

# **INNENSTADTWORKSHOP HILLESHEIM**

**28. FEBRUAR 2024**

**ZUSAMMENFASSUNG**

**GRUPPE 1  
UMGESTALTUNG  
AUGUSTINERPLATZ**

# DAS ÜBERGEORDNETE ZIEL DER MASSNAHME:

MODULDREI

Im Zuge der Umgestaltung möchte die Stadt den Augustinerplatz/ZOB/Parkplätze Wallstraße großflächig überplanen. Der Bereich soll zukunftssicher, für alle Verkehrsteilnehmenden sicher gestaltet werden. Der Bereich soll auch den Hillesheimer Bach und die direkte Umgebung des Baches als naturnahen Raum mit hoher Aufenthaltsqualität (Begrünung, Sitzgelegenheit) unter Einbeziehung der Verbindungswege zum Einzelhandel beinhalten.

# DIESE FRAGEN HABEN WIR BEARBEITET.

MODULDREI

- Wie kann der Augustinerplatz konkret umgestaltet werden?
- Welche Nutzungen sind möglich?
- Welche Funktion soll der Platz bekommen?
- Wie kann die Aufenthaltsqualität gesteigert werden?

Verkehr? Bus/LKW  
(Industriestraße)

Gastronomie außen

Maibaum

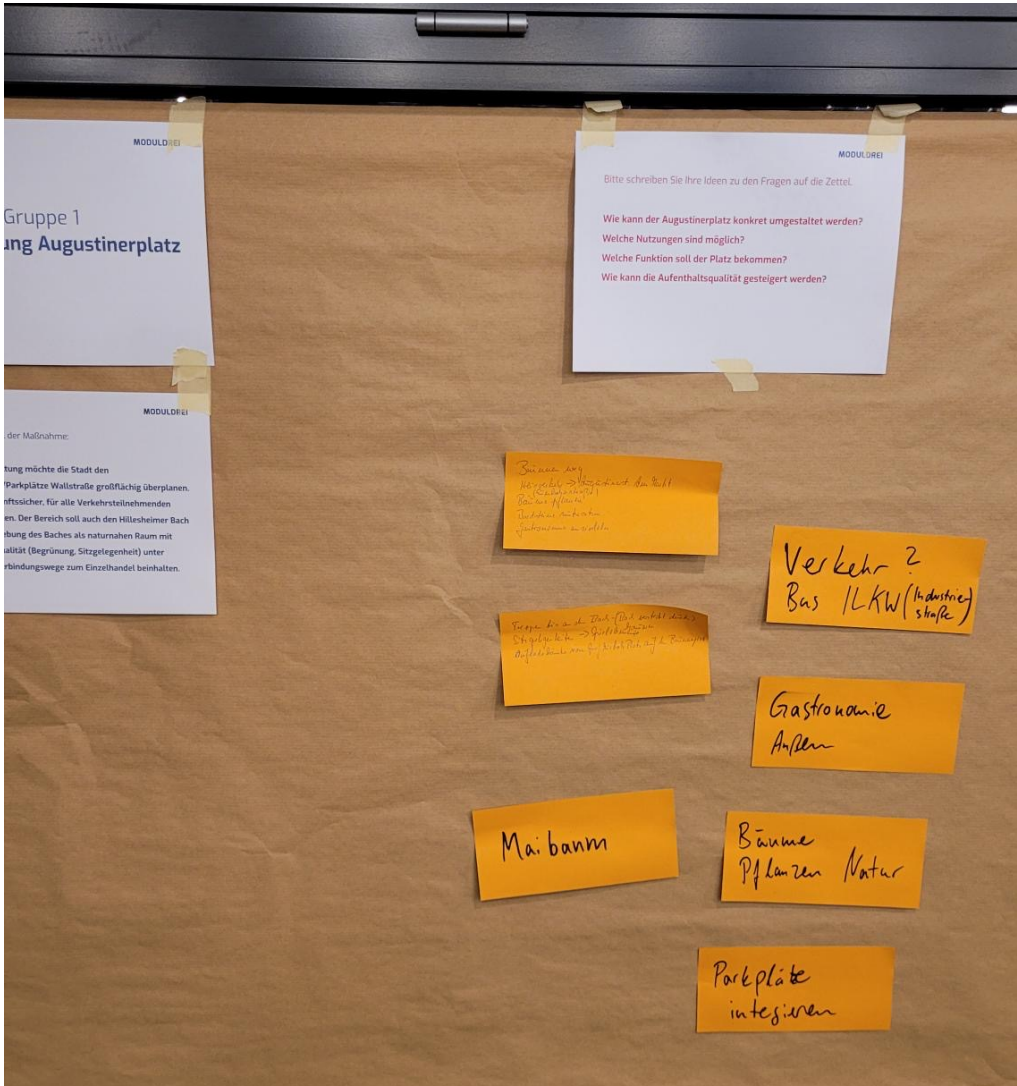
Bäume Pflanzen Natur

Parkplätze integrieren

Bordsteine runtersetzen

Treppen bis an den  
Bach

Sitz- und  
Spielgelegenheiten



**GRUPPE 2**  
**DIGITALISIERUNGSSTRATEGIE**  
**FÜR DIE INNENSTADT**

# DAS ÜBERGEORDNETE ZIEL DER MASSNAHME:

MODULDREI

Durch das Kommunizieren von Sehenswürdigkeiten/Freizeitangeboten/Veranstaltungen soll die Stadt Hillesheim als attraktiver Ort mit vielen Angeboten wahrgenommen werden. Dadurch sollen Besucher (Radfahrer und Eifelsteig-Wanderer) zu längerem Aufenthalt animiert werden.

# DIESE FRAGEN HABEN WIR BEARBEITET.

MODULDREI

- Welche Social-Media-Kanäle sollten bespielt werden?
- Welche Kampagnen, Serien und Stories finden Sie interessant?
- Wie kann das Thema „Krimihauptstadt“ integriert werden?
- Wer soll mit der Kommunikation erreicht werden?

Website Hillesheim  
Rubriken: Gastro, Hotel,  
Geschäfte, Sport, Kultur,  
Nahverkehr, Immobilien

