

Konzept zur Innenstadtberatung in Mosbach

EMPFEHLUNGEN ZUR POSITIVEN WEITERENTWICKLUNG,
ATTRAKTIVIERUNG UND BELEBUNG

28. JUNI 2023

Gefördert durch das



Baden-Württemberg

MINISTERIUM FÜR WIRTSCHAFT, ARBEIT UND TOURISMUS

Innenstadtberatung in Mosbach

Ergebnisse & Maßnahmenvorschläge

1. Einleitung:
 - Das Förderprogramm „Innenstadtberater“
 - Aktuelle Studien und Trends für attraktive und zukunftsfähige Innenstädte
2. Innenstadtcheck: Wichtigste Ergebnisse, Kernthesen und Gesamtbewertung
3. Konzeption / Maßnahmenvorschläge:
 - Handlungsfelder und Maßnahmenübersicht
 - TOP 3 Maßnahmen
4. Weitere Vorgehensweise: Projekte in der Umsetzung und nächste Schritte

Innenstadtberatung in Mosbach

Ergebnisse & Maßnahmenvorschläge

1. Einleitung:

- Das Förderprogramm „Innenstadtberater“
- Aktuelle Studien und Trends für attraktive und zukunftsfähige Innenstädte

2. Innenstadtcheck: Wichtigste Ergebnisse, Kernthesen und Gesamtbewertung

3. Konzeption / Maßnahmenvorschläge:

- Handlungsfelder und Maßnahmenübersicht
- TOP 3 Maßnahmen

4. Weitere Vorgehensweise: Projekte in der Umsetzung und nächste Schritte

1. Einleitung: Förderprogramm „Innenstadtberater“ Zielsetzungen & Aufgabe

- Die Innenstadtberatung ist ein standortbezogenes und kostenloses Angebot zur Stärkung des Einzelhandels in den Innenstädten.
- Aufgabe ist die Stärkung und der Erhalt der Innenstädte als Standorte des stationären Einzelhandels.
- Die Innenstadtberater (der IHK Rhein-Neckar) sollen - gemeinsam mit den Innenstadt-Akteuren vor Ort! - tragfähige Zukunftskonzepte entwickeln.
- Sie sind Ansprechpartner für die Kommunen und die lokalen Innenstadtakteure in ihrer Region und sollen diese niedrigschwellig dabei unterstützen, den Einzelhandel, die Vitalität und die Attraktivität der Innenstädte zu stärken und zu sichern.

Gefördert durch das



Baden-Württemberg

MINISTERIUM FÜR WIRTSCHAFT, ARBEIT UND TOURISMUS

1. Einleitung: Förderprogramm „Innenstadtberater“

Ablauf: Bisherige Schritte und aktueller Stand



Innenstadtberatung in Mosbach

Ergebnisse & Maßnahmenvorschläge

1. Einleitung:

- Das Förderprogramm „Innenstadtberater“
- Aktuelle Studien und Trends für attraktive und zukunftsfähige Innenstädte

2. Innenstadtcheck: Wichtigste Ergebnisse, Kernthesen und Gesamtbewertung

3. Konzeption / Maßnahmenvorschläge:

- Handlungsfelder und Maßnahmenübersicht
- TOP 3 Maßnahmen

4. Weitere Vorgehensweise: Projekte in der Umsetzung und nächste Schritte

1. Trends für attraktive & zukunftsfähige Innenstädte

Aktuelle Herausforderungen

- Die Herausforderungen für die Unternehmen, insbesondere in Handel und Gastronomie, sind immens.
- Die Innenstädte müssen sich breiter aufstellen. Stadtzentren mit einem breiten Nutzungsspektrum sind krisenfester.
- Es braucht Besuchsanlässe über den Einkauf hinaus. Aufenthaltsqualität wird bedeutsamer.
- **Lösungsansatz:**
 - Es gibt nicht die eine Innenstadtstrategie. Jede Stadt braucht ihre individuelle Herangehensweise, die an die lokalen Bedürfnisse und Möglichkeiten angepasst ist.
 - Eine Professionalisierung der Strukturen ist notwendig.
 - Die Förderung der Unternehmen ist 'freiwillige Pflichtaufgabe' als Investition für eine attraktive Innenstadt der Zukunft.

(Quellen: Innenstadtstrategie des Beirats Innenstadt beim BMI, 2021; Nationale Studie Zukunftsfeste Innenstädte Zwischenbilanz und Strategien, 2021; Innenstadt der Zukunft – urbanes Leben gemeinsam gestalten, Bundesvereinigung City- und Stadtmarketing Deutschland e.V. (bcsd), 2020; Positionspapier „Lebenswerte Innenstädte mit Zukunft“; Verbändeallianz, 2022)

1. Trends für attraktive & zukunftsfähige Innenstädte

Aufgaben für die Gegenwart und Zukunft

Die zukunftsfeste „Post Corona“-Innenstadt ist

- **multifunktional:** Sie weist Nutzungsmischung und ein vielfältiges Angebot auf.
- **attraktiv:** Sie hat lebendigere Aufenthaltsorte mit Lebensqualität, ist leicht und öffentlich zugänglich, macht Angebote für alle Generationen und ist „erlebbar“.
- **kooperativ:** Alle Akteurs- und Interessensgruppen sind eingebunden, informiert und gemeinsam an der Gestaltung der Zukunft der Innenstadt beteiligt → Gemeinschafts- und Daueraufgabe.
- **smart und digital:** Die zukunftsfähige Innenstadt kommuniziert vielfältig und vor allem digital.

(Quellen: Innenstadtstrategie des Beirats Innenstadt beim BMI, 2021; Nationale Studie Zukunftsfeste Innenstädte Zwischenbilanz und Strategien, 2021; Innenstadt der Zukunft – urbanes Leben gemeinsam gestalten, Bundesvereinigung City- und Stadtmarketing Deutschland e.V. (bcsd), 2020; Positionspapier „Lebenswerte Innenstädte mit Zukunft“; Verbändeallianz, 2022)

Innenstadtberatung in Mosbach

Ergebnisse & Maßnahmenvorschläge

1. Einleitung:
 - Das Förderprogramm „Innenstadtberater“
 - Aktuelle Studien und Trends für attraktive und zukunftsfähige Innenstädte
2. Innenstadtcheck: Wichtigste Ergebnisse, Kernthesen und Gesamtbewertung
3. Konzeption / Maßnahmenvorschläge:
 - Handlungsfelder und Maßnahmenübersicht
 - TOP 3 Maßnahmen
4. Weitere Vorgehensweise: Projekte in der Umsetzung und nächste Schritte

2. Innenstadt-Check

Kernergebnisse / -thesen zur Mosbacher Innenstadt

Toter Marktplatz

Markt- und Kirchplatz haben großen Charme, nutzen aber derzeit, vor allem (außen-)gastronomisch, ihr Potenzial nur zu einem geringen Teil.

Nebeneinander statt Miteinander

Die Akteure könnten deutlich mehr aus dem Potenzial der Stadt Mosbach machen, wenn man noch stärker zusammenarbeiten würde.

DHBW als „Satellit“

Die Austauschbeziehungen der Studierenden mit der Innenstadt und den Unternehmen sind noch zu gering: Es gilt, Angebote zu schaffen!

Kein „Selbstläufer“ mehr

Der Standort Mosbach hat lange von seiner zentralen Funktion und dem großen Einzugsgebiet „automatisch“ profitiert. Diese Zeiten sind vorbei!

Starke Unternehmen

Viele Einzelunternehmen und die Standortgemeinschaft sind digital wie analog sehr gut aufgestellt und engagieren sich über „das Notwendige“ hinaus.

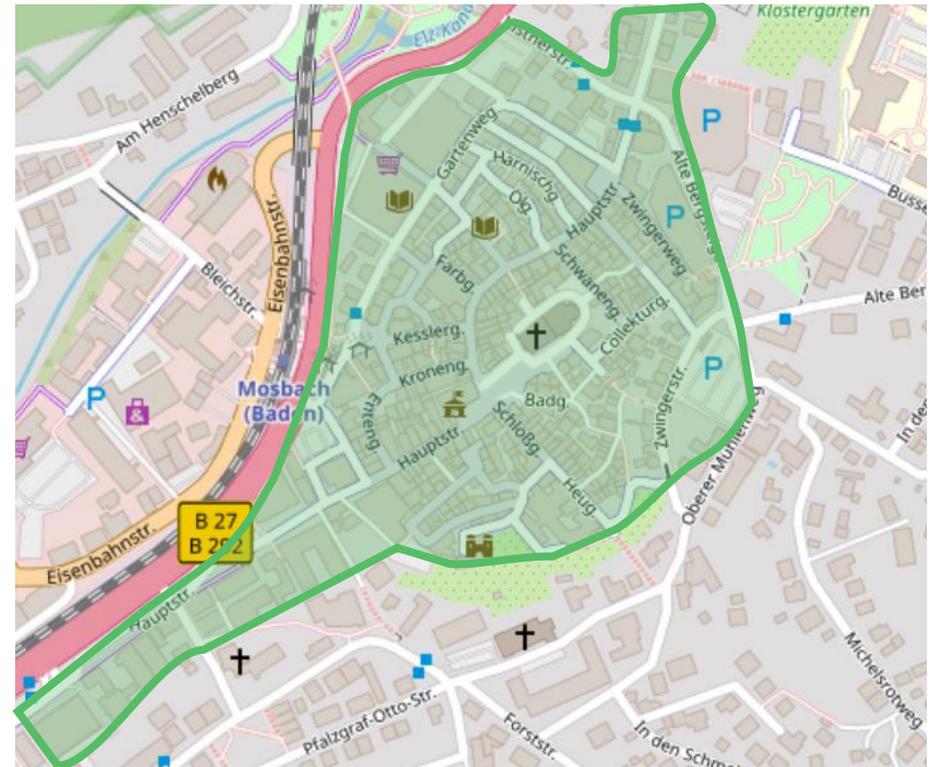
Guter Gesamteindruck

Viele Standortfaktoren sind in Mosbach sehr positiv – das muss stärker vermarktet werden!

