

# Gemeinde Brensbach: Entwicklungsoffensive Ortskerne



## Projektgruppe Sitzung 1

### Protokoll

ppa. Matthias Prüller  
Dipl.-Geographin Julia Bubbel

## **Wesentliche Themen der Diskussion**

## Wesentliche Inhalte der Diskussion

### Flächenbedarf

- Grundsätzlich durchaus viele Anfragen in Brensbach und auch den Nachbarkommen nach Gewerbeflächen. Da in allen Orten Flächenknappheit besteht, können hier Ausweisungen im angepassten Rahmen durchaus sinnvoll sein.

### Umsetzung / Struktur

- Erste sichtbare Maßnahmen sollten zeitnah umgesetzt werden, parallel dazu können mittel- bis langfristige Maßnahmen auf den Weg gebracht werden.  
(Beispiel für erste sichtbare Maßnahme: Beschilderung: Begrüßungsschilder mit einheitlichem Layout in allen Ortsteilen. Allerdings benötigt man auch Besuchsgründe für den Ortskern, Schilder allein sind hier nicht ausreichend. Konzept wäre wichtig, dass man beginnen kann und mit der Zeit entsprechend um weitere Schilder ergänzen kann. Mögliche heute schon bestehende Anziehungspunkte: Kleinkunstabühne, Keltereien, beleuchteter Kirchturm)
- Lenkungsgruppe ist mit einzubinden
- Definition über Aufgaben und Zuständigkeiten (Gewerbe, Gemeinde, Vereine, Ortsteile usw.)

### Straßenraum

- Bauliche Veränderungen im Brensbacher Ortskern notwendig.
- Aufenthaltsqualität schaffen wird ebenfalls als notwendig gesehen.

## Wesentliche Inhalte der Diskussion

### Breitband

- Grundsätzlich hat der Odenwaldkreis bereits eine gute Entwicklung im Bereich Breitband, so dass auch überall eine Versorgung mit 50 Mbit/s derzeit bereits möglich ist. (allerdings nicht mit Telekom Altverträgen, so dass hier im Einzelfall eine Beratung von Betrieben notwendig sein kann).
- Grundsätzlich ist das Problem zeitnah behebbar.

### Sonstiges

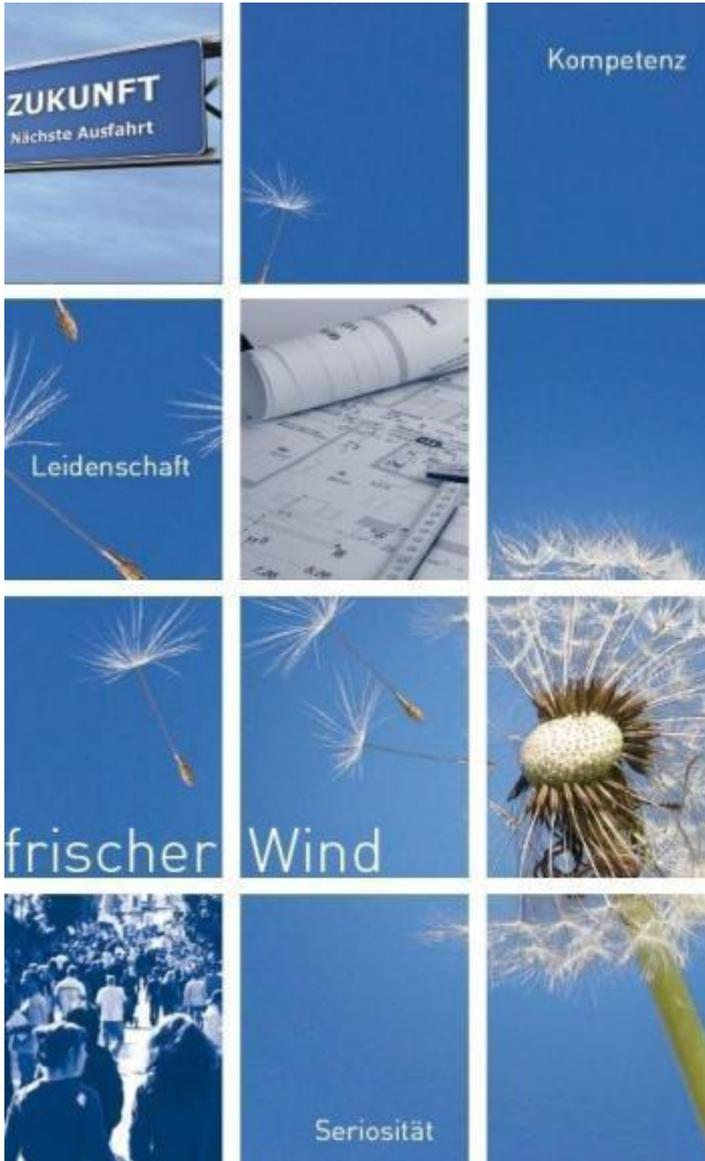
- Zukunftsorientierung berücksichtigen (Maßnahmen Smart City)
- Im Weiteren Verlauf der Konzepterarbeitung braucht es konkrete Maßnahmen, Einbindung Beispiele aus anderen Kommunen
- Zielgruppen definieren: z.B. Fahrradtourismus, Wanderer (Alemannenweg), Besucher Kleinkunsthöhle
- Besonderheiten von Brensbach sind zu berücksichtigen / bei Umsetzungsmaßnahmen ggf. einzubinden, z.B. ansässige Keltereien
- Berücksichtigung Ortsteile, allerdings sind gerade die Bedarfe bei Handel und Dienstleistungen nur noch begrenzt, so dass man sich auch einen Ortskern konzentrieren sollte. Gestaltung und Schaffung Aufenthaltsräume ist allerdings für alle Ortsteile zu berücksichtigen.
- Alternativ sind Leerstände auch für eine Entwicklung von Wohnraum denkbar (u.a. auch barrierefreies Wohnen)

## nächste Schritte (imakomm AKADEMIE):

1. Ausarbeitung der Strategie in konkrete Maßnahmen mit Zeithorizonten
2. Diskussion der Maßnahmenvorschläge in der 2. Projektgruppe (Terminierung erfolgt noch (geplant: Februar), Einladung aller Teilnehmer der 1. Projektgruppe) und ggf. Anpassung einzelner Vorschläge
3. Ergänzung der erarbeiteten Maßnahmen und Erarbeitung des Gesamtkonzeptes als Basis zur Diskussion / zum Beschluss des gesamten Maßnahmenpakets

# Folien

## Projektgruppensitzung 1



## Gemeinde Brensbach: Entwicklungsoffensive Ortskerne



### Projektgruppe Sitzung 1

*Hinweis: Alle Daten stellen einen vorläufigen Zwischenstand aus bisherigen Erhebungen und Datenanalysen dar. Eine vollständige Datenauswertung erfolgt im Rahmen der Erstellung der Gesamtkonzeption.*

ppa. Matthias Prüller  
Dipl.-Geographin Julia Bubbel





... heute geht es um „ANALYSE“ und „STRATEGIE“,  
(noch) kaum um Maßnahmen im Detail...

**Das ist aber wichtig!**

**Denn Strategie ist synonym für „Schlagkraft“!**

**„Wer nichts waget, der darf nichts hoffen.“**

Friedrich Schiller

Wallensteins Lager 7. Auftritt (Wachtmeister)

- 1. Ziel des Projektes**
2. Zentrale Analyseergebnisse
3. Erste Strategieansätze
4. Umsetzung: erste Maßnahmenideen
5. Nächste Projektschritte

## 1. Ziel des Projektes

**inhaltliche** und **räumliche** **Entwicklungsperspektiven** für die Ortskerne:

- **Quantifizierung** von **Nutzungspotenzialen**
- **Funktionsräumliches** **Entwicklungskonzept**
- **Maßnahmen** (=Inhalte) zur **Weiterentwicklung** der **Ortskerne**
- **Umsetzungsstrukturen**

→ Es entsteht eine **umfassende Strategie** für die **Entwicklung der Ortskerne**



### Konsequenz:

- Konkretisierung und **Weiterentwicklung** auf Basis des **Leitbildes**
- Liste mit **realistischen Nutzungen** für Einzelhandel, Dienstleistungen, Wohnformen
- **Kartografische Darstellung** von Entwicklungsansätzen nach Teilräumen
- **Konkret** ausgearbeitete **Maßnahmen** und **Strukturen** mit Zeitplanung und Verantwortlichkeiten

## Das Projekt im Überblick: Aktueller Stand



# Leitbild Brensbach



## Auswertung Leitbild Gruppenarbeiten - Ideenkatalog

I. Wirtschaft	Anmerkungen	Hinweis	Umsetzbarkeit (Ampelfarben)
1) Aktivierung des Gewerbevereins evtl. in Form eines Stammtischs → Aufgaben/Themen: > Kleingewerbe unterstützen > Organisation von Verkaufsgemeinschaften in leerstehenden Geschäften > Festivitäten organisieren (Apfeltage/Motorfrühling)	> In lockerer Form direkter Informationsaustausch mit Politik und Verwaltung	> Mitgliederliste/Liste der Gewerbebetriebe  Konkreter Vorschlag zur Einrichtung eines "Kreativladens" liegt vor Treffpunkt, Kunstgewerblich und künstlerisch ausgerichtet - Trägerschaft ?	Ersten Kontakt herstellen kurzfristig umsetzbar  muß noch konkretisiert werden (Unterstützung durch: ?)
2) Internetauftritt der kleinen Gewerbe über die Gemeinde	> Möglichkeiten des Eintrags auf der gemeindlichen Internetseite verbessern	> Infoblatt für Gewerbeanmelder	kurzfristig umsetzbar <b>Arbeitsauftrag an Verwaltung</b>
3) Wochenmarkt/ Marktplatz	> ggf. wechselweise Beschickung durch Gewerbetreibende	> freier Platz im Ortskern	Interesse/Teilnehmerkreis erfragen Vorbereitung durch Verwaltung erforderlich siehe auch III. a) 1+2
4) Umfrageaktion	> Bürger wahrnehmen		muß noch konkretisiert werden
5) Ansiedlung/Förderung des Kleinhandels und der Nahversorgung	> Tante Emma Laden, Buchhandlung, Drogeriemarkt, Fachärzte		muß noch konkretisiert werden Maßnahmen hierzu erarbeiten
6) Zusammenarbeit und engere Abstimmung mit Nachbargemeinden		> Aktivität der Gemeinde	Es besteht
7) REWE Gebiet zu Shopping Zentrum ausbauen		> Aktivität der Gemeinde	
8) mehr Grünflächen und Bäume		> Aktivität der Gemeinde	
9) Rahmenbedingungen für Festlichkeiten verbessern	> Sperrstunde, Räumlichkeiten	> Aktivität der Gemeinde	noch näher zu konkretisieren Zuständigkeit des Gemeindevorstandes

**Leitbild wird als Grundlage der weiteren Maßnahmen und Strategien eingebunden**

1. Ziel des Projektes
- 2. Zentrale Analyseergebnisse**
3. Erste Strategieansätze
4. Umsetzung: erste Maßnahmenideen
5. Nächste Projektschritte

## 2. Zentrale Analyseergebnisse

### Methodisches Vorgehen

#### Analyse

- Evaluation Unterlagen
- Prüfung sozioökonomische Rahmenbedingungen
- Bestandsanalyse Gewerbeflächen & Bewertung
- Bestandsanalyse Wohnbauflächen & Bewertung
- Analyse Entwicklungsflächen
- Erfassung Funktionsräume und Defizite
- Unternehmensbefragung
- Immobilieneigentümergebefragung
- Expertengespräche

#### Strategie

- Funktionsräumliches Entwicklungskonzept
- Empfehlungen zu Schlüsselflächen / -objekten
- Entwicklungsperspektiven der Ortskerne aller Ortsteile

