



Urbane Handelslagen der Zukunft
Leipziger Innenstadt
Digitalisierung | Konzentrationsprozesse | Wettbewerbsdruck

SoSe 2018

Masterprojekte des Studiengangs
Stadt- und Regionalplanung

Fachgebiet Stadtmanagement
Prof. Dr.-Ing. Silke Weidner
Tihomir Viderman

Die vorliegende Publikation präsentiert Ergebnisse von 29 Studierenden des Masterstudiengangs Stadt- und Regionalplanung aus dem Projekt „**Urbane Handelslagen der Zukunft**“ im Sommersemester 2018 am Fachgebiet Stadtmanagement der BTU Cottbus-Senftenberg.

Das Projekt befasste sich mit der Leipziger Innenstadt. Der Fokus lag dabei auf den folgenden Schwerpunkten:

„**Digitalisierung - Konzentrationsprozesse - Wettbewerbsdruck**“.

Eingebunden war das Projekt in einen bundesweiten Wettbewerb des **Wissensnetzwerks Stadt und Handel e.V. (WSH)**. Daran nahmen insgesamt sechs Hochschulen mit unterschiedlichen Themen, je nach Fachrichtung, zum Beispiel Architektur, Stadtplanung oder Betriebswirtschaft, teil.

Eine Vielzahl an Lösungsansätzen und eine Bandbreite von Ergebnissen wurden in Austausch gebracht. Dabei konnten die Studierenden Erfahrungen sammeln und die Untersuchungsgegenstände auf neue Art methodisch und didaktisch angehen.

Cottbus, August 2019

Urbane Handelslagen der Zukunft - Leipziger Innenstadt

Hintergrund und Entstehungsprozess	3
Kurzfassung	4
Hintergrund und Fragen	6
Vorgehensweise	7
Arbeitselemente	9
Erkenntnisse	10
Projekte	13
Leipzig follows vitality	14
3 Dimensionen einer Zukunft	22
Connected Retail - Offline und Online vereinen	30
Projekt Smarter. Greener. Leipzig - Impulsräume einer Innenstadt	36
Die mischgenutzte Stadt - ein Zukunftsszenario zur Entwicklung der Leipziger Innenstadt 2035	46
Leipzig will Amazon	58
Leipziger Innenstadt: Potenzialflächen	70
Urbane Handelsanlagen der Zukunft - in der Leipziger Innenstadt	86
Editorial	103

Hintergrund und Entstehungsprozess

Kurzfassung

„**Urbane Handelslagen der Zukunft**“ war das Thema des Masterprojektes am Fachgebiet Stadtmanagement im Sommersemester 2018.

Das Projekt befasste sich mit der **Leipziger Innenstadt** und untersuchte hier den strukturellen **Wandel des Handels** angesichts von Digitalisierung, Globalisierung und sozialen Innovationen. Besonderer Fokus lag auf den Entwicklungen des städtischen Raumes. Bezug wurde dabei auf die Besonderheiten der urbanen Morphologie der Leipziger Innenstadt gelegt, ausgezeichnet durch eine dichte städtebauliche Struktur mit einer Mischung von Funktionen und Programmen, deren spezifische räumliche Qualität insbesondere von Passagen geprägt wird. Dabei wurden Herausforderungen des Umbaus der Innenstadt analysiert, sowie die Bedarfe der verschiedenen Interessengruppen und Öffentlichkeit (wie z.B. Stadtverwaltungen, Händler, Dienstleister/Logistiker, Immobilieneigentümer, Kunden-Interessengruppen, Anwohner, Touristen etc.) erforscht. Anhand dieses analytischen Ansatzes wurden die Strategien konzeptionell wie gestalterisch weitergedacht, um zur Entwicklung einer produktiven und sozial inklusiven Mischung von kommerziellen und öffentlichen Räumen in der Innenstadt zu kommen.

Das Semesterprojekt war in einen deutschlandweiten **Wettbewerb des Wissensnetzwerks Stadt und Handel e.V. (WSH)** eingebunden. Unter dem Thema „**Zukunft urbaner Handelslagen**“ wurden an sechs Hochschulen unterschiedliche Projekte (je nach Fachrichtung wie z. B. Architektur, Stadtplanung und Betriebswirtschaft) bearbeitet. Durch die unterschiedliche Schwerpunktesetzung (Fokussierung auf ausgewählte Themen/Fragen) konnte eine große Bandbreite an Ideen und Lösungsansätzen aus den unterschiedlichen teilnehmenden Fachbereichen erzeugt werden. Die Zusammenschau und Präsentation dieser Vielfalt ist ein großer Mehrwert des Studienprojektes und wird über das WSH vermittelt (siehe Homepage des WSH: www.wissensnetzwerk-stadt-handel.de).



Logo des Wissensnetzwerks Stadt und Handel
<http://wissensnetzwerk-stadt-handel.de>

Teilnehmende Hochschulen

Die Vielzahl der zu bewältigten Aufgaben und Anforderungen an den Handel wird durch die verschiedenen beteiligten Hochschulen deutlich. An dem Projekt nahmen sechs verschiedene Hochschulen mit verschiedenen Fachrichtungen teil. Dadurch entstand eine Vielzahl von Ergebnissen. Die Bandbreite der Studierenden reichte von der Architektur, dem Städtebau, der Regional-, Raum- und Stadtplanung über die Geographie bis zur Betriebswirtschaftslehre. Alle tragen einen wichtigen Teil zur Frage des Wandels im Handel und dessen Veränderungen bei.

Die teilnehmenden Hochschulen mit Ihren Fachrichtungen:

- Universität Leipzig - Institut für Stadtentwicklung und Bauwirtschaft
- Brandenburgische Technische Universität Cottbus-Senftenberg - Fachgebiet Stadtmanagement
- Technische Universität Berlin - Institut für Stadt- und Regionalplanung
- Fresenius Hochschule - Fachbereich Wirtschaft und Medien
- Fachhochschule Lübeck - Labor für Städtebau und Ortsplanung
- Technische Universität Kaiserslautern - Lehrstuhl Stadtplanung

Forschungsthese

Die Forschungsthese, zu der die Studierenden der verschiedenen Hochschulen gearbeitet haben, um eine Lösung zu entwickeln, lautete: die Entwicklung und Gestaltung des Stadtraumes findet aktuell als Reaktion auf die technischen Entwicklungen statt. Die Bedeutung respektive Ausdehnung des Handels als Leitfunktion in Innenstädten geht zugunsten einer intensiveren Nutzungsmischung zurück. Potenziale der Digitalisierung für die Stadtentwicklung wurden bisher nur wenig erkannt und genutzt.

Hintergrund und Fragen

Digitalisierungsprozesse führen sowohl gesellschaftlich als auch innerhalb des Kaufens und Verkaufens zu umfassenden Veränderungen. Die Bestellung einer Ware per Mobiltelefon (Mobile Commerce) sowie deren Lieferung nach Hause gehören zu den grundlegenden Dienstleistungen heutiger Händler. Damit wird der Händler zunehmend zum Allrounddienstleister. Die damit verbundenen logistischen und wirtschaftlichen Herausforderungen haben **stadtplanerische, städtebauliche und architektonische sowie verkehrliche Auswirkungen**.

Die **Digitalisierung** allgemein und insbesondere des Handels hat neben ökonomischen Folgen auch direkte und indirekte Auswirkungen auf den gebauten Stadtraum: neue Anforderungen an Verkaufsflächen und Warenpräsentation, Netzverfügbarkeit, Ausstattung und Möblierung des öffentlichen Raumes entwickeln sich durch neue Logistik- und Einkaufserlebnisanforderungen weiter und bedürfen neuer Gestaltungsideen.

Die **Veränderungsprozesse** im Handel sind gleichzeitig Anzeiger/ Ausdruck sowie Treiber eines umfassenden urbanen Strukturwandels. **Konzentrationsprozesse** führen zu fortschreitend uniformen Handelsstrukturen (z.B. wachsender Filialisierungsgrad in den Hautgeschäftslagen, weniger Betriebsformen und Marktteilnehmer). Durch steigende Konkurrenzen und Wertsteigerungserwartungen, sowie sinkenden Nachfragedruck in mehreren Bereichen des physischen Handels, befinden sich die Geschäftslagen in den Straßen, Passagen und Plätzen, sowie in Einkaufszentren zunehmend im **Wettbewerb** miteinander. Aufgrund von Unternehmens- und Logistikkonzentration sowie Globalisierung von Produkt- und Prozessinnovation erobern digitale Technologien zunehmend physische Räume.

Vorgehensweise

Untersuchungsgegenstände

Im Rahmen des Masterprojektes an der BTU wurden Potenziale und Herausforderungen der Digitalisierung sowie neue Betriebsformate und Vertriebswege des Handels mit Auswirkungen auf die Stadtentwicklung untersucht sowie konzeptionell wie gestalterisch untersetzt. Im Fokus standen folgende Fragen:

- Welche **Auswirkungen haben Veränderungen** in der Handelslandschaft auf urbane Handelslagen? Welche Funktionen gewinnen an Bedeutung, wo und wie können sie untergebracht werden?
- Wie prägen **neue Shop- und Verkaufskonzepte** (wie z. B. Showrooming, Pop-Store, Regional-Verkäufe, Online-Offline Bridging, Seamless Commerce) die Erdgeschosszonen/ Raumkanten? Wie ist der Übergang zum Öffentlichen Raum? Wie verändern sich dabei traditionelle städtebauliche und architektonische Typologien?
- Wie werden die **logistischen Anforderungen und Möglichkeiten** stadträumlich gelöst und genutzt (Last Mile Thema)?
- Was bedeutet solche eine „Revolutionisierung“ des Einzelhandels für die **Messestadt Leipzig** mit ihrem kleinen Innenstadtkern, der einzigartig von Passagensystemen durchsetzt ist?
- Welche **Instrumente der Stadtentwicklungsplanung** zur Steuerung der Entwicklung von Handelsstandorten stehen zur Verfügung, um die Attraktivität der stationären Handelsorte zu steigern und Kunden zu binden?

Vorgehen

Das Studienprojekt basiert auf einer räumlichen und funktionalen Analyse der Innenstadt Leipzigs unter Berücksichtigung von Gesamtstadt und Umland insbesondere bezogen auf die Funktion des Einzelhandels. In Projektgruppen haben die Studierenden selbstgewählte Schwerpunktthemen zur Entwicklung der Innenstadt untersucht und darauf aufbauend zunächst verschiedene Entwicklungsszenarien sowie schlussendlich ein Gesamtkonzept für eine attraktive Innenstadt Leipzigs erarbeitet. Denn die Innenstadt ist mehr als der Ort des Handels.

Lernerfolge

- Einblicke in aktuelle Herausforderungen der Stadt- und Einzelhandelsentwicklung in Innenstädten global wie lokal.
- Breite Wissensgenerierung zu den Themen: Digitaler Wandel, Urbane Transformation, Last Mile Logistik etc.
- Tieferes Verständnis der komplexen Beziehungen zwischen neuen Trends im Handel und dem Strukturwandel im urbanen Raum.
- Neue Sichtweisen und Fachperspektiven zum Thema innerstädtische Handelslagen.
- Analytische und konzeptionelle Vertiefung verschiedener Innenstadtproblematiken.
- Entwicklung und Anwendung von qualitativen und visuellen Methoden zur Erarbeitung von Trendeinschätzungen und Konzepten.

Arbeitselemente

Die Projektarbeiten pro Gruppe setzen sich aus folgenden Elementen zusammen:

1 Analyse Leipziger Innenstadt mit besonderem Blick auf Passagen und Durchgangshöfe

- Analyse der räumlichen Struktur, funktionalen Typologien, Nutzungen und Nutzer, alltäglichen Praktiken, Aufenthaltsqualität, des Charakters der öffentlichen Räume in Einzellayern und als Gesamtdarstellung.
- Analyse der räumlichen Dimension der wirtschaftlichen Prozesse, wie z.B. die Verknüpfung des stationären Handels mit dem Onlinehandel, unterschiedliche Nutzungspraktiken beim Verkaufen, Einkaufen, Liefern.
- Identifizierung von Trends und Herausforderungen.
- Anwendung von qualitativen Methoden der Gesprächsführung mit Nutzern und Händlern in strukturierter, als auch unstrukturierter Weise.
- Anwendung von Methoden des Dokumentierens und Reflektierens der eigenen Erlebnisse/ Erfahrungen.
- Übertragung von Informationen und Prognosen aus der Literatur in Stellschrauben für die Szenarienentwicklung.

2 Szenarien

- Definition der Stellschrauben für die lokale Situation. Anhand dessen Entwicklung von zwei bis drei unterschiedlichen Szenarien für die Entwicklung der Leipziger Innenstadt (Worst-Case/ Best Case/ Status-Quo; thematische Szenarien), so dass die Unterschiede und Kausalketten deutlich werden.

3 Konzept

- Entwicklung eines strategischen und gestalterischen Konzeptes (inkl. der Benennung konkreter Schritte) auf Basis der identifizierten Fragestellung, vertieften Analyse und ausgewählten Szenarios.
- Elaboration der Bedeutung des Konzeptes für zeitgenössische Herausforderungen im Handel und Verknüpfung der Einblicke mit weiteren Diskursen und Praxen im Spannungsfeld des Handels und der Stadtentwicklung.

4 Erläuterungstext und Präsentation

Erkenntnisse

Fazit vom Wissensnetzwerk Stadt und Handel e.V. (WSH):

Die Studierenden sind sich einig: Für einen **tragbaren, zukunftsorientierten Handel** wird es notwendig die Grenzen zwischen Online- und stationärem Handel zu lösen und neue Möglichkeiten für eine Verschneidung beider Trends zu bieten. Auch wird daran appelliert, dass Innenstädte sich für Funktionen fernab von reinem Handel öffnen sollen, so zum Beispiel Flächen für Austausch und Kommunikation zwischen den Einheimischen und den Besucher*innen bieten.

In der Lebensmittelzeitung vom 30. November 2018 wurde von Ergebnissen des Masterprojektes an der BTU berichtet.



Auftaktveranstaltung des Studienprojektes in Hamburg

Gus (2018): Der dritte Weg. Die Stadt der Zukunft wird Online- und Offline-Welten miteinander vereinen und im Idealfall ein lebenswerter Raum sein. Lebensmittelzeitung, Heft 48: 2018, S. 78

Der dritte Weg

Die Stadt der Zukunft wird Online- und Offline-Welten miteinander vereinen und im Idealfall ein lebenswerter Raum sein.



Szenario 1
Lokal, traditionell. Könnte die Stadt der Zukunft so aussehen, wie die Stadt unserer Tage? Menschen prägen die Arbeitswelt, die Kunden sind eher offline. Die Nutzung ist vielfältig, die Mobilität fokussiert auf Fußgänger. Die Standortmieter stammen nicht aus dem filialisierten Bereich.

Drohnen kreisen über kaltrauen, unwirtlichen Betonwästen, fahrerlose Busse karren zwischen Robotern in Menschenoptik umher. Eine Geisterstadt, in der die Menschen bestenfalls noch auf der Coworking-Fläche ihren Laptop aufschlagen, wo einstmals ein kunterbunter lebendiger Handel blühte. „Urbane Handelslagen der Zukunft“, unter dieser Überschrift hatte das Wissensnetzwerk Stadt und Handel Studierende im Rahmen eines Studienprojektes dazu aufgefragt, unter anderem für die Innenstadt Leipzig ein tragfähiges Zukunftskonzept zu entwerfen. Damit die unumstößliche Vision nicht Wirklichkeit wird, verschmolz eine Gruppe Studierende der BTU Cottbus-Senftenberg sie zur „Merged City“, die Online- und Offline-handelswelten vereint (Szenario 3). Nachhaltige Verkehrskonzepte mit Car- und Bike-sharing prägen die Stadt ebenso wie Gemeinschaftsprojekte à la Urban Gardening und Co-Working-Arbeitsplätze. Ein Siegerentwurf zeigt drei unterschiedliche Szenarien für Leipzig, je nachdem, ob sich die Stadt stärker als Einkaufsstadt, als Stadt für Touristen, Business- und Messebesucher, oder als Wohnstadt mit starkem Onlinehandel profilieren möchte. Deutlich wird bei allen Entwürfen: Der Nachhaltigkeitsgedanke fass Fuß in veränderten Mobilitätskonzepten, Online- und Offlinehandel verschmelzen miteinander.



Szenario 2
Digital Dystopia. Schöne neue Welt? Roboter übernehmen die Arbeit komplett, das Kundenverhalten ist auf Online ausgerichtet. Die Mobilität erfolgt weitgehend motorisiert und die Standortmieter sind fast ausschließlich Pure-Player.



Professora Silke Weidner, Professorin für Architektur, Bauplanungswesen und Stadtplanung mit dem Fachgebiet Stadtmanagement an der BTU Cottbus-Senftenberg, sieht die strikte Trennung als überholt an: „Der Verbraucher kauft sowohl online als auch offline, wir haben den hybriden Kunden, er unterscheidet gar nicht so bewusst. Für den Handel bedeutet das ganz praktisch, es können sich Änderungen im Flächenbedarf ergeben, weil keine große Lagerhaltung mehr nötig ist.“ Zudem, so sagt sie, gibt es auch Händler, die Online angefangen haben und nun Ladengeschäfte eröffnen, wie Eibenwald, einem Anbieter für Fantasy-Fanartikel und Bekleidung rund um Filme und TV-Serien. So werde der stationäre Handel nicht aussterben, aber sich verändern. Jetzt könnte es zu einer vielseitigeren Nutzung der Innensäule kommen, die mehr Aufenthaltsqualität bieten neben dem Einkaufserlebnis. „Third Spaces“ nennt der Siegerentwurf diese Plätze, die neben dem Wohnen und Arbeiten dem Menschen in der Stadt Abwechslung, Gesellschaft und Entspannung bieten. Es gibt doch noch Hoffnung, Leerstände zu verhindern. *guz/lz 48-18*



Szenario 3
Eine Mischung aus Szenario 1 und 2. Die Arbeit erfolgt durch Menschen und robotisierte Anwendungen gleichermaßen. Die Kunden sind online und offline unterwegs. Die Stadt ermöglicht eine Mischung aus Wohnen und Geschäften. Bei der Mobilität teilen sich Fußgänger und motorisierte Angebote den Raum. Die Handelskraft setzt sich aus Pure-Playern und Non-Filialisten zusammen.



Projekte

Leipzig follows vitality

Ksenia Faust, Maximilian Tobisch, Samuel Heurtebize, Sandra Plache

Sieger des Wettbewerbs des Wissensnetzwerkes Stadt und Handel e. V. (WSH)

Analyse

Analysen Leipziger Innenstadt



Typologien

- Blockrand
- Zeile
- Passagen
- Solitär
- Gruppe
- Einkaufszentrum
- Kaufhaus

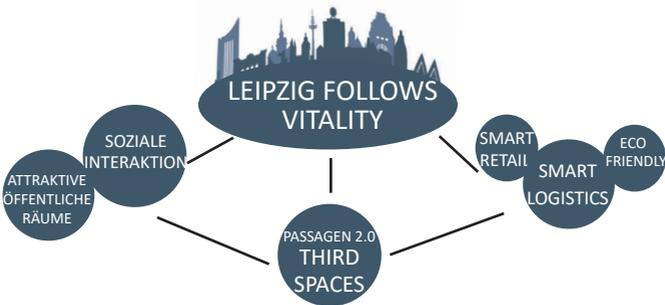
Infrastruktur

- keine Durchfahrt für MIV
- Ring und Zufahrtsstraßen
- Fußgängerzone und Anlieferung
- gut erreichbar durch MIV
- erreichbar durch MIV
- Hauptzugang für Fuß-, Radverkehr
- Zugänge MIV, Raf, Fuß
- Zugänge MIV

Aufenthalt

- Außengastronomie
- non-kommerzielle Aufenthaltsorte
- Barriere
- Eventflächen
- öffentliche Toiletten
- innerstädtisches Grün

Leitbild



Szenarien

Retailgence Zone

2018 zeigt sich die Leipziger City als belebt und durchmischt mit einem Fokus auf den Einzelhandel. Die drei erarbeiteten Szenarien legen den Fokus jeweils auf eine andere Funktion der Innenstadt.

Im ersten Szenario, der „Retailgence Zone“, wurden Trends des Smart Retail und Smart Logistic verankert. Die Innenstadt stellt darin eine Zone des sogenannten „No-line commerce“ dar, in der es einen kompletten, technologiebasierten Datenaustausch zwischen Online- und stationärem Handel gibt. Leipzig könnte sich als ein Vorreiter im Sinne der Digitalisierung etablieren und dadurch Besucher*innen der Innenstadt eine neue, moderne Art des Einkaufens bieten.

Vollständige Ausrichtung des Handels in der Leipziger Innenstadt zu einem vernetzten „no-line-commerce“

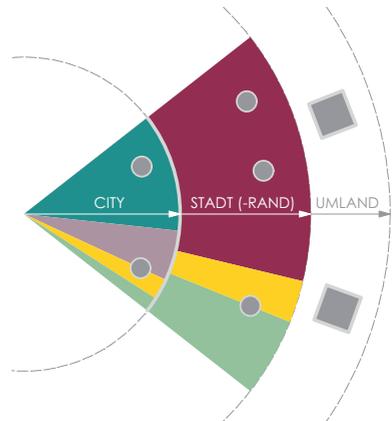


IMAGE DER STADT	konsumtorientiert	frei
Aufenthaltsflächen	hoch	hoch
Eventzielgruppen	hoch	hoch
Kulturausrichtung	hoch	hoch
Tourismus	hoch	hoch

NUTZUNG	zufrieden	geschlossen
Erdgeschossnutzung	hoch	hoch
Gebäudenutzung	hoch	hoch
Passagernutzung	hoch	hoch

HANDEL	stationär	online
Einzelhandel	hoch	hoch
Geschäftsgröße	hoch	hoch
Handelshygiene	hoch	hoch
Retailmotivation	hoch	hoch

MOBILITÄT	motorisiert	unmotorisiert
indiv. Mobilität City	hoch	hoch
Last Mile	hoch	hoch
öffentl. Mobilität City	hoch	hoch

- Hauptfunktion
- stationärer Einzelhandel
 - Kultur, Erlebnis
 - Wohnen
 - Aufenthalt, Erholung
 - Aufenthalt, Erholung
 - Gewerbe, DL, Büro
 - Mikro Hub
 - Paket- / Frachtzentrum

Businey Land

Bei dem Szenario „Businey Land“, ein Wortspiel aus „Business“ und „Disneyland“, wird eine komplette Eventisierung der Innenstadt für Tourist*innen sowie Business- und Messebesucher*innen dargestellt. Im „Businey Land“ wird die Innenstadt zum Showroom – für Luxusware, Messeexponate und Souvenirs.

