

# Stadt Wittmund: Perspektive Innenstadt

## Bürgerversammlung



# Bürgersammlung


## Vorgesehener Ablauf

- **Begrüßung, Einführung**
- **Bisher erarbeitete Ergebnisse des Vorhabens  
Aussprache und Diskussion dazu**
- **Weiteres Vorgehen: Wie können Sie sich einbringen?  
Vorstellung des geplanten Verfügungsfonds  
Fragen dazu und Aussprache**

Gefördert durch:



Bundesministerium  
für Wohnen, Stadtentwicklung  
und Bauwesen

Zukunftsfähige  
Innenstädte und Zentren 

aufgrund eines Beschlusses  
des Deutschen Bundestages

# Einführung

## Grundlegende erste Informationen: Das Umfeld

- **Innenstädte verändern sich überall in Deutschland**
- **Veränderte Einkaufsgewohnheiten und viele andere Einflüsse sind dafür verantwortlich**
- **Auch die Innenstadt von Wittmund ist davon betroffen**



## Kennziffern, Trends und Erwartungen

**Risiko Rezession:** Es drohen 20% dauerhafter Besuchsverlust

**Die richtige Mischung:** Was Menschen künftig in die Innenstädte lockt

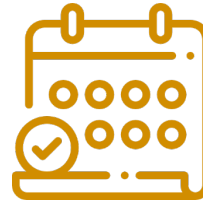
**Smart und partizipativ:** Werkzeuge zur effektiven Förderung



# Deutschlandstudie Innenstadt 2022 - Methodik



Repräsentative Stichprobe:  
**ca. 2.400 Befragte**  
**bundesweit**



Befragungszeitraum:  
**Mai bis Juni 2022**



**29 Fragen** zu Demografie, Kaufverhalten, Perspektiven  
& Verhaltensänderungen + Konkretisierungen

# Die Innenstadt als Third Place



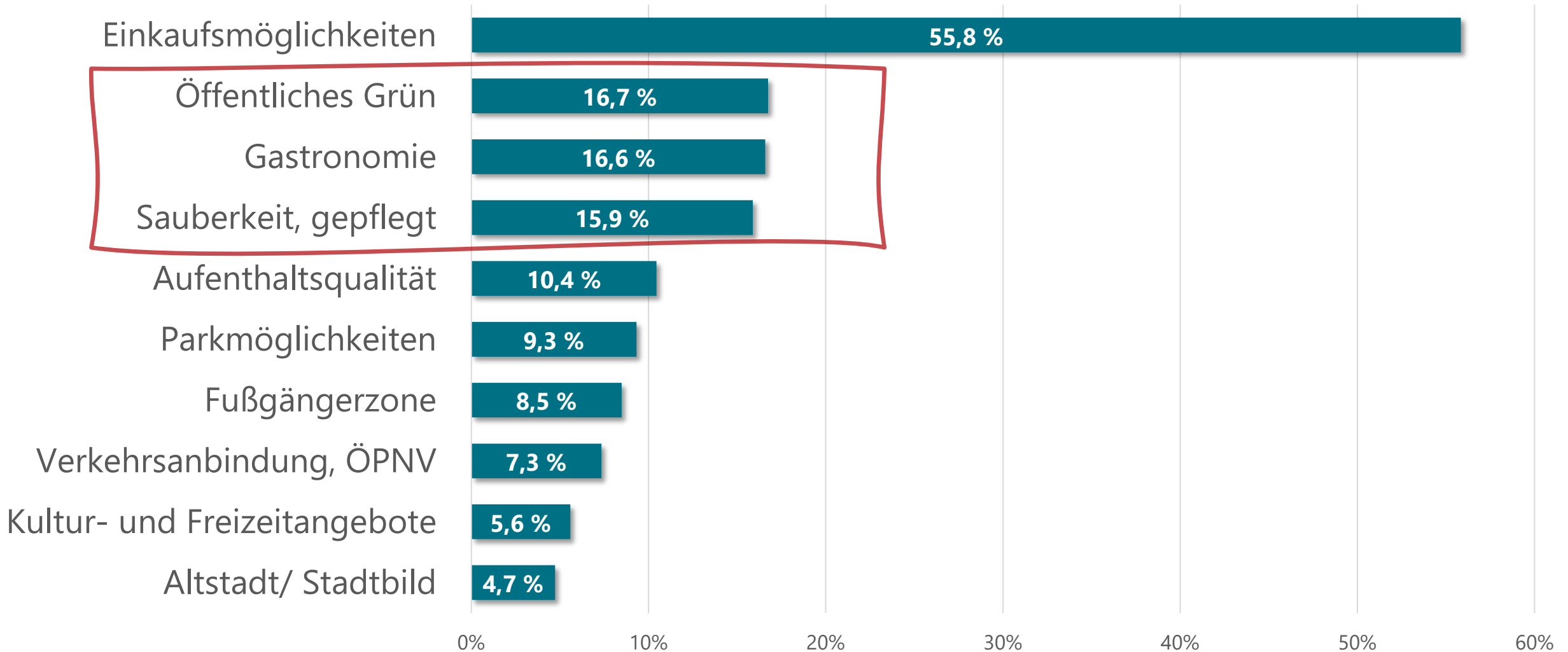
**cima.**



**WELCHE ANGEBOTE  
ERWARTEN DIE  
MENSCHEN IN DER  
INNENSTADT?**

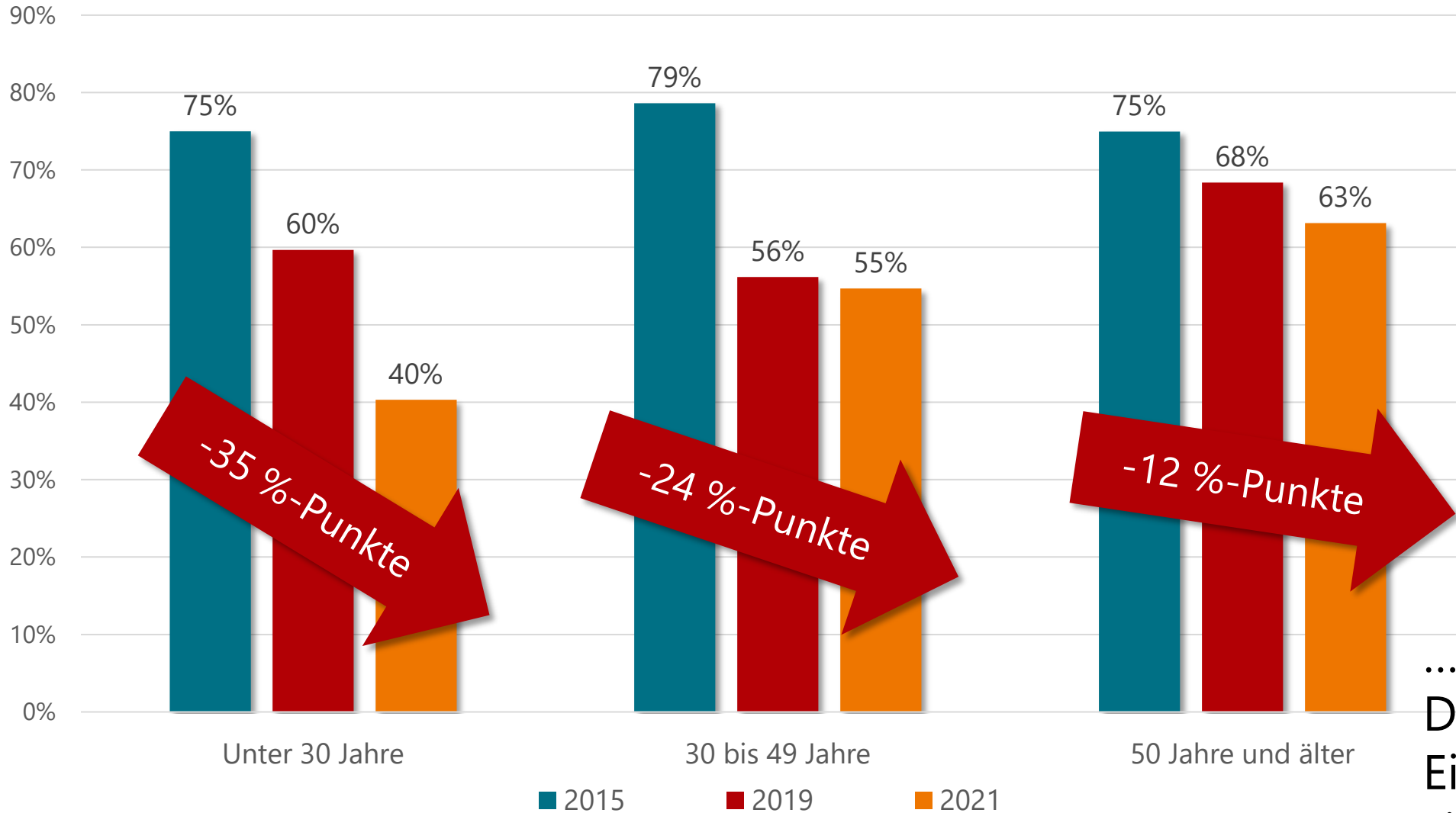
# Fokus Innenstadt - Einkaufsstadt

„Was zeichnet eine attraktive Innenstadt aus?“ (Nov. 2021)



# Fokus Innenstadt - Einkaufsstadt

Einkaufsmöglichkeiten

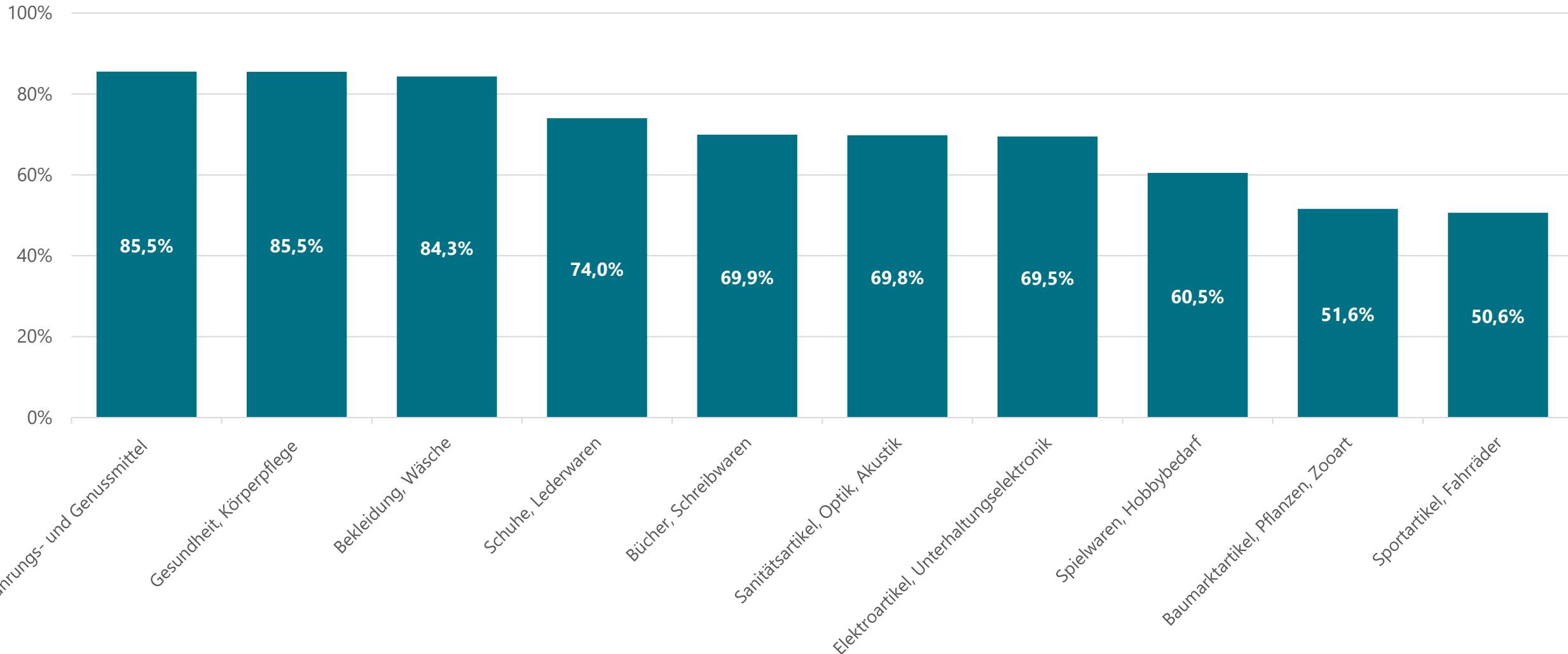


...aber:  
Die Bedeutung der Einkaufsmöglichkeiten sinkt!



# Fokus Warengruppen im Einzelhandel

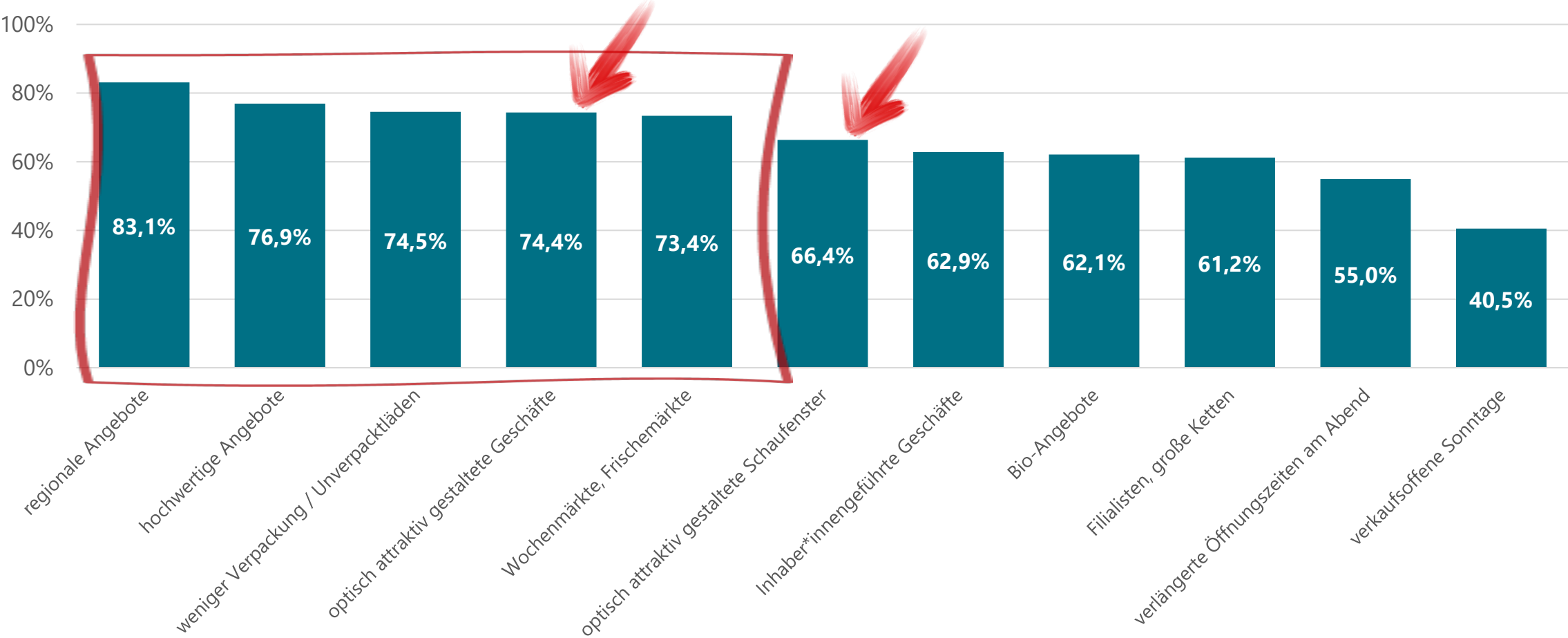
## Welche Warengruppen muss Ihnen Ihre Innenstadt konkret bieten?



Bewertungsskala der einzelnen Antwortmöglichkeiten: sehr wichtig/wichtig/weniger wichtig/unwichtig; angezeigt Summe wichtig – sehr wichtig

# Fokus Angebote im Einzelhandel

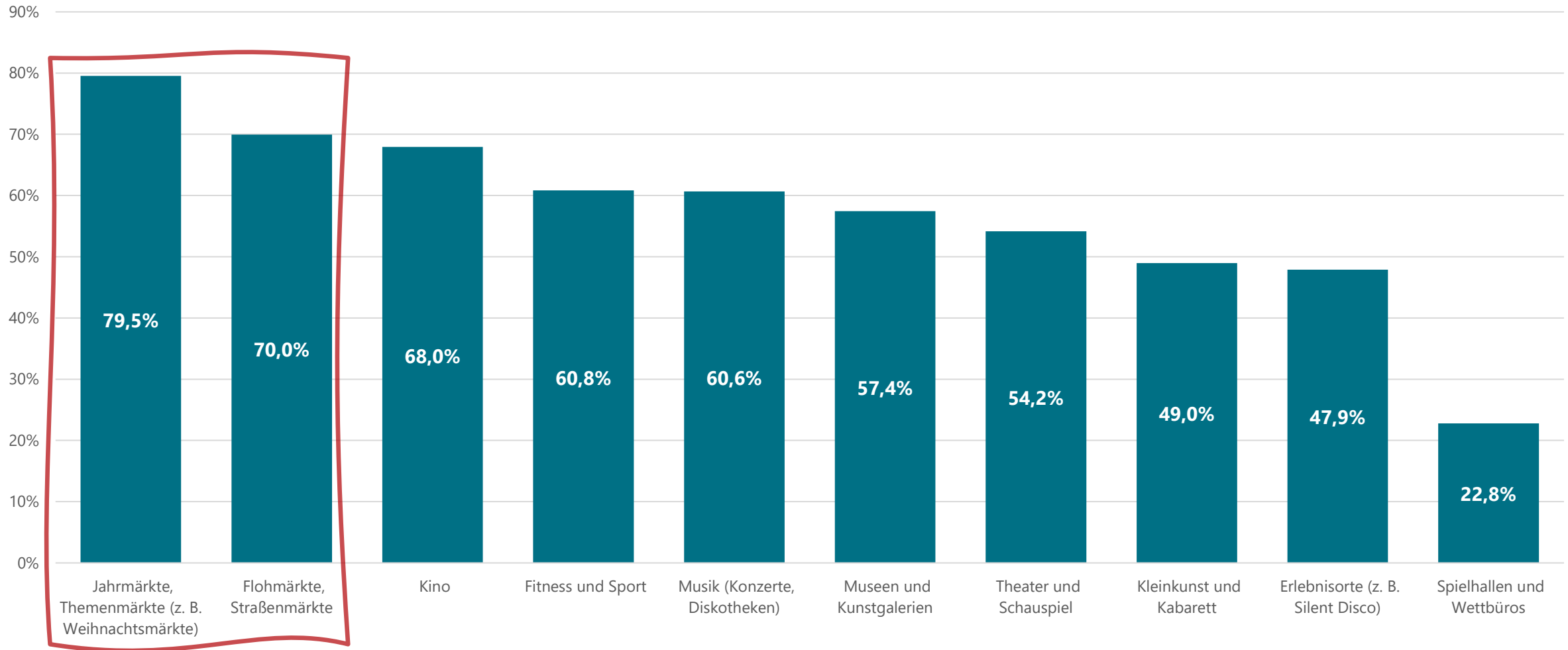
Welche Angebote im Einzelhandel muss Ihre Innenstadt konkret bieten?



