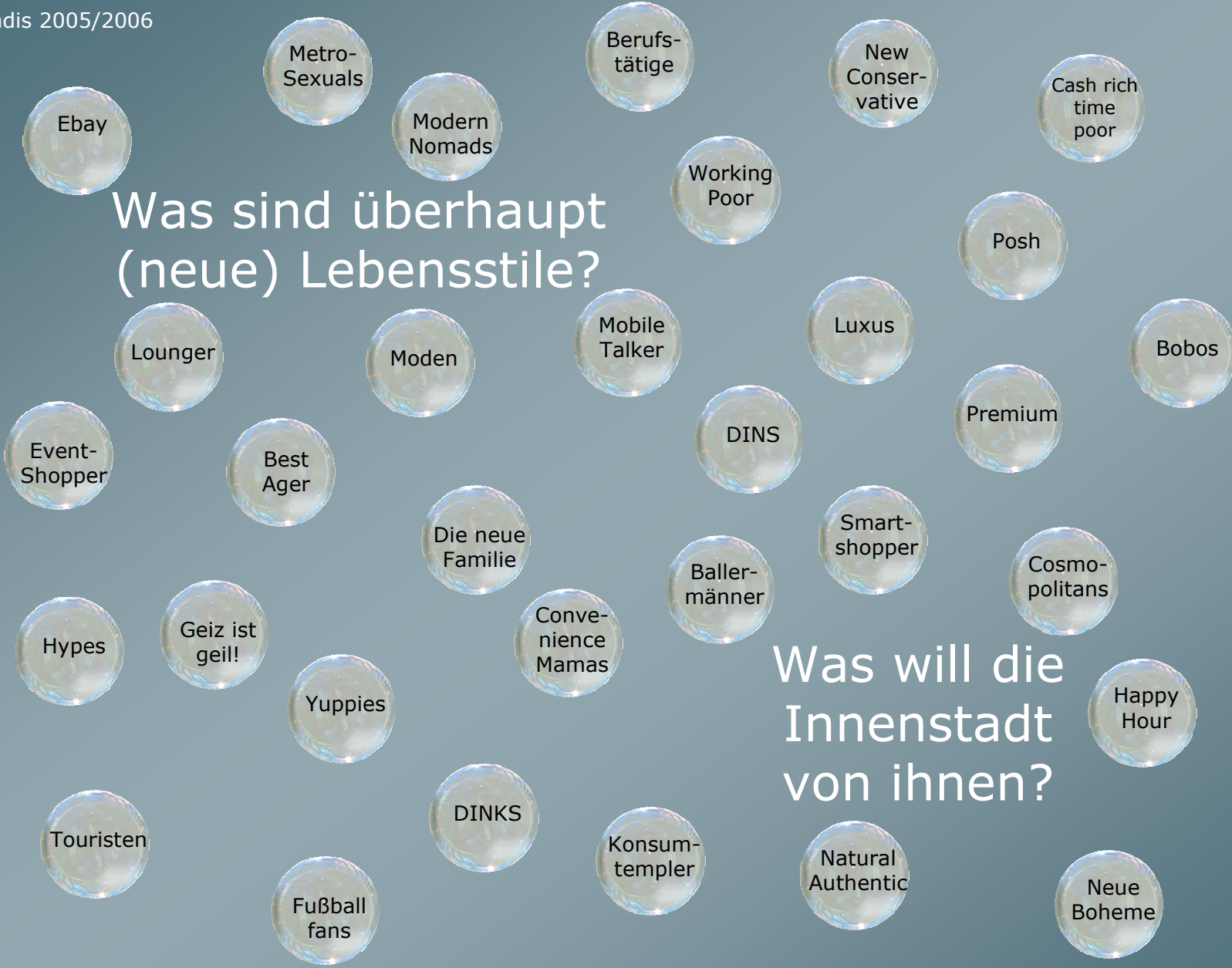


Standortentwicklung Innenstadt:
Räume schaffen für neue Nutzungen und Lebensstile –
„Who are the Germans and what are their needs?“

