

Maßnahmen zur Entwicklung der Ortsmitte Fleins

Konzept im Rahmen des Förderprojekts Innenstadtberatung



Bild der Titelseite:

© Regionalverband Heilbronn-Franken

Bild der Rückseite:

© Regionalverband Heilbronn-Franken

Herausgeber: Regionalverband Heilbronn-Franken
Körperschaft des öffentlichen Rechts
Am Wollhaus 17
74072 Heilbronn
Tel.: 07131 6210-0
Fax: 07131 6210-29
info@rvhnf.de

Team Innenstadtberatung: Cornelius van Vugt (Innenstadtberater)
Hinnerk Lütjens (Projektassistenz)
Dr. Martin Heberling (Projektleitung)

Gestaltung: JL Artdesign, Leingarten
Veröffentlichung: Juli 2026

Einführung

Die Transformation des stationären Einzelhandels in Innenstädten und Ortsmitten geht weiter und bringt Folgen mit sich. So hat der Einzelhandel beispielsweise nicht mehr allein die dominierende Rolle inne. Gastronomie, Kultur und Tourismus gewinnen an Bedeutung und heben somit die Multifunktionalität von Zentren hervor. Einkäufe werden gezielter, weswegen immer neue Verweilanzreize geschaffen werden müssen, um nicht nur die Frequenz zu erhalten oder zu erhöhen, sondern auch die Aufenthaltsdauer.

Ziel der Innenstadtberatung ist es, aktuellen Schwierigkeiten wie dem Strukturwandel, dem verstärkten Online-Handel, Krisen und ihren Auswirkungen, aber auch klassischen Problemen wie Leerstand in der Innenstadt mit Ideen von vor Ort zu begegnen.

Das Projektteam der Innenstadtberatung tritt mit dem Slogan „Ihre Innenstadt ist unser Thema“ auf – ein Slogan, der zum einen aussagt, dass sich Externe unterstützend für Ihre Innenstadt oder Ortsmitte eingesetzt haben, und der zum anderen den Staffelstab direkt an die Kommune und örtliche Stadtgesellschaft weiterreicht: Das wichtigste Ziel des Projekts Innenstadtberatung ist es, den Fokus auf die Innenstadt bzw. Ortsmitte zu richten. Das Projekt sollte den Austausch und die Kooperation zwischen Verwaltung und örtlicher Einzelhändlerschaft beleben oder in geeigneter Form institutionalisieren.

Innenstadt ist eine Gemeinschaftsaufgabe und eine Langzeitaufgabe. Weil Innenstädte nicht nur aus harten baulichen Fakten bestehen, sondern auch durch vielfältige soziale Faktoren zum Leben erweckt werden, zeigen sich Veränderungen und Auswirkungen von Maßnahmen häufig nicht direkt. Das bedeutet, dass heute bereits die Innenstadt von übermorgen initiiert wird. Ähnlich wie beim Klimaschutz, der Digitalisierung und den vielen anderen Generationen-Themen, bedarf ein Ja zur Innenstadt Experimentierfreude, Ausdauer, Mut und Weitsicht.



Ihre Innenstadt ist unser Thema



Quelle: Regionalverband Heilbronn-Franken; grafische Umsetzung: JL Artdesign, Leingarten.

Projektablauf

Im Januar 2025 hat der Regionalverband Heilbronn-Franken die Kommunen, welche laut Förderausschreibung zur Projektzielgruppe gehören, angeschrieben: Die Gemeinde Flein hat in diesem Zuge ihr Interesse am Programm bekundet.

Das Projekt Innenstadtberatung ist mit folgenden Bausteinen konzipiert:

- Innenstadt-Check
- Innenstadt-Workshop
- Innenstadt-Konzept

Innenstadt-Check

Der Innenstadt-Check ist ein Dokument, welches den Ist-Zustand der Innenstadt bzw. Ortsmitte festhält und veranschaulicht. Er dient als Einstieg in Gespräche und als Hilfsmittel für die Diskussion in dem darauffolgenden Workshop. Seine Inhalte speisen sich aus Ortsbegehungen sowie aus Einzelgesprächen mit Stadtverwaltung, Stadtmarketing bzw. Gewerbevereinen. Darüber hinaus fließen die Daten aus der Bestandserhebung zur Fortschreibung des Landesentwicklungsplans, sekundärstatistisches Datenmaterial sowie Informationen, die im Internet verfügbar sind, in die Innenstadt-Checks ein. Der Innenstadt-Check ist ein subjektiver Blick des Teams Innenstadtberatung auf die Gegebenheiten vor Ort. Er thematisiert Sachverhalte, die bei Recherchen und Ortsbegehungen aufgefallen sind, und bezieht sich auf einen zeitlichen und thematischen Ausschnitt.