Bewertungsskala der einzelnen Antwortmöglichkeiten: sehr wichtig/wichtig/weniger wichtig/unwichtig

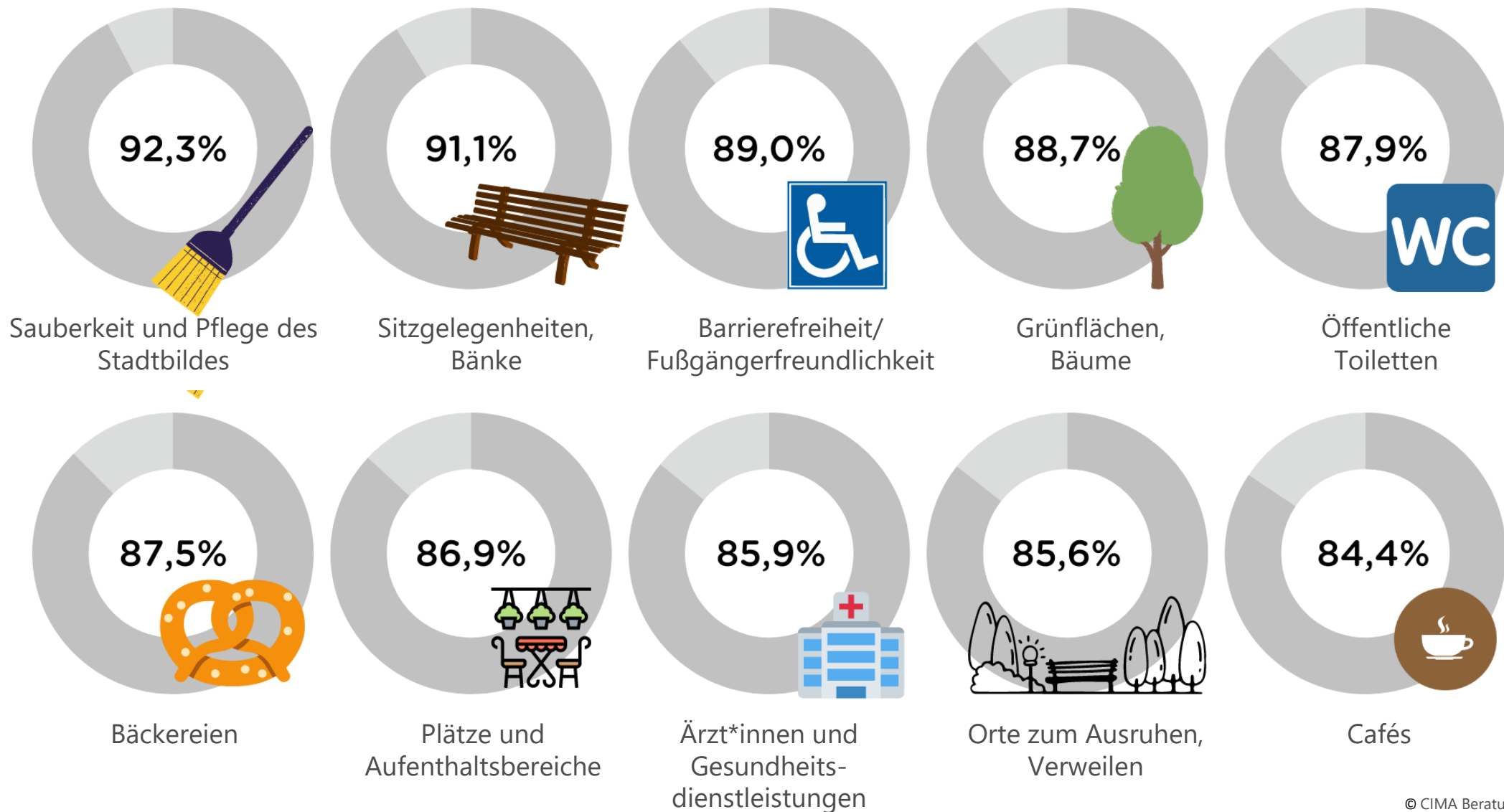
# Fokus Unterhaltung und Freizeit

Welche Unterhaltungs- und Freizeitangebote müssen Ihnen Ihre Innenstadt konkret bieten?

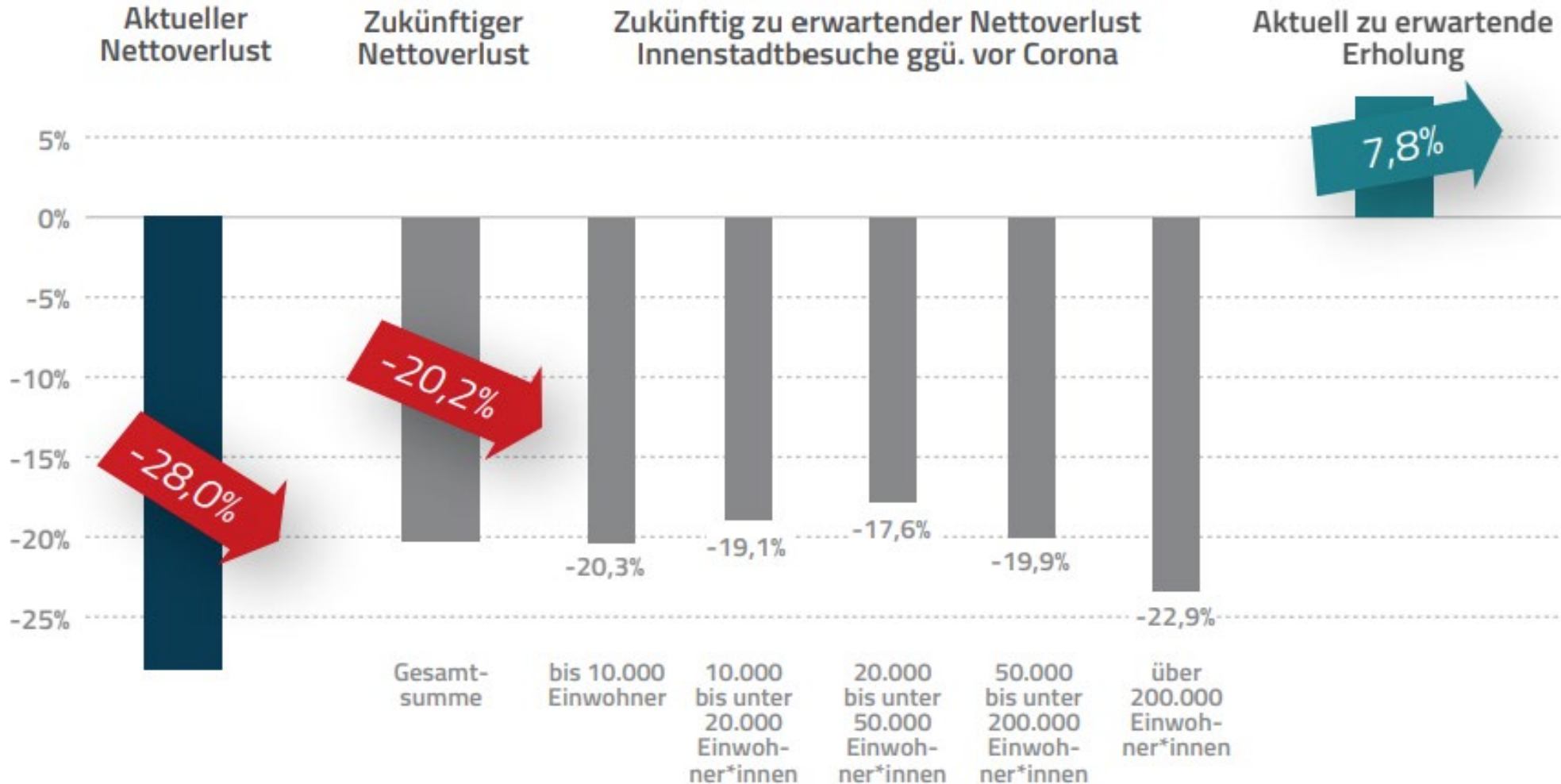


# Innenstadtkriterien – TOP 10 aller Bereiche

## Was müssen Ihnen attraktive Innenstädte konkret bieten?



# Nettoverluste und zu erwartende Erholung der Besuchszahlen



# Innenstadt & Corona – (k)ein Zurück in die City

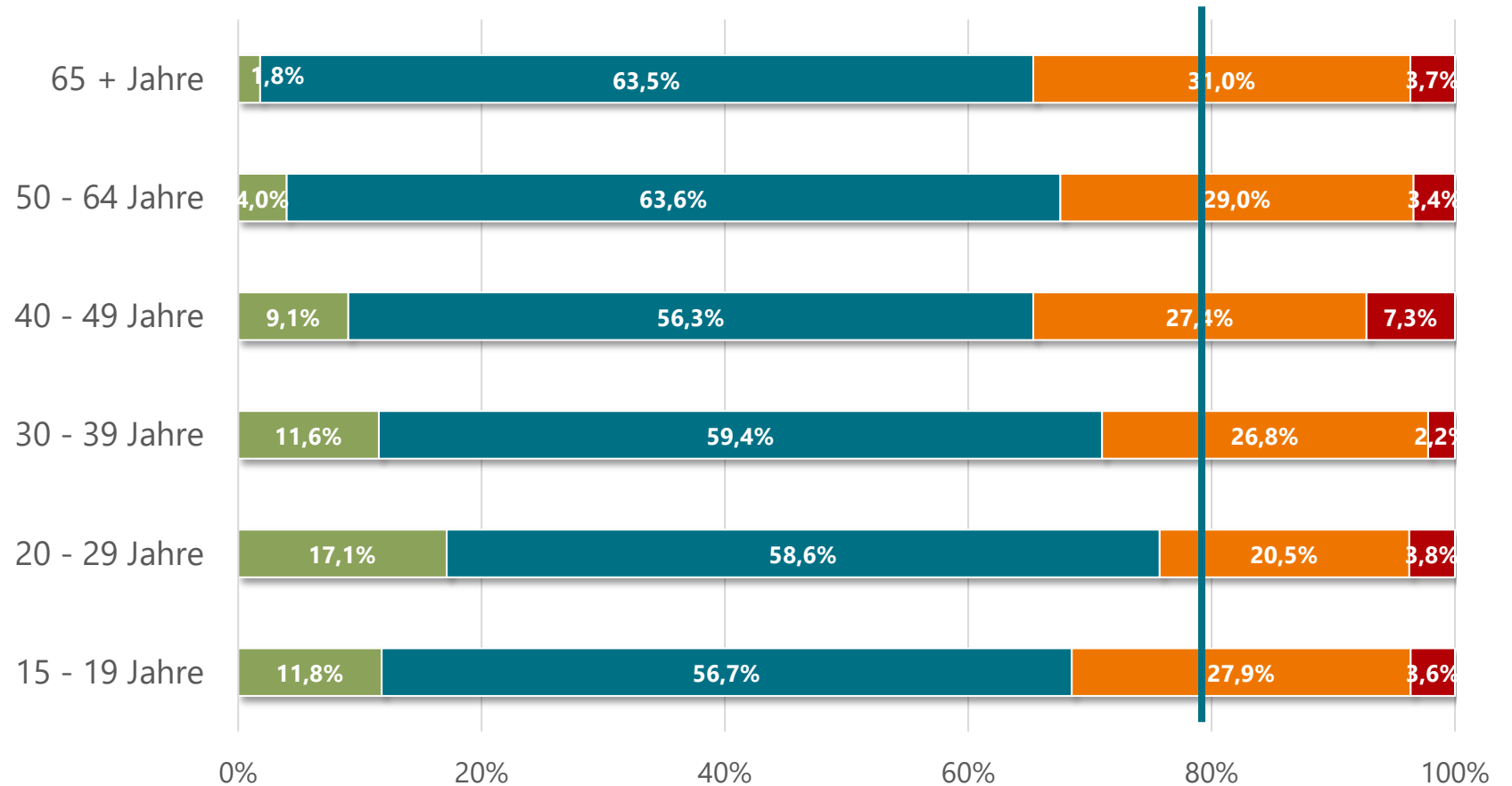
Anzeichen der Post-Corona-Innenstadt (Juni 2022)

CIMA.



» Zukünftig besuche ich Innenstädte...

■ ... häufiger %   ■ ... genauso oft %   ■ ... seltener als vor der Pandemie %   ■ ... gar nicht mehr %



» **Junge Menschen sind innenstadt-affin. Sie wollen Innenstädte bewusst unterstützen.**

» **Seit November 2021 ist die Rückkehrabsicht insgesamt deutlich um ca. 2 Drittel gesunken!!**



# Loyalität – Back to the City

**cima.**



Eine **Identifikation** mit  
der **Innenstadt** braucht  
**vielfältige Angebote** für  
**Erlebnisse** und  
**Begegnungen.**

**JUNGE MENSCHEN  
SIND INNENSTADTAFFIN,**  
brauchen aber Anlässe,  
Freizeit, Kultur und  
Aufenthaltsqualität!





**Es drohen  
20% Netto-  
Besucherverlust**

**Wir müssen jetzt  
handeln!!**

# Innenstadt von Wittmund

Ergebnisse unserer Analysen

**Wie steht es vor diesem Hintergrund  
mit der Innenstadt von Wittmund?**

# Innenstadt von Wittmund

## Ergebnisse unserer Analysen

- **Online Befragung von Bewohnern der Stadt Wittmund**
- **Online-Befragung von Besuchern der Stadt Wittmund (Touristinnen und Touristen)**
- **Mehr als 200 persönliche Gespräche**
- **City Quality Check der cima**

# Innenstadt von Wittmund

Ergebnisse unserer Analysen

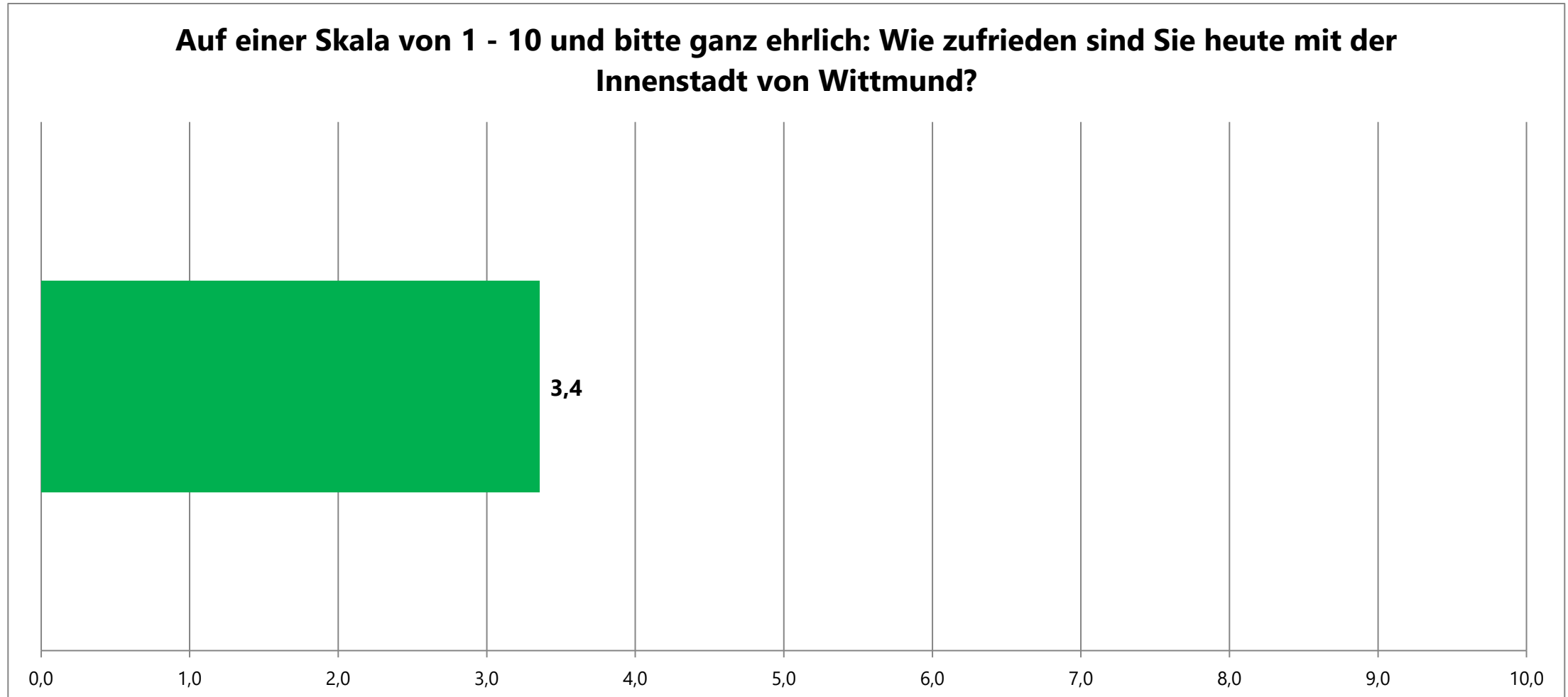


## 1. Online Befragung von Bewohnern der Stadt Wittmund

**739 Personen haben sich an dieser Befragung beteiligt**

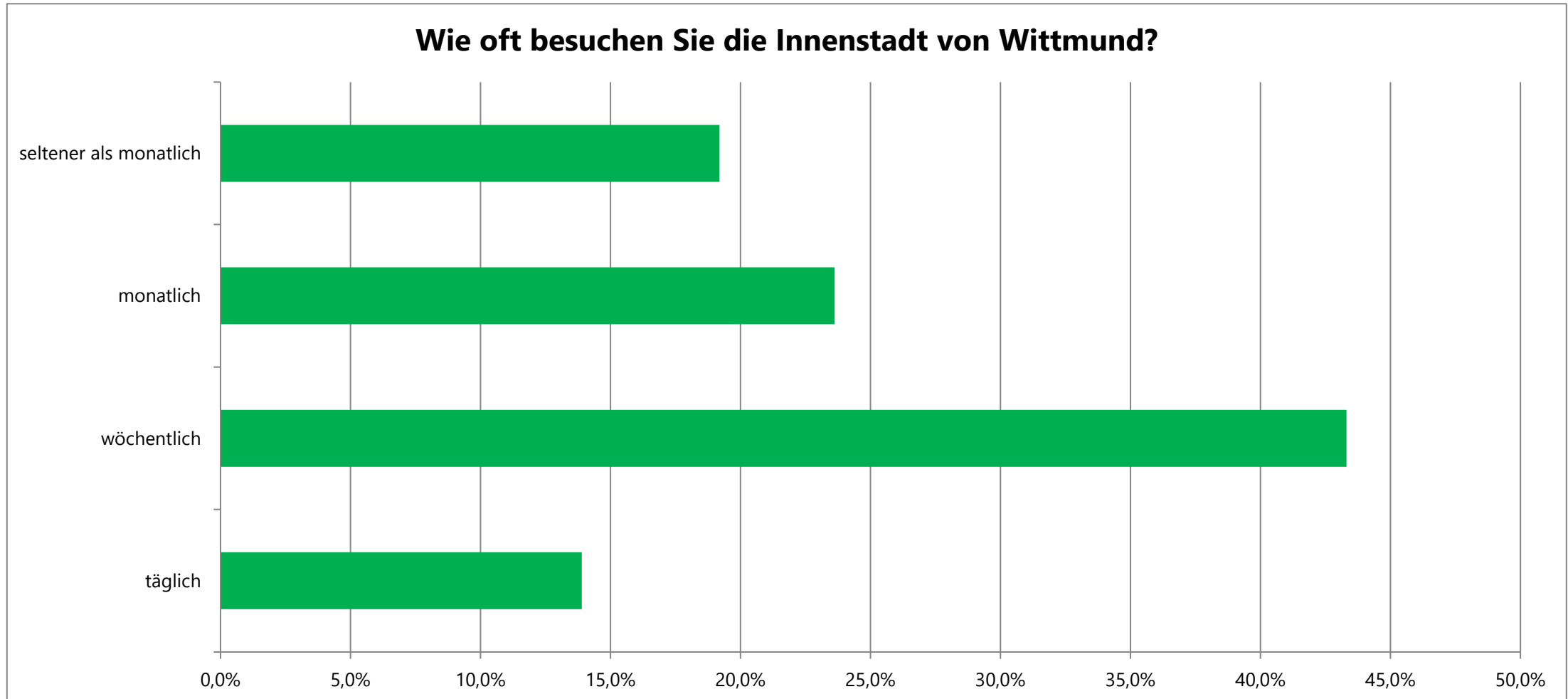
# Innenstadt von Wittmund

## Ergebnisse der Befragung der Einwohner



# Innenstadt von Wittmund

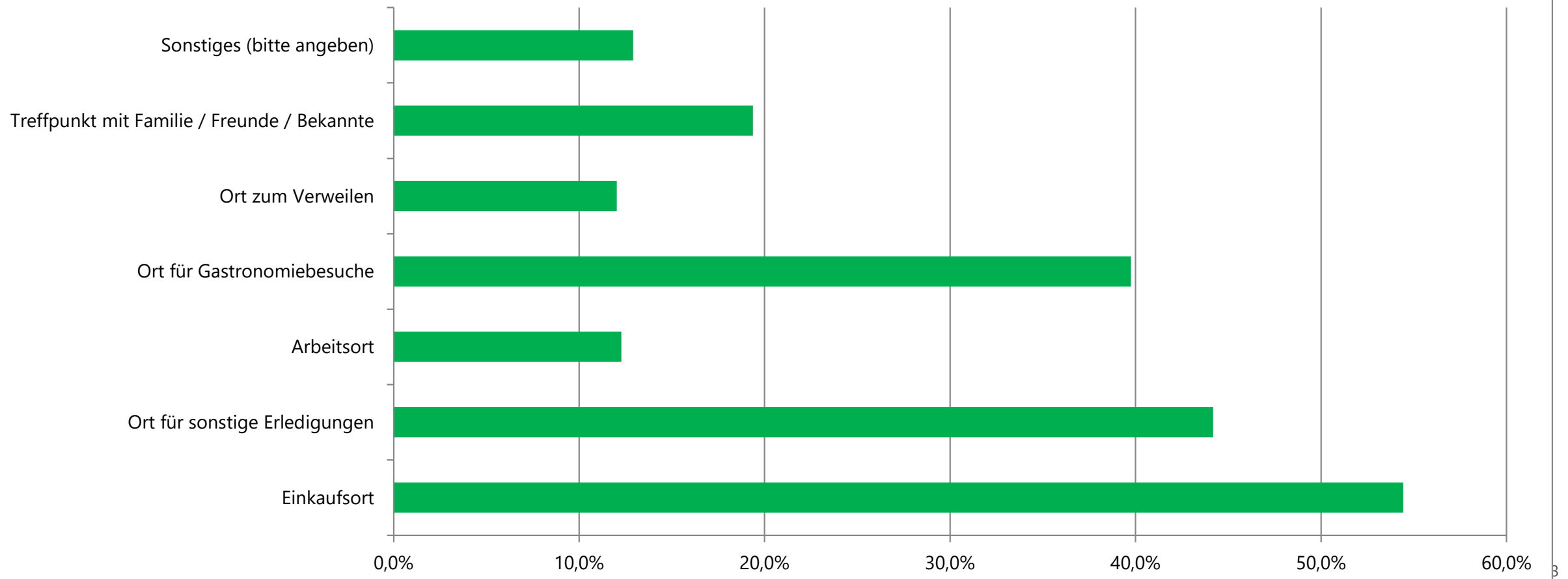
## Ergebnisse der Befragung der Einwohner