Komplette Eventisierung der Innenstadt für Touristen sowie Business- und Messebesucher*innen

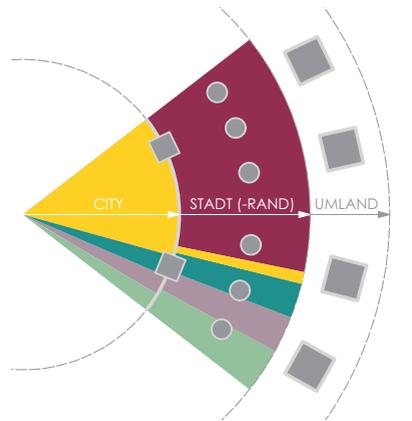


IMAGE DER STADT



NUTZUNG



HANDEL



MOBILITÄT



Hauptfunktion

- stationärer Einzelhandel
- Aufenthalt, Erholung
- Kultur, Erlebnis
- Wohnen
- Gewerbe, DL, Büro
- Aufenthalt, Erholung
- Mikro Hub
- Paket- / Frachtzentrum

Gute Stube

Wohnen in der Innenstadt wäre in den beiden ersten Szenarien nicht vorgesehen. Im Gegensatz dazu wird die Leipziger City im dritten Szenario „**Gute Stube**“ zum attraktiven Wohn- und Lebensraum umgestaltet. Ein stärkerer **Ausbau des Onlinehandels** führt zu einem erhöhten Leerstand in den Erdgeschossen, wodurch neue Möglichkeiten für alternative Nutzungen entstehen. Insbesondere die Ausweitung experimenteller Flächen für soziale Interaktion im öffentlichen und privaten Raum soll bei diesem Szenario initiiert werden.

Prägung der Leipziger Innenstadt durch attraktives Wohnen und der Dominanz des Online-Handels

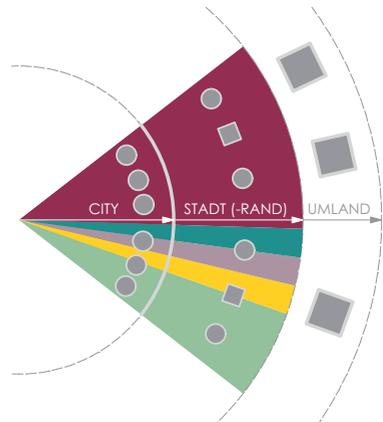
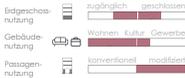


IMAGE DER STADT



NUTZUNG



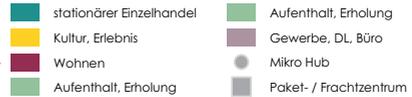
HANDEL



MOBILITÄT



Hauptfunktion

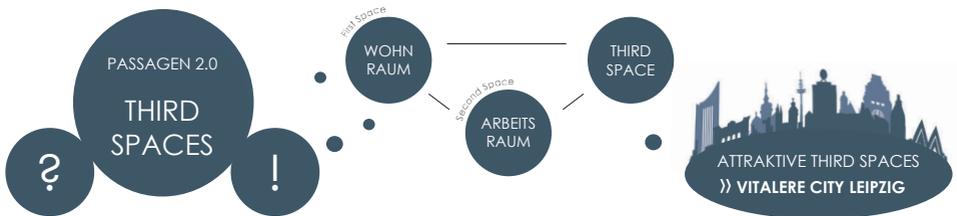


Konzept

Definition

Die Vor- und Nachteile der drei Szenarien wurden abgewogen, woraufhin einzelne Qualitäten in das Wettbewerbskonzept „**Leipzig follows vitality**“ einfließen. Als ein großes Potential für eine vitalere Innenstadt erachten wir die Leipziger Passagen. Einige dieser Passagen haben im Verlauf der Zeit ihren gestalterischen und funktionalen Charme verloren, sollen aber mit dem „**Third Space**“ Konzept wieder aufgewertet werden.

Dieses Konzept basiert auf Studien von Ray Oldenburg aus dem Jahr 2000, in denen die Annahme über drei Kategorien von Raum getroffen wird: Es gäbe den „**First Space**“ als Wohnraum, den „**Second Space**“ als Arbeitsraum und den „**Third Space**“ als Raum des Alltagslebens, in dem sich Menschen versammeln, kommunizieren und sich sozialisieren. So kann ein « Third Space » ein Park, ein Café oder auch ein Friseursalon sein, je nach gesellschaftlichen Lebensweisen und Traditionen.



- Third spaces beziehen sich auf die Räume außerhalb des Wohnraumes und der Arbeit, in denen sich Menschen versammeln, um zu kommunizieren und zu sozialisieren. Solche Räume können ein Café, ein Park, ein Gemeinschaftszentrum enthalten, oder auch Teil einer Zahnarztpraxis, Friseur oder einer Kirche sein. Ein idealer Third Space setzt den Fokus auf Kommunikation, leichte Zugänglichkeit und Komfort. -

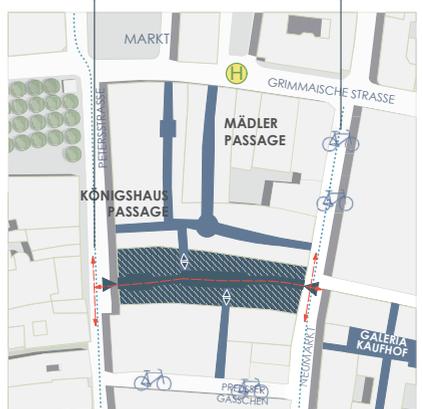
Basierend auf der „**Third Place**“ Theorie von Ray Oldenburg | 2000

Status Quo



Lageplan

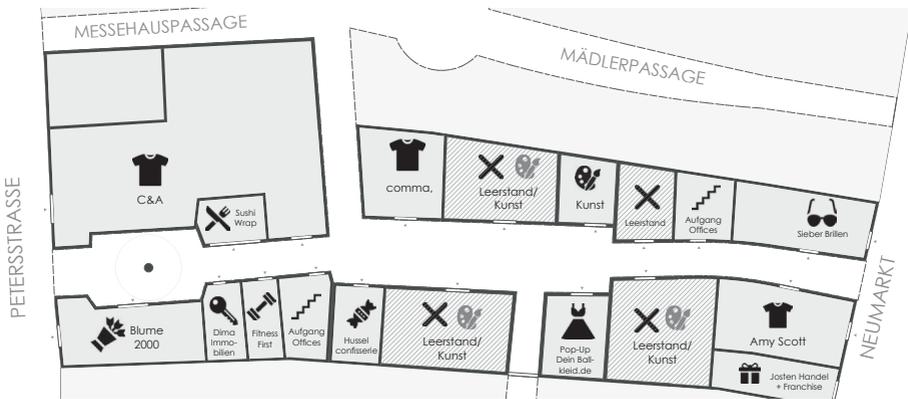
Einzelhandelsorientierung Fahrradstellplätze



Rahmenplan

Defizit: Funktionalität

- Leerstand
- qualitativ niedriger Einzelhandel
- Kunst als „Leerstandsfüllung“
- wenig Aufenthaltsqualität
- unzureichender Besuchsrund
- primäre Nutzung: Transit



Messehofpassage

Planung

Exemplarisch wurden diese Ideen auf die Messehof-Passage angewandt. Trotz ihrer direkten Anbindung zu den **touristisch und funktional intensiv** genutzten Köngi-shaus- und Mädlerspassagen ist die Messehofpassage von Leerstand geprägt. Durch eine Umnutzung dieser Leerstandsflächen zu einem kooperierenden System aus Café, Coworking-Space, Präsentations- und Vortragsraum, Werkstatt, Bar und Proberaum könnte ein lebendiger Unterhaltungsraum geschaffen werden. Dieses Konzept wurde an die Vor-Ort-Bedingungen detailliert **angepasst**. Zum Beispiel wird die Nähe zur Uni Leipzig als vielversprechend angesehen und könnte weitere Laufkundschaft akquirieren. Für die gesamte Leipziger Innenstadt gelte es mit einem ähnlich sensiblen Pragmatismus im Sinne des Gemeinwohls weitere Third Spaces aufzuwerten. Dadurch könnte die Funktion Leipzigs als Einzelhandelsstandort weiter ausgebaut und durch einen sozialeren, kommunikativeren Ansatz verstärkt werden. Dabei sollte man sich nicht dem technologischen Fortschritt versperren, sondern ihn in die engen sozialen, städtischen Gefüge integrieren.

Leipzig follows function and Leipzig's function is vitality!



Werbung für Events auditive Reize Verleih von Werkzeugen
Workshops



Kooperation mit Werkstatt

DIY Produkte zum Verkauf

Flexible Wände
- Öffnung des
Raumes

Kunst zum
Verkauf

Abgestimmte
Bepflanzung

Raum für Präsentati-
onen und Vorträge

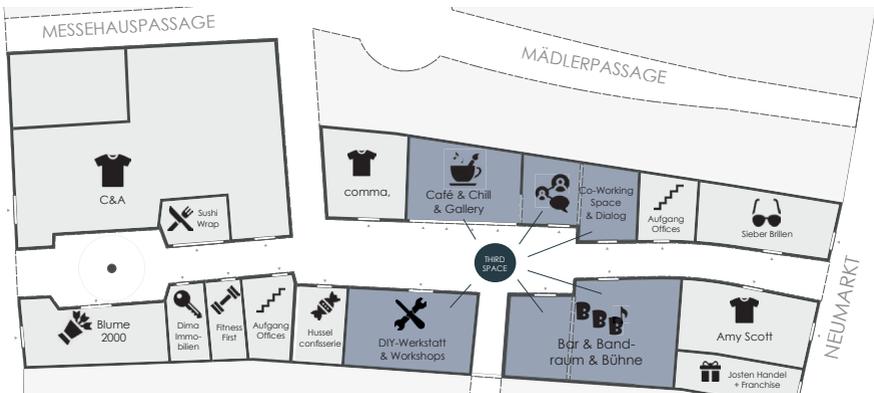


Kunst zum
Verkauf

gemütlicher
Aufenthalt

bewegliches
Inventar

Alternative als Co-
Workingspace



Messehofpassage

3 Dimensionen einer Zukunft

Dicle Kapar, Dina Chen, Mukadder Dur,
Soizic Marine Salomon

Teilnehmer des Wettbewerbs des Wissensnetz-
werkes Stadt und Handel e. V. (WSH)

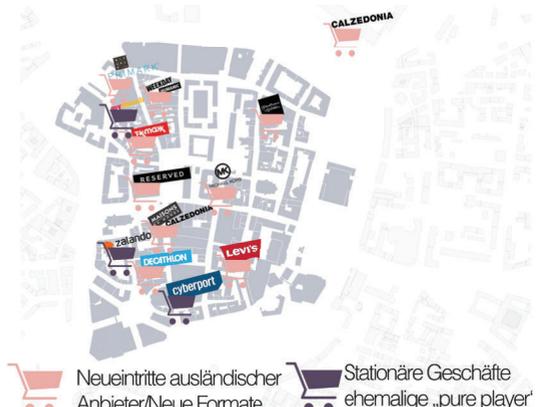
Analyse

Das Thema „3 Dimensionen einer Zukunft“ wird durch eine **fiktive Person** „Mia“ über drei Lebensphasen erläutert. Über diese Phasen wurden räumliche Potenziale, Herausforderungen und Szenarien mit Hilfe von zwei weiteren Personen, und einem Konzept für die zukünftige Handelslage entwickelt.

In der Analyse wurden die Potenziale und Defizite aus der städtebaulichen Sicht untersucht. Es zeigt sich deutlich, dass die Nikolaistraße im Gegensatz zu der Hainstraße bis Grimmaische Straße schwach frequentiert ist.



stationär goes online



Neueintritte ausländischer Anbieter/Neue Formate
 Stationäre Geschäfte ehemalige „pure player“
 online goes offline



Tagesablauf



- Kultur, Bildung & Freizeit
- Gastronomie
- Dienstleistung & Verwaltung
- Einzelhandel
- Wohnen

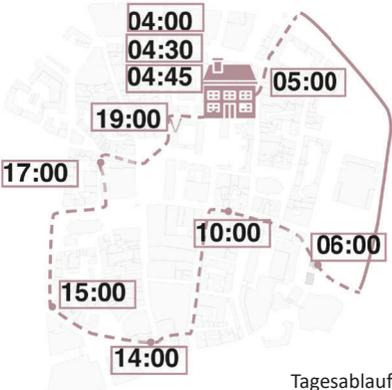
Nutzung

Zu der Digitalisierung entwickelt sich eine **kulturelle Gegenbewegung**, in der „Ute“ lebt. In der „**Hippie City**“ besinnen sich die Bewohner*innen zurück zur Tradition und schätzen die regionalen Produkte. Ebenso vertrauen sich die Menschen untereinander mehr als der Technologie und die Stadt wird zum Community Garden.

HIPPIE CITY

UTE

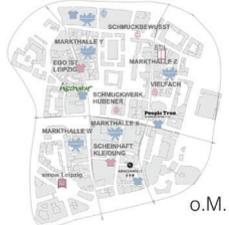
- verheiratet, 2 Kinder
- 45 Jahre alt
- 900€ Bruttoeinkommen
- Putzfrau
- 85m² Wohnfläche



Tagesablauf



Szenario



o.M.

- Kultur, Bildung & Freizeit
- Gastronomie
- Dienstleistung & Verwaltung
- Einzelhandel
- Wohnen
- Autofreie Zone
- Hauptbahnhof

- 04:00** wacht auf durch Wecker
- 04:30** liest Nachrichten in der **Zeitung**
- 04:45** bereitet Frühstück mit **Kochbuch** für die Kinder vor
- 05:00** fährt mit **ÖPNV** zur Arbeit
- 06:00** arbeiten
- 10:00** Mittagspause: **regionalen Bäcker**
- 14:00** Feierabend: **LOKAL MARKT** einkaufen im **Regionalmarkt** mit **Papiercoupon**
- 15:00** Kinder von der Schule abholen & Eis essen
- 17:00** Augenarzt Dr. Med. Carla Wend
- 19:00** nach Hause Abendessen



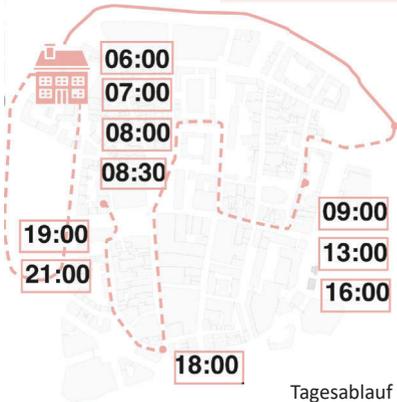
Perspektive

„Mia“ lebt im Zukunftsszenario „**Upgrade City**“. Dort ist die **Digitalisierung im Einklang** mit den Bewohner*innen und ermöglicht der Stadt Leipzig einen positiven Fortschritt. Die Stadt wird sowohl grüner und lebendiger, als auch digitaler. Es wurde ein Konzept für die Nikolaistraße entwickelt, das sich insbesondere auf die Umnutzung der Stroh-Sack-Passage fokussiert.

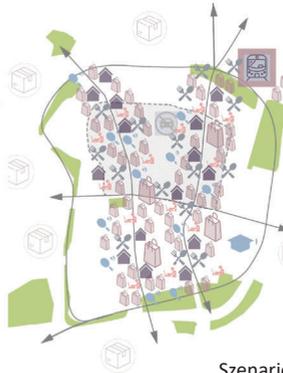
UPGRADE CITY

MIA

- 27 Jahre alt
- Account Managerin
- lebt alleine
- 5000€ Bruttoeinkommen
- 40m² Wohnfläche



Tagesablauf



Szenario



o.M.

- Kultur, Bildung & Freizeit
- Gastronomie
- Dienstleistung & Verwaltung
- Einzelhandel
- Wohnen
- Autofreie Zone
- Hauptbahnhof

- 06:00** wacht auf & checkt ihre Nachrichten über ihr **Smartphone**
- 07:00** **Park joggen** und trackt ihre Werte über Fitnessarmband **fitbit**
- 08:00** frühstückt und liest sich die Nachrichten über ihr **Smartphone** durch
- 08:30** bestellt sich ein Taxi über ihr **Smartphone**, um zur Arbeit zu fahren
- 09:00** arbeitet **coworker**
- 13:00** Mittagspause: **Essensbestellung** über ihre App
- 16:00** Feierabend: **Shopping** mit Kollegin **in der Stadt**
- 18:00** Lebensmitteleinkauf im **BIO-Markt**
- 19:00** fährt zu ihrem Freund Tim
- 21:00** **Online Shopping**



Perspektive

Konzept

„Drei Dimensionen einer Zukunft“ lautet der Titel, doch wie sieht eine gemeinsame Zukunft aus?

Der Tagesablauf von Mia verdeutlicht das Konzept. Mia beginnt mit ihrer Arbeit um 9 Uhr in einem Co-Worker Café. In einigen Erdgeschosszonen der Nikolaistraße entstehen **Co-Working Cafés**. Diese Cafés setzen sich aus Co-Working-Space, Gruppenarbeitsräumen, einer Chill-Lounge und integrierten Cafés zusammen. Sowohl Studenten, Arbeiter*innen, als auch Selbstständige können mit freiem W-LAN Zugang in Ruhe alleine oder in Gruppen arbeiten. Nachdem Mia selbstständig gearbeitet hat, trifft sie sich um 12 Uhr mit ihren Kollegen im Co-Worker. Dieses verfügt über Co-Working-Spaces, die sich in den Obergeschossen befinden. Darunter befinden sich private Flächen, Büros und Arbeitszimmer.





Perspektive Markthallen-Passage

Zur Mittagspause geht Mia in die neue Markthallen-Passage. Dort finden an ausgewählten Tagen **Veranstaltungen** statt und es werden regionale Produkte angeboten. Am Markthalleneingang befindet sich ein Café mit Außenbereich, welches auch außerhalb der Öffnungszeiten der Markthalle geöffnet ist.



Schnitt 1



Schnitt 2

Die Nikolaistraße weist eine besondere Gestaltung durch rosafarbene Flächen auf, die eine einladende Funktion mit **Aufenthaltsflächen im Außenraum** bieten sollen. Sie bieten sowohl Sitzmöglichkeiten für Gastronomie, für Co-Working Cafés und für die Markthallen-Passage im Freien. Zum Feierabend geht Mia in die Nikolaistraße shoppen. Es entstehen Läden mit kleineren Verkaufsflächen, wodurch ein vielfältigeres und globaleres Sortiment angeboten werden kann. In der Nikolaistraße ist der Trend des Showroomings zu beobachten.



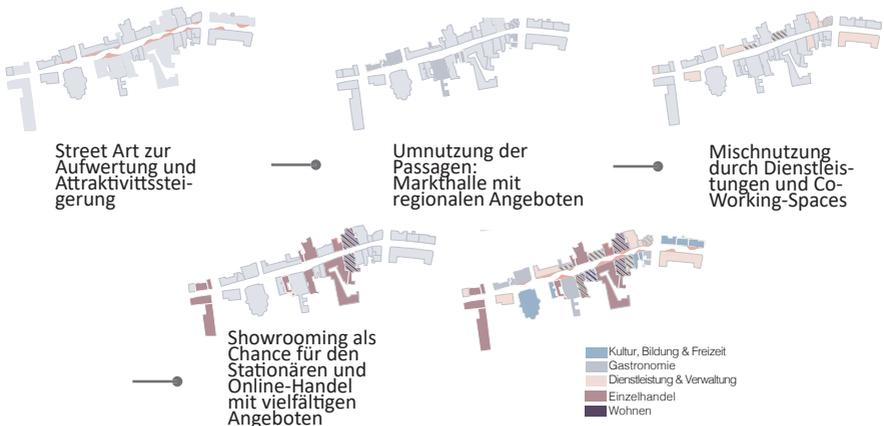
Perspektive Nikolaistraße (Passage)

Die Aufwertung der Nikolaistraße bedeutet eine **Steigerung der Attraktivität** der gesamten Innenstadt Leipzigs und fördert das Erlebnisgefühl beim Schlendern oder Shoppen. Besonders zu Zeiten der Digitalisierung wird die Innenstadt umso wertvoller.

Das Konzept besteht aus:

- Street Art zur Aufwertung und Attraktivitätssteigerung der Nikolaistraße
- Umnutzung der Passagen: Markthalle mit regionalen Angeboten
- Mischnutzung durch Dienstleistungen und Co-Working-Spaces
- Showrooming als Chance für den stationären und Online-Handel mit vielfältigen Angeboten.

Zukunft eines positiven Wandels



Connected Retail - Offline und Online vereinen

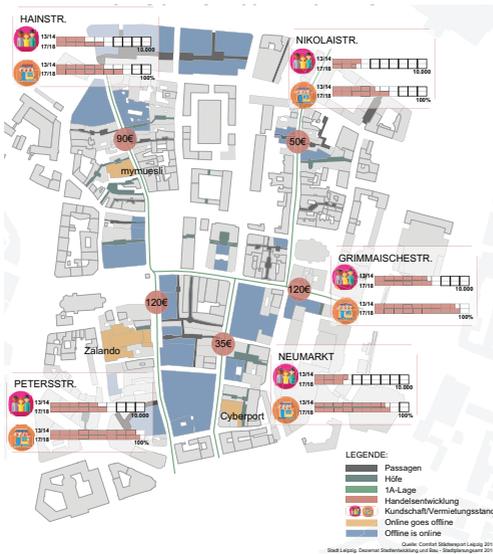
Amelie Mariane Schulze, Elena Alexandra Shevchenko, Huani Quintanilha Felinto, Kim Ngoc Tran

Teilnehmer des Wettbewerbs des Wissensnetzwerkes Stadt und Handel e. V. (WSH)

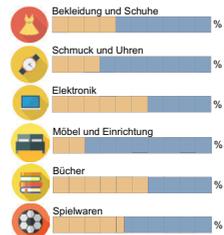
Analyse

Im digitalen Zeitalter werden Händler oftmals in **zwei getrennte Angebotsformen** unterteilt: dem Online- und Offline-Einzelhandel. Der zunehmende Trend der Digitalisierung lässt sich durch Markteintritte internationaler Anbieter veranschaulichen, welche in die Hauptgeschäftslagen der Leipziger Innenstadt drängen. Neben dem „Online goes Offline“ lassen sich zahlreiche „Offline is Online“ Unternehmen gegenüberstellen, die aufgrund des stetigen Veränderungsprozesses im Handel **nicht länger separat** betrachtet werden sollten.