Immobilienbörse  
- Leerstand  
- Verlinkung komm.  
Immobilienportal

Beiträge  
Veranstaltungen  
→ Kalender

Kanäle pflegen!

Podcast  
Thema Wandern/Eifel

Bolsdorfer Tälchen  
- Barfußpfad  
- Wanderungen mit  
Kindern  
- Karla Kirsche

Krimi/Tage  
Marktort  
Natur  
Wandern

Radfahren  
Kino! / KinoVino  
Golf  
Seniorenkino

Tatort-Eifel  
Sommerspaß  
Kirmes  
Weihnachtsmärkte

Soll das Thema Krimi als  
Alleinstellungsmerkmal  
auf den Kanälen sofort  
ins Auge springen?

Jung – Alt  
Besucher – Hillesheimer  
Wanderer – Sportler  
Familien

Gruppe 2:  
isierungsstrategie für die  
Innenstadt

ordnete Ziel der Maßnahme:  
ommunizieren von  
igkeiten/Freizeitangeboten/Veranstaltungen soll  
esheim als attraktiver Ort mit vielen Angeboten  
nen werden. Dadurch sollen Besucher (Radfahrer  
Wanderer) zu längerem Aufenthalt animiert

Bitte schreiben Sie Ihre Ideen zu den Fragen auf die Zettel.

1. Welche Social-Media-Kanäle sollten bespielt werden?
2. Welche Kampagnen, Serien und Stories finden Sie interessant?
3. Wie kann das Thema „Krimihauptstadt“ integriert werden?
4. Wer soll mit der Kommunikation erreicht werden?

② - Krimi/Tage  
- Marktort  
- Natur  
- Wandern  
- Touristen  
- Kino  
- (Holt) KinoVideo  
- Seniorenkino

② - Tatort-Eifel  
- Sommer spaß  
- Krimis  
- Weihnachtsmärkte

Podcast  
- Thema Wandern

Bolschoten Tälchen  
- Bergepfad  
- Wandern u. Klettern  
- Karla Kirche

Soll das Thema Krimi  
als Alleinstellungsmerk-  
mal auf der Krimihaupt-  
stadt ins Auge springen?

① Insta/Facebook  
- Website  
- Verlinkung

Website - Hillesheim  
- Rubriken:  
Geschichte / Hotel / Geschäfte  
Sport / Natur / Naturerlebnis  
Immobilienbörsen  
- Leerstand  
- Verlinkung  
Komm. Immobilienportal

- Kurze Video-  
Sequenzen  
- Fotos

- Beiträge  
- Veranstaltungen  
→ Kalender

⇒ Pflegen!