# Innenstadt von Wittmund

## Ergebnisse der Befragung der Einwohner

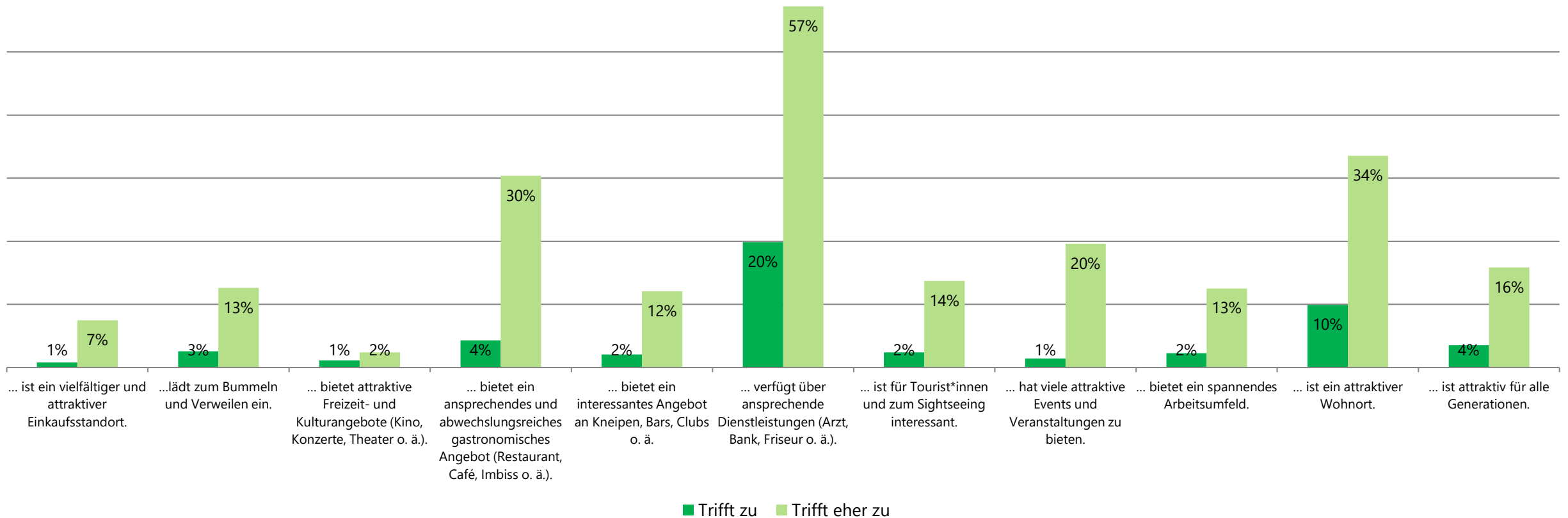
Die Innenstadt von Wittmund ist für mich vorrangig... (Bitte wählen Sie maximal 3 Optionen aus)



# Innenstadt von Wittmund

## Ergebnisse der Befragung der Einwohner

Wie bewerten Sie die aktuelle Situation in der Innenstadt anhand nachfolgender Beschreibungen? Die Wittmunder Innenstadt...

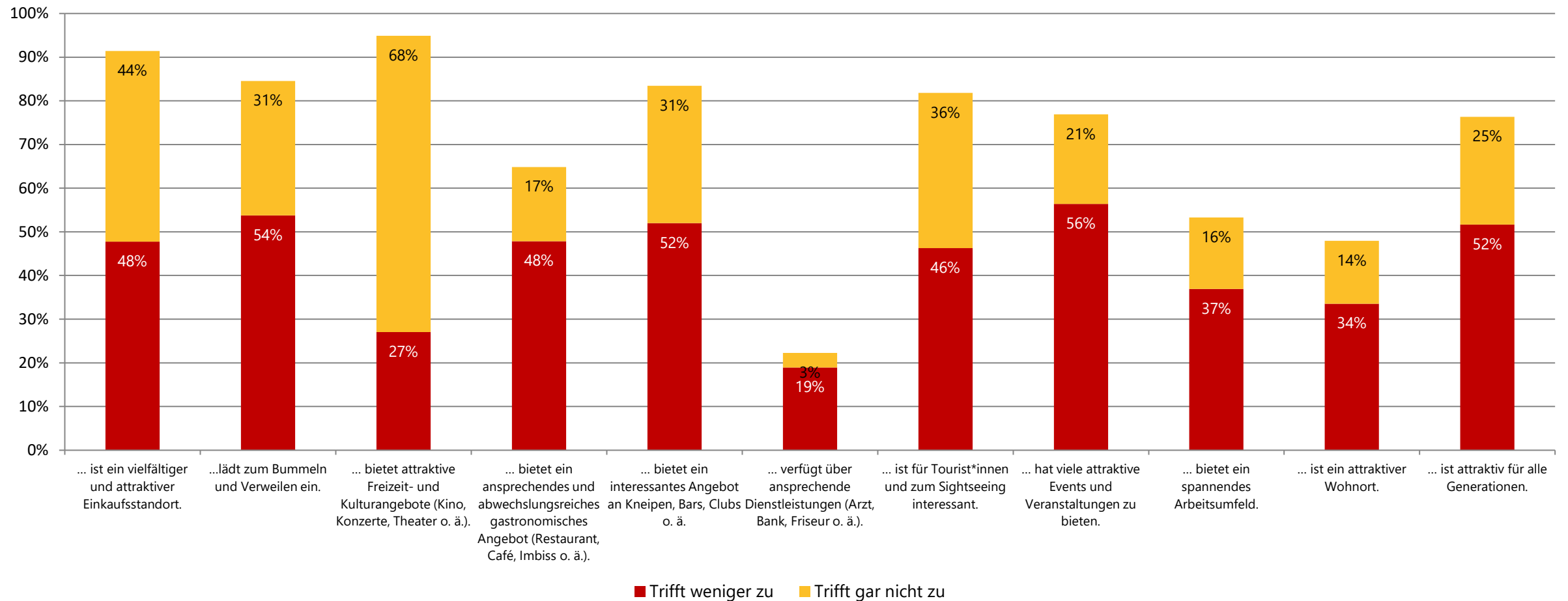




# Innenstadt von Wittmund

## Ergebnisse der Befragung der Einwohner

Wie bewerten Sie die aktuelle Situation in der Innenstadt anhand nachfolgender Beschreibungen? Die Wittmunder Innenstadt...



# Online-Befragung der Einwohner

## Was gefällt Ihnen an der Innenstadt besonders gut? (81 Antworten)

- Klein, überschaubar, ruhig, freundliche Menschen
- Bestimmte Geschäfte, Wochenmarkt
- Pudding (man kann im Kreis gehen), alles ist zu Fuß gut erreichbar
- Kirche
- Keine Autos, Parkmöglichkeiten
- Strandkörbe, Möglichkeit zum Boule-Spielen
- Es werden endlich Dinge erneuert

# Online-Befragung der Einwohner

**Was gefällt Ihnen an der Innenstadt besonders gut?**

**Selbst bei dieser Frage finden sich viele Antworten wie diese:**

- Nichts
- Keine Ahnung
- Momentan eher nicht so viel
- Lediglich das man am Donnerstag vielleicht Bekannte auf den Wochenmarkt trifft
- Eigentlich nichts, zu wenig Geschäfte, wo man mal shoppen kann
- Das einzige, was einen in die Innenstadt zieht, ist leider nur der Bürgermarkt
- Eher wenig

# Online-Befragung der Einwohner

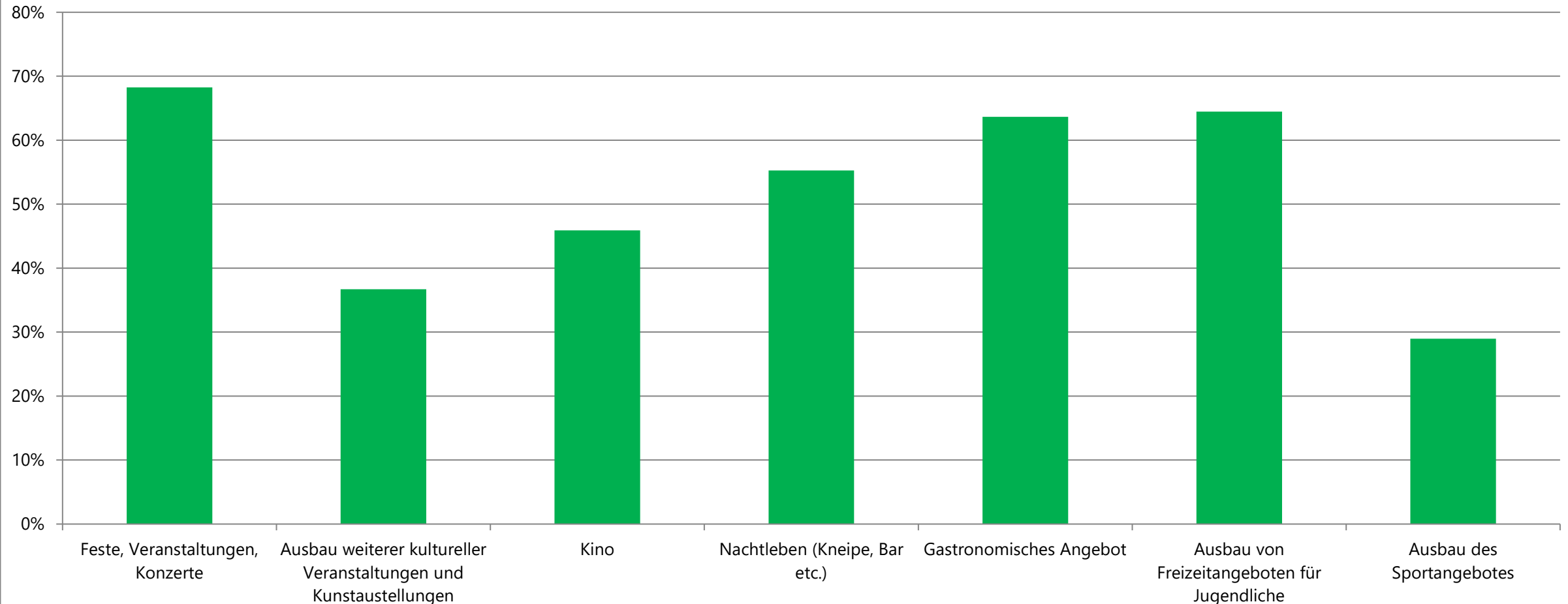
**Was wünschen Sie sich für die Innenstadt von Wittmund?  
(116 Antworten)**

- Mehr Lebendigkeit
- Mehr Geschäfte, vielseitigere Gastronomie
- Weniger Leerstand
- Mehr ansprechendes, mehr Wohlfühlen
- Mehr Sauberkeit

# Innenstadt von Wittmund

## Ergebnisse der Befragung der Einwohner

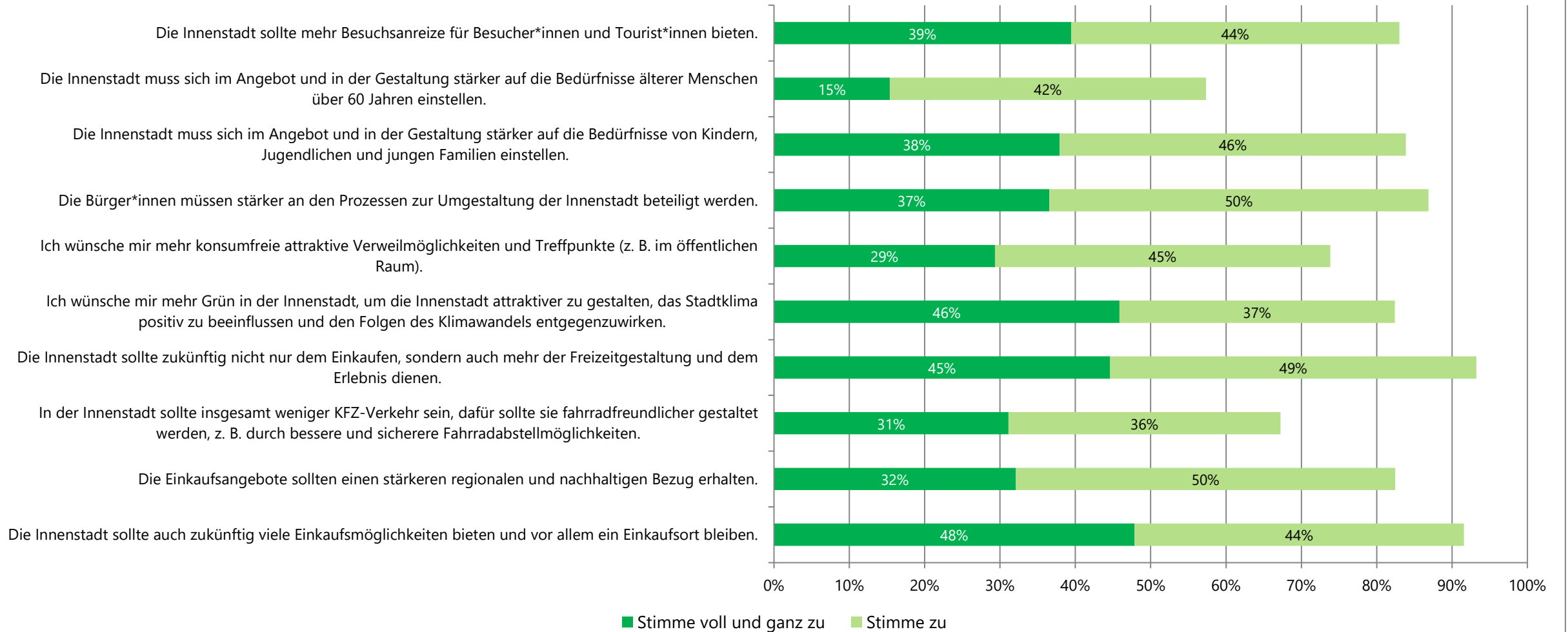
Welche zusätzlichen Angebote könnten aus Ihrer Sicht für die Innenstadt von Wittmund im Bereich Freizeit / Kultur / Tourismus für eine nachhaltige Belebung sorgen?



