

Wir packen ES an!

Zielbild

**Esslingen –
Jahrhunderte jung**

Unsere Ziele für eine
vitale, multifunktionale
Innenstadt 2032



www.esslingen.de



Impressum

Herausgeber: Stadt Esslingen am Neckar in Zusammenarbeit mit
Esslinger Stadtmarketing & Tourismus GmbH (EST)

Esslinger Stadtmarketing & Tourismus GmbH (EST)
Marktplatz 16 (im Späth'schen Haus)
73728 Esslingen am Neckar

Erstellt unter Begleitung von

Heinze und Partner
Rheinlanddamm 8
44139 Dortmund

Esslingen / Dortmund, im April 2023

Vorwort

Sehr geehrte Damen und Herren,

im Jahr 2027 feiert Esslingen sein 1250-jähriges Stadtjubiläum. Die Esslinger Innenstadt bildet mit ihrem attraktiven historischen Stadtkern ist nicht nur geografisch das Herz der Stadt. Sie ist auch ihr Aushängeschild und trägt maßgeblich zur Identifikation mit Esslingen bei.

Seit einigen Jahren spüren wir den sich vollziehenden Wandel in den Innenstädten. Schon im Stadtkompass ES 2027 wurden Entwicklungsbedarfe aufgezeigt, die wir unter dem Leitmotto „ZUKUNFT INNENSTADT – Wir packen ES an“ gemeinsam mit der Bevölkerung und stadtgesellschaftlichen Akteuren aktiv angehen.

Im vergangenen Jahr 2022 haben wir unsere Innenstadt genau unter die Lupe genommen. Das im Mai veröffentlichte Lagebild hat uns sowohl die Stärken und Schwächen unserer Innenstadt als auch Risiken und Chancen vor Augen geführt. Das vorliegende Zielbild setzt an den Ergebnissen des Lagebilds an und formuliert richtungsweisende Ziele für eine positive Innenstadtentwicklung in den kommenden zehn Jahren. Das Zielbild soll zugleich eine Einladung an alle Akteure der Stadtgesellschaft sein und bietet einen Handlungsrahmen für zukunftsweisende Innenstadtprojekte. Erste Maßnahmen, die auf Ziele einzahlen, sind bereits umgesetzt. Zu nennen sind insbesondere die Baumbestecke auf dem Marktplatz, die neu installierten Bänke in der Ritterstraße, das Projekt Bahnquartier und die barrierearme Umgestaltung von Pflasterflächen in der Altstadt zur Erleichterung von Straßenquerungen.

Weitere Maßnahmen sind notwendig und werden kontinuierlich weiterverfolgt. Mein ganz persönliches Ziel ist es im Jahr unseres Stadtjubiläums 2027 und darüber hinaus bis zum Zieljahr 2032 die lebendigste Innenstadt der Region zu haben. Ich bedanke mich herzlich bei allen die hieran mitgearbeitet und mit ihren Vorschlägen und Diskussionsbeiträgen zum Gelingen des Prozesses beitragen haben.

Ich wünsche viel Spaß beim Lesen.

Mit freundlichen Grüßen

Ihr



Matthias Klopfer



Inhaltsverzeichnis

Kurzfassung des Zielbilds	2
Einleitung.....	4
1) Freiraum- und Aufenthaltsqualität.....	8
2) Mobilität, Verkehr und Netzinfrastruktur	11
3) Wohnen und Soziales	15
4) Wirtschaft	18
5) Kultur und Freizeit	23
6) Öffentliche und stadtgesellschaftliche Institutionen	26
7) Umwelt und Klima.....	29
8) Stadtmarketing und Citymanagement	32
Umsetzung des Zielbilds.....	35

Kurzfassung des Zielbilds

Die Esslinger Innenstadt steht vor einem Bündel an Transformationsaufgaben, um ihre Attraktivität dauerhaft zu sichern. Bereits der Stadtkompass ES 2027 hat die Notwendigkeit zur Veränderung thematisiert. Im Rahmen des Innenstadtprozesses 2021/22 ist daher unter Beteiligung zahlreicher Innenstadtakeure sowie der Esslinger Bevölkerung ein Zielbild der Entwicklung erarbeitet worden. Es bietet Orientierung für die anstehenden Schritte und ist zugleich eine Einladung, die notwendigen Neuerungen aktiv anzugehen.

Leitvorstellung der im Zielbild empfohlenen Entwicklung ist lebendige Multifunktionalität. Die Zielbildüberschrift „**Jahrhunderte jung**“ steht programmatisch für diese Ausrichtung. Sie verbindet die Idee der gewachsenen, durchmischten europäischen Stadt mit deren kontinuierlicher Verjüngung und Erneuerung.

Die Kernaussagen der acht Strategiefelder im Einzelnen:



Freiraum- und Aufenthaltsqualität

- „Draußen ist das neue Drinnen“ als Leitmotiv für den öffentlichen Raum
- Stärkung von Grün und Wasser in Verbindung mit neuen Freiräumen inmitten des historischen Innenstadtensembles



Mobilität, Verkehr und Netzinfrastruktur

- Sicherstellen einer guten und bequemen Erreichbarkeit der Innenstadt
- Stärkung des Fuß- und Radverkehrs und des ÖPNV als klimaschonende Fortbewegungsmittel, Vernetzung der Verkehrsträger



Wohnen und Soziales

- Qualitätsvolle Weiterentwicklung des Wohnungsbestands sowie des Wohnumfelds
- Bereitstellung eines ausdifferenzierten Wohnraumangebots für alle Bevölkerungsschichten als Teil der innerstädtischen Funktionsmischung



Wirtschaft

- Verbindung einer Diversifizierungs- und Innovationsstrategie
- Entwicklung eines breiten Spektrums unterschiedlicher Geschäftsmodelle als Ergänzung zum Einzelhandel (z.B. urbane Produktion und Wissensunternehmen)



Kultur und Freizeit

- Mut zu Erneuerung, Innovation, und Experimenten
- Nutzen der Besonderheiten der Innenstadt als Schau-, Spiel- und Begegnungsort



Öffentliche und stadgesellschaftliche Institutionen

- Stärkung des Clusters öffentlicher Einrichtungen als stabilisierende Größe
- Nutzen der Standortverlagerung der Hochschule Esslingen als Entwicklungsmotor in die Innenstadt



Umwelt und Klima

- Abmilderung der Klimafolgen und Beitrag zur Begrenzung des Temperaturanstiegs
- Förderung der Belüftung und Durchgrünung sowie nachhaltiger Umgang mit Ressourcen



Stadtmarketing und Citymanagement

- Positionierung als regionale Topadresse für das Erlebnis Innenstadt
- Inszenierung und Neupositionierung der vielfältigen Innenstadt-Quartiere und Qualitäten im Stadtraum durch emotionalisierenden werblichen Auftritt

Mit diesen Leitaussagen versteht sich das Zielbild als Kompass auf dem Weg der Innenstadtentwicklung. Ein wichtiges Datum für die Umsetzung ist das Jahr des **Stadtjubiläums 2027**, bis zu dem deutliche Transformationsschritte sichtbar werden sollen. Das Zielbild selbst ist auf **zehn Jahre bis 2032** ausgelegt. Bis dahin – so die Empfehlung – soll das Zielbild das Istbild sein.

Einleitung

Die Esslinger Innenstadt hat ausgesprochen **günstige Voraussetzungen**, um die eigene Zukunft erfolgreich zu gestalten: Gelegen in einer prosperierenden Wirtschafts- und Arbeitsmarkregion, ausgestattet mit einer über Jahrhunderte gewachsenen attraktiven Baustruktur und als Große Kreisstadt versehen mit vielen Leit- und Zentralfunktionen für das regionale Umfeld. Darauf lässt sich aufbauen.

Diese günstigen Ausgangsbedingungen bieten angesichts der hohen **Veränderungsdynamiken**, die wir gegenwärtig erleben, allerdings nicht mehr die gleiche Gewissheit auf Erfolg wie in der Vergangenheit. Die allerorten sicht- und spürbaren technologischen, ökologischen, wirtschaftlichen, sozialen und politischen Dynamiken stellen die Innenstadt vor die Notwendigkeit, sich neu aufzustellen und sich mit der Zeit zu bewegen. Die Coronapandemie, der russische Angriffskrieg in der Ukraine sowie die Energiekrise und die dadurch ausgelöste Inflation lassen diese Notwendigkeit deutlicher denn je hervortreten. Veränderungen stehen an.

Das vorliegende Zielbild des Innenstadtkonzept ist eine **Einladung**, die notwendigen Veränderungen aktiv anzugehen. Veränderungsoffenheit hat sich die Stadt spätestens mit dem Stadtkompass ES 2027 deutlich auf die Fahnen geschrieben. Dass die Innenstadt Innovation nicht nur will, sondern auch kann, zeigen Erfolgsbeispiele wie die Innovationsmeile Küferstraße. Jetzt gilt es, diese zukunfts offene Haltung in die Breite zu tragen und auch die Entwicklungsthemen anzugehen, bei denen derzeit noch ein Innovationsstau zu verzeichnen ist.

Leitvorstellung der im Zielbild empfohlenen Entwicklung ist **lebendige Multifunktionalität**. Multifunktionalität setzt als Entwicklungsstrategie auf ein robustes Sich-Aufstellen auf mehreren Standbeinen bzw. Innenstadtfunktionen. Multifunktionalität impliziert aber auch ein erhebliches Maß an Beweglichkeit – zum einen, um die Standbeine tatsächlich standfest zu machen und zum anderen, um sie immer wieder flexibel an neue Entwicklungen anzupassen. Die Stadtentwicklung spricht hier von Resilienz.

Die Zielbildüberschrift **„Jahrhunderte jung“** steht programmatisch für diese Ausrichtung. Sie verbindet die Idee der gewachsenen, durchmischten europäischen Stadt mit deren kontinuierlicher Verjüngung und Erneuerung. Grundlage dafür war seit je her eine aktive Bevölkerung in Verbindung mit einer klugen Stadtregierung.

HANDLUNGSFELDER DER INNENSTADTENTWICKLUNG

Das Zielbild ist das Resultat einer intensiven Auseinandersetzung in zahlreichen Beteiligungsformaten im Rahmen des Prozesses „Zukunft Innenstadt – wir packen ES an!“. Es formuliert eine gemeinsame Vorstellung von der zukünftigen Ausgestaltung der Esslinger

Innenstadt. Neben seiner Funktion als Vision dient es als systematische Aufbereitung einer Ziellandschaft, an der sich die handelnden Akteur:innen orientieren können. Es versteht sich in diesem Sinne als Kompass auf dem Weg, der die Innenstadtentwicklung über das Jahr des Stadtjubiläums 2027 bis ins Jahr 2032 führt.

Das Zielbild gliedert sich in acht Themen- bzw. Zielstränge. Es formuliert strategische Leitaussagen für jeden Strang, empfiehlt Handlungsschwerpunkte und Arbeitsprogramme.

