadtbild angepasste Bänke zu beschaffen. Nach Möglichkeit sollte hier Einheitlichkeit im Design erreicht werden und auch alte Bänke ersetzt werden.
Koordinierende Stelle Wirtschaftsförderung und Stadtmarketing schaffen	Auch wenn ein Split-Modell im Stadtmarketing empfohlen wird, sollte eine Koordination der verschiedenen Aufgaben zwischen allen Akteuren durch die Stadtverwaltung angestrebt werden. Diese lädt auch zu den Quartalsgesprächen ein. Zusatzaufgabe wäre eine in Grundzügen auszubauende Wirtschaftsförderung.
Installation einer zentralen innenstadtnahen Radabstellanlage	Einzelne dezentrale Radbügel ergänzen hier die zentrale Radabstellanlage, die zentrumsnah und am besten bewacht installiert wird. Ein möglicher Standort für eine solche Anlage ist zu prüfen. Mögliche Förderungen sind zu prüfen. Hier sollte Staufen mit der Flut an Fahrrädern größer denken (Radparkhaus – Utrecht auf Staufen angepasst)
Modell Geld für Zeit für vereinbarte Stadtmarketingaktivitäten des Ehrenamtes einführen	Stadtmarketing ist originäre Aufgabe der Stadtverwaltung. Gerade in kleineren Städten werden einige Stadtmarketingangebote auch vom Ehrenamt getragen. Die Stadtverwaltung sollte hier ein Modell prüfen, das die vereinbarte Zielerreichung honoriert und zeitliches Invest angemessen anerkennt. Stadtmarketing ist mehr als die klassische Vereinsförderung, denn es übernimmt originäre städtische Aufgaben.
Einführung von Quartalsgesprächen Stadtmarketing	Durch quartalsweise stattfindende Gespräche werden die Maßnahmen deutlich besser koordiniert und verstetigt. Ein gemeinsamer Stadtmarketingplan mit längerfristigen, aber auch jährlichen Zielen sollte das Ergebnis der Gespräche sein. Der Einbezug des neuen Kulturmanagements ist hier eine Chance. Eine zentrale Koordination über die Stelle des Kulturmanagements bei der Stadt kann aus Kapazitätsgründen scheitern, daher zusätzliche koordinierende Stelle Stadtmarketing und WIFÖ (siehe oben).
Entwicklung eines gemeinsam getragenen Staufen Corporate Designs (Basisfaktor)	Eine Markenidentität Staufen ist bereits vorhanden und unumstritten. Logo, Slogan und Erscheinungsbild sind aber derzeit zu unterschiedlich und müssen überarbeitet werden. Ein Relaunch wird in der Kommunikation gegenüber Gast und Bewohner eingesetzt, um die Wiedererkennbarkeit „das ist Staufen“ zu fördern. Das beginnt bei Stadtmöblierung und Plakaten, geht über das Leitsystem bis hin zu den Onlineauftritten.

Aus Sicht des Innenstadtberaters ist Staufen nicht zu klein für eine **ergänzende Stelle Stadtmarketingkoordination und Wirtschaftsförderung**. Die Stadtverwaltung übernimmt somit originäre städtische Aufgaben, die das Ehrenamt nicht leisten kann und soll. Dies auch unter Berücksichtigung der tagestouristischen Bedeutung, des Koordinierungsaufwandes zwischen den verschiedenen Akteuren des Stadtmarketings und des Tourismus und der bevorstehenden Zunahme des proaktiven Kümmerns um die gewerblichen Betriebe und die Immobilieneigentümern.

Die weiteren Maßnahmen dürfen aber damit nicht in Vergessenheit geraten. Besonders wichtig ist dabei die Fortsetzung der erweiterten gastronomischen Nutzung des Außenbereichs, die pandemiebedingt zunächst bis Ende 2024 gewährt wurde, über 2025 hinaus.

Link zu allen Maßnahmen und den Workshopergebnissen: https://ihkso-my.sharepoint.com/:b:/g/personal/thomas_kaiser_freiburg_ihk_de/EVdK-2W33I1BndDFI3F1_UABLYxgDjM6f5zQ0I-YZ7L6wA?e=phxcqY

Basis zur Umsetzung der Einzelmaßnahmen sind aus Sicht des Innenstadtberaters zwei Dinge:

- A. **Positive Beschlussfassung des Gemeinderates** über die Leitsätze der Innenstadtentwicklung 2024 bis 2035
- B. **Fortführung des Lenkungskreises Innenstadt** als beratendes Gremium und Unterstützung der Wirtschaftsförderung sowie „Frühwarnsystem“

Die weiteren Maßnahmen werden durch den Lenkungskreis aufgegleist, sobald eine positive Beschlusslage vorliegt. Für diese Maßnahmen ist im fortgesetzten Lenkungskreis jeweils ein noch zu erarbeitender **Maßnahmenfahrplan** zu erstellen, aus dem hervorgeht, welche Projektschritte bis wann, von wem und mit welchen (auch finanziellen) Ressourcen durchgeführt werden müssen.

Die weiteren Maßnahmen sind sukzessive zu bearbeiten.

Eine erste Evaluierung der angedachten Maßnahmen durch den Innenstadtberater wird für Ende 2025 vorgeschlagen.