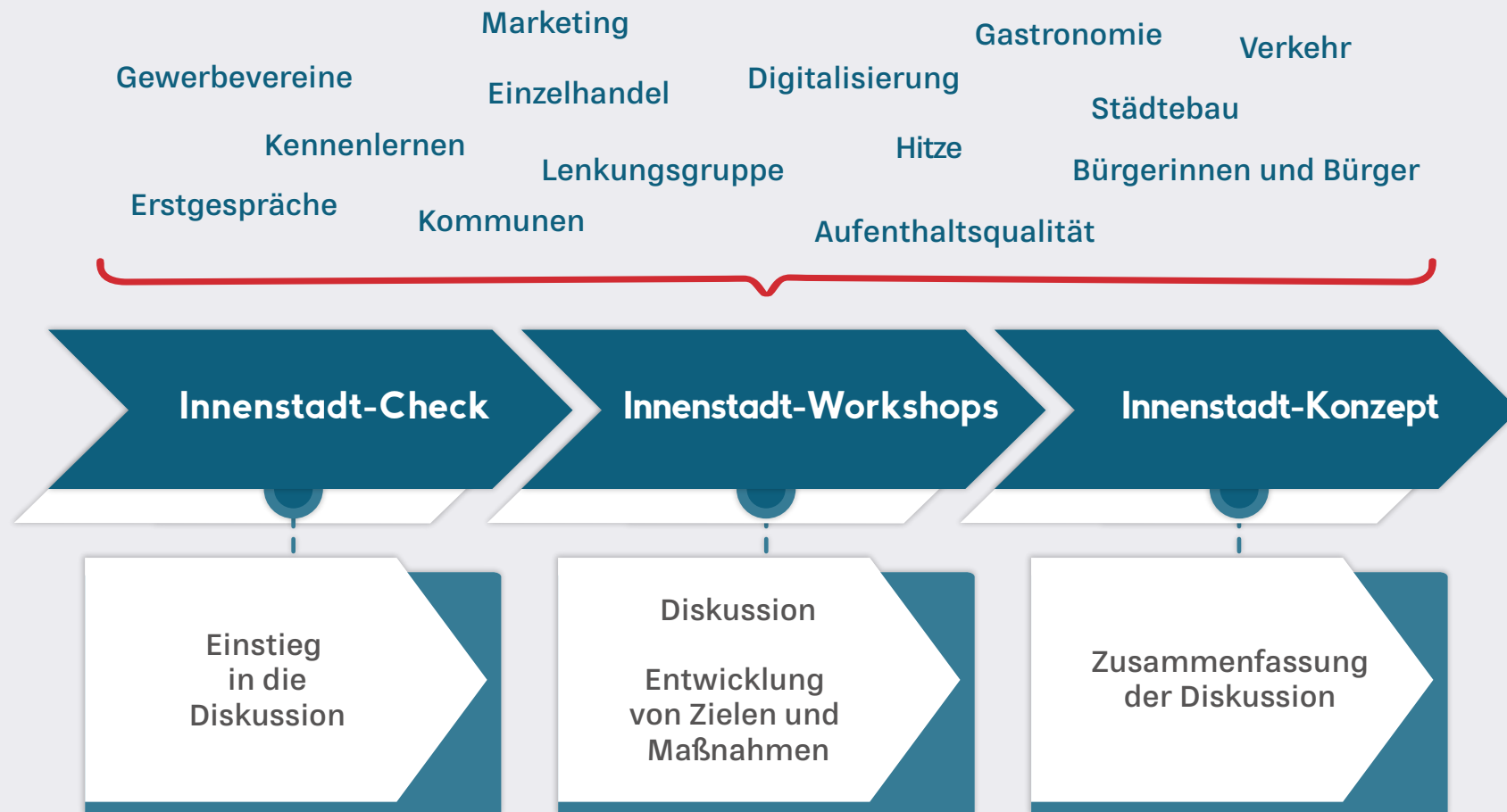
Innenstadt-Workshop

Der Workshop dient dazu, innenstadtrelevante Akteurinnen und Akteure in den Prozess einzubinden. Die Innenstadtberatung strukturiert den Ideenfindungsprozess durch die Erarbeitung von Leitthemen, zu denen erste Ideen formuliert und darauf aufbauend erste konkrete Maßnahmen vorgeschlagen werden. Anschließend bereitet das Projektteam die Ergebnisse im vorliegenden Innenstadt-Konzept auf.

Innenstadt-Konzept

Das Innenstadt-Konzept ist der Beginn der Umsetzungsphase, welche die Akteurinnen und Akteure vor Ort gestalten. Nach dem Blick von außen auf die Innenstadt und der Einbindung der Akteurinnen und Akteure vor Ort, wird mit dem Innenstadt-Konzept ein Maßnahmenbündel vorgeschlagen. Das Konzept enthält hauptsächlich kurz- und mittelfristige Maßnahmen, deren Umsetzung die neu entwickelte Dynamik in puncto Innenstadt bzw. Ortsmitte demonstrieren kann.

Projektbausteine



Quelle: Regionalverband Heilbronn-Franken; grafische Umsetzung: JL Artdesign, Leingarten.

Teil A / Innenstadt-Check

Das Projekt Innenstadtberatung versteht eine Innenstadt bzw. Ortsmitte als multifunktionalen Ort, der von einer Vielzahl unterschiedlicher Nutzungen geprägt ist. Der Einzelhandel ist ein wichtiger Teil davon, profitiert im Miteinander einer Innenstadt aber auch vom Gastronomie- und sonstigen Dienstleistungsangebot wie Banken, Reisebüros oder Arztpraxen. Die innerstädtische Passantenfrequenz und das Thema Aufenthaltsqualität werden als wichtige Faktoren für die Innenstadtentwicklung gesehen. Diesem Aspekt soll der Innenstadt-Check Rechnung tragen.

Der Innenstadt-Check ist wie folgt gegliedert:

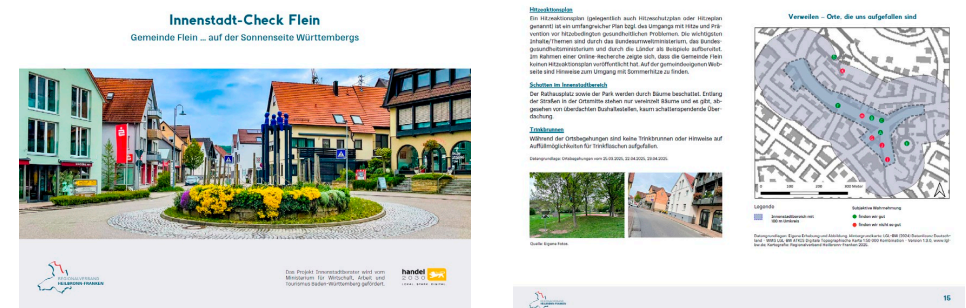
- Beschreibung der Innenstadt bzw. Ortsmitte
- Nachfragepotenzial
- Erreichbarkeit, Angebot und Präsentation

Zuerst wird der Innenstadtbereich bzw. die Ortsmitte identifiziert und der Einzelhandelsbesatz ausschnittsweise betrachtet und beschrieben. Die gestrichelte Linie im Innenstadt-Check stellt keine gebäudebezogene Abgrenzung dar, sondern deutet den projektrelevanten Bereich an, wobei auch das Empfinden der Innenstadt- bzw. Ortsmittengrenzen während der Ortsbegehungen eingeflossen ist.

Im zweiten Teil (Nachfragepotenzial) erfolgt eine Auseinandersetzung mit der potenziell durch die Innenstadt aktivierbaren Nachfrage: Wie viele Menschen leben vor Ort? Wie viele im Einzugsgebiet? Welche Kaufkraft liegt vor und welche Personengruppen sind mögliche Innenstadtnutzerinnen und -nutzer? Sofern gegeben, ist das auf dem Tourismus basierende Potenzial ebenfalls dargestellt.

Der dritte Teil (Erreichbarkeit, Angebot und Präsentation) setzt sich mit den Fragen auseinander, wie die Menschen in die jeweilige Innenstadt kommen bzw. was sie in die Nähe der Innenstadt führt, was sie in der Innenstadt vorfinden und was sie dazu bewegt, in der Innenstadt zu bleiben. In Karten sind wichtige Wegebeziehungen dargestellt und Orte markiert, die während Ortsbegehungen als „gut“ oder „nicht so gut“ aufgefallen sind. Insbesondere diese subjektiven Beobachtungen sind ein Anlass, die Diskussion über die Chancen und Potenziale der Innenstadt bzw. Ortsmitte zu führen.