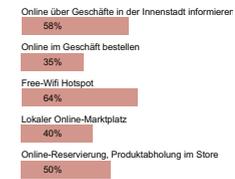
Veränderungsprozesse im stationären Handel



Online und Offline Einkäufe



Online Affinität der Nutzer

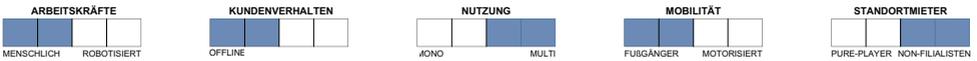


Szenarien

Szenario I - Local - Traditional - City

Dass der stationäre Handel noch **nicht abgeschlossen** wurde und weiterhin eine bedeutsame Rolle für den Kunden einnimmt, zeigt sich in der **Local – Traditional – City**. Während hier die Digitalisierung nun sehr langsam fortschreitet, kaufen Kunden weiterhin im physischen Bestand ein, der sich primär als **Point of Sale** positioniert. Die Produkte stammen hier zunehmend aus der näheren Umgebung und der Region. Somit besteht die Handelslandschaft überwiegend aus traditionellen Einzelhandelsgeschäften, die ebenfalls Räume für zahlreiche kulturelle und künstlerische Aktivitäten bieten.

Stellschrauben



Auswirkung



Visualisierung



Szenario II - Digital Distopia City

In der digitalen Welt verlaufen die Veränderungen anders (Digital Dystopia City): **schnell und rasant**. Die Kaufentscheidungen der Kunden werden primär online getroffen, welche durch Drohnen und Roboter zugestellt werden und gleichzeitig zum **Bedeutungsverlust** der traditionellen stationären Geschäfte führen. Die Veränderung der Handelslandschaft geht auf Filialisten und Pure Player, wie beispielsweise Amazon, über. Diese zeichnen sich aufgrund des geringen Angebotes durch eine monofunktionale Nutzung aus.

Stellschrauben



Auswirkung



Visualisierung



Szenario I + Szenario II = Szenario III Merged City

Um ein vielfältiges **Einkaufserlebnis** in der Leipziger Innenstadt zu erzielen, muss daher die strikte Trennung zwischen Online und Offline nachlassen. Auf dieser Grundlage werden die Potenziale der Digitalisierung sowie neue Betriebsformate für die Innenstadt umgesetzt und der traditionelle Einzelhandel neu bespielt. Hierbei geht es hauptsächlich um die **Verschmelzung** vom stationären physischen Handel mit dem digitalen Handel sowie die lokale Präsenz des Online Handels.

Stellschrauben



Auswirkung



Visualisierung



Konzept

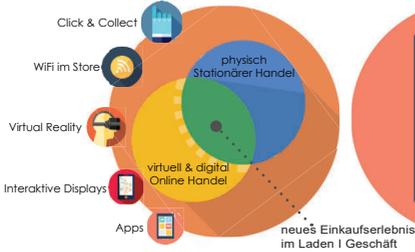
Konzept Merged City

Das Leitbild der sogenannten Merged City befasst sich mit der Schaffung einer **digitalen**, aber dennoch **lokalen, regionalen und gemeinschaftlichen Stadt**.

Ziel ist es, Leerstand frühzeitig zu erkennen und zu minimieren sowie diesen zu vermarkten bzw. nutzbar zu machen. Die Rede ist von neuen Konzepten für eine Zwischennutzung durch multicodierte Flächen, wie zum Beispiel Showrooms, welche vielfältig bespielt werden können. Damit soll die Möglichkeit gegeben sein, leerstehende Ladenflächen für Co-Working-Spaces, Kunstausstellungen oder Pop-Up-Stores zu Verfügung zu stellen, um ebenfalls den Wertewandel der Gesellschaft zu unterstützen. Denn die aktuelle Entwicklung der Trends zeigt ein vermehrtes Interesse an regionalen Produkten und gemeinschaftlichen Projekten, wie beispielsweise die DIY- und Maker-Bewegungen oder Urban Gardening, welche zunehmend die Einzelhandelsstruktur der Innenstadt verändern.

Mit der Entwicklung einer **Shopping-App** für die Leipziger Innenstadt soll diese Verbindung aus Online- und Offline-Handel ermöglicht werden. Die App soll als Navigation dienen und die Laufwege der Kunden optimieren, aber auch über Angebote und Rabatte informieren, Veranstaltungen in der Nähe zeigen und die Möglichkeit für eine individuelle Beratung der Kunden sowie eine Produktscan- und Bestellmöglichkeit bieten. Immerhin hat sich das mobile Einkaufen zu einem wichtigen Aspekt der Einkaufserfahrung von Kunden entwickelt, sodass physische Einzelhandelsgeschäfte zukünftig vermehrt darum bemüht sind Shopping-Apps einzuleiten, um die Kundenbindung weiterhin zu bewahren. Der Erfolg in der Zukunft wird zunehmend von Erfahrungen abhängen, die den Wunsch der Kunden nach einer Zusammenarbeit zwischen physischen Standorten und Online-Handel erfüllen.

Connected Retail



Leipziger Shopping App



Verbessertes Einkaufserlebnis
 Die nutzerfreundliche und interaktive App ermöglicht einfachen Zugang zu Produkten und Dienstleistungen durch unkompliziertes Durchsuchen und Anpassen der Suchergebnisse

Ziele

- neue Angebote, anknüpfend an bestehenden Strukturen schaffen
- Etablierung neuer Marketingideen: stationärer + online Handel
- Etablierung eines lokalen, digitalen und gemeinschaftlichen Zentrums
- Unterstützung des Wertewandels
- durch neue Marketing- und Nutzungsideen Leerstände minimieren oder gar vermeiden (Co-Working, Showrooming, Pop-Up Stores)

traditioneller & digitaler Handelsmix



Vorteile der Verschmelzung online und offline



Visualisierung Passagen



Projekt Smarter. Greener. Leipzig - Impulsräume einer Innenstadt

Alissa Magali, Julia Beyer, Sherezade Requena, Sonja Wohlert

Analyse

Das Projekt „Smarter. Greener. Leipzig – Impulsräume einer Innenstadt“ befasst sich mit der zukünftigen Entwicklung der Innenstadt Leipzigs mit besonderem **Fokus auf den Marktplatz**, dem Zentrum der Stadt in dem sich alle wichtigen Handelsstraßen bündeln.

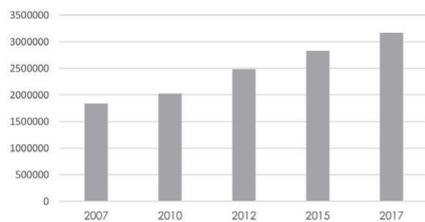
Ziel dieses Projektes ist es, dass Leipzig die Herausforderungen des **technologischen Wandels** annimmt und meistert. Leipzig kann so zu einer grünen und innovativen Stadt werden, die Ideen entwickelt, um auch weiterhin Menschen bzw. Tourist*innen in die Stadt zu locken.

Die Analysen geben zunächst einen Aufschluss über den Ist-Zustand in Leipzig. Analysiert werden Nutzungen, online goes offline, Verkehr, Raumkanten, Passagen und Grünräume. Die wichtigsten Punkte aus den Analysen werden in einem Synthesepan dargestellt. Hierbei handelt es sich um Punkte der Gastronomie, Treffpunkte, Kultur, Forschung sowie dem Handel. Anschließend werden diese Eindrücke dazu verwendet, Stellschrauben zu erstellen.

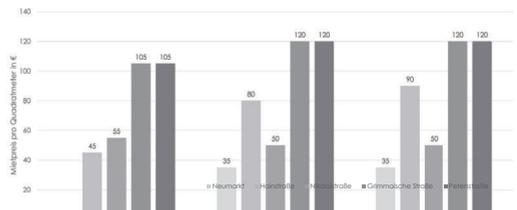
10 Fakten über Leipzig

- Logistikschwerpunkt
- 2016: 579.530 Einwohner
- kompakte Innenstadt auf 0,48 Quadratkilometern
- Über 200 Messen und Kongresse jährlich
- WS 2017/18: 30.226 Studierende
- höchster Rathausurm Deutschlands
- 2017: 42,4 Jahre ist das Leipziger Durchschnittsalter
- 2016 feierte Leipzig 1000 jähriges Jubiläum
- das Hotel Abito verzichtet komplett auf Personal
- 2017: 3,2 Millionen Übernachtungen

Daten

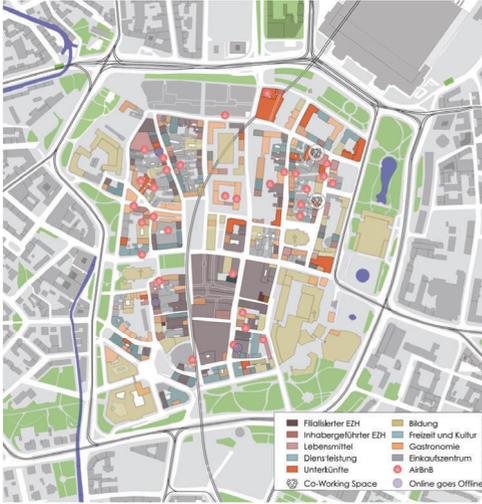


Jährliche Übernachtungen in Leipzig

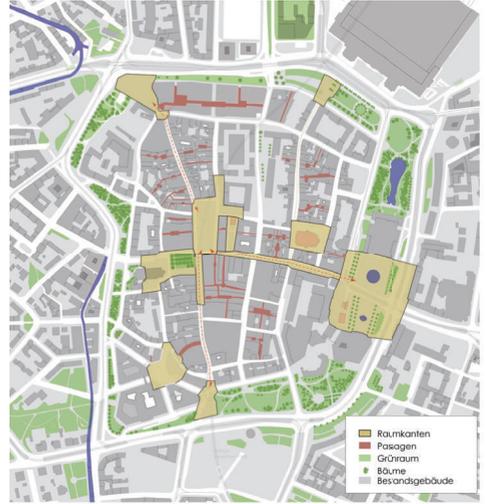


Entwicklung der Einkaufslage

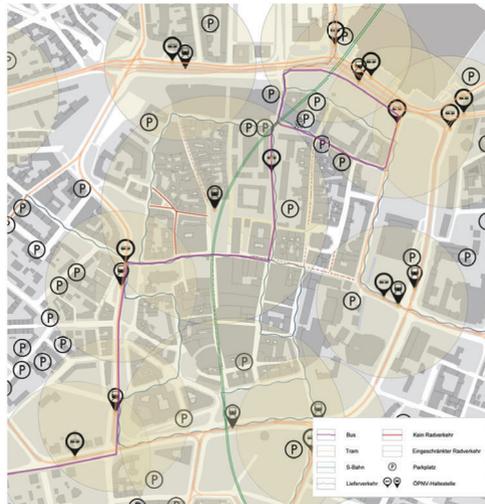
Analysen



Nutzungen

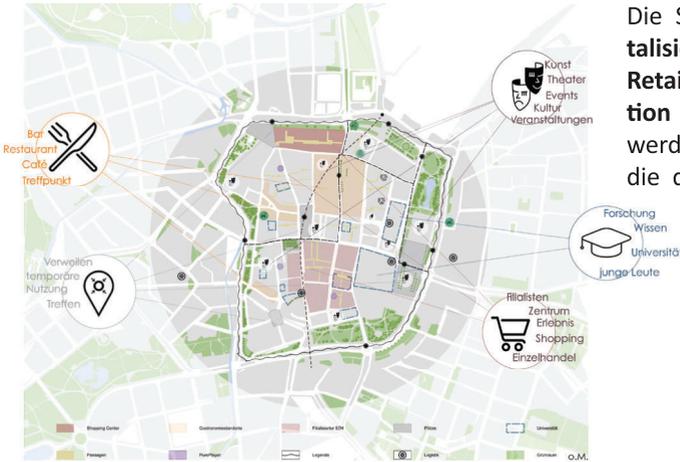


Freiraum / Passagen



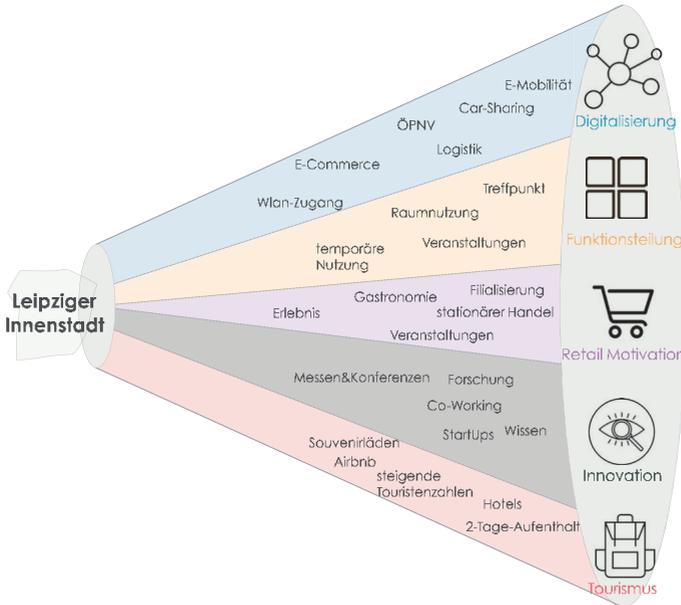
Verkehr

Synthese Plan



Die Stellschrauben sind: **Digitalisierung, Funktionsteilung, Retail Motivation, Innovation und Tourismus.** Daraus werden im weiteren Schritt die drei Szenarien entwickelt.

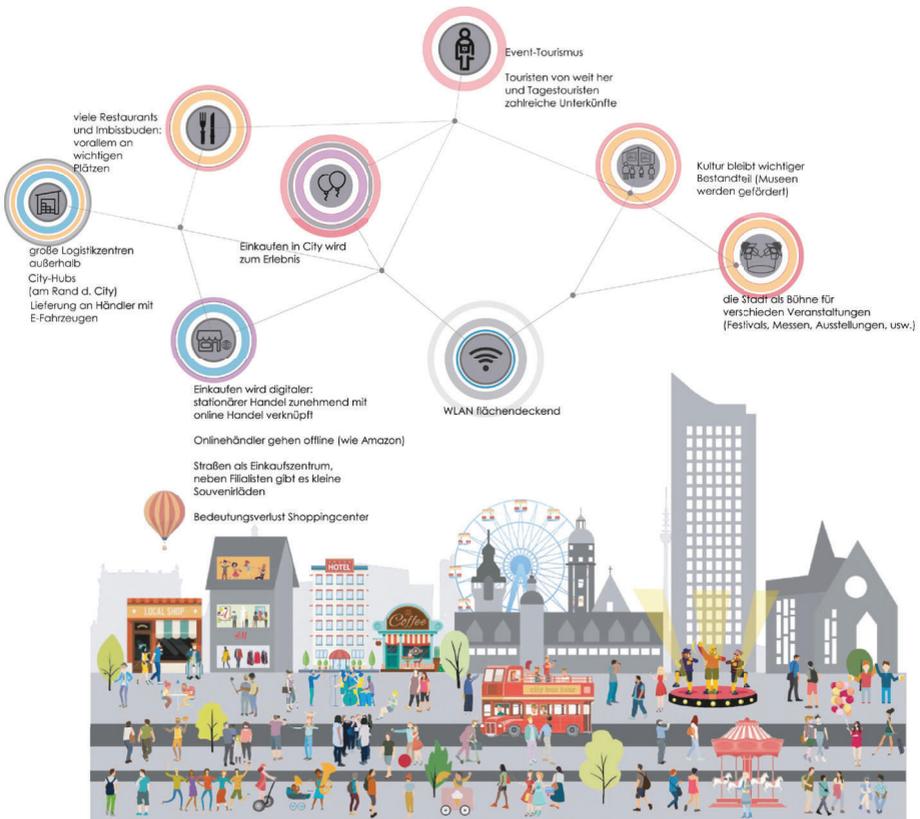
Vorstellung der Zukunftsstadt



Szenarien

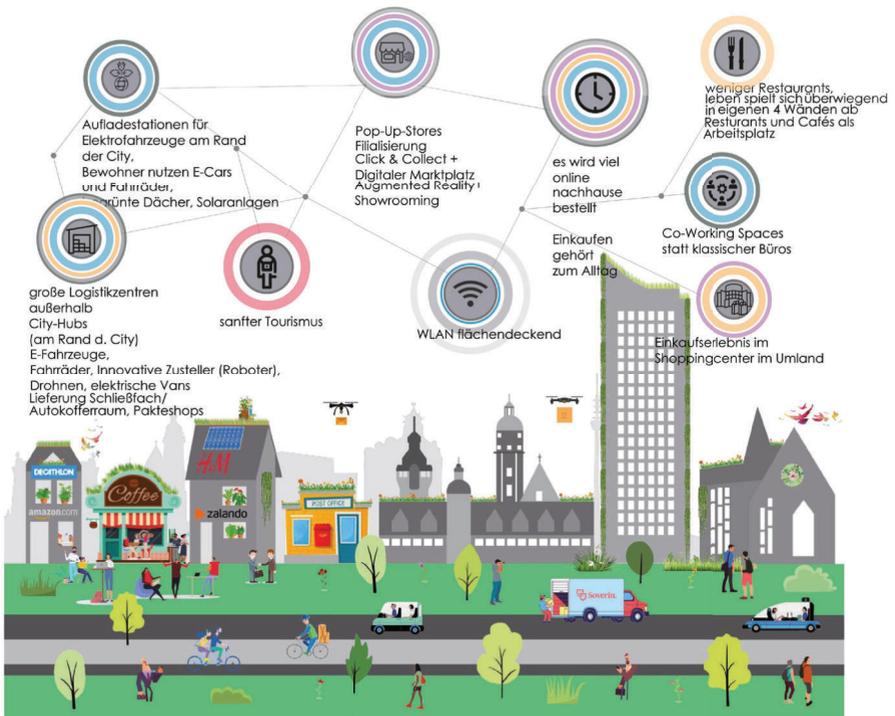
Event Town

In der Event Town wird die Innenstadt zu einem **Erlebniszentrum**. Es werden regelmäßig Feste, sowie Ausstellungen veranstaltet. Einkaufen wird zu einem Erlebnis, durch beispielsweise Augmented Reality oder City-Apps, die den Kunden den reinen Einkaufsspaß bieten. Tagsüber wird am Rand der City in Büros gearbeitet. Wohnen findet in der Innenstadt nicht statt. Stattdessen lockt diese viele Tourist*innen an, was zu einem **Eventtourismus** führt. Dadurch siedeln sich in der Innenstadt viele Hotels, Gastronomie und Freizeiteinrichtungen an. Allerdings bietet die Innenstadt keine Grünflächen.



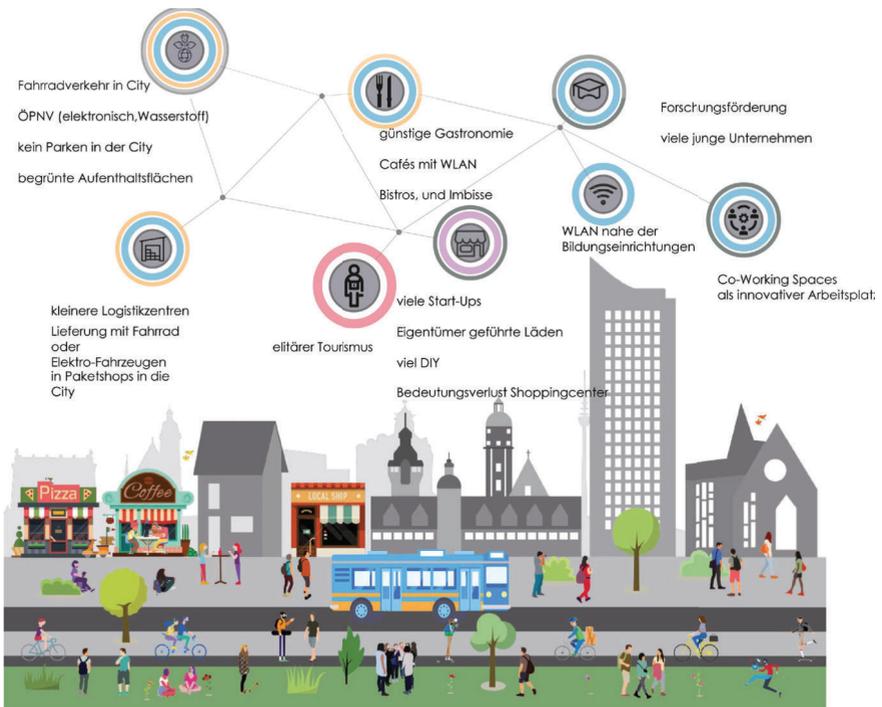
Smart Town

In der Smart Town werden verschiedene Bereiche **digital vernetzt**. Der Kunde kauft online ein, es gibt nur noch wenig stationären Handel, bei dem es sich um Showrooms handelt. Einkaufen muss schnell gehen, der Kunde hat wenig Zeit. Büros gibt es nur noch in Form von Co-Working-Spaces, die gemietet werden können. Auch Cafés werden zu einem beliebten Treffpunkt für die Arbeit. Es wird weiterhin sehr auf die Umwelt geachtet, unter anderem gibt es E-Mobilität sowie Smart-Homes. Durch den **Rückgang der Handelsflächen** kommt es zu Leerstand, dem durch die Ansiedlung von Paketabholstationen entgegengewirkt wird.

