

Handlungsfeld 5

Lebendige Innenstadt



Wurde der Titel des Handlungsfeldes geändert? Nein, es erfolgte keine Änderung des Titels.

Wurde die Struktur der Ziele geändert? Ja, die Anzahl und die Struktur der Ziele wurden fortgeschrieben.

Folgende Rückmeldungen von Stadtgesellschaft, Gemeinderat und der Verwaltung waren besonders relevant und sind in den Zielen berücksichtigt:

- Bisher waren die Ziele „Erreichbarkeit“ und „Orientierung“ kein strategisches Ziel.
- Wunsch nach Konkretisierung des operativen Ziels 5.4.1. Vernetzung: Der Ludwigsburger Innenstadtverein LUIS vertritt bis 2025 mehr als 350 Mitglieder und sorgt für eine regelmäßige Vernetzung zwischen den Akteuren.
- Im operativen Ziel 5.4.2: Marketing wurde der gewählte Formulierungsvorschlag **„Kontinuierliches Multichannel-Marketing“** in **„Moderne Vermarktung“** umgangssprachlicher verändert.
- 5.4.3.: Interessenvertretung: Die Anliegen und Bedarfe der Innenstadtakteure werden auf unterschiedlichen Ebenen (u.a. Verwaltung, Gemeinderat) vertreten und fließen durch **faktenbasiertes Handeln** in laufende Prozesse ein. Zur Erklärung des Begriffs „faktenbasiert“: Wir brauchen handlungsleitende Maßnahmen zur Attraktivitätssteigerung der Ludwigsburger Innenstadt, die auf Wissen basiert. Dieses Wissen erhalten wir aus unterschiedlichen Quellen und Beobachtungen. Wir machen daraus keine Wissenschaft, müssen aber die zusammengetragenen Erkenntnisse aus Beobachtungen sowie Rückmeldungen der Innenstadtakteure, der Stadtgesellschaft, der Besucher u.a. berücksichtigen. Alle Fakten kommen quasi auf den Tisch, die dann bezogen auf die Innenstadt-Attraktivität (z.B. Besucherfrequenzen, Handlungen aus verschiedenen Perspektiven) ausgewertet werden müssen, um dann gemeinsam über Maßnahmen zu entscheiden.

Leitsatz des Handlungsfeldes

Die Innenstadt Ludwigsburgs ist wichtig für die Identifikation der Bürgerinnen und Bürger mit ihrer Stadt und verbindet Tradition und Moderne. Sie besticht durch attraktive Stadträume und vielfältige Angebote. Sie ist ein lebenswerter, lebendiger und nutzungsgemischter Wohn- und Versorgungsstandort. Die Bedürfnisse aller Menschen nach differenzierten Angeboten zum Leben, Arbeiten und Wohnen machen wir sichtbar und entwickeln diese weiter. Die Innenstadt ist sicher, sauber und nachhaltig gestaltet. Sie bietet eine komfortable Orientierung und Erreichbarkeit. Die Aufenthaltsqualität ist ganzjährig gestärkt und wird kontinuierlich gesteigert, wodurch die Innenstadt ein Treffpunkt für alle ist und bleibt.

Strategisches Ziel 1 - Aktive Innenstadt-Gestaltung

Eine aktive Gestaltung der Innenstadt richtet sich an den Bedürfnissen der Menschen, den geänderten Funktionen der Stadt und an Herausforderungen, wie beispielsweise dem Klimawandel, aus. Eine bunte Nutzungsvielfalt wird ermöglicht, die Attraktivität gesteigert und eine ganzjährig hohe Aufenthaltsqualität geschaffen. Das barocke Innenstadtbild wird saniert und weiterentwickelt. Attraktive öffentliche (Ruhe- und Bewegungs-) Räume, Sicherheit und Sauberkeit schaffen eine besondere Atmosphäre und bieten Möglichkeiten für alle Generationen.

Operative Ziele

- 5.1.1: Attraktive und funktionale Gestaltung von Gebäuden
Durch Sanierung oder Neubau werden bauliche Defizite beseitigt und neuen Anforderungen Raum gegeben.

- 5.1.2: Attraktive und funktionale Gestaltung von Stadträumen
Die Stadträume verfügen über eine ganzjährige Nutzungsvielfalt für alle Bevölkerungsgruppen und sind attraktiv gestaltet.
- 5.1.3: Sicherheit & Sauberkeit
Die Anwohnerinnen und Anwohner sowie Besucherinnen und Besucher fühlen sich in der sauberen und sicheren Innenstadt wohl. Maßnahmen für ein subjektives Sicherheitsgefühl werden getroffen.
- 5.1.4: Hohe Aufenthaltsqualität
Der Aufenthalt in der Innenstadt ist an die klimatischen Herausforderungen durch Begrünung, Beschattung und Bewässerung angepasst.

