

Eine Pop-up-Innenstadt für Ludwigsburg

Seit 2021 sind im Ludwigsburger Stadtzentrum diverse Angebote für die Bevölkerung zu finden. Mithilfe der temporären Maßnahmen möchte die Kommune ihre Innenstadt beleben und mehr Menschen anlocken.

Inflation, Online-Handel und Leerstände – die Entwicklungen der vergangenen Jahre haben gezeigt, dass sich Innenstädte neu erfinden müssen. Sie sind längst nicht mehr nur ein Ort des Handels, sondern müssen sich zunehmend als Erlebnisort verstehen und auf die Bedürfnisse der Menschen eingehen. Denn nur noch selten kommen diese aufgrund des Einkaufserlebnisses in das Stadtzentrum. Infolgedessen gehen diverse Städte neue Wege und testen verschiedene Maßnahmen, um die Aufenthaltsqualität in der Innenstadt zu steigern. Heilbronn versucht es beispielsweise mit temporären Sommerzonen, die 2023 bereits in die zweite Runde gehen. Andere Kommunen setzen auf das Potenzial von digitalen Elementen. So verwandelt die Stadt Braunschweig ihre Innenstadt in ein digitales Spielfeld.

Ein weiterer beliebter Trend sind Pop-up-Stores. Zahlreiche Städte und Kommunen greifen auf temporäre Nutzungsmodelle zurück, um die Innenstadt zu beleben und aufzuwerten. Das hessische Hanau hat mit „Hanau aufLADEN“ sogar ein ganzes Projekt rund um Pop-up-Stores gestartet (siehe PUBLIC MARKETING 9-2022, S. 12 ff.).

Einen etwas anderen Weg geht die Stadt Ludwigsburg. Während Hanau sich auf freistehende Raumflächen konzentriert, verändert Ludwigsburg kurzerhand die Nutzung von Arealen und Straßen im öffentlichen Raum. Damit folgt die Stadt einem Aufruf des Projekts „Post-Corona-Stadt: Ideen und Konzepte für die resiliente Stadtentwicklung“ der Nationalen Stadtentwicklung vom Bundesministerium für Wohnen, Stadtentwicklung und Bauwesen (BMWSB) in Berlin und dem Bundesinstitut für Bau-, Stadt- und Raumforschung (BBSR) in Bonn.

DREIJÄHRIGE TESTPHASE

Im Rahmen des Pilotprojekts „Pop-up-Innenstadt“ testet Ludwigsburg seit Mai 2021 temporäre Maßnahmen für ein nachhaltiges und krisenfestes Stadtzentrum. Bis Ende 2023 verwandelt sich die Ludwigsburger Innenstadt in einen Experimentier- und Erfahrungsraum der Stadtentwicklung und bietet die Möglichkeit, innovative Ideen in der Öffentlichkeit sichtbar, erfahrbar und erlebbar zu machen. Dabei setzt die Stadtverwaltung auf eine enge Zusammenarbeit mit der Politik und der Bevölkerung. Durch gemeinsame Aktionen und Veranstaltungen möchte das Projektteam unter der Leitung von Laura Härle aus dem Referat Stadtentwicklung, Klima und Internationales die Aufenthaltsqualität in der Innenstadt steigern und somit einen Beitrag zu ihrer Belebung leisten. Laut der Projektleiterin will die

Das Franck-Areal verwandelte sich in einen Aktions- sowie Experimentierraum und lud zu verschiedenen Veranstaltungen ein



Stadt durch die Einbindung der Bürger:innen auch Akzeptanz für die notwendigen Veränderungen schaffen.

Mithilfe der zeitlich begrenzten Nutzungsmodelle widmet sich die Stadtverwaltung verschiedenen Themen. Unter anderem werden Ideen zur Verbesserung der Mobilität und des Klimaschutzes sowie zur Aufwertung und Belebung des öffentlichen Raums und des Einzelhandelsstandortes ausprobiert. Zum Einsatz kommen beispielsweise mobile Sitzgelegenheiten sowie Grün- und Wasserelemente, die zum Verweilen einladen. Der Fokus liegt dabei klar auf Plätzen und Straßen, die das Stadtbild prägen und eine wichtige Rolle innerhalb des innerstädtischen Nutzungsgefüges spielen, aber auch besonders problembehaftet sind, so die Stadt Ludwigsburg. So kommt es aufgrund des hohen Versiegelungsgrades und dem fehlenden Schatten zu hohen Hitzebelastungen, erklärt Härle. Zudem gebe es eine hohe Verkehrsbelastung – insbesondere durch die Dominanz des Individualverkehrs. Auch der Online-Handel bedroht die Innenstadt als Einzelhandelsstandort. Für einige der problembehafteten Flächen gibt es bereits Pläne zu einer resilienten und nachhaltigen Umgestaltung. Diese sollen mithilfe des Pilotprojekts erprobt und evaluiert werden, um Stärken und mögliche Probleme zu identifizieren und Lösungen zu erarbeiten.

SKATEPARK, MINI-STADTPARK & CO.

Den Anfang der sechs bislang umgesetzten Pop-up-Maßnahmen machte der Karlsplatz im Juni 2021. Ziel war es, die eigentlich



Am 19. September 2021 wurde die Ludwigsburger Wilhelmstraße zu einer Spiel- und Bewegungsfläche

Parkplatz genug
wegung zu
mit der G
Friedens
elemen
sowie
ein

Den gesamten Artikel können Sie in unserer aktuellen Public Marketing-Ausgabe ab Seite 12 lesen.

Wenn Sie unser Heft noch nicht beziehen, abonnieren Sie jetzt hier!