Der Innenstadt-Check steht auf der Webseite des Regionalverbands Heilbronn-Franken zum Download zur Verfügung.



Quelle: Innenstadt-Check Flein, Regionalverband Heilbronn-Franken.

Der Innenstadt-Check fungiert als Diskussionsanstoß bzw. als Auftakt für einen Prozess, der idealerweise über die Projektlaufzeit hinausgeht. Es ist daher empfehlenswert, ein Gremium einzurichten, welches nach Projektende die Umsetzung der im vorliegenden Konzept festgehaltenen Maßnahmen vorantreiben kann und die Innenstadt oder Ortsmitte immer wieder auf die Tagesordnung bringt.

Teil B / Analyse

Mit dem Innenstadt-Check liegt eine thematisch breit aufgestellte Analyse der Ist-Situation der Innenstadt bzw. Ortsmitte vor. Diese wurde durch Beiträge der auf dem Workshop Anwesenden ergänzt und anschließend wurden aus den Stärken und Schwächen Leitthemen herausgearbeitet, die sich an den Handlungsoptionen einer SWAT-Analyse orientieren. Nachfolgend sind die Stärken und Schwächen nach Oberbegriffen aufbereitet und die Leitthemen aus dem Workshop thematisch zugeordnet.

		Interne Analyse Wettbewerber, Entwicklungsmöglichkeiten, ungünstige Entwicklungen	
		Stärken	Schwächen
Externe Analyse Alleinstellungsmerkmal, was wir besser als andere können, besondere Ressourcen, Erfolgsfaktoren	Chancen	Welche Stärken ergeben neue Chancen?	Welche Schwächen kann ich bearbeiten, um Chancen zu nutzen
	Risiken	Mit welchen Stärken kann ich Risiken begegnen?	Wo drohen Schwächen zu echten Risiken zu werden?

Quelle: Eigene Darstellung.

STÄRKEN

Angebot

Das Angebot der Fleiner Ortsmitte befindet sich auf kompaktem Raum, wobei die Ortsmittenangebote die Grundversorgungsangebote, die außerhalb der Ortsmitte gelegen sind, ergänzen und zu einem kurzen Bummel oder Aufenthalt einladen. Für die Größe der Fleiner Ortsmitte ist bereits eine gute Mischung aus Dienstleistungen, Einzelhandel und Gastronomie vorhanden. Es gibt Anker-Veranstaltungsangebote, die das ortstypische Thema Wein aufgreifen.

(Basierend auf den Check-Themen: Beschilderung von Einzelhandel und anderen Angeboten, Innenstadt/Ortsmitte, Märkte und Veranstaltungen, Nutzungsmix)

Leitthemen: einfache Gastroangebote, Kaufkraft halten

Atmosphäre

Es führen drei Straßen in die Ortsmitte, dabei ist der jeweilige Beginn der Ortsmitte durch das dichter werdende Angebot wahrnehmbar. Man weiß, wann man drin ist. Baulich wirkt der Anblick der terrassenförmigen Anlage hoch zur evangelischen Kirche interessant und die Ortsmitte insgesamt harmonisch, gepflegt und sauber. Es ist kaum Leerstand aufgefallen, die Schaufenster laden zum Entdecken ein.

(Basierend auf den Check-Themen: Bausubstanz, Erster Eindruck Einzelhandel, Sauberkeit, Schaufenster und Leerstand, Sicherheit)

Leitthemen: ganzjährig einheitliche Gestaltung: Wie soll Flein bei der Durchfahrt wirken?, kompaktes Angebot in der Ortsmitte (Gefühl der Weitläufigkeit reduzieren), Leerstand

Erreichbarkeit

Die Ortsmittenangebote sind alle fußläufig voneinander entfernt. Die Ortsmitte selbst ist bestens per ÖPNV (Bus) angebunden. Bei Anfahrt mit dem PKW stehen mehrere größere Parkplätze in unterschiedlicher Entfernung zur Ortsmitte zur Verfügung, die überwiegend barrierefrei wirkt. Durch den Ortsmittenumbau konnten diesbezüglich heutige Standards wie eine barrierefreie Haltestellengestaltung nachgeholt werden.

(Basierend auf den Check-Themen: Barrierefreiheit, digitale Erreichbarkeit, motorisierte und nicht-motorisierte Erreichbarkeit, Parkleitsystem und Parkmöglichkeiten)

Leitthemen: Digitalisierung, Fußgängersicherheit, sichtbare Verbindung zu den Hofwiesen

Rahmengegebenheiten

Eine im Vergleich zum Landkreis Heilbronn und zu Baden-Württemberg insgesamt überdurchschnittliche Bevölkerungsentwicklung sowie überdurchschnittliche und stetig steigende Kaufkraft zeigen das Potenzial für die Ortsmitte Fleins. Die Altersverteilung gibt an, dass insbesondere Erwachsene zwischen 35 und 65 Jahren sowie Kinder in Flein überdurchschnittlich vertreten sind. Neben den Bewohnerinnen und Bewohnern selbst könnten auch im geringen Umfang Touristinnen und Touristen die Fleiner Angebote nutzen, wenn sie bspw. im Rahmen einer Wanderung oder Radtour Flein erreichen.

(Basierend auf den Check-Themen: Bevölkerungsentwicklung, Frequenzbringer, Kaufkraft, raumfunktionaler Zusammenhang, Tourismus, Zentralität)

Leitthemen: bürgerschaftliches Engagement „Flein macht!“

Verweilqualität

Der Rathausplatz ist durch Bäume beschattet und es gibt einen Brunnen. Der eigentliche Erholungsbereich befindet sich im Park-

und Spielplatzgelände in den Hofwiesen. Sitzplätze sind über die Ortsmitte verteilt vorhanden.

