

## Anlage 2 Beispielhafte Maßnahmen

### Beispiele für investitionsvorbereitende, investive sowie nicht-investive Maßnahmen. Die Auflistung ist nicht abschließend.

#### A) Investitionsvorbereitende Maßnahmen sind insbesondere:

- Analysen und Konzepte, die für die Umsetzung der o. g. Maßnahmen notwendig sind (z.B. Lichtkonzept, Masterplan Licht, Möblierungskonzepte, Verweilkonzepte, Platzkonzepte)
- Gestaltungs- und Nutzungskonzepte für Flächen im öffentlichen oder privaten Raum
- Umnutzungskonzepte für (Laden)flächen (insbesondere, wenn Handel nicht mehr gewinnbringend möglich ist)
- Gestaltungsleitfäden (für Schaufenster, Werbeanlagen, Auslagen von Geschäften im öffentlichen Raum, Außengastronomie)
- Durchführung von Wettbewerben für investive Maßnahmen (z. B. für die künstlerische Gestaltung von Schaltkästen, Kunst im öffentlichen Raum)

#### B) Investive Maßnahmen sind insbesondere:

- Punktuelle Straßenraumgestaltung mit besonderen, belebenden Elementen
- Zwischennutzung von Baulücken (Gestaltung und Nutzung auf Zeit)
- bauliche Gestaltung von Eingangssituationen in ein Quartier (Ablesbarkeit von Quartieren)
- Grün- und Blumengestaltung
- Spielgeräte / Spielstationen für Kinder
- Bewegungsflächen für unterschiedliche Nutzergruppen
- Gestaltung von Schalt- und Stromkästen
- Kunst im öffentlichen Raum
- Umsetzung von Lichtkonzepten im öffentlichen und privaten Raum (als Inszenierung und Ergänzung zur Funktionsbeleuchtung)
- Aufbau von Informationsterminals
- Aufstellen von Informationstafeln über den Handelsbesatz (ähnlich wie in Einkaufszentren)
- Sonstige öffentlichkeitswirksame Investitionsmaßnahmen, die zur Belebung und Attraktivierung der zentralen Versorgungsbereiche beitragen

#### C) Nicht-investive Maßnahmen sind insbesondere:

- Standortprofile (Schwerpunkt Einzelhandel, Flächennutzung, Branchenmix / quasi als Minigutachten für das Quartier)
- Konzepte zur Optimierung des Branchenmixes
- Standortbroschüren für Investoren / Immobilieneigentümer
- Aufbau einer Immobiliendatenbank
- Eigentümer-, Unternehmens- und Passantenbefragungen
- Marketingaktionen aller Art (Broschüren, Flyer) – insbesondere zur Markenbildung, Information und Orientierung
- Runde Tische und Innenstadtforen für Makler und Architekten
- Seminare / Wettbewerbe zur Schaufenstergestaltung
- Qualifizierungsmaßnahmen für Unternehmen
- Kontrolldienste im Quartier
- Sonstige öffentlichkeitswirksame nicht-investive Maßnahmen ohne direkte Gewinnerzielungsabsicht, die zur Belebung und Attraktivierung der zentralen Versorgungsbereiche beitragen