Jung - Ritt  
Besucher - Hillesheimer  
Wanderer - Sportler  
Familien

**GRUPPE 3  
AKTIONSTAGE  
KRIMHAUPTSTADT**

# DAS ÜBERGEORDNETE ZIEL DER MASSNAHME:

MODULDREI

Ziel ist es, den Aktionstag regelmäßig zu wiederholen und ihn in die bestehenden Veranstaltungen (z.B. Tatort Eifel) einzureihen.

# DIESE FRAGEN HABEN WIR BEARBEITET.

## MODULDREI

- Welche Aktionen können Sie sich konkret vorstellen?
- Wie können Handel und Gastronomie einbezogen werden?
- Wie schaffen Sie es, dass Besucher zu den Aktionstagen kommen?

Krimi Aktion im Kino

Krimi Dinner  
Krimi-Wanderung  
Krimi Flohmarkt  
Krimibus

Krimi-Party mit  
Verkleiden

Krimi Aktionstag(e) im  
Stadtmauerpark  
Musik/Kleinkunst

Veranstaltungskalender

Krimi Deko im  
Einzelhandel an den  
Krimitag

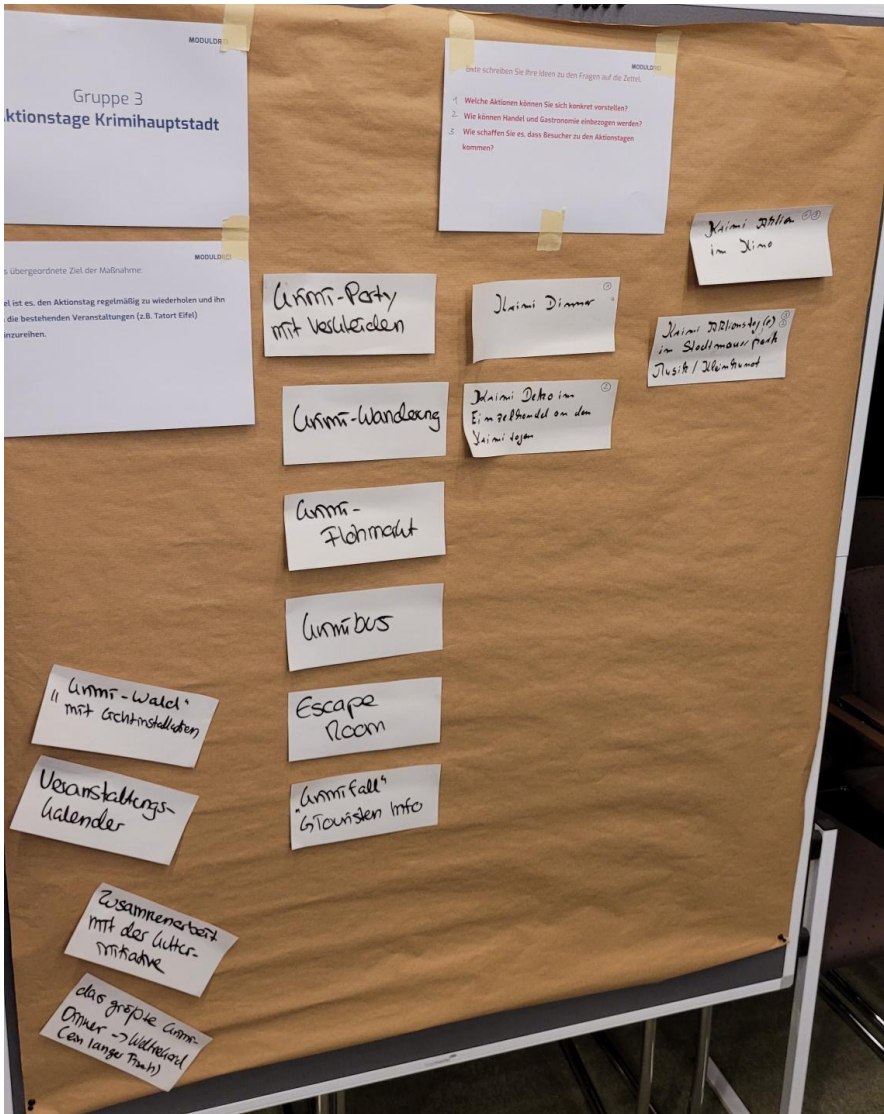
Zusammenarbeit mit  
der Kulturinitiative

Das größte Krimi Dinner  
→ Weltrekord (ein  
langer Tisch)

Escape Room

„Krimifall“ Tourist-Info

„Krimi Wald“ mit  
Lichtinstallationen



**GRUPPE 4  
BARRIEREARME UND  
KINDERFREUNDLICHE  
INNENSTADT**

# DAS ÜBERGEORDNETE ZIEL DER MASSNAHME:

MODULDREI

Steigerung der Aufenthaltsqualität und Aufenthaltszeit unabhängig vom Alter. Aufwertung der Innenstadt als Aufenthaltsort.

