



KANDELS INNENSTADT ERLEBEN – GEMEINSAM!

KONZEPTENTWURF

1. NAME

Lea Deutschmann

2. ARBEITSTITEL

„Kandel gewinnt“ - Urbaner Spielraum

3. KURZBESCHREIBUNG

(Max. 3–4 Sätze, Kerngedanke der städtebaulichen Vision)

Die Innenstadt Kandel wird durch spielerische Interventionen neu erlebbar gemacht. Besucher:innen entdecken Plätze und deren Potenziale durch integrierte Spielstationen und interaktive Aufgaben. Mit Erklärtafeln und Spielplänen werden die Besucher:innen angeleitet, die Innenstadt neu zu entdecken. Einzelhandel und Gastronomie werden eingebunden, z. B. durch kleine Belohnungen oder Rabatte. Zwei Ansätze stehen im Mittelpunkt:

Variante A: Spielgeräte im Stadtraum: Z. B. auf dem ehemaligen Boule-Platz am Plätzel: Holzbowling oder im Sommer ein Sandhaufen mit Sandelsachen, im Winter werden dort die Weihnachtsbäume gehäuft, zum Springen und Spielen. Des Weiteren könnten künstlerisch gestaltete Figuren im öffentlichen Raum, ähnlich einer Ostereiersuche, befestigt und versteckt werden. Mit einem Spielplan aus dem Rathaus können Besucher:innen ihre Funde eintragen. Ab fünf Fundorten gibt es kleine Belohnungen im Einzelhandel.

Variante B: Mit kreativem Blick die Stadt analysieren und anhand des Bestehenden Spiele entwickeln. Die Stadt wird selbst als „Spielgerät“ genutzt. Beispiele: Balancieren auf Pflasterstein-Linien auf dem Plätzel, kreative Nutzung von Treppen: „Mit wie wenigen Schritten schaffst du es, die Treppe hochzugehen, ohne das Gleichgewicht zu verlieren?“ oder ein Labyrinth, das auf den Brunnen gemalt ist und bei dem man mit den Fingern entlangfährt, um den Ausweg zu finden. Oder: Fahrradständer mit (Metall-)Ringen versehen, die man von einem zum anderen Ende bewegen muss, ohne den Fahrradständer zu berühren, ähnlich wie beim „Heißen Draht“.

4. ZIELE UND SCHWERPUNKTE

(Gibt es einen Bezug zum Innenstadtkonzept? Was soll erreicht werden in Bezug auf die Innenstadtentwicklung? Welche Schwerpunkte gibt es?)

Innenstadt neu erlebbar machen: Spielerische Zugänge schaffen, die Menschen aktiv einladen, Plätze zu entdecken und kreativ zu nutzen.
Aufenthaltsqualität steigern: Orte sollen nicht nur Durchgangsräume, sondern Verweil- und Begegnungsorte werden.

Förderung von Gemeinschaft und Identifikation: Durch gemeinsame
spielerische Erlebnisse wird die Bindung an die Stadt gestärkt.

Unterstützung des Einzelhandels: Durch Belohnungen (Rabatte, kleine
Überraschungen) wird ein Anreiz geschaffen, lokale Geschäfte
aufzusuchen.

5. RÄUMLICHE GRUNDIDEE

Interaktive Gestaltung des Plätzels



Holzbowling-Bahn am ehemaligen Boule-Platz auf dem Plätzel



(Magnet-)Ringe um Fahrradständer



6. QUALITÄTEN UND CHANCEN

Niedrigschwellig: Jede:r kann spontan mitmachen, ohne Eintritt oder Vorwissen.

Flexibel und saisonal: Interventionen können an Jahreszeiten angepasst werden (Sandhaufen im Sommer, Laub im Herbst, Weihnachtsbäume im Winter).

Interaktiv & integrativ: Für alle Altersgruppen geeignet, vom Kind bis zur Senior:in.

Kreativer Umgang mit Stadtraum: Plätze und vorhandene Elemente werden neu interpretiert und damit aufgewertet.

Synergie mit dem Handel: Förderung von Aufenthaltsdauer und Konsum in der Innenstadt.

Tourismus- und Imagefaktor: Die Stadt positioniert sich als innovativer, kreativer Ort mit Erlebnisqualität.

7. OFFENE FRAGEN UND RISIKEN

Genehmigungen: Nutzung öffentlicher Flächen, Anbringung von Figuren, Folien oder
Tafeln – Zustimmung von Stadtverwaltung und ggf. Denkmalschutz nötig.

Sicherheit und Haftung: Auf Tafel muss ausdrücklich geschrieben stehen, dass Eltern für ihre Kinder Haften und, dass die Nutzung auf eigene Gefahr ist. Die Stadt übernimmt keine Haftung bei Verletzungen.

Kosten & Finanzierung: Herstellung, Wartung, Druckmaterialien und Gestaltung müssen finanziert werden. Sponsoring, Fördergelder oder Budget der Stadt nötig.

Kooperation Einzelhandel: Wie hoch ist die Bereitschaft, Belohnungen oder Rabatte anzubieten?

8. MÖGLICHE NÄCHSTE SCHRITTE

Pilotprojekt definieren: Auswahl von 2–3 kleinen Interventionen als Testlauf (z. B. Bowling, Balancierlinien, versteckte Figuren).

Gespräche mit Stadtverwaltung: Klärung von Genehmigungen, Haftungsfragen und technischer Umsetzung.

Kooperationen anstoßen: Einzelhandel, Künstler:innen, Schulen, Vereine als Partner gewinnen.

Finanzierungsplan erarbeiten: Fördermittel, Sponsoring oder städtisches Budget prüfen.

Gestaltung & Kommunikation: Erste Spielpläne und Erklärtafeln entwickeln, parallel Öffentlichkeitsarbeit (z. B. lokale Presse, Social Media).

Evaluation einplanen: Rückmeldungen von Nutzer:innen und Händler:innen sammeln, um das Projekt weiterzuentwickeln.

9. GESCHÄTZTE PROJEKTDAUER

(inkl. Vorbereitung)

2-6 Monate für die Konzipierung und Umsetzung (je nach Bürokratieaufwand und Budget)

10. GESCHÄTZTES GESAMTBUDGET

(Kann nach Absprache mit ato festgelegt werden.)