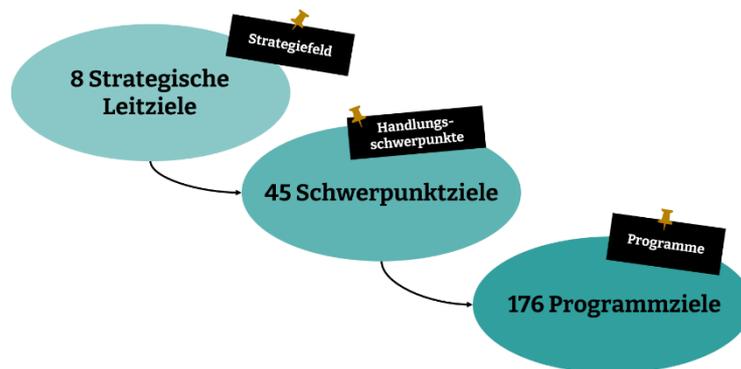


Abbildung 1: Drei Ebenen des Zielbilds

Strategiefelder | Strategische Ziele

Die angestrebte Multifunktionalität der Esslinger Innenstadt wird über die Auswahl auf der obersten Ebene, den Strategiefeldern, gesteuert. Die im Zielsystem beschriebenen Strategiefelder sind:

- *Freiraum- und Aufenthaltsqualität*
- *Mobilität, Verkehr und Netzinfrastuktur*
- *Wohnen und Soziales*
- *Wirtschaft*
- *Kultur und Freizeit*
- *Öffentliche und stadtgesellschaftliche Institutionen*
- *Umwelt und Klima*
- *Stadtmarketing und Citymanagement*

Jedes dieser Strategiefelder ist mit einem spezifischen strategischen Ziel hinterlegt. Die acht strategischen Leitziele beschreiben langfristige Effekte für die Innenstadt insgesamt.

Handlungsschwerpunkte | Schwerpunktziele

Mit den Handlungsschwerpunkten werden auf der mittleren Zielebene unterschiedliche inhaltlichen Teilbereiche der einzelnen Strategiefelder dargestellt. Analog zur obersten Ebene ist für jedes Feld ein Schwerpunktziel formuliert. Die Ziele beschreiben jeweils eine mittel-/ langfristige Wirkung für Teilfelder oder Nutzergruppen.

Programme | Programmziele

Auf der untersten Ebene des Esslinger Zielsystems sind die Programme angelegt. Diese bestehen aus Maßnahmenbündeln und sind somit für die Auswahl und Steuerung von Umsetzungsmaßnahmen zentral. Die hier definierten Programmziele beschreiben die angestrebten Arbeitsergebnisse.

Wirkungskette und Orientierungsfunktion

Das vorliegende Zielsystem beschreibt mit seinen drei Ebenen und den dort hinterlegten Zielen ein gegenläufiges System von Wechselwirkungen.

Die *Orientierungsfunktion* ist dabei Top-Down, also von „oben nach unten“, zu lesen. Dabei bieten die strategischen Ziele den Schwerpunktzielen eine Orientierung und an diesen orientieren sich wiederum die Programmziele. Die Ziele der Programme sind die Richtschnur für Einzelmaßnahmen.

In der umgekehrten Richtung, also Bottom-Up, verlaufen die *Wirkungsketten* der Strategie. Die zukünftig umzusetzenden Maßnahmen tragen zur Erfüllung der jeweiligen Programmziele bei. Erfolgreiche Programme zahlen auf das Erreichen von Schwerpunktzielen ein, die sich wiederum auf die strategischen Ziele auswirken.

Räumliche Abgrenzung | Wirkungsbereich

Das Zielbild für die Esslinger Innenstadt bezieht auf die Abgrenzungen aus dem Lagebild. Die räumliche Abgrenzung ist in der nachfolgenden Karte ersichtlich.

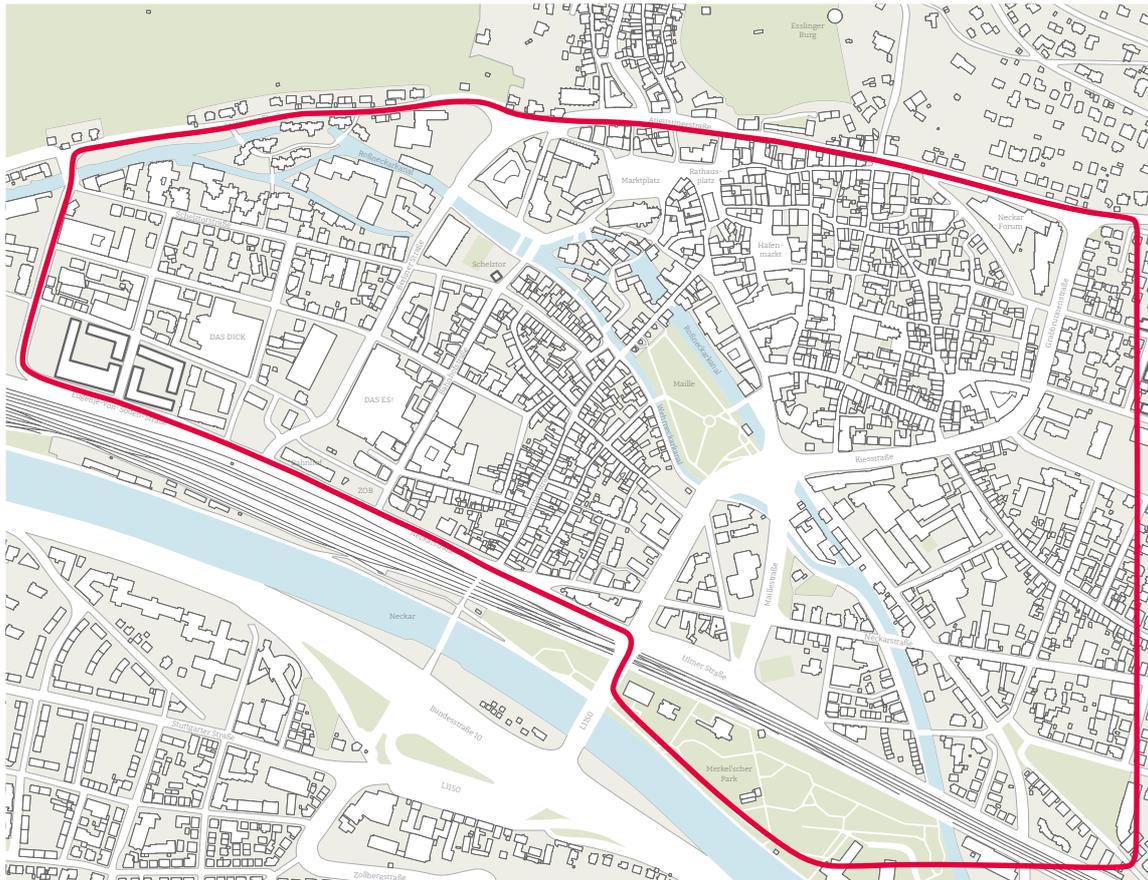


Abbildung 2: Räumliche Abgrenzung des Zielraums (Kartengrundlage: ALKIS)

1) Freiraum- und Aufenthaltsqualität

Draußen ist das neue Drinnen: Die Innenstadt bietet eine hohe Aufenthalts- und Begegnungsqualität.



Die Menschen zieht es zunehmend in den öffentlichen Raum. Diese Entwicklung ist seit einigen Jahren in der Esslinger Innenstadt festzustellen und hat sich seit der Corona-Pandemie beschleunigt und verstärkt.

Die Freiraum- und Aufenthaltsqualität des öffentlichen Raums bestimmt daher maßgeblich, ob die Esslinger Innenstadt als lebens- und besuchenswert empfunden wird. Sie verfügt mit ihrer Lage zwischen den Weinbergen und dem Neckar sowie ihrer gut erhaltenen historischen Gebäudesubstanz über ausgezeichnete Voraussetzungen, um auch in Zukunft ein attraktives Zentrum zu sein. Die hohe Bebauungsdichte, sommerliche Hitze sowie der erhebliche Verkehrs- und Nutzungsdruck stehen dem jedoch zunehmend entgegen.

Das Zielbild für die Esslinger Innenstadt setzt hier an. „Draußen ist das neue Drinnen“ ist das leitende Motiv, unter dem die nachfolgenden Handlungsschwerpunkte formuliert und die vielgestaltigen Funktionen des öffentlichen Raums in der Innenstadt angesprochen werden. Im Mittelpunkt der Innenstadtstrategie steht eine **Stärkung von Grün und Wasser in Verbindung mit neuen Freiräumen** inmitten des historischen Innenstadtensembles. Die Stadtentwicklung spricht hier von einer Aufwertung der grün-blauen Infrastruktur. Die Innenstadt als „Dritter Ort“: Konsequenz umgesetzt führen die Verbesserungen bis 2032 zu einem deutlich veränderten Innenstadtbild und -erlebnis.

1.1 Die historisch gewachsenen Bau- und Raumstrukturen der verschiedenen Epochen sind gesichert und werden fortentwickelt. Dabei ist der Blick zugleich auf die Erhaltung und Qualifizierung des urbanen Grüns gerichtet (doppelte Innenentwicklung).

1.1.1 Die einzigartigen historischen Gebäudeensembles der Altstadt sind unter Wahrung ihres Zeugniswerts und ihrer historischen Substanz zeitgemäß nutzbar.

1.1.2 Die Bebauung der südlichen Kern-Innenstadt (Umfeld der unteren Pliensaustraße) ist in Teilen deutlich aufgewertet.

1.1.3 Die bereits vorhandenen Freiflächen der Kern-Innenstadt sind langfristig gesichert. Die Weststadt ist der Ort baulicher Ergänzungen.

1.2 Die Haupteingänge und Übergangsbereiche der Innenstadt begrüßen und laden zum Besuch ein.

1.2.1 Die Zufahrtsstraßen und der Altstadtring haben an Trennwirkung verloren. Die West- und Oststadt wachsen mit der Kern-Innenstadt zusammen.

1.2.2 Wesentliche Querachsen der Innenstadt, wie der Roßmarkt, die Martinstraße und die Ritterstraße, sind städtebaulich gestärkt und verknüpfen die Lagen neu.

1.2.3 Die wichtigsten Zugänge zu Innenstadtquartieren und -plätzen verfügen über Entree-Charakter.

1.2.4 Die Neckar-Zuwege und Unterführungen sind hell und freundlich.

1.3 Die Stadtplätze und -straßen der Innenstadt sind lebendige Begegnungsräume.

1.3.1 Die zentralen Plätze, wie der Marktplatz oder der Bahnhofplatz, sind multifunktional nutzbar. Sie sind Frequenzorte und "Bühnen" für Neuerungen des Stadtgeschehens.

1.3.2 Kleinere Plätze, wie der Blarerplatz oder der Ottilienplatz, bieten entschleunigte Nutzungen und ruhige Verweilzonen für Anwohner:innen und Besucher:innen. Diese Charakteristik gilt auch für die Kesselwasen als „Trittstein“ und Bindeglied zwischen größeren Innenstadtbereichen.