# DIESE FRAGEN HABEN WIR BEARBEITET.

## MODULDREI

- Mit welchen konkreten Maßnahmen kann die Stadt für Barrierefreiheit sorgen?
- Wie können junge und alte Menschen angesprochen werden?
- Wie kann die Innenstadt kinderfreundlich gestaltet werden?
- Wie kann das Thema „Krimi“ mitgedacht werden?

Krimi Aktion im Kino

Indoorspielplatz

Barrierefreie Spielgeräte

Selfie-Punkt mit Thema  
Krimi

Parkleitsystem  
barrierefreie Parkplätze

Krimi-Geocaching/  
Krimi-Schnitzeljagd

Großes Schachfeld oder  
Mensch-ärger-dich-  
nicht

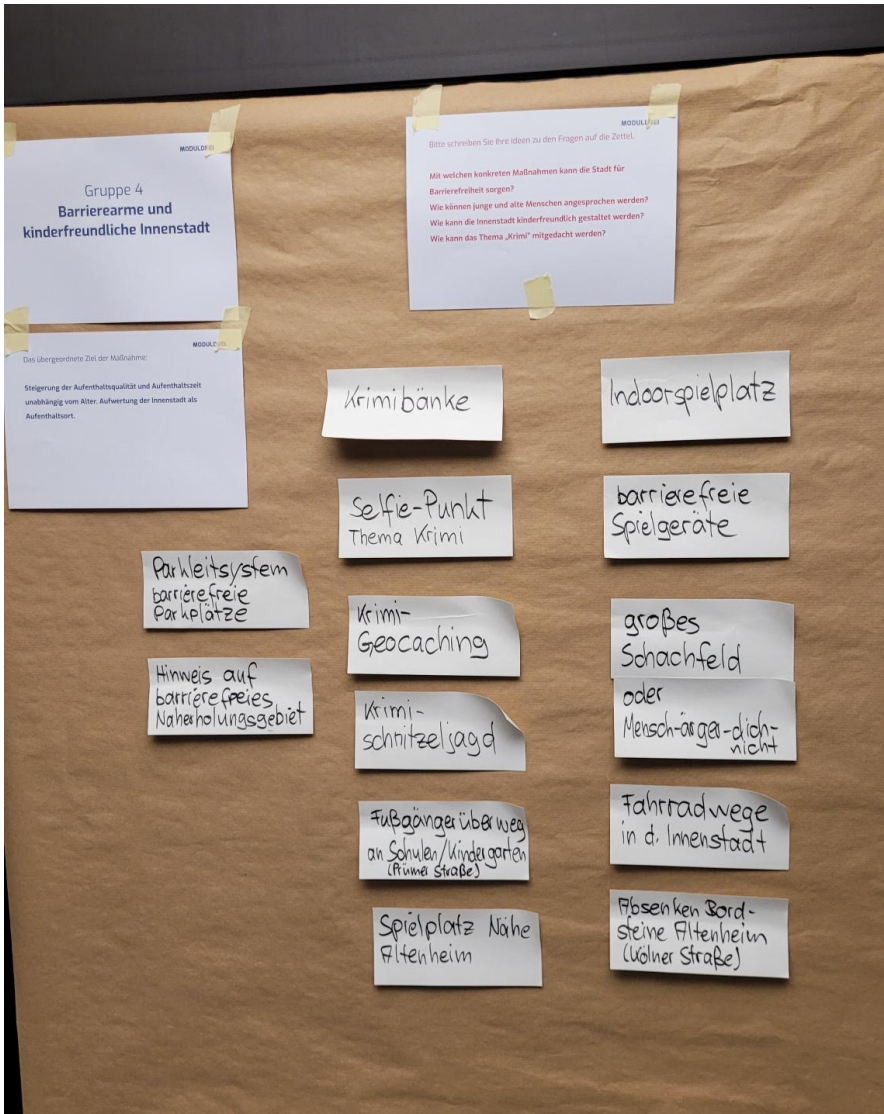
Hinweis auf  
barrierefreies  
Naherholungsgebiet

Fußgängerüberweg an  
Schulen/Kindergarten

Fahrradwege in der  
Innenstadt (Prümer  
Straße)