2. Innenstadt-Check

Abgrenzung der Innenstadt

- Abgrenzung aufgrund der Erhebung / des durchgehenden Besatzes vor Ort
- Randbereiche mit betrachtet:
 - Alte Mälzerei, DHBW
 - Oberer Mühlenweg
 - Landratsamt und Busbahnhof
 - Bereiche westlich der B27 / Bahnlinie inkl. Majolika-Center, Brauhaus
 - Fachmarkt-Areal Pfalzgraf-Otto-Straße



Quelle: <https://openstreetmap.de/karte/>

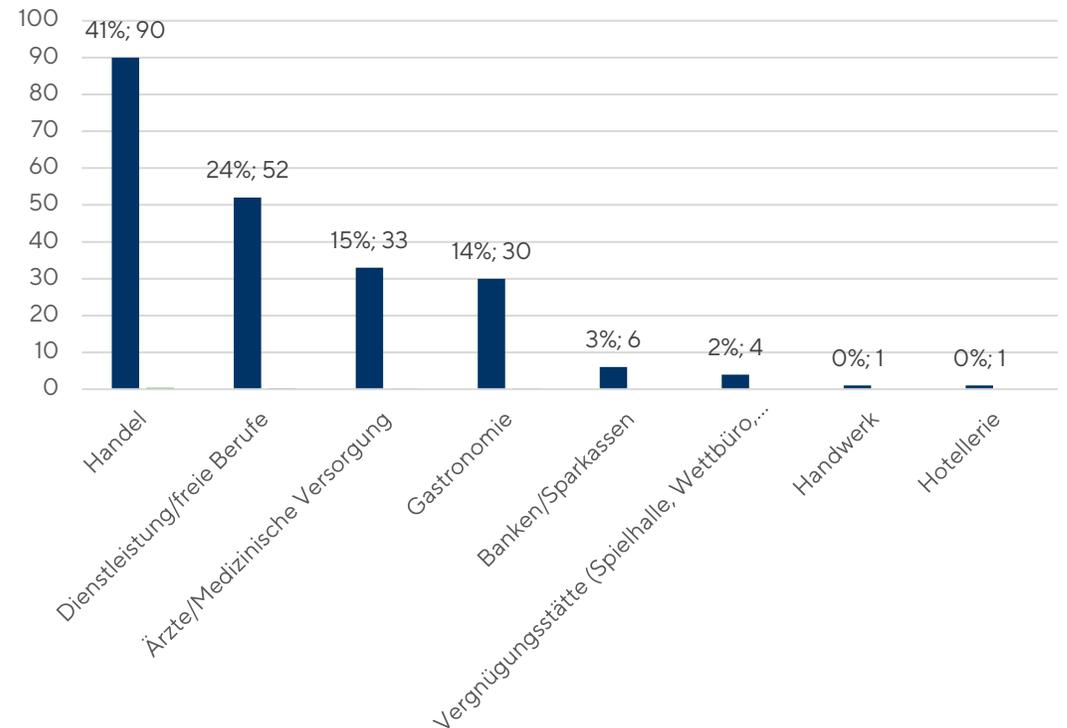
2. Innenstadt-Check Untersuchungsaufwand

Innenstadt-Erhebung	Insgesamt 244 Objekte / Unternehmen erfasst
Digitalisierungs-Check	59 Unternehmen untersucht (davon 44 im Handel, 13 Gastronomie, 2 Hotellerie)
Passanten-Befragung	103 Interviews, Samstag, 15.10.2022, 09:45-14:15, 4 Standorte
Online-Befragung	1.531 online ausgefüllte Fragebögen, Erhebungszeitpunkt: 12.10. – 01.11.2022
Passanten-Zählung	Man. Zählungen am Samstag, 15.10.2022 (10-14 Uhr), Standort Hauptstraße / Marktplatz
Experten-Gespräche	10 persönliche Interviews mit ausgewählten Innenstadt-Akteuren

2.1 Innenstadt-Check - Untersuchung vor Ort

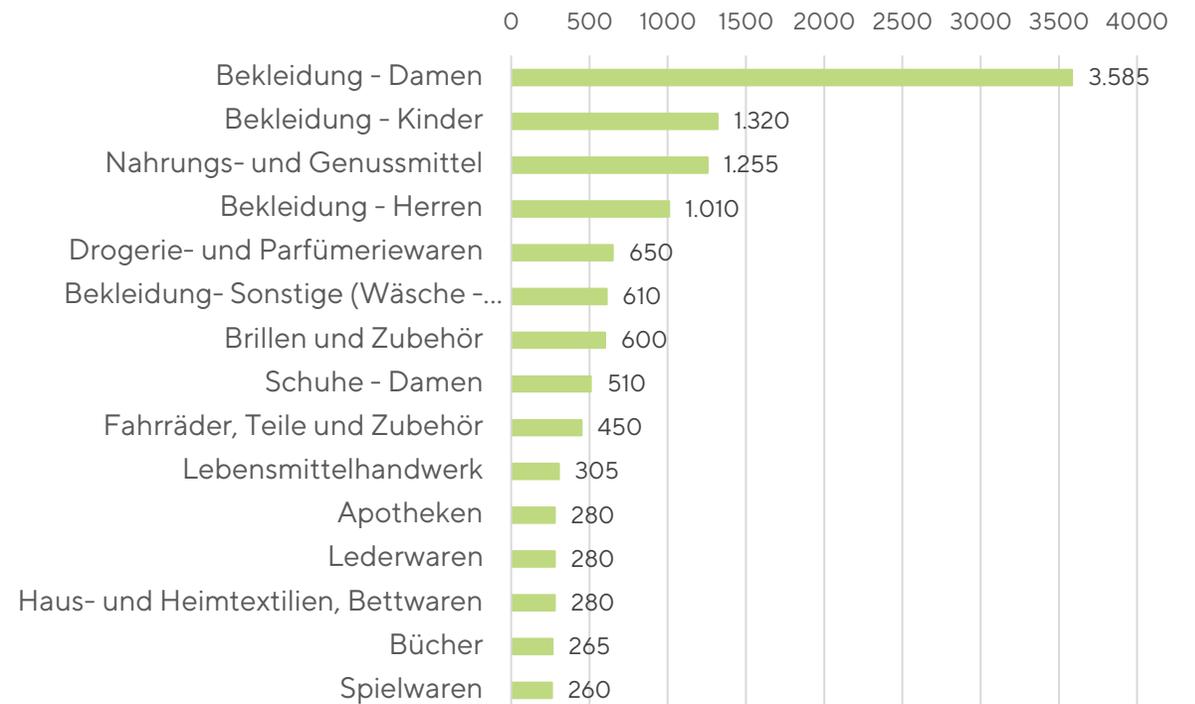
Branchenstruktur in der Mosbacher Innenstadt

- Branchenschwerpunkt ist der Handel (41%, 90 Geschäfte).
- Dienstleister / freie Berufe (52 Betriebe) stellen 1/4 der Unternehmen; danach Ärzte / medizinische Dienstleister (15%/33). Gastronomie (14%/30)
- Räumliche Verteilung:
 - Allgemein: Hauptstraße (44%), Gartenweg & An der Bachmühle (21%)
 - Einzelhandel: Hauptstraße (61% aller Geschäfte, 56 Betriebe), Gartenweg / A. d. Bachmühle (16%)
 - Gastronomie: ebenfalls v.a. Hauptstraße (13, 42 %)



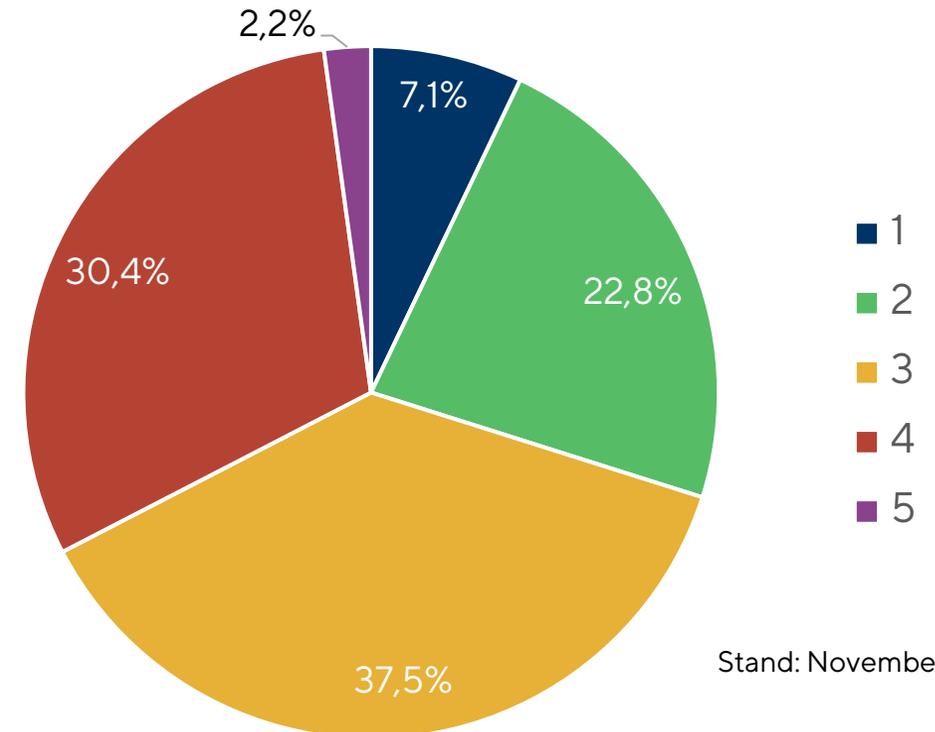
2.1 Innenstadt-Check - Untersuchung vor Ort Einzelhandels-Angebot nach Verkaufsflächen

- Gesamt-Verkaufsfläche: ca. 14.000m²
- Schwerpunkte bei Sortimenten nach Verkaufsflächen (TOP 5):
 - Bekleidung
 - Nahversorgung / täglicher Bedarf (Nahrungsmittel inkl. LM-Handwerk, ohne Randsortimente)
 - Drogeriewaren und Apotheken
 - Brillen und Zubehör, Schuhe (v.a. Damen)



2.1 Innenstadt-Check - Untersuchung vor Ort Außenpräsentation der Unternehmen

- Außengestaltung der Unternehmen:
 - 30% mit positiver Präsentation und Umfeldwirkung
 - durchschnittlich stellen sich 37,5% der Unternehmen im Außenbereich dar
 - kleine und große Verbesserungsbedarfe bei einem Drittel der Unternehmen
 - Positiv: Badgasse, Kesslergasse, Kirchplatz, Kronengasse, Ölgasse und auch die Hauptstraße insgesamt
 - Handlungsbedarfe: Löwenbrunnengasse, Kollekturgasse, Alter Schulplatz und Marktplatz...