(Basierend auf den Check-Themen: Grünelemente, Wasserspiele und Spielelemente, Öffentliche Toiletten, Plätze und Sitzgelegenheiten, Schatten im Innenstadtbereich, Trinkbrunnen, Sicherheit)

Leitthemen: Aufenthaltsqualität steigern, öffentliche WCs, Verweilangebote in der Ortsmitte

Angebot

Es fehlen klassische Frequenzbringerangebote wie Lebensmittel und Drogeriewaren in der Ortsmitte, sodass sich die Ortsmitte die Frequenz mit den beiden Einzelhandelsmärkten an den Ortsausgängen teilen muss und man hauptsächlich für gezielte Ergänzungseinkäufe in die Ortsmitte kommt. Die vorhandene Beschilderung weist überwiegend auf Angebote außerhalb der Ortsmitte hin und führt durch diese durch bzw. aus ihr heraus. Erholungs- und Aufenthaltsbereiche wie die Hofwiesen sind gar nicht ausgeschildert, sodass man diese kennen muss.

(Basierend auf den Check-Themen: Beschilderung von Einzelhandel und anderen Angeboten, Innenstadt/Ortsmitte, Märkte und Veranstaltungen, Nutzungsmix)

Leitthemen: einfache Gastroangebote, Kaufkraft halten

Atmosphäre

Obwohl die Ortsmitte insgesamt kompakt wirkt, erzeugt sie bzgl. des Angebots einen diffusen Eindruck, da die Angebote regelmäßig durch Wohnbebauung unterbrochen sind. Der Aufenthaltsraum ist vom Verkehr überprägt, was sich auch auf das Sicherheitsgefühl auswirken kann: Schwerlastverkehr kommt Fußgängerinnen und Fußgängern gefühlt sehr nahe, Rad- und Elektrorollerfahrerinnen und -fahrer teilen sich die Durchfahrt mit allem motorisierten Verkehr.

Touristische und andere Beschilderung und Dekorationselemente wirken nicht abgestimmt.

(Basierend auf den Check-Themen: Bausubstanz, Erster Eindruck Einzelhandel, Sauberkeit, Schaufenster und Leerstand, Sicherheit)

Leitthemen: sichtbarer Leerstand, Stadtbild (Stein und Grün) stärker nutzen

Erreichbarkeit

Es gibt kein einheitliches Parkleitsystem, welches den Verkehr zu den Parkplatzangeboten steuert. Größere Parkplätze liegen in zweiter Reihe, sodass bei der Durchfahrt zunächst die Parkplätze direkt vor den Geschäften auffallen. Was die digitale Erreichbarkeit betrifft, führt bisher keine Webseite oder Plattform alle Angebote systematisch zusammen.

(Basierend auf den Check-Themen: Barrierefreiheit, digitale Erreichbarkeit, motorisierte und nicht-motorisierte Erreichbarkeit, Parkleitsystem und Parkmöglichkeiten)

Leitthemen: Digitalisierung, Fußgängersicherheit, sichtbare Verbindung zu den Hofwiesen

Rahmengenheiten

Flein schließt direkt an das Stadtgebiet Heilbronn an, sodass hier eine starke Konkurrenzsituation herrscht, was sich in der Einzelhandelszentralität von 0,6 auch widerspiegelt: Es fließt viel Kaufkraft ab, u. a. nach Heilbronn. Ebenso pendelt rund die Hälfte der Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer aus. In puncto Tourismus bietet Flein zwar eigene Wandertouren und ist Teil des touristischen Radwegenetzes, sticht gegenüber anderen Kommunen aber nicht besonders hervor, sodass das touristische Potenzial vermutlich geringer ausfällt.

(Basierend auf den Check-Themen: Bevölkerungsentwicklung, Frequenzbringer, Kaufkraft, raumfunktionaler Zusammenhang, Tourismus, Zentralität)

Leitthemen: bürgerschaftliches Engagement „Flein macht!“

Verweilqualität

Der starke Durchgangsverkehr wirkt sich negativ auf die Verweilqualität aus, man findet in der Ortsmitte keinen ruhigen Aufenthaltsort. Zudem beschränkt sich der kühlende Schatten durch Grün hauptsächlich auf den Rathausplatz, der momentan keine besonderen Verweilanreize und auch keinen Trinkbrunnen bietet. Weder in der Ortsmitte noch in den Hofwiesen ist eine öffentliche Toilette aufgefallen.

(Basierend auf den Check-Themen: Grünelemente, Wasserspiele und Spielelemente, Öffentliche Toiletten, Plätze und Sitzgelegenheiten, Schatten im Innenstadtbereich, Trinkbrunnen, Sicherheit)

Leitthemen: Aufenthaltsqualität steigern, öffentliche WCs, Verweilangebote in der Ortsmitte

Zusammenfassung

Die Ortsmitte Fleins hat Potenzial, sowohl hinsichtlich des vorhandenen Angebots als auch hinsichtlich der Ortsmittennutzerinnen und -nutzer in der Gemeinde. Insbesondere aufgrund der Nähe zum Einkaufs- und Freizeitstandort Heilbronn gilt es in Flein die Aufenthaltsqualität zu steigern, sodass aus Durchfahrten oder gezielten Einkäufen Verweilen wird.

Teil C / Maßnahmen

Die nachfolgenden Maßnahmen sind zum einen Teil direktes Ergebnis des Innenstadt-Workshops, auf dem innenstadtrelevante Akteurinnen und Akteure konkrete Lösungs- und Verbesserungsvorschläge formuliert haben. Der andere Teil der Maßnahmen baut auf den Workshopergebnissen auf und berücksichtigt dabei Inhalte der vorhergehenden Analyse (Teil B).

Bei der Auswahl von Maßnahmen lag der Hauptfokus auf der kurz- und mittelfristigen Umsetzbarkeit. Die Akteurinnen und Akteure der Innenstadt, die Anwohnerschaft sowie Besucherinnen und Besucher dürfen erleben, dass die Innenstadt oder Ortsmitte einen hohen Stellenwert hat und alle gesellschaftlichen Gruppen zur Mitgestaltung eingeladen sind. Je niederschwelliger, desto einfacher kommt man ins Machen.

Die Umsetzung von Maßnahmen, die weiterführende Auseinandersetzung mit lokalen Themen, die kontinuierliche Gestaltung der Aufenthaltsqualität – kurz: das Beleben der Innenstadt – ist Aufgabe der Menschen vor Ort. Sie erleben, gestalten und repräsentieren ihre Innenstadt und kreieren Botschaften, die von Besucherinnen und Besuchern weitergetragen werden. Daher ist jede und jeder dazu eingeladen, die im Folgenden vorgeschlagenen oder selbst formulierten Maßnahmen initiativ anzupacken.