#### Umsetzung

- Erarbeitung Maßnahmen
- Ausweisung notwendige Strukturen

#### Beteiligung

- Befragungen (siehe Analyse)
- Zwei Projektgruppensitzungen

## 2. Zentrale Analyseergebnisse

### Statistische Daten

Indikator	Brensbach	Odenwaldkreis	Land Hessen
<b>Bevölkerungsstruktur</b> (31.12.2016)			
<b>Bevölkerung</b>	5.057	96.473	6.213.088
<b>Kinder- und Jugendquotient</b> (Anteil Personen unter 15 Jahre)	10,8%	12,7%	13,7%
<b>Altenquotient</b> (Anteil Personen ab 65 Jahre)	22,8%	23,0%	20,4%
<b>Anteil nichtdeutsche Bevölkerung</b>	7,0%	12,5%	15,1%
<b>Geburtenüberschuss</b> (pro 1.000 Einwohner)	-5	-4	-1
<b>Wanderungssaldo</b> (pro 1.000 Einwohner)	7	-2	7
<b>Beschäftigte</b> (30.06.2016)			
<b>Sozialversicherungspflichtig beschäftigte Arbeitnehmer am Wohnort</b> am 30.06.2016 (pro 1.000 Einwohner)	384	374	377
<b>Sozialversicherungspflichtig beschäftigte Arbeitnehmer am Arbeitsort</b> am 30.06.2016 (pro 1.000 Einwohner)	251	280	396
<b>Pendlersaldo</b> der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten über die Gemeindegrenzen am 30.06.2016 (pro 1.000 Einwohner)	-133	41	19

grün = überdurchschnittlich

gelb = unterdurchschnittlich

## Statistische Daten

Indikator	Brensbach	Odenwaldkreis	Land Hessen
<b>Anteil Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte 2017</b>			
<b>Produzierendes Gewerbe</b>	60,9%	40,0%	24,3%
<b>Handel, Gastgewerbe und Verkehr</b>	11,4%	17,3%	24,3%
<b>Öffentliche und private Dienstleistungen</b>	23,9%	28,4%	25,4%
<b>Tourismus / Übernachtungen</b>			
<b>Bettenangebot</b> (pro 1.000 Einwohner)	22	46	38
<b>Übernachtung</b> (pro 1.000 Einwohner)	2.610	4.573	5.245
<b>durchschnittliche Aufenthaltsdauer</b> in Tagen	4	3	2
<b>Wohnungsmarkt</b>			
<b>Wohnfläche in m<sup>2</sup></b> (pro Einwohner) 2017	56,7	51,4	46,7
<b>Wohnungen</b> (pro 1.000 Einwohner)	493	479	483

grün = überdurchschnittlich

gelb = unterdurchschnittlich

## Bestandsanalyse – Einzelhandel

Warengruppe	Verkaufsfläche in m <sup>2</sup>		Umsatz in Mio. €	Anzahl der Betriebe		Zentralität	Kaufkraft- bindungsquote
Nahrungs- und Genussmittel	1.580	1.640	6,7	12	8	58%	43%
Gesundheit / Körperpflege	185	110	**	**		42%	28%
Blumen, zoologischer Bedarf	75	70	**	**		47%	36%
Bücher, Schreibwaren, Spielwaren	115	100	**	**		28%	20%
Bekleidung / Schuhe	85	230	**	**		8%	6%
Elektrowaren	65	50	**	**		9%	7%
Hausrat, Einrichtung, Möbel	135	210	**	**		12%	7%
Bau- und Heimwerkerbedarf, Sonstiger Einzelhandel	170	200	0,7	3	1	19%	14%
<b>Gesamtergebnis</b>	<b>2.410</b>	<b>2.620</b>	<b>9,9</b>	<b>23</b>	<b>16</b>	<b>35%</b>	<b>25%</b>

Ø Kommunen mit 2.500-7.500 Einwohner

grün = gute Bindungsquote

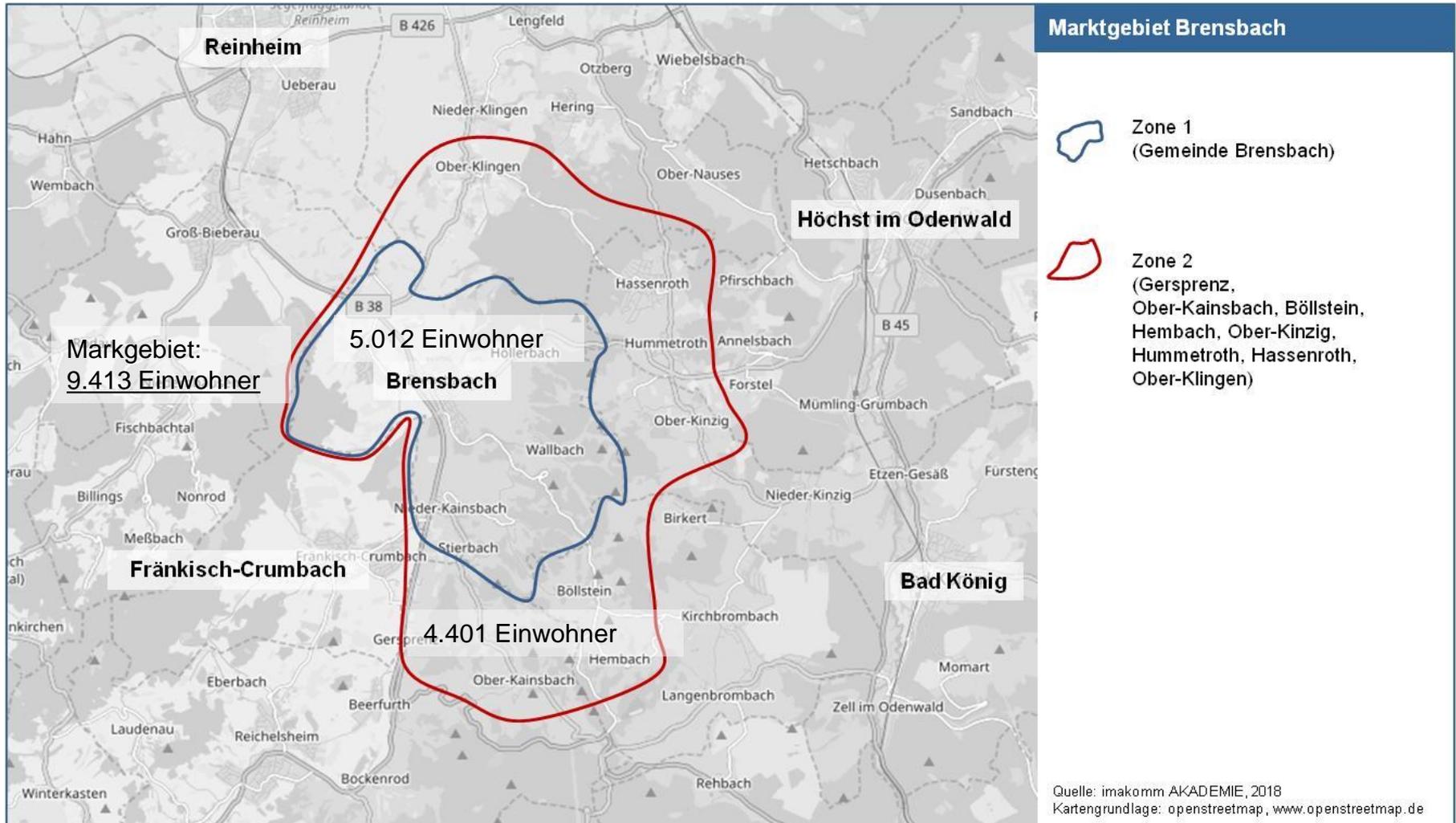
gelb = durchschnittliche Bindungsquote

rot = unterdurchschnittliche Bindungsquote

Quelle: imakomm AKADEMIE, eigene Berechnungen, 2018.

\*\* keine Ausweisung aufgrund von weniger als drei Betrieben

## Bestandsanalyse Einzelhandel – Marktgebiet



Verkaufsflächenpotenzialprognose 2030 in m <sup>2</sup> Verkaufsfläche (anhand Steigerungsraten in der Kaufkraftbindungsquote und Erhöhung von Marktanteilen im Marktgebiet)	
Sortiment	„realistischer“ Ansatz
Nahrungs- und Genussmittel	600
Drogerie, Kosmetik, Parfümerie, Wasch- und Putzmittel	100
Apotheke / Sanitätswaren	-
Blumen / zoologischer Bedarf	-
Bücher	100
Papier, Büro, Schreibwaren, Spielwaren, Hobby	-
Basteln, Handarbeiten, Kurzwaren	-
Bekleidung	300
Schuhe / Lederwaren	100
Sportbekleidung / -artikel	-
größteilige Elektrowaren	-
kleinteilige Elektrowaren	100
Medien , Computer, Foto	-
Haushaltswaren / GPK	-
Möbel	300
Haus- und Heimtextilien / Bettwaren	100
Bau- und Heimwerkerbedarf	200
Gartenbedarf	200
Optik / Akustik	-
Uhren / Schmuck	-
Fahrrad und Zubehör	-
<b>Einzelhandel insgesamt</b>	<b>2.100</b>

Quelle: imakomm AKADEMIE, eigene Berechnungen, 2018.

gelb = kaum rechnerisches Verkaufsflächenpotenzial

orange = kein rechnerisches Verkaufsflächenpotenzial

## Bestandsanalyse – Dienstleistungen

*Hinweis: Erfassung nach Branchenbuch  
(= Näherungswerte) // EW = Einwohner*

*Beispiele von Vergleichskommunen: Kirchentellinsfurt (ca. 5.600 EW), Rot an der Rot ( ca. 4.500 EW), Unterschneidheim (ca. 4.500 EW), Römerstein (ca. 4.000 EW), St. Johann (ca. 5.000 EW)*

	Brensbach	Maximalwert (Kommunen zwischen 3.000 und 6.000 Einwohner)	Schnitt (Kommunen zwischen 3.000 und 6.000 Einwohner)
grün = Potenziale vorhanden	orange = überdurchschnittliche Ausstattung		
<b>Zahl der Betriebe in der Dienstleistungsbranche</b>	46	63	30
Ärzte, Tierärzte	3	6	3
Finanzen (Banken, Versicherungen, Buchhaltung, Steuerberatung)	6	8	4
Gesundheit (Massagepraxen, Physio-, Ergotherapie, Logopädie, Heilpraktiker etc.)	4	6	2
Ingenieurbüros, Consulting (inkl. Rechtsanwälte, Architekten, Haus- und Grundstücksverwaltung etc.)	5	11	5
Kosmetischer Bereich (Friseur, Kosmetik, Sonnenstudio, Pediküre, etc.)	12	11	5
EDV, IT, Kommunikation, Kreativbereich (z.B. Fotografie, Werbeagentur)	11	11	3
Sonstiges (z.B. Fahrschulen, Raumausstattung, Nachhilfeschulen etc.)	5	10	8

## Bestandsanalyse – Gastronomie

### Bestandsanalyse Gastronomie

*Hinweis: Erfassung nach Branchenbuch  
(= Näherungswerte) // EW = Einwohner*

*Beispiele von Vergleichskommunen: Kirchentellinsfurt (ca. 5.600 EW), Rot an der Rot (ca. 4.500 EW), Unterschneidheim (ca. 4.500 EW), Römerstein (ca. 4.000 EW), St. Johann (ca. 5.000 EW)*

	Brensbach	Maximalwert (Kommunen zwischen 3.000 und 6.000 Einwohner)	Schnitt (Kommunen zwischen 3.000 und 6.000 Einwohner)
grün = Potenziale vorhanden	orange = überdurchschnittliche Ausstattung		
<b>Zahl der Gastronomie-/Hotelleriebetriebe</b>	21	27	9
Hotels, Pensionen, Übernachtung	4	8	1
Restaurants, Gaststätten	10	11	6
Kneipe/Bar/Café/Imbiss	7	8	2



Wichtig im Bereich Restaurants, Gaststätten:  
**qualitatives Niveau halten bzw. ausbauen**  
Gastronomie ist ein tatsächlicher Frequenzbringer!