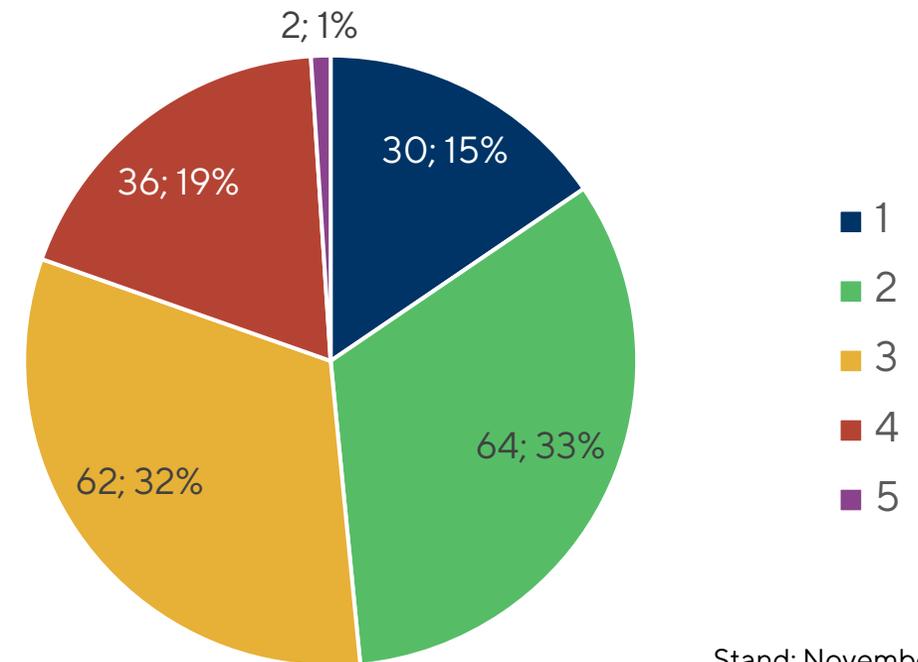


Stand: November 2022

Schaufenstergestaltung und -beklebung, Warenauslage, Schirme, Sitzbereiche. (Bewertung 1 = sehr gut; 3 = durchschnittlich; 5 = deutliche Mängel und Verbesserungsbedarfe)

2.1 Innenstadt-Check - Untersuchung vor Ort Immobilien und baulicher Zustand

- Es wurden 194 Immobilien in der Mosbacher Innenstadt betrachtet. Der Gesamtzustand ist positiv zu bewerten.
- Es befinden sich ca. 48% in einem guten bis sehr guten baulichen Zustand.
- Jede 5. Immobilie (38 Objekte) weist kleinere Mängel oder größeren Sanierungsbedarf auf. Bei Objekten mit Leerständen ist der Zustand nur geringfügig schlechter (25% mit Mängeln).
- Räumlich besonders problematisch sind vor allem die Randbereiche der Altstadt, v.a. obere / höher gelegene Straßen.
- Aber: Wie sieht es „hinter der Fassade“ aus? Umnutzungs- und Sanierungsbedarfe?

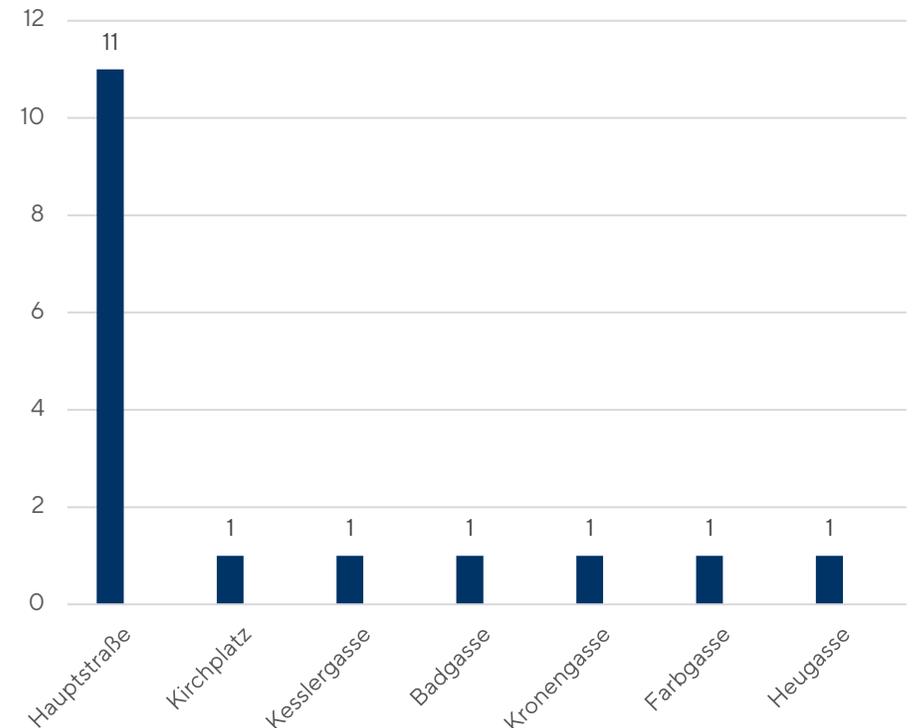


Stand: November 2022

(Bewertung 1 = sehr gut; 3 = durchschnittlich; 5 = deutliche Mängel und Verbesserungsbedarfe)

2.1 Innenstadt-Check - Untersuchung vor Ort Immobilien und Leerstände

- Insgesamt wurden 17 Leerstände in der Mosbacher Innenstadt festgestellt, davon 11 in der Hauptstraße, in einigen Straßen jeweils nur ein weiterer.
- Die Leerstandsquote beträgt insgesamt 7% (17 leerstehende / 234 insgesamt erfasste Gewerbeeinheiten) und ist damit erfreulicherweise deutlich unterdurchschnittlich.
- Ursachen: insbesondere begründet durch
 - den baulichen Zustand, Größe, Zuschnitt & Lage (Randbereiche Innenstadt)
 - die Eigentümer-Situation (Schlüssel-Immobilie)
- Weitere Leerstände zu befürchten (Gerry Weber...)



Stand: November 2022

2.1 Innenstadt-Check - Untersuchung vor Ort Öffentlicher Raum

- Aufenthaltsqualität zufriedenstellend, aber einige Plätze wenig belebt und kaum einladend
- Aufwertungspotenziale bei Spielmöglichkeiten, Radabstellanlagen, Beleuchtung, Außengastronomie und Barrierefreiheit
- Bereiche mit Vandalismus, Graffiti, Aufklebern
- Positiv: historisches Fachwerk, Fassaden, Schaufenster, „Wasser in der Stadt“, Begrünungselemente, Sitzgelegenheiten (auch vor Geschäften!)
- Entwicklungspotenzial bei Beschilderung / Wegeführung für Touristen und Unternehmen



2.2 Innenstadt-Check – Digitalisierung Webseiten, Social Media, Google

- Untersucht wurde die **einzelbetriebliche Ebene** (59 Unternehmen aus Handel, Gastronomie, Übernachtung)
 - Homepage,
 - Social Media-Präsenz,
 - Suchmaschinen-Listung / Google (My) Business-Eintrag
 - und ergänzende digital Angebote
- und die **gemeinschaftliche Ebene**
 - für die Stadt Mosbach und Mosbach aktiv



2.2 Innenstadt-Check – Digitalisierungs-Check Stadtgemeinschaft - Stadt Mosbach: Homepage

Untersucht wurden Informationen zu Einkaufen, Gastronomie, Erreichbarkeit / Parken, Veranstaltungen:

- **Homepage** zuletzt neu gestaltet: Navigation und Layout sowie Aufbau gut gelungen. Für Mobilgeräte ist die Homepage ebenfalls gut nutzbar / „responsive“.
- **Firmen-/Branchenverzeichnis**: versteckt in 3. Ebene, im Handel unvollständig, überschneidende Kategorien, Gastronomie doppelt.
- **Parken**: Informationen mit Übersichts-Karte, Gebühren und Serviceangeboten detailliert aufbereitet
- Verknüpfung zu **Social Media**: mit Teaser-Nachrichten („Social Stage“) ansprechend gestaltet.
- Eine Übersicht der **Veranstaltungen** in der 2. Ebene vorhanden, Hinweise auch auf der Startseite.