1.3.3 Der Platzcharakter ist allerorten städtisch-urban und durchgrünt.

1.3.4 Die Platzmöblierung ist zeitgemäß, flexibel und demografiegerecht. Sie ist eine Einladung zum Aufenthalt ohne Konsum.

1.3.5 Die Plätze sind soweit technisch und rechtlich möglich verkehrsentlastet und barrierefrei.

1.3.6 Die Innenstadtwege sind vielfach mit Sitzmöglichkeiten gesäumt.

1.3.7 Viele der innerstädtischen Plätze, Flanierbereiche und grünen Freiräume bieten Spielgelegenheiten.

1.4 Die Innenstadt verfügt über grüne StadtOasen mit entspannter Verweilqualität.

1.4.1 Die Maille ist das repräsentative grüne Herz der Innenstadt. Sie wird durch aufgewertete Parks und Grünräume entlastet.

1.4.2 Der Merkel'sche Park wird von der ganzen Breite der Besucher:innen als variabler Aktions-, Spiel-, Probier- und Aufenthaltsraum frequentiert.

1.4.3 Der Schillerpark wird als attraktiver Quartierspark von den Anwohner:innen der Oststadt geschätzt.

1.4.4 Kleine, eingestreute und individuell gestaltete zusätzliche Freiflächen (Pocket-Parks) bieten Erholung und Aufenthaltsqualität.

1.4.5 Die Burganlage und der darunter liegende Weinberg bietet als identitätsstiftendes grünes „Gegenüber“ der Innenstadt einen erhabenen Ausblick über deren Häuserlandschaft.

1.4.6 Die Anpflanzungen im Stadtraum sind gepflegt und soweit möglich vernetzt. Sie stehen in Teilen für Gartenprojekte (Urban Gardening) zur Verfügung.

1.5 Die Innenstadt ist als Stadt am und im Fluss erlebbar.

1.5.1 Die Lage am Neckar wird durch attraktive Rundwege, Sicht- und Verweilpunkte (Terrassen, Treppen) zu einem Highlight der Innenstadt.

1.5.2 Die Neckarkanäle sind in weiten Teilen im Stadtbild präsent. Die Brücken sind gut sichtbare innerstädtische Erkennungszeichen, Querungsmöglichkeiten punktuell ergänzt.

1.5.3 An vielen Orten besteht Zugang zum Wasser sowie die Möglichkeit, es zu spüren sowie für Spiel und Sport zu nutzen.

1.6 Die Innenstadt ist hinreichend sauber, sicher und in guter Ordnung.

1.6.1 Die Regelungen zu (Sonder-)Nutzungen des Innenstadtraums sind lagespezifisch angepasst.

1.6.2 Die Innenstadt verfügt über gute Standards bei der Straßenreinigung und Abfallsorgung, die durch Aktionen mit der Bevölkerung unterstützt werden.

1.6.3 Es besteht ein dichtes Netz barrierefreier und sauberer öffentlicher sowie "netter" Toiletten in den verschiedenen Innenstadtbereichen.

1.6.4 Eine gelungene städtebauliche Gestaltung sowie soziale und öffentliche Achtsamkeit tragen zu einem guten Sicherheitsniveau bei.

2) Mobilität, Verkehr und Netzinfrastruktur

Die Stadt der kurzen Wege: Die Innenstadt ist mit allen Verkehrsmitteln bequem und umweltfreundlich erreichbar.



Die Wirtschafts- und Arbeitsmarktregion Stuttgart boomt seit vielen Jahren. Insbesondere verkehrsgünstig gelegene größere Städte, wie Esslingen, sind daher Arbeits- und Wohnort vieler Pendler:innen. Der PKW spielt hier als Fortbewegungsmittel die maßgebliche Rolle. Aber auch in der Freizeit und beim Innenstadtbesuch ist das Auto das meistgenutzte Verkehrsmittel.

In der Esslinger Innenstadt ist das hohe Verkehrsaufkommen vor allem auf dem stark befahrenen Innenstadtring festzustellen. Der Ring erzeugt eine deutliche Trennwirkung. Im Innenstadtraum existiert ein starker Parkdruck, die Aufenthaltsqualität wird durch parkende PKW und den Parksuchverkehr spürbar beeinträchtigt. Innovative Verkehrslösungen sind erforderlich, die vor dem Hintergrund der Klimaziele umso dringlicher werden.

Das vorliegende strategische Zielbild setzt daher auf ein Umsteuern hin zu einer guten und bequemen Erreichbarkeit der Innenstadt mit innenstadtverträglichen, klimaschonenden Fortbewegungsmöglichkeiten. Im Fokus stehen eine **Stärkung des Fuß- und Radverkehrs und des ÖPNV** sowie eine **Vernetzung der Verkehrsträger**.

2.1 Der PKW-Ziel- und Quellverkehr ist in der Innenstadt stadtverträglich organisiert. Seine Dominanz ist einem gleichberechtigten Miteinander der Verkehrsarten gewichen.

2.1.1 Im Rahmen des Mobilitätsmarketings wird angesichts begrenzter Flächen und Infrastrukturen für ein kooperatives Miteinander im Verkehr und für gegenseitige Rücksichtnahme geworben.

2.1.2 Intelligente Parkleitsysteme lenken den PKW-Verkehr effektiv in die vorhandenen Parkhäuser und -garagen. Im öffentlichen Raum besteht ein verringertes Parkangebot für PKW.

2.1.3 Zentrale Bereiche der Kern-Innenstadt sind autoarm oder -frei. Verstöße gegen die geltenden Regelungen werden konsequent geahndet.

2.1.4 In der Innenstadt ist die Fahrgeschwindigkeit deutlich reduziert, Wohnstraßen sind in der Regel verkehrsberuhigt.

2.1.5 Der überwiegende Anteil des PKW-Verkehrs fährt mit Antrieben, die aus erneuerbaren Energien gespeist werden. In der Innenstadt wird - vorzugsweise in Parkhäusern - eine bedarfsgerecht ausgebaute, barrierefreie Ladeinfrastruktur vorgehalten.

2.2 Der ÖPNV bietet eine schnelle und einfache Alternative zum motorisierten Individualverkehr.

2.2.1 Ein gut geknüpfted lokales und regionales ÖPNV-Netz mit guter Tagesabdeckung und dichter Taktfolge verbindet die Innenstadt eng mit ihrem Einzugsgebiet.

2.2.2 Busvorrangschaltungen beschleunigen den öffentlichen Verkehr gegenüber dem motorisierten Individualverkehr.

2.2.3 In der Innenstadt führt eine ausgewogene Haltestellendichte, insbesondere auf dem Innenstadtring, zu kurzen Wegen. Eine öffentliches Hop-On / Hop-Off-Angebot verbindet die innerstädtischen Lagen und Quartiere. Dabei werden die Ansprüche mobilitätseingeschränkter Personen berücksichtigt.

2.2.4 Bahnsteige und Buseinstiege sind barrierearm. Haltestellen sind verschattet und regengeschützt.

2.2.5 Günstige ÖPNV-Kosten, einfache Tarifstrukturen und ein offensives Mobilitätsmarketing setzen starke Nutzungsanreize.

2.3 Der Innenstadtbesuch per Fahrrad ist schnell, komfortabel und sicher.

2.3.1 Die Innenstadt ist gut in das überregionale Radschnellwegesystem eingebunden.

2.3.2 Auf allen Hauptachsen in die und in der Innenstadt gibt es alltagstaugliche, hochwertige und gut gesicherte Radwegeverbindungen.

2.3.3 Innerhalb der Innenstadt ist die Verbindung zwischen den Hochschulgebäuden per Rad bequem und sicher zu befahren.

2.3.4 In der Innenstadt sind zahlreiche, dezentral verteilte Radabstellanlagen verfügbar. Sie bieten guten Witterungs- und Diebstahlschutz.

2.3.5 Die Innenstadt hält barrierefreie Serviceangebote für das Radfahren, wie Gepäckdepots oder Lademöglichkeiten für E-Bikes, vor.

2.4 Fußgänger:innen finden in der Innenstadt eine attraktive, sichere und möglichst barrierefreie Umgebung, die zum Flanieren einlädt.

2.4.1 Themenpfade schaffen Anreize für das Zufußgehen.

2.4.2 Barrierearme Bodenbeläge in Gehwegbereichen und Gebäudezugängen sowie taktile Leitsysteme erleichtern allen Menschen den Innenstadtbesuch. Dabei bleibt das Pflaster in der Gesamtanlage als „sechste Fassade“ Teil des historisch gewachsenen Stadtbilds.

2.4.3 Intelligente Ampelschaltungen und Fußgängerleitsysteme gewähren Fußgänger:innen in der Regel Vorrang gegenüber dem MIV.

2.4.4 Fußgängerzonen sowie Flanierachsen und Shared Space-Lösungen mit möglichst geringem PKW-Verkehr und nur den notwendigsten KfZ-Querungen sorgen für Ruhe und Sicherheit in der Kern-Innenstadt.

2.4.5 Die Innenstadt bietet klare und zeitgemäße Wegeleit- und Informationssysteme.

2.5 Die Innenstadt bietet einfache und bequeme Möglichkeiten zur inter- und multi-modalen Verknüpfung von Verkehrsmitteln.

2.5.1 Der ZOB ist in Verbindung mit dem Bahnhof die zentrale Verkehrsdrehscheibe der Innenstadt. In direkter Nachbarschaft besteht die Möglichkeit zur Verknüpfung mit weiteren Verkehrsträgern.

2.5.2 Weitere innerstädtische Mobilstationen unterstützen die Verknüpfung von Verkehrsmitteln.

2.5.3 Die Möglichkeiten zur Fahrradmitnahme im ÖPNV sind ganztägig und bedarfsgerecht ausgebaut.

2.5.4 Sharing-Angebote für Fahrräder, Lastenräder und E-Scooter gestalten den Innenstadtbesuch sowie das Sich-Bewegen im Innenstadtbereich flexibel. Als Free Floating-Lösungen sind sie leicht und schnell verfügbar.

2.5.5 Ein ausgebautes, wohnungsnahes Car-Sharing-Angebot erleichtert Innenstadtbewohner:innen den Verzicht auf den eigenen PKW.

2.5.6 Mobilitätsangebote können verkehrsträger- und anbieterübergreifend gebucht und bezahlt werden.

2.6 Die Innenstadt verfügt über leistungsstarke Logistiklösungen für die Belieferung von Unternehmen und Kund:innen.

2.6.1 Die Anlieferung von Waren ist weitgehend über Logistik-Hubs für die sogenannte „letzte Meile“ organisiert.

2.6.2 Die Mehrheit der Innenstadtunternehmen liefert erworbene Waren bequem und emissionsfrei nach Hause.

2.7 In der Innenstadt ist eine ausgezeichnete Dateninfrastruktur verfügbar.

2.7.1 In der Innenstadt besteht allerorten die Möglichkeit zur Breitbandnutzung.

2.7.2 Überall in der Innenstadt gibt es gut funktionierende Mobilfunkzugänge.