## Unternehmensbefragung

Frage 1: Bitte geben Sie die Branche Ihres Unternehmens an.

Branche	Stichprobe Befragung	
	Anzahl	Anteil (%)
Gewerbe / Industrie	7	13%
Handwerk	13	24%
Einzel- und Großhandel	5	9%
Dienstleistungen	29	54%
<b>Gesamt</b>	<b>54</b>	<b>100%</b>

Frage 2: Anzahl Mitarbeiter an Standort(en) in Brensbach?

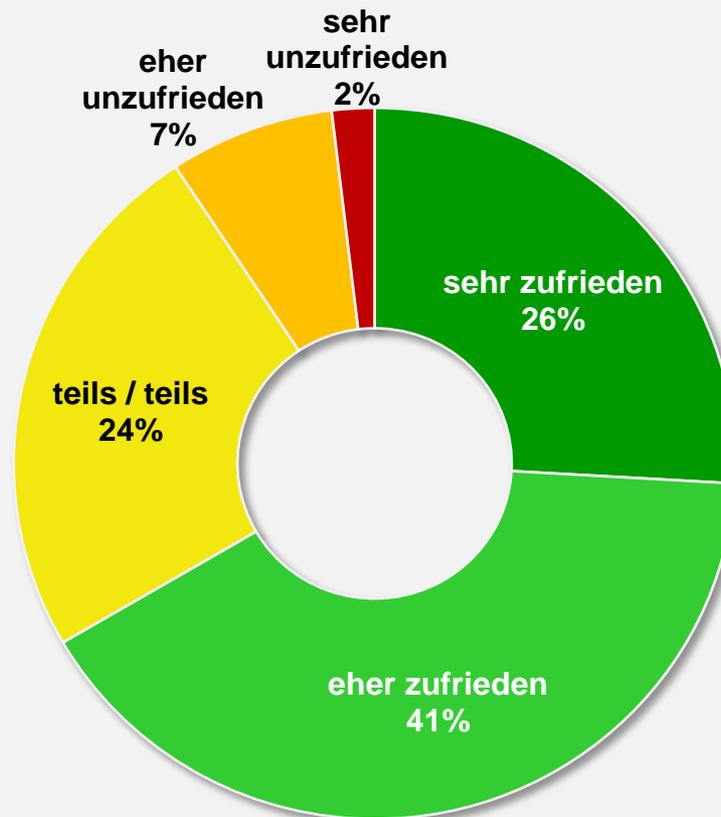
Mitarbeiterzahl	Stichprobe Befragung	
	Anzahl	Anteil (%)
1-2 Mitarbeiter	33	61%
3-9 Mitarbeiter	15	28%
10-29 Mitarbeiter	3	6%
30 Mitarbeiter und mehr	3	6%
<b>Gesamt</b>	<b>54</b>	<b>100%</b>

Frage 3: Wo befindet sich Ihr Unternehmen in Brensbach?

Standort	Stichprobe Befragung	
	Anzahl	Anteil (%)
Ortskern Brensbach	11	20%
Gewerbegebietslagen Brensbach	13	24%
Sonstiger Bereich in Brensbach	13	24%
Nieder-Kainsbach	6	11%
Wersau	7	13%
Sonstige Ortsteile	4	7%
<b>Gesamt</b>	<b>54</b>	<b>100%</b>

## Unternehmensbefragung

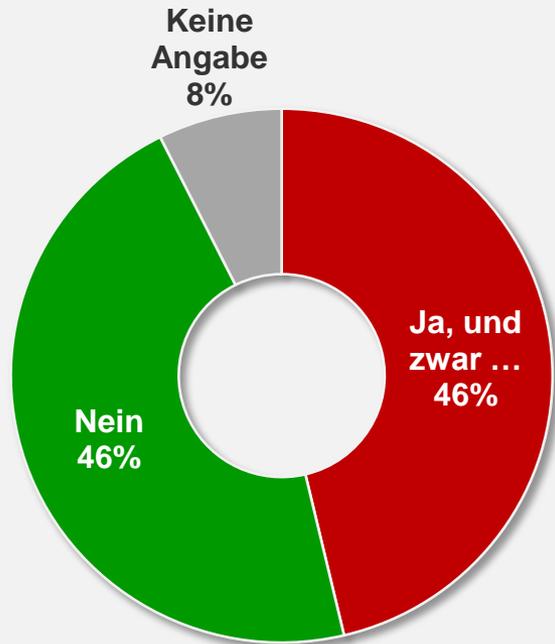
Frage 4: Wie zufrieden sind Sie mit ihrem Unternehmensstandort?



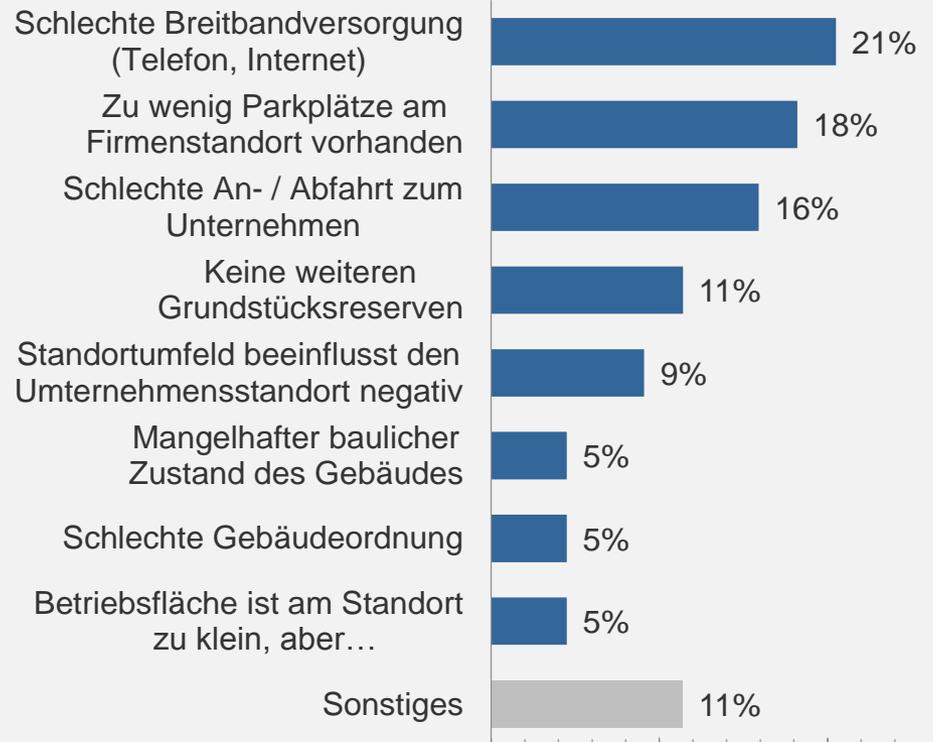
n = 54 / Angaben in Prozent

## Unternehmensbefragung

**Frage 5: Gibt es Probleme, die ihren Unternehmensstandort in Brensbach belasten?**



**Zu 5: Probleme, die den Unternehmensstandort in Brensbach belasten**

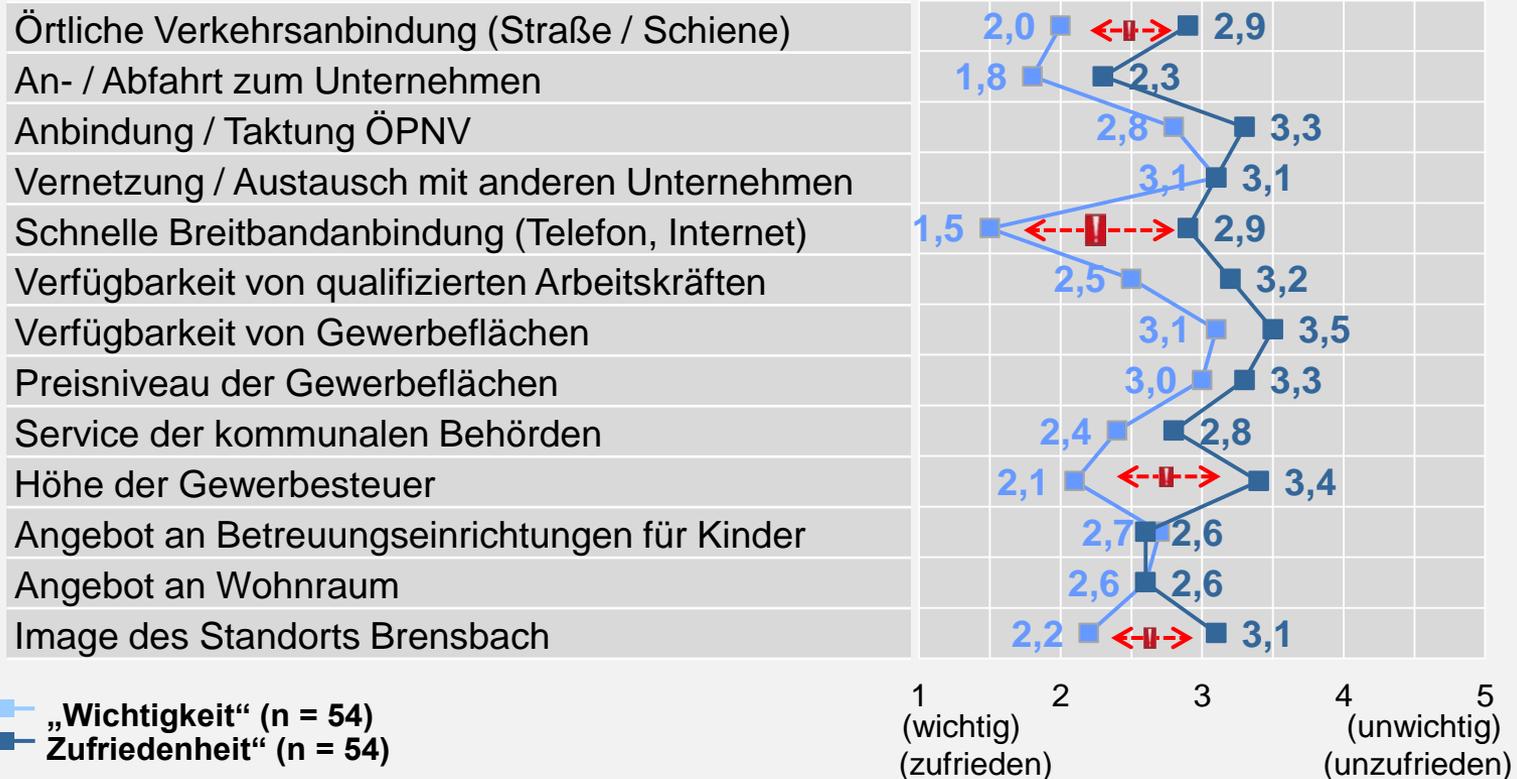


n = 54 / Angaben in Prozent

n = 44 / Angaben in Prozent / Mehrfachnennungen waren möglich

## Unternehmensbefragung

Frage 6 und 7: Wie wichtig sind Ihnen die folgenden Aspekte in Brensbach und wie zufrieden sind Sie momentan mit diesen?