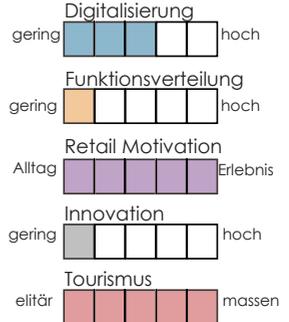
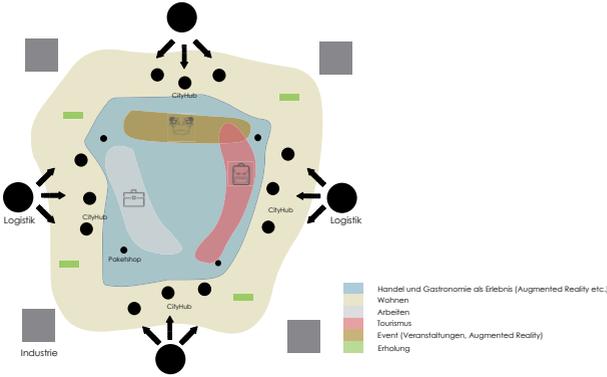


Student Town

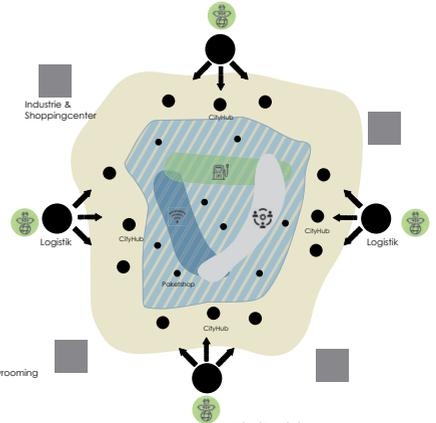
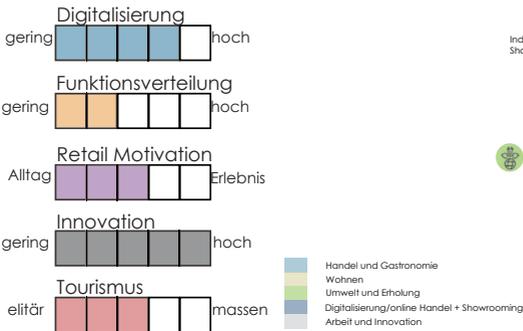
Die Student Town ist eine sehr **junge City**. Die jungen Menschen arbeiten hier nicht nur oder gehen zur Arbeit, sondern wohnen direkt in der Innenstadt. Shoppingcenter erfahren einen Bedeutungsverlust. Es wird vieles **selbst produziert** und in regionalen Geschäften, häufig von Start-Up-Unternehmen, verkauft. Daher kommt es zu einer Trendwende gegen die starke Digitalisierung im Handel. Online wird nicht oder nur sehr wenig eingekauft.



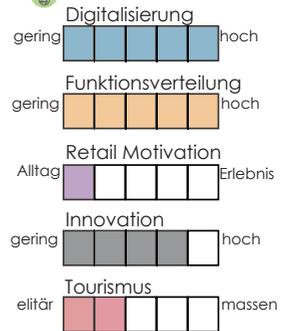
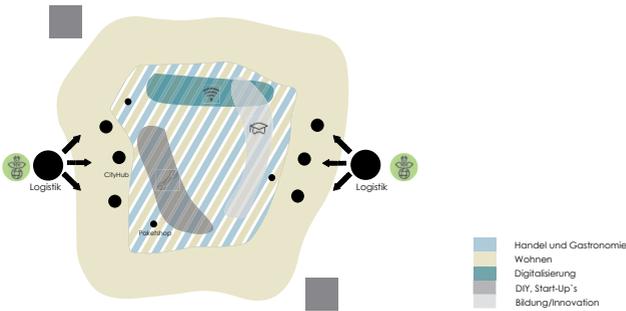
Event Town



Smart Town



Student Town



Konzept

Das Konzept befasst sich mit dem „**pulsierenden Marktplatz**“. Hierfür wurden die drei vorherigen Szenarien zusammengefasst. Im Konzept wird die smarte und grüne Impuls-City von Leipzig in Zukunft dem digitalen Wandel unterworfen sein. Da Leipzig aber eine Touristenstadt bleibt, wird es dennoch den stationären Handel geben, der vor allem mit einer guten Kundenberatung durch extra ausgebildetes Personal punkten wird. Der Einzelhandel vor Ort wird stark mit dem Online-Handel verknüpft sein und nicht miteinander konkurrieren. So wird es Konzepte, wie Showrooming und Augmented Reality geben.

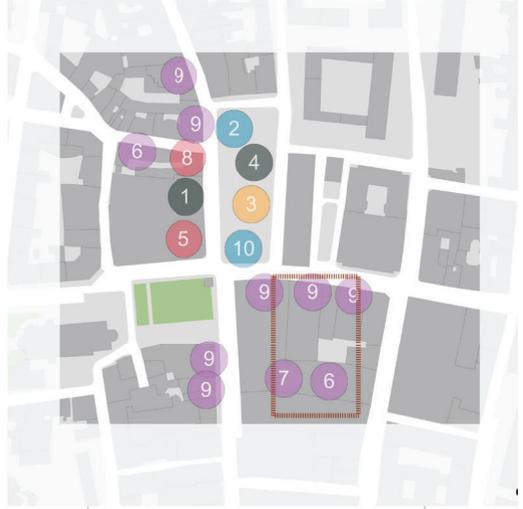
Der Stadtraum wird ebenfalls mit digitalen Elementen, wie digitalen Schaufenstern oder Werbung ausgestattet sein. Der Marktplatz, das Herz der City, wird von Filialisten, aber auch von traditionellen Geschäften und DIY-Shops geprägt, vor allem in der Handwerkerpassage und in einem Teil der Mädler-Passage wird das der Fall sein. Weiterhin wird er von Urban-Gardening geprägt sein, was sich zu einem Trend entwickelt hat. Die angebauten Produkte werden auf einem Markt verkauft. Um das Klima zu schützen wird es außerdem E-Bike-Sharing geben.

Durch den Tourismus werden sich vermehrt Hotels am Marktplatz ansiedeln. Auch Gastronomie wird sehr präsent sein. So zum Beispiel auch die sogenannte schnelle Gastronomie. Dort können Kunden ihr Gericht vorher online bestellen. WLAN wird es flächenübergreifend geben. In Zukunft werden Co-Working-Spaces vorhanden sein, in denen flexibel gearbeitet werden kann. Um Menschen in die Stadt zu locken arbeiten junge Designer mit größeren Firmen zusammen und entwickeln **innovative Ideen**.

Verortung



Urbane Handelslage „Marktplatz“



- | | | | |
|---|-------------------|----|-------------------------|
| 1 | Urban Gardening | 6 | Traditionelle Geschäfte |
| 2 | EBike-Sharing | 7 | DIY-Shops |
| 3 | Temporäre Nutzung | 8 | Gastronomie |
| 4 | Co-Working | 9 | Filialisierung |
| 5 | Hotel | 10 | WLAN |

Marktplatz



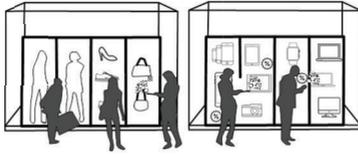
Perspektive auf dem Marktplatz



Hainstraße in der Zukunft



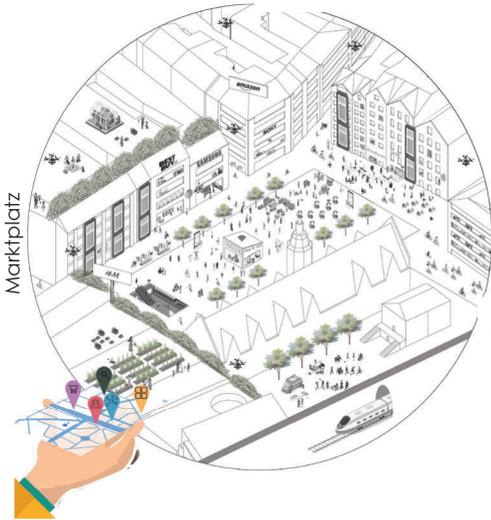
E-Bike Ladestation



Digitalisierte Schaufenster



Nutzung im Gebäude



Addidas Store



Digitalisierter Einzelhandel



Vorauswahl
und Inspira-
tion



Konfiguration
im Geschäft



Beratung und
Betreuung



Herstellung
im 3D Druck-
verfahren



Schuh als
Unikat

Die mischgenutzte Stadt - ein Zukunftsszenario zur Entwicklung der Leipziger Innenstadt 2035

Patrick Iglück, Stefan Ignatius,
Thora Emmeline Haubold

Analyse

Innenstädte stehen insbesondere aufgrund des zukünftig stetig zunehmenden Onlinehandels vor einer **Veränderung** in ihrer Funktion. Die auch in Leipzig dominierende Nutzung des Handels bedarf neuer Konzepte und zusätzlicher Nutzungen, um die Innenstadt als Zentrum zu erhalten und zu fördern. Vor diesem Hintergrund ergab sich die zentrale Forschungsfrage, durch welche Nutzungen und in welcher Verteilung die Leipziger Innenstadt zukünftig attraktiv bleiben kann. Die Ausarbeitung gliederte sich dabei in drei Unterfragen:

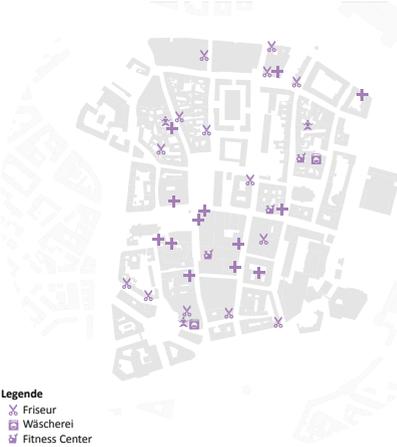
1. **Wie verteilen sich Nutzungen und Räume in der Leipziger Innenstadt?**
2. **Wie entwickelt sich die Leipziger Innenstadt bei einer dominanten Nutzung von Hotels, Wohneinheiten oder Büros?**
3. **Wie verändern sich die Nutzungen in der Innenstadt bis zum Jahr 2035?**

In der Literaturrecherche zu Einzelhandels- und Lifestyletrends, der Vor-Ort-Begehung und einer Plananalyse zeichneten sich neun zentrale Ergebnisse ab, auf denen die Szenario- und Konzeptausarbeitung abzielte. Insbesondere die steigende gesamtstädtische Einwohnerzahl bei dem sich verknappendem Wohnraum, der intensiviertere Bau von Hotels in der Innenstadt durch einen stärker in den Fokus rückenden Tourismus, die Dominanz der Einzelhandels- und gastronomischen Nutzung, ein hoher Büroflächenanteil, sowie das bis dato ausbaufähige Potenzial des großen Höfe-und-Passagen-Systems, des eventuell zukünftig leerstehenden Karstadt-Gebäudes und der zentral gelegenen Universität sind hier zu nennen.

Aktuelle Trends



Dienstleistungsangebote



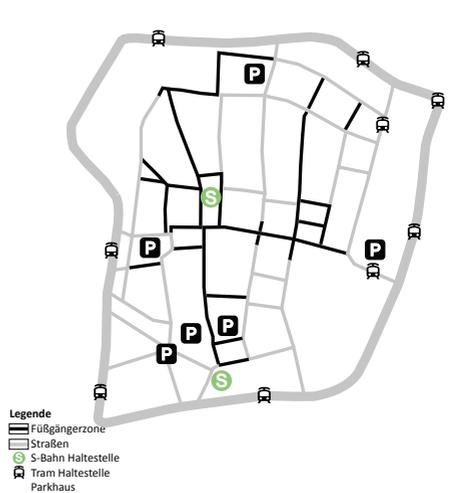
Shoppinglagen und Güter des täglichen Bedarfs



Gastro, Events & Nachtleben



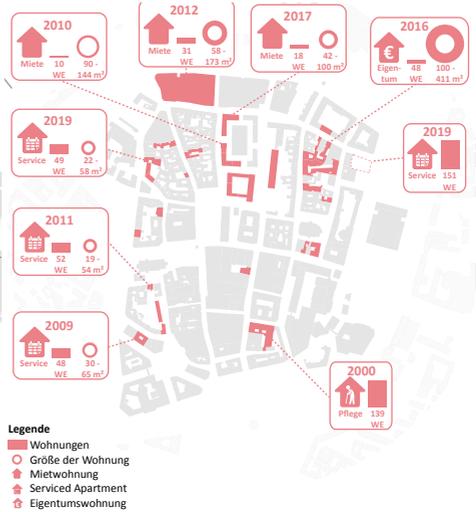
Verkehrsinfrastruktur



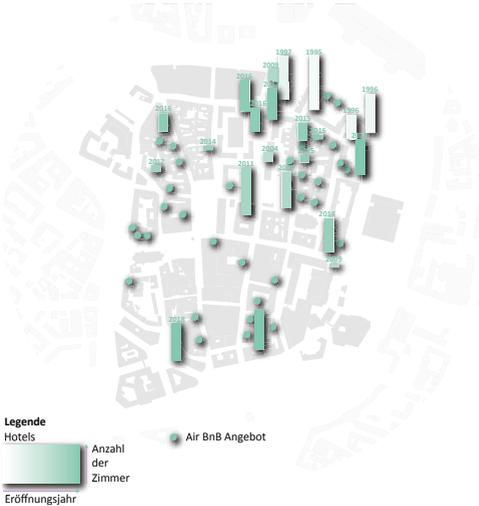
Öffentlicher Raum



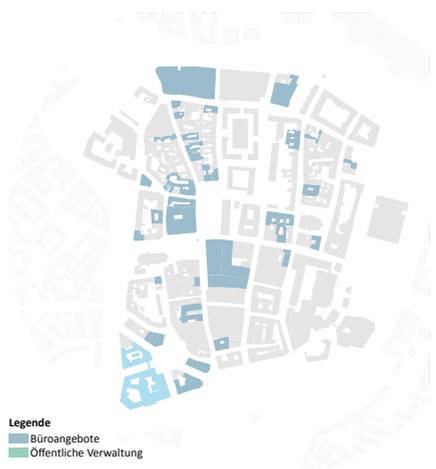
Wohnungsmarkt und Neubauprojekte



Hotels & Ferienwohnungen



Büroangebote & öffentliche Verwaltungen



Szenarien

2. Wie entwickelt sich die Leipziger Innenstadt bei einer dominanten Nutzung von Hotels, Wohneinheiten oder Büros?

In den Szenarien wurden der Leipziger Innenstadt bis zum Jahr 2035 drei neue Funktionen zugeführt, indem entweder der **Wohnflächen-, der Beherbergungsflächen- oder der Büroflächenanteil des Dienstleistungssektors** erhöht wurden, um dadurch bewerten zu können, durch welche Nutzungen die Stadt Belebung und Attraktivität erfährt, bzw. Nachteile entstehen könnten.

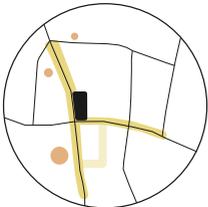
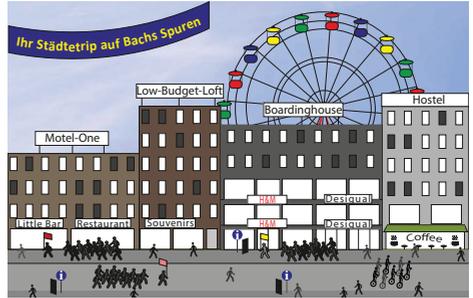
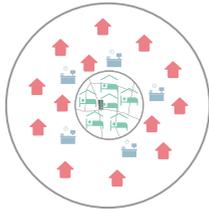
Dies resultierte in den Szenarien **„Cityresidenzen“**, **„Touristic Park“** und **„Central Business District“**, die jeweils eine genaue Aufschlüsselung von Parametern – entsprechend von den potenziellen Funktionen abgeleitete Nutzungen – beinhalteten: Art und Flächen der Güter des täglichen Bedarfs, Art und Fläche des Shopping-Einzelhandels, Gastronomie, Dienstleistungen und soziale Infrastruktur, Art von Wohnungsangeboten, Art von Büroflächen etc. Wichtige Aussagen waren hier, dass zu einer attraktiven Stadt eine Mischung aus allen Nutzungen gehört, die Beherbergungs- und Büroflächennutzung jedoch einen geringen Anteil der Belebung ausmachen, dass eine soziale Infrastruktur bedacht werden sollte, dass die Innenstadt sowohl eine Tages-, als auch Nacht- und Wochenendbevölkerung durch entsprechende Nutzungen zur Belebung aufweisen sollte und dass räumliche Nutzungskombinationen Lärmkonfliktpotenziale ausbilden können.

Touristic Park

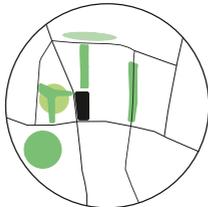
Hotelzimmerentwicklung 

Wohnflächenentwicklung 

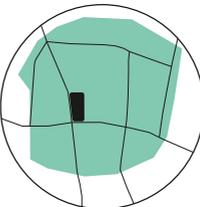
Büroflächenentwicklung 



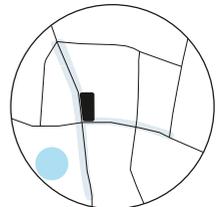
- To-Go-Angebote
- Abnahme des Lebensmittel-angebotes



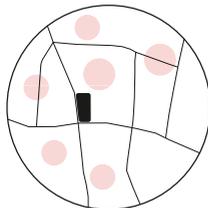
- Zunahme an Restaurants, Cafés und Backshops
- Zunahme an Bars und Discos



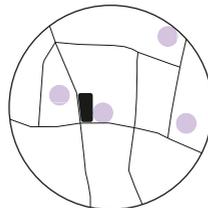
- Low-Budget-Hotels
- Ferienwohnungen



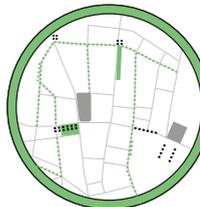
- Büros außerhalb der Innenstadt
- MDR-Tower wird zum Hotel Tower



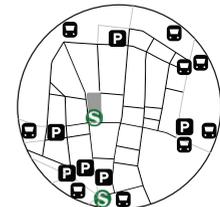
- Wohnungen werden zu Ferienwohnungen



- Zunahme an touristischen Dienstleistungen (Stadtführungen und Touristeninformationen)



- Aufwertung des öffentlichen Raumes durch Grün



- autofreie Innenstadt
- keine Rush Hour

  Gastronomie- und Nachtleben nimmt zu

 Starke Abnahme des Verkehrsaufkommen und keine Rush Hour

  Einzelhandel nimmt durch sinkende Nahversorgung stark ab

 Starke Abnahme sonstiger Dienstleistungen

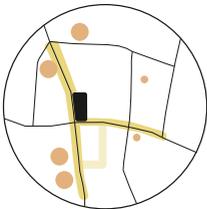
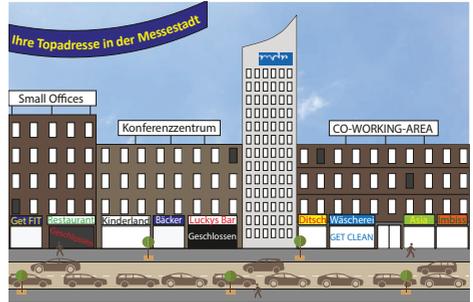
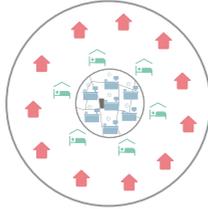
 Lärmkonflikte zwischen Nachtleben und Hotelgästen

Central Business District

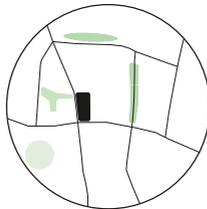
Hotelzimmerentwicklung

Wohnflächenentwicklung

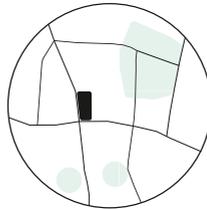
Büroflächenentwicklung



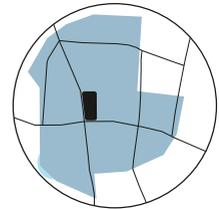
• To-Go-Lebensmittel-Angebote



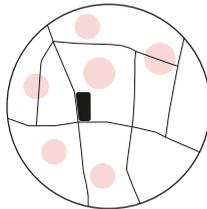
• Abnahme von Restaurants, Cafés und Bars, lediglich Mittagstische
• mehr Imbisse und Backshops



• keine Zunahme an Hotels

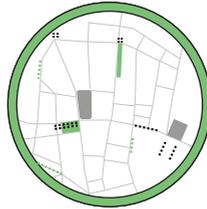


• kleine Büros
• Bürogemeinschaften und Co-Working-Spaces

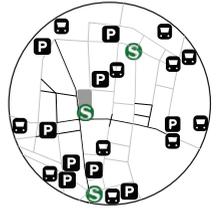


• Wohnräume werden zu Büros

• Kitas
• Wäschereien
• Fitness- und Wellnessangebote



• geringe Nutzung des öffentlichen Raumes, lediglich in der Mittagspause



• Innenstadt mit Autos befahrbar
• Rush Hour

Einzelhandel leicht abnehmend

Zunahme sonstiger Dienstleistungen

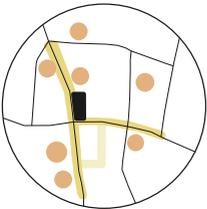
Starke Zunahme des Verkehrsaufkommen zur Rush Hour

Gastronomisches Angebot beschränkt sich stark auf Mittagstisch

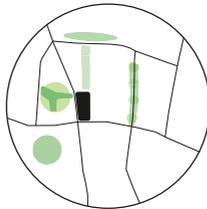
Keine Wochen- und Nachtnutzung

Cityresidenzen

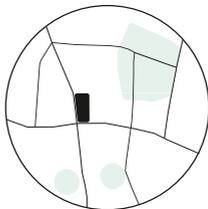
-  Hotelzimmerentwicklung 
-  Wohnflächenentwicklung 
-  Büroflächenentwicklung 



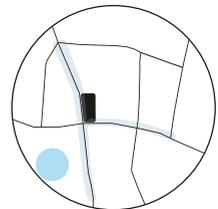
- Zunahme an Lebensmittelhandel, Drogerien und Apotheken



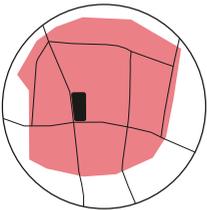
- Abnahme von Restaurants
- Zunahme an Cafés und Bäckereien
- keine Außengastro nach 22 Uhr



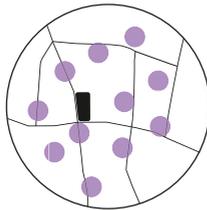
- keine Zunahme an Hotels



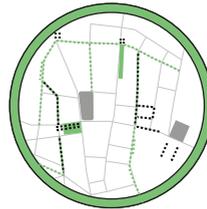
- Büros außerhalb der Innenstadt



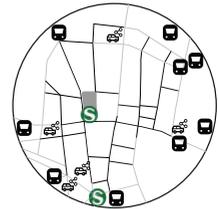
- Serviced- und Mikroapartments
- Studierendenwohnheime
- Eigentumswohnungen



- Ärzte
- Wellness- und Fitnessangebote
- Fahrräder



- Nutzung des öffentlicher Raum zur Freizeitgestaltung
- Aufwertung des Raumes



- Mobilitätshubs an den Außenbereichen der Innenstadt
- Innenstadt nahezu autofrei

 Einzelhandel stabil durch stärkere Nachfrage nach Nahversorgung

 Starke Zunahme sonstiger Dienstleistungen

 Wochend- und Nachtnutzung

 Leichte Zunahme des Verkehrsaufkommen

 Lärmkonflikte zwischen Nachtökonomie und Bewohnern

Konzept

Insofern wurde versucht, im Konzept „Eine **mischgenutzte Leipziger Innenstadt für Pioniere**“ die aus den Szenarien gewonnenen Nachteile gering zu halten und Vorteile zu fördern. Dabei wurde bedacht, dass die Innenstadt **keiner ergänzlichen Neuerung** bedarf, da sie gut funktioniert.