2.7.3 Es existiert eine ausgebaute digitale Infrastruktur zur intelligenten Vernetzung von Gegenständen, Anlagen und Maschinen (Internet der Dinge)

3) Wohnen und Soziales

Die gute Mischung: Die Innenstadt bietet qualitativolles Wohnen, Teilhabe und ein entspanntes Zusammenleben für alle.



Der Wohnungsmarkt in Esslingen ist chronisch angespannt. Die hohe Nachfrage trifft in der Innenstadt auf die äußerst begrenzten räumlichen Möglichkeiten eines dicht bebauten Stadtzentrums zwischen Weinbergen und Neckar. Zugleich führen der demografische Wandel und neue Lebensstile dazu, dass die Esslinger Innenstadt immer häufiger mit veränderten Wohnraumanforderungen konfrontiert wird, welche sie derzeit nur bedingt erfüllen kann. Und das, wo Wohnen als eine Schlüsselfunktion der Innenstädte der Zukunft gilt.

Das Zielbild für die Esslinger Innenstadt richtet sich im Strang „Wohnen und Soziales“ in erster Linie auf eine **qualitative Weiterentwicklung des Wohnungsbestands** sowie des **städtebaulichen und sozialen Wohnumfelds**. Wesentliche Angebotserweiterungen konzentrieren sich auf die Weststadt. Ziel ist ein differenziertes Wohnraumangebot für alle Bevölkerungsschichten als Teil der innerstädtischen Funktionsmischung.

Mit diesem Qualitätsansatz trägt die Innenstadtstrategie der dichten und zudem vielfach schützenswerten Baustruktur Rechnung. Zudem unterstützt der Qualitätsfokus das Alleinstellungsmerkmal der Innenstadt im Wohnungsmarkt – als Lebensmittelpunkt im historischen Umfeld.

3.1 In nahezu allen Bereichen der Innenstadt leben Menschen. Die Nutzungsmischung der Quartiere und Lagen macht die Innenstadt lebendig und einen guten Teil ihrer Attraktivität aus.

3.1.1 Im Rahmen der gewollten urbanen Mischung wird dem Ruhebedürfnis der Anwohner:innen innerhalb eines immer neu abzuwägenden, konsensuellen und für alle Seiten verlässlichen Rahmens Rechnung getragen. Zielkonflikte werden gut moderiert.

3.1.2 Die Weststadt hat sich als innerstädtischer Wohnort etabliert. Hier wohnen Menschen langfristig und gerne.

3.2 Die Wohnbereiche der Innenstadt sind stabile, sozial- und altersgemischte Quartiere.

3.2.1 Die soziale Vielfalt der innerstädtischen Bevölkerung erleichtert lebendige Nachbarschaften und persönliche Teilhabe. Die Sozialkontakte werden durch Outdoor- und Indoor-Begegnungsorte für alle Generationen erleichtert.

3.2.2 Innerhalb der Nahbereiche haben sich nachbarschaftliche Hilfe- und Unterstützungssysteme etabliert. Quartiersmanagements tragen dazu bei.

3.3 Die Innenstadt bietet ein facettenreiches, zeitgemäßes Angebot unterschiedlicher Wohnungstypen und -größen für individuelle Ansprüche und Bedarfe.

3.3.1 Die innerstädtische Wohnentwicklung ist in erster Linie eine Qualitätsentwicklung im Bestand, getragen von Sanierung und Aufwertung sowie einer Ausdifferenzierung des Angebots an Wohnungsschnitten und -größen.

3.3.2 In der Innenstadt ist die Weststadt der Bereich mit einem nennenswerten Umfang an Neubauwohnungen. Weitere Verdichtungen erfolgen nur punktuell.

3.3.3 Der Anteil preisgünstigerer Wohnungen ist gewachsen.

3.3.4 Junges (Gemeinschafts-)Wohnen von Studierenden und Auszubildenden ist ein fester Bestandteil des Wohnungsmarkts - als Mehrwert für U25-Zielgruppen und Beitrag zur innerstädtischen Belebung.

3.3.5 In der Innenstadt finden sich reizvolle Möglichkeiten zur Kombination von Wohnen und Leben mit Arbeiten und Coworking.

3.3.6 Die Innenstadt ist ein Ort für offene, vernetzte und inklusive Formen des gemeinwohlorientierten Zusammenlebens wie Hausgemeinschaften oder Baugenossenschaften.

3.3.7 Der innerstädtische Wohnungsmarkt ist auf den demografischen Wandel eingestellt und bietet – unter Achtung der erhaltenswerten Bausubstanz in der Gesamtanlage – ein gutes Angebot barrierefreier Wohnungen.

3.4 Das Angebot innerstädtischen Wohnens schließt bei Bedarf alle Stufen der Unterstützung, Betreuung und Pflege ein.

3.4.1 In der Innenstadt gibt es ein ausgebautes, differenziertes Netz an Versorgungs- und Betreuungslösungen für hilfebedürftige Menschen. Sie schließt den akuten Hilfebedarf ebenso ein wie die Unterstützung in der eigenen Wohnung und bei Erledigungen.

3.4.2 Integrierter Bestandteil der innerstädtischen Unterstützungsstrukturen sind - möglichst generationenübergreifend integrierte - Dauer- und Tagespflegeeinrichtungen.

4) Wirtschaft

Vitale Vielfalt: Die Innenstadt beherbergt eine intakte Einzelhandels-, Gastronomie- und Dienstleistungslandschaft – individuell und innovativ.



Der wirtschaftliche Strukturwandel der Esslinger Innenstadt war der Auslöser für die Entwicklung der Innenstadtstrategie. Auch wenn der befürchtete „Kahlschlag“ im Zuge der Corona-Pandemie ausgeblieben ist, bleiben die Herausforderungen, denen sich insbesondere der Einzelhandel zu stellen hat, virulent. Aktuell stellen die Energiekrise und die dadurch ausgelöste Inflation die Betriebe vor neue Belastungen. Auf mittlere und lange Sicht ist es vor allem der sich in nahezu allen Bevölkerungskreisen etablierende Online-Handel in Verbindung mit neuen Konsummustern, der die Branche zu Veränderungen zwingt. Die Transformation trifft aber nicht allein den Einzelhandel. Gerade die technologischen Entwicklungen werden, so viel ist absehbar, auch andere Unternehmen tiefgreifend verändern.

Vor dem Hintergrund dieses sehr realistischen Bedrohungsszenarios liegt der Leitansatz im Strang „Wirtschaft“ in der **Verbindung einer Diversifizierungs- und einer Innovationsstrategie**. Neben den klassischen Einzelhandel tritt ein ausgesprochen breites Spektrum unterschiedlicher Geschäftsmodelle, bei denen sich **Branchengrenzen zunehmend auflösen**. Die Esslinger Innenstadtökonomie wird sich in vielerlei Hinsicht neu erfinden müssen – das Zielbild weist die Richtung.

Inmitten der notwendigen Veränderungen ist aber immerhin davon auszugehen, dass sich die innerstädtische Wirtschaft auch in Zukunft auf ihre Kernkompetenzen stützen kann: Beratung, Verkauf, das Angebot zum Direktkonsum und zunehmend wieder die Produktion vor Ort.

4.1 Der Reiz des Innenstadtangebots liegt in einer ausgesprochen vielgestaltigen Landschaft an Betriebstypen und -konzepten, auch über tradierte Branchengrenzen hinweg.

4.1.1 Innovative Mischkonzepte aus Handwerk und manufakturieller Produktion verbinden sich mit dem Direktverkauf von Unikaten und Kleinserien (Urban Manufacturing). Als Cluster steigern sie zudem die Attraktivität von Straßenzügen in den Quartieren.

4.1.2 Das Handelsangebot ist vielfach angereichert um Dienstleistungen und die Möglichkeit zur Produktpassung (Customization).

4.1.3 Kombinationen aus Verkauf, Dienstleistungen und gastronomischen Angeboten setzen sich wechselseitig in Szene. Sie schaffen Frequenz, verlängern den Aufenthalt und erzeugen Kundenbindung (z.B. Bankfiliale mit Café).

4.1.4 Handwerkliche Anbieter:innen haben ihr Beratungs- und Dienstleistungsspektrum erweitert (z.B. Typberatung durch Fotograf:in, Blumenschule durch Florist:in)

4.1.5 Die Gastronomie sichert sich weitere Standbeine über Dienstleistungen und Verkauf von Eigenprodukten (z.B. Kochkurse von Restaurants, Urban Farming).

4.1.6 Die Betriebe in der Innenstadt haben sich erfolgreich an die Bedarfe jüngerer Zielgruppen angepasst.

4.1.7 Innovative Geschäftsmodelle finden ein gutes Angebot an lokalen Finanzierungsquellen – z.B. Wagniskapitalgeber oder Crowd Funding für das Erstinvestment sowie Abo-Modelle zur laufenden Finanzierung.

4.1.8 Transformationsflächen ermöglichen Experimente über Branchengrenzen hinweg – z.B. Flächen für Sportevents kombiniert mit Kultur, Gastro und Handel.

4.2 Viele Innenstadtunternehmen denken und handeln technologisch hybrid, räumlich multilokal und organisatorisch in Netzwerken.

4.2.1 Zahlreiche Betriebe wirtschaften hybrid. Sie verknüpfen ihre Präsenz in der Innenstadt mit einer im Internet. Sie nutzen Online-Kanäle für ihr Marketing, für ihre Beratung und für ihren Vertrieb sowie die Innenstadt als Anlaufpunkt für Internet-Kund:innen (z.B. Click & Reserve). Digital und analog sind hier zusammengewachsen.

4.2.2 Die einst starre räumliche Separierung von Unternehmen und Einrichtungen ist vielfach einem Miteinander in offenen, variabel genutzten Räumen und mit gemeinsamen Infrastrukturen gewichen („flüssige Formate“) - z.B. in gemeinschaftlich genutzten Ladenflächen, Bürogemeinschaften, Gemeinschaftspraxen, innerstädtischen Coworking-Spaces oder über temporäre Pop Up-Lösungen.

4.2.3 Marktdynamiken und Spezialisierungserfordernisse haben gerade kleinere Innenstadtbetriebe veranlasst, sich flexibel in Netzwerken und Wertschöpfungsketten zu organisieren. Die räumliche Dichte der Innenstadt unterstützt dies.

4.2.4 Die Mitarbeiter:innen vieler Unternehmen arbeiten multilokal und zeitlich flexibel. Die bequem erreichbare, vielfältige Innenstadt bietet ihnen die Möglichkeit, mobile und Präsenzarbeit sowie berufliche und private Zeit optimal zu verschränken.

4.3 Der Erfolg und Wettbewerbsvorteil vieler Innenstadtbetriebe fußt auf emotionalen Mehrwerten für ihre Kund:innen. Diese sind unternehmensspezifisch unterschiedlich gelagert.