Weitere ergänzende Maßnahmen können den Masterplan in Zukunft ergänzen:

a) **Smart-City-Technologien**

Die Integration von Smart-City-Technologien kann zur Verbesserung der Effizienz und Attraktivität der Innenstadt beitragen. Dies könnte die Implementierung von öffentlichem WLAN und digitalen Informationsplattformen umfassen, die es Besuchern erleichtern, sich zu orientieren und Angebote in der Innenstadt zu nutzen.

Maßnahmen:

- Einrichtung von interaktiven Informationspunkten in der Innenstadt, die in Echtzeit Informationen über Parkplätze, Veranstaltungen und Angebote bereitstellen.
- Einführung eines digitalen Marktplatzes für lokale Händler, um den Einzelhandel auch online zu stärken und den Bürgern und Gästen ein bequemes Einkaufserlebnis oder Buchungsoptionen zu bieten.

b) Ausweitung der Förderung des lokalen Handwerks

Die Stärkung des lokalen Handwerks oder der Manufakturen könnte ein weiterer wichtiger Schritt sein, um die Identität der Innenstadt in Quartieren zu festigen und sie für Besucher attraktiver zu machen.

Maßnahmen:

- Reaktivierung von Handwerker- und Künstlerateliers, um das kulturelle Leben der Stadt und gleichzeitig der Randlagen zu beleben.
- Schaffung einer unterstützenden Organisationsstruktur, die das dortige ehrenamtliche Engagement fördert

Diese Ergänzungen zeigen, dass Innenstadtentwicklung nie aufhört, und geben dem Masterplan eine zukunftsorientierte Ausrichtung und gleichzeitig konkrete Handlungsvorschläge.

7. Ad-hoc-Maßnahmen aus dem Masterplan und den IHK-Angeboten – Quick Wins

Bei der Begleitung durch den Innenstadtberater war es wichtig, auch Ad-hoc-Maßnahmen anzubieten und umzusetzen. Insbesondere bei der Zielgruppe der Leistungsträger Handel, Gastro, Dienstleistung konnten so kurzfristig spürbare Erfolge erzielt werden.

Folgende Maßnahmen wurden daher bereits umgesetzt:

- **Schaufenster-Beratung mit Andrea Wenz**
- **Impulsvorträge „Digitale Sichtbarkeit“ online durch die IHK**
- **Online-Instagram-Schulungen durch die IHK**
- **Durchführung individueller Digitalisierungs-Checks durch die IHK**
- **Durchführung der Passantenbefragung**

8. Vertiefende Dokumentation:

Ergänzend zur zusammenfassenden Darstellung sind vertiefende Berichte und Ergebnisse verlinkt. Diese sind chronologisch sortiert und erlauben einen Überblick über den gesamten Zeitraum der Begleitung durch die IHK.

Dokumentation chronologisch	
Januar bis Juli 2024	Bildergalerie Innenstadt Staufen auf Google Fotos https://photos.app.goo.gl/YFFiDWiCXoQ8CHE37
Februar 2024	Abgrenzung Innenstadt Staufen auf Google Maps eingetragen https://www.google.com/maps/d/edit?mid=1sl5sq-oJIPBaUDH673RD292Aue5T9sc&usp=sharing
März 2024	Ergebnisse Stadtspaziergang https://ihkso-my.sharepoint.com/:b:/g/personal/thomas_kaiser_freiburg_ihk_de/ESmbMZKBLaZLhxc5OHOlw0BfKZBgyGbDX85GkRNJ_9_TQ?e=3rjwDW
April 2024	Ergebnisse aus der Passantenbefragung April 2024 https://ihkso-my.sharepoint.com/:b:/g/personal/thomas_kaiser_freiburg_ihk_de/EfyOmflc9E9PvthCNTSsD5kBjzVeCLxwDeu870MsAqz1pg?e=UHP3YZ
Mai 2024	Zustandsbericht Innenstadt mit SWOT https://ihkso-my.sharepoint.com/:b:/g/personal/thomas_kaiser_freiburg_ihk_de/EZIGh54UwdZlqgTh-h7EHTkB8li4jld21KdcML7THGiBTQ?e=Ode0CW
Juni 2024	Ergebnisse Innenstadt-Workshop mit Priorisierung der Maßnahmen https://ihkso-my.sharepoint.com/:b:/g/personal/thomas_kaiser_freiburg_ihk_de/EVdK-2W33l1BndDFI3F1_UABLYxgDjM6f5zQ0l-YZ7L6wA?e=phxcqY
Juli 2024	Übersicht Masterplan Innenstadt 2025 – 2035 https://ihkso-my.sharepoint.com/:b:/g/personal/thomas_kaiser_freiburg_ihk_de/EcGPU4ZuHkNEn8qntvo55TwBbBjO1lBqbgSayNrl-sSD-w?e=m5jOiV

Der Innenstadtberater



Projektleiter bei der IHK Südlicher Oberrhein,
Thomas Kaiser, Tel 07821/2703-640, thomas.kaiser@freiburg.ihk.de

Gefördert durch:



Ministerium für Wirtschaft, Arbeit und
Tourismus Baden-Württemberg