

Oberziel:
Stärkung der Innenstadt Bad Oeynhausen

Zielgruppe: Kunde	Zielgruppe: Kurgast	Zielgruppe: Bürger der Innenstadt	Zielgruppe: Investor
Erreichbarkeit	Erreichbarkeit	Erreichbarkeit	Erreichbarkeit
Parkmöglichkeiten / innerstädtische Verkehrsführung	Parkmöglichkeiten / innerstädtische Verkehrsführung	Parkmöglichkeiten / innerstädtische Verkehrsführung	Parkmöglichkeiten / innerstädtische Verkehrsführung
Angebot / Service von Einzelhandel und Gastronomie	Angebot / Service von Einzelhandel und Gastronomie	Angebot / Service von Einzelhandel und Gastronomie	Angebot / Service von Einzelhandel und Gastronomie
Erscheinungsbild	Erscheinungsbild	Erscheinungsbild	Erscheinungsbild
Veranstaltungen	Veranstaltungen	Veranstaltungen	Veranstaltungen
		Wohnqualität in der Innenstadt	Wohnqualität in der Innenstadt
Überregionales Marketing	Überregionales Marketing		Überregionales Marketing
		Logistik der Belie- ferung und der Entsorgung	Logistik der Belie- ferung und der Entsorgung

Unterziel: Verbesserung der Erreichbarkeit

Zieldefinition:

Gute Erreichbarkeit in regionaler und überregionaler Hinsicht mit PKW oder ÖPNV ist eine wichtige Voraussetzung. Hier ist eine deutliche Unterscheidung zwischen der Art der Erreichbarkeit der Innenstadt für die einzelnen Zielgruppen vorzunehmen.

- Ein Kurgast kommt mit PKW oder Bahn aus München
- Ein Bewohner der Innenstadt möchte nach 20.00 Uhr mit dem Bus aus Bergkirchen heimfahren
- Ein Kurgast möchte von seiner Klinik in die Innenstadt kommen
- Ein Kunde kommt mit dem PKW oder Bus aus Löhne

Mittel:

- Das Projekt Nordumgehung muss so schnell wie möglich verwirklicht werden.
- Bauliche Maßnahmen auf den Verkehrsstraßen sollten optimal terminiert und schnellstmöglich abgeschlossen sein, um Störungen zu minimieren.
- Vor den Autobahnabfahrten und auch auf Hauptdurchfahrtsstraße (B61) sollten Hinweisschilder installiert werden, die auf die attraktive Innenstadt mit ihrem Kurpark aufmerksam machen.
- Die MHV sollte aufgefordert werden, das Angebot des ÖPNV für weniger stark frequentierte Zeiten zu optimieren und die Anbindung der Kliniken an die Innenstadt zu verbessern. Auch im Hinblick auf besondere Veranstaltungen in der Innenstadt (beispielsweise Weihnachtsmarkt, Wochenmarkt) muss das Angebot angepasst werden.

Macher:

- Staatsbad GmbH /Stadtverwaltung: Antrag wg. der Beschilderung an A 2 und B 61
- S-GmbH + S-Verw.: Gespräch mit MHV und Info über bes. Veranstaltungen

Unterziel: Verbesserung der Parkmöglichkeiten i.V. mit der innerstädtischen Verkehrsführung

Zieldefinition:

Der weitaus größte Teil der Besucher und Gäste kommt mit dem PKW in die Innenstadt. Ob nun zurecht oder zu Unrecht, Bad Oeynhausen hat im Hinblick auf die Parkmöglichkeiten kein positives Image. Auf die gute Ausstattung mit den richtigen Parkplätzen sollte deshalb besonders viel Wert gelegt werden.

- Ausreichende für die erste Stunde kostenfreie Kurzzeitparkplätze so nah wie möglich an der Fußgängerzone für den gezielten Einkauf oder Besuch beim Arzt etc.
- Ausreichende für die ersten zwei Stunden kostenfreie Parkplätze in den Parkhäusern für die Gäste und Kunden die sich länger aufhalten wollen, um einen Einkaufsbummel zu machen, essen oder spazieren zu gehen.
- Ausreichende kostengünstige und gut erreichbare Langzeitparkplätze für Bewohner und Mitarbeiter der Gewerbetreibenden in der Innenstadt.
- Optimale verkehrliche Verbindung der Kurz- und Mittelzeitparkplätze für Gäste und Kunden, damit unnötiger Parksuchverkehr vermieden wird und der Besucher sicher und schnell einen Parkplatz findet.

