

Attraktive Zentren sind erreichbar — Parkhäuser als Standortvorteile

Frank Simon, bcsd e.V.
Referent für Stadtmarketing

Attraktive Zentren sind erreichbar – Parkhäuser als Standortvorteile

1. Was sind attraktive Zentren ?
2. Herausforderung der Stadt
3. Mobilität
4. Parkhäuser als Teil der Lösung

Frank Simon, bcsd e.V.

Bundesvereinigung City- und Stadtmarketing Deutschland e.V.

- 516 Mitglieder (davon 435 City- und Stadtmarketingorganisationen und 81 fördernde Mitglieder)
- Ehrenamtlich tätiger Vorstand
- Zehn Landesverbände
- Geschäftsstelle in Berlin; fünf Mitarbeiter:innen

„Die bcsd stärkt die Entwicklung des Stadtmarketings, erkennt neue Fragestellungen, bietet Expertise und schafft Netzwerke für die Diskussion um die Stadt der Zukunft.“

Städte stehen im **Wettbewerb** um...

... Einwohner*innen, Tourist*innen, Kund*innen, Investor*innen,
Fachkräfte, Talente...

... Kultur-, Freizeit-, Handels- und Bildungsangebot...

... Infrastruktur, Technologie, Fördermittel, Steuergelder...

... aber auch um Ideen, Projekte, Image

.... die **Lebensqualität der Stadt der Zukunft**

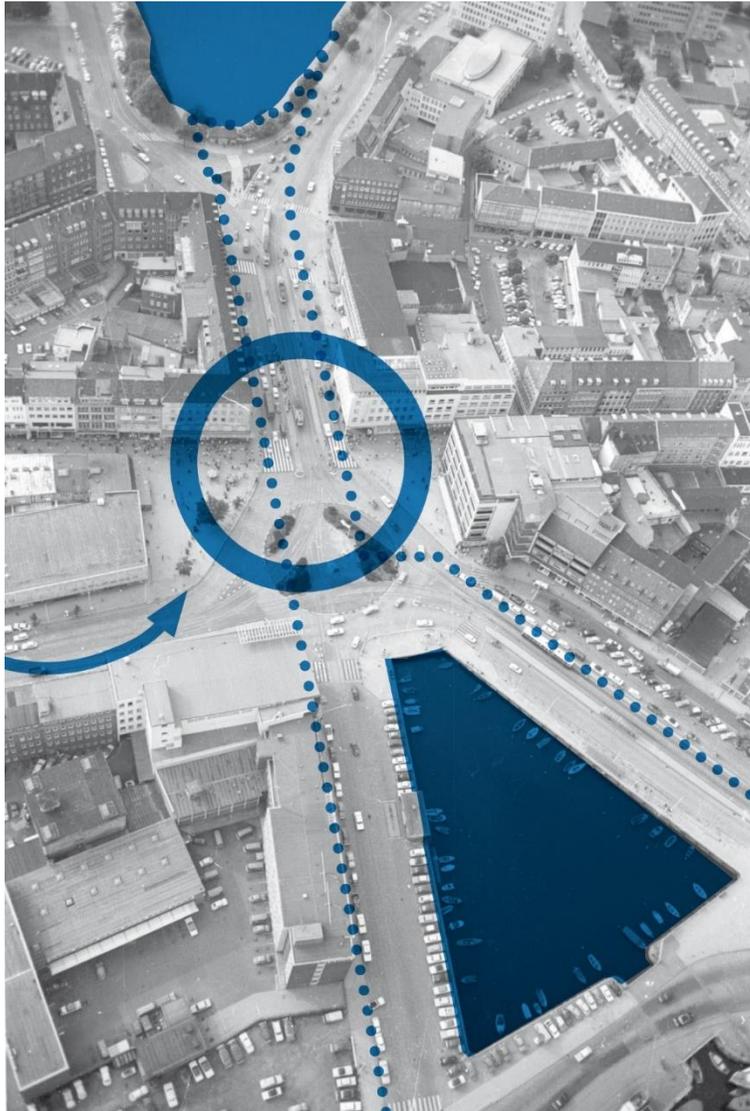


Die Herausforderung

Was ist Lebensqualität im Zusammenhang mit Innenstadt / dem öffentlichen Raum?