4.3.1 Das Touch & Feel-Erlebnis von Waren und Angeboten schafft bleibende sensuelle Eindrücke.

4.3.2 Kompetente, empathische Beratung in einer offenen Atmosphäre erzeugt Vertrauen und entlastet bei (Kauf-)Entscheidungen.

4.3.3 Kundenservices und Aufmerksamkeiten bieten Bequemlichkeit und das Gefühl, gut aufgehoben zu sein.

4.3.4 Ein stimmiges, anregendes Raum- und Innenstadttambiente prägt das Wohlbefinden außerhalb der eigenen vier Wände (Third Places).

4.3.5 Ein Einblick - z.B. in Produktionsprozesse der Sektherstellung oder bei Einzelanfertigungen - stärkt bei Kund:innen das Empfinden von Authentizität.

4.3.6 Das Zusammenbringen von Kund:innen, das Bilden von Customer-Communities und ein gemeinsamer Erfahrungsaustausch vermitteln persönliche Zugehörigkeit.

4.4 Im Rahmen ihrer Angebotsmischung verfügt die Innenstadt über attraktive Einkaufsmöglichkeiten mit guter Sortimentsbreite.

4.4.1 Die Innenstadt hat eine sehr gute Ausstattung mit grundlegenden und spezialisierten Angeboten des periodischen Bedarfs - als Nahversorgung und als Besuchsgrund.

4.4.2 Das Rückgrat des Innenstadthandels bilden Angebote des persönlichen Bedarfs. Neben Markenstores bedienen Fachgeschäfte den Kundenwunsch nach Individualität.

4.4.3 Die Innenstadt bietet ein ergänzendes lebensstilorientiertes Spektrum an Waren des mittel- und langfristigen Bedarfs.

4.4.4 Die Innenstadt besitzt ein ausdifferenziertes nachhaltiges und regionales Warenangebot. Angebote, die den Ansatz der Kreislaufwirtschaft verfolgen, sind weit verbreitet. Sharing-Angebote ergänzen den klassischen Kauf.

4.5 Der Wochenmarkt und vielfältige weitere Märkte sind Anziehungspunkte für die Innenstadt. Ihr Besuch ist ein Erlebnis.

4.5.1 Als innerstädtischer Frequenzanker setzt der Wochenmarkt seinen Schwerpunkt bei saisonalen und regionalen Produkten.

4.5.2 Verköstigungen, Aktionen - wie „Märkte mit Musik“ - und Kundenservices verleihen dem Wochenmarkt Wohlfühlcharakter.

4.5.3 Neben den traditionellen Marktzeiten findet der Wochenmarkt auch als Spät- / Abendmarkt statt.

4.5.4 Spezialisierte Themenmärkte bilden eine abwechslungsreiche Ergänzung zum Wochenmarkt.

4.6 Die innerstädtische Gastronomielandschaft ist Kernbestandteil der Angebotsmischung. Sie ist vielfältig und trendgerecht und spiegelt so ihr breites Besucherspektrum.

4.6.1 Die Innenstadt bietet sowohl Tages- als auch Abendgastronomie mit standortbezogenen Sperrzeiten. Das Ruhebedürfnis der Anwohner:innen ist respektiert, die Ruhezeiten sind sichergestellt.

4.6.2 Eine lebendige Außengastronomie nutzt den attraktiven öffentlichen Raum und wertet ihn zugleich auf.

4.6.3 Der gastronomische Schwerpunkt liegt in der Kern-Innenstadt und ergänzt sich mit den passenden Einzelhandelsangeboten. In der Weststadt finden sich neue arbeits- und wohnortnahe Angebote. Der Neckar und die Neckarkanäle bieten Gastronomie am Wasser.

4.6.4 Eine Stärke der Innenstadt liegt in regionaler Küche sowie Gastronomie mit regionalen Lebensmitteln mit authentischen Angeboten und Bezügen. Betriebe mit einer qualitätsvollen internationalen Küche runden das Bild ab.

4.7 Eine Stärke der Innenstadt ist das weite Spektrum persönlich erbrachter Dienstleistungen. Mit Fachwissen und Tatkraft bieten die Betriebe Unterstützungslösungen für nahezu alle Lebensbereiche ihrer Kund:innen.

4.7.1 Eine Kompetenz des Innenstadtangebots liegt bei Beratungsleistungen, die mit Expertise für komplexe Fragen aufwarten - von Finanzen über Recht bis zu Architektur.

4.7.2 Gesundheitsdienstleistungen bilden eine tragende Säule des innerstädtischen Angebots, ihr Rückgrat ist eine umfassende haus- und fachärztliche Versorgung. Um sie herum besteht ein dichtes Netz an Beratungs-, Präventions- und Therapieeinrichtungen sowie Apotheken.

4.7.3 Dienstleistungen, bei denen die Erbringung und der Konsum zusammenfallen, wie in der Beauty-Branche, sind ein ergänzendes, Frequenz erzeugendes Angebotssegment.

4.8 In der Innenstadt werden wieder in verstärktem Maße Waren hergestellt – emissionsarm und vor allem dann, wenn die Nähe zu Kund:innen ein Vorteil ist.

4.8.1 Junges Design, altes (Kunst-)Handwerk oder innovative Braukunst verbinden in der Innenstadt auf anschauliche Weise ihre Fingerfertigkeit mit Finesse und Kreativität. Dies macht die Innenstadt zusätzlich touristisch interessant.

4.8.2 Eine Reihe von Innenstadtunternehmen und -netzwerken nutzt die technologischen Möglichkeiten IT-gestützter marktnaher Fertigung von Kleinserien und Einzelstücken (z.B. über 3D-Druck).

4.9 Mit ihrer authentischen historischen Ausstrahlung und ihrer vielgestaltigen Nutzungsmischung ist die Innenstadt ein inspirierender Ort für Wissensunternehmen.

4.9.1 Die Innenstadt ist ein Standort für Unternehmen, Entwicklungseinheiten und Start Ups, die aus Wissen zukünftige Wertschöpfung generieren. Die vitale Atmosphäre und dichte Netzwerkkontakte bieten Kreativen aller Branchen ein produktives Ökosystem.

4.9.2 Die Innenstadt bietet Gründer:innen Arbeitsstrukturen und Räume mit Labor- und Pop Up-Charakter.

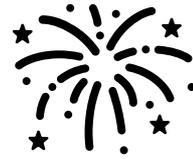
4.10 Die Geschäftslagen der Innenstadt sind kompakt und gut miteinander verknüpft. Ihre Angebotsstrukturen ergänzen sich.

4.10.1 Die Hauptlagen der Innenstadt verfügen über ein in sich geschlossenes, stimmiges betriebliches und städtebauliches Gepräge.

4.10.2 In Nebenlagen hat sich nach und nach das Wohnen als Hauptnutzung etabliert.

5) Kultur und Freizeit

Epizentrum der Emotionen: Die Innenstadt bietet Einheimischen und Gästen eine große Bandbreite begeisternder Kultur- und Freizeiterlebnisse – Indoor wie Outdoor.



Die Esslinger Innenstadt beherbergt ein umfangreiches Angebot an Kultureinrichtungen und ist Spielort stadtprägender Veranstaltungen. Diese im Grundsatz günstige Ausgangslage ist wichtig, da Kultur und Freizeit gemeinhin als Säulen der „Post-Corona-Stadt“ gelten. Sie beziehen ihren Bedeutungszuwachs, gerade bei jüngeren Zielgruppen, aus einer Neugewichtung selbstbestimmt nutzbarer Zeit (Stichwort „Work-Life-Balance“).

Ein Ergebnis des Lagebilds ist jedoch auch die Feststellung, dass eine Reihe kultureller Angebote als nicht mehr zeitgemäß wahrgenommen wird und – gerade bei Jüngeren – an Publikumszuspruch verliert. Freie Kultur ist unterrepräsentiert. Als Freizeitort erhält die Innenstadt nur eine schwache Bewertung.

Das Zielbild für die Esslinger City knüpft hier an und empfiehlt die Besonderheiten der Innenstadt als **Schau-, Spiel- und Begegnungsort mit attraktiven Kultur- und Freizeitangeboten** neu „aufzuladen“. Diese bieten Möglichkeiten, die Innenstadt über positiv besetzte Erlebnisse (neu) kennenzulernen und (neue) Bindung zu ihr aufzubauen. Das strategische Zielbild setzt auch in diesem Strang auf Erneuerung und Innovation, auf „Crossover“ und Experimente, auf Mut und ungewöhnliche Allianzen.

5.1 Die Innenstadt bietet attraktive Besuchsanlässe und Gelegenheiten zur persönlichen Begegnung. Basis ist ein buntes Spektrum an Veranstaltungen und Aktionen.

5.1.1 Die Traditionsveranstaltungen der Innenstadt sind mit ihren Schwerpunkten zeitgemäß ausgerichtet und treffen so den Nerv eines breiten - also auch jungen - Publikums.

5.1.2 Neben Großveranstaltungen besticht die Innenstadt durch eine Vielzahl kleinerer Aktionen - gerade auch über längere Zeiträume hinweg. Damit bedient der Veranstaltungskalender ganz unterschiedliche Vorlieben von Sport bis Gastronomie.

5.1.3 Die Veranstaltungen nutzen zahlreiche, auch ungewöhnliche, Spielorte als Kulisse. Die Innenstadt ist die heimliche Hauptdarstellerin. Moderne Infrastruktur und Equipment ermöglichen Flexibilität in der Nutzung von Plätzen und Orten.

5.1.4 Feste und Märkte bringen Menschen zusammen. Sie wirken gemeinschaftsbildend. Sie sind barrierearm und ermöglichen die Teilhabe aller.

5.1.5 Die Durchführung der Veranstaltungen unterstützt aktiv die Grundsätze ökologischer Nachhaltigkeit.

5.1.6 Die Open Air-Regelungen zur Event-Nutzung der Innenstadt bieten im Sinne aller Beteiligten terminliche, zeitliche und inhaltliche Flexibilität sowie Spielräume zum Experimentieren mit Neuerungen.

5.2 Die Kulturangebote der öffentlichen Institutionen und Freien Szene sind in der Innenstadt sehr präsent. Sie bereichern und begeistern durch Vielseitigkeit, Experimentierfreude und Qualität.

5.2.1 Die Kultureinrichtungen der Innenstadt sind in ihrem Bestand und ihrer Vielfalt gesichert. Sie leisten hochwertige Kulturarbeit und ziehen viele Menschen in ihren Bann. Sie beleben die Innenstadt und machen sie zugleich erfahrbar.

5.2.2 Durch adressatenbezogene sowie neuartige Inhalte und Formate weckt die innerstädtische Kultur das Interesse eines breiten Spektrums an Ziel- und Altersgruppen - von Hoch- über Pop- bis Off- sowie Jugendkultur. Menschen aller Altersgruppen werden zur Mitwirkung eingeladen (kulturelle Bildung).