# Innenstadt von Wittmund

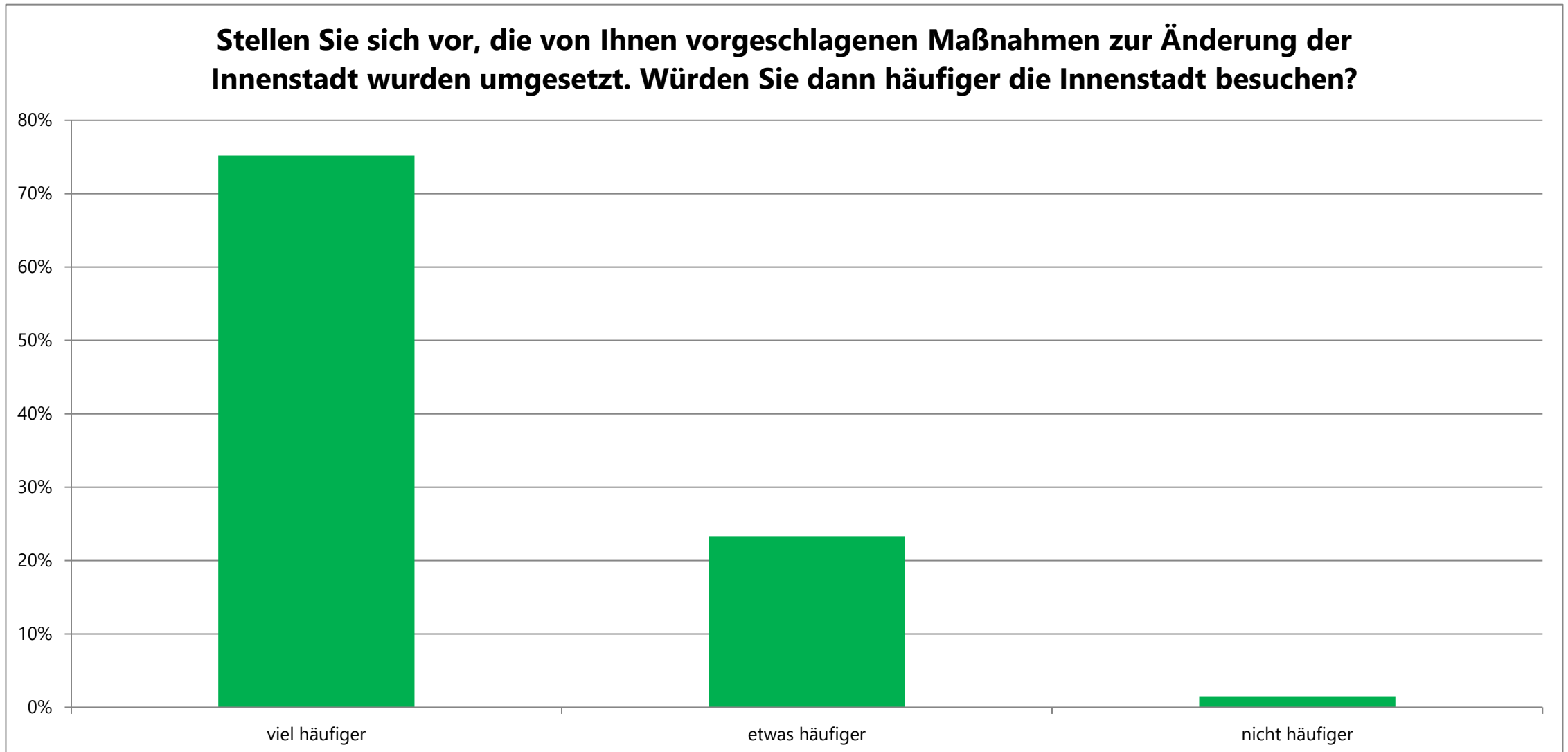
## Ergebnisse der Befragung der Einwohner

### Welchem Zukunftsbild bzw. welchen Lösungsideen bzgl. der Innenstadt stimmen Sie zu?



# Innenstadt von Wittmund

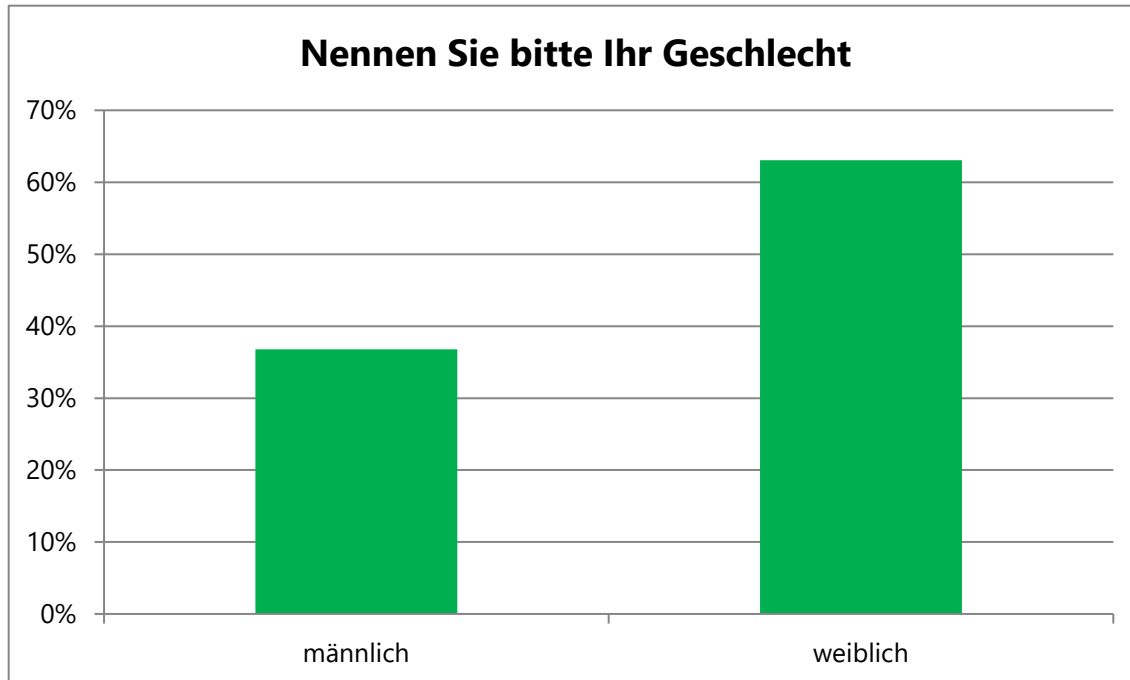
## Ergebnisse der Befragung der Einwohner