2.2 Innenstadt-Check – Digitalisierungs-Check Stadtgemeinschaft - Stadt Mosbach: Social Media

- Seit einiger Zeit sehr rege: Reichweiten und Interaktion im Aufbau, Instagram bereits größer als Facebook; „Markterlebnis“ wurde für Hauptkanal aufgelöst
- Beiträge und Stories auf Facebook / Instagram regelmäßig & interaktiv
- Vielfältiger Themenmix zwischen Stadtinformation, Stadtgeschichte / Stadtteilen, Politik, Stadtmarketing und Veranstaltungen
- Veranstaltungen angelegt, jedoch wenig Interaktion mit Marktbesuchern, Unternehmen und Besuchern

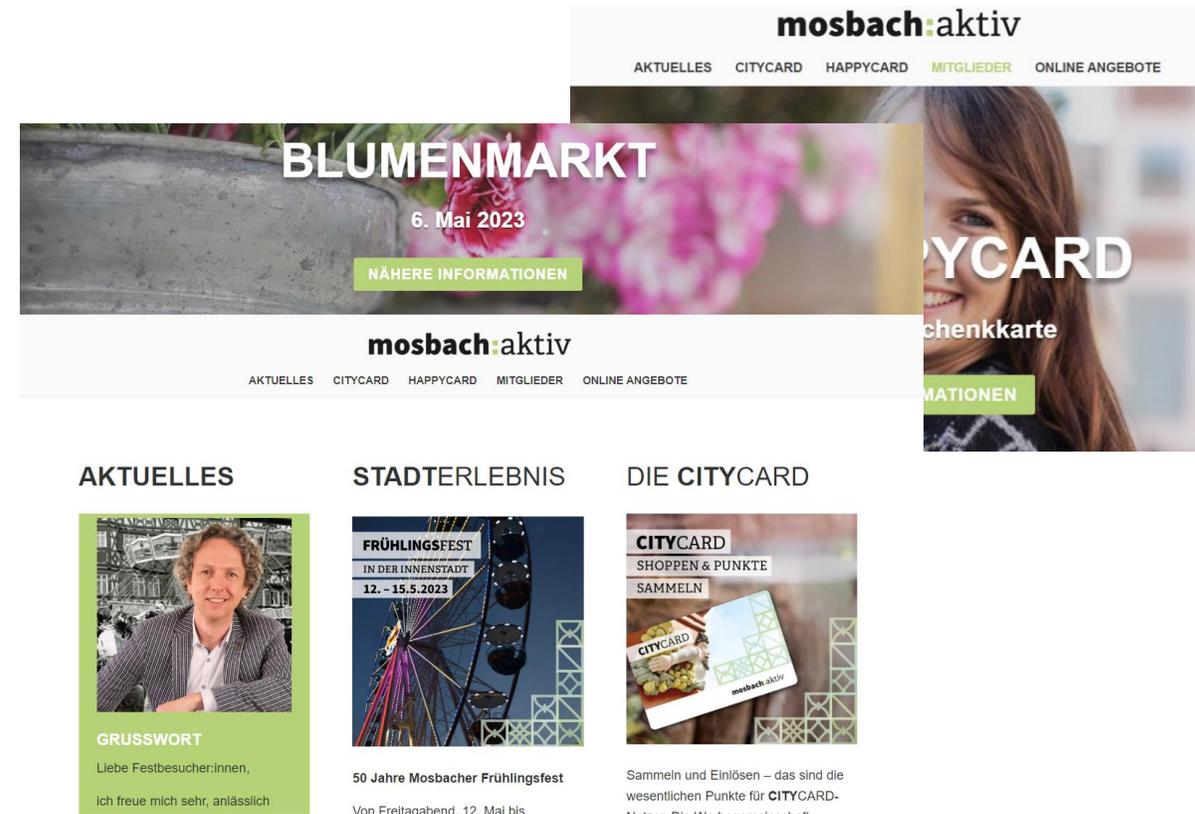


Mosbach.de

169 „Gefällt mir“-Angaben • 293
Follower

2.2 Innenstadt-Check – Digitalisierungs-Check Stadtgemeinschaft - Mosbach aktiv: Homepage

- Auflistung der Mitglieder alphabetisch, Unternehmensinformationen detailliert inkl. Öffnungszeiten und Verlinkungen und Annahme- und Verkaufsstellen Happy/Citycard.
- Suchfunktion ✓, Kategorie / Sortiment fehlt
- Aktuelle Informationen zu Veranstaltungen und Kartensystemen; Vorausblicken auf künftige Events und Aktionen fehlt.
- Online-Shops der Unternehmen verlinkt.
- Informationen zum Parken fehlen.



2.2 Innenstadt-Check – Digitalisierungs-Check Stadtgemeinschaft - Mosbach aktiv: Social Media

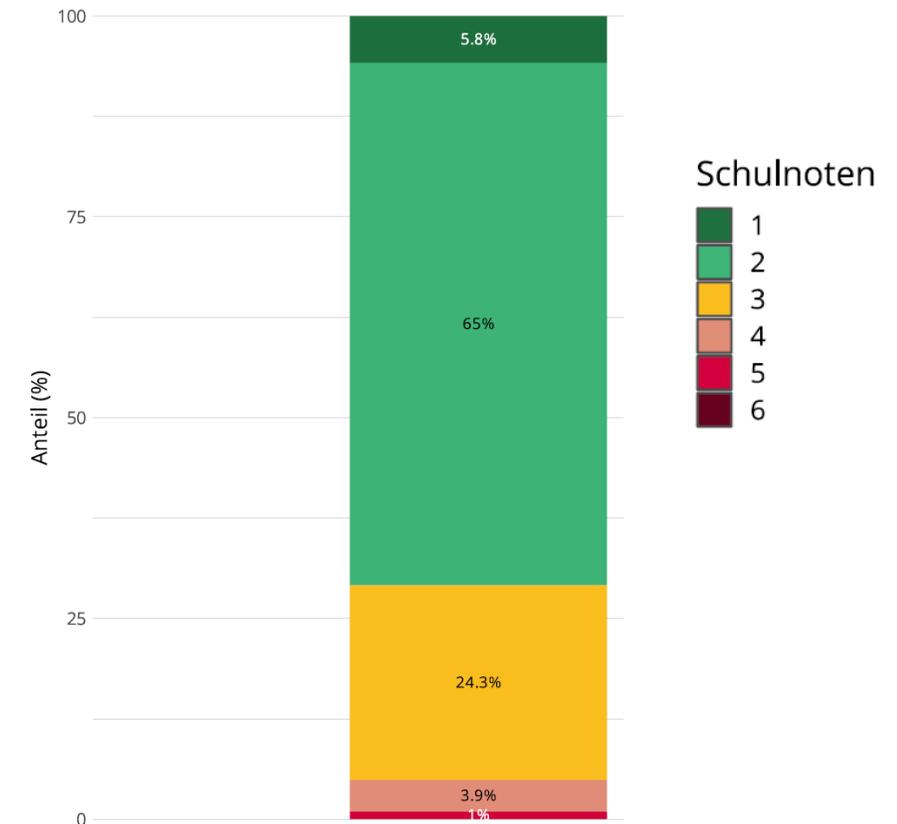
- Facebook sowie Instagram-Reichweite und Interaktion gut; Corporate Design der Beiträge ✓
- Facebook-Beiträge mit starkem Fokus auf Erlebnismärkte; wenig Vorausschau und Interaktion bei Events; Häufigkeit ausbaufähig
- Titelbilder: oft vergangene Veranstaltungen
- Zuletzt deutlich stärkere Kommunikation vor allem auf Instagram: Fotos, Videos, Teilen der Inhalte von Mitgliedsunternehmen



2.3 Innenstadt-Check – Passantenbefragung

Attraktivität der Innenstadt

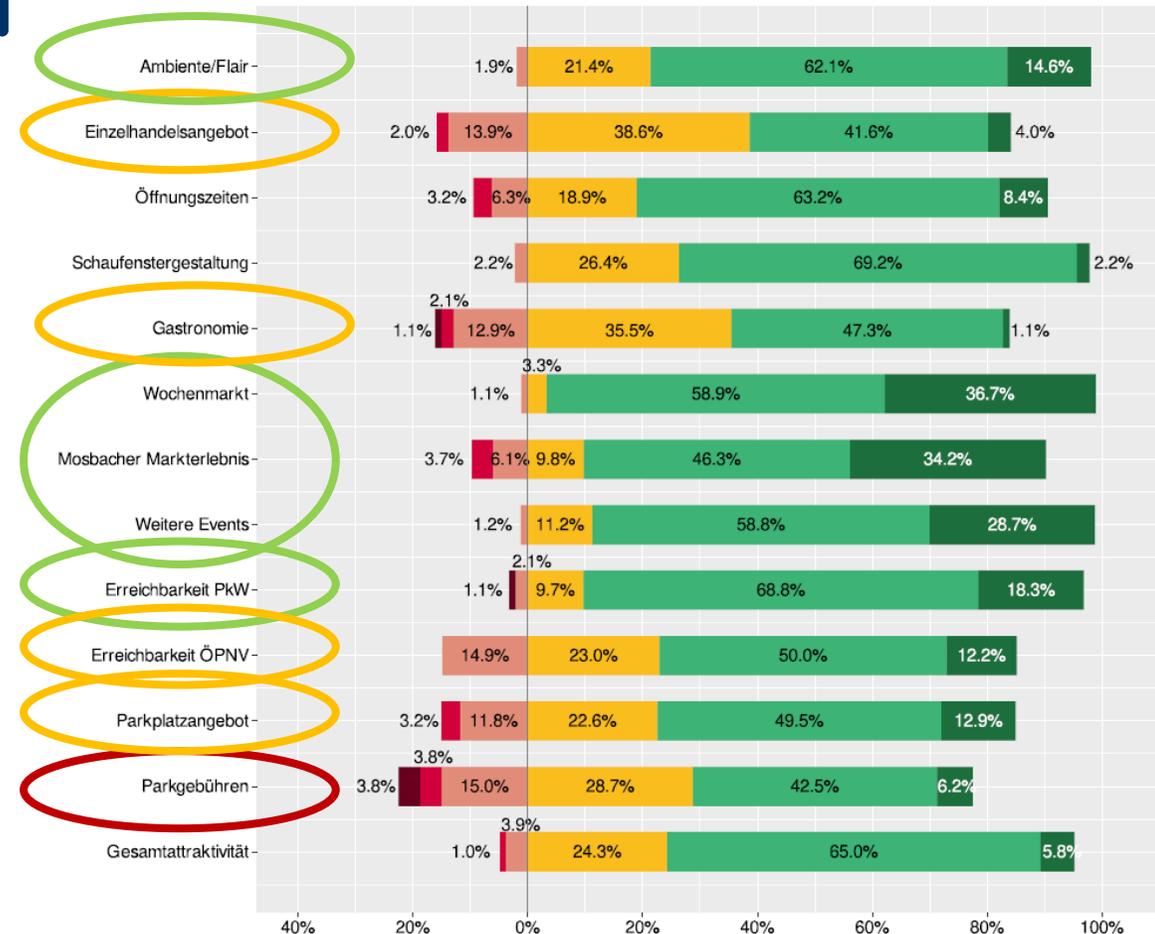
- Zufriedenheit mit der Mosbacher Innenstadt insgesamt gut: Schulnote im Durchschnitt 2,29, Median 2,0)
- 71% der Passanten vergeben die Noten 1 und 2 (vergleichbar große Städte im Mittel 51%-54%).
- Die Noten 4 oder schlechter vergaben nur 5% (vergleichbare Städte 13%-17%).
- Im IHK-Rhein-Neckar-Odenwald-Vergleich schneidet nur Schwetzingen besser ab (2,13) → Platz 2 bei 11 durchgeführten Befragungen.