Unter den Themen Mobilität, Stadtraum und Nutzung sollte das Konzept im Wesentlichen eine autofreie Innenstadt, sichtbare Passagen, eine thematische Profilierung des Raums, eine Multi- und Mischnutzung und ein vielfältiges Dienstleistungsangebot schaffen. Stellvertretend wurden hier die Nikolai- und die Petersstraße, die jeweils angrenzenden momentan defizitären Strohsack- und Messehofpassage, sowie das zukünftig womöglich leerstehende Karstadtgebäude ausgewählt.

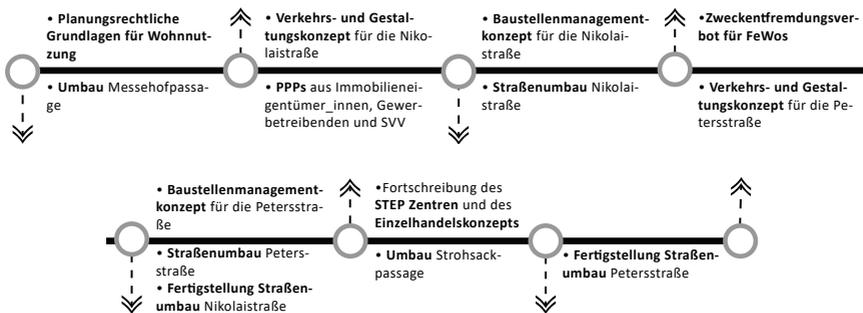
Leitziele



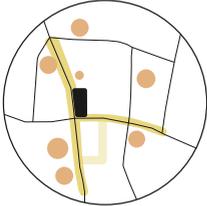
Die Straßenzüge weisen sowohl typologisch, als auch in ihrer Nutzung, Unterschiede auf und wurden daher beide einbezogen. Das Konzept orientierte sich an **Bedürfnissen von Studierenden und Young Professionals**, da auf der Hypothese aufgebaut wurde, dass diese Gruppen am ehesten in der Innenstadt wohnen.

Insofern gestalteten sich Wohneinheiten als zum Beispiel Serviced Apartments oder Studierendenwohnheime. Büroflächen konnten in Form von Co-Working-Spaces oder Arbeitscafés auftreten, es existierten Mobilitätshubs für Carsharing-Angebote, der Gastronomie- und Nachtetablisementanteil stieg und es wurden im Zuge der Mediterra- nisierung mehr unkommerzielle Aufenthaltsräume geschaffen. Im Einzelhandel wurde auf zum Beispiel Showrooms, aber auch auf **Themenpassagen**, wie eine „Feinkostpas- sage“ mit Foodmärkten und Bioläden oder eine „Alltagspassage“ mit Dienstleistun- gen und Geschäften mit Gütern des täglichen Bedarfs gesetzt. Die Innenstadt erfuhr eine räumliche Nutzungstrennung, bei der der nördliche Teil überwiegend Wohnraum und Gastronomie, dagegen der Süden Büro- und Shoppingflächen bereithalten sollte.

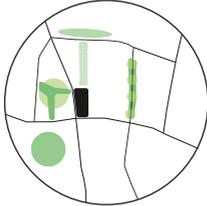
Um Nutzungskonflikte zu vermeiden und eine optimale Belegung zu schaffen, wurde Wohn- raum in der Nikolaistraße tendenziell in die Höfe verlagert, das Erdgeschoss mit Einzelhandel undGastronomiebesetzt, inderPetersstraßeinnerhalbderHäusereinevollständigeNutzungs- Mischung veranlasst und für entsprechende Aufenthaltsqualität durch ein zu den Passagen führendes Leitsystem mit Informationstafeln und unterschiedlichen Bodenbelägen sowie Grün gesorgt. Auf dem Dach des Karstadt-Gebäudes wäre die Installation eines Freiluftkinos denkbar und in seinen übrigen Geschossen beispielsweise ein Wellnes- und Fitnessstudio.



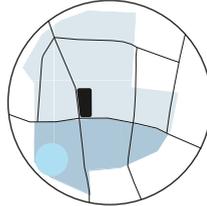
Nutzungsänderungen



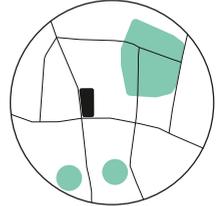
- Showrooms, Concept- und Pop-Up-Stores
- Lebensmittelangebote



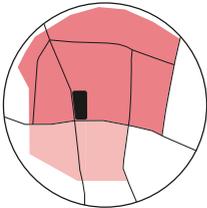
- Zunahme Restaurants, Bars, Bäckereien und Cafés
- Nachtleben



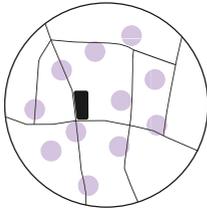
- Verlagerung in den Süden
- flexible Arbeitsmodelle/-orte z.B. Co-Working



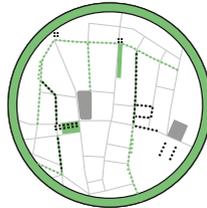
- Hotelanteil bleibt unverändert



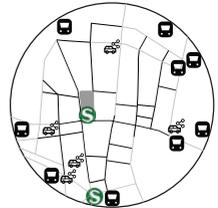
- Serviced- und Microapartments
- Studierendenwohnheime



- vielfältiges Dienstleistungsangebot



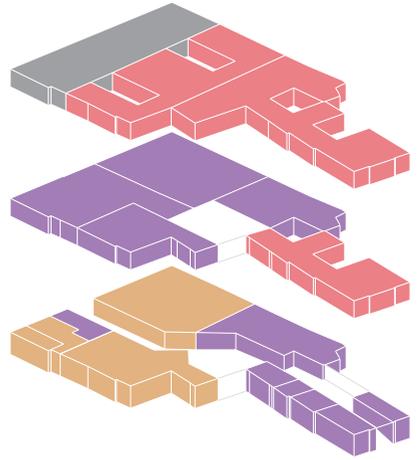
- unkommerzielle Nutzung des Raumes
- Aufwertung durch Mobiliar



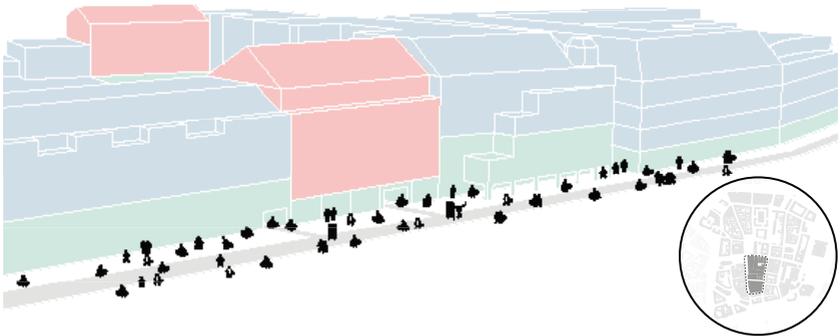
- Mobilitätshubs

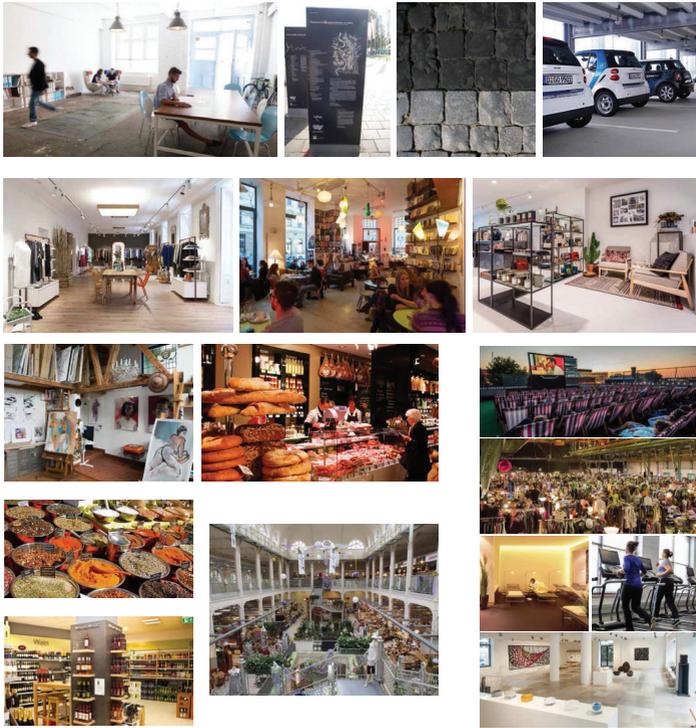
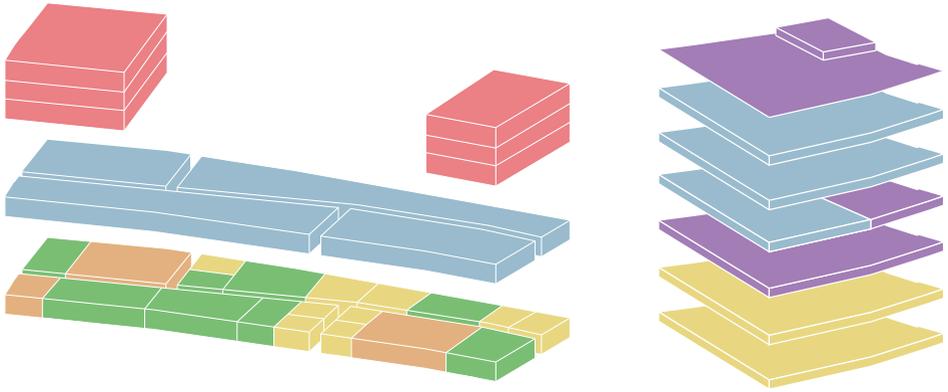
Konzept Nikolaistraße





Konzept Petersstraße





Leipzig will Amazon

Federico Webe, Felix Krex,

Nicola Andrea Schmitz, Stephan Gonka

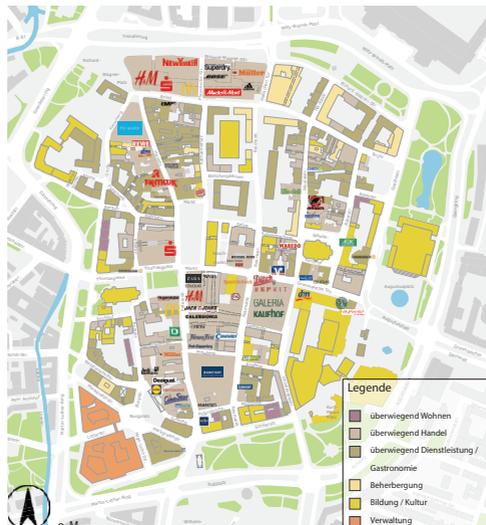
Analyse

Der Titel „Leipzig will Amazon“ verdeutlicht, dass die Metropole in Sachsen den Marktführer im **Online-Versand benötigt**, um auch in Zukunft, sowohl für Einheimische, als auch für Tourist*innen attraktiv zu sein. Die Bestandsanalysen zeigen, dass eine Nutzungsmischung in den Erdgeschossen der Gebäude vorhanden ist, **Handel und Dienstleistung dennoch überwiegen**. In den stark frequentierten Straßen um den Markt sind vor allem Filialisten vorzufinden. Dennoch sind auch die Sektoren Bildung in Form der Universität sowie diverse Kulturangebote vertreten. Verkehrstechnisch ist die City sehr gut zu erreichen. ÖPNV, MIV und das Angebot für Fußgänger und Fahrradfahrer ist dabei ausgewogen.

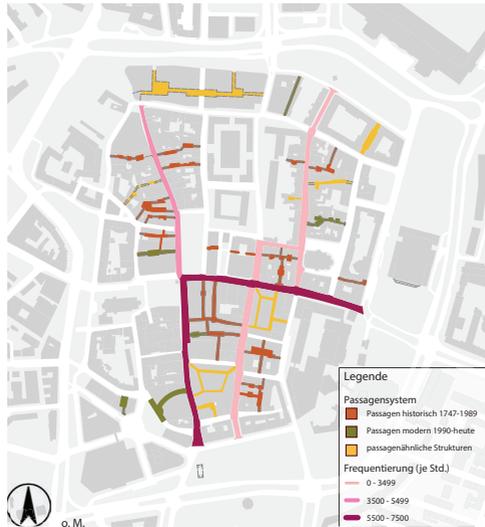
Trends im Wandel



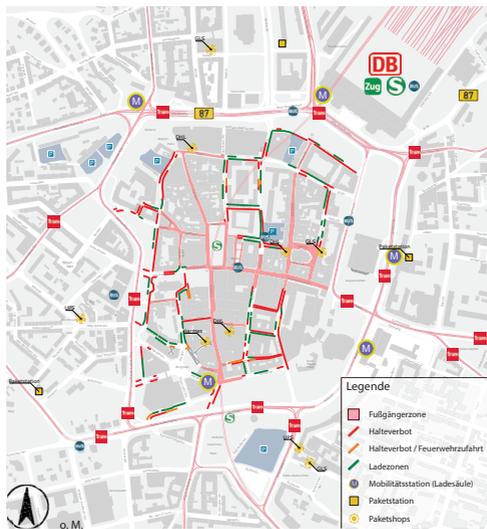
Nutzungsanalyse Erdgeschoss



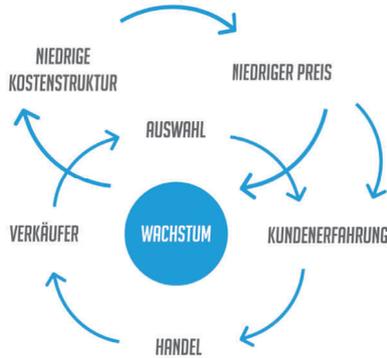
Frequenzierung & Passagensystem



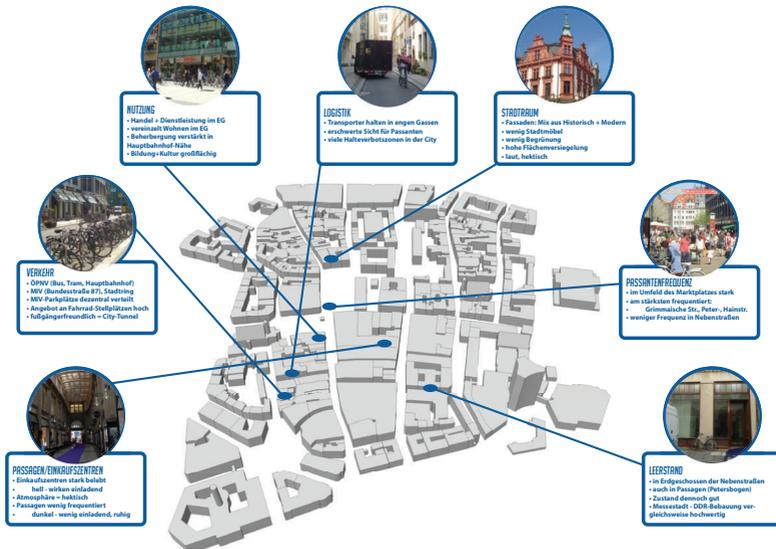
Verkehrsanalyse



Geschäftsmodell von Amazon



Ergebnisse aus Analysen und Besichtigungen



Szenarien

Das Amazon Monopol

Mit dem Thema Amazon in Leipzig soll verdeutlicht werden, welche **innovativen Möglichkeiten** und Entwicklungen sich aus den Szenarien ableiten lassen. Im ersten Szenario des Amazon-Monopols stellt das Unternehmen Amazon den Platzhirsch im stationären Handel dar, durch welchen in Flagshipstores die Produkte den Kunden präsentiert werden. Die Lieferung der Produkte erfolgt von den Logistikzentren am Stadtrand, sodass Logistik in der Innenstadt keine Rolle mehr spielt. Aufgrund der Tatsache, dass Amazon die City selbst verwaltet, kann auch der Leerstand verringert werden. Showrooms in den einzelnen Straßen tragen auch dazu bei, dass sich ein neues Konsumverhalten einstellt. Da sich regionale Produkte aus ökonomischen Gründen für Amazon nicht rentieren, werden diese von **lokalen Anbietern** angeboten.



Schlüsselfaktoren

Entwicklung des Handels	<ul style="list-style-type: none"> E-Commerce-Konkurrenz vor Bedeutungsverlust inhabergeführter Einzelhandel mehr vorhanden 	
Technologische Entwicklung	<ul style="list-style-type: none"> Amazon als Vorreiter für Ideenfindung und -entwicklung schnelle Digitalisierungsschritte weniger Experimente, Amazon-System wird Standard 	
Flächenentwicklung	<ul style="list-style-type: none"> Showrooming und Webrooming geringer Leerstand Filialen ersetzt durch Amazon-Dritthändler 	
Logistik	<ul style="list-style-type: none"> Große Logistikzentren am Stadtrand Marketplace-System: Händler lagern bei Amazon Amazon perfektioniert Endkundenlogistik (Over-Night...) 	
Regionalität	<ul style="list-style-type: none"> Regionalität unökonomisch für Amazon traditionelles und neues Handwerk als Gegenpol Erlebnis, Kultur, Soziales wichtiger in Innenstadt 	
Öffentlicher Raum	<ul style="list-style-type: none"> Qualitätssteigerung und Bedeutungsgewinn Entschleunigung Ruheoasen 	

Das Amazon Monopol



Stadt ohne Amazon

Das zweite Szenario beschäftigt sich mit einem Stadtraum komplett ohne Amazon. Die Idee ist hierbei, dass die Händler der Innenstadt den **Multi-Channel-Ansatz** verfolgen und somit über diverse Kanäle ihre Waren den Kunden anbieten. Im Unterschied zum Monopol-Szenario wird die Flächenentwicklung der Geschäfte **kleinteiliger** ausfallen, da der Handel auf die vielfältige Regionalität anstatt auf das globale Angebot setzt. Die Logistik verändert sich dahingehend, dass Lastenräder sowie auch Smart Hubs den Stadtraum prägen werden. Weiterhin ist bedeutsam, dass die City Leipzig als ein Versuchslabor dient, bei der die Fortschritte in der Digitalisierung ausgetestet werden.



Schlüsselfaktoren

Entwicklung des Handels	<ul style="list-style-type: none"> • Multi-Channeling • Ausweiten verschiedener Vertriebswege 	
Technologische Entwicklung	<ul style="list-style-type: none"> • Stadt wird zum Versuchslabor - Trial-and-Error-Prinzip • Digitalisierung erhält Einzug 	
Flächenentwicklung	<ul style="list-style-type: none"> • Kleinteiligkeit • hohe Fluktuaktion 	
Logistik	<ul style="list-style-type: none"> • stärkere Ausdifferenzierung (Abholung & Lieferung) • neue Konzepte notwendig • Click-and-Collect, Smart Hubs, Lastenräder 	
Regionalität	<ul style="list-style-type: none"> • hohe Regionalität durch Kleinteiligkeit • Trend zur Regionalität statt Globalität 	
Öffentlicher Raum	<ul style="list-style-type: none"> • wenig verändertes Stadtbild • Digitalisierung rückt in den Stadtraum • Hektik 	

Stadt ohne Amazon



Kooperation mit Amazon

Im dritten Szenario wird eine Kooperation von dem Unternehmen mit der Stadt angestrebt. Hierbei steht das **Miteinander** im Vordergrund. Es entwickeln sich Synergieeffekte zwischen beiden Komponenten. So profitiert beispielsweise Amazon von der Beratung im Geschäft sowie der Präsenz von den Produkten. Der stationäre Handel kann wiederum von der Logistik **profitieren**, die der Online-Händler nutzt. Zudem entstehen auch für den Vertrieb von regionalen Waren im World-Wide-Web neue Chancen, welche über Amazon vertrieben werden können.



Schlüsselfaktoren

Entwicklung des Handels	<ul style="list-style-type: none"> Handel kann neben Amazon bestehen Amazon profitiert von Beratung und physischer Anwesenheit des Produkts 	
Technologische Entwicklung	<ul style="list-style-type: none"> Innovationen als Werkzeug gegenüber Amazon junge Stadt Leipzig: Möglichkeiten für smarte Konzepte 	
Flächenentwicklung	<ul style="list-style-type: none"> Pop-Up Shops, Showrooming und klass. Geschäften Reduktion des Flächenverbrauchs durch bessere Logistik 	
Logistik	<ul style="list-style-type: none"> Lagerung in der Stadt nimmt ab, Logistik am Stadtrand Stationärer Handel nutzt Amazon-Logistik gute Mischung aus Amazon-Logistik und Eigenem 	
Regionalität	<ul style="list-style-type: none"> Regionalität erhält Einzug im Internet: Portale à la eBay für lokale Produkte Amazon selbst wird nicht für Regionalität sorgen 	
Öffentlicher Raum	<ul style="list-style-type: none"> mehr Qualität durch weniger Verkehr Resting Points Stadtraum wird Ort für digitale Werbung (AR; VR) 	

Kooperation mit Amazon



Konzept

Das Konzept legt das Augenmerk auf eine Zusammenarbeit zwischen **Stadt und Amazon**. Der Online-Händler sucht geeignete Flächen für die **Flagshipstores** und sieht bei der jungen Stadtbevölkerung Potenzial für einen Forschungsraum für neue Projekte. Im Gegenzug sieht die Stadt durch die Zusammenarbeit die Möglichkeit, den lokalen Einzelhandel zu fördern und Bildung und Kultur auszubauen.