Spielplatz Nähe  
Altenheim

Absenken Bordsteine  
Altenheim (Kölner  
Straße)



**GRUPPE 5  
LEERSTANDSMANAGEMENT**

# DAS ÜBERGEORDNETE ZIEL DER MASSNAHME:

MODULDREI

Ziel der Stadt Hillesheim ist es, jungen Unternehmen attraktive Rahmenbedingungen zu schaffen, ein Ladenlokal in zu eröffnen. Mit dem Programm Innenstadt Impulse soll aktives Leerstandsmanagement angestoßen und organisiert werden. Die punktuelle Anmietung von Ladenflächen zur Weitergabe an Startups wird als probates Mittel hierfür angesehen.

# DIESE FRAGEN HABEN WIR BEARBEITET.

MODULDREI

- Wie können leerstehende Ladenlokale, abgesehen vom Handel, bespielt werden?
- Wie können potenzieller Eigentümer/Nutzer motiviert werden?
- Welches Format braucht es, damit Eigentümer und Stadt zusammenkommen?

Ist-Zustand: 5-10  
Leerstände  
Eigentümer-Ansprache

Fehlende Branchen  
ansprechen →  
Kaltakquise

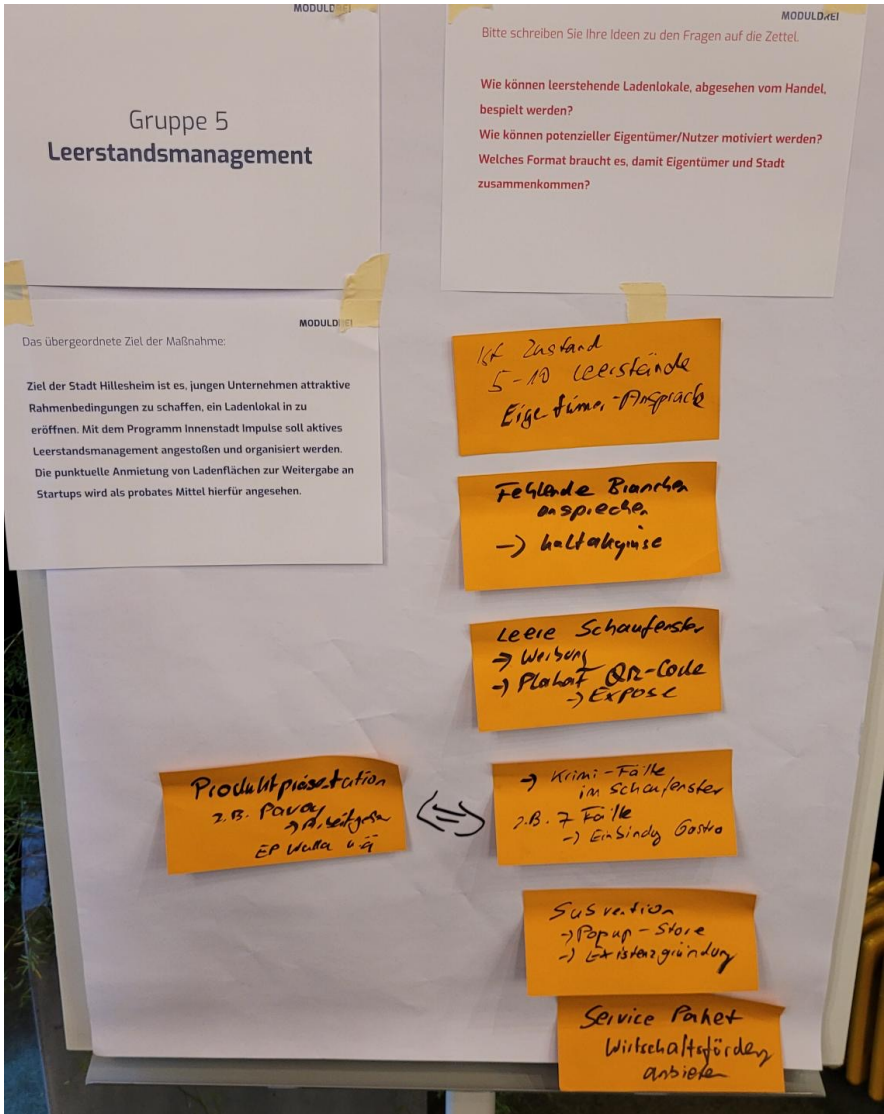
Leere Schaufenster  
→ Werbung  
→ Plakat QR-Code  
→ Expose