2.3 Innenstadt-Check – Passantenbefragung

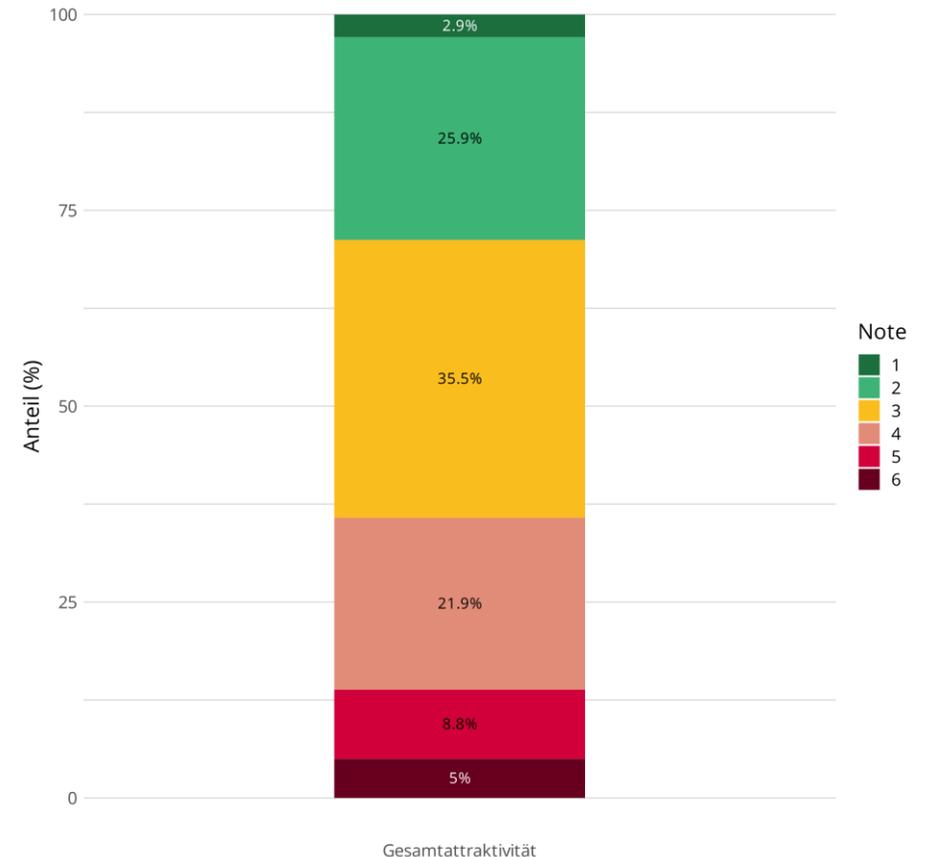
Bewertung von Teilaspekten

- nahezu alle Einzelbausteine sehr positiv bewertet
- positiv insbesondere: Märkte & Veranstaltungen in allen Kategorien sowie die PKW-Erreichbarkeit.
- Negative Stimmen am Ehesten noch bei den Parkgebühren, dem Einzelhandels- und Gastronomieangebot, auch bei Parkplatzangebot und der ÖPNV-Erreichbarkeit.



2.3 Innenstadt-Check – Online-Befragung Attraktivität der Innenstadt

- Überraschende Zahl an Rückmeldungen (1.531 Teilnehmende). Grund: gutes Marketing sowie starke junge Zielgruppe / Befragte bei DHBW.
- Deutlich kritischere Bewertung der Attraktivität der Mosbacher Innenstadt (Gesamtnote 3,23)
- Jüngere bewerten die Innenstadt signifikant schlechter (Note ~3,5 bis 30, ab 51 Jahre besser als 3).
- 29% vergaben die Note 1 oder 2 (71% vor Ort). 36% der Befragten bewertete mit Note 4 oder schlechter.



2.3 Innenstadt-Check – Online-Befragung Bewertung der Teilaspekte

- Positiv fließen in die Bewertung insbesondere die Events (vor allem der Wochenmarkt) ein. Auch das Ambiente / Flair sowie die Erreichbarkeit mit Auto sowie Bus & Bahn wirken sich positiv aus.
- Kritisch eingeordnet werden auch hier vor allem die Parkgebühren (48% Note 4 oder schlechter, Durchschnitt Note 3,61).
- Auch zum Parkplatzangebot (37%) und Einzelhandelsangebot (34%) gibt es negative Stimmen.



2.3 Innenstadt-Check - Befragungen

Die typische Innenstadtbesucherin in Mosbach

Merkmal	Vor Ort-Befragung (Samstag)	Online-Befragung (alle Wochentage)
 Wohnort	Aus Mosbach (58%), aus Region bis 25km (33%)	Aus Mosbach (50%), aus Region bis 25km (34%)
 Geschlecht	weiblich (54%)	k. A. (Annahme: überwiegend weiblich)
 Alter	61-70 (27%), 51-60 Jahre (23%)	21-30 Jahre (31%), 31-40 Jahre (21%)
 Benutzte Verkehrsmittel	PKW (59%), zu Fuß (30%), ÖPNV (9%)	PKW (53%) Zu Fuß (30%), Fahrrad (4%)
 Besucherhäufigkeit	Wöchentlich (52%), täglich (20%)	Wöchentlich (43%), monatlich / täglich (je 21%)
 Bewertung insgesamt (Attraktivität der Innenstadt)	Häufigste Note 2 (Durchschnitt 2,29)	Häufigste Note 3 (Durchschnitt 3,23)
 Top-Anlass für Aufenthalt	Einkaufen / Einkaufsbummel / Shopping (71%) Wohnen (52%), Atmosphäre (31%), Gastro (29%)	Einkaufen / Shopping und Gastronomie (63%) Behördengang/Arztbesuch (39%), Atmosphäre (23%)
 Veränderung des Einkaufsverhalten in den letzten und nächsten 2 Jahren	Gleich häufiger Einkauf in den letzten 2 Jahren; Tendenz: unveränderter Trend in den nächsten beiden Jahren	Zuletzt gleichbleibender (51%) bis seltenerer (35%) Einkauf, ähnliche Tendenz: gleichbleibend (60%) bis seltener (28%); vermehrt Online-Einkauf sowie in HN, HD, MA, S, Buchen) sowie Kaufland

2. Innenstadt-Check - Befragungen

Empfehlungs-Wahrscheinlichkeit für Mosbach

Überwiegend positives Image der Mosbacher Innenstadt

(Platz 2 von 11 befragten Kommunen hinter Schwetzingen (43,6%) – die Bandbreite reicht bis -52%)

	Vor Ort (Samstag)	Online (alle Wochentage)	Durchschnitt
Innenstadt – Fans (Note 1 oder 2) <small>*Begeistert, sichere Weiterempfehlung</small>	71%	29%	50%
Neutrale Innenstadtbesucher*innen (Note 3) <small>*Unentschlossen, Weiterempfehlung nicht sehr wahrscheinlich</small>	24%	36%	30%
Innenstadt – Kritiker (Note 4 oder schlechter) <small>*Nicht zufrieden, Weiterempfehlung nahezu ausgeschlossen</small>	5%	36%	20%

Der Net Promoter Score (von 100 bis -100%) ermittelt die Wahrscheinlichkeit, dass die befragten Personen die Innenstadt an Freunde oder Bekannte weiterempfehlen.

$$\begin{array}{r}
 \text{Promoter in \% (Innenstadt-Fans)} - \text{Kritiker in \%} = \text{Net Promoter Score in Mosbach} \\
 50\% \qquad \qquad \qquad - 20\% \quad = \qquad \qquad \qquad +30\%
 \end{array}$$

2.4 Innenstadt-Check – Expertengespräche

Wichtigste Ergebnisse

- Die Unternehmen nehmen ihre aktuelle Situation und die der Mosbacher Innenstadt mehrheitlich als eher schlecht wahr. Gründe: v.a. rückläufige Frequenz und Umsätze.
- Fast alle Befragten haben in den letzten 5 Jahren erhebliche Summe in das eigene Unternehmen investiert (baulich, digital).
→ positives Signal für die Zukunft
- Aktuelle Probleme: wenig belebter Marktplatz, Wettbewerber außerhalb & online, fehlende Angebote in Handel und Gastronomie
- Wichtigste Aufgaben:
 - Branchenmix verbessern
 - Neue und mehr Angebote für Jüngere
 - Belebung der Innenstadt, v.a. Marktplatz
 - Mosbach stärker vermarkten im Stadt- und Tourismusmarketing, insbesondere digital!
 - Bessere Service- und Beratungsqualität
 - WIR-Gefühl zwischen allen Akteuren stärken und Kommunikation verbessern!