Es ist vorstellbar ein Innovationszentrum als Plattform für den inhabergeführten Einzelhandel einzurichten. Hierbei steht der Wissensaustausch im Vordergrund. Weiterhin kann im Handel die sogenannte **Leipzig Card** bedeutsam sein. Sie ermöglicht Vorteile sowie Rabattaktionen in den Geschäften und eine kostenlose ÖPNV-Nutzung. Über das Amazonbezahlssystem kann die Ware bezahlt werden und Amazon neue Nutzerdaten sammeln. Um den Handel logistisch zu regeln, wird die Nachtlieferung relevant, insbesondere für die Gastronomie. Durch Smart Hubs und Abholstationen, die an den Randlagen der Innenstadt entstehen, wird der Lieferverkehr außerhalb der Innenstadt abgefertigt.

Der Sektor Kultur und Bildung wird in dem Konzept mit der Digitalisierung stärker verbunden sein. Die Idee dahinter ist, historische Strukturen wie die Mädler-Passage mit Augmented Reality zu vereinen, aber auch eine E-Bibliothek zu errichten, um neue Innovationen beim Wissenstransfer zu ermöglichen. Die Kooperation der Stadt mit Amazon wird sich auch auf den öffentlichen Raum auswirken. Neue Aufenthaltsqualitäten werden beispielsweise durch Smart-Bench-Stadtmöbel oder Wi-Fi-Hotspots ermöglicht.



Zielvorstellung

Amazon benötigt attraktive Fläche für

FLAGSHIPSTORE

Stadt verlangt von Amazon

FÖRDERUNG DES LOKALEN EINZELHANDELS

Stadt verlangt von Amazon

INVESTITION IN KULTUR/ BILDUNG

Amazon nutzt junge Stadt Leipzig als

FORSCHUNGSRAUM FÜR NEUE PROJEKTE

Schwerpunkte

HANDEL

LOGISTIK

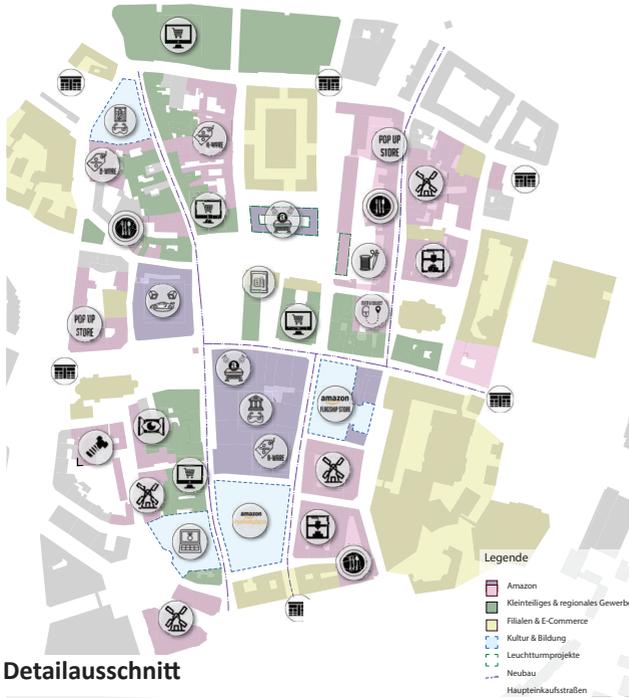
KULTUR/ BILDUNG

ÖFFENTLICHER RAUM

Konzeptbausteine

 <p>Innovationszentrum</p> <ul style="list-style-type: none"> • Amazon schafft Plattform für inhabergeführten Einzelhandel • Wissenstransfer • Integration in Amazon-Struktur  <p>Leipzig Card</p> <ul style="list-style-type: none"> • Amazon Pay • Kostenlos mit Prime • Vorteile wie Rabatte& Aktionen • Integration regionaler Händler, Handwerk & Gastro • Nutzung von Ladestationen • kostenfreies Parken • Nutzung des ÖPNV 	<p>Nachlieferung</p> <ul style="list-style-type: none"> • Für Gastronomie & Handel • Reduktion des innerstädtischen Verkehrsaufkommens  <p>Lebensmittel online</p> <ul style="list-style-type: none"> • Vertriebsplattform für Versandhandel von Lebensmittel aufbauen • auch als Showrooming-System • Integration regionaler Produkte  <p>Smart Hubs</p> <ul style="list-style-type: none"> • Abholstationen an den Rand der Innenstadt • Intention: Lieferverkehr vermeiden 	 <p>VR Passage</p> <ul style="list-style-type: none"> • Augmented-Reality in Mädler-Passage • Treffen mit historischen Personen • Historische Struktur rekonstruiert <p>VR Museum</p> <ul style="list-style-type: none"> • Integration von Virtual-Reality in Museumskonzept • Jüngere Zielgruppen erreichbar  <p>E- Bibliothek</p> <ul style="list-style-type: none"> • komplett digitale Bibliothek • lesen mit E-Books • Fachliteratur vor Ort und Belletristik zur Leihe • Grundlage: Amazon-Kindle-System 	<p>Platzgestaltung</p> <ul style="list-style-type: none"> • Bezos Platz am Salzgäßchen • Smart-Bench-Stadtmöbel • Sensoren für CO₂, Luftdruck, Lautstärke • Arbeitsplätze für Studenten • WiFi-Hotspot • Smarte Abfalleimer  <p>Gestaltungssatzung</p> <ul style="list-style-type: none"> • Begrenzung digitaler Werbung • Vorgaben zur Fassadengestaltung • Wochenmarkt im B-Plan verankern • Betreuung durch Innenstadt-Management
---	---	--	--

Konzeptplan



Detailausschnitt



Neuordnung der Betriebsformen in der Stadt

VORRANGIG HAUPTLAGEN

- Flagship-Store Amazon
- Amazon-Showroom
- Showroom
- Click & Collect Store
- Amazon Marketplace Drittanbieter-Store
- Luxus-Showrooming
- E-Commerce Filialen in der Innenstadt
- Lebensmittel online

VORRANGIG NEBENLAGEN

- Kleinteilige Pop-Ups
- B-Ware / Rückkäufer Verkauf des E-Commerce
- Fab-Labs / DIY-Werkstätten
- Klassisches Handwerk
- Regionale Produkte
- Neue Gastronomie
- 3D-Druck z.B. für Reparatur vor Ort
- Smart Hubs

NEUE KULTURELLE ANGEBOTE

- VR-Museum
- AR-Passage
- E-Bibliothek

Perspektivische Collage



Leipziger Innenstadt: Potenzialflächen

Friedrich Werner Wurst, Philipp Schueller,
Sina Ahmadian Yazdi, Sorena Sadri

Analyse

Die Leipziger City ist ein Betrachtungsraum mit kompakter Bebauung. Auf einer vergleichsweise kleinen Fläche gedrängt, vermischen sich **diverse Baustile**. Die Zeit hat ihre Spuren hinterlassen. Sozialistische Architektur steht neben barocken Fassaden. Teilweise existieren noch freie Potenzialflächen. Trotz steigender Nachfrage, nach Flächen in zentraler Lage, ist eine auffällig große Anzahl an Filetstücken noch ungenutzt bzw. erfüllt nicht die Funktion, die sie haben könnten. Sie bergen ein Potenzial in sich, welches es in positiver Weise für die Stadt zu nutzen gilt.

Ebenso wie die Bebauungsdichte, ist auch der **Versiegelungsgrad** auffallend hoch. Lediglich der Promenadenring bildet eine zusammenhängende Parkfläche. Das hat Auswirkungen auf das lokale Stadtklima. Wie auf unserer Karte ersichtlich wird, bilden sich große zusammenhängende Bereiche starker Hitze. Diesen stehen kaum kühlenden Flächen gegenüber. Die Anbindung an den öffentlichen Personennahverkehr ist gut. Eine Erreichbarkeit ist in weiten Teilen der City gegeben.

Nicht jede Potenzialfläche steht grundsätzlich für eine Neu- bzw. Umgestaltung zur Verfügung. Schwierige Eigentumsverhältnisse, bereits bestehende Anfangsstadien einer neuen Bebauung oder etwa Ladenleerstände sind Faktoren, welche eine Neuplanung unsererseits stark eingrenzt. Die Potenzialflächen am Wilhelm-Leuschner-Platz, der Nonnenmühlgasse, der Reichsstraße, der Richard-Wagner-Straße oder etwa an der Großen Fleischergasse sind innerstädtische Filetstücke mit hohem Potenzial. Derzeit findet auf diesen Flächen keine bzw. nur eine eingeschränkte Nutzung in Form von Parken statt.

Verortung



Einwohner:
571 000

Fläche:
298 m²

Einwohnerdichte:
1918 EW/m²

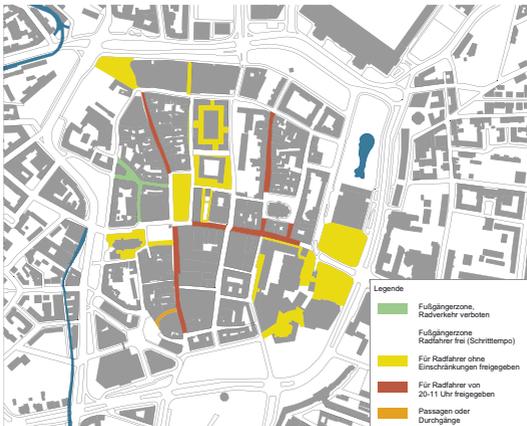
Schwarzplan



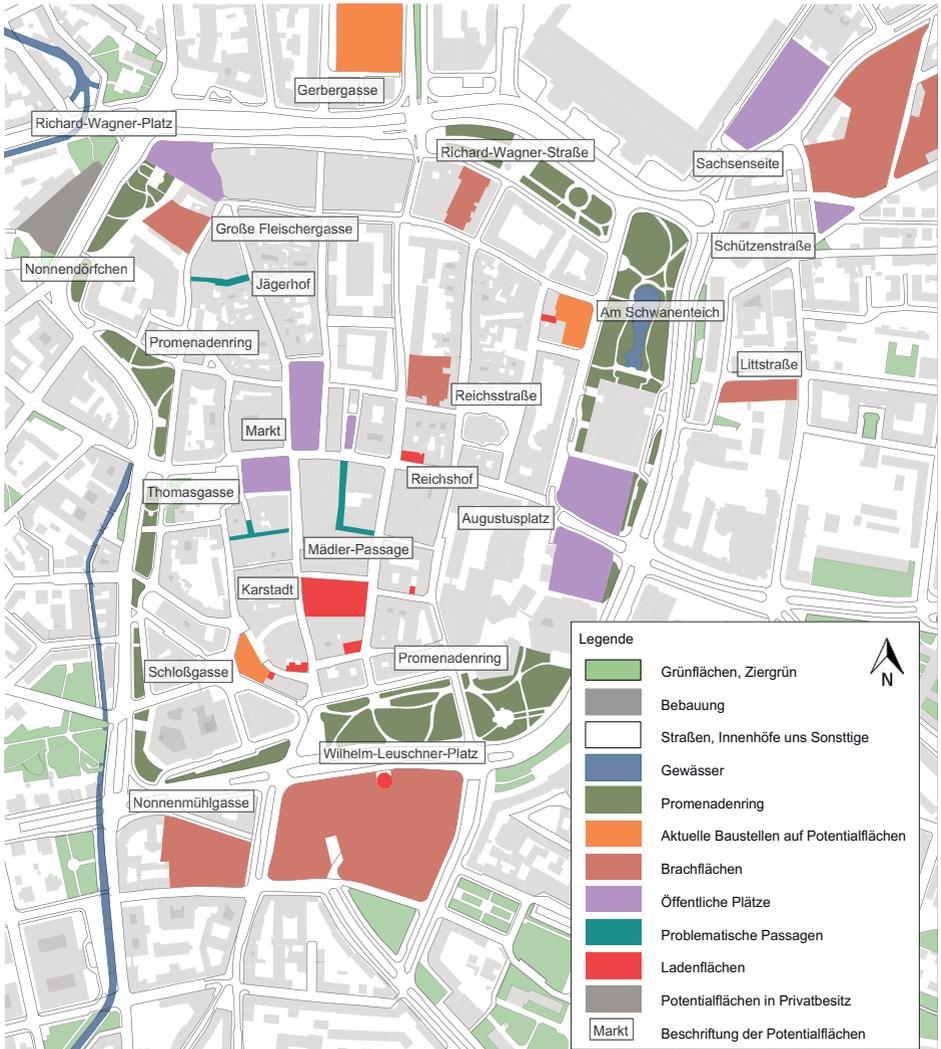
Stadtklima



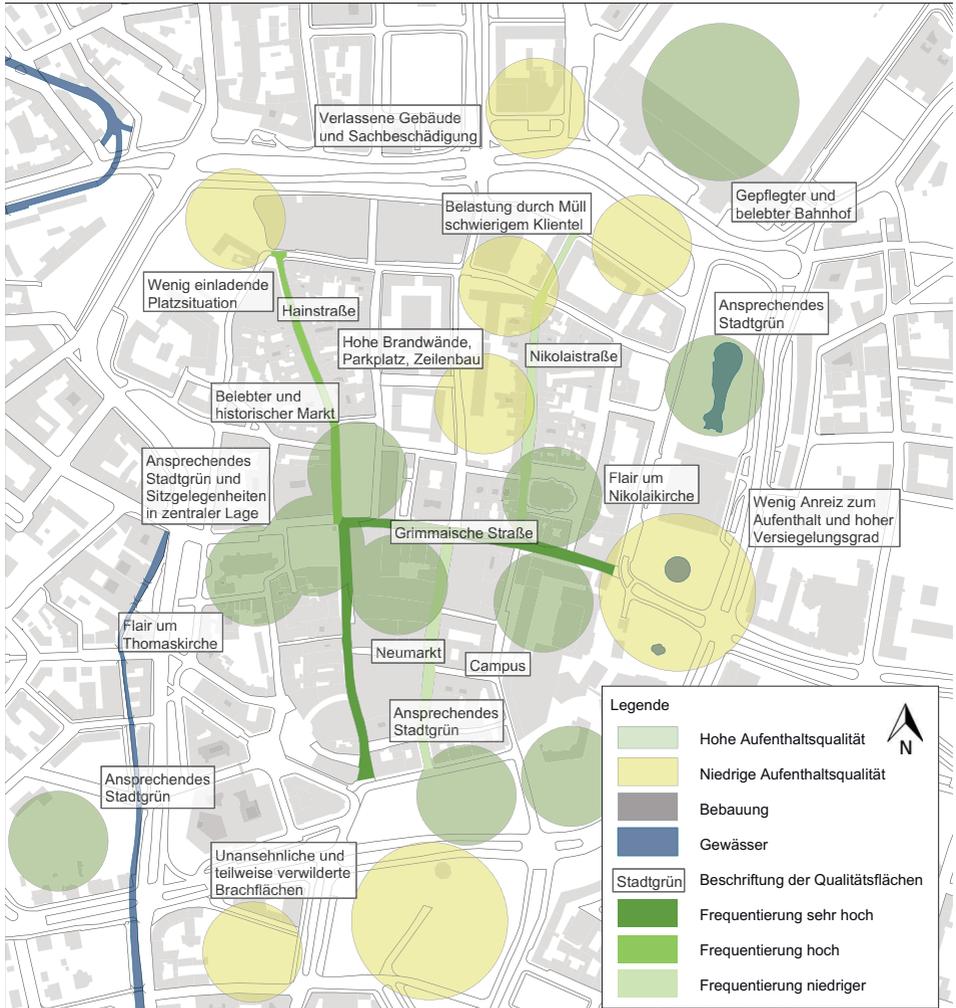
Nutzungsberechtigung



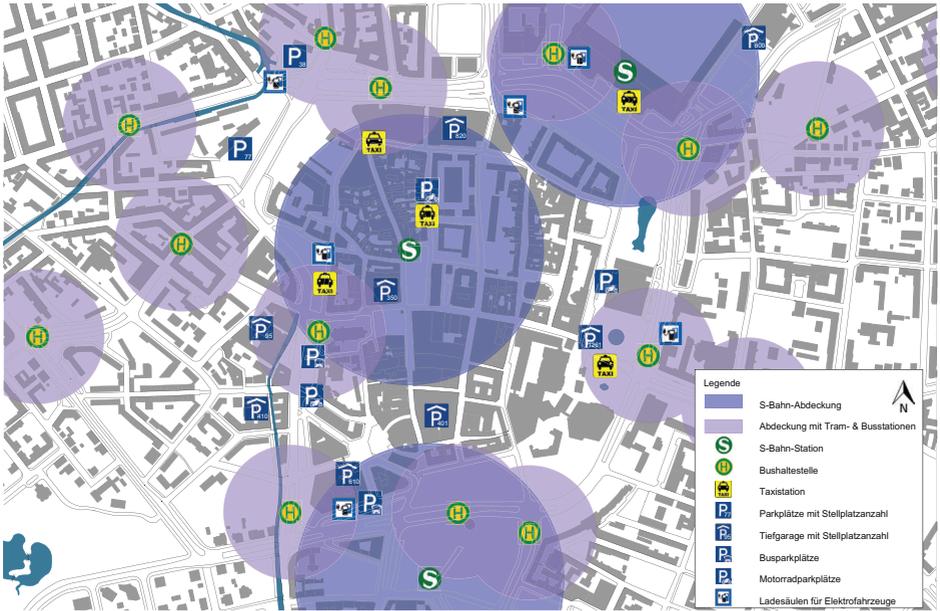
Potenzialflächen



Aufenthaltsqualität und Frequentierungmaxima um die Potenzialflächen



Erreichbarkeit der Potenzialflächen



Trends im Handel

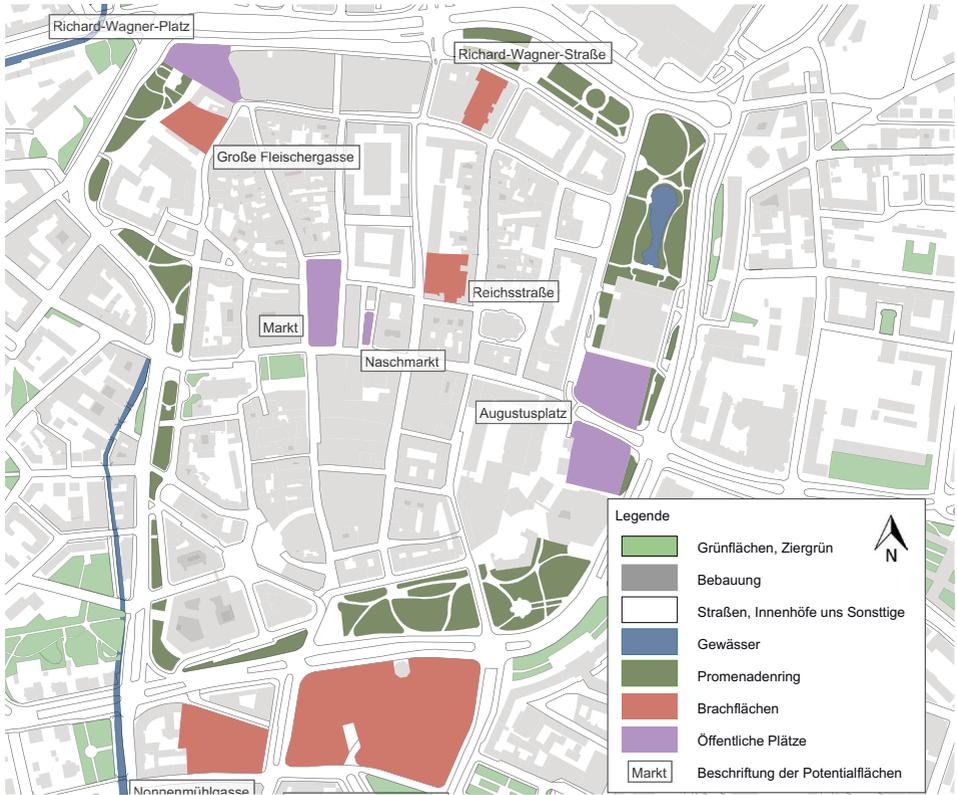


Szenarien

Stellschrauben



Verwendete Potenzialflächen



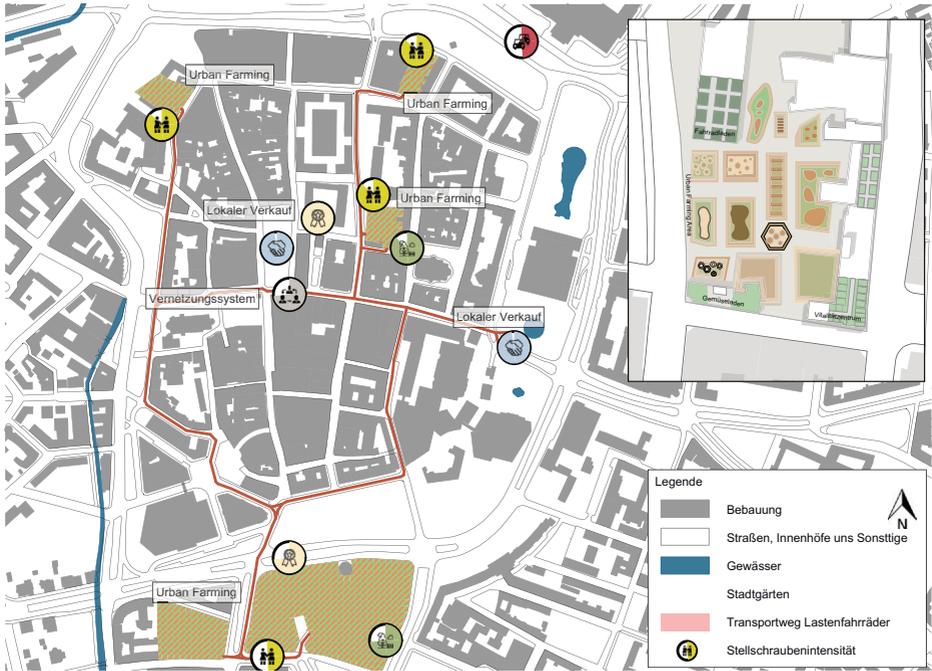
Green Living Leipzig

Unser erstes Szenario stellt die Nutzung der **freien Potenzialflächen** durch Urban Farming in den Vordergrund. Die Potenzialflächen werden für Anbauflächen der lokalen Erzeugung von Obst und Gemüse genutzt. Dies stellt keinen Anspruch an eine autarke Versorgung der City dar. Es soll lediglich eine ergänzende Funktion haben, zu einem umweltbewussteren Umgang mit der Natur und Nahrungsmitteln anzuregen, neue Räume für Bildungsangebote zu ermöglichen und sich positiv auf das lokale Stadtklima auszuwirken.