5.2.3 Die Einrichtungen und Kulturschaffenden verfügen über ausreichende, gut zugängliche, barrierefreie sowie kostengünstige Räumlichkeiten für ihre Proben, Kulturvermittlung und -projekte. Sie sind Dritte Orte. So erzielen sie einen hohen Grad an Sichtbarkeit.

5.2.4 Der öffentliche Raum und ungewöhnliche Spielorte werden für das kulturelle Experimentieren genutzt. Die Kulturangebote erreichen niedrigschwellig neue Gruppen (z.B. Freiluftausstellungen, digitale Kunst im Leerstand, mobile Kunststationen).

5.2.5 Die Akteur:innen der öffentlichen und Freien Kultur sind untereinander sowie überregional gut vernetzt. Mit gemeinsamen Projekten und Aktionen sorgen sie in der Innenstadt für Frequenz und tragen zu einem offenen Innovationsklima bei den Innenstadtdakteur:innen bei.

5.2.6 Die Kultur und die übrigen Innenstadtakteur:innen gehen zahlreiche Allianzen ein. Die Verbindungen z.B. von Kultur mit Handel und Gastronomie oder von Kultur mit Wissenschaft und Technologie sowie von Kultur und Anwohner:innen schaffen neue Sichtweisen und Perspektiven sowie neue Pfade der Kulturvermittlung und Kommunikation.

5.3 Die besondere bau- und kulturhistorische Qualität der Altstadt ist Alleinstellungsmerkmal und das zentrale Besuchsmotiv für die wachsende Zahl an Tages- und Wochenendgästen im Freizeitsegment.

5.3.1 Die Kulturdenkmale und Sehenswürdigkeiten der Innenstadt sind zeitgemäß weiterentwickelt, erlebbar, präsentiert und bespielt. Esslingen ist ein bedeutender Wissens-Cluster für Baukultur. Dies umfasst mittelalterliche ebenso wie industriekulturelle Baustrukturen. Digitale Möglichkeiten der Vermittlung werden stark genutzt (z.B. Augmented Reality).

5.3.2 In der Innenstadt sind Beherbergungsangebote für unterschiedliche Gästegruppen und Aufenthaltsdauern in einem breiten Qualitätsspektrum verfügbar – von Studierenden über Wochenend- bis zu Geschäftsreisenden. Dies schließt inklusive Angebote ein.

5.4 Viele innerstädtische Plätze und Grünanlagen bieten niedrigschwellig Raum für Bewegung und Sport.

5.4.1 In der Innenstadt hat die Bevölkerung die Möglichkeit, an (selbst-)organisierten Bewegungstreffs teilzunehmen, z.B. im Merkel'schen Park.

5.4.2 Das Neckarufer bietet ein ausgebautes Angebot an Outdoor-Fitness-Geräten für alle Altersgruppen.

5.4.3 Der Bereich der Maillekreuzung bietet einen Ort für Sport- und Erlebnisangebote für Jugendliche.

5.4.4 Der Schul- und der Hochschulsport sind feste Bestandteile der Innenstadt.

6) Öffentliche und stadtgeseellschaftliche Institutionen

Zentrum der Stadt und Region: Die Innenstadt symbolisiert das Gemeinwesen und fördert mit ihren Verwaltungs- und Bildungseinrichtungen dessen Entwicklung.



Öffentliche Einrichtungen sind eine oft übersehene Größe der innerstädtischen Nutzungsmischung. Dabei sind sie große Arbeitgeberorganisationen sowie vielfach ein wichtiger Anlass für den Innenstadtbesuch. In Esslingen ist neben der Stadt- und Kreisverwaltung gleich eine ganze Reihe weiterer Behörden und Dienststellen anzuführen. Nimmt man die zivilgesellschaftlichen Verbände, Vereinigungen und Kammern hinzu, wird die Relevanz dieses „Management-Clusters“ erkennbar.

Neben den Behörden sind Bildungseinrichtungen mit ihrem Lehrpersonal sowie Schüler:innen und Studierenden ein zweiter öffentlicher Faktor im Innenstadtgeschehen. Besondere Dynamik entsteht derzeit über die anstehende Verlagerung eines Hochschulstandorts in die westliche Innenstadt.

Die Hochschulverlagerung bietet für die Innenstadtstrategie gleich mehrere Ansatzpunkte, angefangen bei den Studierenden als Nachfragegruppe bis zur möglichen Ansiedlung von Unternehmen und Einrichtungen, die die Hochschulnähe suchen. Hier ist, wie bei den Bildungseinrichtungen insgesamt, **Wissen als Antrieb für die Entwicklung neuer Innenstadtangebote und -nutzungen** zu werten. Mit Blick auf die Behörden sieht die Strategie Potenzial in der **Stärkung ihrer Demokratie- und Dienstleistungsaufgaben**.

6.1 Als Mittelpunkt Esslingens ist die Innenstadt der Ort, an dem das Gemeinwesen erfahrbar und lokale Demokratie praktiziert wird.

6.1.1 Die öffentlichen Gebäude der Innenstadt repräsentieren die rechtsstaatliche Ordnung und ihre Institutionen. Ihre Funktionen und Qualitäten werden im Rahmen politischer Bildung fortlaufend vermittelt.

6.1.2 Der Gemeinderat, der Kreistag sowie die Gremien der ansässigen Kammern und Verbände treffen in der Innenstadt Entscheidungen für die Stadt und den Landkreis. Deren Transparenz wird medial sichergestellt, für eine Mitwirkung aktiv geworben. Dadurch wird die Innenstadt als Ort der Demokratie sichtbar.

6.1.3 Das Neckar-Forum sowie die innerstädtischen Säle und Plätze sind niedrigschwellige Arenen für die lebendige gesellschaftliche und politische Debatte und das Aushandeln von Kompromissen.

6.2 Die öffentlichen Einrichtungen sowie die Kammern, Verbände und Gemeinschaften bieten in der Innenstadt ein gut ausgebautes Leistungsangebot für die Gesamtstadt und den Landkreis.

6.2.1 Im Zuge der Bereitstellung kommunaler Leistungen nimmt der persönliche Kontakt zur Bevölkerung einen Schwerpunkt ein - zur Sicherung der Niedrigschwelligkeit und der Frequenz in der Innenstadt. Ergänzend sind die Leistungen in weiten Teilen digital verfügbar.

6.3 Die Innenstadt zeichnet sich durch eine reiche Bildungslandschaft aus. Einrichtungen der gesamten Bildungskette versammeln und verknüpfen sich hier auf engem Raum.

6.3.1 Bildung ist als Teil der innerstädtischen Funktionsmischung gut wahrnehmbar und niedrigschwellig zugänglich. Basis dafür sind sichtbare Anlaufpunkte (z.B. Bildungs-Pop Ups) und eine Ausgestaltung als attraktive Dritte Orte.

6.3.2 Die innerstädtischen Bildungseinrichtungen stehen inhaltlich und organisatorisch im engen Austausch. Sichtbar wird dies unter anderem an trägerübergreifend genutzten Orten der Bildung (z.B. Raum-Sharing oder ein gemeinsamer Makerspace).

6.3.3 Die Innenstadt bietet ein bedarfsgerechtes, gutes frühkindliches Betreuungsangebot für die Kinder von Einwohner:innen und Mitarbeitenden.

6.3.4 Innerstädtische Schulen zeichnen sich im Sinne der Bildungsgerechtigkeit durch eine inklusive und integrative Beschulung und hohe Durchlässigkeit aus.

6.3.5 Die Stadtbücherei und die Volkshochschule offerieren ihren Nutzer:innen zahlreiche aktuelle, zeitgemäße Möglichkeiten lebenslangen Lernens. Kulturelle Bildung wird aktiv gefördert.

6.3.6 Die Hochschule Esslingen versteht sich mit ihren Bildungs Kooperationen sowie offenen Lern- und Diskursangeboten als integraler Bestandteil der innerstädtischen Bildungslandschaft.

6.4 Die Esslinger Innenstadt ist ein attraktiver Hochschulstandort und Innovationsort für angewandte Forschung und Entwicklung.

6.4.1 Die Hochschule Esslingen ist die Ankereinrichtung eines innerstädtischen Wissens- und Innovations-Clusters. Sie geht mit Unternehmen und Einrichtungen sowie der Stadt Esslingen Entwicklungspartnerschaften ein.

6.4.2 Die Hochschule Esslingen ist ein gut integrierter Teil der Innenstadt. Ihre beiden Standorte sind offen für Besucher:innen und Anwohner:innen.

6.4.3 Die Hochschulstandorte sind ihrerseits eingebettet in ein Umfeld aus Lernen, Arbeiten, Co-Working, Wohnen und Leben. Hier findet die Hochschule flexibel nutzbare Flächen für Projekte vor (Förderprojekte, Prototypenentwicklung etc.).

6.4.4 Die (Innen-)Stadt wird zum wechselseitigen Vorteil von Hochschule und Stadt als Reallabor für Forschung und Entwicklung genutzt.

7) Umwelt und Klima

Verantwortlich handeln: Die Innenstadt steht beispielgebend für eine nachhaltige und klimaresiliente Umweltpassung.



Der globale Klimawandel schlägt sich in der Innenstadt mit ihrer dichten Bebauung und hohen Versiegelung insbesondere in den sommerlichen Hitzeperioden deutlich nieder. Leidtragende der Aufheizung sind vor allem Bewohner:innen, Mitarbeitende in Einrichtungen und Unternehmen sowie Besucher:innen der Innenstadt. Auch vor Überschwemmungen durch Extremwetterereignisse ist die Innenstadt nicht gefeit. Nachholbedarf besteht im Emissionsschutz ebenso wie in der Stadtökologie.

Das vorliegende Zielbild ruft zu einer deutlichen Kurskorrektur auf. In seinen strategischen Schwerpunkten setzt es auf **Anstrengungen zur Abmilderung der Klimafolgen** und empfiehlt eigene **Beiträge der Innenstadt zur Begrenzung des Temperaturanstiegs**. Im Zentrum stehen die Belüftung und Durchgrünung der Innenstadt und eine nachhaltige Nutzung natürlicher Ressourcen.

Weitere Schwerpunkte liegen in der Stärkung von Lebensqualität durch die Reduzierung von Lärm, Licht und Schadstoffen sowie in der Aufwertung der innerstädtischen Flora und Fauna.

7.1 Die Innenstadt hat ein moderates Bioklima.

7.1.1 Die Frischluftzufuhr und Durchlüftung der Innenstadt bleiben erhalten. Möglichkeiten zu einer Verbesserung der Situation werden aktiv genutzt.

7.1.2 Gesicherte und zusätzlich geschaffene öffentliche Grünstrukturen unterstützen den Temperatúrausgleich. Die Prinzipien der doppelten Innenentwicklung finden Anwendung.