3. Innenstadt-Check

Innenstadt-Score: Bewertung der Teilaspekte

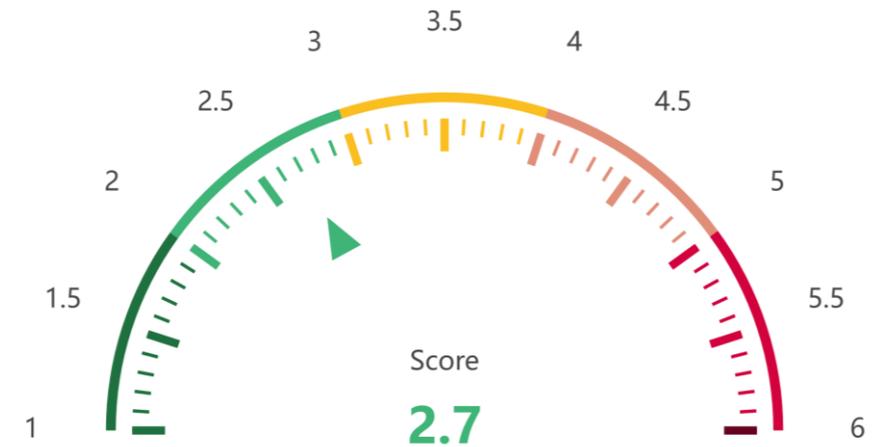
Bereich	Teilwert	Bewertung von 1 (Stärke) bis 6 (Potenzial)
Aufenthaltsqualität	2,4	1 2 3 4 5 6
Erreichbarkeit und Parken	2,6	1 2 3 4 5 6
Spaß- und Erlebnisfaktor / Veranstaltungen	2,6	1 2 3 4 5 6
Branchen- und Nutzungsmix	2,3	1 2 3 4 5 6
Digitale Serviceangebote	2,1	1 2 3 4 5 6
Analoge Serviceangebote	2,7	1 2 3 4 5 6
Innenstadt-Vermarktung	3,5	1 2 3 4 5 6
Innenstadtpolitik/-strukturen	3,2	1 2 3 4 5 6

3. Innenstadt-Check

Innenstadt-Score: Gesamt-Bewertung

Gesamtbewertung „noch gut“ (Schulnote 2,7):

- **Positiv** fließen in die Gesamtbewertung die Veranstaltungen (Wochenmarkt, Erlebnismärkte, Mosbacher Sommer usw.), der Branchenmix (v.a. im Handel), die Erreichbarkeit (insgesamt) und die Aufenthaltsqualität sowie die digitalen und analogen Service-Angebote ein.
- **Eher nachteilig (durchschnittlich bis ausreichend)** wirken sich die strukturellen Voraussetzungen („WIR-Gefühl“, konzeptionelle und strategische Zusammenarbeit aller Akteure) sowie die Vermarktung der Innenstadt-Angebote aus.



3. Innenstadt-Check

Kernergebnisse / -thesen zur Mosbacher Innenstadt

Toter Marktplatz

Markt- und Kirchplatz haben großen Charme, nutzen aber derzeit, vor allem (außen-)gastronomisch, ihr Potenzial nur zu einem geringen Teil.

Nebeneinander statt Miteinander

Die Akteure könnten deutlich mehr aus dem Potenzial der Stadt Mosbach machen, wenn man noch stärker zusammenarbeiten würde.

DHBW als „Satellit“

Die Austauschbeziehungen der Studierenden mit der Innenstadt und den Unternehmen sind noch zu gering: Es gilt, Angebote zu schaffen!

Kein „Selbstläufer“ mehr

Der Standort Mosbach hat lange von seiner zentralen Funktion und dem großen Einzugsgebiet „automatisch“ profitiert. Diese Zeiten sind vorbei!

Starke Unternehmen

Viele Einzelunternehmen und die Standortgemeinschaft sind digital wie analog sehr gut aufgestellt und engagieren sich über „das Notwendige“ hinaus.

Guter Gesamteindruck

Viele Standortfaktoren sind in Mosbach sehr positiv – das muss stärker vermarktet werden!

Innenstadtberatung in Mosbach

Ergebnisse & Maßnahmvorschläge

1. Einleitung:
 - Das Förderprogramm „Innenstadtberater“
 - Aktuelle Studien und Trends für attraktive und zukunftsfähige Innenstädte
2. Innenstadtcheck: Wichtigste Ergebnisse, Kernthesen und Gesamtbewertung
3. Konzeption / Maßnahmvorschläge:
 - Handlungsfelder und Maßnahmenübersicht
 - TOP 3 Maßnahmen
4. Weitere Vorgehensweise: Projekte in der Umsetzung und nächste Schritte

3. Konzeption / Maßnahmenvorschläge: Workshops Entwicklung und Bewertung von Maßnahmen

- Vorstellung zahlreicher Vorschläge der Innenstadtberatung in acht Handlungsfeldern
- WS I - Ergänzung und Bewertung der Vorschläge nach
 - Priorisierung: Grad der Attraktivität für Mosbacher Innenstadt
 - Frage der leichten oder schweren Umsetzbarkeit
- WS II - Konkretisierung der wichtigsten Projekte:
 - Wie können diese umgesetzt werden? Welche Hürden gibt es? Was ist zu beachten?
 - Wer ist zuständig? Wer muss eingebunden werden?
 - Wie erreichen wir unsere Zielgruppen (insb. die Jüngeren)?



3. Konzeption / Maßnahmvorschläge

Acht Handlungsfelder für eine attraktivere Innenstadt

Aufenthalts-
Qualität

Erreichbarkeit &
Parken

Spaß & Erlebnis /
Veranstaltungen

Branchenmix /
Angebot

Digitale
Angebote

Analoge
Angebote

Innenstadt-
Vermarktung

Innenstadt-Politik
(Strukturen)

3. Konzeption / Maßnahmenvorschläge

Handlungsfelder & Übersicht der Maßnahmen

5.1 Aufenthaltsqualität	5.2 Erreichbarkeit & Parken	5.3 Erlebnis & Veranstaltungen	5.4 Branchenmix
Reinigung: Sauberes Mosbach**	Anpassung der Parkgebühren	Kleinkunst-Festival*	Branchenmix ausbauen
Leerstände temporär umnutzen	Parkgebühren-Erstattung**	Mosbach Fashion Days	Der Marktplatz als 'Herz der Stadt'
Aufenthaltsqualität verbessern	Angebote für PKW-E-Mobilität	Kulinarische Stadtführungen	„DHBW-Labor“: experimentelle Umnutzungen
Stadtbeschilderung erneuern	Angebote und Erreichbarkeit für Radfahrende	Straßen- und Vereinsfest*	Erlebnis-Arbeits-Event-Café
Bessere Empfangssituationen & Verbindungen zur Innenstadt	Bessere Erreichbarkeit aus den Stadtteilen (ÖPNV, Ruftaxi)	Wochenmarkt als „Abend-/Genussmarkt“**	Kleine Fachgeschäfte für lokale Produzenten
Außenflächen am Ludwigsplatz überdenken*	Kostenloses Kurzzeitparken**	Zusammenarbeit Wochenmarkt und Marktplatz-Unternehmen**	Coworking für Mosbach**
Einheitliche, bunte Gestaltung der Innenstadt**	-	Neubürger-Empfang → Marktplatz**	-

3. Konzeption / Maßnahmenvorschläge

Handlungsfelder & Übersicht der Maßnahmen

5.5 Digitale Angebote	5.6 Analoge Angebote	5.7 Innenstadt-Vermarktung	5.8 Innenstadt-Politik
Ausbau digitale Bezahlmöglichkeiten beim Parken	Ausbau des Angebotes an öffentlichen Toiletten	Mosbach als 'Herz der Region' und 'Kleinstadtperle'	Stadt- und Tourismusmarketing stärken
Dauermarketing für City- und Happy-Card	Aufwertung der Tourist-Information	Jüngere / Studierende für Mosbach gewinnen**	Sanierung der Immobilien*
Digitale Sichtbarkeit der Unternehmen verbessern	Verbesserung der Service-Qualität („König Kunde 2.0“)	(Rad-)Wanderer und Wohnmobilisten einladen	Überarbeitung der Altstadt-Satzungen
Digitalisierungsberatung für Unternehmen**	Verbesserung & Kommunikation Öffnungszeiten	City-Card und Happy-Card als „Mosbach-Gutschein“*	Unternehmen bei Events stärker beteiligen
Ausbau des öffentlichen WLANs	Fachkräfteoffensive*	Unternehmen ins Marketing einbinden	„WIR-Gefühl“ & Zusammenarbeit stärken
-	-	„Heimat shoppen“ / buy local	-

Maßnahmenvorschläge aus den Workshops; *kritisch bewertete Maßnahmen aus der Beteiligung wurden für das Konzept nicht weiter berücksichtigt;

**Vorschlag bei einer anderen Maßnahme mitberücksichtigt.

Innenstadtberatung in Mosbach

Ergebnisse & Maßnahmenvorschläge

1. Einleitung:
 - Das Förderprogramm „Innenstadtberater“
 - Aktuelle Studien und Trends für attraktive und zukunftsfähige Innenstädte
2. Innenstadtcheck: Wichtigste Ergebnisse, Kernthesen und Gesamtbewertung
3. Konzeption / Maßnahmenvorschläge:
 - Handlungsfelder und Maßnahmenübersicht
 - TOP 3 Maßnahmen
4. Weitere Vorgehensweise: Projekte in der Umsetzung und nächste Schritte