Stellschrauben

	<p>Image Ausrichtung</p>			<p>Freiräume Qualität der Freiräume</p>	
	<p>Attraktiver Stadtraum</p>		<p>Urban Farming</p>	<p>Nimmt ab Nimmt zu</p>	
	<p>Innovative Stadterneuerung</p>		<p>Stadtnatur</p>	<p>Ungepflegte unansehnliche Flächen Qualitäts- hochwertige Natur- & Freizeiträume</p>	
	<p>Wirtschaftlichkeit Orientierung</p>		<p>Soziales Leben Begegnungs- & Kommunikationsräume Durchmischung Arbeit/Freizeit</p>	<p>Nehmen ab Nehmen zu</p>	
	<p>Handel</p>		<p>Urbanes Zusammenleben</p>	<p>Nimmt ab Nimmt zu</p>	
	<p>Verkaufsfläche</p>		<p>Mobilität Mobilitätsverhalten</p>	<p>Nimmt ab Nimmt zu</p>	
	<p>Nutzungsmischung Erdgeschosszonen</p>		<p>Elektroeffizienz</p>	<p>Autozentriert Multimodal</p>	
	<p>Nutzungstypen</p>		<p>Verkehrsinfrastruktur</p>	<p>Nimmt ab Nimmt zu</p>	
	<p>Aufenthaltsräume</p>		<p>Verkehrsinfrastruktur</p>	<p>Eingeschränkt Innovativer Ausbau</p>	
	<p>Privat, geschlossen Öffentlich, frei zugänglich</p>				

Szenario



Fotocollage



Leipzig Goes Global

Das zweite Szenario beruht auf einer **Öffnung für globale Investoren**. Öffentliche Plätze werden durch die Nutzung dieser Akteure überformt. Die vielfältige Präsenz der Werbeflächen hat eine positive Auswirkung auf den Handel und prägt das Image der Stadt hin zu einer modernen globalisierten Stadt.

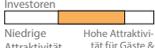
Stellschrauben



Image



Ausrichtung



Attraktiver Stadtraum



Innovative Stadterneuerung



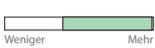
Wirtschaftlichkeit



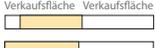
Orientierung



Handel



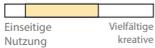
Verkaufsfläche



Nutzungsmischung



Erdgeschosszonen



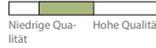
Nutzungstypen



Aufenthaltsräume



Freiräume



Qualität der Freiräume



Urban Farming



Stadtnatur



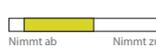
Soziales Leben



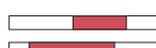
Begegnungs- & Kommunikationsräume



Durchmischung Arbeit/Freizeit



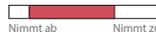
Urbanes Zusammenleben



Mobilität



Mobilitätsverhalten



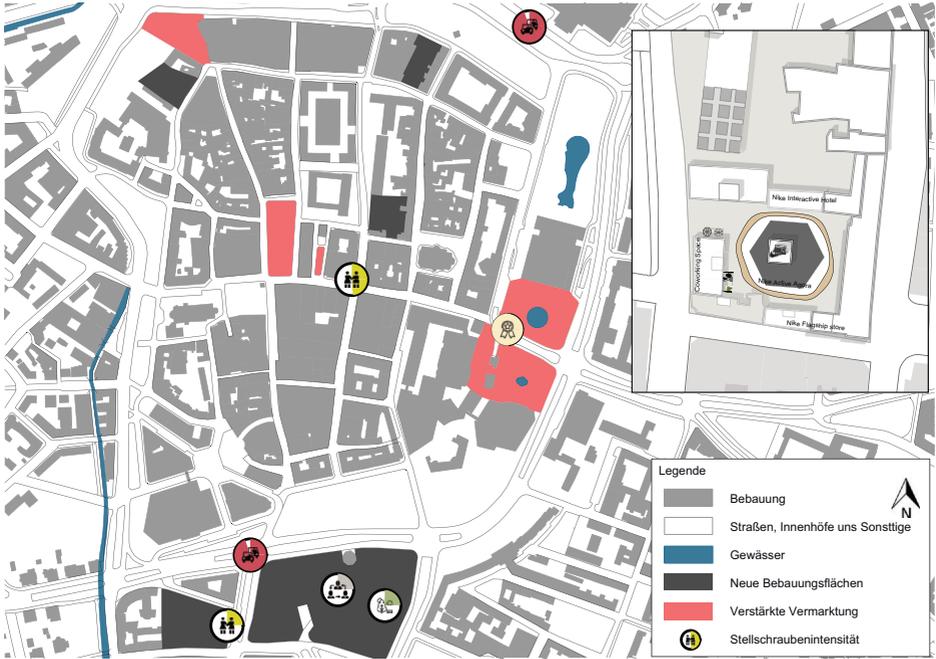
Elektroeffizienz



Verkehrsinfrastruktur



Szenario



Fotocollage



Buntes Leipzig

Das Bunte Leipzig verfolgt den Ansatz einer **offenen innovativen City**. Die Nutzung durch Urban Farming und der erweiterten Nutzung des öffentlichen Raumes verschmelzen. Food Festivals nutzen die Erzeugnisse aus lokalem Anbau, erhöhen die Frequentierung in der City und werben für Leipzig als intelligente, umweltbewusste und familienfreundliche Stadt.

Stellschrauben



Image



Öffnung für globale Investoren

Ausrichtung



Niedrige Attraktivität

Attraktiver Stadtraum



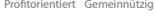
Einseitig, nicht innovativ

Innovative Stadterneuerung



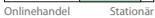
Profitorientiert

Wirtschaftlichkeit



Onlinehandel

Orientierung



Weniger Verkaufsfläche

Handel



Geschlossen

Verkaufsfläche



Privat, geschlossen

Nutzungsmischung



Einseitige Nutzung

Erdgeschosszonen



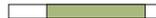
Privat, geschlossen

Nutzungstypen



Öffentlich, frei zugänglich

Aufenthaltsräume



Freiräume

Niedrige Qualität

Qualität der Freiräume



Nimmt ab

Urban Farming



Ungepflegte, unansehnliche Flächen

Stadtnatur



Nehmen ab

Soziales Leben



Nimmt ab

Begegnungs- & Kommunikationsräume



Nimmt ab

Durchmischung Arbeit/Freizeit



Autozentriert

Urbanes Zusammenleben



Nimmt ab

Mobilität



Eingeschränkt

Mobilitätsverhalten



Innovativer Ausbau

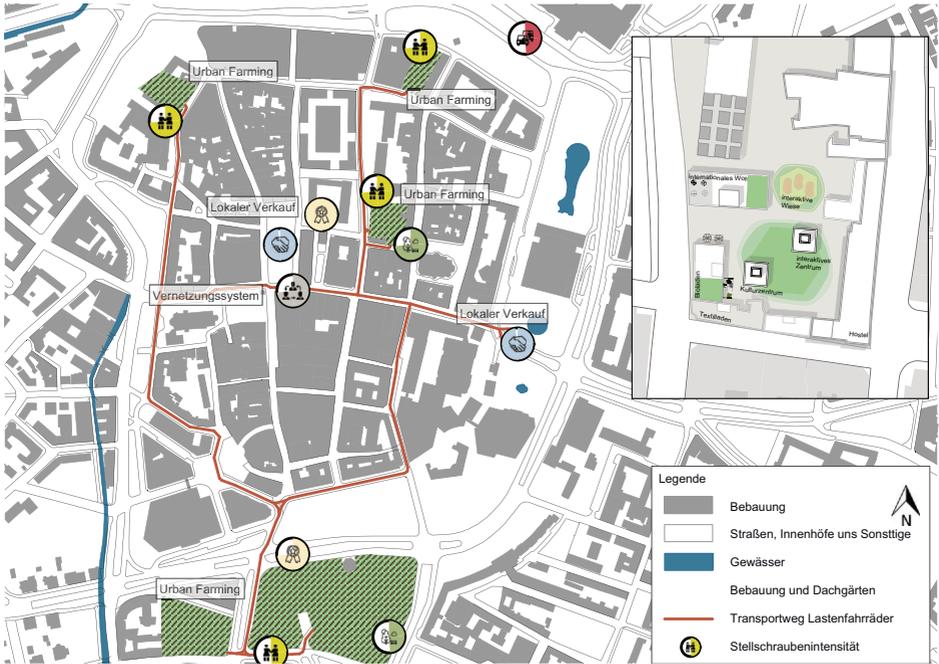
Elektroeffizienz



Verkehrsinfrastruktur



Szenario



Fotocollage

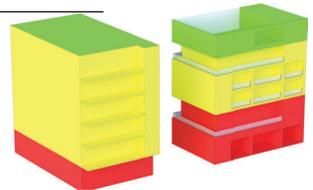
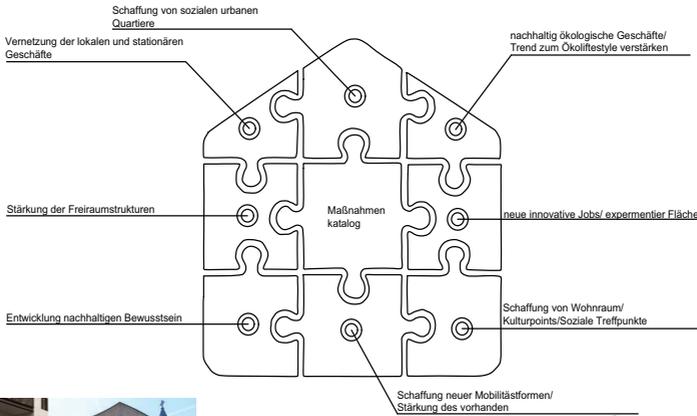


Konzept

Für das Konzept wurde ein Grundstück ausgewählt, mit dessen Entwicklung eine **zent-rumsnahe Verbesserung** in der City ermöglicht werden könnte. Das Baufeld zwischen der Reichsstraße und der Nikolaistraße erstreckt sich in einem Streifen von Norden nach Süden. Die Bausubstanz wurde im Zweiten Weltkrieg zerstört und die ehemaligen Höfe nicht wiederaufgebaut. Die angrenzende Böttgerstraße wurde verkürzt, indem ein Zeilenbau die Straße versperrte und so die ursprünglichen zwei Baufelder zu einem formte.

Der südliche Teil des Baufeldes ist geprägt durch eine Potenzialfläche, die derzeit lediglich als Schotterparkplatz Verwendung findet. Die mehrteilig parzellier-te Fläche wird von **mehreren Akteuren** genutzt und der Nutzen ist nur gering. Die Versiegelung trägt nicht zu einer Verbesserung des Stadtklimas bei und die Aufenthalts-qualität ist sehr schlecht. Daher wird das Potenzial an dieser Stelle nicht ausgeschöpft.

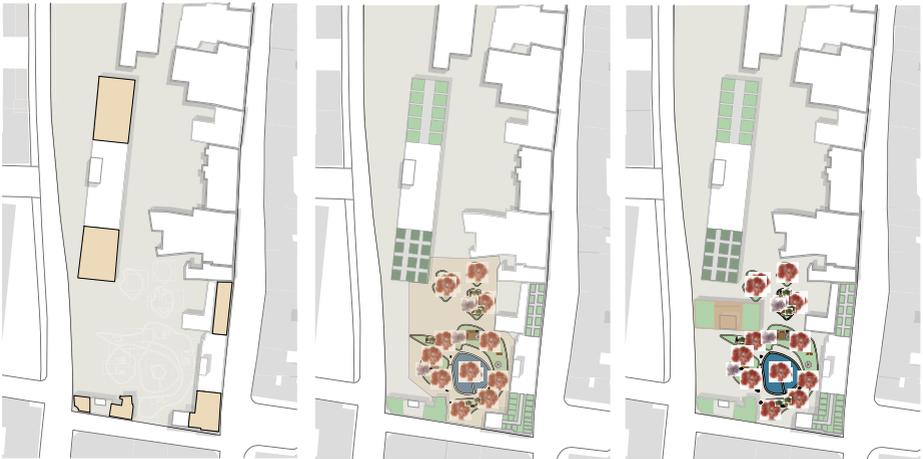
Leitbild



Phasen

In einem durch **fünf Phasen** unterteilten Entwicklungsprojekt planen wir für dieses Areal eine Bebauung. Zunächst werden die umliegenden Flachdächer für Urban Farming nutzbar gemacht. Hieraus entstehen erste Nutzflächen, die auch umgehend für Bildungsangebote genutzt werden können. Durch die Anlegung einer Grünanlage im Innenhof zur Verbesserung der zentrumsnahen Aufenthaltsqualität werden auch unwissende Gäste der Stadt auf die **Entwicklung** aufmerksam. Es entstehen Sitzgelegenheiten in ruhiger Atmosphäre. Durch die Errichtung von Gebäuden an der Reichsstraße werden Flächen etwa für Ateliers, eine Sprachschule, Wohnen, Begegnungsräume, Experimentierflächen und Urban Farming zur Verfügung gestellt. Die Micronation wird komplettiert und so eine nachhaltige Aufwertung der City erzielt.

Phasen 1 - 3



Phasen 4 - 5



Phase 1

Dachbegrünung

- Nutzung von Flachdächern im Bestand des Baufeldes
- Anlegung von Beeten
- Einstieg in Urban Farming

Phase 2

Anlegung Japanischer Garten

- Sitzgelegenheiten in ruhiger Atmosphäre für Bewohner und Gäste
- Steigerung der Aufenthaltsqualität
- Raum für kulturelle Veranstaltungen

Phase 3

Gesamtnutzung des Baufeldes

- Einrichtung einer Sprachschule
- Urban Farming
- Aufwertung des Bestandes

Phase 4

Gebäude I

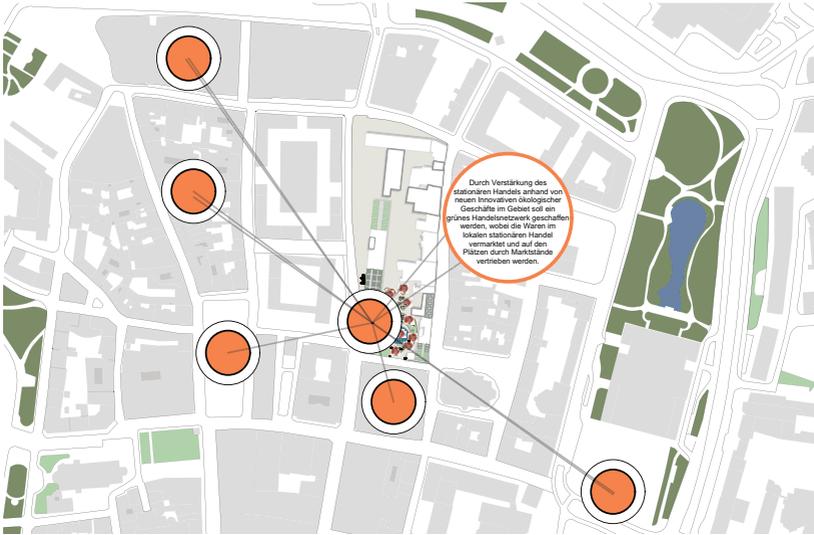
- Wohnnutzung
- Begegnungsräume
- Experimentierräume
- Urban Farming

Phase 5

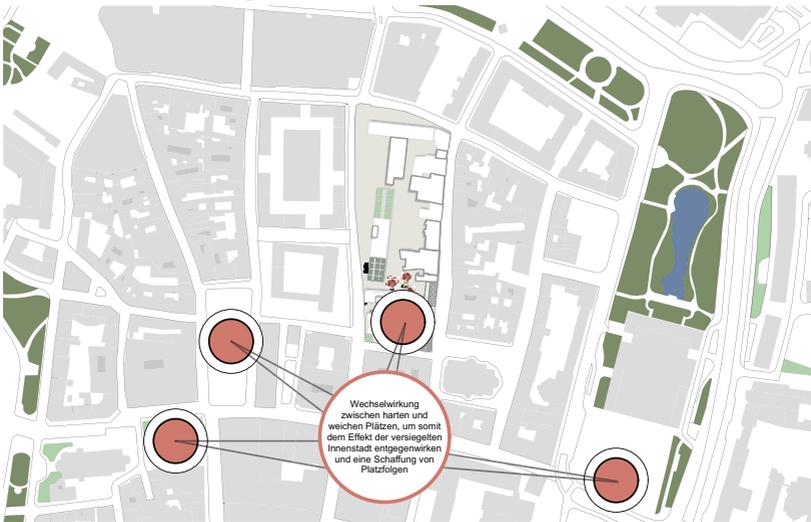
Gebäude II

- Raum für Ateliers
- Komplettierung der Micro-nation
- Urban Farming
- Verbesserung des lokalen Stadtklimas

Konzeptskizze Handelsnetzwerk



Konzeptskizze Platzbeziehungen



Urbane Handelslagen der Zukunft

In der Leipziger Innenstadt

Julian Schloddarick, Matthias Baranowski

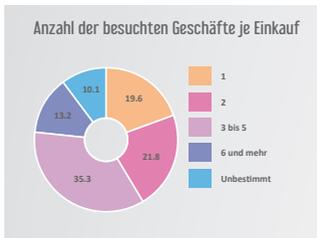
Analyse

Wir nahmen zuerst eine rein empirische Untersuchung der Leipziger Innenstadt vor, welche uns Aufschluss darüber geben sollte, wie gut und nach welchen Kriterien die Innenstadt frequentiert ist. Interessant war für uns dabei die Frage, wie digitale Technologien im Verhältnis zum traditionellen Einkaufen genutzt werden, um Auskunft darüber zu finden, ob und in welchem Maße der traditionelle Handel an Bedeutung verliert. Diese Untersuchung sollte erste Ansätze für ein späteres konkretisiertes Konzept liefern.

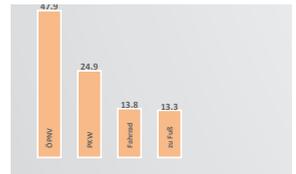
Eine weitere Untersuchung galt den ansässigen und bestimmenden **Akteuren** und ihren Interessen. Wir teilten diese nach Vorlage einer Quelle in „Stadt“, „Wirtschaft“ und „Eigentümer“ auf und unterteilten ihre Interessen danach, welche Bedeutung der öffentliche Raum für diese hat, nach welchen Prämissen sie ihn gestalten und wie diese Gestaltung konkret aussehen würde. Für das Einholen nutzen wir sowohl eine E-Mailbefragung, als auch die Recherche. Wir erfassten daran anlehnend konkrete Interessen und kategorisierten diese nach Interessenkonflikten, -ergänzungen und -verschiebungen. Dies sollte uns ein Bild davon geben, wo Interessen im Konflikt stehen und wo sich zum gegenseitigen Nutzen ergänzen sowie wo es eine gänzliche Veränderung gab, wessen Interesse aktuell vorherrscht. Diese Untersuchung, auch im Aufzeigen dessen, was überwiegt, sollte als Ansatz für die anschließenden Szenarien dienen und später die Gestaltung des kooperativen Ansatzes begründen.

Als Begründung für **konkrete Eingriffe** analysierten wir abschließend strukturelle Fragen in der Leipziger Innenstadt. Der Fokus lag hier besonders auf dem öffentlichen Raum und den gewerblichen und bereits bestehenden kooperativen Strukturen, als Grundlage eben für jene Akteure, die wir zusammenführen wollten. Fragen nach Defiziten und Potentialen sollten uns eine ausschnittshafte Verortung für sowohl die Szenarien, als auch für das Konzept liefern.