7.1.3 Eine verstärkte private Begrünung von Innenhöfen und Fassaden sowie auf Dächern und Balkonen leistet einen Beitrag zu einem mikroklimatisch angenehmen Wohnumfeld – unter Beachtung der historischen Gebäudesubstanz und deren Wahrnehmbarkeit.

7.1.4 Wasserläufe und -flächen sowie -anlagen (Brunnen) erhöhen die Luftfeuchte und nutzen gezielt die kühlende und belebende Wirkung von Wasser in der Stadt.

7.1.5 Beschattete Orte ("Cool Spots") und Wegeverbindungen ("Schattenwege") sowie Trinkwasserangebote bieten Fußgänger:innen Abkühlung.

7.1.6 Infolge der Verkehrswende ist die Luftqualität deutlich verbessert.

7.2 Der Umgang mit Wasser erfolgt im Rahmen einer nachhaltigen Wasserwirtschaft.

7.2.1 Regenwasser wird in der Innenstadt soweit wie möglich versickert oder gespeichert und effizient als Brauchwasser genutzt ("Schwammstadt").

7.2.2 Das Grundwasser ist gut vor Schadstoffeinträgen geschützt.

7.2.3 Der Hochwasserschutz der Innenstadt ist hinreichend.

7.3 Die innerstädtischen Ökosysteme sind intakt.

7.3.1 Der Baumbestand in Grünanlagen, Straßen und auf Plätzen ist fachlich fundiert betreut, Bäume werden nachgepflanzt.

7.3.2 Die Innenstadtflora ist artenreich. Blühstreifen und Entsiegelung tragen zur Artenvielfalt auch der Fauna bei.

7.3.3 Der Schutz gefährdeter Arten ist in der Innenstadt sichergestellt.

7.4 Lärm- und Lichtimmissionen sind in der Innenstadt spürbar gemindert.

7.4.1 Die Belastung der Innenstadt und ihrer Bewohner:innen durch Verkehrslärm ist merklich gesunken.

7.4.2 Der Umgang mit Licht erfolgt mensch- und umweltsensibel.

7.5 Belastete Böden sind in der Innenstadt gut gesichert. Ihre Beseitigung wird betrieben.

7.6 Die Innenstadt trägt zu einer nachhaltigen Energieerzeugung und -nutzung sowie Ressourcenschonung bei.

7.6.1 Vorrangig werden in der Gesamtanlage regenerative Energiegewinnungspotentiale wie die Wasserkraft, die Wasserwärme in den Neckarkanälen, die Erd- und Grundwasserwärme sowie die Abwasserwärme der Kanäle genutzt.

7.6.2 Die Eigentümer:innen und Nutzer:innen der Innenstadtimmobilien haben einfache Möglichkeiten zur Gewinnung regenerativer Energie, die außerhalb der innerstädtischen Gesamtanlage erzeugt wird (z.B. über Solarbörsen oder Genossenschaftsmodelle).

7.6.3 Neubauvorhaben orientieren sich bereits bei der Planung, Baustoffwahl und Errichtung an den Standards "grüner Architektur" (u.a. Dachbegrünung und Einsatz von Photovoltaik). Beispielgebend ist das Klimaquartier in der Neuen Weststadt. Bei Bestandsgebäuden ist der ökologische Fußabdruck soweit wie möglich verringert.

7.6.4 Entwicklungs- und Bauvorhaben orientieren sich, soweit technologisch, sozial und wirtschaftlich möglich, an den Prinzipien der Kreislaufwirtschaft (Cradle to cradle).

8) Stadtmarketing und Citymanagement

Innenstadt als Lebensgefühl: Die Innenstadt profiliert sich als Cuvée aus historischen Wurzeln und modernem Lebensstil.



Das Stadtmarketing und Citymanagement der Esslinger Innenstadt ist gut aufgestellt. Die Esslinger Stadtmarketing & Tourismus GmbH (EST) und die Stadt Esslingen übernehmen gemeinsam mit weiteren Schlüsselakteuren zentrale Aufgaben des Innenstadtmanagements und tragen maßgeblich zum guten Ruf der Innenstadt als städtebaulich und atmosphärisch attraktiver Ort bei. Festzuhalten ist allerdings auch, dass der Wahrnehmungsfokus der verschiedenen Innenstadtzielgruppen stark auf der Historie liegt. Ihre faktische Vielfalt und ihr Innovationspotenzial finden wenig(er) Beachtung.

Genau an dieser Feststellung setzt das Zielbild an. Es formuliert den strategischen Ansatz, die Innenstadt als **„Jahrhunderte junge“ Topadresse für das Erlebnis Innenstadt im Raum Stuttgart** zu positionieren. Ein emotionalisierender werblicher Auftritt und das Herausstellen vielfältiger Quartiere tragen zu dieser Neupositionierung bei. Weitere Bausteine sind das In-Szene-Setzen der Innenstadtqualitäten im Stadtraum sowie die fortwährende Arbeit an ihrer Nutzungsmischung.

Die dafür erforderliche Strategie hinter der Strategie ist ein Netz engagierter Menschen: Verantwortliche in Innenstadtinstitutionen, Gewerbetreibende, Hauseigentümer:innen und Anwohner:innen, denen die Innenstadt ein echtes Anliegen ist. Deren Einbeziehung und Koordination ist eine gewichtige Zukunftsaufgabe.

8.1 Esslingen - Jahrhunderte jung: Die Innenstadt ist in der Region Stuttgart eine erste Adresse für das Erlebnis Stadt.

8.1.1 Als lebendiger Ausdruck der Stadtgeschichte und -identität sind die historischen Ensembles und Gebäude der Innenstadt Fixpunkte des Tourismus- und Citymarketings. Sie verschaffen der Innenstadt eine regional wirksame Alleinstellung und das Ambiente, das Herzen öffnet.

8.1.2 Die zweite Hauptrolle nehmen die Innenstadttakteure in ihrer ganzen Bandbreite ein, die mit ihrem persönlichen Engagement und ihrer Kreativität für das Morgen stehen - von Einzelhändler:innen, Gastronom:innen und Dienstleister:innen über Kulturschaffende und Anwohner:innen bis zu den öffentlichen Einrichtungen und der Hochschule.

8.1.3 Die Innenstadt hat einen zentralen Auftritt im Internet - bildmächtig und emotionalisierend. Hier zeigt sich die Innenstadt wie sie ist: lebendig, authentisch und facettenreich.

8.1.4 Die Social Media-Aktivitäten bedienen die Sehnsucht nach Bildern und Geschichten mit mehreren zielgruppenspezifischen Kanälen. Die Innenstadt hat viele Stories zu erzählen, die neugierig machen.

8.1.5 Die Bindung der Kund:innen und Gäste an die Innenstadt wird durch datengestützte Direktkommunikation und individuell zugeschnittene Services unterstützt (z.B. Informationen zu Angeboten und Aktionen von Handel über Veranstaltungen bis Parken).

8.1.6 Die Innenstadtkommunikation der wichtigen Marketer ist gut abgestimmt. Die EST, die City Initiative Esslingen und die Straßengemeinschaften sowie das Kulturamt, die Wirtschaftsförderung etc. arbeiten eng vernetzt an einem einladenden Bild der Innenstadt. Innenstadtbetriebe mit gemeinsamen Zielgruppenprofilen (z.B. Esslinger Manufakturen) bewerben sich gegenseitig und gemeinschaftlich.

8.2 Die Quartiere der Innenstadt haben attraktive Profile, die auf ihren unterschiedlichen Charakteristika fußen. In sich bergen die Viertel starke Teillagen - sozusagen die "Achtel" der Innenstadt.

8.2.1 Die Altstadt ist das Herz Esslingens. Sie steht für eine reiche Geschichte vom Mittelalter über die Zeiten als ehemalige Freie Reichsstadt und als eines der Zentren der Industrialisierung Württembergs bis ins Heute. Zugleich ist sie das Kunst- und Kulturquartier der Innenstadt. Hier paaren sich Entspannung und Genuss.

8.2.2 Die Pliensau umfasst als Quartier mit seinen beiden Achsen die dem Neckar zugewandte Altstadterweiterung. Der Bahnhofsbereich ist die quirlige Drehscheibe der Innenstadt, immer in Bewegung. Die Pliensaustraße setzt als historisches Handelszentrum auf neue Akzente.

8.2.3 Die West- und Oststadt rahmen die Kernlagen der Innenstadt als Innovationsviertel ein. Rund um die Hochschul- und Bildungsstandorte mischen sich Lernen, Forschen und Gründergeist mit Dienstleistungen, Leben und Wohnen.

8.3 Die Potenziale der Innenstadt und ihrer Viertel sind im Stadtbild gut in Szene gesetzt und in ihrer jeweiligen Qualität wahrnehmbar unterstrichen (Visual Merchandising).

8.3.1 Licht lockt Leute: Eine gut dosierte, energieeffiziente Lichtgestaltung lenkt den Blick auf bleibende und temporäre Höhepunkte der Innenstadt und verschafft ihr ein reizvolles Abend- und Nachtbild.

8.3.2 Wechselnde Interventionen im öffentlichen Raum, z.B. temporäre Aufenthaltsflächen oder Urban Art, vermitteln ungewohnte Einsichten und frischen die Lust auf Innentadtorte und -qualitäten neu auf.

8.3.3 Einhergehend mit zeitlich ausgeweiteten Aktionen und Veranstaltungen hüllt sich die Innenstadt in ein zu den Events passendes Gewand.

8.3.4 Der grüne Stadtschmuck ist in vielen Innenstadtbereichen - auch mit Unterstützung der Bevölkerung - auf einem guten Niveau.

8.4 Die Innenstadt kennt kaum Leerstand. In allen Kernlagen bereichern die Erdgeschosszonen mit unterschiedlichen Nutzungen das Stadtbild.

8.4.1 Die Innenstadt verfügt über ein wirkungsvolles Flächenmanagement, das einen breiten Werkzeugkasten vorhält - von der Datenbereitstellung über temporäre Nutzungslösungen bis zur Vermietungsunterstützung.

8.4.2 Die Immobilieneigentümer:innen der Innenstadt sind eng in das Flächenmanagement einbezogen. Sie verstehen sich in großen Teilen als Verantwortungsgemeinschaft für die Zukunft der Innenstadt und ihre Immobilien.

8.4.3 Das Mietniveau innerstädtischer Gewerberäume steht in einem realistischen Verhältnis zur Lage und Marktsituation. Die Mietvertragssituation ist vielfach auf die Ansprüche junger Unternehmen angepasst.

Umsetzung des Zielbilds

Mit dem vorstehenden Zielbild erhält der Prozess „Zukunft Innenstadt“ ein kohärentes Zielsystem und Werkzeug, um durch die Transformation der Esslinger Innenstadt zu navigieren, die **langen Linien** im Auge zu behalten und **richtungsgebende Impulse** zu setzen. Die bis auf die Programmebene heruntergebrochenen Ziele bieten die Möglichkeit, Umsetzungsschritte räumlich, zeitlich und über die verschiedenen fachlichen Zuständigkeiten hinweg **integriert anzugehen**. Für die anstehende Umsetzung sind fünf Themen besonders zentral.