Veränderte Lebensqualität - Strukturwandel



Veränderte Lebensqualität - Strukturwandel



Veränderte Lebensqualität - Strukturwandel

STADT MÜNSTER

Komm hin, mach mit!

3/9
**Idylle
oder
Großstadt?**

**Dialogtage Vol.1
Münster
Prinzipalmarkt
2. Oktober**



www.stadt-muenster.de/mmm

Stadt.Raum.Leben.
#muenstersmittemachen



Veränderte Lebensqualität - Strukturwandel



Die Herausforderung

Wechselnde und widersprüchliche Ansprüche an die Zentren.

Aktuelle Themen:

... Freizeit und Einkaufen

... Nachhaltigkeit

... Mobilität

... Digitalisierung

... Identität

... Urbanität



Die Ziele

Multifunktionale Innenstadt

- Für alle zugänglich (von außen und innerhalb)
- Treffpunkt, an dem sich das Leben abspielt
- Kultur und Bildung sowie urbane Produktion werden wichtiger
- Wohnen gewinnt weiter an Bedeutung
- Innenstadt ist Gesamtpaket



Die Ziele

Neue Stakeholder und Themen

- Immobilien
- Mobilität
- Bildungsträger
- Freizeit und Tourismus
- Kultur und Kreativwirtschaft



Die Ziele

Stadtinszenierung

- Qualitätsvolle Events als Frequenzbringer
- Identität stiften
- Neue Orte erschließen



Die Ziele

Attraktive Aufenthaltsorte

- Öffentlichen Raum aufwerten
- Neue Plätze und Orte erschließen
- Aufhalten ohne Konsumzwang
- Leicht zugänglich



Die Ziele

Lebensqualität im Fokus der Smart City

- Nachhaltigkeit
- Klimaneutralität
- Einfache, schnelle Mobilität
- Konnektivität
- Beteiligung



Die Ziele

Dialog und Teilhabe ausbauen

- Kommunikation und Kooperation als Stärken des Stadtmarketing
- Zunehmende Bedeutung Beteiligung (Koproduktion)
- Change Management
- Menschen mitnehmen
- Modellprojekte, Reallabore



Es geht nicht darum, die Innenstadt aus 2010 wieder herzustellen – es geht auch nicht darum, die City von 2020 zu retten – es geht darum, die Stadt von 2025/30 zu gestalten.

Es geht darum, ein Zukunftsversprechen für die Stadt zu geben – es geht darum, wie wir unsere Städte künftig aufstellen und unserer Stadtgesellschaft Entfaltungsmöglichkeiten bieten.

Die Herausforderung

Mobilität als Thema des Stadtmarketings:

- Erreichbarkeit Innenstadt / Zentren
 - Visitenkarte der Stadt, Aufenthaltsqualität
 - Ansprüche der Stakeholder
 - Kampagnen, Bonussysteme
- Enorme Auswirkungen auf Stadtentwicklung