Mittel:

- Zusätzliche Kurzzeitparkplätze auf der Herforder Straße und dem Inowroclaw-Platz,
- Neue Kurzzeitparkplätze im Kurpark in direkter Nähe zum Haus des Gastes nach dem Muster der Parkplätze für das GOP (s. Anlage), Zufahrt über die v.-Möller-Straße,
- Öffnung der Herforder Straße als Einbahnstraße in Richtung West bis zum Lenneplatz, weiter durch die Lennestraße ebenfalls als Einbahnstraße bis zur Straße an der Nordbahn dann entweder zu den Kurzzeitparkplätzen hinter dem City-Center oder zur anderen Seite bis zum Parkhaus Sültebusch,
- Kostenfreiheit in den Parkhäusern wieder bis zu 2 Stunden und an den Kurzzeitparkplätzen 1 Stunde. Die Gebühren an den Kurzzeitparkplätzen ab der ersten Stunde sollten deutlich höher sein als im Parkhaus.

Macher:

- S-GmbH / S-Verwaltung: Beschlussvorlage zur Öffnung der Herforder Straße sowie der Schaffung weitere Kurzzeitparkplätze
- Rat: Beschlussfassung

Unterziel: Verbesserung von Angebot / Service in Einzelhandel und Gastronomie

Zieldefinition:

Die Innenstadt von Bad Oeynhausen als großes Kaufhaus

- mit ansprechendem Branchenmix,
- mit guter Nahversorgung der Bürger der Innenstadt
- mit hohem Service-Standard,
- mit freundlichem, hilfsbereitem und gut informiertem Personal,
- mit einheitlichen Öffnungszeiten im Einzelhandel,
- mit attraktiver Gastronomie.

Mittel:

- Analyse des vorhandenen Branchenmixes, genaue Definition der Verbesserung, gezieltes Ansprechen von Vertretern der gewünschten Branchen, insbesondere bzgl. des preiswerten Lebensmittelangebotes,
- überregionale Werbung für die Innenstadt von B.O. als Einzelhandelsstandort,
- Erstellung und Pflege eines „Branchenkataloges Innenstadt“ zur Information für Kunden insbesondere für die Kurgäste in den Kliniken,
- Bildung eines „Vermieterpools“ zur Verbesserung des Informationsflusses und der Handlungsfähigkeit im Hinblick auf den Branchenmix (s. Anlage),
- Pflege und Werbung „Stadttaler“,
- Organisation von weiteren Infoveranstaltungen für die Einzelhändler und Gastronomen bzgl. der Verbesserung von Service, Schulung des Personals, Vereinheitlichung der Öffnungszeiten etc. Wichtiger Aspekt hier: Stärkung des „Wir-Gefühls“,
- Versendung von Informationsmaterial an die Einzelhändler (s. letzter Punkt),
- Verringerung der bürokratischen Hemmnisse, wenn es um die Konzessionierung von Außengastronomie geht,
- Verbesserung des Angebotes: „schnelle Mittags-Malzeit“,
- Öffnung der Geschäfte in der Mittagszeit,
- Gute Erreichbarkeit und besondere Ausstattung der Geschäfts- und Gasträume für körperlich Behinderte (Rollstuhlfahrer etc.), Stichwort „Stadt ohne Stufen“

Macher:

- FÖK: Analyse des Branchenmixes; Erstellung von Infobroschüren,
- FÖK, Vermieterpool, S-GmbH, Amt für Wirtschaftsförderung: Kontakt zu Vertretern der gewünschten Branchen; Werbung für den Einzelhandelsstandort B.O., Entwicklung von Grundsätzen zur Planung und Koordinierung dieser Aktivitäten,
- FÖK mit Unterstützung durch S-GmbH: Infoveranstaltung für die Einzelhändler, Pflege Stadttaler, Infoverteilung,
- S-Verwaltung: Großzügige Konzessionierung von Außengastronomie,
- FÖK, Verkehrsverein: „schnelle Mittags-Malzeit“,
- FÖK: Mittagsöffnung der Geschäfte,
- FÖK, Verkehrsverein, S-Verwaltung: „Stadt ohne Stufen“.

Unterziel: Verbesserung des Erscheinungsbildes

Zieldefinition:

Der Eindruck, den das Stadtbild auf den Besucher hat, sollte sehr positiv sein. Oft ist der erste Eindruck sogar von ganz entscheidender Bedeutung. Wichtig sind hier:

- höchstes Maß an Sauberkeit,
- gut funktionierende Straßenbeleuchtung,
- geordnete Abstellmöglichkeiten für Fahrräder,
- attraktive Begrünung,
- familienfreundliche Gestaltung der Fußgängerzonen
- besondere für Bad Oeynhausen charakteristische Aspekte im Stadtbild
- Einheitlichkeit der Außenwerbung, wie Werbeständer auf der Straße, Hinweise auf die einzelnen Branchen etc.,
- Informationsmöglichkeit für Gäste und Kunden
- Angleichung der Attraktivität der Viktoriastraße an das Niveau der Klosterstraße

Mittel:

- Optimales Straßenreinigungskonzept, Reinigung der Beete und Grünflächen, Reinigung der Straßenlaternen,
- Optimale Wartung der Straßenbeleuchtung,
- Aufstellung von Fahrradständern in der Fußgängerunterführung unter den Bahngleisen zwischen Ecke Bahnhofstraße / Herforder Straße und Kanalstraße, evtl. beidseitig, wenn genügend Platz vorhanden,
- Verbot des Abstellens von Fahrräder auf dem Bahnhofsvorplatz,
- Kontinuierliche Begrünung und Pflege der Pflanzen in den vorhandenen Pflanzkübeln,
- Neues Begrünungskonzept in der gesamten Innenstadt,
- Schaffung und evtl. Überdachung von neuen Spielmöglichkeiten und Pflege sowie Ausbau und evtl. Überdachung der Verweilmöglichkeiten in den Fußgängerzonen und auf dem Inowroclaw-Platz,
- Projekt: Überdachung bzw. Teilüberdachung der Viktoriastraße
- Einrichtung einer kontinuierlichen Kinderbetreuung oder nur zu bestimmten Anlässen wie Weihnachtsmarkt etc.,
- Zusätzliche Einzelobjekte, die B.O.- spezifische Motive aufgreifen, etwa: Märchenbrunnen auf dem Inowroclaw-Platz, Wasserspielbrunnen auf der Viktoriastraße,
- Anbringung von Info-Tafeln an bestimmten historisch wichtigen Gebäuden der Innenstadt in Verbindung mit einer Nummerierung und Erläuterung im „historischen Stadtführer“ ,
- Standardisierung der aufgestellten Werbetafeln (s. Anlage),
- Fertigung von Bannern / Fahnen mit B.O.- spezifischen Motiven (evtl. Künstlerwettbewerb), Befestigung der Banner an der Aufhängung der Weihnachtsbeleuchtung in Klosterstraße und Viktoriastraße,
- Fassadenbeleuchtung einiger Gebäude durch spezielle Strahler, Beleuchtungsketten in Bäumen,
- Organisation von Schaufensterdekoration in den leer stehenden Ladenlokalen,
- Touristinformation im Zentrum,

Macher:

Bei allen möglichen Projekten gilt hier: Projektierung FÖK, Verkehrsverein, S-GmbH und Verwirklichung: S-Verwaltung in Zusammenarbeit mit evtl. Sponsoren.

Unterziel: Verbesserung des Veranstaltungsangebotes

Zieldefinition:

Bereits seit Jahren sind die Veranstaltungen in Bad Oeynhausen neben dem Angebot von Gastronomie und Einzelhandel ein guter Grund für Kunden und Gäste gewesen, Bad Oeynhausens Innenstadt zu besuchen. Die Veranstaltungen, die in der Vergangenheit erfolgreich waren, müssen in gleicher oder verbesserter Qualität weitergeführt werden. Veranstaltungen mit weniger Erfolg müssen verbessert, verändert oder beendet werden. Neue Veranstaltungen müssen konzipiert und durchgeführt werden. Alle Veranstaltungen müssen mittels eines Gesamtplanes koordiniert zeitlich optimal terminiert werden. Wir unterscheiden nach Inhalt:

- Allgemeine Unterhaltungsveranstaltungen
- Informationsveranstaltungen zu bestimmten Themen

nach Häufigkeit:

- Jährliche Veranstaltungen
- monatliche Veranstaltungen
- wöchentliche Veranstaltungen
- Dauerveranstaltungen innerhalb bestimmter Zeiträume oder unbegrenzt

Mittel:

- Die Staatsbad GmbH als „Veranstaltungsmanager“ unterstützen durch Sponsoring, Einbringen neuer Ideen oder sonst. materielle Hilfestellung,
- Neue Veranstaltungen zum Thema „Märchen“ außerhalb des Märchenmuseums (auf dem Inowroclaw-Platz, im Kurpark oder in der Fußgängerzone),
- Bau eines „Musikpavillons“ oder einer „Konzertmuschel“ auf dem Inowroclaw-Platz für wiederkehrende Darbietungen (Musik, sonst. Aufführungen, Dichterlesungen etc.),
- Stärkung des Markttages auf dem Inowroclaw-Platz durch Freigabe von Stellplätzen in direkter Nähe zum Marktplatz als Kurzzeitparkplätze mit der entsprechenden Anfahrmöglichkeit während der Dauer des Marktes,
- Konzipierung neuer wöchentlich wiederkehrender Veranstaltungen in der Fußgängerzone (mit Vereinen, Musikschule, Kant-Gymnasium, sonst Schulen) als Musik- oder sonst. Kunstveranstaltungen,
- Bessere Kontrolle und evtl. Mitgestaltungsmöglichkeit für sonst. von dritter Seite geplante Veranstaltungen,
- Meldepflicht bei der S-GmbH für Veranstaltungen Dritter.

Macher:

Hier ist die S-GmbH mehr oder weniger einziger Macher, weil gerade bei den Veranstaltungen eine Institution die Gesamtkoordinierung inne haben muss.