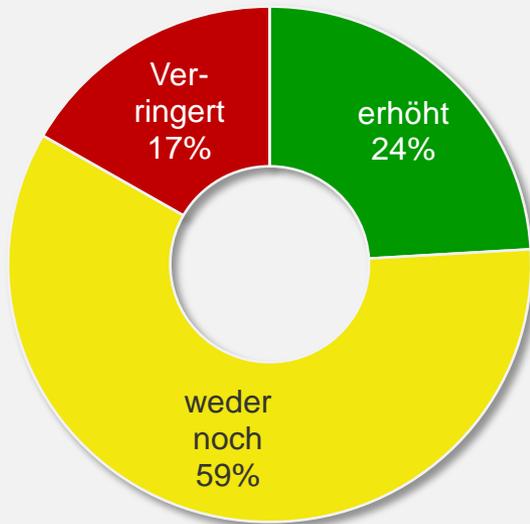
n = Anzahl Nennungen / Mittelwerte / Bewertung auf einer Skala von 1-5

←---■---→ Besonders große Differenz zwischen Wichtigkeit und Zufriedenheit

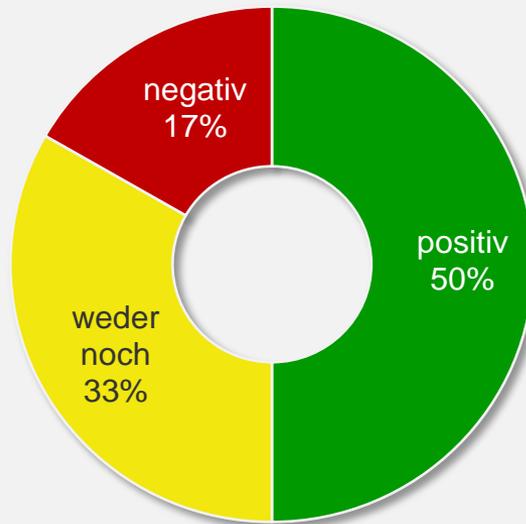
# Unternehmensbefragung

## Frage 8: Wie hat sich Ihr Unternehmen in den letzten Jahren entwickelt?

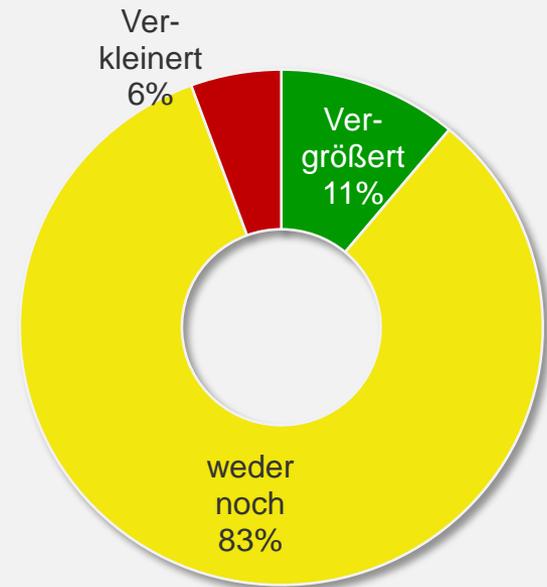
Die Zahl der Beschäftigten hat sich insgesamt ...



Die Umsatzentwicklung war ...



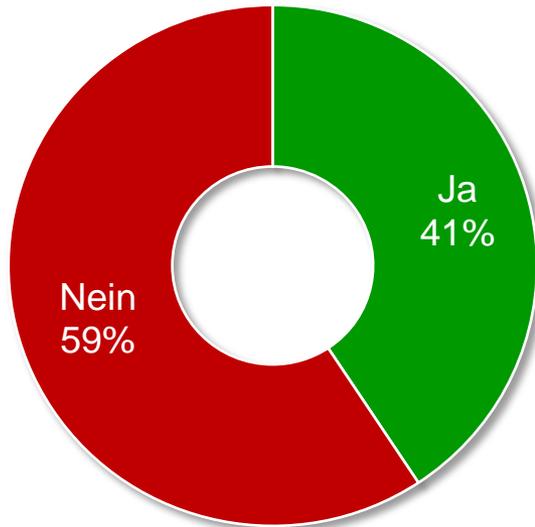
Wir haben uns am Standort flächenmäßig ...



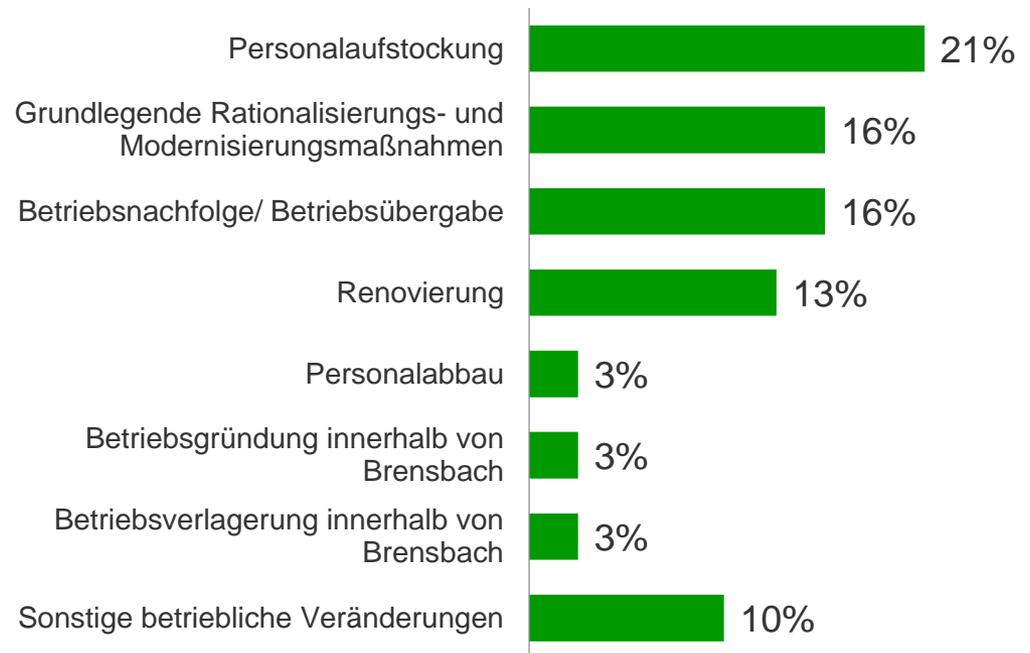
n = 54 / Angaben in Prozent

## Unternehmensbefragung

**Frage 9: Planen Sie in den nächsten fünf Jahren größere betriebliche Veränderungen bzw. sind diese in Ihrem Unternehmen angedacht?  
Wenn ja, welche?**



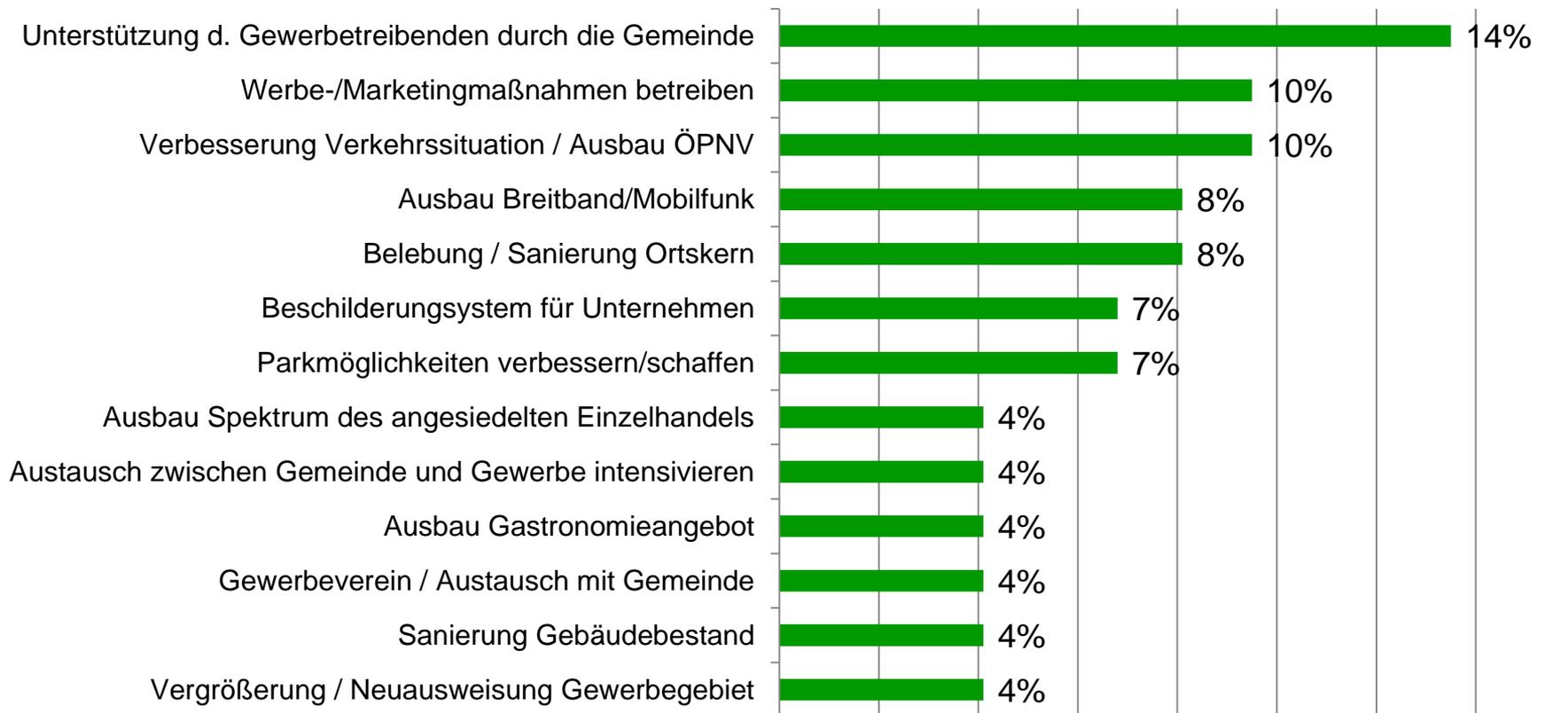
n = 54 / Angaben in Prozent



n = 38/ Absolute Werte / Mehrfachnennungen möglich

## Unternehmensbefragung

Frage 10: Was müsste sich aus Ihrer Sicht insgesamt in Brensbach verbessern, damit der Standort Brensbach für Ihr Unternehmen noch attraktiver wird?



n = 74 / Absolute Werte / Mehrfachnennungen möglich

## Immobilieigentümergefragung

**Frage 1: Bitte geben Sie den Bereich / Ortsteil an, in dem sich Ihre Immobilie / Ihr Grundstück befindet**

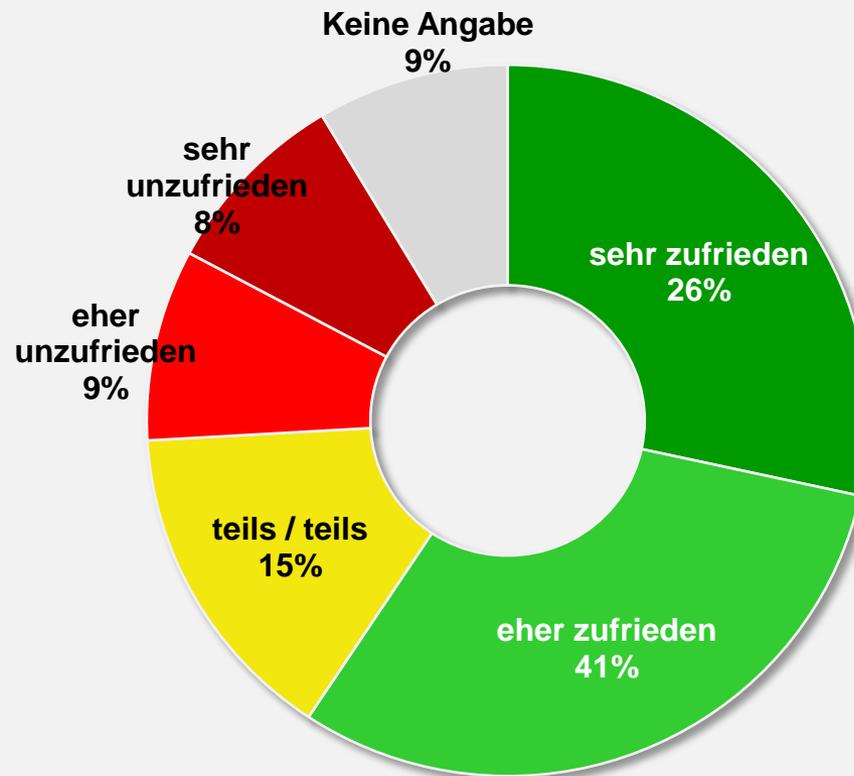
Ortskern	Stichprobe Befragung	
Brensbach	32	39,5%
Affhöllerbach	2	2,5%
Höllerbach	10	12,3%
Nieder-Kainsbach	12	14,8%
Wallbach	4	4,9%
Wersau	20	24,7%
k.A.	1	1,2%
<b>Gesamt</b>	<b>81</b>	<b>100%</b>