In den Maßnahmenvorschlägen wird ein Zeitrahmen angedeutet. Zur groben Orientierung sind Maßnahmen, die lediglich ein wenig Gelds und Absprache bedürfen, als kurzfristig eingeordnet. Maßnahmen, die eines höheren Abstimmungsaufwands und einer längeren Vorlaufzeit bedürfen, bewegen sich im mittelfristigen Umsetzungshorizont und Maßnahmen, die eindeutig umfassende Abstimmung, Bekanntmachung, einen höheren Mitteleinsatz oder eine breite Beteiligung erforderlich machen, sind als langfristig vorgeschlagen. Die am Schluss jeder Maßnahme aufgeführten Aufgaben sind nicht abschließend, sondern sollen nur auf für die jeweilige Maßnahme wesentliche Punkte hinweisen.

Quelle: Eigene Fotos.



Angebot

Kommerzielle Angebote, insbesondere Einzelhandel und Gastronomie, sind nach wie vor Hauptattraktor einer Innenstadt oder Ortsmitte. Trotz des vorhandenen und für eine Gemeinde der Größe Fleins vielfältigen Angebots fließt jedoch knapp die Hälfte der Kaufkraft ab. Um diese künftig verstärkt zu halten, wurde während des Innenstadtworkshops u. a. darüber diskutiert, wie man die Sichtbarkeit erhöhen bzw. die Wahrnehmung des vorhandenen Angebots stärken und das Angebot ergänzen kann. Als wichtigstes Anliegen hat sich das Thema Gastronomie herauskristallisiert – es gibt den breit getragenen Wunsch, die Ortsmitte mit zusätzlichen Gastronomieangeboten zu attraktivieren und somit zu einer längeren Verweildauer zu kommen, welche sich wiederum positiv auf die weiteren Angebote auswirkt.

Leitthemen: Angebotskommunikation, Binnenstadtmarketing

Maßnahmen

Biergarten in den Hofwiesen

Projekt	Während eines beschränkten Zeitraums, bspw. im Sommer, wird in den Hofwiesen ein kleiner Biergarten eingerichtet, um einen Aufenthaltsort fernab des Verkehrslärms und doch fußläufig zur Ortsmitte gelegen zu schaffen. Während der Öffnungsmonate können dort gelegentlich Musik oder andere Kulturveranstaltungen stattfinden.		
Zeitraumen	☐ kurzfristig	☒ mittelfristig	☐ langfristig
Ist-Situation	Die Hofwiesen haben als ruhiger und sicherer Ort Potenzial.		
Ziel	Ein unkompliziertes Gastronomieangebot einrichten, welches nicht direkt an stark befahrenen Straßen liegt und somit familienfreundlich ist.		
Aufgaben	Zusammenarbeit mit örtlichen Gastronominnen und Gastronomen sowie Handwerksbetrieben, Sanitäranlagen einrichten, Abstimmung mit bestehenden Kulturveranstaltungen.		

Fleiner SommerEisCafé

Projekt	Ein mobiles oder immobiles Angebot an Eis, Kuchen und anderem Gebäck sowie passenden Getränken – ggf. auf die Sommerzeit (Mai bis September) beschränkt – lädt zum gemütlichen Zusammensitzen in der Fleiner Ortsmitte ein, z. B. beim Rathausplatz oder der künftigen Mediathek.		
Zeitraumen	☐ kurzfristig	☐ mittelfristig	☒ langfristig
Ist-Situation	Es fehlt ein unkompliziertes gastronomisches Angebot, um die Menschen während der Sommerzeit regelmäßig in die Ortsmitte zu locken.		
Ziel	Belebung der Ortsmitte durch ein ergänzendes gastronomisches Angebot.		
Aufgaben	Zusammenarbeit mit örtlichen Gastronominnen und Gastronomen sowie Handwerksbetrieben, Unterstützung bei der Betreibersuche, Werbung ab dem jeweiligen Frühjahr.		

Food & Chill – Mittagspause in Flein

Projekt	Ein attraktiver Ort für die Mittagspause in der Ortsmitte (Rathausplatzumgebung) oder evtl. bei den Hofwiesen mit Tischen und Stühlen. Die Verpflegung wird durch die bestehende Gastronomie (Mittagstisch!) oder einen zu gewinnenden Foodtruck versorgt.		
Zeitraumen	☒ kurzfristig	☐ mittelfristig	☐ langfristig
Ist-Situation	Es gibt noch kein etabliertes Mittagsangebot.		
Ziel	Belebung der Ortsmitte zur Mittagszeit.		
Aufgaben	Gemeinsame Planung von Gemeindeverwaltung und Gewerbeverein, Absprachen mit örtlichen Gastronomen, ggf. Koordination eines mobilen Angebots, Entscheidung für mobiles oder dauerhaftes Mobiliar.		

Kultur in Einzelhandel, Gastronomie oder Dienstleistung

Projekt	Bestehende, regelmäßige Kulturangebote finden abwechselnd (und thematisch passend) in oder vor Einzelhandelsbetrieben statt, um immer wieder potenzielle Kundinnen und Kunden in die Geschäftsräume zu bringen, bspw. Lesungen, ein Reisebericht, oder ein kleines Konzert (musikalisches Amuse-Bouche).		
Zeitraumen	☒ kurzfristig	☐ mittelfristig	☐ langfristig
Ist-Situation	Die Lebensmitteleinzelhandelsbetriebe an den Ortsausgängen sind Kundenmagneten, es fehlt in Flein an Bummelatmosphäre, sodass Spontankäufe eher selten der Fall sind.		
Ziel	Regelmäßig potenzielle Kundinnen und Kunden mit dem Angebot vor Ort in Berührung bringen.		
Aufgaben	Zusammenarbeit zwischen dem örtlichen Einzelhandel und den Kulturständigen der Stadtverwaltung initiieren.		

Atmosphäre

Obwohl die Ortsmitte Fleins klein ist, nimmt man als Erstbesucherin oder -besucher eine gewisse Zusammenhanglosigkeit wahr. Die wichtigen Frequenzbringer sind an den Ortsausgängen, die Angebote in der Ortsmitte sind durch Wohnen unterbrochen und präsentieren sich dadurch nicht kompakt und übersichtlich. Im Workshop hat sich der Wunsch nach einer fühlbar kompakten, klaren Ortsmitte herauskristallisiert. Hinzu kommt, dass der mitunter starke Durchgangsverkehr eine Hürde für die verweilatmosphärische Gestaltung der Ortsmitte darstellt.