3. Schlüsselprojekt 1

Der Marktplatz als (gastronomisches) 'Herz der Stadt'

- Zielsetzung: den Marktplatz als attraktiven Mittelpunkt der Innenstadt weiterentwickeln
- Bausteine / Aufgaben:
 - Schlüsselimmobilie / Leerstand beleben
 - Gastronomie ansiedeln, Außengastronomie ausbauen und aufwerten
 - Zusammenarbeit / besseres Miteinander aller Akteure und Nutzer
 - „Mikroevents“ zur Belebung ergänzen
 - Platzgestaltung überdenken und anpassen



3. Schlüsselprojekt 1

Der Marktplatz als (gastronomisches) 'Herz der Stadt'

- Umsetzung:
 - Mobile Gastronomie-Angebote und Events mit zusätzlichen Sitzmöglichkeiten in den wärmeren Monaten
 - Events für Abendstunden und Wochenenden vor allem für die Jüngeren als Zielgruppe entwickeln. Ziel: Verstetigung!
 - Bei Erlebnis- und Wochenmärkten den Marktplatz gemeinsam gestalten und nutzen
 - Gemeinsam mit Immobilieneigentümern eine Strategie für den Leerstand entwickeln (vorübergehend und dauerhaft)
 - Gestalterisch den Platz mit Begrünung, Beleuchtung, Sitz- und Spielmöglichkeiten aufwerten



3. Schlüsselprojekt 2

Verbesserung der Aufenthaltsqualität

- Zielsetzung: Der öffentliche Raum sollte attraktiver, erlebbarer und zugänglicher gestaltet werden, vor allem an der Bachmühle / am Gartenweg, den Wegen zur Innenstadt und in den Randbereichen.
- Bausteine / Aufgaben:
 - Häufiger reinigen, Vandalismus, Graffiti und Aufkleber beseitigen, Mülleimer und Stromkästen verkleiden
 - Stadtmobiliar ergänzen, Spiel- und Sitzmöglichkeiten ausbauen
 - Beschilderung und Schaukästen erneuern und auf aktuellen Stand bringen
 - Begrünung und Wasser in der Stadt ausbauen, Beleuchtung verbessern



3. Schlüsselprojekt 2

Verbesserung der Aufenthaltsqualität

- Umsetzung:
 - Basis: Ein gemeinsamer Stadtrundgang → Kritische Bereiche anschauen, Probleme festhalten, Lösungen entwickeln
 - Dabei zu berücksichtigen:
 - ◆ Eine einheitliche und wertige Gestaltung mit Wiedererkennungseffekt anstreben, digitale Elemente nutzen
 - ◆ Die Nutzbarkeit und Attraktivität für jüngere Zielgruppen beachten und in den Vordergrund rücken
 - ◆ Temporäre / saisonale Elemente gezielt zur Ergänzung und Aufwertung einsetzen – die Stadt ‘neu inszenieren’



3. Schlüsselprojekt 3

Digitale Sichtbarkeit der Unternehmen

- Zielsetzung: Die Online-Präsenz / digitale Sichtbarkeit der Unternehmen verbessern, um die bisherigen Zielgruppen (vorwiegend Ältere aus Mosbach und der Region), aber vor allem auch die Jüngeren regelmäßig zu erreichen
- Bausteine / Aufgaben:
 - Homepage und Social Media der Stadt, von Mosbach Aktiv und der Unternehmen regelmäßig mit aktuellen Informationen und attraktiven Inhalten bespielen
 - Google Unternehmensprofile attraktiv und aktuell halten
 - in der 'customer journey' bei allen Schritten präsent sein



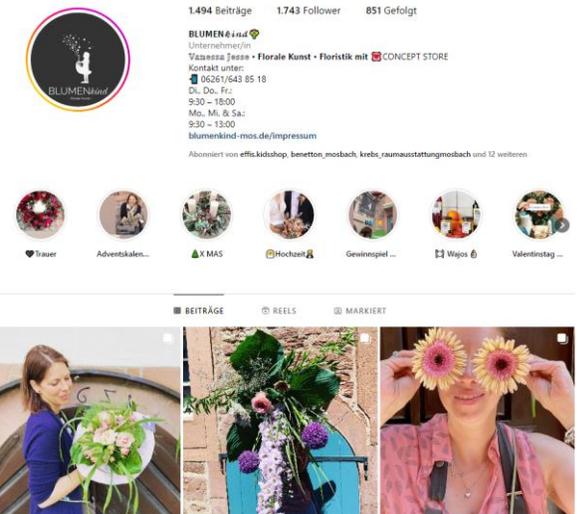
*Quelle: <https://www.facebook.com/mosbachaktiv> ;
<https://www.instagram.com/blumenkind> ; Google My Business / Maps

3. Schlüsselprojekt 3 Digitale Sichtbarkeit der Unternehmen

- Umsetzung:
 - Basis-Informationen-Angebot für alle Unternehmen aufbauen
 - Spannende Geschichten über Veranstaltungen sowie die Unternehmen, ihre Produkte, Beratungs- und Serviceangebote (über den Verkauf hinaus!) und die Persönlichkeiten dahinter vor, bei und nach dem Besuch erzählen –interaktiver werden!
 - Dabei vor allem auf starke Bilder und Videos setzen und vor allem auf jüngere Zielgruppen zuschneiden
 - Voraussetzung: Die Unternehmen durch Beratung qualifizieren und in die Lage versetzen, gut zu kommunizieren!



West Beirut Restaurant
4,9 ★★★★★ 429 Rezensionen · €
Restaurant



Innenstadtberatung in Mosbach

Ergebnisse & Maßnahmenvorschläge

1. Einleitung:
 - Das Förderprogramm „Innenstadtberater“
 - Aktuelle Studien und Trends für attraktive und zukunftsfähige Innenstädte
2. Innenstadtcheck: Wichtigste Ergebnisse, Kernthesen und Gesamtbewertung
3. Konzeption / Maßnahmenvorschläge:
 - Handlungsfelder und Maßnahmenübersicht
 - TOP 3 Maßnahmen
4. Weitere Vorgehensweise: Projekte in der Umsetzung und nächste Schritte

4. Weitere Vorgehensweise Erste Projekte in der Umsetzung

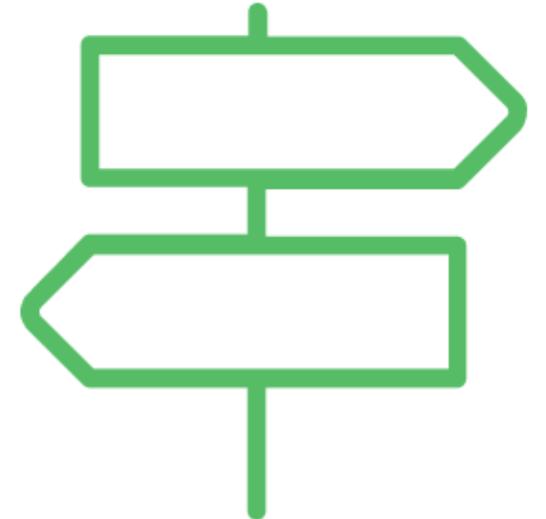
- Schaufensterberatung für die Unternehmen in Mosbach:
 - Bereits 2022 durchgeführt ✓
- Digitale Sichtbarkeit der Unternehmen:
 - Auftaktveranstaltung am Montag, 24. Juli im Rahmen von 'Handel(n) für die Stadt' mit dem Mittelstand-Digital Zentrum Handel
 - danach vorgesehen: Workshops zu Einzelthemen
- Zur Verbesserung der Zukunftsfähigkeit der Unternehmen und der Ausrichtung auf neue, junge Zielgruppen und Geschäftsfelder:
 - Geplante kostenlose Workshop-Reihe zur 'Geschäftsmodellentwicklung' mit dem uih! – urban innovation hub, ggf. auch mit nachfolgenden Einzelberatungen



4. Weitere Vorgehensweise

Vorschlag für die weiteren Schlüsselprojekte

- Entwicklung des Marktplatzes als 'Herz der Region':
 - Kurzfristig / zeitnah: ein erster Workshop mit allen Nutzern und wichtigen Akteuren mit dem Ziel, um erste Maßnahmen mit wenig Aufwand auf den Weg zu bringen
 - Mittelfristig / perspektivisch: Gemeinsam eine Vision entwickeln, wie der Marktplatz in 1-3-5 Jahren aussehen soll
- Verbesserung der Aufenthaltsqualität
 - Stadtpaziergang:
 - ◆ Beobachtungen treffen, Verbesserungspotenziale erkennen, Ideen sammeln
 - ◆ Gemeinsam Maßnahmen festlegen und priorisieren



4. Weitere Vorgehensweise Nächste Schritte

- Auch wenn Mosbach in vielen Bereichen (noch) vergleichsweise gut aufgestellt ist: Stagnation ist Rückschritt – die jungen Zielgruppen wollen begeistert, abgeholt und eingeladen werden.
- Für die Unternehmen besteht Handlungs- und Unterstützungsbedarf! Das Ehrenamt (Mosbach aktiv, Gastro+) ist bereits sehr stark engagiert und leistet enorm viel – kommt aber an Grenzen (bzw. ist schon darüber hinaus).
- Es geht nicht „nur“ um die Unternehmen, sondern damit auch um die Zukunftsfähigkeit der Mosbacher Innenstadt als attraktives Stadtzentrum insgesamt.
- **Denn: Eine Innenstadt ist immer ein Gemeinschaftsprojekt!**



Ihre Ansprechpartner



Timo Cyriax

Verkehr, Handel und Stadtentwicklung



0621 1709-193



timo.cyriax@rhein-neckar.ihk24.de



Mario Klein

Verkehr, Handel und Stadtentwicklung



0621 1709-230



mario.klein@rhein-neckar.ihk24.de

4. Konzeption / Maßnahmenvorschläge Schlüsselprojekte / TOP 6 Vorschläge

1. Der Marktplatz als (gastronomisches) 'Herz der Stadt'
 2. Verbesserung der Aufenthaltsqualität
 3. Verbesserung der digitalen Sichtbarkeit der Unternehmen
 4. Stärkung des Stadt- und Tourismusmarketings
 5. Vermarktung Mosbachs als 'Herz der Region' und 'Kleinstadtperle'
 6. Verbesserung des „WIR-Gefühls“ und der Zusammenarbeit
- Übergeordnetes Querschnitts-Ziel: Jüngere, vor allem Studierende, für Mosbach gewinnen

4. Querschnitts-Ziel: Jüngere / Studierende für Mosbach gewinnen

- Aufgaben / Umsetzung:
 - die Ergänzung des Angebotes (Handel, Gastronomie, Events, Kultur...) vor allem für Jüngere (die nachrückenden Zielgruppen!) umsetzen
 - dabei auch aktuelle Themen, Megatrends und Zukunftsthemen berücksichtigen
 - Kommunikation und Vermarktung vorrangig auf digitalen Kanälen durchführen
 - dabei vor allem spannende Geschichten mithilfe von Bild- und Video-Formaten erzählen!