Kommunikation

Eine wesentliche Voraussetzung für die erfolgreiche Arbeit an dem Zielbild ist die Identifikation der beteiligten Akteur:innen mit den formulierten Zielen sowie eine Unterstützung der gesamten Stadtgesellschaft. Für beides wird zunächst eine hohe Sichtbarkeit des Konzepts benötigt.

Um Sichtbarkeit zu erzeugen, sollten – so die Empfehlung – mehrere Ansätze verfolgt werden:

- Allgemein braucht es einen niedrighschwelligem Zugang zu den Informationen des Zielbilds. Hierzu eignet sich neben einer gedruckten Überblicksdarstellung insbesondere eine **Prozess-Website**, wie sie mit der MACH ES-Plattform angelegt war. Diese Darstellung, idealerweise auf der städtischen Website platziert, sollte sinnvollerweise laufend mit Informationen zu Projekten und deren Sachständen sowie Beteiligungsmöglichkeiten gefüllt werden. Auch Erfolge sind fortlaufend zu kommunizieren.
- Eine starke Umsetzungsdynamik und eine hohe Verbindlichkeit entstehen vor allem dann, wenn gemeinsame Erfahrungen gemacht werden. Ein wertvolles Instrument, das weiter gepflegt werden sollte, ist das **Innenstadtforum**. Hier konnten in den ersten Veranstaltungen viele Schlüsselakteure erreicht und einbezogen werden. Darüber hinaus hat der bisherige Prozess gezeigt, dass **zielgruppenspezifische Formate** rund um ausgewählte Themen einen guten Nutzen in Sachen Identifikation und Bündelung stiften können. Zu denken ist an die Gewerbetreibenden (ggf. verschiedener Innenstadtbereiche), Anwohner:innen, Wissenseinrichtungen etc.
- Wünschenswert ist zudem, dass sich zukünftig maßgebliche Akteur:innen der Innenstadt in der Öffentlichkeit demonstrativ hinter den Transformationsprozess und seine Ziele stellen. Ein solcher **Botschafteransatz** wird das Verständnis für den

Stellenwert einer intakten Innenstadt für Esslingen in der Stadtgesellschaft unterstützen. Dieser Pfad ist bereits zu Beginn des Prozesses eingeschlagen worden und sollte verstärkt aufgenommen werden.

Arbeitsorganisation

Der Ansatz, die Esslinger Innenstadt in ihrer Multifunktionalität zu stärken und zugleich weiterzuentwickeln, ist ein Ressort übergreifender Langfristprozess, an dem viele unterschiedliche öffentliche, aber auch private Akteur:innen beteiligt werden müssen. Dieser Prozess will gesteuert sein.

Als Grundgerüst für die zukünftige Arbeitsorganisation hat sich das **Transformations-team** im bisherigen Prozessverlauf bewährt. Die enge Zusammenarbeit zwischen dem Büro des Oberbürgermeisters, der Stadtplanung, der Wirtschaftsförderung und nicht zuletzt der Esslinger Stadtmarketing und Tourismus GmbH hat dazu beigetragen, die Komplexität der multifunktionalen Innenstadt fachlich angemessen zu berücksichtigen und die organisatorischen Anforderungen des Prozesses arbeitsteilig anzugehen.

Darüber hinaus wird es aber in den kommenden Schritten erfolgskritisch sein, möglichst viele **Innenstadtakteur:innen** aus den Bereichen Wirtschaft, Kultur, Bildung, öffentliche Einrichtungen, Vereinigungen und Wohnen **aktiv in Innenstadtprojekte einzubinden**. Speziell die Hauseigentümerschaft ist eine Schlüsselzielgruppe. Der Wert ihrer Immobilien steht und fällt nun mal mit der Attraktivität der Innenstadt insgesamt.

Angesichts dieser Multiakteurs- und Multithemenkonstellation ist künftig von einem höheren Koordinationsbedarf auszugehen als bisher. Hier ist ein personell adäquat ausgestattetes **“Zentrenmanagement“** zu empfehlen, in dessen Rahmen die anstehenden Aufgaben angegangen werden.

Für die künftige Umsetzung bietet sich daher eine eng verzahnte Arbeitsteilung an, in der ein/e Mitarbeitende:r des Amt für Wirtschaft im Rahmen des Zentrenmanagements zusammen mit dem EST-Citymanagement sowie der Stadtplanung die Transformation in der Innenstadt auf Grundlage des Zielbildes fördert:

- a. Das **Citymanagement** kümmert sich als Teil der **Esslinger Stadtmarketing und Tourismus GmbH** weiterhin um die klassische Innenstadtförderung, die primär auf Innenstadtbelebung, Frequenzsteigerung und Leerstandsmanagement abzielt.
- b. Das **Stadtteilmanagement** beim **Amt für Wirtschaft** kümmert sich zukünftig um die östlichen Gewerbegebiete (Mettingen, Brühl, Pliensauvorstadt) sowie die Gewerbe in den Zentren der Stadtteile. Bei der Umsetzung des Zielbilds für die

Innenstadt sind die Aufgaben u.a. Schnittstellenarbeit zur Dezernentenrunde und in die Gremien des Gemeinderates, verwaltungsinterne Kommunikation von innenstadtrelevanten Themen, dezernatsübergreifende Zusammenarbeit, Gesamtportfoliomanagement von Innenstadt-Projekten etc.

- c. Das **Stadtplanungsamt** kümmert sich weiterhin um alle planerischen Fragen der Innenstadtentwicklung, die mit dem Zielbild verbunden sind. Insbesondere das Aufsetzen eines ISEK-Prozesses für die Innenstadt wird angestrebt.

Das **Transformationsteam** sollte in dieser Konstellation als regelmäßiges Abstimmungsgremium unter Einbeziehung des Büros des Oberbürgermeisters erhalten bleiben. Dieser Weg ist zu gehen und auf Sicht ggf. personell oder/und organisatorisch nachzusteuern.

Verzahnung mit (Fach-) Konzepten

Da die Transformation der Innenstadt in verschiedenen Feldern ablaufen und zu neuen Antworten zwingen wird, ist eine Vielzahl an städtischen Dienststellen und zum Teil auch externen Akteur:innen berührt. Während das vorliegende Zielbild einen integrierten Orientierungsrahmen bietet, sind diese Dienststellen gefordert, aus ihrer Fachlichkeit heraus Maßnahmen zu entwickeln und umzusetzen.

Um sicherzustellen, dass die Ziele für die Innenstadt Wirklichkeit werden, ist von Bedeutung, die **Fachkonzepte** der betroffenen Ebenen und Einrichtungen auf das Zielbild abzustimmen.

Beispielhaft zu nennen ist Entwicklung eines **integrierten städtebaulichen Entwicklungskonzepts (ISEK)** für die Innenstadt durch das Stadtplanungsamt. Ein solches ISEK „übersetzt“ das Zielbild in den Stadtraum und ist als planerische Grundlage die Voraussetzung für die Erschließung zahlreicher Fördermöglichkeiten. Weitere Ansatzpunkte liegen in den Bereichen Mobilität, Kultur, Wirtschaftsförderung etc.

Ebenfalls sicherzustellen ist eine Übereinstimmung der Ziele mit gesamtstrategischen Konzepten, z.B. bei einer Fortschreibung des Stadtkompass ES 2027.

Maßnahmenumsetzung

Um die formulierten Ziele zu erreichen ist eine zentrale Herausforderung, Maßnahmen zu identifizieren und umzusetzen, die eine besonders **hohe Treiberwirkung** besitzen und maßgeblich zur Zielerreichung beitragen können.

Aus dem Prozess „Zukunft Innenstadt“ heraus sind bereits über **300 Maßnahmvorschläge** in allen acht Strategiefeldern zusammengetragen worden. Sie entstammen den

Beteiligungsformaten des Prozesses und wurden dort durch die Bevölkerung, die Stadtverwaltung und zahlreiche stadtgesellschaftliche Akteure eingespeist. Erste Wandelprojekte wurden bereits realisiert oder befinden sich augenblicklich in der Umsetzung.

Die gesammelten Ansätze und Ideen sind nun in der Gesamtheit eingehender auf **Umsetzungsfähigkeit** zu prüfen sowie durch weitere Maßnahmen aus Fachkonzepten und der laufenden Innenstadtarbeit heraus zu ergänzen. Sie sind zu **priorisieren** und im Rahmen der Arbeit Schritt für Schritt aufzugreifen.

Die **Finanzierung** der Projekte und Maßnahmen dürfte aller Voraussicht nach auf mehrere „Schultern“ zu verteilen sein – schließlich liegt die Innenstadtentwicklung in der gemeinsamen Verantwortung vieler:

- In mehreren der Strategiefelder sollte sich daher die **Mitverantwortung der privaten Innenstadttakteur:innen** möglichst auch in einer Maßnahmenunterstützung niederschlagen. Hierfür ist frühzeitig das Gespräch zu suchen.
- Die **Förderkulissen von Region, Land und Bund** bieten derzeit eine Vielzahl von finanziellen Möglichkeiten. Relevante Programme sollten regelmäßig geprüft werden. Bei entsprechender Eignung sind Förderanträge zu stellen.
- Letztendlich aber wird die **Stadt Esslingen** der zentrale Akteur sein, der in der Finanzierung der Innenstadttransformation voran gehen muss. Dies betrifft insbesondere die Aufwertung des öffentlichen Raums und seiner Klimaresilienz sowie die Transformation im Mobilitätssektor. Hierzu sollten entsprechende Mittel zukünftig in die Haushaltsplanungen der Stadt Esslingen eingebracht werden.

Monitoring

Um den langfristigen Erfolg der Transformationsarbeit sicherzustellen, sollte ein Monitoring aufgebaut werden, mit dem die **Fortschritte** in den verschiedenen Bereichen **mess- und evaluierbar** gemacht werden. Über ein solches Instrument wird es möglich, steuernd in die Arbeit am Zielbild einzugreifen.

Aufgrund der verschiedenen möglichen Ansätze ist eine Auseinandersetzung mit den Möglichkeiten des Monitorings notwendig. In diesem Kontext müssen relevante **Indikatoren** identifiziert, **Verantwortlichkeiten** geklärt und **Erhebungs- / Evaluationsrhythmen** vereinbart werden. Auch hier, in der Koordination des Monitorings, liegt eine weitere Aufgabe des Innenstadtmanagements.

Mit diesen **fünf Umsetzungssträngen** sollte es gelingen, das Zielbild praktisch zu unterfüttern und bis 2032 erfolgreich vom Konzept zur Realität zu kommen. Denn wie auch ein japanisches Sprichwort sagt: Eine Vision ohne Aktion ist nur ein Tagtraum. Eine Aktion ohne Vision ist ein Alptraum.

Das **Jubiläumsjahr 2027** ist auf diesem Weg ein zentrales Datum, auf das sich nun alle Kräfte der Stadt ausrichten sollten.