Leitthemen: ganzjährig einheitliche Gestaltung: Wie soll Flein bei der Durchfahrt wirken?, kompaktes Angebot in der Ortsmitte (Gefühl der Weitläufigkeit reduzieren), Leerstand

Maßnahmen

Einheitliche Gestaltung (Wiedererkennungswert)			
Projekt	Flein-eigene Dekoration, Bepflanzung und Gestaltung in saisonalen Varianten schaffen, die im gesamten Gemeindegebiet verwendet werden, sodass ein Wiedererkennungswert besteht und man bei der Durchfahrt Einheitlichkeit und Zusammengehörigkeit wahrnimmt. Ggf. ein verbindendes Element in der Schaufenstergestaltung vorschlagen.		
Zeitraumen	☐ kurzfristig	☐ mittelfristig	☒ langfristig
Ist-Situation	Aktuell sind themenbezogene Elemente (Bepflanzung, Dekoration, Kunst) vorhanden. Es sticht kein einheitliches Erscheinungsbild heraus.		
Ziel	Einheitliche Gestaltung der Ortsmitte, um den Wiedererkennungswert und ein Gefühl der Zusammengehörigkeit zu steigern.		
Aufgaben	Stadtverwaltung und Gemeinderat finden Gestaltungsideen, ggf. Bevölkerung beteiligen, Kunstschaffende oder Werbeagentur beauftragen.		

Ruhige Orte			
Projekt	Auf die im Rahmen der Begehungen für den Innenstadt-Check aufgefallenen ruhigen Orte (Grünfläche in den Hofwiesen, Sitzbänke bei der evangelischen Kirche, Sitzbank in der Kirchgasse vor dem Pfarramt) proaktiv hinweisen, um einen Gegenpol zum erlebbaren Verkehrslärm anzubieten.		
Zeitraumen	☒ kurzfristig	☐ mittelfristig	☐ langfristig
Ist-Situation	Im und nahe des Ortsmittenbereichs gibt es ruhige Orte, auf die nicht explizit hingewiesen wird.		
Ziel	Der Bevölkerung, Besucherinnen und Besuchern vermitteln, dass Flein durchaus auch ruhige Ecken zu bieten hat.		
Aufgaben	Orte kartieren, Kommunikationswege und -aktionen besprechen.		

Willkommen in der Ortsmitte			
Projekt	Im Austausch mit der Einzelhändlerschaft, Personen aus der Gastronomie sowie Dienstleisterinnen und Dienstleistern in der Ortsmitte Fleins werden Standorte für ein Schild „Willkommen in der Ortsmitte Fleins“ festgelegt, um visuell in die zentrale Umsatzstätte einzuladen. Alternativ sind (temporäre) Banner an/ über der Straße denkbar.		
Zeitraumen	☐ kurzfristig	☒ mittelfristig	☐ langfristig
Ist-Situation	Wo die Ortsmitte jeweils beginnt, ist ersichtlich. Im Moment wirkt das Angebot innerhalb der Ortsmitte weitläufig und teilweise unzusammenhängend.		
Ziel	Das Fleiner Angebot kompakter wirken lassen.		
Aufgaben	Intensiver Austausch mit Einzelhandels-, Gastronomie- und Dienstleistungsbetrieben vor Ort.		

Erreichbarkeit

Erreichbarkeit und Orientierung gehen Hand in Hand und umfassen im Internet auffindbare Informationen, die bei einer Recherche vor einem (Erst-)Besuch auffallen. Die Fleiner Ortsmitte ist sehr gut per ÖPNV erreichbar und gleichzeitig starkem Durchgangsverkehr ausgesetzt. Die Angebote in der Ortsmitte sind kaum ausgeschildert, während die prominent platzierten Wegweiser zu Angeboten außerhalb der Ortsmitte führen. Wie man das Vorhandene einheitlich und kompakt sichtbar machen kann, stellt somit eine wichtige Frage bei der weiteren Gestaltung der Fleiner Ortsmitte dar.

Leitthemen: Digitalisierung, Fußgängersicherheit, sichtbare Verbindung zu den Hofwiesen

Maßnahmen

Der Ortsmittenbesuch beginnt im Internet

Projekt	Aktuelle Google Maps-Einträge, ein Angebotsverzeichnis auf der Gemeindefwebseite oder der Webseite des Gewerbevereins Flein e. V., welches per QR-Code auf Karten u. Ä. erreichbar ist, ermöglichen potenziellen Kundinnen und Kunden bereits zuhause die Planung des nächsten Flein-Besuchs. Um hierbei Einheitlichkeit zu garantieren und die Einträge aktuell zu halten, bedürfte es einerseits einer zuständigen Person/Stelle (Kümmerer), welche die Aktualität regelmäßig einfordert, sowie der gegenseitigen Unterstützung, falls der Umgang mit den digitalen Mitteln schwierig erscheint.		
Zeitraumen	☒ kurzfristig	☐ mittelfristig	☐ langfristig
Ist-Situation	Im Moment gibt es sowohl auf der Webseite der Gemeindeverwaltung als auch auf der Webseite des Gewerbevereins ein jeweils unterschiedlich kategorisiertes Leistungsverzeichnis, auf das man bei der Orientierung vor einem Erstbesuch nicht sofort stößt.		
Ziel	Einfach auffindbare Übersicht der lokalen Angebote.		
Aufgaben	Austausch bzgl. einer einheitlichen Darstellung, Übernahme der Kümmererfunktion durch eine Person/Stelle und Festlegen der Orte, in welche die digitalen Leistungsverzeichnisse (per QR-Code) integriert werden können (z. B. Mitteilungsblatt, Webseite, Stadtplan).		

Fleiner Schaukästen

Projekt	Es bietet sich an, die Werbevitrinen an den neuen Bushaltestellen seitens der Gemeindeverwaltung und des Gewerbevereins Flein e. V. gemeinsam zu bespielen. Hierdurch werden ÖPNV-Nutzerinnen und -nutzer und Passantinnen und Passanten erreicht. Idealerweise nutzt die Gemeindeverwaltung eine Vitrine für wechselnde Aushänge, Werbung für Kulturveranstaltungen u. Ä. und hängt in einer zweiten Vitrine (ggf. zusammen mit dem Gewerbeverein) längerfristig Informationen aus, bspw. einen Plan mit Ortsmittenangeboten oder während der Sommerzeit eine Kühle-Orte-Karte. Die restlichen Vitrinen bieten sich zur wechselnden Nutzung durch Gewerbevereinsmitglieder an (klassische Werbung, Aktionshinweise, Veranstaltungshinweise).		
Zeitraumen	☒ kurzfristig	☐ mittelfristig	☐ langfristig
Ist-Situation	Die bisherige Litfaßsäule wurde im Zuge der Sanierungsarbeiten durch vier Werbevitrinen ersetzt.		
Ziel	Informationen und Angebote an prominenten Orten mit viel Personenfrequenz platzieren.		
Aufgaben	Rücksprache zwischen Stadtverwaltung und Gewerbeverein hinsichtlich der geteilten und situativ auch gemeinsamen Nutzung der zur Verfügung stehenden Vitrinen.		