Urbanes Leben gemeinsam gestalten

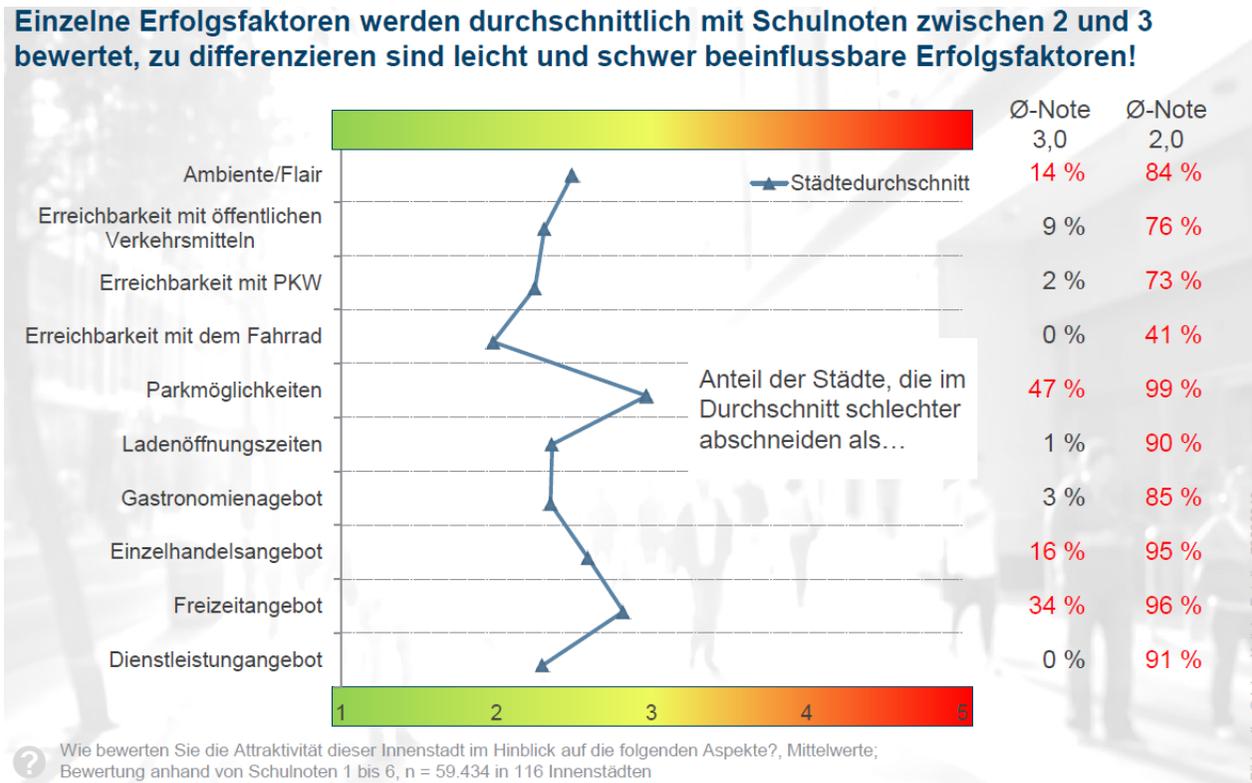
Es braucht integrierte, vorausschauende Konzepte, die an Standorte angepasst sind und konsequent umgesetzt werden sowie eine nachvollziehbare Kommunikation

- Menschlicher Maßstab, Mensch im Mittelpunkt
- Ausgleichen, Verständnis schaffen
- Alternativen schaffen (Push & Pull)
- Intensiv und aufsuchend beteiligen
- Change Management mit langem Atem



Parkhäuser als Lösungsansatz

- Bestandteil, Kooperationspartner und Unterstützer der Innenstadt
- Logistikhub



Urbanes Leben gemeinsam gestalten

Parkhäuser als Lösungsansatz

- Nachhaltigkeit trägt zu Akzeptanz bei
- Anpassung an neues Mobilitätsverhalten
- Kapazitäten bündeln, Straßen entlasten, Mehr Platz für Stadt
- Quartiersgaragen



Urbanes Leben gemeinsam gestalten

Parkhäuser als Lösungsansatz

- Sauberkeit, Sicherheit, Service, Aufenthaltsqualität
- „Tor zur Stadt“ und „Welcome Center“
- Multimodaler Knotenpunkt mit kurzen Wegen
- Gute Kommunikation
- Markenbildung, Identität der Stadt / des Viertels



Vielen Dank!

Bundesvereinigung City- und Stadtmarketing Deutschland e.V.
Geschäftsführer: Jürgen Block
Tieckstraße 38, 10115 Berlin

Tel. 030 – 2804 2671
office@bcsd.de
www.bcsd.de