

## **Innenstadt-Impulse**

Maßnahmenpaket 2021 und 2022 zur Belebung der Innenstadt

### **Inhalt**

**1. Ausgangslage und Ziele**

**2. Akteure**

**3. Aktionsräume**

**4. Maßnahmen**

4.1 Verbesserte Wirkung des öffentlichen Raums

4.2 Leerstandsaktionen

4.3 Lichtinszenierungen

4.4 Veranstaltungen

4.5 Kommunikation

## **1. Ausgangslage und Ziele**

Das Land Rheinland-Pfalz hat zur Stärkung der Innenstädte von Oberzentren das Modellvorhaben „Innenstadt-Impulse“ aufgesetzt. Die Laufzeit des Förderprogramms ist zunächst auf die Jahre 2020 und 2021 begrenzt.

Die in Aussicht gestellten Fördermittel sollen es ermöglichen, kurzfristig Impulse für die Innenstadt Ludwigshafens zu setzen und für eine Wiederbelebung eines urbanen Raums zu sorgen, der durch die Pandemie in zusätzliche Mitleidenschaft gezogen worden ist. Hierzu wird ein Bündel von Maßnahmen entwickelt, die sich teils gegenseitig ergänzen und verstärken sollen.

Ziel der Ludwigshafener Maßnahmen ist es, die Innenstadt als Raum des Lebens und Erlebens verstärkt positiv zu inszenieren. Dabei sollen auch Handel und Gastronomie gestärkt werden. Die Maßnahmen sind darauf ausgelegt, eine kurzfristige Belebung der Innenstadt zu erzielen.

## **2. Akteure**

Zuwendungsempfänger der Landesmittel ist die Stadtverwaltung Ludwigshafens. Die Mittel sollen an die LUKOM Ludwigshafener Kongress- und Marketing-Gesellschaft als Dritten weitergeleitet werden. Die LUKOM plant und steuert alle Aktionen zur Mittelverwendung und dokumentiert diese im Rahmen der Vorgaben. LUKOM wird Maßnahmen teilweise eigenständig realisieren. LUKOM bringt zudem den finanziellen Eigenanteil (10% der zuwendungsfähigen Kosten) gemäß der Fördergrundsätze des Landes ein, sofern dieser nicht von der Stadt geleistet werden kann.

Angestrebt werden Kooperationen mit Partnern wie lokalen und regionalen Akteuren, Gewerbetreibenden, Vereinen, Kulturschaffenden etc. sowie der Stadtverwaltung und städtischen Tochterunternehmen. Die Partner sollen einerseits zur aktiven Umsetzung von Maßnahmen animiert werden, andererseits zur Einbringung finanzieller oder ideeller Beiträge. So sollen sowohl die geplanten Maßnahmen realisiert, als auch die Netzwerke der Innenstadtentwicklung gestärkt werden.

### **3. Aktionsräume**

LUKOM wird sich im Aktionszeitraum räumlich vor allem auf die Verbesserung der Rahmenbedingungen auf der Ludwigstraße konzentrieren. Die Ludwigstraße stellt einen potenziell starken urbanen gewerblichen Raum dar, der schon jetzt stärker frequentiert wird und eine Scharnierfunktion zum Rhein als Freizeit und Gewerberaum hat.

Gestärkt werden sollen auch angrenzende Räume wie der Ludwigsplatz, der Bürgerhof oder der Berliner Platz. Der Ludwigsplatz stellt im Innenstadtbereich den attraktivsten Raum im Sinne der Aufenthaltsqualität dar. Die Wahrnehmung des Bürgerhofs als neuer urbaner Raum soll mit dem Abschluss der Baumaßnahme der GAG im Sommer 2022 von Beginn an gestärkt werden.

### **4. Maßnahmen**

#### **4.1 Verbesserte Wirkung des öffentlichen Raums**

Es soll insgesamt eine verbesserte optische Wirkung und erhöhte Aufenthaltsqualität in den Aktionsräumen erzielt werden. So sollen Maßnahmen zur Sauberkeit und Pflege des öffentlichen Mobiliars umgesetzt werden. Hierzu wird der Aktionsraum vermehrt und regelmäßig durch die LUKOM gescreent.

Ferner wird eine gezielte Aufwertung durch zusätzliche Pflanzen, Dekorationsobjekte, Street Art-Projekte oder Stadtmobiliar angestrebt. Maßnahmen können hier auch den Charakter von Inszenierungen erhalten, also temporär und auffällig sein.

#### **4.2 Leerstandsaktionen**

Vorhandene Leerstände sollen identifiziert werden und durch die LUKOM als potentieller Aktionsraum zur Nutzung durch Partner offeriert werden. Hier können sich externe Initiativen für gewerbliche, künstlerische und weitere innovative Aktionen

bewerben. Diese haben sich an feste organisatorische und finanzielle Regelungen zu halten.

#### 4.3 Lichtinszenierungen

Es wird die Installation von temporären Licht-Großelementen im Innenstadtraum angestrebt. Hierdurch sollen gezielt neue Anlaufpunkte für die Innenstadt geschaffen werden. Des Weiteren sollen zur Erhöhung der Aufenthaltsqualität einzelne Räume durch Beleuchtung inszeniert werden. An einigen Stellen oder in Schaufenstern werden Video-Mappings installiert. So wird insgesamt zur Veränderung der Wahrnehmung des öffentlichen Raums mit künstlerischen Mitteln beigetragen.

#### 4.4 Veranstaltungen

Grundsätzlich stehen Veranstaltungen unter Vorbehalt der Realisierungsmöglichkeit hinsichtlich der Pandemie. Großveranstaltungen erscheinen aus heutiger Sicht als unwahrscheinlich.

Avisiert wird eine Veranstaltungsreihe an schönen oder interessanten Orten der Innenstadt. Es soll jeweils eine künstlerische/musikalische Live-Performance stattfinden. Rund um den Abschluss der Baumaßnahme im Bürgerhof im Sommer 2022 soll es eine Reihe von Events im Bürgerhof geben. Eine Zusammenführung mit Lichtinszenierungen wird angestrebt.

#### 4.5 Kommunikation

Angestrebt wird öffentliche Aufmerksamkeit – noch besser öffentliche Interaktion - für die oben dargestellten Maßnahmen. Hierzu werden Kommunikationsmaßnahmen auf verschiedenen Kanälen entwickelt, um einerseits für die Aktivitäten zu werben und andererseits die faktische Wirkung zu kommunizieren.