Modellvorhaben „Innenstadt-Impulse“

Ludwigshafen
Stadt am Rhein

lukom

RheinlandPfalz

Modellvorhaben

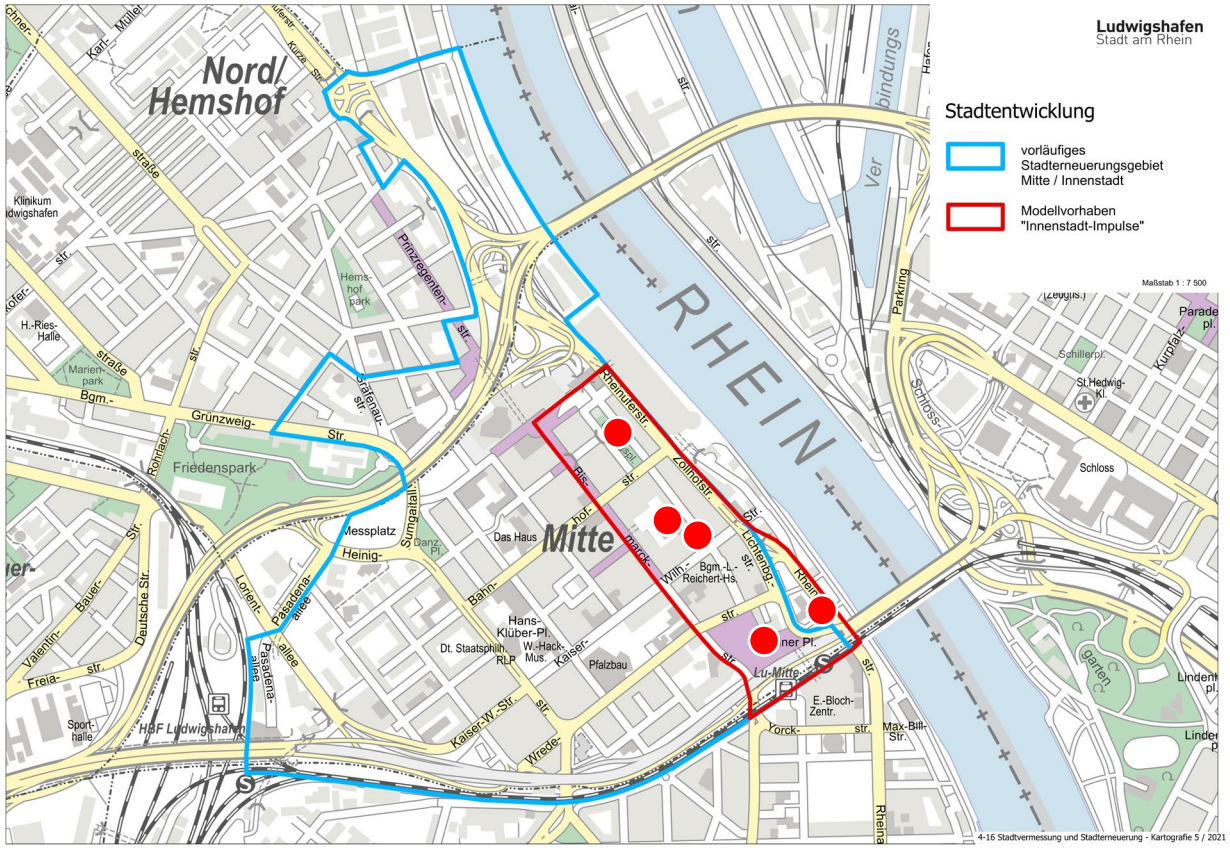
Innenstadt-Impulse

- Förderprogramm des Landes RLP
- Fördersumme max. 2x250 TEUR
- Zeitraum: 2021 u. 2022
- Übertragbar bis 2024
- Förderquote: 90%
- Antragstellung bis 30.06.2021
- Genehmigung bis November 2021

Nur zur internen Verwendung – Veröffentlichung/Weitergabe an Dritte nicht gestattet.

Modellvorhaben Innenstadt-Impulse

- Voraussetzung: ISEK Städtebauförderungsgebiet Mitte/Nord
- Schwerpunkt Achse Ludwigstraße & Berliner Platz + angrenzende Straßen/Plätze
- Bewilligungsbescheid: Ende 09/ 2021
- Vertrag LUKOM & Stadt LU 10/2021



Nur zur internen Verwendung – Veröffentlichung/Weitergabe an Dritte nicht gestattet.