**Frage 3: Bitte geben Sie die aktuelle(n) Nutzung(en) Ihrer Immobilie und die zugehörige(n) Fläche(n) an:**

Nutzung	Stichprobe Befragung	
Einzelhandel	5	5,4%
Dienstleistungen (z. B: Fahrschule, Frisör, Reisebüro usw.)	4	4,3%
Gastronomie (z. B. Café, Restaurant, Imbiss usw.)	1	1,1%
Freie Berufe (z. B. Arzt, Anwalt, Steuerberater, Architekt usw.)	1	1,1%
Wohnen	63	67,7%
Leerstand	7	7,5%
Freifläche / Grundstück hat keine Bebauung	5	5,4%
Sonstige	7	7,5%
<b>Gesamt</b>	<b>93</b>	<b>100%</b>

## Immobilienigentümergefragung

Frage 5: Wie zufrieden sind Sie mit dem baulichen Zustand Ihrer Immobilie?



n = 81 / Angaben in Prozent

## Immobilieigentümerbefragung

**Frage 6: Wurde die Außenfassade Ihrer Immobilie in den letzten 5 Jahren modernisiert?**

Antwort	Stichprobe Befragung	
Ja	21	25,9%
Nein	56	69,1%
<i>keine Angabe</i>	4	4,9%
<b>Gesamt</b>	<b>81</b>	<b>100%</b>

**Frage 7: Wie hoch ist die von Ihnen veranschlagte monatliche Nettokaltmiete pro Quadratmeter bzw. wie hoch ist Ihre Mietpreisvorstellung bei einem Leerstand?**

Erdgeschoss	Ø 5,77 € / qm
Obergeschoss	Ø 6,02 € / qm
<i>Spanne</i>	→ 2-10 € / qm

## Immobilieigentümergefragung

**Frage 8. Wie vermarkten Sie Ihre Immobilie / Ihr Grundstück bzw. wie haben Sie diese / es in der Vergangenheit vermarktet?**

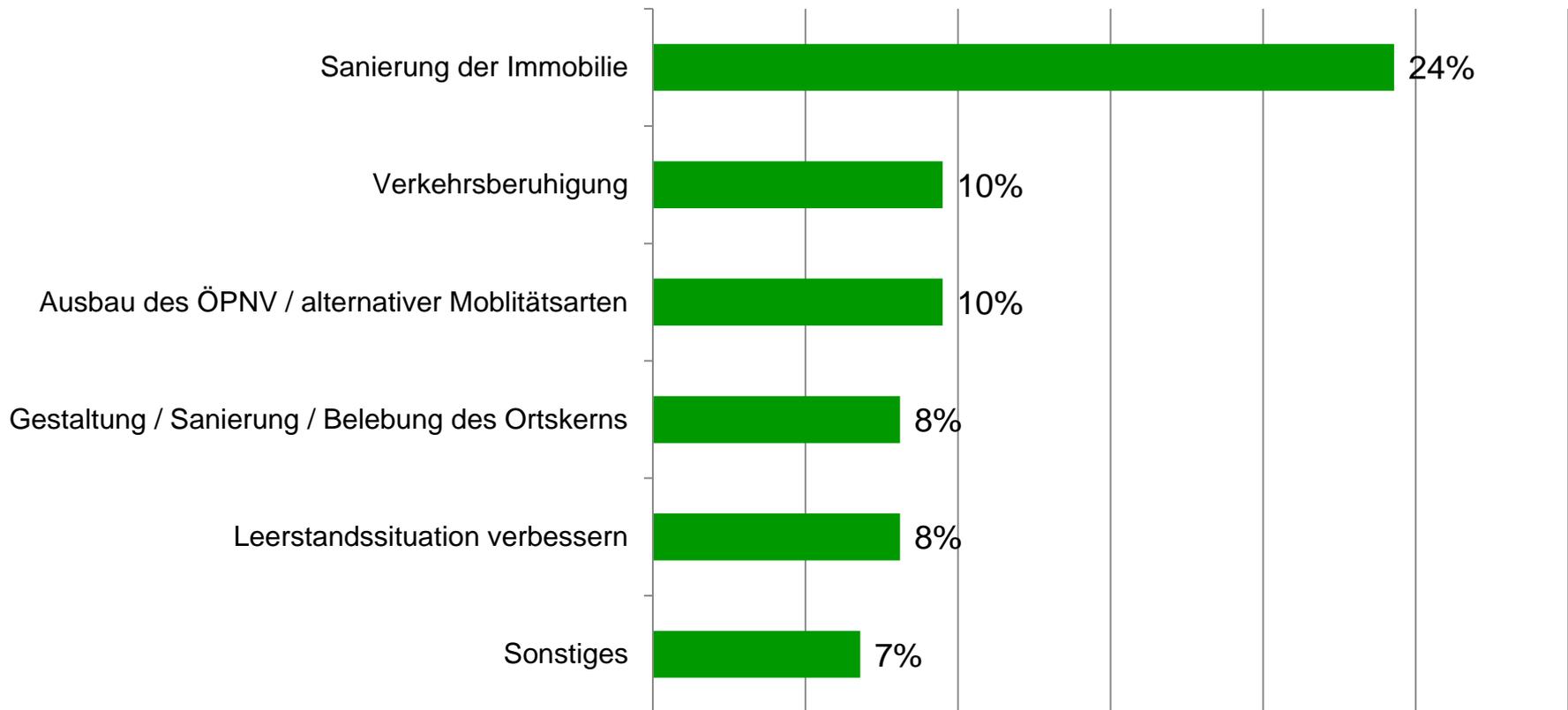
Antwort	Stichprobe Befragung	
Mundpropaganda	14	29,8%
Internet (Immobilienportale)	9	19,1%
Aushang an der Immobilie selbst (Schaufenster)	5	10,6%
Makler	5	10,6%
Zeitungsannonce	3	6,4%
Sonstiges	11	23,4%
<b>Gesamt</b>	<b>47</b>	<b>100%</b>

**Frage 9: Welche Schwierigkeiten sehen Sie bei der Vermarktung Ihrer Immobilie / Ihres Grundstücks ganz allgemein?**

Nutzung	Stichprobe Befragung	
Unattraktive Umgebung der Immobilie (Leerstände / Schlechte Bausubstanz, keine Geschäfte)	9	20,0%
Verkehrsbelastung	8	17,8%
Schlechter Zustand der Immobilie	7	15,6%
Verkehrsanbindung	6	13,3%
Enge Straßen / Gewege	5	11,1%
Lage der Immobilie	4	8,9%
Sonstiges	6	13,3%
<b>Gesamt</b>	<b>45</b>	<b>100%</b>

## Immobilienigentümergefragung

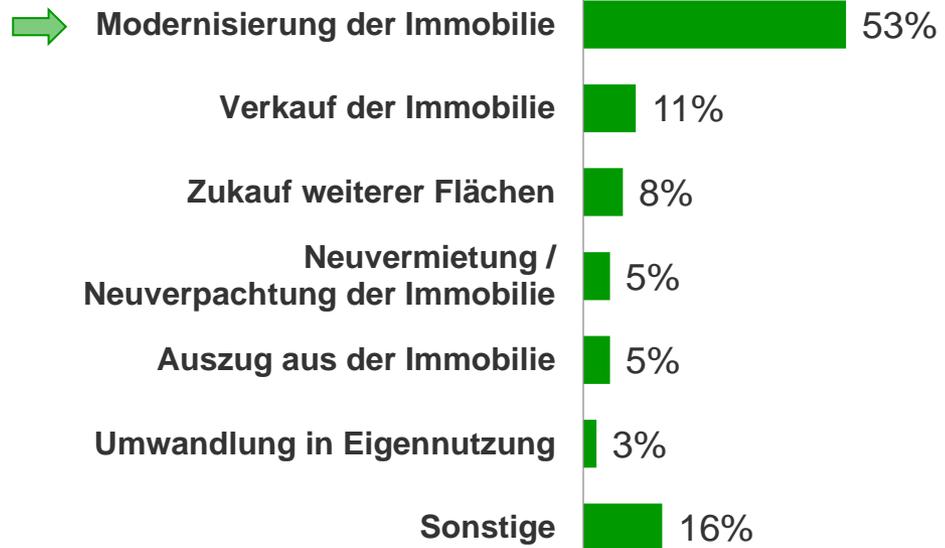
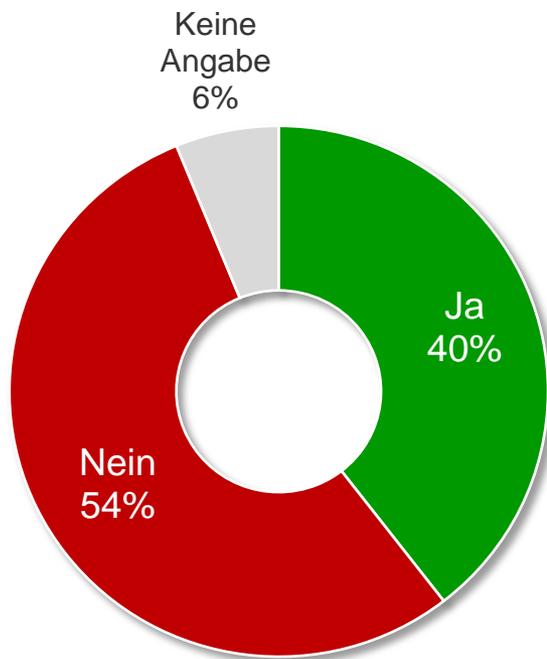
Frage 10: Welche Maßnahmen müssen aus Ihrer Sicht getroffen werden, damit Ihre Immobilie / Ihr Grundstück auch in Zukunft marktfähig ist?



n = 37 Nennungen / Absolute Werte / Mehrfachnennungen möglich

# Immobilieeigentümerbefragung

Frage 11: Planen Sie Veränderungen bei Ihrer Immobilie / Ihrem Grundstück innerhalb der nächsten 2-3 Jahre?

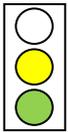


**Sonstige Veränderungen, und zwar:**

	Häufigkeiten
Übergabe an Kinder	3
Fassade streichen, Renovierung Außenbereich	1
neuer Fassadenanstrich	1
Umbau	1

n = 38/ Absolute Werte / Mehrfachnennungen möglich

# Städtebaueck



Nahversorgung grundsätzlich noch vorhanden....



Ortsmitte in Brensbach vorhanden, mit  
Besatz im Bereich Einzelhandel,  
Dienstleistung, Gastronomie, Kultur....