Kühle-Orte-Karte

Projekt	Während der Sommerzeit stellt die Gemeindeverwaltung eine Karte mit kühlen Orten (Schattenplätze, kühle öffentliche Gebäude), mit Trinkwasserangeboten, Zugang zu Brunnen/Wasserspielen/Bächen, Eis-Angeboten, Zugang zu Toiletten und weiteren thematisch passenden Karteninhalten digital, per Aushang und ggf. in gedruckter Form zur Verfügung.		
Zeitraumen	☒ kurzfristig	☐ mittelfristig	☐ langfristig
Ist-Situation	Bisher ist keine Übersicht bei Hitze angenehmer Orte vorhanden.		
Ziel	Niederschwellig über saisonal wichtige Angebote informieren.		
Aufgaben	Rücksprache zwischen Stadtverwaltung und Gewerbeverein bzgl. Beteiligung an bspw. kostenlosen Trinkwasserangeboten und Zugang zu gekühlten Räumen.		

Park- und Fußgängerleitsystem			
Projekt	Im Zusammenhang mit dem Projekt Park.Raum.Dialog bietet es sich an, den ruhenden Verkehr stärker zu konzentrieren, um die Aufenthaltsqualität in der Ortsmitte zu erhöhen. Nachfolgend bedarf es einer verbesserten Orientierung und Führung von Fußgängerinnen und Fußgängern, auch im Hinblick auf eine sichtbare Anbindung des parallel zur Ortsmitte gelegenen Naherholungsbereichs in den Hofwiesen. Da die Ortsmitte Fleins nicht groß ist und schnell der Eindruck eines Schilderwalds entstehen kann, wäre eine Kombination aus einer stringenten Parkleitbeschilderung sowie Bodenmarkierungen für Wege von Parkplätzen in die Ortsmitte sowie von der Ortsmitte in die Hofwiesen denkbar.		
Zeitraumen	☐ kurzfristig	☒ mittelfristig	☐ langfristig
Ist-Situation	Uneinheitliche Ausschilderung des Parkplatzangebotes, keine Ausschilderung des Naherholungsbereichs in den Hofwiesen, Hinweis auf Angebote außerhalb der Ortsmitte.		
Ziel	Aktive Steuerung hin zu Sammelparkplatzangeboten, Fußgängerinnen und Fußgänger orientieren.		
Aufgaben	Stadtverwaltung und Gemeinderat befassen sich mit Parkplatzschwerpunkten und tauschen sich ergänzend mit Ortsmittenanbietern zu gewünschten Wegeführungen aus.		

Rahmengenheiten

Wie in der Auswertung der Stärken und Schwächen beschrieben, weist Flein einerseits eine überdurchschnittliche Bevölkerungsentwicklung und einen merklichen Anteil an potenziell kauffreudigen Personen im Alter zwischen 35 und 65 Jahren auf, andererseits verliert Flein Kaufkraft an Heilbronn und ist auch keine ausgeprägte Touristendestination, in der durch Tourismus Kaufkraft von extern hinzutritt.

Das Team Innenstadtberatung hat während der Durchführung der Innenstadtberatung (Gespräche, Checkbegehungen, Workshop) eine sehr engagierte Stadtverwaltung und einen sehr engagierten Gewerbeverein erlebt, auch in der Abstimmung untereinander. Somit arbeiten bereits die richtigen Akteurinnen und Akteure zusammen, deren Aktionen, Veranstaltungen und weiteren Vorschläge sicherlich zum Ziel haben, einen höheren Kaufkraftanteil in Flein zu halten. Tatsächlich tragen Einzelhandels, Gastronomie- oder Dienstleistungsbetriebe jeweils für sich zur wirtschaftlichen Attraktivität bei, während Gemeinderat, Stadtverwaltung und Einwohnerschaft für Aufenthaltsqualität als evtl. nicht-kommerzielles Angebot sorgen.

Aus Sicht des Teams Innenstadtberatung hat Flein nicht das Potenzial, die Gemeinde kurzfristig touristisch deutlich attraktiver zu gestalten, da Flein bzgl. der eigenen Themen (Wein, Wandern, Radfahren) in einer regionaltypischen Konkurrenz steht. Aus diesem Grund empfehlen wir keine Maßnahmen zu den beschriebenen Rahmengenheiten und verweisen umso deutlicher auf die Verweilqualität.

Leitthemen: bürgerschaftliches Engagement „Flein macht!“

Verweilqualität

Angebot, Erreichbarkeit und Atmosphäre sind wesentliche Attraktoren – wenn ein interessantes Angebot unkompliziert erreichbar ist, man sich vor Ort orientiert und atmosphärisch wohl fühlt, ist die erste Hürde der Frequenzsteigerung überwunden. Jetzt kommt es darauf an, die Ortsmittenbesucherinnen und -besucher dazu zu animieren, möglichst viel Zeit vor Ort zu verbringen, und somit potenziell mehr Angebote wahrzunehmen. Die Verweilqualität wird von vielen Faktoren bestimmt. In Flein hängt diese stark mit dem Thema Verkehr und Verkehrslärm zusammen. Aber auch die vorgeschlagenen Maßnahmen zur Reduktion des Weitläufigkeitsgefühls sowie Angebote, welche immer wieder in die Ortsmitte locken und somit an diesen Aufenthaltsort gewöhnen, zur Qualitätssteigerung bei.

Leitthemen: Aufenthaltsqualität steigern, öffentliche WCs, Verweilangebote in der Ortsmitte

Maßnahmen

Rathausplatz als attraktive Ortsmitte			
Projekt	Mehr Sitzmöglichkeiten (ggf. beweglich), Lärmschutz durch Pflanzenwände Richtung Kreisverkehr, ein Sonnensegel oder andere zusätzliche schattenspendenden Elemente und evtl. Tische (während der Sommerzeit) würden den Rathausplatz zu einem Aufenthalts- und Begegnungsort umgestalten. Gastronomie befindet sich in unmittelbarer Nähe, künftig ebenso die Mediathek, und die Toiletten im Rathaus stehen während der Öffnungszeiten zur Verfügung.		
Zeitraumen	☐ kurzfristig	☐ mittelfristig	☒ langfristig
Ist-Situation	Der Rathausplatz hat Potenzial, es sind Bäume, Sitzgelegenheiten, ein Brunnen und nahegelegene Gastronomie vorhanden.		
Ziel	Umgestaltung des Rathausplatzes, Verkehrslärm mindern.		
Aufgaben	Die Stadtverwaltung eruiert, was örtlich realisierbar ist. Der Gewerbeverein kann darauf hinwirken, dass Mitgliedsbetriebe regelmäßig (z. B. beim Einkauf von Essen zum Mitnehmen) Kundinnen und Kunden auf die dann umgestaltete Ortsmitte als Pausenort hinweisen.		