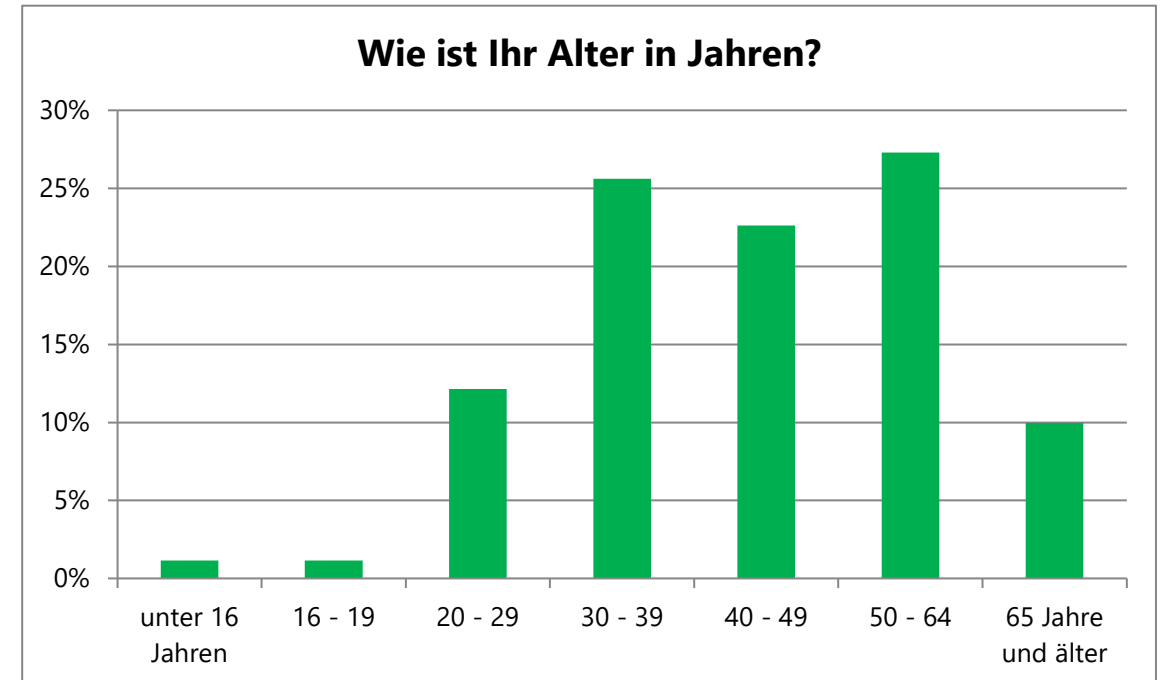
# Innenstadt von Wittmund

## Ergebnisse der Befragung der Einwohner

**Nennen Sie bitte Ihr Geschlecht**



**Wie ist Ihr Alter in Jahren?**





# Innenstadt von Wittmund

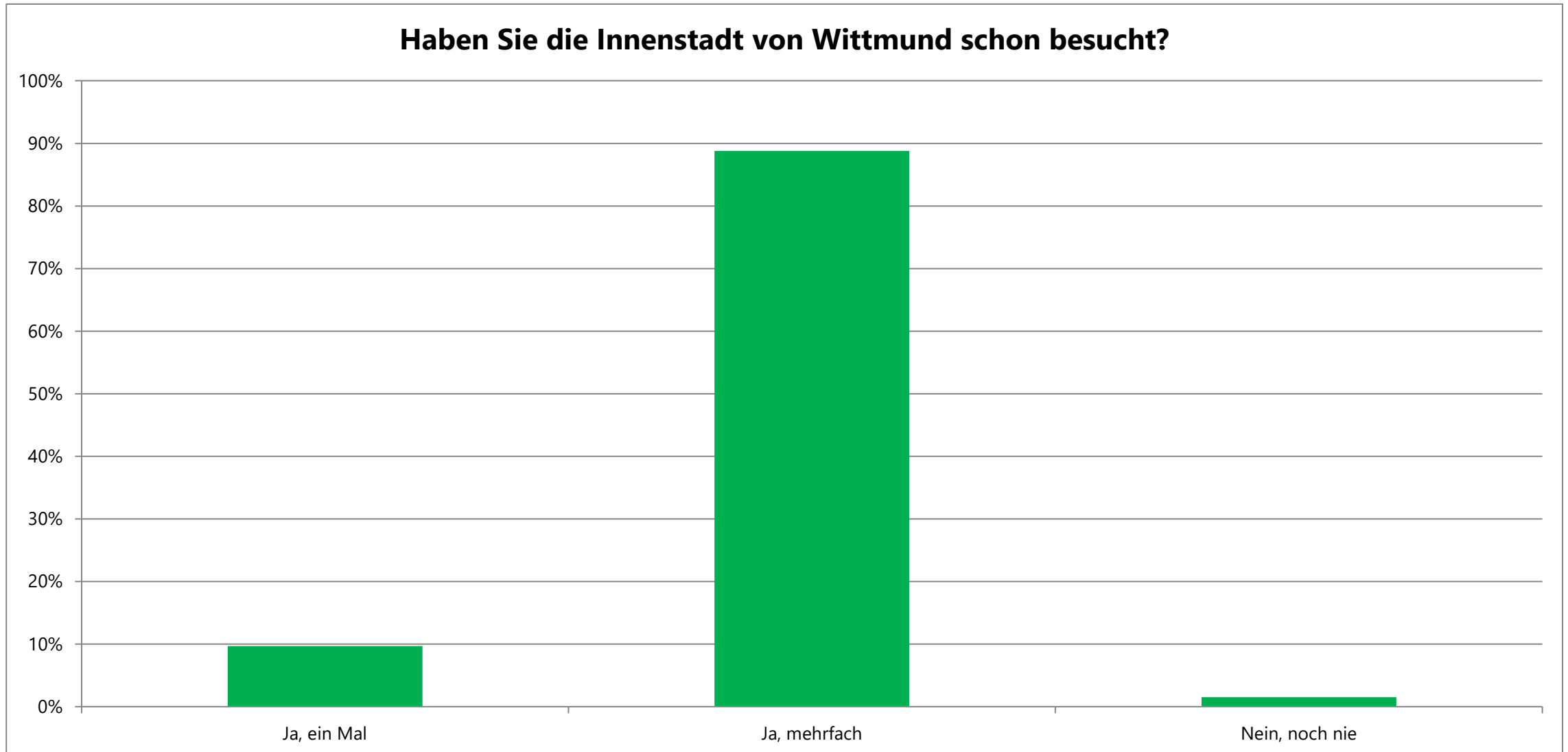
Ergebnisse unserer Analysen

## 2. Online Befragung von Besuchern der Stadt Wittmund

**723 Personen haben sich an dieser Befragung beteiligt**

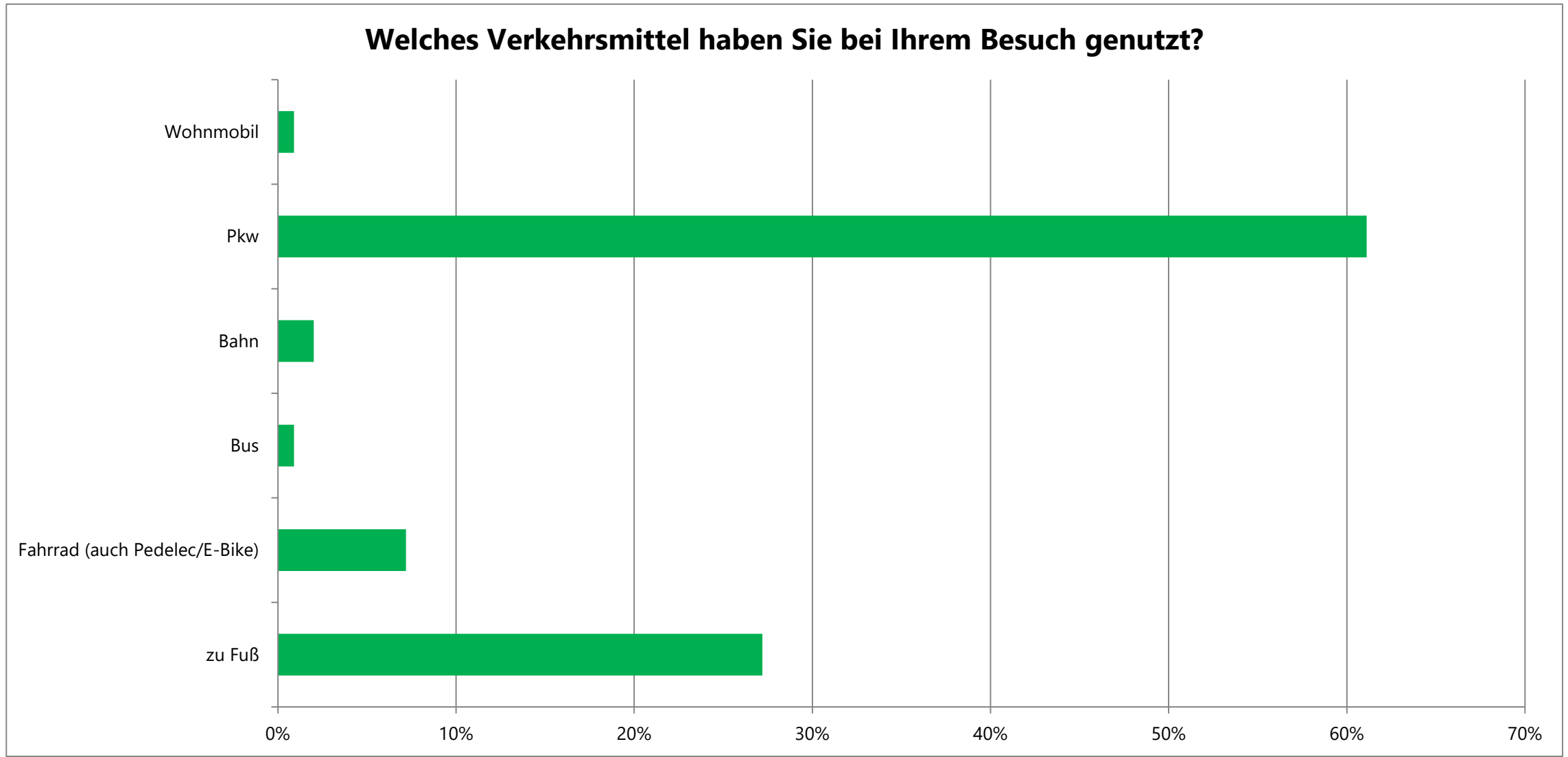
# Innenstadt von Wittmund

## Ergebnisse der Befragung der Besucher



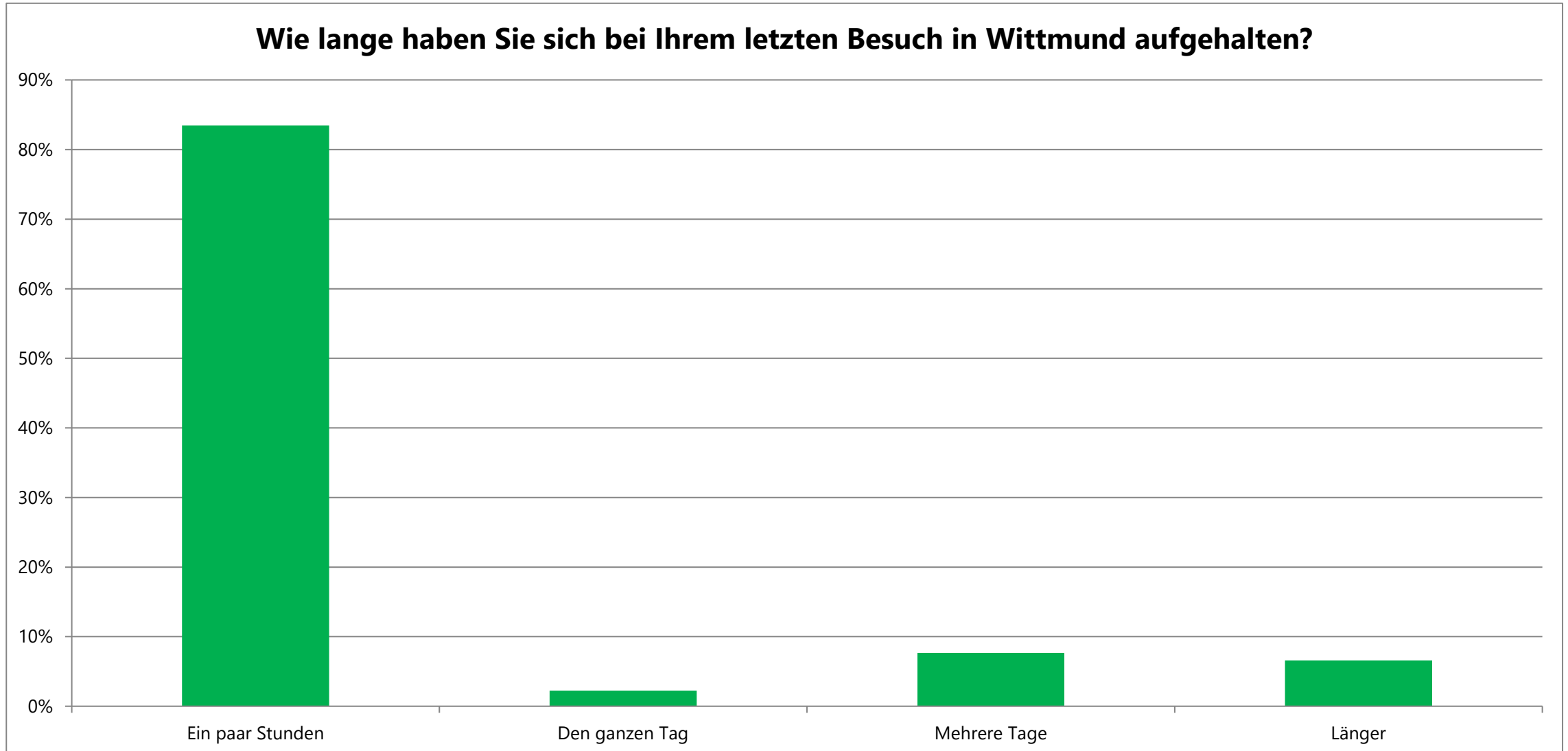
# Innenstadt von Wittmund

## Ergebnisse der Befragung der Besucher



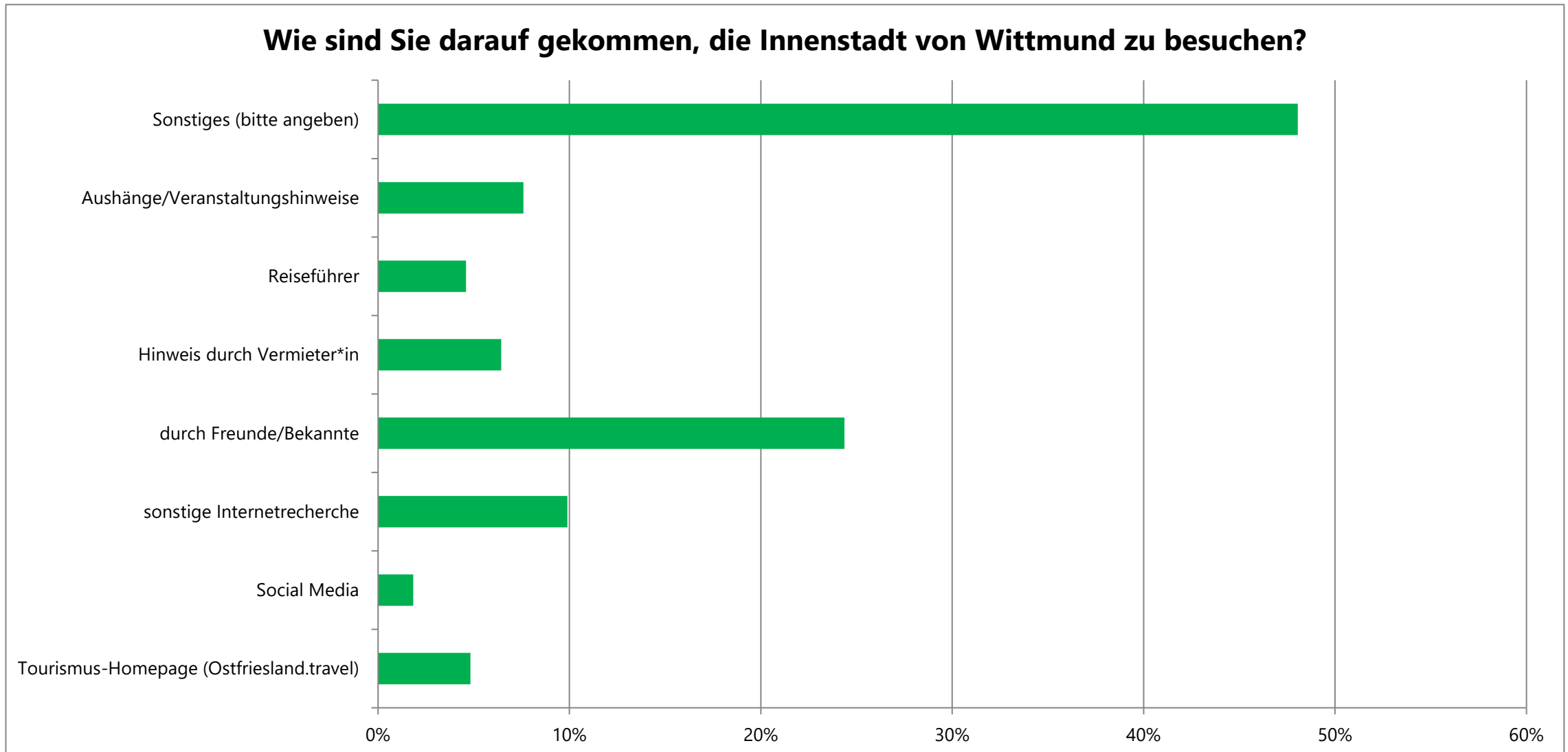
# Innenstadt von Wittmund

## Ergebnisse der Befragung der Besucher



# Innenstadt von Wittmund

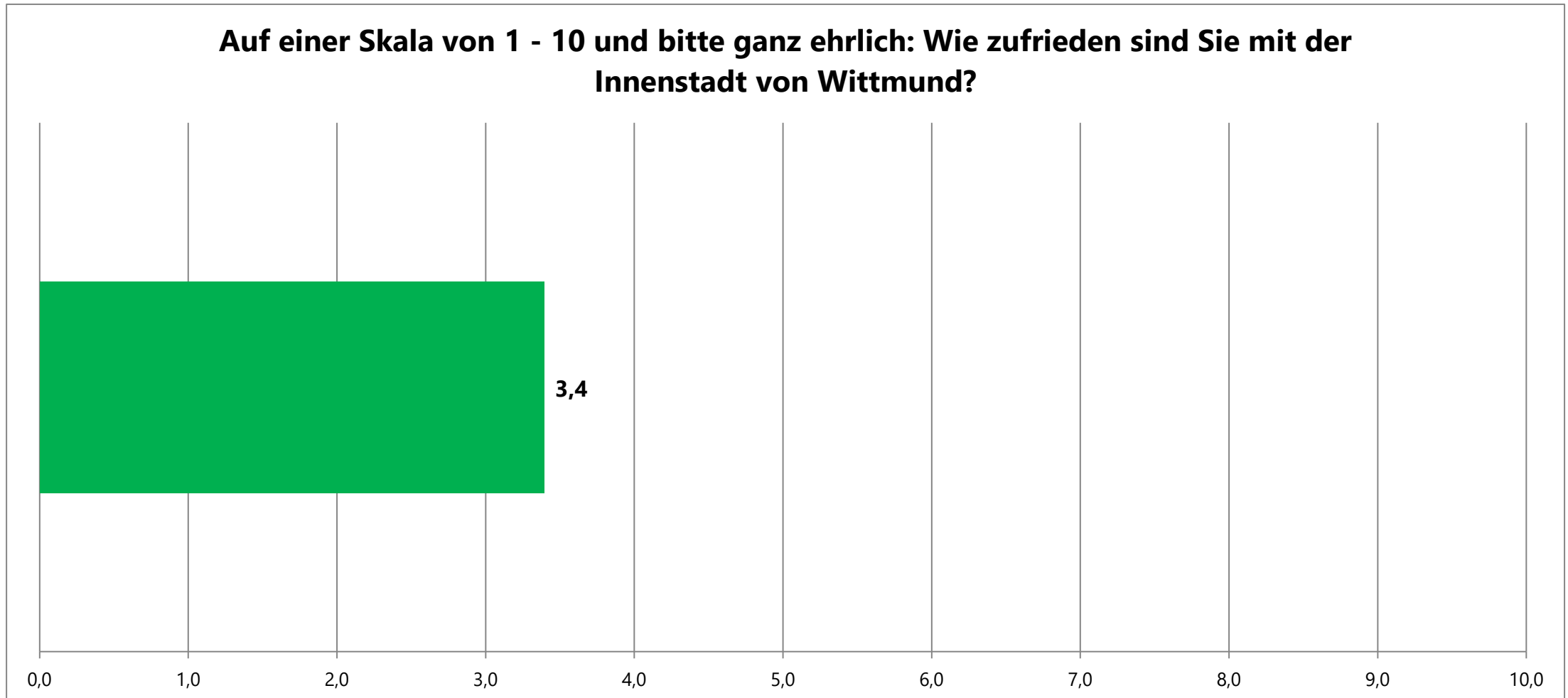
## Ergebnisse der Befragung der Besucher



# Innenstadt von Wittmund

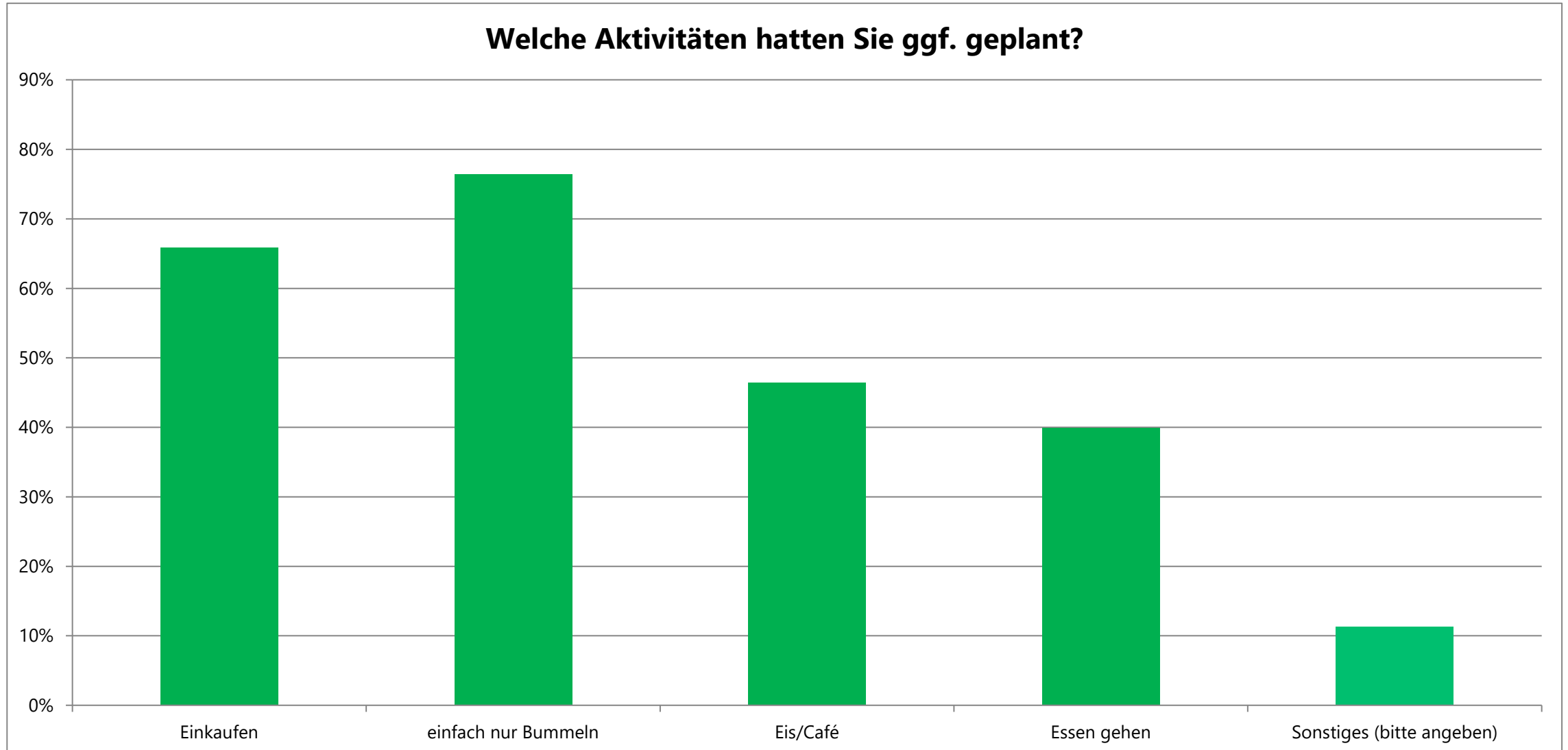
## Ergebnisse der Befragung der Besucher

Auf einer Skala von 1 - 10 und bitte ganz ehrlich: Wie zufrieden sind Sie mit der Innenstadt von Wittmund?



# Innenstadt von Wittmund

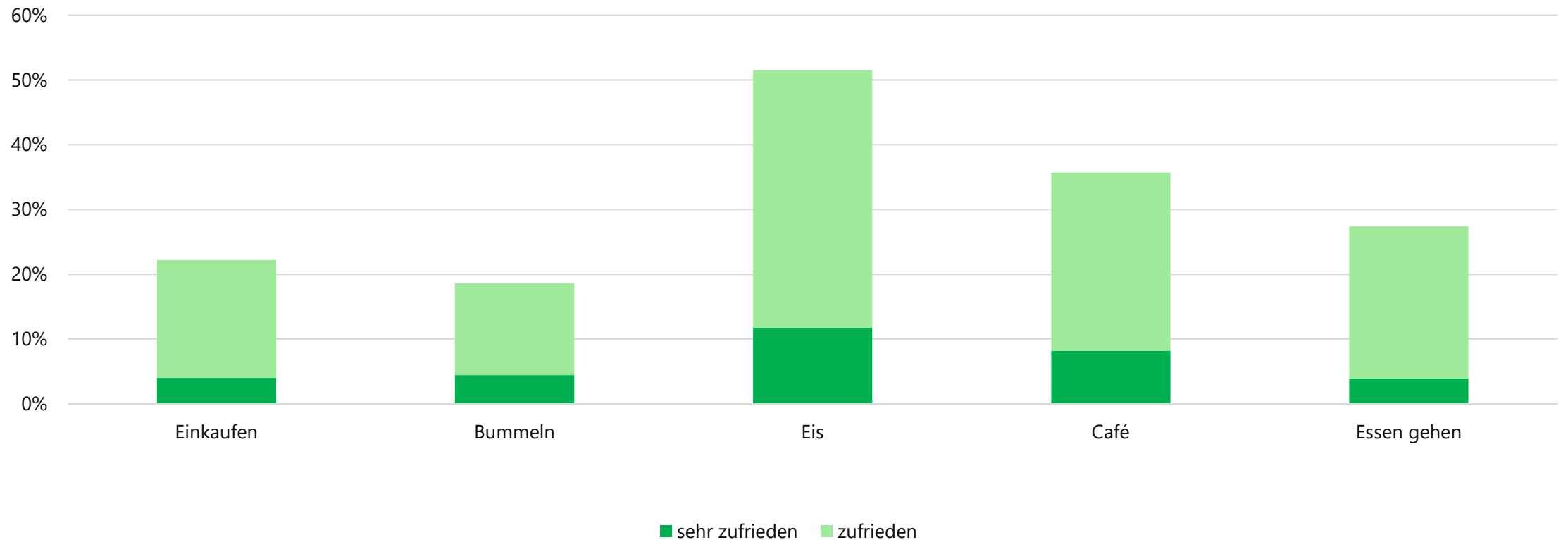
## Ergebnisse der Befragung der Besucher



# Innenstadt von Wittmund

## Ergebnisse der Befragung der Besucher

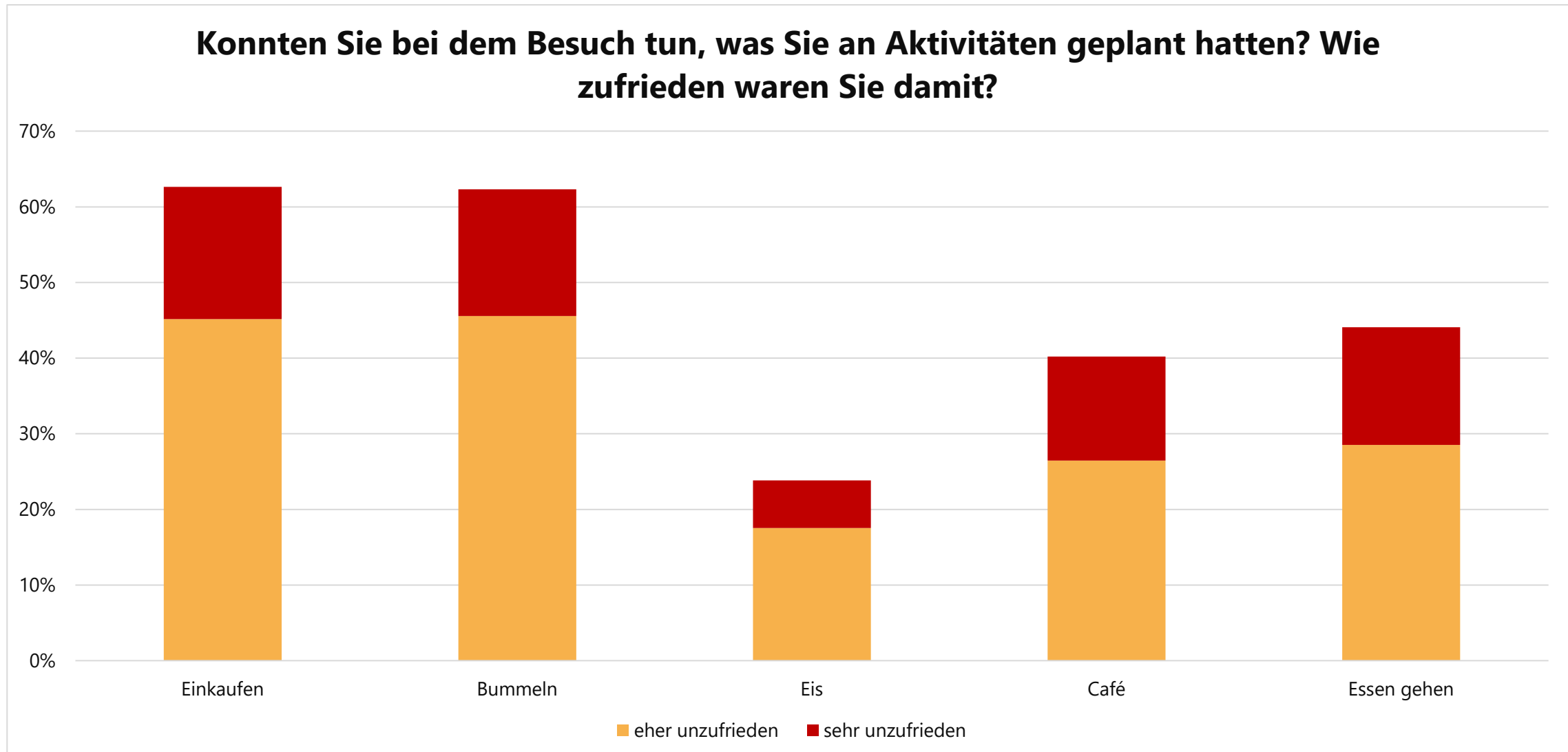
Konnten Sie bei dem Besuch tun, was Sie an Aktivitäten geplant hatten? Wie zufrieden waren Sie damit?





# Innenstadt von Wittmund

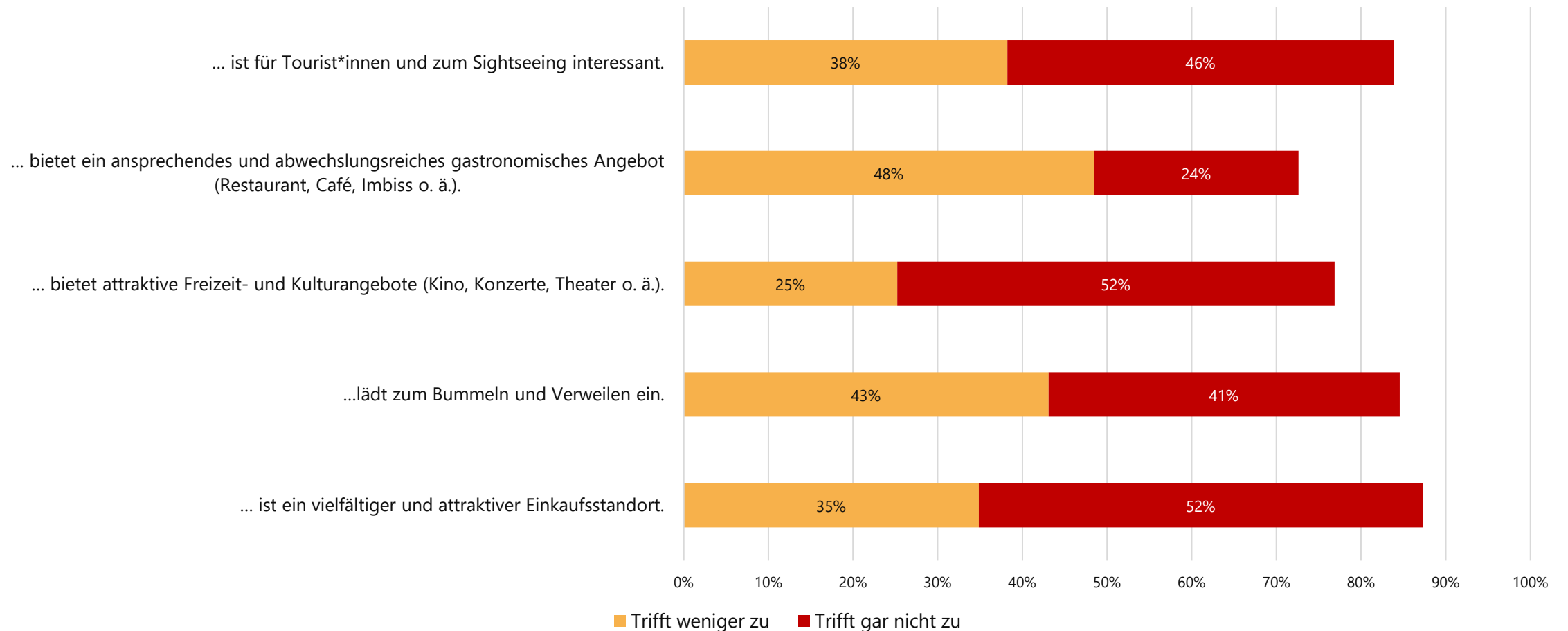
## Ergebnisse der Befragung der Besucher



# Innenstadt von Wittmund

## Ergebnisse der Befragung der Besucher

Wie bewerten Sie die aktuelle Situation in der Innenstadt anhand nachfolgender Beschreibungen? Die Wittmunder Innenstadt...