Strategisches Ziel 2 - Attraktiver Nutzungsmix

Die Ludwigsburger Innenstadt verfügt über einen bedarfsgerechten, nachhaltigen Nutzungsmix als Lebens-, Arbeits- und urbaner Wohnstandort.

Operative Ziele

- 5.2.1: Optimierung des Branchenmix
Der attraktive Mix von Einzelhandel, Gastronomie und Dienstleistung erfüllt die Bedürfnisse der Kundinnen und Kunden.
- 5.2.2: Geringe Leerstandsquote
Durch ein aktives Leerstandsmanagement liegt die Leerstandsquote dauerhaft unter 5 %.
- 5.2.3: Individuelle Ladenkonzepte
Inhabergeführte Geschäfte, Pop-Up-Konzepte und Manufakturen werden gezielt gefördert.
- 5.2.4: Belebende Nutzungen in Erdgeschosslagen
Die Quote der belebenden Nutzungen in den Erdgeschosslagen liegt in der KernInnenstadt bei 90 %.

Strategisches Ziel 3 - Belebung der Innenstadt

Vielfältige Attraktionen und Veranstaltungen für Jung und Alt (Feste, Märkte, Aktionen, Kunst, Kultur und Sport) beleben die Innenstadt.

Operative Ziele

- 5.3.1: Veranstaltungen
Wertige Veranstaltungen ziehen Menschen aus nah und fern in die Innenstadt und sind in möglichst hohem Einklang mit den Bedürfnissen der Innenstadtakteure sowie Bewohner und Bewohnerinnen.
- 5.3.2: Attraktionen und Aktionen, innovative Pilotprojekte
Es werden regelmäßig neue, wertige, befristete Attraktionen und Aktionen angeboten. Diese sind ein weiterer Beweggrund für einen Besuch der Innenstadt. Innovative Pilotprojekte dienen zur Erprobung.

Strategisches Ziel 4 - Innenstadtakteure stärken und unterstützen

Ludwigsburg verfügt über ein dauerhaft organisiertes Citymanagement, das die Attraktivität der Innenstadt in Bezug auf Einkaufen, Gastronomie und Dienstleistungen fördert und die Akteure in ihren Interessen und Aufgaben unterstützt.

Operative Ziele

- 5.4.1: Vernetzung
Der Ludwigsburger Innenstadtverein LUIS vertritt bis 2025 mehr als 350 Mitglieder und sorgt für eine regelmäßige Vernetzung zwischen den Akteuren.
- 5.4.2: Marketing
Eine moderne Vermarktung der Innenstadt macht bei Kunden und Besuchern "Lust auf Ludwigsburg". Die Frequentierung in den Haupteinkaufsachsen steigt in den kommenden Jahren wieder an.
- 5.4.3: Interessenvertretung:
Die Anliegen und Bedarfe der Innenstadtakteure werden auf unterschiedlichen Ebenen (u.a. Verwaltung, Gemeinderat) vertreten und fließen durch faktenbasiertes Handeln in laufende Prozesse ein.

Strategisches Ziel 5 - Erreichbarkeit und Orientierung

Die Innenstadt ist durch eine gute, wettbewerbsfähige Infrastruktur mit allen - perspektivisch klimaneutralen - Verkehrsmitteln und für alle Nutzergruppen (regional, national und international) gut erreichbar. Die komfortable Erreichbarkeit ist durch moderne Vernetzung, verständliche Kommunikation und Orientierung, sowie bedarfsgerechte Abstellmöglichkeiten gegeben.

Operative Ziele

- 5.5.1: Erreichbarkeit von außen
Ein einfach erfassbares, verständliches Leitsystem für die verschiedenen Formen des Anreise- und Besuchsverkehrs begrüßt die Besucherinnen und Besucher, Kundinnen und Kunden Ludwigsburgs und führt diese auf direktem Weg zu bedarfsgerechten Abstellmöglichkeiten.
- 5.5.2: Orientierung im Inneren
Das Erlebnis Ludwigsburg beginnt mit dem Ankommen und der Weg in die Stadt sollte daher einladend, gut verständlich und bequem sein.
- 5.5.3: Reduzierung des Parksuchverkehrs bei Veranstaltungen und Festen
Die Verkehrssituation bei der erfolgreichen Durchführung von (zeitgleichen) Veranstaltungen in der Innenstadt hat sich spürbar verbessert.