Fleinette, Fleiner Örtchen (öffentliche Toilette)

Projekt	Wer mehr Zeit in der Ortsmitte verbringt, ggf. isst, trinkt, mit Kindern etwas unternimmt, möchte auch gerne vor Ort eine Toilette nutzen können. Falls das nicht möglich ist, wird der Heimweg früher angetreten. Es empfiehlt sich, klassischerweise auf eine Kombination von gestellten Toiletten der Gemeindeverwaltung und Angeboten netter Toiletten von Innenstadtakteuren zu setzen. Wichtig ist die Sichtbarkeit per Kartendarstellung, Hinweis auf Eingangstüren und evtl. Ausschilderung.		
Zeitraumen	☐ kurzfristig	☒ mittelfristig	☐ langfristig
Ist-Situation	Im Moment steht an wichtigen Aufenthaltsbereichen der Ortsmitte keine öffentliche Toilette zur Verfügung. Während der Öffnungszeiten der Gemeindeverwaltung kann ggf. auf die dortige Toilette ausgewichen werden.		
Ziel	In der Ortsmitte und evtl. im Naherholungsbereich in den Hofwiesen eine öffentliche Toilette anbieten.		
Aufgaben	Der Gewerbeverein eruiert, ob Einzelhändlerschaft, Gastronomietreibende oder Dienstleisterinnen und Dienstleister eine nette Toilette anbieten.		

(Neue) Ortsmitte in Aktion

Projekt	Ein evtl. neugestalteter Rathausplatz sowie die Mediathek bieten Platz für regelmäßige Aktionen durch Vereine, die Stadtverwaltung oder lose organisierte Gruppen. Die beiden Orte werden regelmäßig in die Angebotsplanung von Veranstaltungen und Aktionen miteinbezogen, lokale Gastronomiebetriebe können die Gäste kulinarisch versorgen. Hierdurch kommen Veranstaltungsteilnehmerinnen und -teilnehmer regelmäßig mit dem „Ortsmittenwohnzimmer“ in Berührung.		
Zeitraumen	☐ kurzfristig	☒ mittelfristig	☐ langfristig
Ist-Situation	Die (neuen) Aufenthaltsorte müssen noch gestaltet und belebt werden.		
Ziel	Aufenthaltsqualität und Gründe, in der Ortsmitte Zeit zu verbringen, bieten.		
Aufgaben	Gezielt Vereine und Gruppen ansprechen, die etwas vor Ort veranstalten können.		

Trinkbrunnen und/oder Refill-Netzwerk

Projekt	Trinkwasserauffüllmöglichkeiten sind ein wichtiger Beitrag zur Verbesserung der Aufenthaltsqualität. Hierzu können entweder an stark frequentierten Plätzen Trinkwasserbrunnen installiert werden oder es wird, ähnlich wie bei „Die nette Toilette“, ein Netzwerk an Gastronomie, Einzelhandel und weiteren frequenzstarken Orten aufgebaut, bei denen man kostenlos eine Trinkflasche auffüllen kann. Ein Beispiel hierfür ist „Refill Deutschland“, worüber man Plakate und Aufkleber für die teilnehmenden Orte beziehen kann. In Flein kommen der Rathausplatz und die Grünfläche in den Hofwiesen als Standorte für einen Trinkbrunnen in Frage.		
Zeitraumen	☐ kurzfristig	☒ mittelfristig	☐ langfristig
Ist-Situation	Es sind keine Trinkwasserauffüllmöglichkeit aufgefallen.		
Ziel	Trinkwasser zur Verfügung stellen und ggf. durch das kostenlose Refill-Angebot die Aufenthaltsqualität allgemein sowie ggf. zusätzlich auch die Frequenz bei den Betrieben steigern.		
Aufgaben	Die Stadtverwaltung befasst sich mit den öffentlichen Trinkbrunnen, der Gewerbeverein bespricht, ob eine Teilnahme am Netzwerk „Refill Deutschland“ gewünscht ist.		

Womit anfangen?

Während des Innenstadt-Workshops hatten wir darum gebeten, die Leitthemen per Klebpunkte zu priorisieren. Diese Priorisierung zeigt auf, welche Leitthemen und darunter fallenden Maßnahmen zunächst angepackt werden sollten, um mit kleinen (oder etwas größeren) Veränderungen ein Signal der Weiterentwicklung in die Innenstadtgesellschaft zu geben.

19 Punkte	Verweilangebote in der Ortsmitte
13 Punkte	einfache Gastroangebote
13 Punkte	Kaufkraft halten
11 Punkte	Aufenthaltsqualität steigern
9 Punkte	ganzjährig einheitliche Gestaltung: Wie soll Flein bei der Durchfahrt wirken?
4 Punkte	Fußgängersicherheit
4 Punkte	öffentliche WCs
3 Punkte	Digitalisierung
2 Punkte	kompaktes Angebot in der Ortsmitte (Gefühl der Weitläufigkeit reduzieren)
1 Punkt	bürgerschaftliches Engagement „Flein macht!“
1 Punkt	Leerstand
1 Punkt	sichtbare Verbindung zu den Hofwiesen

Ausblick

Wir bedanken uns für Ihre Teilnahme am Projekt Innenstadtberatung, für Ihr Engagement und Ihre Kreativität. Gemeinsam haben wir die Innenstadt zum Thema gemacht. Das Innenstadtkonzept ist Ergebnis dieses Prozesses und gleichzeitig Startsignal für die Umsetzung und Implementierung.

Bleiben Sie dran! Eine Innenstadt oder Ortsmitte ist historischer Kern und Mittelpunkt eines Wohn- und Arbeitsortes. Sie versorgt die Menschen mit Waren des täglichen Bedarfs, mit Kultur, Sozialem, Verwaltung und Freizeitmöglichkeiten. Sie ist „gute Stube“, Aushängeschild und Schaufenster für Besucherinnen und Besucher. Machen Sie die Innenstadt immer wieder aufs Neue zu Ihrem Thema!