...aber



Aufenthaltsqualität und Besuchsgründe eingeschränkt

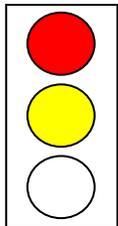


Starke Einzelhandelsbetriebe außerhalb der Ortsmitte

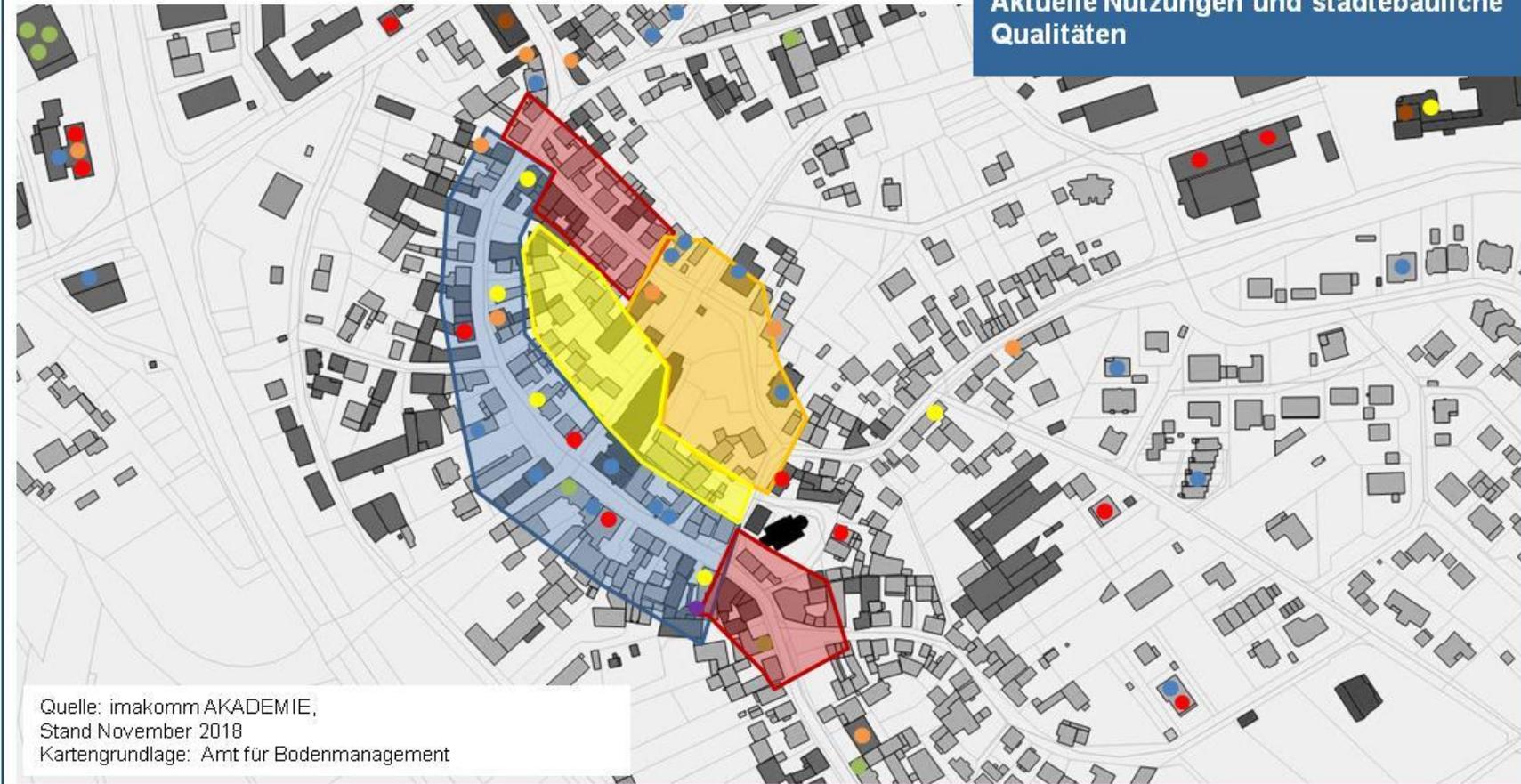


Ortszentren in allen Ortsteilen kaum erlebbar

Zahlreiche Immobilien mit Sanierungsbedarf und Leerständen



**Aktuelle Nutzungen und städtebauliche Qualitäten**



Quelle: imakomm AKADEMIE,  
Stand November 2018  
Kartengrundlage: Amt für Bodenmanagement

- |  |   |
|--|---|
|  <b>Besatz Gastronomie, Kultur</b>  |  <b>Wesentliche Frequenzbringer, Platzlage mit heute geringer Funktion</b> |
|  <b>Hoher Sanierungsbedarf vorrangige Wohnnutzung und Leerstände, Ortskerneingang</b> |  <b>Vorrangige Wohnnutzungen / z.T. ungenutzte Flächenpotenziale</b>       |
|  <b>Einzelhandel Nahrungs- und Genussmittel</b>                                       |  <b>Gastronomie / Hotellerie</b>   |
|  <b>Einzelhandel Sonstige Sortimente</b>  |  <b>Öffentliche / Bildungseinrichtungen</b>                              |
|  <b>Dienstleistung</b>  |  <b>Kultur / Freizeit</b>  |
|  <b>Handwerk / Gewerbe</b>  |   |

## Konsequenz Bestandsanalyse

\_\_ Die **statistischen Rahmenbedingungen** in Brensbach sind durchschnittlich einzustufen. Brensbach ist vorrangig Wohnstandort, Übernachtungszahlen / Tourismus eher gering ausgeprägt.

\_\_ **Die Versorgungssituation ist quantitativ durchschnittlich** (Einzelhandel) **bis gut** (Dienstleistungen, Gastronomie) einzustufen, *Entwicklungspotenziale* allerdings in vielen Bereichen *gering*, gewisser Ausbau v.a. in der Nahversorgung noch denkbar, Konzentration auf einen Ortskern-

\_\_ Situation der **ansässigen Unternehmen** grundsätzlich positiv bis ausgeglichen mit geringer Dynamik. Probleme v.a. bei der **Breitbandversorgung**, der **verkehrlichen Anbindung** sowie Gewerbesteuer. Unternehmen wünschen sich Unterstützung und Vermarktung.

\_\_ Nur **geringer Flächenbedarf und Nachfrage nach Gewerbeflächen**. Entwicklung neuer Flächen daher in **angepasstem Maße** und in guter verkehrlicher Erreichbarkeit. Für Neuansiedlungen ist **aktive Vermarktung** erforderlich!

\_\_ Entwicklung **Wohnraum** grundsätzlich sinnvoll. Nachverdichtung und weitere **Attraktivierung bestehender Bausubstanz** (z.B. über Sanierungsgebiet) neben Entwicklung neuer Fläche in angepasstem Umfang.

## Konsequenz Bestandsanalyse

### 2 Alternativen:

Ortskern als  
**Einkaufsstandort und Treffpunkt**  
erhalten

Ortskern nur zu schnellen Versorgung  
**Schwerpunkt** Aufenthaltsqualität  
und Wohnen

#### Umsetzung:

- **Ausschluss ortsmittenprägender Einzelhandel im Gewerbegebiet**
- **Konzentration Frequenzbringer Ansiedlungen in / an den Ortskern** (z.B. Ärztehaus)
- **städtebauliche Aufwertung** (Sanierung)
- **Multifunktionalität** und Funktionsräume
- Vielzahl an Aufgaben, daher **Konzentration** auf
  - **schnell umsetzbare** Maßnahmen
  - **wenige, aber effektive** Maßnahmen

#### Umsetzung:

- **Einzelhandel weiterhin im Gewerbegebiet**
- **städtebauliche Aufwertung** (Sanierung)
- **Gastronomie** in zentralen Bereichen fördern
- **Kulturangebote** erhalten
- Randbereiche und Leerstände in **Wohnnutzung** umwandeln

## Diskussion / Ihre Fragen

**Gibt es Fragen / Ergänzungen bis  
hierher?**



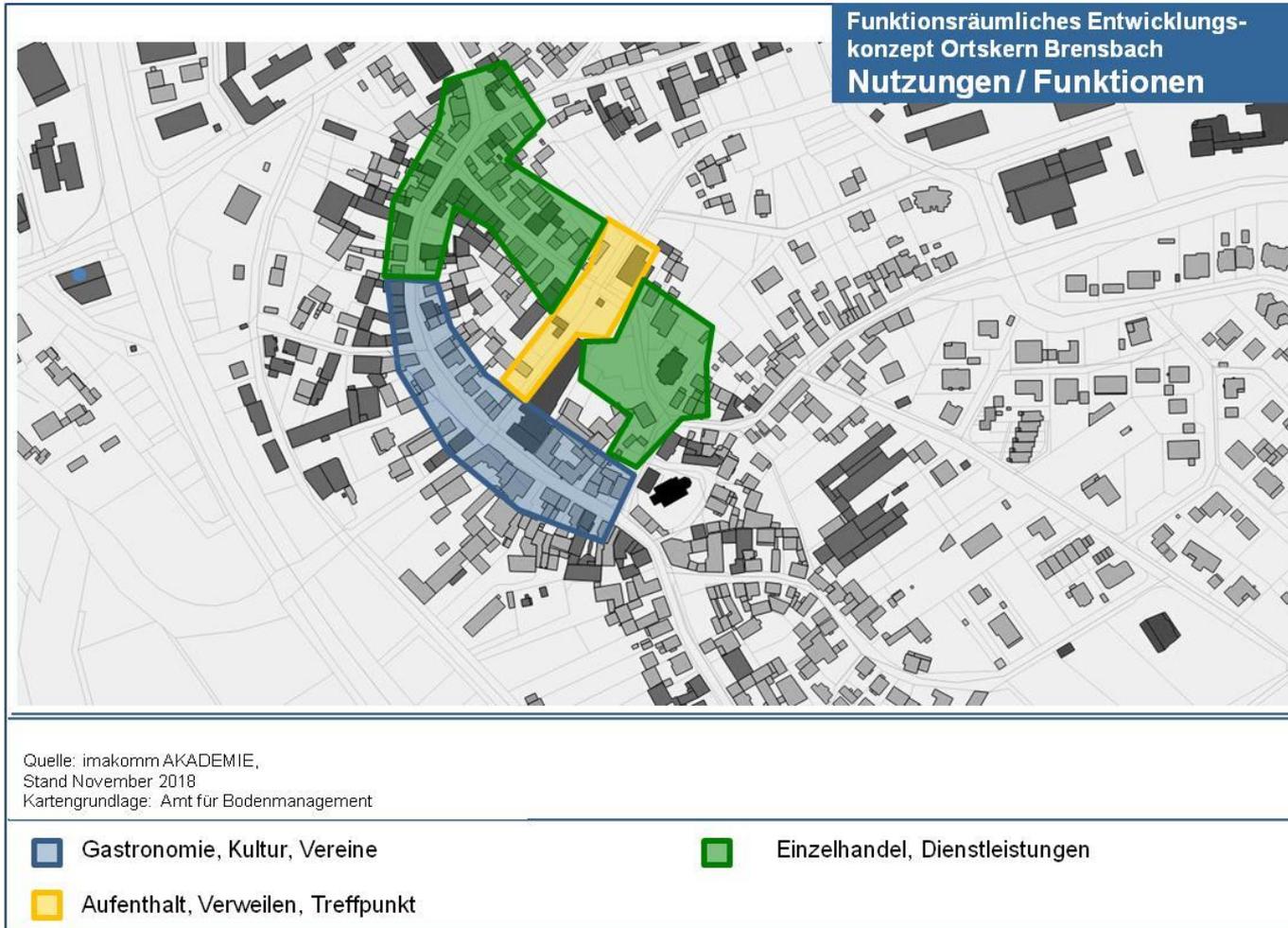
1. Ziel des Projektes
2. Zentrale Analyseergebnisse
- 3. Erste Strategieansätze**
4. Umsetzung: erste Maßnahmenideen
5. Nächste Projektschritte

3.