Fördergegenstand – Ziel des Modellvorhabens

- Aufzeigen von Zukunftsperspektiven der Innenstädte
- Entwicklung einer Innenstadt Vision
- Digitalisierungsstrategie für die Innenstadt
- Aktionstage zur Belebung
- Entwicklung von Nutzungskonzepten für die Leerstände oder Brachen
- Weitere Ideen zur Belebung der Innenstadt nach Prüfung

Nur zur internen Verwendung – Veröffentlichung/Weitergabe an Dritte nicht gestattet.

Ausgangslage Ludwigshafen

City:

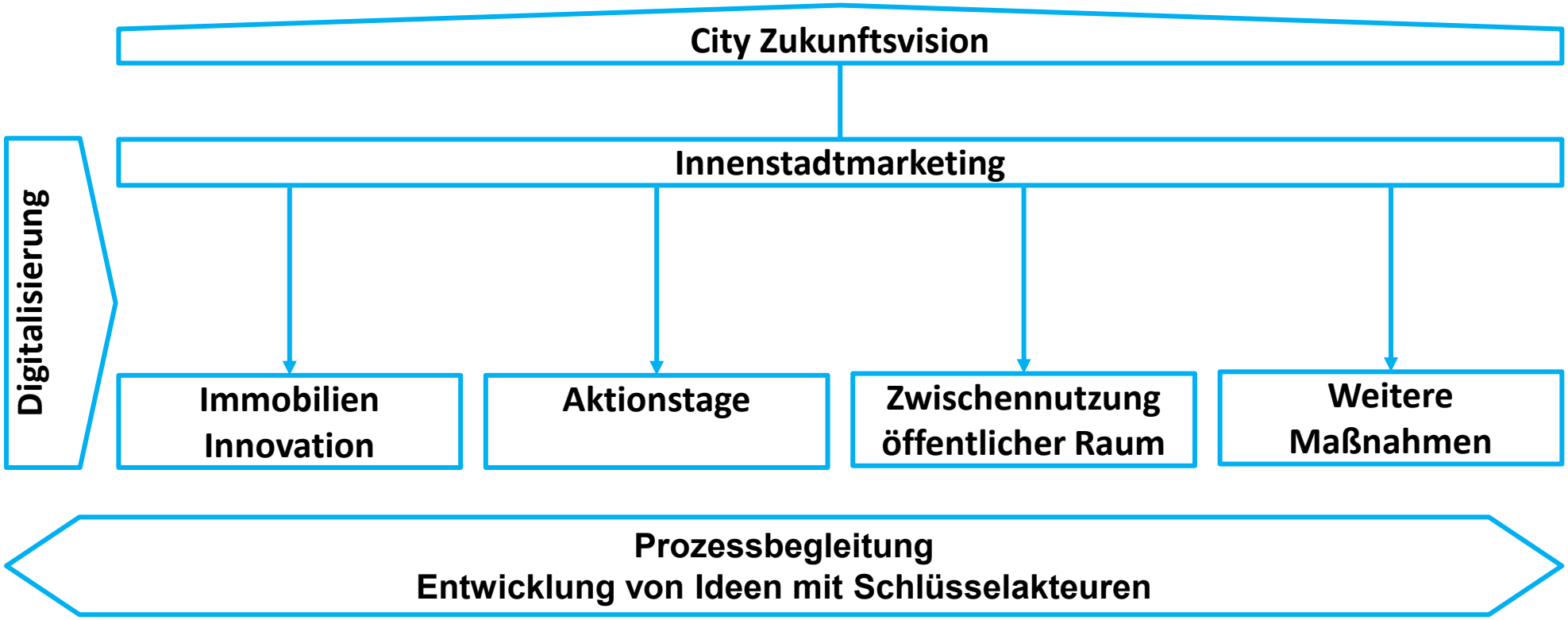
- (jahrelanger) starker Strukturwandel der Innenstadt
- Rückgang Einzelhandel → steigende Leerstände & unerwünschte Nutzung der Erdgeschosszonen
- Coronabedingte monatelange Schließung von Handel & Gastronomie
- Mangelnde Sauberkeit & Sicherheit

ABER:

- Zahlreiche Neubauten in Planung
- Hochstraße Süd + Nord → City West
- Stadtverwaltung an neuem Standort

Nur zur internen Verwendung – Veröffentlichung/Weitergabe an Dritte nicht gestattet.