# Online-Befragung der Tourist\*innen

## Die wichtigsten Ergebnisse im Überblick

- 723 Personen haben an der Befragung teilgenommen
- 10 % dieser Personen haben die Innenstadt von Wittmund einmal besucht, 89 % haben die Innenstadt von Wittmund bereits mehrfach besucht
- Knapp zwei Drittel der Besucher haben als Verkehrsmittel das Auto genutzt, 7 % nutzten das Fahrrad, knapp 16 % kamen zu Fuß
- Auf der Skala von 1 bis 10 äußern sich die Befragten als unzufrieden mit der Innenstadt von Wittmund (Wert: 3,4)
- Die überwiegende Mehrheit der Befragten hat sich nur für wenige Stunden in der Innenstadt von Wittmund aufgehalten, kaum jemand blieb den ganzen Tag oder sogar länger
- Die Besucher kamen selten auf Grund allgemeiner touristischer Informationen nach Wittmund (Reiseführer, Internet, Tourismus-Homepage, Hinweis durch Vermieter); meistens kamen sie mehr zufällig oder aus einem bestimmten Anlass
- Als Aktivitäten haben die meisten Besucher „einfach nur Bummeln“ geplant (76 % der Befragten), 66 % planten einen Einkauf, 46 % wollten Kaffee trinken oder ein Eis essen, 40 % wollten gerne Essen gehen
- Mehrheitlich waren die Menschen nicht mit dem Angebot, das sie vorgefunden haben, zufrieden

# Online-Befragung der Tourist\*innen

**Beispielantworten zur Frage: Wurden die Erwartungen bei Ihrem Besuch erfüllt?**

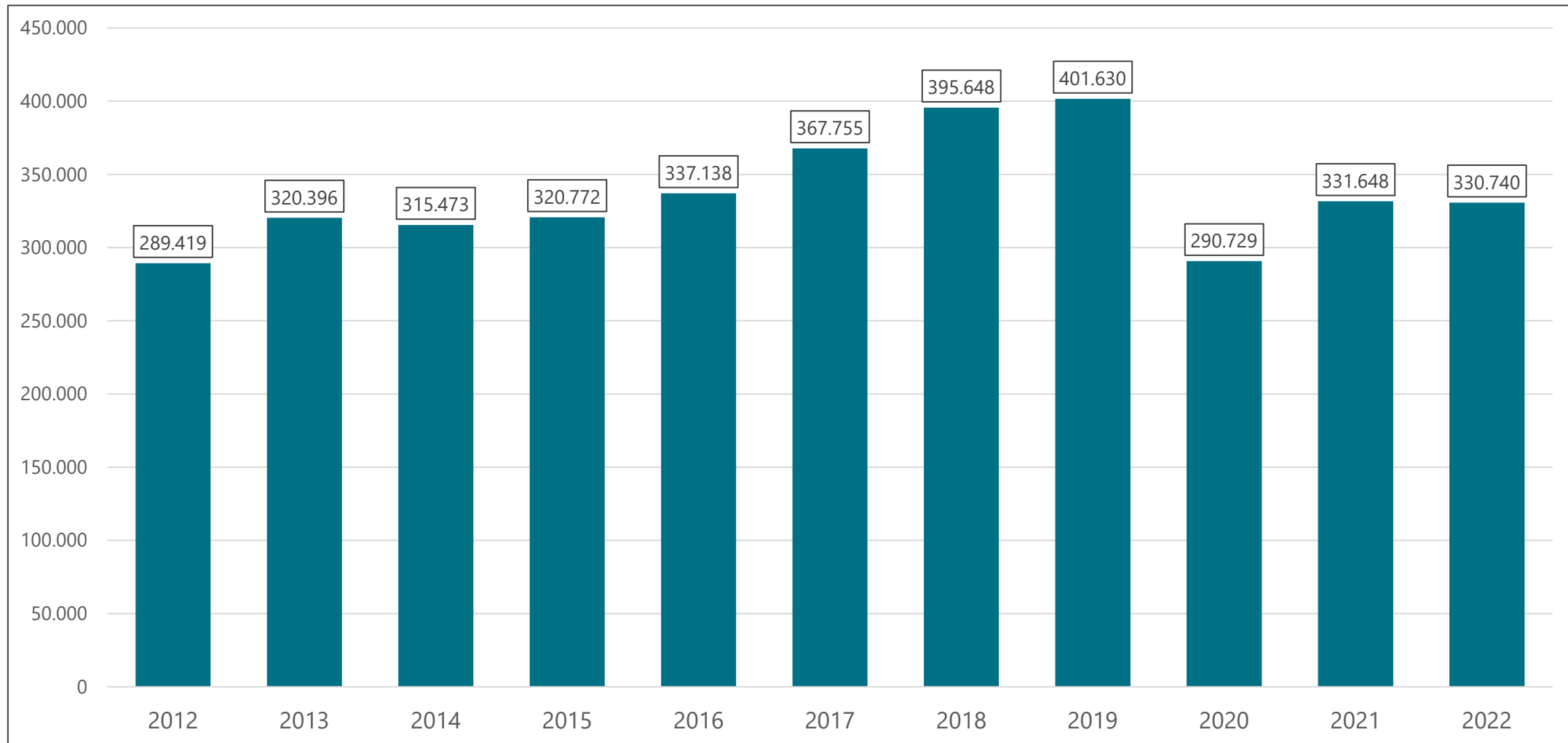
**Wenn ja, wodurch? Wenn nein, warum nicht?**



- Nein, da nicht so attraktive Geschäfte da waren und nicht so gemütliche Cafés
- Nicht erfüllt, immer Baustellen, viel Leerstand, ungemütlich
- Nein. Wir beobachten den Zustand (Untergang) Wittmunds seit Jahren und finden das sehr schade. eigentlich hat die Stadt ja Potential, aber die Angebote sind nicht (mehr) attraktiv. Der Tourist möchte bummeln, stöbern, Mitbringsel kaufen und vielleicht auch Sommer-, Sport-, Regen- und Badebekleidung. Es gibt immer weniger Geschäfte und immer mehr Leerstände. Auch die Gastronomie/Außengastronomie lässt sehr zu wünschen übrig. Wir sind seit fast 30 Jahren in der Gegend im Urlaub und früher hatte Wittmund viel mehr zu bieten.
- Jedes Jahr macht es weniger Spaß, Wittmund zu besuchen. Die Häuser verfallen und stehen leer. Fast immer verschwindet ein Geschäft. Es müsste wieder ein Bekleidungsladen geben mit hängigen Marken wie z. B. Willms in Esens oder Aurich oder Wilhelmshaven. Ein paar gute Läden gibt es. Besuche Thalia, Bohnenbar, Rossmann, Eisdiele, Flohmarktscheune, Italienisches Restaurant und ein paar andere.
- Die Handabdrücke sind toll, müssten aber mehr gepflegt werden, teilweise leben die Personen nicht mehr, so dass die Abdrücke nicht erneuert werden können.
- Eher nicht. Es gibt keine schönen kleinen Läden, die zum bummeln und einkaufen einladen. Sogas wie ein Geschäft mit Kunsthandwerk, Galerie, Teeladen, Schmuck. Mir hat aber gefallen die hand of fame, die Strandkörbe, die zum verweilen einladen und einen Eisladen habe ich auch finden können.

# Gästeübernachtungen in der Stadt Wittmund

(2012 bis 2022)



<sup>1</sup>Quelle: Landesamt für Statistik Niedersachsen

# City-Quality-Check

Stadt + Regionalentwicklung

Handel

Marketing

Digitale Stadt

Management

Wirtschaftsförderung

Immobilien



### Vorgehen und Ziele

- Der City-Quality-Check der cima untersucht die Marktauftritte einzelner Betriebe aus Sicht der Kund\*innen hinsichtlich dem Vorhandensein und der Qualität maßgeblicher Elemente, die die Gesamterscheinung des Geschäfts beeinflussen.
- Individueller Check der Auftritte ausgewählter Betriebe und Zusammenfassung des Status Quo für die Betriebe in der Innenstadt von Wittmund

### Schwerpunkthemen:

- Außen- und Innengestaltung (Schaufenster, Werbung, Warenpräsentation, Beleuchtung etc.)
- Zielgruppenorientierung
- Öffnungszeiten

### Ergebnis

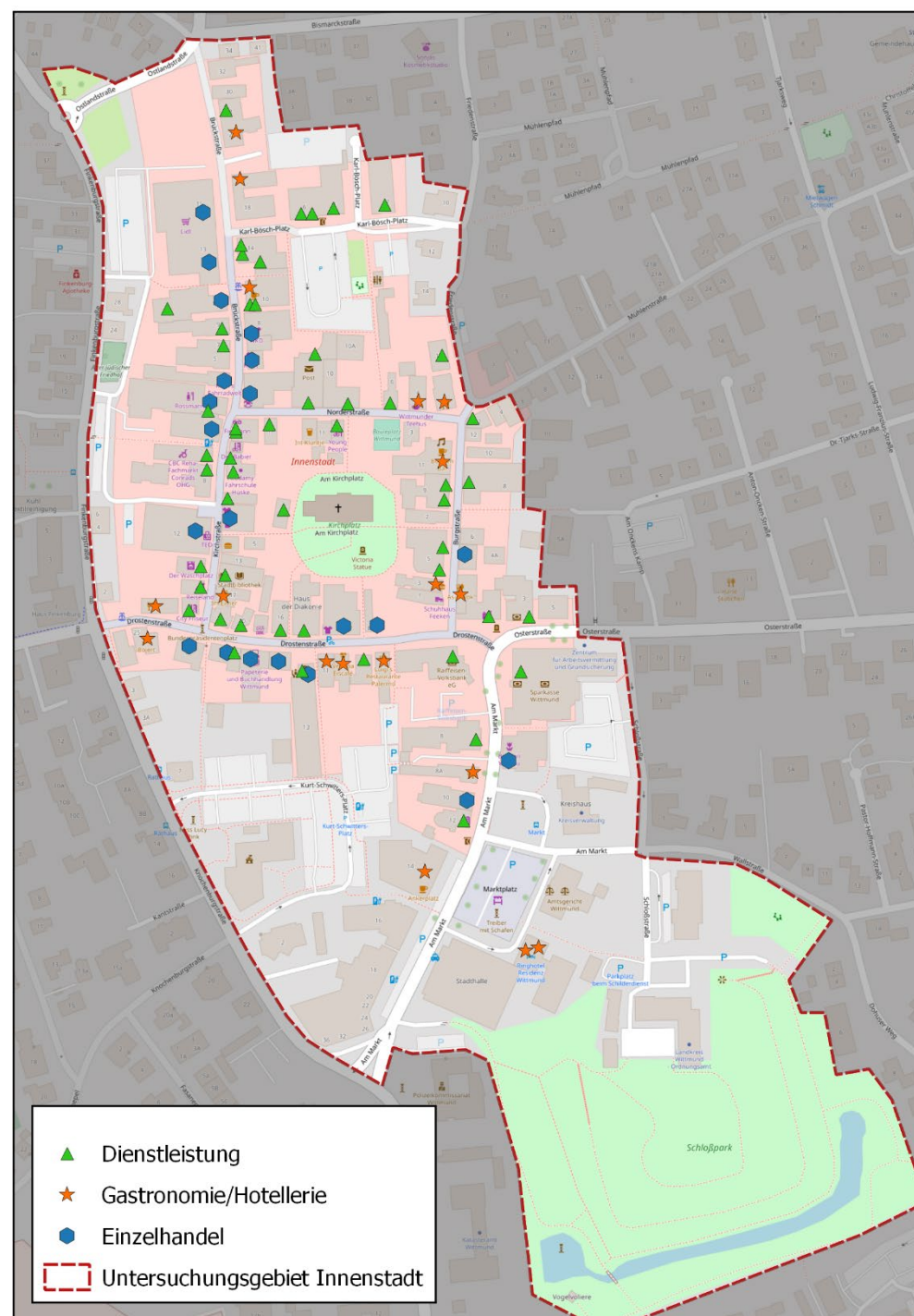
- der Auftraggeber erhält:
  - einen unabhängigen Blick auf die Marktauftritte der Betriebe
  - einen Ergebnisbericht mit Empfehlung bzw. Aufzeigen von Optimierungsmöglichkeiten

# City-Quality-Check

Das Untersuchungsgebiet

## Verortung der untersuchten Betriebe:

Die untersuchten Betriebe in der Innenstadt von Wittmund sind vorrangig in der Drostenstrasse, Kirchstrasse und Brückstrasse ansässig.





## Wir haben die Betriebe in der Innenstadt unter die Lupe genommen:

Zeitpunkt: 22. Juni 2023



# City-Quality-Check

Einzelhandel und Dienstleistung: Kriterien



- **Zielgruppenorientierung des Betriebes** (exklusiv – hochwertig, gehobene Mitte, standardisiert – konsumorientiert, discountorientiert, diffus – keine eindeutige ZG-Orientierung, nicht zuzuordnen)
- **Außengestaltung – Schaufenster, Fassade, Werbung, Auslage etc.** (top in allen Ansprüchen, modern und zeitgemäß, Optimierungsbedarf, veraltet – renovierungsbedürftig)
- **Innengestaltung – Warenpräsentation, Beleuchtung etc.** (top in allen Ansprüchen, modern und zeitgemäß, Optimierungsbedarf, veraltet – renovierungsbedürftig)
- **Barrierefreiheit** (ebenerdige Zugänglichkeit)
- **Wettbewerbsfähigkeit** (hoch – mittel – gering)
- **Öffnungszeiten** (Werktags, Wochenende, Mittagspause, Ruhetage)
- **Gesamtbewertung** (top in allen Ansprüchen, gut, normal – durchschnittlich, teilweise verbesserungsbedürftig, nicht mehr zeitgemäß)

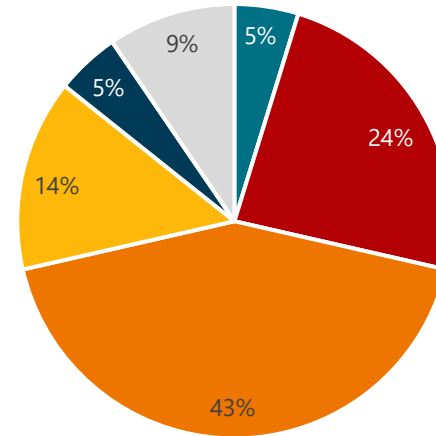
# City-Quality-Check

## Zielgruppenorientierung

### Einzelhandel

- 43 % der erhobenen Einzelhandelsbetriebe werden in ihrer Zielgruppenorientierung als discountorientiert eingeschätzt
- 24 % der Betriebe entfällt zudem auf die Kategorie „standardisiert, konsumorientiert“
- Auffällig ist, dass nur ein Betrieb das Attribut „exklusiv, hochwertig“ erhält

### Einzelhandel



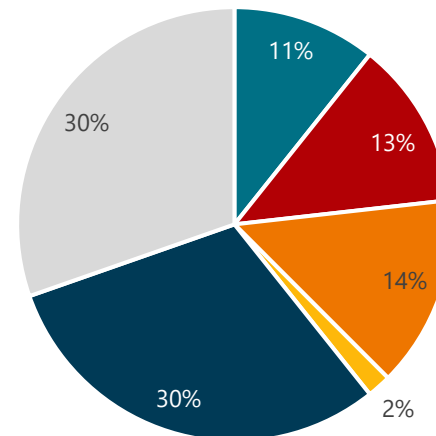
- 1=exklusiv, hochwertig
- 2=gehobene Mitte
- 3=standardisiert, konsumorientiert
- 4=discountorientiert
- 5=diffus, keine eindeutige ZG-Orientierung
- 6=nicht zuzuordnen

n=21

### Dienstleistung

- Bei den Dienstleistungsbetrieben ist eine Zielgruppenorientierung nicht eindeutig ausgefallen, mehr als die Hälfte der Betriebe (60 %) sind diffus oder nicht zuzuordnen
- Sechs Betriebe werden als „exklusiv, hochwertig“ eingestuft
- Ein Betrieb wurde als „discounterorientiert“ eingestuft

### Dienstleistung



- 1=exklusiv, hochwertig
- 2=gehobene Mitte
- 3=standardisiert, konsumorientiert
- 4=discountorientiert
- 5=diffus, keine eindeutige ZG-Orientierung
- 6=nicht zuzuordnen

n=56

# City-Quality-Check

## Außengestaltung

### Die Fassade ...

stellt neben dem Schaufenster die Außendarstellung und unmittelbare Möglichkeit der Kundenansprache des Unternehmens dar.

sollte:

- Sauber und gepflegt sein (Markisen, Sockelbereiche, Graffiti etc.)
- Regelmäßig instandgehalten werden



# City-Quality-Check

## Außengestaltung

### Die Werbeanlagen...

vermitteln einen ersten Eindruck, was den Kunden in dem Geschäft erwartet und geben einen ersten Hinweis auf die Kompetenz des Unternehmens.

sollten:

- klar erkennbar, wenn möglich zentriert über dem Eingang angebracht werden
- den Qualitätsansprüchen der Unternehmen entsprechen
- nicht zu umfangreich sein



# City-Quality-Check

## Außengestaltung

### Die Schaufenster ...

vermitteln einen visuellen Eindruck des Sortimentes (Art, Umfang und Qualität). Sie sollen Aufmerksamkeit erregen und einladen und sind daher ein entscheidender Faktor dafür, dass Passanten das Ladenlokal betreten.

sollten:

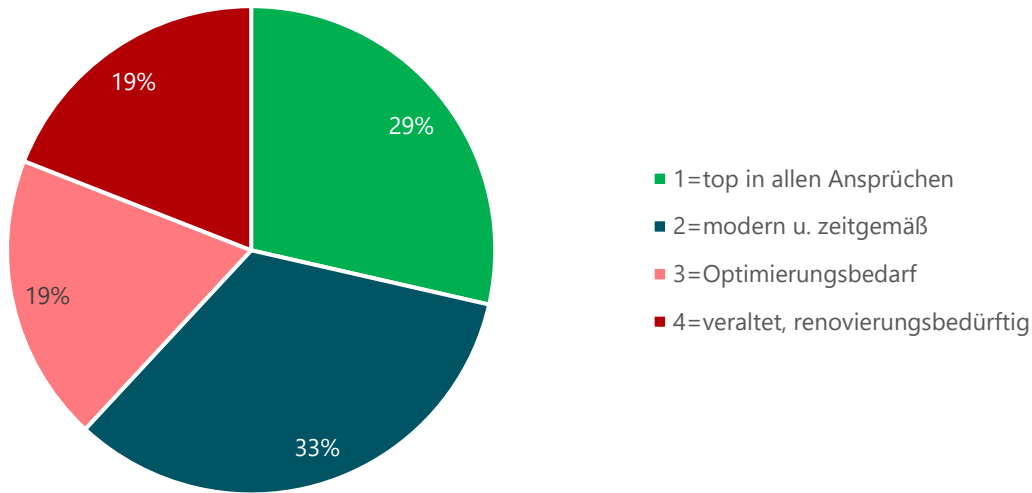
- ausreichend beleuchtet sein
- nicht verhängt werden
- nicht überfrachtet werden - weniger ist mehr!
- Einblick in das Geschäft gewähren
- regelmäßig neu gestaltet werden
- zum Konzept/Profil des Ladens passen
- deutlich erkennbare Öffnungszeiten enthalten
- keine „Zettel-Wirtschaft“ enthalten



# City-Quality-Check

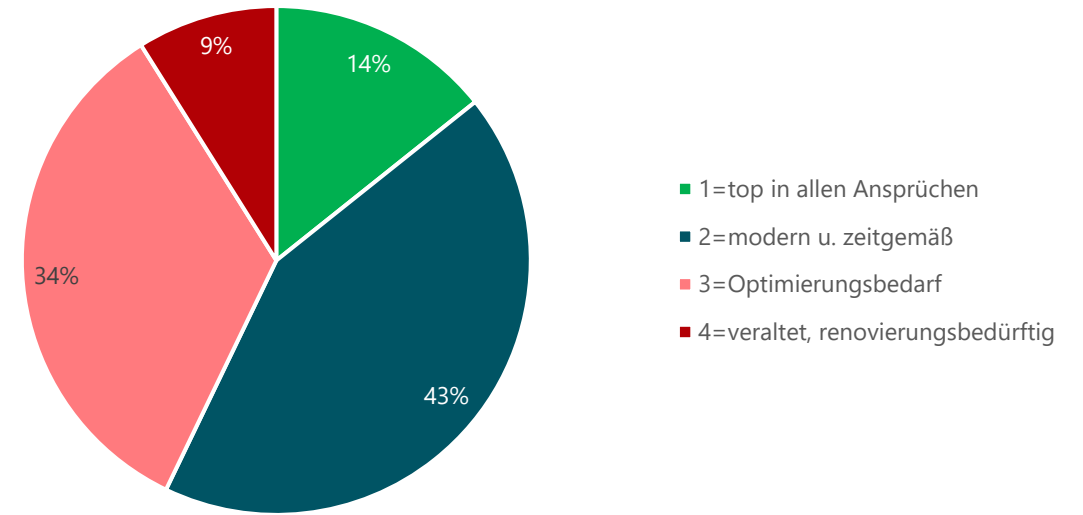
## Bewertung Außengestaltung

### Einzelhandel



n=21

### Dienstleistung



n=56

Rund 38 % der Händler haben Optimierungsbedarf oder sind veraltet und renovierungsbedürftig, bei den Dienstleistern sind es 42 %.