## Erste Strategieansätze



# A. Besuchsgründe in den Ortszentren schaffen, Funktionsräume definieren, Angebote ergänzen



## Aufenthalt / Verweilen



Calw



Aalen OT Dewangen



Heilbronn



Willich

## Leerstandsmanagement

Aktive Vermarktung der Objekte: Plakate/Anzeigen

**Bringen Sie Leben in diesen (T)raum**

**Wir begleiten Sie.**

- Wir vermitteln zwischen den Interessierten.
- Wir beraten Sie zur Existenzgründung.
- Wir unterstützen Sie bei der Standortwahl.

Stadterwaltung Münsingen

**Münsingen**

**M<sup>3</sup>** Mehrwert in Münsingens Mitte

**Suche neuen Geschäftsinhaber!**

Im Rahmen der kommunalen Wirtschaftsförderung bietet die Gemeinde Eppelborn für Anmietung oder Kauf dieses Objektes **attraktive Standort-Vorteile!** Informieren Sie sich und nutzen Sie diese Vorteile.

**Eppelborn**

Kreis der Gemeinde Eppelborn:  
09 245 - 4044 | hoffmann@eppeborn.de

**„Wir haben Zuwachs bekommen!“**

Neu in Wasseralfingen:

**Geschenkartikel Müller, Wilhelmstraße 25,**

freut sich auf Ihren Besuch!

**Aalen**

**aktion**

## Leerstandsmanagement

*Attraktive Zwischennutzungen / Optische Kaschierung*



Calw



Recklinghausen

## Neue Besuchsgründe



Wochenmarkt als Treffpunkt und Versorgung  
[www.gemeinde-baiersbronn.de](http://www.gemeinde-baiersbronn.de),



Baiersbronn



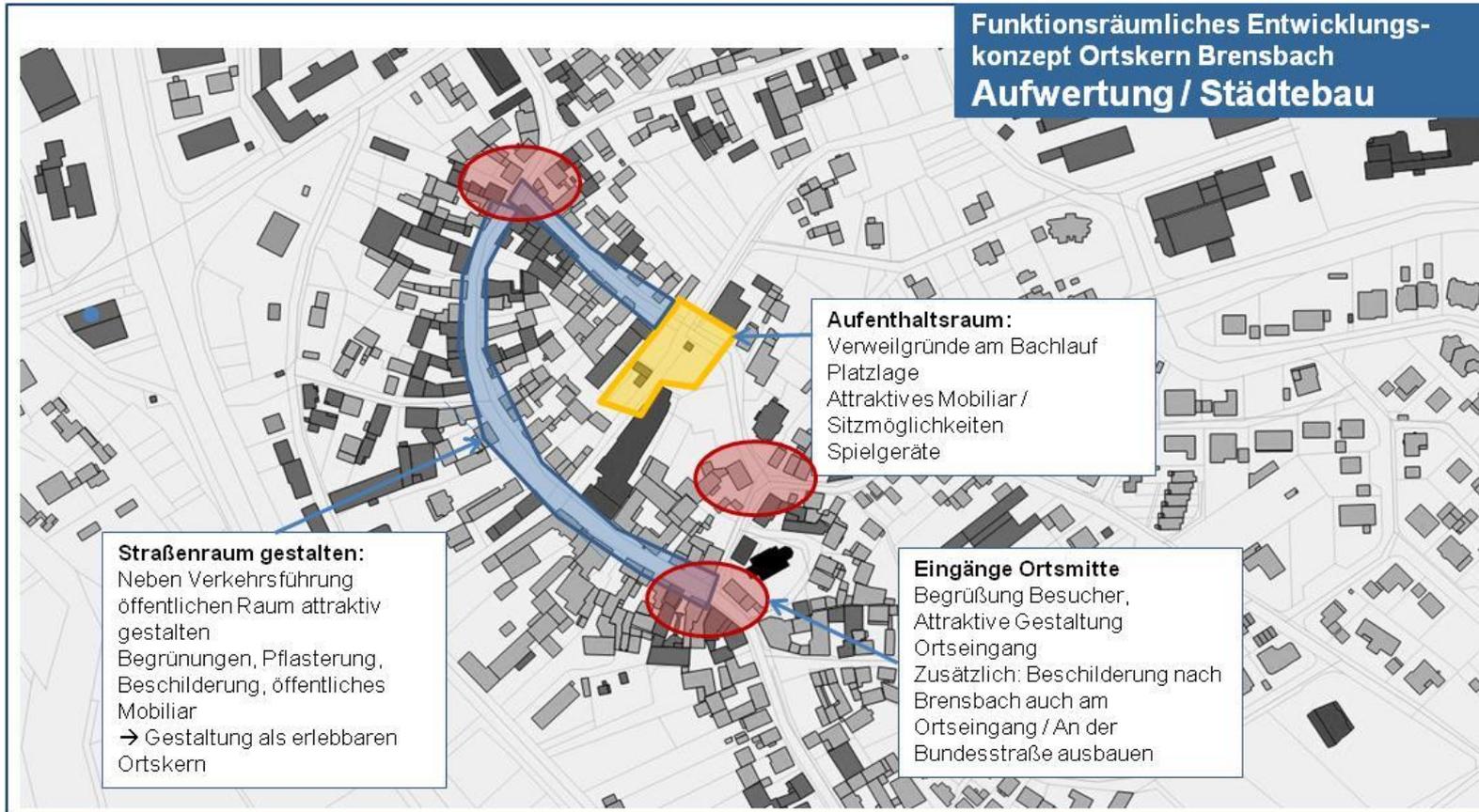
Mobiler Dorfladen zur Schaffung eines regelmäßigen Nahversorgungsangebotes in allen Ortsteilen  
Beispiel **rollender Discounter** der Firma **MOBI** aus Bad Saulgau



**BRENSBACH 2015-2030**  
Wir Bürger planen unsere Zukunft.  
Gemeinsam.

Themen Wirtschaft	Anmerkungen
Aktivierung des Gewerbevereins evtl. in Form eines Stammtischs	in lockerer Form direkter Informationsaustausch mit Politik und Verwaltung
Wochenmarkt / Marktplatz	ggf. wechselseitige Beschickung durch Gewerbetreibende
Ansiedlung/Förderung des Kleinhandels und der Nahversorgung	Tante Emma Laden, Buchhandlung, Drogeriemarkt, Fachärzte
REWE Gebiet zu Shopping Zentrum ausbauen	
mehr Grünflächen und Bäume / Begrünungskonzept für Ortsdurchfahrt	
Themen Bevölkerungsgruppen	Anmerkungen
Schaffung eines attraktiven Lebensumfeldes für Familien	
Barrierefreiheit	
Optimierung der Straßenbeleuchtung > Ausleuchtung neuralgischer Punkte	Optimierung der Straßenbeleuchtung > Ausleuchtung neuralgischer Punkte
Gemeinsamer Treffpunkt für Alle	Beratungsräume, Begegnungsräume etc.

## B. Attraktivierung, Gestaltungsmaßnahmen



Quelle: imakomm AKADEMIE,  
Stand November 2018  
Kartengrundlage: Amt für Bodenmanagement

Straßenraum gestalten

Eingänge Ortsmitte

Aufenthaltsraum

## Good-Practice: Aufwertung Straßenraum

### Empfehlungen: Oberflächen

→ Fußgänger bevorzugen, Barrierefreiheit erhöhen



Dinkelsbühl



Giengen an der Brenz

## Good-Practice: Aufenthaltsraum

### Empfehlungen: Sitzgelegenheiten, Begrünung

- In allen Ortsteilen **verteilt als „Wohlfühlstandorte“** (z.B. mit **Begrünungen**) – nicht als rein funktionelle Elemente
- **Keine Grünflächen** damit Nutzungsflexibilität erhalten bleibt (z.B. Wochenmarkt)



## Good-Practice: Aufenthaltsraum

### Begrünung

#### Standorte:

- **Abgrenzungen** zu Verkehrsbereichen
- an allen **Sitzgelegenheiten**
- **Ortsmittenbereiche**  
(zur Kundenlenkung)
- vor **Leerständen**
- an **gastronomischen Standorten**



Traunstein

## Good-Practice: Flusslauf in der Ortsmitte





**BRENSBACH 2015-2030**  
Wir Bürger planen unsere Zukunft.  
Gemeinsam.

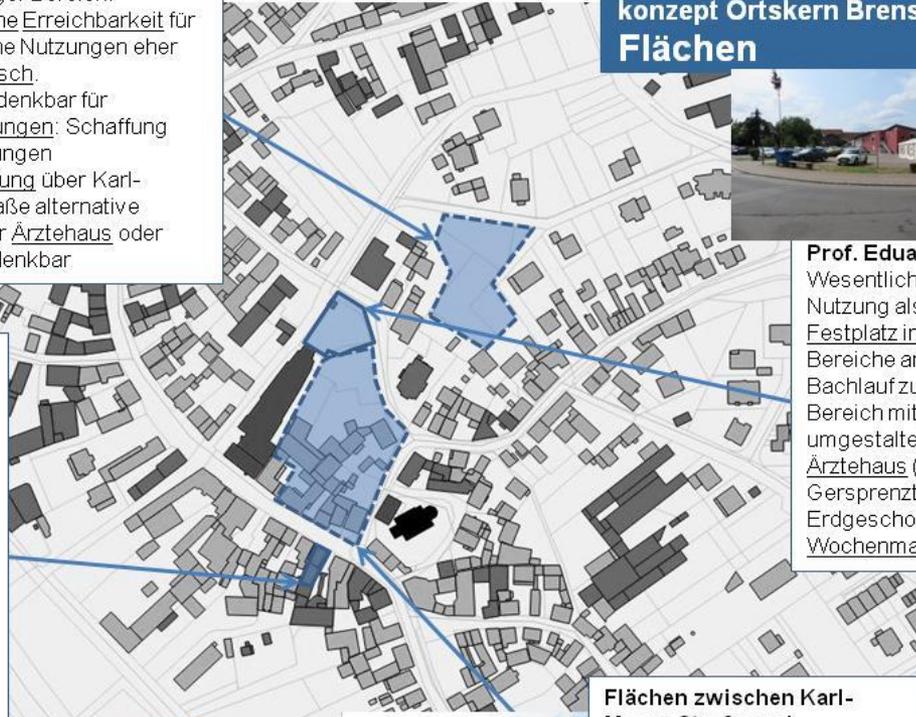
Themen Dorfkernentwicklung	Anmerkungen
Ortskerngestaltung 1) Parkflächen zwischen Oberscholzenhof und Banken 2) Abstellfläche und Platz um die Linde am Römerberg	Ort der Begegnung für Einwohnerschaft und Gäste > freier, ästhetisch ansprechend gestalteter Platz > Nähe zu möglichen Interaktions- und Kommunikationsstätten
Förderung des Gemeinschaftssinns	Zusammenhalt durch Aktionen fördern und stärken. Bewusstsein schaffen: Unser Ort hat was Besonderes
Themen Infrastruktur	Anmerkungen
Einen Ortsmittelpunkt gestalten	Kommunikationsmöglichkeit, Markt Definition Ortsmitte
Dorfplätze Karl-Maser-Straße/Römerberg attraktiv gestalten	
zu wenig Bänke in Brensbach und den Ortsteilen	
Neugestaltung Bachlauf Brensbach	Bachbegleitender Weg im Ortskern Brensbach

## C. Flächen schaffen für neue Nutzungen



**In der Reffe:**  
 Rückwärtiger Bereich:  
 Verkehrliche Erreichbarkeit für innerörtliche Nutzungen eher problematisch.  
 Vorrangig denkbar für Wohnnutzungen: Schaffung von Wohnungen  
 Bei Anbindung über Karl-Maser-Straße alternative Nutzung für Ärztehaus oder Parkplatz denkbar