Maßnahmenplan der Stadt Ludwigshafen



Nur zur internen Verwendung – Veröffentlichung/Weitergabe an Dritte nicht gestattet.

City Zukunftsvision

- Analyse des Ist Zustandes der “City“
- Ermittlung der Potentiale des Standortes
  Welche Faktoren, wie z.B. Aufenthaltsqualität,
  Sauberkeit,
  Sicherheit, Angebote, etc. spielen zukünftig eine Rolle,
  um attraktiv zu sein?

- Erarbeitung einer neuen Vision & Strategie für die “City“
- Erstellung eines Storybooks
  - Zielgruppe: Akteure des Handels,
    Immobilienbesitzer/-wirtschaft, Gastronomie,
    Wirtschaftsentwicklung
  - Nutzen: Standortvermarktung und Akquise über die
    Grenzen Ludwigshafens hinaus, Veranschaulichung
    von neuen Ideen und Nutzungskonzepten, um
    potentielle Händler und Gewerbetreibende für den
    Standort zu begeistern.

Nur zur internen Verwendung – Veröffentlichung/Weitergabe an Dritte nicht gestattet.

Innenstadt Marketing

Auf Basis der erarbeiteten Zukunftsvision

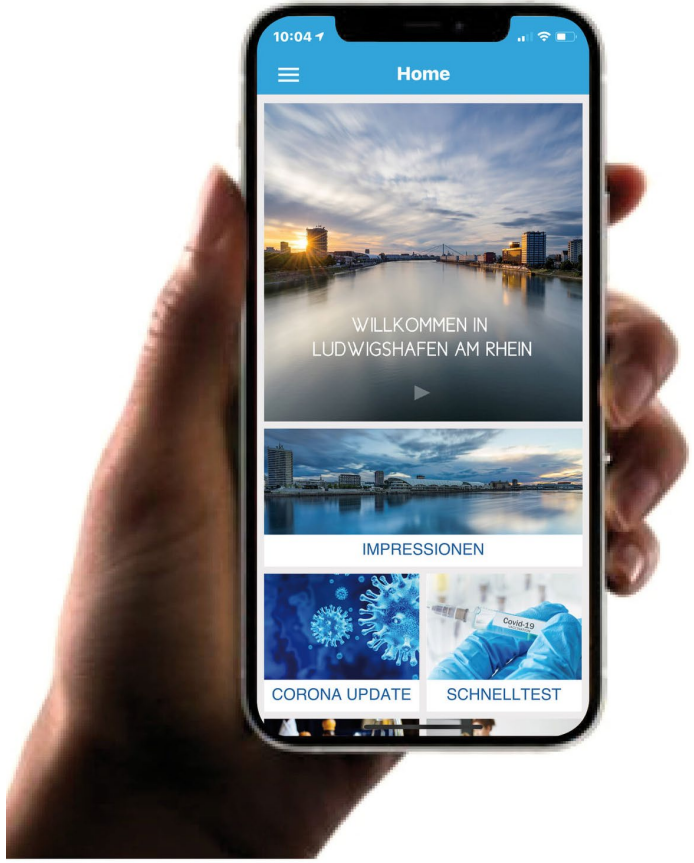
- Etablierung eines ganzheitlichen Marketing-Innenstadtauftritts
  - Entfaltung einer identitätsstiftenden Wirkung für die Stadt, insbesondere für die “City“
  - Positive Beeinflussung der (Selbst-) Wahrnehmung

- Erstellung einer breit aufgesetzten Kommunikationskampagne (online und offline) u.a. mit Bewerbungen im öffentlichen Raum

Nur zur internen Verwendung – Veröffentlichung/Weitergabe an Dritte nicht gestattet.

Marketing-Digitalisierung

- Implementierung und Erweiterung der Digitalisierungsstrategie
- Neue Funktionen App LUdigital
- Mehr Aktion & Information im Stadtgebiet mit Geofencing und iBeacons
- Mehr Interaktion in Handel/App durch Quiztools und Einkaufsgutscheinen als Gewinn



Nur zur internen Verwendung – Veröffentlichung/Weitergabe an Dritte nicht gestattet.

Immobilieninnovation

- Beseitigung von Leerständen
- Belebung toter Erdgeschosszonen
- Anziehung neuer Akteure
- Schaffung von Potentialräumen
- Erstellung eines Konzeptes

- Temporäre Nutzung z.B. durch
  - Pop Up Stores
  - Kulturnutzungen
  - Nicht kommerzielle Coworking Spaces

Nur zur internen Verwendung – Veröffentlichung/Weitergabe an Dritte nicht gestattet.