Quo Vadis 2005/2006

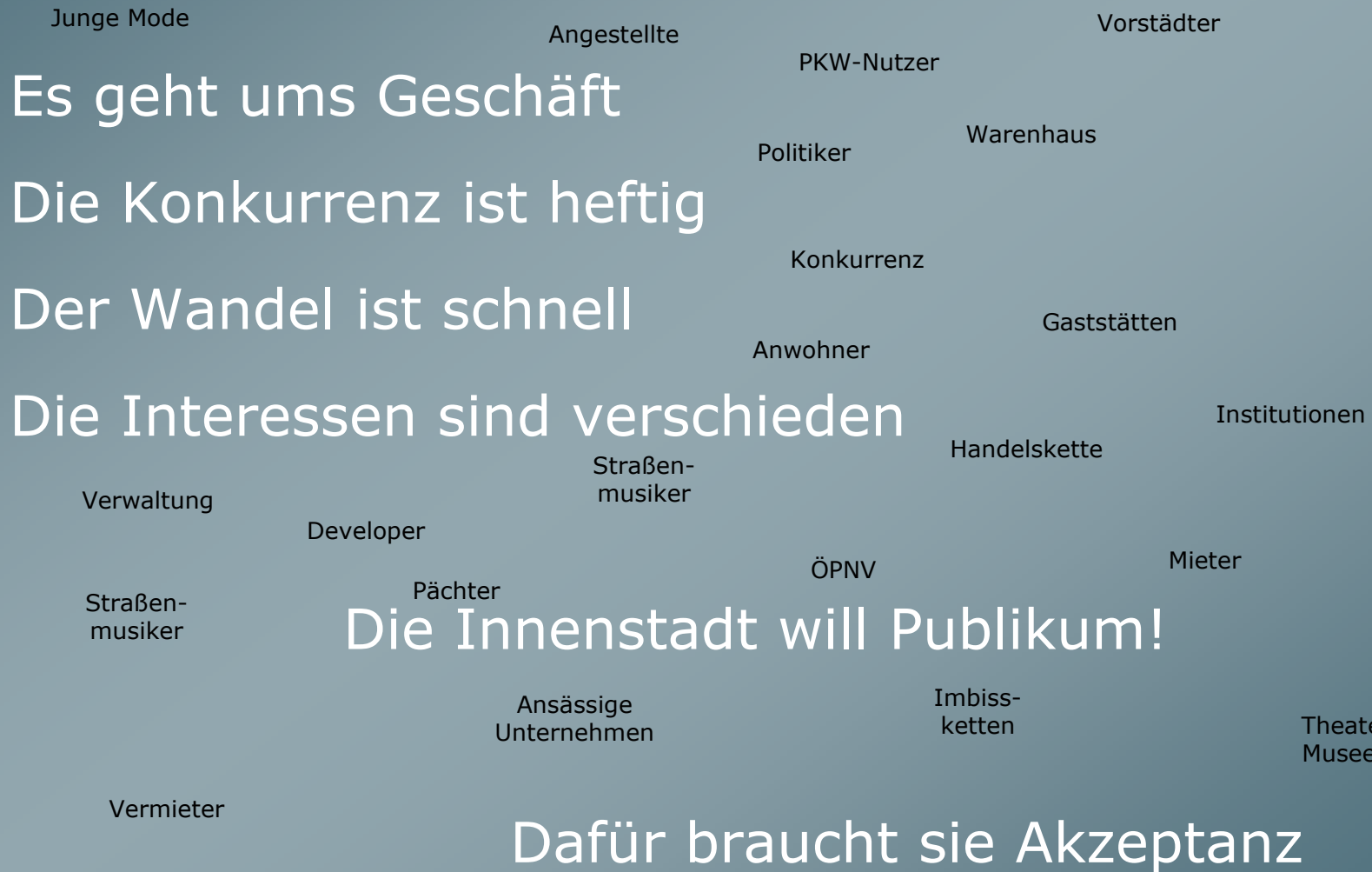
Impulsvortrag: Thomas Perry

Was sind überhaupt (neue) Lebensstile?



Was will die Innenstadt von ihnen?

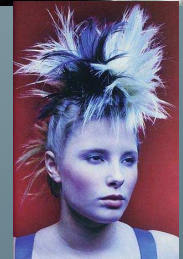
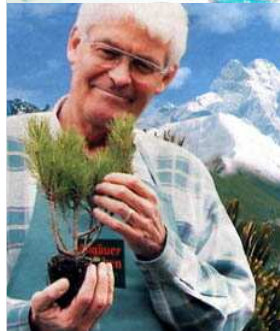
Und die Innenstadt?



DIE Deutschen?



Gibt es nicht!



Sind sehr unterschiedlich...

... und nicht immer kompatibel.

Was tun? – Thesen zur Innenstadtentwicklung

- Vielfalt sichern, ohne beliebig zu werden.
- Die Rolle in der städtischen Arbeitsteilung definieren und sich darauf konzentrieren.
- Den Anspruch als Zentrum einlösen, Marke in der Stadt sein
- Positionierung entwickeln, Farbe bekennen, Charakter und Identität leben
- Prioritäten setzen, taktischen Opportunismus vermeiden
- ➔ Die Frage nach *neuen* Lebensstilen führt in die Irre. Es geht um die richtigen Lebensstile für die Innenstadt
- ➔ Die Diskussion muss bei den Stakeholdern beginnen!

Standortentwicklung Innenstadt: Räume schaffen für neue Nutzungen und Lebensstile

- Der Standort Innenstadt wird mehr und mehr zum Lifestyle-Produkt
- Was heißt das für Freizeitnutzungen und die Bündelung von (neuen) Nutzungen in der Innenstadt?
- Frequenzbringer Warenhaus ade – was sind heute die Gewächshäuser für urbane Nutzungen?
- Monolithische Stadtmaschine: Was, wenn neuen Stadtteilen der integrative Teil zur Gesamtstadt fehlt?
- Warum werden manche Stadtteile als banale, inszenierte Neuorte entwickelt?