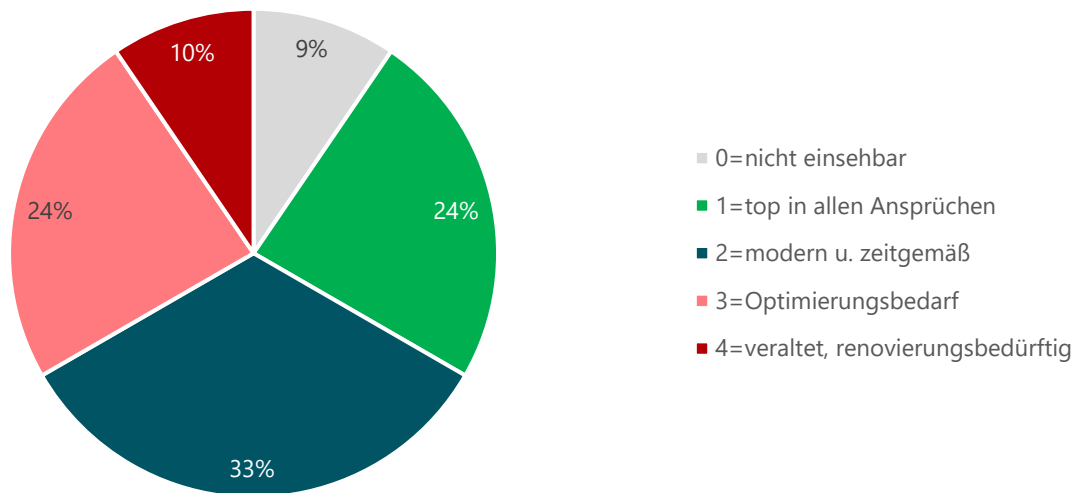


**Es gibt keine zweite Chance für den ersten Eindruck!**

# City-Quality-Check

## Bewertung Innengestaltung

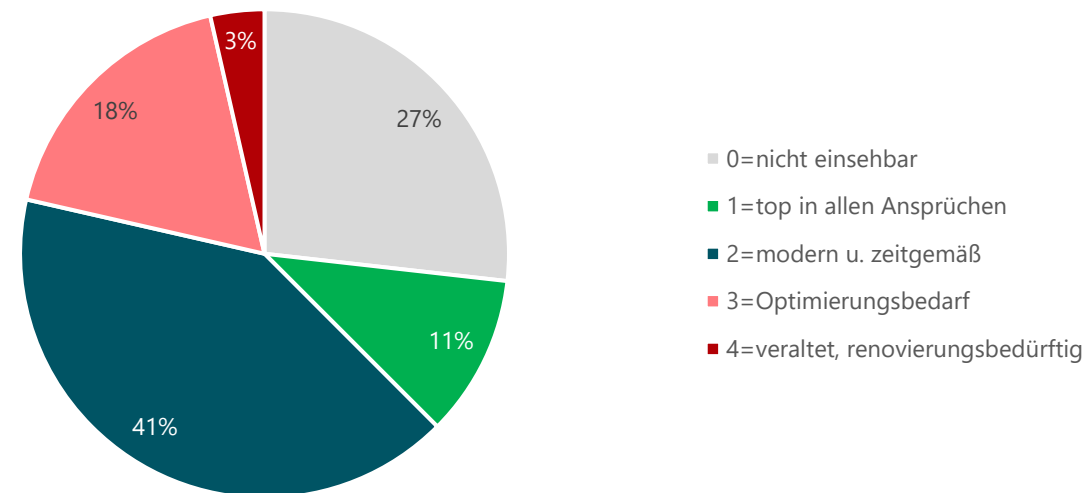
### Einzelhandel



n=21

Im Einzelhandel ist die Innengestaltung bei 57 % aller begutachteten Betriebe modern und zeitgemäß oder besser

### Dienstleistung



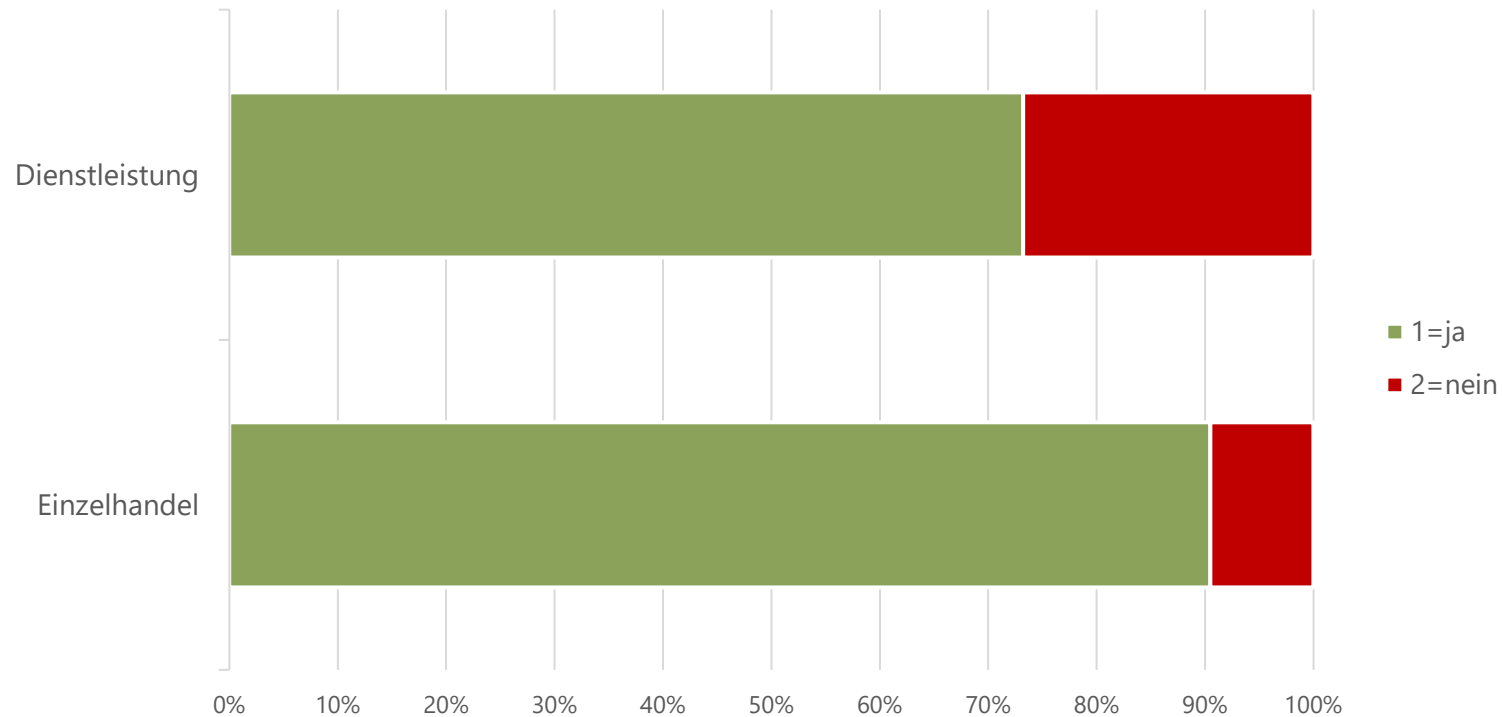
n=56

Bei 27 % der Dienstleistungsbetriebe blieb der Blick ins Ladeninnere verwehrt



**Gemischtwarenladen war gestern - heute zählen Ambiente, Flair und Alleinstellungsmerkmale!**





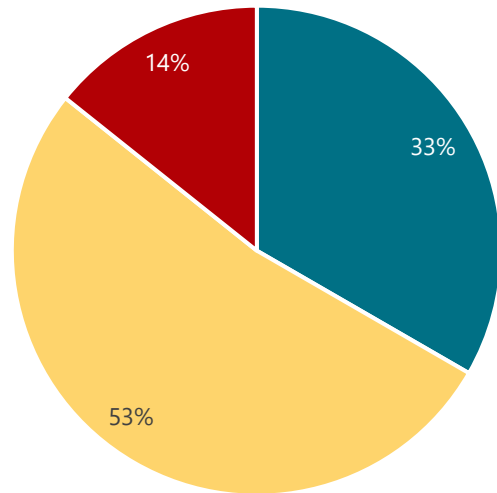
### Defizite:

- Treppen oder Stufen im Eingangsbereich
- Kleine Kanten/Absätze in den Eingangstüren
- Treppen im Laden
- Zu enge Gänge im Laden

Knapp 75 % der Dienstleister und sogar 90 % der Einzelhandelsbetriebe sind barrierefrei.

Einzelhandel: n=21  
Dienstleistung: n=56  
Angaben in %

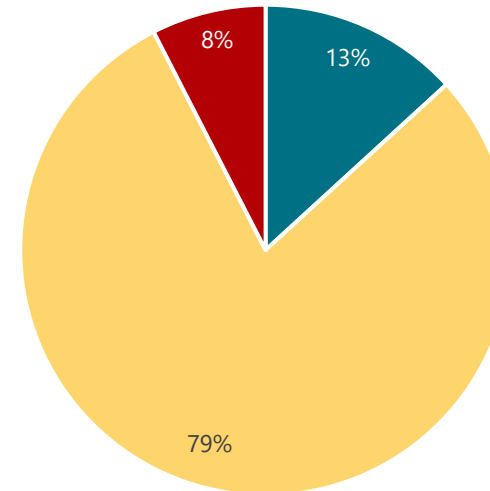
### Einzelhandel



■ 1=hoch  
■ 2=mittel  
■ 3=gering

n=21

### Dienstleistung



■ 1=hoch  
■ 2=mittel  
■ 3=gering

n=53

- Mehr als 50% der Einzelhandels- und Dienstleistungsbetriebe wird eine **mittlere Wettbewerbsfähigkeit** attestiert (Bei den Dienstleistern sind es sogar ca. 80%)
- Positiv ist, dass insgesamt mehr Betrieben eine hohe verglichen zu einer niedrigen Wettbewerbsfähigkeit eingeräumt wird → Entfaltungspotenzial!

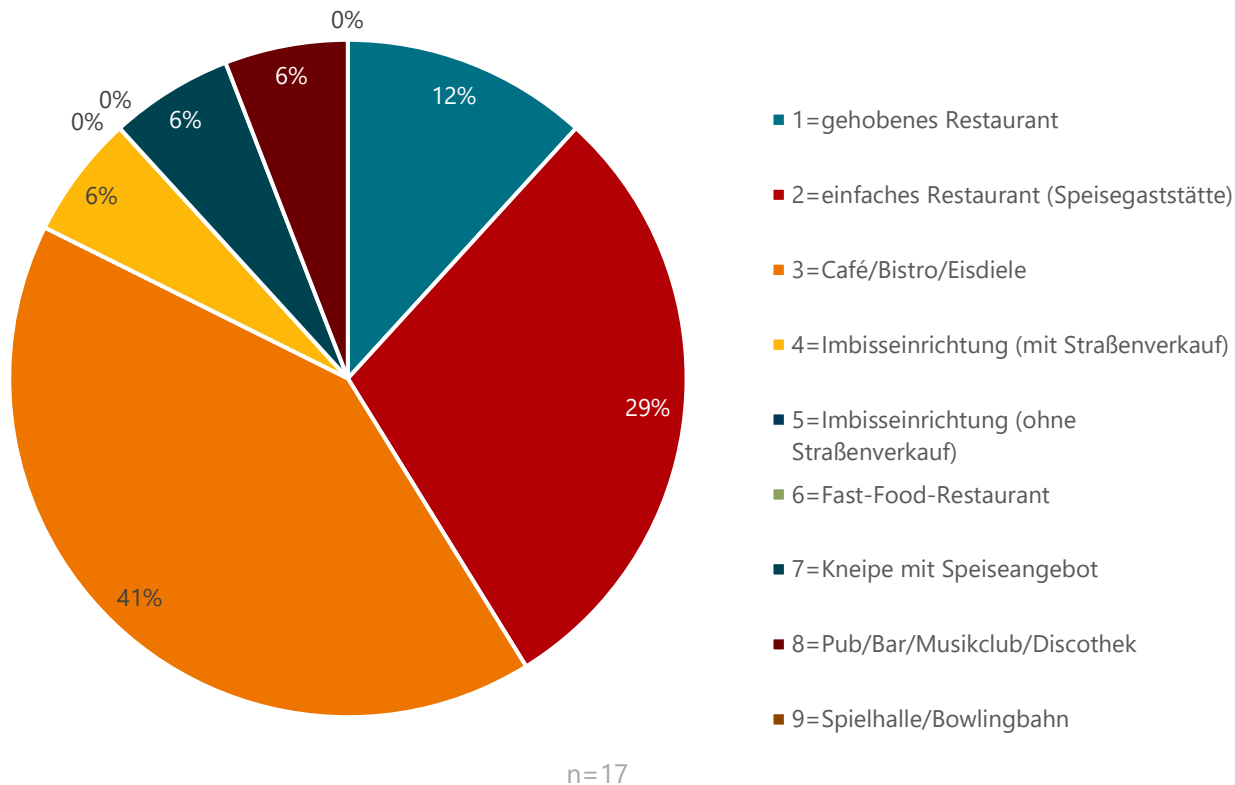
# City-Quality-Check

## Öffnungszeiten im Einzelhandel



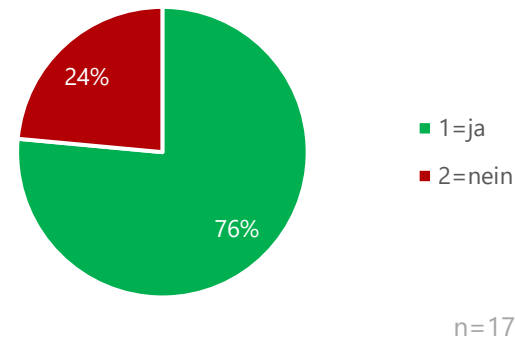
- Starke Schwankungen der Öffnungszeiten an den Wochentagen (einzelne Betriebe mit unterschiedlichen Öffnungszeiten pro Tag).
- Uneinheitlichkeit führt zur Verwirrung und Verdruss der Kundschaft und kann den Onlinehandel stärken.
- Einige Betriebe zeigen die Öffnungszeiten nicht an.

- **Gastronomietyp**  
(gehobenes Restaurant; einfaches Restaurant (Speisegaststätte); Café/Bistro/Eisdiele; Imbisseinrichtung (mit Straßenverkauf); Imbisseinrichtung (ohne Straßenverkauf); Fast Food-Restaurant; Kneipe mit Speiseangebot; Pub/Bar/Musikclub/Diskotheke; Spielhalle/Bowlingbahn)
- **Speisekarte** (Aushang)
- **Möblierung** (top gestaltet, höchsten Ansprüchen genügend; modern, zeitgemäß; normal gestaltet, ggf. Optimierungsbedarf; veraltete, zum Charakter des Betriebes nicht passend; keine)
- **Außengastronomie** (Anzahl Sitzplätze; einheitliche Beschirmung; Ambiente)
- **Barrierefreiheit** (ebenerdiger Zugang)
- **Preisniveau** (hoch, exklusiv; gehobene Mitte; durchschnittliche Preise/mittel; günstig; billig, discountorientiert)
- **Zielgruppe** (exklusive, hochwertige Gäste; Jugend; Stammtisch, Touristen; nicht eindeutig; bürgerliche Mitte)
- **Küche** (national; u.a. regionale Küche; international; unspezifisch, gemischt; keine)
- **Öffnungszeiten** (Werktags, Wochenende, Mittagspause, Ruhetage)
- **Gesamtbewertung** (top in allen Ansprüchen; gut; normal, durchschnittlich; teilweise verbesserungsbedürftig; nicht mehr zeitgemäß, dringend eine Aufwertung nötig)



- In der Altstadt sind einige Gastronomietypen gar nicht vertreten. Besonders prägnant ist das Fehlen von Restaurants im gehobenen Segment.
- Die Kategorie Café/Bistro/Eisdiele ist am stärksten vertreten.
- Mit 29 % ist die Gruppe der einfachen Restaurants am zweitmeisten vertreten.

### Außergastronomie

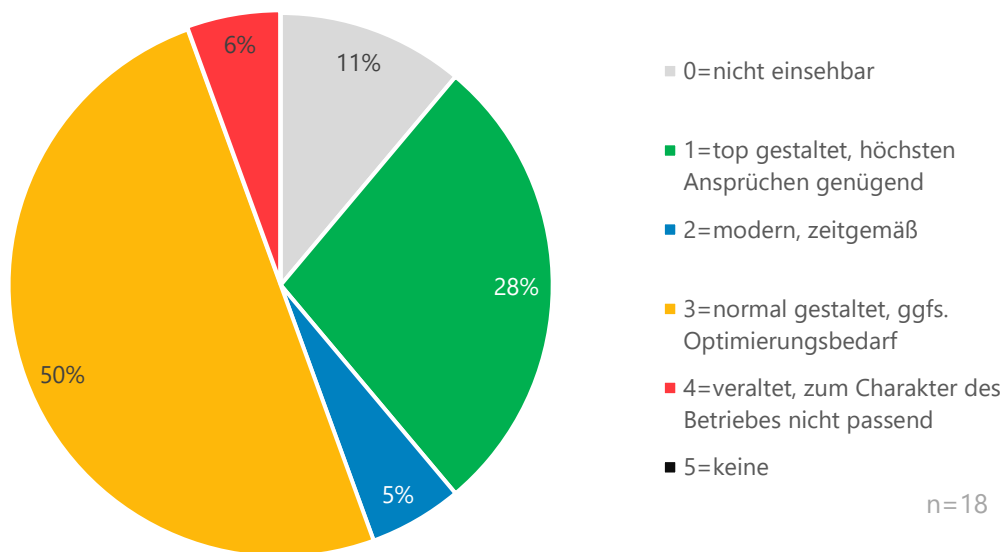


- Gut Dreiviertel der gastronomischen Einrichtungen besitzen zum Erhebungszeitpunkt im Juni eine feste Außergastronomie.

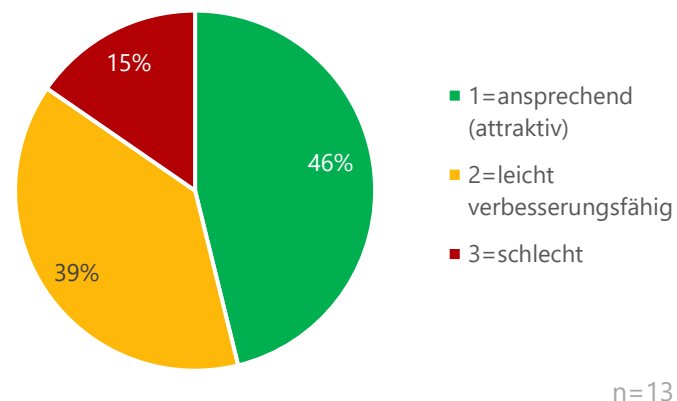
# City-Quality-Check

## Gastronomiebetriebe: Möblierung und Ambiente

### Möblierung

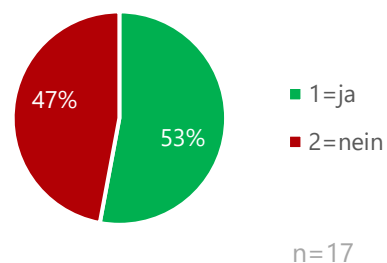


### Ambiente Außengastronomie

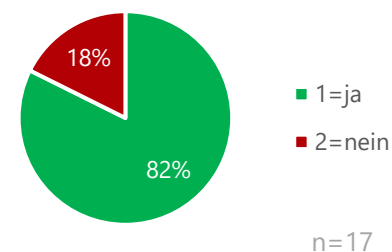


- Bei der Hälfte der Betriebe ist die Möblierung normal bzw. mit leichtem Optimierungsbedarf, gut ein Viertel ist aber auch sehr gut gestaltet.
- Das Ambiente der Außengastronomie ist überwiegend attraktiv, zu 40 % leicht verbesserungswürdig.
- Positiv hervorzuheben ist, dass über 80 % als barrierefrei bewertet werden.