Aktionstage

- Belebung der Innenstadt
- Imagestärkung der City
- Besondere & überraschende Momente für Kund*innen
- Integrierung der Innenstadt (-akteure)
- Neue Veranstaltungsformate, z.B. Late Night Shopping mit Rahmenprogramm

Nur zur internen Verwendung – Veröffentlichung/Weitergabe an Dritte nicht gestattet.

Zwischennutzungen –
Grüne Aktionen

- Belebung ungenutzter Flächen
- Verbesserung Mikroklima
- Gesteigerte Aufenthaltsqualität → höhere Verweildauer
- Andere Wahrnehmung der Innenstadt

Nur zur internen Verwendung – Veröffentlichung/Weitergabe an Dritte nicht gestattet.

Weitere Maßnahmen:
Lichtkonzepte

- Beseitigung von Angsträumen
- Bessere Sichtbarkeit & Beleuchtung von Fußwegeverbindungen

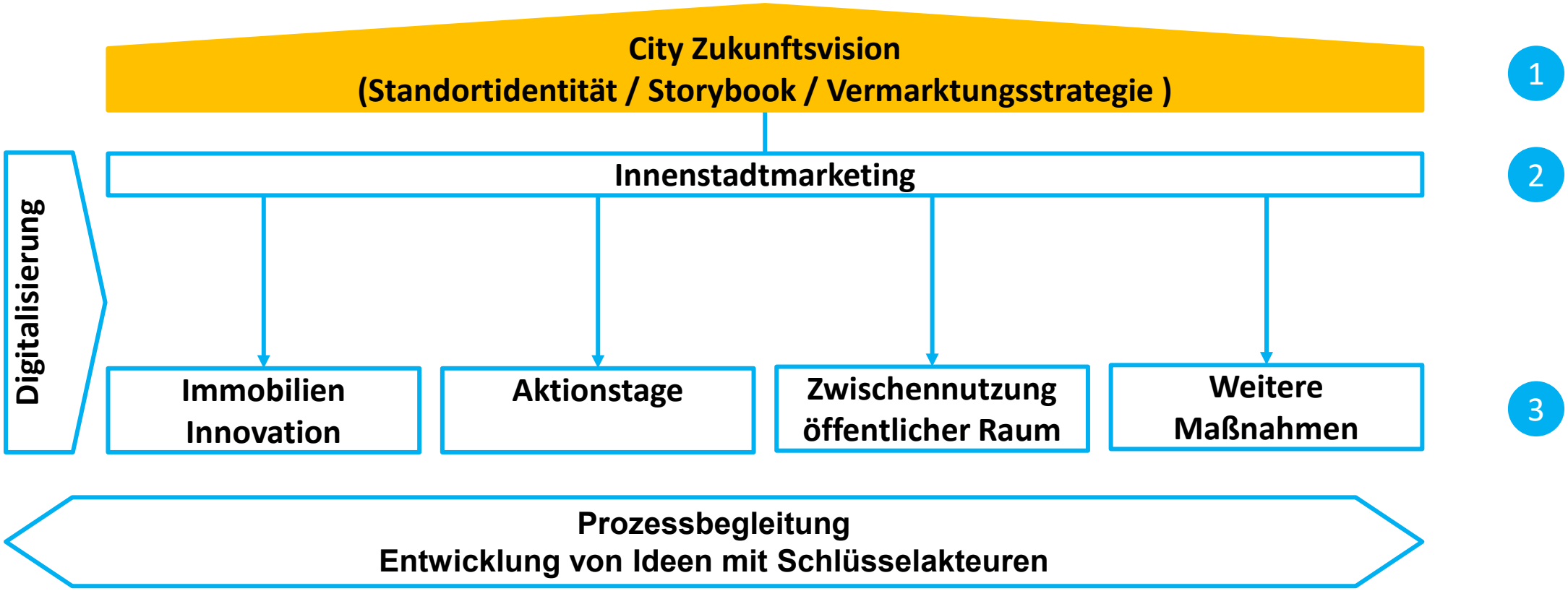
Nur zur internen Verwendung – Veröffentlichung/Weitergabe an Dritte nicht gestattet.

VORHER

PAZARGIK

NACHHER

Nächste Schritte:



Nur zur internen Verwendung – Veröffentlichung/Weitergabe an Dritte nicht gestattet.

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!

Ludwigshafen
Stadt am Rhein

lukom

RheinlandPfalz