### Funktionsräumliches Entwicklungskonzept Ortskern Brensbach Flächen



**Prof. Eduard-Anthes-Platz:**  
 Wesentliche zentrale Platzlage  
 Nutzung als Park- und Festplatz in Teilen beibehalten  
 Bereiche angrenzend an Bachlauf zu Treffpunkt und Bereich mit Aufenthaltsqualität umgestalten  
Ärztehaus (KVVO Odenwald / Gersprenzthal) mit Café im Erdgeschoss  
Wochenmarkt als Treffpunkt

**Heidelberger Straße 21:**  
 Fläche aufgrund der Größe nur mit ingeschränkten Potenzialen und Nutzungsmöglichkeiten.  
Sanierung Gebäude unerlässlich  
 Denkbare Nutzungen:  
 – „Ort der Begegnung“:  
 Denkbare Nutzung, allerdings Frage der Zielgruppen und Nutzungen zu überlegen.  
 – Mischnutzung: Wohnen im OG,  
 – Räume der Begegnung (nutzbar für Vereine, Kindertreff, Seniorengruppen, etc.), Café im EG  
 – Reine Wohnnutzung



**Flächen zwischen Karl-Maser-Straße und Darmstädter Straße :**  
 Verfügbarkeit im gesamten schwierig, grundsätzlich aber Ideal für Gesamtentwicklung als Schaffung eines neuen Zentrums Brensbach



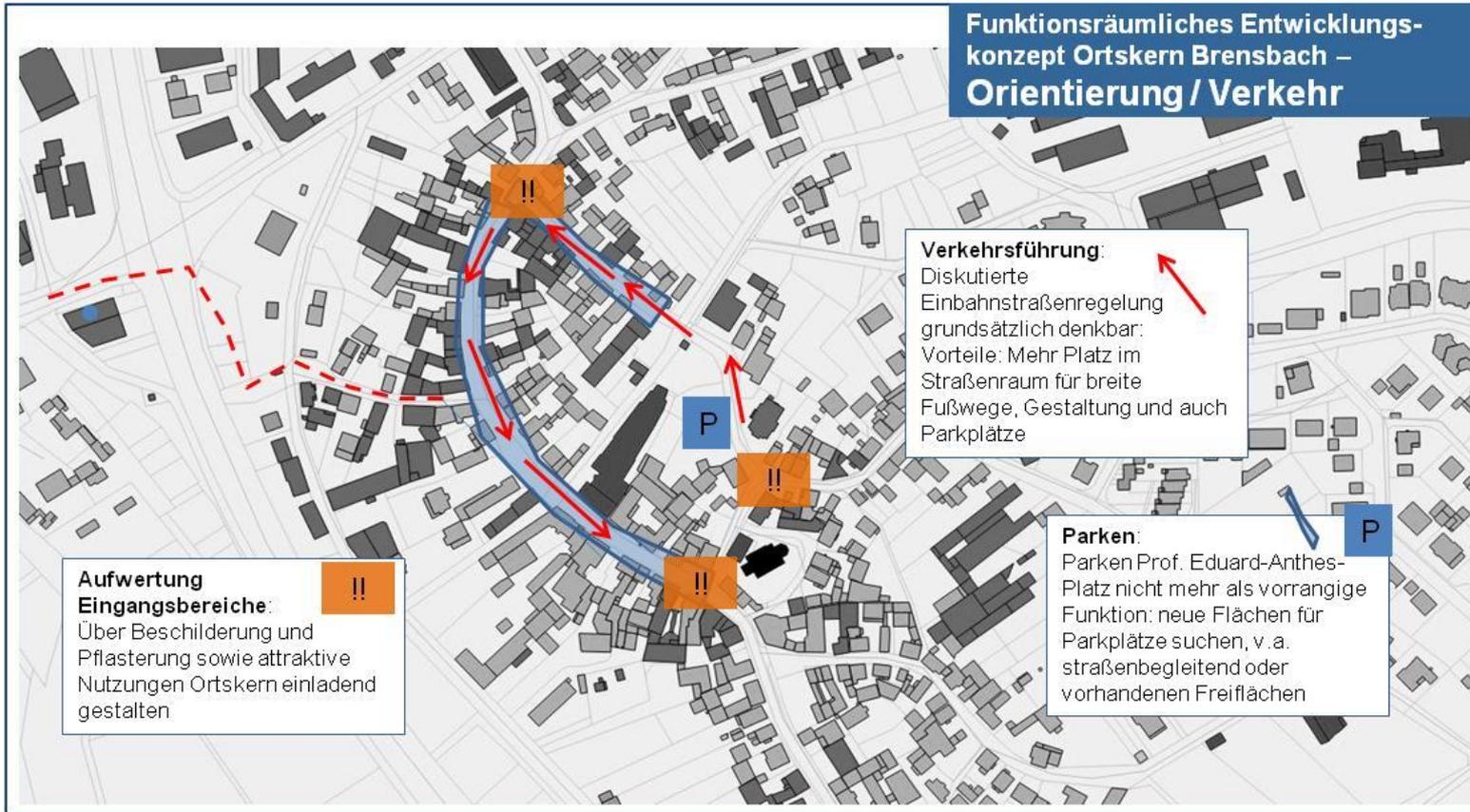
Quelle: imakomm AKADEMIE,  
 Stand November 2018  
 Kartengrundlage: Amt für Bodenmanagement



**BRENSBACH 2015-2030**  
Wir Bürger planen unsere Zukunft.  
Gemeinsam.

Themen Wirtschaft	Anmerkungen
Aktivierung des Gewerbevereins evtl. in Form eines Stammtischs	in lockerer Form direkter Informationsaustausch mit Politik und Verwaltung
Wochenmarkt / Marktplatz	ggf. wechselseitige Beschickung durch Gewerbetreibende
Ansiedlung/Förderung des Kleinhandels und der Nahversorgung	Tante Emma Laden, Buchhandlung, Drogeriemarkt, Fachärzte
REWE Gebiet zu Shopping Zentrum ausbauen	
mehr Grünflächen und Bäume / Begrünungskonzept für Ortsdurchfahrt	

## D. Verkehrsführung und Orientierung



Quelle: imakomm AKADEMIE,  
Stand November 2018  
Kartengrundlage: Amt für Bodenmanagement

!! Eingang Ortskern aufwerten / Sichtbar machen

- - - Fußläufige Verbindung Handelslage Rewe herstellen  
← Einbahnstraßenregelung zur Schaffung von Parkraum und Fußwegen



Iffezheim



Münsingen



Sinsheim



Oberkirch



**BRENSBACH 2015-2030**  
Wir Bürger planen unsere Zukunft.  
Gemeinsam.

Themen Infrastruktur	Anmerkungen
Schließung von Baulücken und Reduzierung der Leerstände vor Ausweisung neuer Wohngebiete	Erhaltung des dörflichen Charakters
Hinweistafeln Ortseingänge > Hinweis auf Restaurants, Firmen, Vereine	Hinweistafeln Ortseingänge > Hinweis auf Restaurants, Firmen, Vereine
Hinweistafeln Ortseingänge > Hinweis auf Restaurants, Firmen, Vereine	Hinweistafeln Ortseingänge > Hinweis auf Restaurants, Firmen, Vereine
Fußweg/Übergang zu REWE ist gefährlich >	evtl. Fußgängerampel zur Tankstellenseite

## Haushalt 2019

### Städtebau

Öffentliches Mobiliar, Begrünung in allen Ortskernen

Konzept Platzgestaltung

### Verkehr / Orientierung

Beschilderung Ortsmitten / Ortseingänge

Konzept Verkehrsführung / Straßenraum

### Heidelberger Straße 21

Konzept Nutzung

Beginn Sanierung

### Maßnahmen

Mind. zwei sichtbare Maßnahmen 2019 (noch keine genauere Definition möglich), z.B.:

- Begrünung
- mobile Grundversorgung

## Fazit

- \_\_ **Zahlreiche Ansätze notwendig, um eine Stärkung der Ortszentren zu erreichen**
- \_\_ **insgesamt aufgrund der Gemeindegröße nicht alle Einzelhandelsansiedlungen und Entwicklungen realistisch**
- \_\_ **Entwicklungen benötigen auch Zusammenarbeit → Strukturen werden Thema in der zweiten Sitzung sein**
- \_\_ **Einige Entwicklungen abhängig von Flächenverfügbarkeit, hier sind grundsätzlich Planungen auch unabhängig von Flächen zu schaffen**

## Diskussion / Ihre Fragen

# Gibt es Fragen / Ergänzungen?



1. Ziel des Projektes
2. Zentrale Analyseergebnisse
3. Erste Strategieansätze
4. **Umsetzung: erste Maßnahmenideen**
5. Nächste Projektschritte

## 4. Umsetzung: erste Maßnahmenideen

# Ärmel hoch – Los geht's!

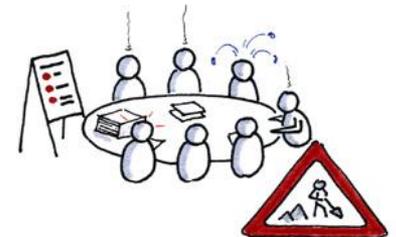
Jetzt geht's an die Konkretisierung  
der Ziele und Maßnahmen!



## Arbeitsphase : Strategie

### ▪ Gemeinsame Diskussion der bisherigen Ergebnisse

1. Analyseergebnisse und Strategieansatz: Haben Sie hierzu Ergänzungen und Konkretisierungen?
2. Maßnahmen: Bestehen von Ihnen bereits weitere konkrete Maßnahmen zu den Strategieansätzen?



## 5. Nächste Schritte

# 2. Projektgruppensitzung

Sommer 2018



März 2019

## Herzlichen Dank für Ihr Mitarbeit!

### Ihre Ansprechpartner:

Julia Bubbel & Matthias Prüller  
imakomm AKADEMIE GmbH

Tel.: 06236-4969153

Mail: [bubbel@imakomm-akademie.de](mailto:bubbel@imakomm-akademie.de)



## Rechtliche Hinweise

Die vorliegenden Unterlagen sind Teil einer mündlichen Präsentation und nur im Gesamtzusammenhang vollständig.

Die vorliegenden Unterlagen fallen unter die §§ 2 Abs. 2, 31 Abs. 2 UrhG und das europäische Recht.

Die Vervielfältigung, Weitergabe oder Veröffentlichung als Platzhalter oder zu Layoutzwecken verwendeter Fotos oder Abbildungen, für die keine Rechte vorliegen, können Ansprüche der Rechteinhaber auslösen. Die Weitergabe, Vervielfältigung, Speicherung oder Nutzung sowohl im Ganzen als auch in Teilen bedeutet die Übernahme des vollen Haftungsrisikos gegenüber den Rechteinhabern, die Freistellung der imakomm AKADEMIE GmbH von allen Ansprüchen Dritter und das Tragen der Kosten einer eventuellen Abwehr von solchen Ansprüchen durch die imakomm AKADEMIE GmbH.

Es ist nicht gestattet, die vorliegenden Unterlagen im Ganzen oder in Teilen in Dokumentationen oder Protokollen widerzugeben. Am geistigen Eigentum der imakomm AKADEMIE GmbH und ihrer Mitarbeiter werden durch Veranstalter keinerlei Rechte erworben.

Medienhinweis:

Aus den vorliegenden Unterlagen darf nicht zitiert werden. Bitte wenden Sie sich für eine Freigabe von Zitaten an die imakomm AKADEMIE GmbH, Telefon 0 73 61 / 5 28 29 0, [info@imakomm-akademie.de](mailto:info@imakomm-akademie.de)