### Speisekarte außen

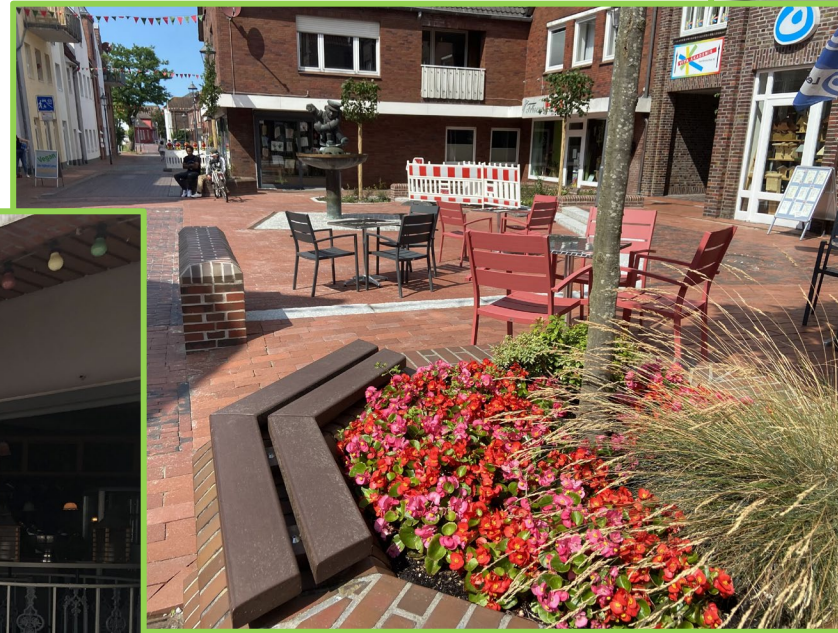


### Barrierefreiheit



# City-Quality-Check

## Gastronomiebetriebe: Attraktivität der Außengastronomie



- Werbeanlagen und Aufsteller vermitteln den Kund\*innen, wofür die Gastronomie steht und was sie erwartet. Aufsteller sollten jedoch nicht zu umfangreich gebraucht werden und den Weg versperren.
- Flächen zur außergastronomischen Nutzung sollten mithilfe von Grünelementen und Pflanzenkübeln ansprechend gestaltet sein, so dass sich der Gast wohlfühlt.



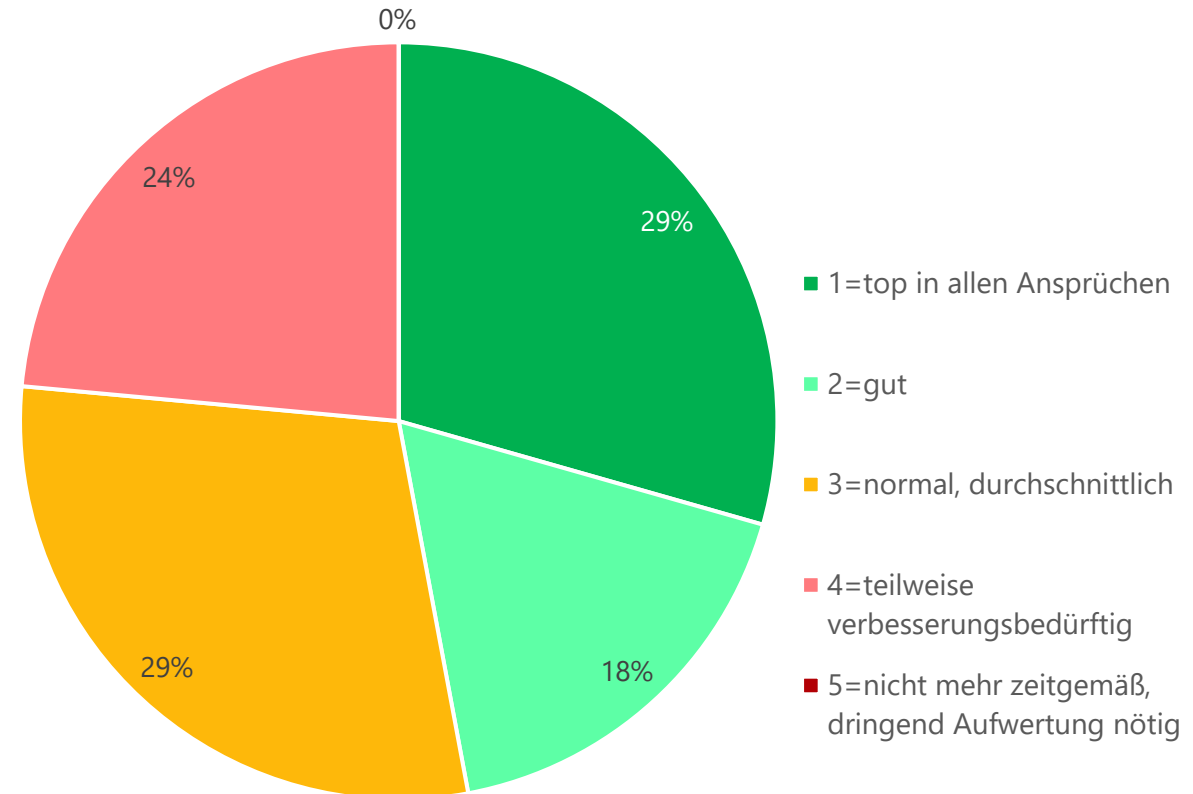
- Schwankungen der Öffnungszeiten an allen Tagen.
- Die Öffnungszeiten sind bei einigen Betrieben nicht ersichtlich.
- Einige Lokale haben mittags geschlossen – hinsichtlich größerer Beliebtheit von Mittagstischen und der Einheitlichkeit von Öffnungszeiten sollten Kernöffnungszeiten bedacht werden.



## Zwischenfazit: Gastronomie/Hotellerie

- Das gastronomische Angebot ist als relativ einheitlich zu bezeichnen und die Preisgruppe liegt größtenteils im mittleren Preissegment. In der Vielfalt der Angebote (z. B. für Jugendliche oder exklusivere Angebote) besteht ausbaubedarf. Auch fehlt es an Imbissständen (Fischbrötchen, Bratwurst), was insbesondere für Tourist\*innen nachgefragt wird.
- Auffällig ist, dass in der Gesamtbewertung kein Betrieb die Bewertung „top in allen Ansprüchen“ erhält. Viele Gastronomien machen einen guten Eindruck, es fehlt jedoch das Alleinstellungsmerkmal in Ambiente, Gestaltung oder Ausrichtung der Küche.
- Dreiviertel der gastronomischen Betriebe haben eine Außengastronomie, das Ambiente wird überwiegend als attraktiv oder leicht verbesserungswürdig eingeschätzt.

### Gesamtbewertung

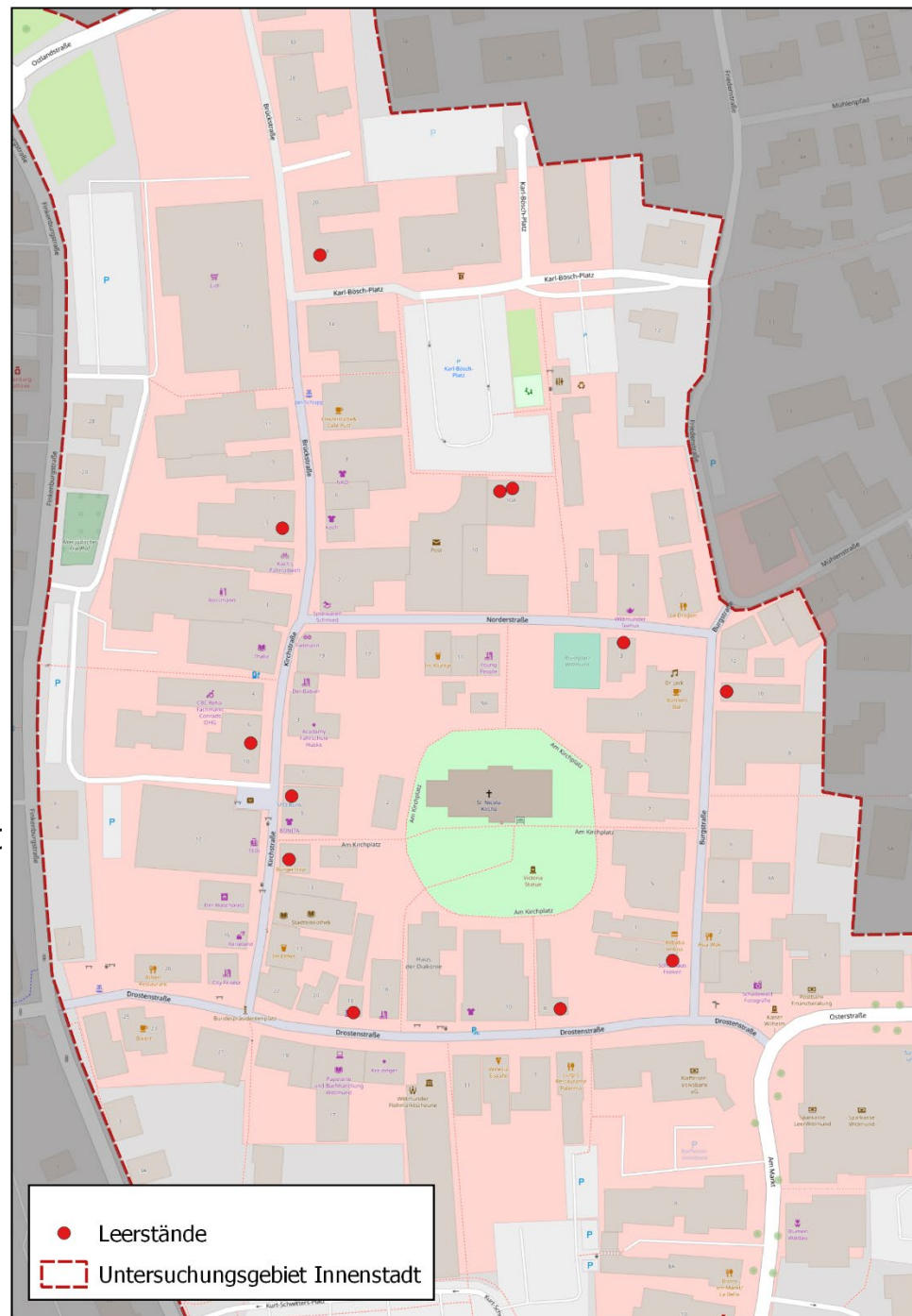


n=17

# Leerstände

## Übersicht

- **12 Leerstände** im Untersuchungsgebiet identifiziert
- **Dunkelziffer:** nur klare Leerstände wurden aufgenommen; teilweise ungenutzt wirkende Ladenflächen im Untersuchungsgebiet, die noch vermietet sind
- Teilweise **bevorstehende Schließungen**/Umzüge (z. B. Modegeschäft Koch in Brückstr. 5)
- Wenig **Leerstandsgestaltung**, vereinzelt Vermarktung im Schaufenster



## Maßnahmen:

- Zwischennutzungen: bspw. Pop-up-Store oder Kinderbetreuung
- Städtische Flächen als Treffpunkte ausbauen (Dritte Orte)
- Leerstände gestalten: Vermarktung der Immobilie, Innengestaltung
- Gründerwettbewerb: mietfreie Nutzung eines Leerstands durch Gründer\*innen

# Leitfadeninterview mit Geschäftstreibenden

Stadt + Regionalentwicklung

Handel

Marketing

Digitale Stadt

Management

Wirtschaftsförderung

Immobilien

- 27 leitfadengestützte Interviews mit Inhaber\*innen oder Verkäufer\*innen/Mitarbeitenden von Betrieben in der Innenstadt
- Zeitpunkt: 19. und 20. Juni 2023
- Die Situation der Betriebe in der Innenstadt wird allgemein als schlecht eingeschätzt. Dabei war die Corona-Pandemie ein Beschleuniger, der Trend setzte jedoch früher ein. Viele Geschäfte mussten schließen, die Leerstände häufen sich.
- Die Entwicklung des eigenen Geschäftes wird unterschiedlich bewertet. Manche Betreibenden sind mit ihrer geschäftlichen Situation zufrieden, agieren unabhängig der Situation in der Innenstadt. Andere sind auf eine stark frequentierte Innenstadt angewiesen und bemängeln die wenigen Besucher\*innen.
- Insbesondere bei Veranstaltungen fühlen sich die Geschäfte in der Brückstraße vernachlässigt, da mehrere Veranstaltungen in der Drogenstraße und Kirchstraße ausgerichtet werden. Von der Stadtverwaltung wünschen sie sich mehr Aufmerksamkeit und Unterstützung.
- Ein Großteil der Befragten mietet ein Objekt an und ist mit der aktuellen Mietsituation zufrieden.

# Innenstadt von Wittmund

## Diskussion der vorgestellten Ergebnisse

**Haben Sie Fragen?**

**Stimmen Sie der Beurteilung der Situation in der Innenstadt von Wittmund zu?**

**Was sehen Sie anders?**

**Was müsste aus Ihrer Sicht geschehen?**

**Gebäude, bauliche Gestaltung**

**Aufenthaltsqualität (Grün, Sitzgelegenheiten)**

**Geschäfte**

**Gastronomie**

**Andere Angebote**

# Innenstadt von Wittmund

## Verfügungsfonds

**In den nächsten Jahren möchte die Stadt Wittmund ihre Innenstadt zukunftsfähig und nachhaltig neu aufstellen.**

**Vorgesehen sind wirtschaftliche, planerische, städtebauliche und umweltstrategische Veränderungen.**

**Die Maßnahmen zielen vor allem auf eine Verbesserung der Aufenthalts- und Erlebnisqualität durch eine Umgestaltung der Fußgängerzone im Kernstadtbereich („Wittmunder Pudding“) ab.**

**Hierfür ist nicht nur die Stadt gefordert.**

**Dabei soll als ein Instrument zur Verbesserung der aktuellen Situation ein Verfügungsfonds helfen.**

# Innenstadt von Wittmund

## Verfügungsfonds

**Für diesen Verfügungsfonds wurde nun eine Richtlinie erarbeitet.**

**Diese wird in den nächsten Wochen noch mit dem Projektträger des Bundesförderprogramms abgestimmt und anschließend im Rat der Stadt Wittmund erörtert und hoffentlich beschlossen.**

**Die wesentlichen Inhalte dieses Entwurfs der Richtlinie stellen wir Ihnen im Folgenden vor.**

# Innenstadt von Wittmund

## Verfügungsfonds

**Ziel des Verfügungsfonds ist die Attraktivitätssteigerung der Innenstadt von Wittmund. Ermöglicht, gefördert und unterstützt werden daher mit Mitteln aus diesen Fonds kleinere investive und nicht-investive Vorhaben, die**

- **einen nachweisbar positiven und möglichst nachhaltigen (d.h. dauerhaften) Einfluss auf die Innenstadt von Wittmund ausüben,**
- **den Zielen des neu erarbeiteten Leitbildes für die Innenstadt der Stadt Wittmund entsprechen und**
- **die Vermarktung regionaler Produkte und die Entwicklung Wittmunds zur Fahrradstadt unterstützen.**



# Innenstadt von Wittmund

## Verfügungsfonds

**Gefördert können sowohl investive als auch nicht-investive Vorhaben, zum Beispiel**

- **Maßnahmen zur Aufwertung und Belebung des Wirtschafts- und Einzelhandels- standortes,**
- **Maßnahmen zur Reaktivierung von Leerständen/Mindernutzungen,**
- **Maßnahmen zur Aufwertung des Ortsbildes der Innenstadt,**
- **Maßnahmen zur Imagebildung,**
- **Maßnahmen der Öffentlichkeitsarbeit,**
- **Mitmachaktionen/Festivitäten/Veranstaltungen etc. im Programmgebiet,**
- **Maßnahmen/Aktionen/Workshops zur Aufwertung der Innenstadt.**

# Innenstadt von Wittmund

## Verfügungsfonds

**Antragsberechtigt sind alle natürlichen und juristischen Personen.**

**Die Projekte müssen sich positiv auf die Entwicklung der Innenstadt von Wittmund auswirken. Alle Ideen, um die Innenstadt zu beleben, insbesondere neue, haben Vorrang vor etablierten Ansätzen.**

**Anträge auf Förderung können ab dem Zeitpunkt der Veröffentlichung dieser Richtlinie durch die Stadt Wittmund jederzeit bis zum 31.12.2024 formlos bei der Stadt Wittmund gestellt werden.**

# Innenstadt von Wittmund

## Verfügungsfonds

**Die Anträge müssen nachvollziehbar und so konkret wie möglich alle Informationen enthalten, die erforderlich sind, um prüfen zu können, ob**

- **die angestrebten Wirkungen der Projekte mit diesen Projekten erreicht werden können,**
- **die geplanten Ausgaben notwendig und angemessen sind, um die Projekte erfolgreich durchführen zu können,**
- **die beantragten Projekte alle einschlägigen rechtlichen Anforderungen erfüllen und**
- **nach den Grundsätzen der Wirtschaftlichkeit und Sparsamkeit geplant und durchgeführt werden.**

# Innenstadt von Wittmund

## Verfügungsfonds



**Die Förderung von Projekten kann nur im Zeitraum von Oktober 2023 bis 30. Juni 2025 erfolgen. Über den 30. Juni 2025 hinaus ist eine finanzielle Förderung von Vorhaben aus Mitteln des Verfügungsfonds nicht möglich.**

**Interessierte Antragsteller werden auf Wunsch von der Stadt Wittmund bei der umfassend Antragstellung beraten.**

**Die Auswahl der zu fördernden Projekte erfolgt nach klar definierten Kriterien anhand eines Punktesystems.**

**Die Auswahl der Projekte erfolgt in der Reihenfolge des Eingangs der Anträge. Das Volumen der beantragten Projekte sollte in der Regel mindestens 5.000 Euro (inkl. Mehrwertsteuer) umfassen.**

# Innenstadt von Wittmund

## Verfügungsfonds

**Förderfähig sind grundsätzlich alle Ausgaben, die für die erfolgreiche Durchführung der beantragten Projekte erforderlich sind. Der Erwerb von Grundstücken ist nicht zuwendungsfähig.**

**Die Antragsteller müssen Eigenmittel in Höhe von 50 % der zuwendungsfähigen Kosten zur Finanzierung der Vorhaben einbringen.**

**Ausnahmen hiervon sind in begründeten Einzelfällen möglich, sofern die Projekte ausschließlich gemeinnützigen Zwecken dienen. In diesen Ausnahmefällen sind Eigenmittel in Höhe von mindestens 10 % zu erbringen. Die Ausnahmen bedürfen neben der Zustimmung des Fördergremiums eines Beschlusses des städtischen Verwaltungsausschusses.**

Gefördert durch:



Bundesministerium  
für Wohnen, Stadtentwicklung  
und Bauwesen

Zukunftsfähige   
Innenstädte und Zentren

aufgrund eines Beschlusses  
des Deutschen Bundestages

**VIelen DANK FÜR IHRE AUFMERKSAMKEIT!**

**FOKUSSIERT AUF DIE ZUKUNFT  
VON STÄDTEN, GEMEINDEN  
UND REGIONEN**

**Kontakt:**

Dr. Gerhard Becher

Mobil: 0172 305 53 51

Mail: [becher@cima.de](mailto:becher@cima.de)

Weitere Informationen zur CIMA und unseren  
Projekten finden Sie auf unserer Homepage:

**[www.cima.de](http://www.cima.de)**