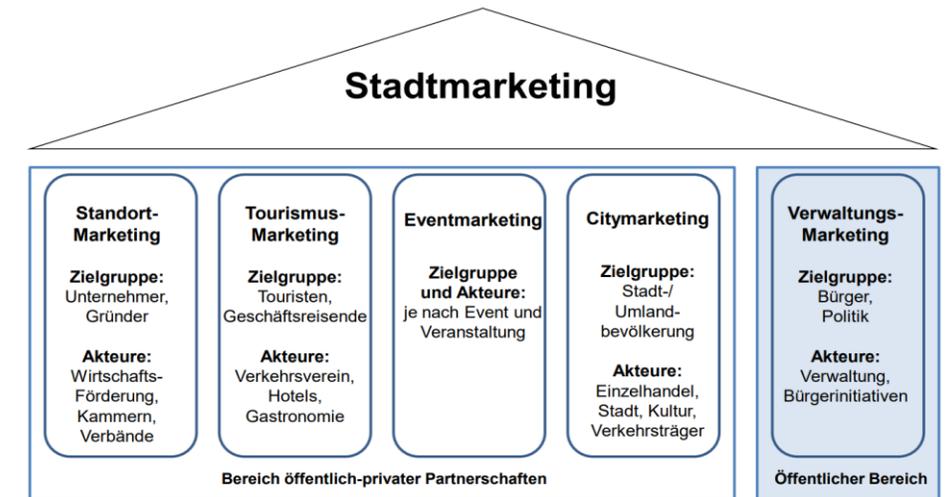
 DHBW Mosbach



4. Schlüsselprojekt 4

Stärkung des Stadt- und Tourismusmarketings

- Zielsetzung: Der Standort 'Innenstadt Mosbach' sollte bestmöglich vermarktet werden - hierzu sind neue Strukturen und Ressourcen erforderlich.
- Bausteine / Aufgaben:
 - Lokale und regionale Zielgruppen (und vor allem jüngere Zielgruppen) im Stadtmarketing über Events, gestalterische Maßnahmen und besondere Aktionen (vor allem digital) ansprechen
 - Die touristischen Zielgruppen wieder stärker in den Blick nehmen und dabei das landesweite 'Kleinstadtperlen'-Netzwerk nutzen

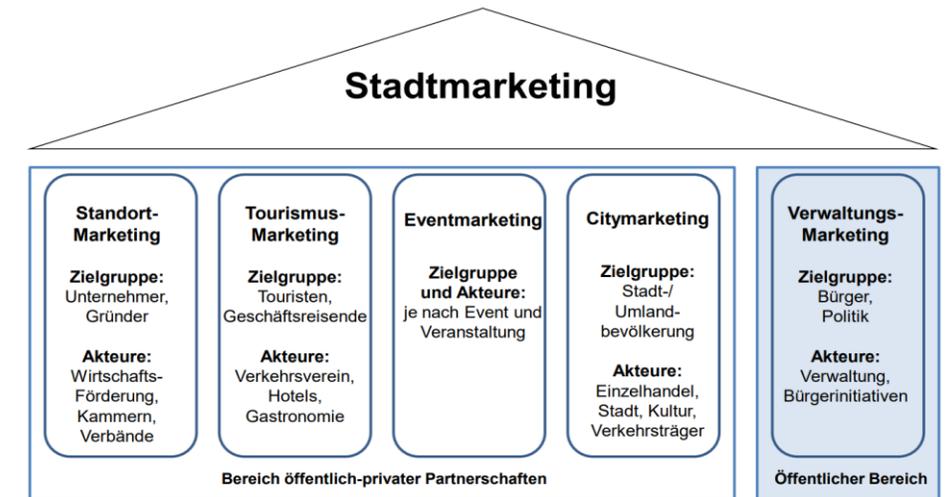


*Quelle: <https://www.bcsd.de/>

4. Schlüsselprojekt 4

Stärkung des Stadt- und Tourismusmarketings

- Umsetzung:
 - die Wahrnehmung Mosbachs online und vor Ort (Tourist-Information, Beschilderung usw.) verbessern
 - die personellen Strukturen im Stadt- und Tourismusmarketing stärken
 - die Akteure vor Ort – vor allem die Unternehmen – in die Vorbereitung, Durchführung sowie die Vermarktung aktiv mit einbinden, frühzeitig und regelmäßig informieren und beteiligen
 - dennoch das ehrenamtliche Engagement entlasten



*Quelle: <https://www.bcsd.de/>

4. Schlüsselprojekt 5

Vermarktung als 'Herz der Region' und 'Kleinstadtperle'

- Zielsetzung: Den attraktiven (und positiv bewerteten!) Standort Mosbach als Zentrum des Neckar-Odenwald-Kreises und als attraktive Fachwerkstadt gut vermarkten!
- Bausteine / Aufgaben:
 - die Strahlkraft der Mosbacher Innenstadt sowohl regional als auch touristisch vergrößern
 - die eigenen Stärken herausstellen und vermarkten (die Alleinstellungsmerkmale, aber auch das Angebot vor Ort!)
 - das Image Mosbachs für die Zukunft auffrischen und sich als lebendige, attraktive, erlebbare, junge Innenstadt vermarkten.



*Quelle: https://www.mosbach.de/kultur-und-tourismus/tourist+information/fuehrungen+_+reiseleitungen

4. Schlüsselprojekt 5

Vermarktung als 'Herz der Region' und 'Kleinstadtperle'

- Umsetzung:
 - Schlüsselprojekte umsetzen und das Stadtzentrum attraktivieren (Marktplatz, Ausbau Gastronomie, Zusammenarbeit und Einbindung der Innenstadt-Akteure, Aufwertung der Tourist-Information...)
 - Den 'Kleinstadtperlen'-Status nutzen und so den Standort insgesamt, seine Unternehmen und deren Produkte überregional positionieren und vermarkten
 - Die Stärken in der Vermarktung nutzen und vor allem digital kommunizieren und neben den bekannten Zielgruppen vor allem die Jüngeren berücksichtigen



*Quelle: https://www.mosbach.de/kultur-und-tourismus/tourist+information/fuehrungen+_+reiseleitungen

4. Schlüsselprojekt 6

Verbesserung „WIR-Gefühl“ und Zusammenarbeit

- Zielsetzung: Die Zusammenarbeit der Akteure verbessern und zukünftig die Potenziale des Standortes stärker gemeinsam zu heben - Projekte zusammen zu entwickeln, umzusetzen und zu vermarkten → das „WIR-Gefühl“ verbessern
- Bausteine / Aufgaben:
 - Es gilt, kontinuierlich an der Umsetzung der gemeinsamen Projekte zu arbeiten.
 - Wichtig ist neben einer Priorisierung der Projekte auch die Verteilung der Aufgaben auf möglichst viele Schultern und eine Entlastung des Ehrenamtes.
 - Die bisherigen Arbeitskreise und Workshops bringen gute Ergebnisse und sind zielführend. Dennoch ist eine regelmäßige und frühzeitige Kommunikation ausschlaggebend für die gute Zusammenarbeit und das Gelingen der Projekte.



4. Schlüsselprojekt 6

Verbesserung „WIR-Gefühl“ und Zusammenarbeit

- Umsetzung:
 - Die regelmäßige Information und Beteiligung aller Akteure bei der Planung, Durchführung und Nachbereitung von Projekten verbessert das 'Betriebsklima' und die Zusammenarbeit, sorgt für bessere Ergebnisse und eine attraktivere Innenstadt.
 - Über die 'formalen' Besprechungen hinaus können hierzu auch eine digitale Plattform mit aktuellen Informationen und zwanglose Termine, die mehr dem persönlichen Austausch als konkreten Themen dienen, die Zusammenarbeit stärken.
 - Dennoch sollten auch konfliktbehaftete Themen (Altstadtsatzung...) gemeinsam und konsens-/zielorientiert angegangen werden.



4. Querschnitts-Ziel: Jüngere / Studierende für Mosbach gewinnen

- Zielsetzung: Bei der Konkretisierung und Umsetzung der Vorschläge und Projekte in der Innenstadtberatung ist besonderes Augenmerk auf die jüngeren Zielgruppen zu legen – sie sollten zukünftig auch zu „Innenstadt-Fans“ werden.
- Bausteine:
 - für alle Projekte den Nutzen und die Attraktivität für jüngere Zielgruppen (Studierende, Familien mit Kindern, Jugendliche) im Blick behalten
 - alle Aktivitäten im Hinblick auf ihre Wirkung für die Zukunftsfähigkeit der Innenstadt hin überprüfen

 DHBW Mosbach