Subvention  
→ Popup-Store  
→ Existenzgründung

Service Paket  
Wirtschaftsförderung  
anbieten

Produktpräsentation  
z. B. Pavoy →  
Arbeitgeber  
EP Walla u.ä

→ Krimi-Fälle im  
Schaufenster  
z. B. 7 Fälle →  
Einbindung Gastro



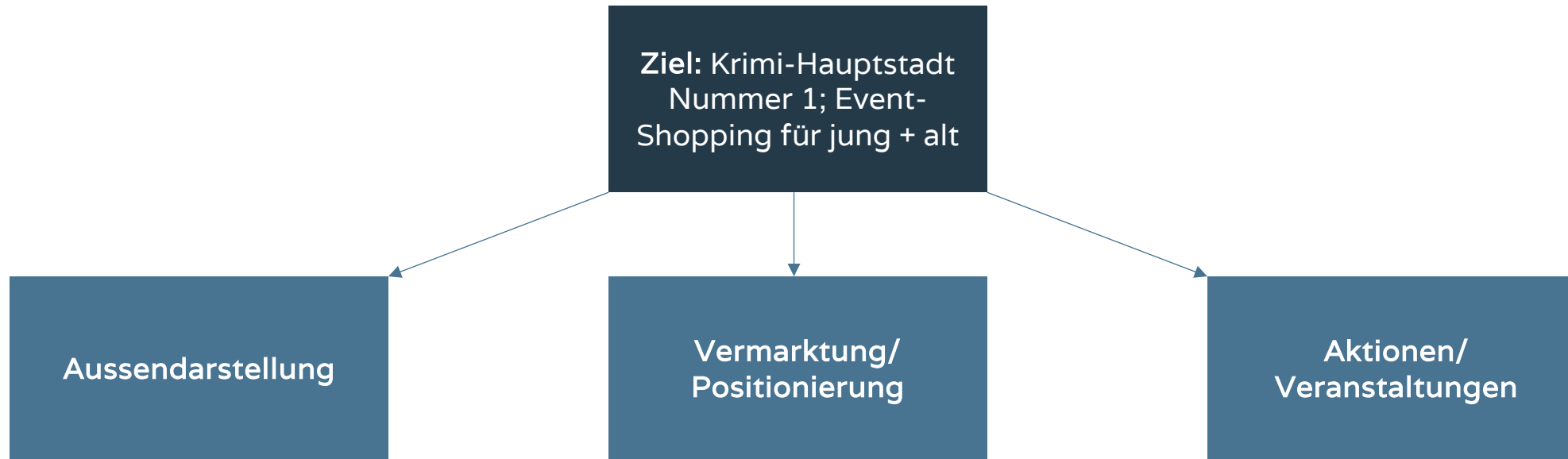
**GRUPPE 6  
INNENSTADTVISION /  
ZUKUNFTSKONZEPT INNENSTADT  
/ MARKENKERN**

Nun soll das Thema „Krimi“ für die Stadt Hillesheim (statt „Markort“) als Alleinstellungsmerkmal (USP) sowie als neues Leitbild weiterentwickelt und gelebt werden. Im Leitbild soll das Thema „Krimihauptstadt“ erklärt und handlungsorientierte Vorschläge/Maßnahmen für Geschäftsbetreiber, Einwohner, Touristik, Verwaltung beschrieben werden. Außerdem sollen weitere Attraktionen entwickelt werden, die den Einzelhandel mit einbezieht und im Rahmen des geplanten Aktionstages vorgestellt werden kann. Die zu entwickelnde Attraktionen sollen für Besucher verstärkt werden.

# DIESE FRAGEN HABEN WIR BEARBEITET.

## MODULDREI

- Mit welchen Projekten kann die Marke „Krimihauptstadt“ aufgeladen werden?
- Wie können Händler und andere Innenstadtakteure das Krimi-Thema nutzen?
- Welchen Prozess braucht es für die Markenbildung?



Schilder Ortseingang

Krimibänke

Krimi im Schaufenster

Wochenmarkt beleben

Durchgängiges Leben  
des Krimithemas

Thematische  
Verbindungen  
(Stadtmauer / Krimihaus  
/ Generationenpark)

Erlebnis-Einkauf

Benefits für Gäste +  
Käufer/Kunden

Social Media

Krimi-Nächte/Tage

Wanderungen  
Bustouren / Lesungen  
Schnitzeljagd

Neue Attraktionen  
„Hexenverbrennung“  
mit passendem Buch  
etc.