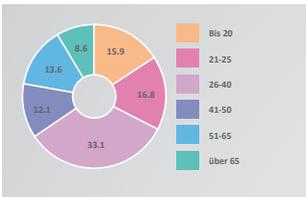
Anzahl der besuchten Geschäfte je Einkauf



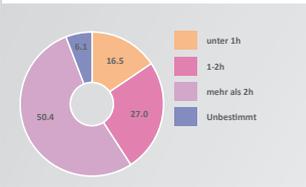
Bevorzugte Verkehrsmittel zum Besuch der Innenstadt



Alter der Besucher der Innenstadt



Aufenthaltsdauer in der Innenstadt



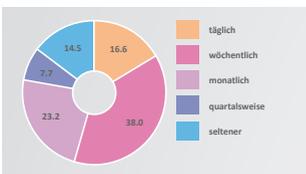
Präferierte Einkaufsstätte der Besucher der Innenstadt



Bedeutung des Online-Verhaltens für die Besucher der Innenstadt



Regelmäßigkeit der Einkäufe in der Innenstadt



1A Lagen des Einzelhandels



Plätze der Innenstadt



- Plätze befestigt
- Plätze Grünraum
- wichtige öffentliche Gebäude

wichtige Einkaufsbereiche und Hotspots der Innenstadt



- wichtige größere Einkaufsbereiche
- - - Passagen und Höfe
- ⊙ Verbindung
- wichtige Hotspots

Mitglieder im City Leipzig Marketing



- Einzelhandel
- Dienstleistung

Fußgänger und Fahrradbereiche



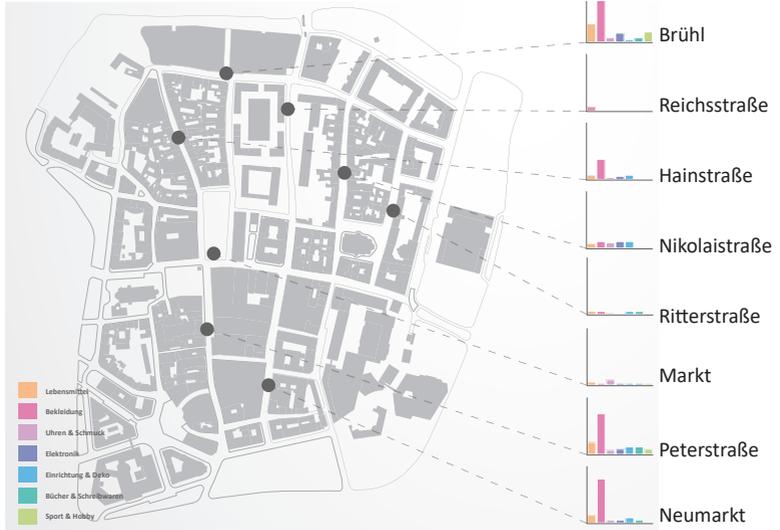
- Fußgängerbereich
- Fahrverbot für alle Vehikel
- Fahrradständer

Potenziale und Defizite



- Potenziale
- Defizite

Branchen des Einzelhandels und Bewertung des öffentlichen Raumes





Frequentierung: Stark
Attraktivität: Stark möbliert und breite Straße
Materialität: Bepflasterung, sanierte Gründerzeitfassaden, Stahl und Glas bei Neubauten (Höfe am Brühl), vereinzelt Bäume



Frequentierung: Gering
Attraktivität: weit, geht in reguläres Straßenbild über
Materialität: Bepflasterung, sanierte Gründerzeitfassaden, übw. neue Fassaden



Frequentierung: Sehr Stark
Attraktivität: relativ breite Straße
Materialität: Bepflasterung, sanierte Gründerzeitfassaden, teilweise neue Plattenfassade



Frequentierung: Sehr Stark
Attraktivität: Kirchplatz - intim und großer Platz
Materialität: Bepflasterung



Frequentierung: Mäßig
Attraktivität: mäßig einladend
Materialität: Gründerzeitfassaden, tlw. Neue Plattenfassaden, Bepflasterung, Straßenteerung



Frequentierung: Sehr Stark
Attraktivität: Marktflair
Materialität: Bepflasterung, tlw. sanierte Gründerzeitfassaden, tlw. an Gründerzeit orientierte Neubauten



Frequentierung: Sehr Stark
Attraktivität: überlaufen
Materialität: Bepflasterung, sanierte Gründerzeitfassaden übw. neue Fassaden



Frequentierung: Stark
Attraktivität: Mallfassade dominiert
Materialität: tlw. restaurierte Gründerzeitfassaden, Gehwegplatten, geteert

	Bedeutung	Prämisse	Gestaltung
Stadt	<ul style="list-style-type: none"> • Lebendige Innenstadt • Repräsentatives Image 	<ul style="list-style-type: none"> • Öffentliches Interesse • Nachversorgungsinteresse • Gemeinwohlinteresse • Soziales Interesse 	<ul style="list-style-type: none"> • Geschäftsstraßen • Multifunktionalität • Nutzungsdichte
Wirtschaft	<ul style="list-style-type: none"> • Lebendige Innenstadt 	<ul style="list-style-type: none"> • Ökonomisches Interesse • Standortinteresse • Kundeninteresse • Logistikinteresse 	<ul style="list-style-type: none"> • Frequenz • Mehr Freiheit bei Präsentation • Direktes Zuliefern an Geschäfte
Eigentümer	<ul style="list-style-type: none"> • Stangierender oder steigender Wert von Immobilien 	<ul style="list-style-type: none"> • Ökonomisches Interesse • Renditeorientiert 	

Interessenkonflikte	Interessenergänzung	Interessenverschiebung
Funktionalisierung versus Flexible Funktionsmischung/ Vernetzung öffentlicher Räume		
Exklusive Shopping-Malls/ Straßen versus gesellschaftlichen Kultur		
Shopping-Malls versus traditioneller Markt		
Shopping-Malls/ Verkaufsfläche versus Verkehrsabbau/ Kleinteiligkeit		
Privatisierung/ Reglementierung versus Gemeinzugang/ res publica	Vielfältigkeit erzeugt Wettbewerb und Besucherattraktivität	
Werbung/ Branding versus Aufenthaltsqualität	Ökonomisches Interesse für kosteneffiziente Nutzung	
Logistikinfrastruktur versus Raumbenutzbarkeit	Bedürfnissabwägung der Interessen	Marktorientierung (Angebot und Nachfrage) in der Raumnutzung
Renditeorientierung versus Denkmalpflege/ Identität	Lebendige Innenstadt als Synergie von öffentlichen Räume und Handel	Ökonomisches Interesse in der Grundstücksnutzung

Szenarien

Die Untersuchung der Akteure und Interessenlage in der Leipziger Innenstadt diente als Grundlage für das Aufstellen von drei Szenarien. Für diese nahmen wir die aktuell in der Gesellschaft herrschenden **politischen Strömungen, Liberalität und Staatlichkeit**, und nahmen diese als beidseitige Extreme für einen kooperativen Mittelweg. Wir wollten untersuchen, wie welcher Rahmen, welche konkreten räumlichen Ausprägungen gestaltet. Dies sollte zunächst aufzeigen, welcher Weg wohin führen kann, sowohl positiv wie negativ, im Aufgreifen der zuvor analysierten Interessenskonflikte und –ergänzungen, welche hier Einarbeitung fanden. Ferner sollte es im Rahmen der analysierten Interessenverschiebung auch die Frage klären, ob man überhaupt noch von einer klaren Trennung zwischen öffentlichen und privatwirtschaftlichen Interessen sprechen kann oder ob nicht bereits schon eine Vermischung stattfindet.

Zunächst definierten wir jedes Szenario und seinen Rahmen. Dann stellten wir Schwerpunkte auf, in denen jener Rahmen konkret gestaltend wirkt, unterteilt nach einem Raum- und einem Funktionsbezug. Letzterer sollten uns zeigen, wie sich die Funktionen in der Leipziger Innenstadt, fokussiert auf den gewählten Ausschnitt, im Rahmen jedes Szenarios verändern würden.

Szenarien

Liberalisierung und Verträge

Autorität und Gesetz

Kooperation und Moderation



Informationen

- zunehmende Liberalisierung der Gesellschaft
- die Politik gibt mehr Kompetenzen an private Interessengruppen ab
- es wird mehr Wert auf Eigenverantwortung gelegt
- zunehmende Etablierung einer Privatrechtsordnung
- Kooperation findet in ökonomischen und öffentlichen Teilbereichen statt
- öffentliche und private Interessen verteilen Kompetenzen kooperativ
- Gesetze und Planung legen Rahmenlagen oder fördern gewünschte Entwicklungen
- Planung als Moderator, Mediator und Manager von Prozessen
- es kommt keine Kooperation zustande, da die privaten Interessen zu konträr sind
- politische Initiativen verhindern eine Zunahme der Liberalisierung in der Gesellschaft
- es wird mehr Wert auf gesetzliche Regelung gelegt
- die Autorität des Staates wächst

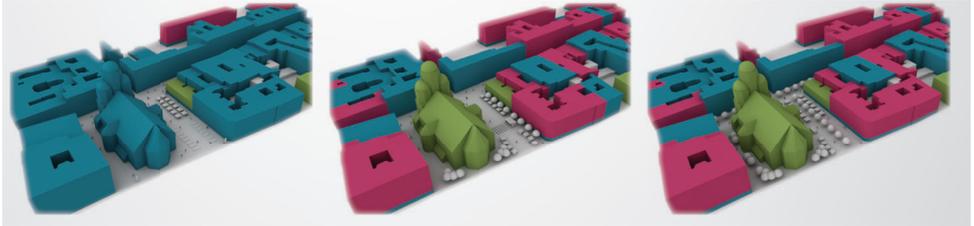
Raum

Infrastruktur	<ul style="list-style-type: none"> • Logistische Anforderungen 	<ul style="list-style-type: none"> • Lösung logistischer Anforderungen in Kooperation und geteilter Dienstleistungen, nachhaltige Mobilitätsaspekte 	<ul style="list-style-type: none"> • nachhaltige Mobilitätsaspekte
Repräsentation	<ul style="list-style-type: none"> • volle Nutzung des Vorstraßenraumes und der Fassade 	<ul style="list-style-type: none"> • Angemessene Werbung und Schutz der Authentizität der Straße 	<ul style="list-style-type: none"> • Image der Stadt und Authentizität der Straßenraumgestaltung
Straßenraumgestaltung	<ul style="list-style-type: none"> • logistische und kunstfreundlichen Aspekte 	<ul style="list-style-type: none"> • Aufenthaltsqualitative Aspekte auch im ökonomischen Interesse 	<ul style="list-style-type: none"> • Aufenthaltsqualität und Nutzungsvielfalt
Öffentliche Gebäude	<ul style="list-style-type: none"> • Umnutzung für kommerziellen Zweck, wenn öffentliche Finanzierung knapp wird 	<ul style="list-style-type: none"> • Nutzung im vorherrschenden Interesse gesellschaftlicher Entwicklung 	<ul style="list-style-type: none"> • Erhalt als Denkmal und kulturelles Erbe
Grundstücknutzung	<ul style="list-style-type: none"> • kommerzieller, rediteorientierter Zweck 	<ul style="list-style-type: none"> • Angebot und Nachfrage bestimmen, nach Maßgabe lebendiger Innenstädte 	<ul style="list-style-type: none"> • Maßgabe lebendiger Innenstadt und Sicherung der Nahversorgung



Funktion

Wohnen	<ul style="list-style-type: none"> • Funktionstrennung • Wohnnutzung wird vollständig aus der Innenstadt verdrängt da die Kommerzialisierung der Grundstücke mit gewerblicher Nutzung ertrageicher ist 	<ul style="list-style-type: none"> • Forcierung von Funktionsmischung 	<ul style="list-style-type: none"> • Forcierung eines ANteils an sozialen Wohnraums • Forcierung von Funktionsmischung
Gewerbe	<ul style="list-style-type: none"> • Monofunktionale gewerbliche Nutzung 	<ul style="list-style-type: none"> • Forcierung von Funktionsmischung • EG Nutzung notwendig für Lebendigkeit • vorsichtige Mononutzung nach Bedarf 	<ul style="list-style-type: none"> • Forcierung von Funktionsmischung • Untersagung von Mononutzung • EG Nutzung notwendig für Lebendigkeit
Öffentlich	<ul style="list-style-type: none"> • öffentliche Nutzungen werden zunehmend Privatisiert und unter eine kommerzielle Nutzung gestellt 	<ul style="list-style-type: none"> • Unbedingte öffentliche Nutzung bleibt im kommunalen Eigentum, zunehmend an Relevanz verlierende öffentliche Nutzungen werden multifunktional nach Bedarf angelegt 	<ul style="list-style-type: none"> • Funktionen mit öffentlicher Gemeinnutzung bleiben in kommunaler Hand



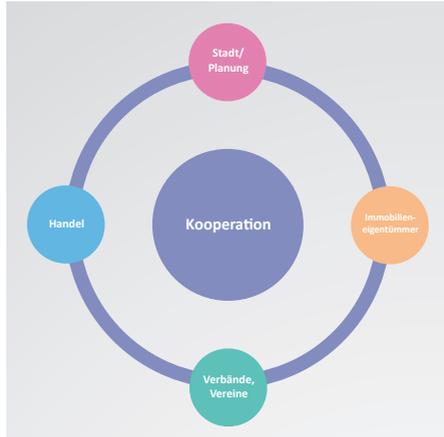
Rahmen - Erklärung

Interessen- gebung	<ul style="list-style-type: none"> • Ansässige Händler Individuell oder in Kooperation 	<ul style="list-style-type: none"> • Akteure kooperieren und handeln Interessen gleichberechtigt aus, die Stadt fungiert als Moderator 	<ul style="list-style-type: none"> • Stadtrat und öffentliche Verwaltung sowie Bürgerbeteiligung
Umsetzung/ Regulation	<ul style="list-style-type: none"> • Verträge zwischen den Akteuren / Selbstbindung 	<ul style="list-style-type: none"> • Verträge / Gesetz 	<ul style="list-style-type: none"> • Gesetz
Finanzierung	<ul style="list-style-type: none"> • Eigenverantwortung 	<ul style="list-style-type: none"> • Eigenkapital und steuerliche Förderung 	<ul style="list-style-type: none"> • Steuermittel

Rahmen - Ausprägung

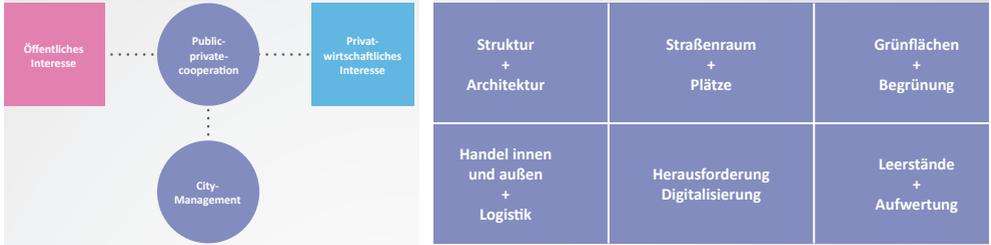
Interessen- gebung	<ul style="list-style-type: none"> • Interessen- und Standortgemeinschaft • Business-Improvement-District • City-Management 	<ul style="list-style-type: none"> • Public-Private-Partnership • City-Management 	<ul style="list-style-type: none"> • Stadtratssitzung • Bürgerforen
Umsetzung/ Regulation	<ul style="list-style-type: none"> • Vertragsfreiheit 	<ul style="list-style-type: none"> • Kooperativ beschlossen und gesetzlich umgesetzt • gesetzlicher Rahmen 	<ul style="list-style-type: none"> • Bebauungsplan
Finanzierung	<ul style="list-style-type: none"> • Eigenkapital • Fonds 	<ul style="list-style-type: none"> • Fonds • Förderung / Kredite 	<ul style="list-style-type: none"> • Mittelbewilligung

Akteure und Interessen



Öffentliche Interessen	Kooperation	Planwirtschaftliche Interessen
Attraktivität und Funktionalität des öffentlichen Raumes	Attraktivität des öffentlichen Raumes bestimmt ökonomische Rentabilität	Rentabilität von Immobilie und Geschäftsmodell (Standort)
Kleinteiligkeit und Fußläufigkeit	Kleinteilige Strukturen schaffen gewerbliche Vielfalt, was mehr Menschen in die Innenstadt lockt	Hohe Kundenfrequenz und Bindung für maximalen Absatz
Nutzungsvielfalt/ -mischung der Strukturen und Räume	Eine Mischung der Nutzungen verringert die Gefahr von Filialisierung und hält mehr ansässige Kundschaft	Wettbewerb und Geschäftsvielfalt
Image-/ Identitäts- und Denkmalpflege	Eine kulturelle Identität kann mit der Profilierung des ansässigen Handels verbunden werden und diesen stärker lokal binden	Profilierung und Marketing
Planung	Städtebauliche Planung und ökonomisches Management können einander befruchten und langfristig nutzungs- und kosteneffiziente Lösungen finden	Management

Gemeinsame Interessen und Aufgabenfelder



Stellschrauben und Ziele

Gemeinsame Interessen

- Sicherung einer lebendigen Innenstadt
- Effektive Begegnungen aktueller und zukünftiger Entwicklungen und Herausforderungen sowie Konflikte durch einen kooperativen Prozess
- Vereinigung der positiven Aspekte aller Interessen und Perspektiven durch einen kooperativen Konsens über ein gemeinsames Leitbild

Ziele des City-Management

- Profilierung von Image und Identität der Innenstadt (Leitbild)
- Sicherung der Attraktivität der Innenstadt
- Sicherung der Kundenzufriedenheit
- Förderung von Kommunikation und Kooperation
- Abstimmung und Bündelung von Aktivitäten

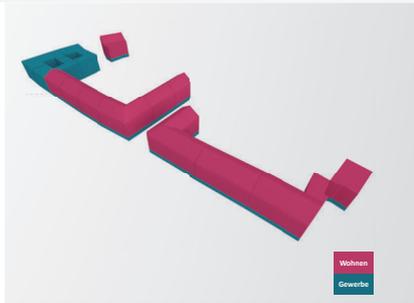


Konzept

Das Konzept folgt einem kooperativen Ansatz, sprich dem **mittleren Szenario**, indem es die Stadt, respektive die Planung, den Handel, die Eigentümer sowie beteiligte Verbände und Vereine in eine Kooperation in Gestaltung der Leipziger Innenstadt führt. Wir nannten diese Kooperation „**public-private-cooperation (PPC)**“, eine öffentlich-private Kooperation, welche öffentliche und privatwirtschaftliche Interessen zusammen führt. Wir stellten diese Interessen gegenüber und wie sie sich kooperativ verhalten.

Aus dieser Kooperation geht ein „City Management“ für die Leipziger Innenstadt hervor, welches Organisation und Gestaltung verteilt, sechs Aufgabenfelder übernimmt, zu denen neben „Struktur und Architektur“, wo wir besonders eine Kooperation zwischen Planung und Wirtschaft sehen, auch der Straßenraum und der Handel, sprich die Unternehmen, gehören. Letzteres ist gerade ein Bereich, in den die Planung nicht eingreifen kann und wo sie für Konzeptionen die Kooperation mit dem Handel benötigt. Das Konzept schließt mit einer umfassenden Gegenüberstellung der Voraussetzungen, Pros und Contras, für eine derartige Kooperation.

Für das Konzept entwickelten wir einen städtebaulichen Entwurf, welcher zunächst eine strukturelle **Aufwertung** der Leipziger Innenstadt, an der Stelle des gewählten Ausschnittes aufzeigen soll. Diesem Entwurf fügten wir dann Maßnahmen hinzu, die aus jener Kooperation heraus entstehen könnten. Dabei griffen wir sowohl bestehende städtebauliche Grundsätze, wie Möglichkeiten für den Handel auf, in der aktuellen gesellschaftlichen Veränderungen bezogen auf die Digitalisierung, die für sich im öffentlichen Raum zu nutzen. Wichtig für uns war es im Rahmen dieses Entwurfes die Forderung nach Lebendigkeit einer Stadt zugrunde zu legen. Auch hier sahen wir eine weitere Notwendigkeit für die Kooperation zwischen den Interessen.





**Citymanagement
Aufbau- & Umsetzungsphase**



Konzept

Voraussetzung

- nur erfolgreich, wenn für Partner ein Überwiegen der Vorteile
- Erfolge von Aufgabenstellung und Rahmenbedingungen abhängig
- eigenes Handeln und persönliche Engagement der Akteure
- Akteure bringen eigene Ressourcen ein
- Selbstbindung der Akteure zur Schaffung von Verlässlichkeit
- Gemeinsamer Grundkonsens/ gemeinsames Hauptziel
- Gemeinsame Spielregeln, dann Ziele, Arbeitsweisen, Ergebnisse
- Kooperation muss flexibel und anpassungsfähig sein
- Abgabe von Macht durch die politischen Gremien und Durchbrechung hierarchie- und ämterfixierter Strukturen innerhalb der Verwaltung

Pros

- Früherkennung und Lösung von Konflikten oder potenziellen Konfliktfeldern
- Erhöhung der Chancen auf Lösungsfindung und tatsächliche Ergebnisse
- Steigerung und Effizienz von Planungen und damit Beitrag zu einer zügigen Umsetzung
- stärkere Nutzerorientierung (Bedarfsgerechtigkeit) und erhöhte Akzeptanz einer Planung
- optimale Verbindung städtebaulicher Qualitäten, Nutzerorientierung und wirtschaftliche Interessen
- Aktivierung privaten Kapitals und weitere Ressourcen für die Stadtentwicklung
- Öffnung der gewohnten Entscheidungsfindungsprozesse (top-down) zugunsten einer offenen, flexiblen Prozessgestaltung
- Erzielung eines breiten Konsens (auch oder gerade in konfliktgeladenen Situationen)

Cons

- hoher Zeit- und Kostenaufwand in der Anfangsphase
- umfangreiche Lernprozesse mit besonderem Engagement aller Akteure
- kooperative Verfahren wenig standardisiert und stark Einzelfall bezogen
- Einfluss wirtschaftlicher Interessen und privater Investoren auf Entscheidungen in der Stadtentwicklung wird stärker und legitime kommunale Gremien und Bürger verlieren an Bedeutung
- Investoren lassen sich eher auf kooperative Prozesse ein, wenn sie auf positive Vorerfahrungen zurückblicken können
- Erfolg von Kooperationsverfahren ist auch von der Einbindung der Akteure und der Zusammensetzung der Akteursgruppen abhängig
- konkrete Ausgestaltung der Prozesse hängt von den handelnden Personen und deren Engagement sowie deren Fähigkeiten und Stellung ab
- Öffentliche Hand hält subjektive und objektives Übergewicht durch Beschlussfassung in der Planung

Alle Rechte vorbehalten.

© BTU Cottbus–Senftenberg, Fakultät 6, Fachgebiet Stadtmanagement

IKMZ-Universitätsbibliothek

ISBN 978-3-940471-54-3

DOI 10.26127/BTUOpen-5129

Cottbus, 2020

Herausgeber: Prof. Dr.-Ing. Silke Weidner, Tihomir Viderman

Gestaltung und Korrektorat: Mareike Timpe, Anna Both

Beiträge von:

Alissa Magali Julia Beyer, Amelie Mariane Schulze, Dicle Kapar, Dina Chen, Elena Alexandra Shevchenko, Federico Webe, Felix Krex, Friedrich Werner Wurst, Huani Quintanilha Felinto, Jan-Hendrik Struempel, Julian Schloddarick, Kim Ngoc Tran, Ksenia Faust, Matthias Baranowski Maximilian Tobisch, Mukadder Dur, Nicola Andrea Schmitz, Patrick Iglueck, Philipp Schueller, Samuel Heurtebize, Sandra Plache, Sherezade Requena, Sina Ahmadian Yazdi, Soizic Marine Salomon, Sonja Wohlert, Sorena Sadri, Stefan Ignatius, Stephan Gonka, Thora Emmeline Haubold

Titel und Rückseite: Collage aus Darstellungen von Dicle Kapar, Dina Chen, Mukadder Dur, Soizic Salomon

Die Quellen wurden von den jeweils genannten Studierenden recherchiert. Nach Möglichkeit sind Quellen in dieser Broschüre als Kurzbelege angegeben. Es kann leider kein Anspruch auf Vollständigkeit übernommen werden. Für die Richtigkeit der Angaben sind die Studierenden jeweils selbst verantwortlich.



Brandenburgische
Technische Universität
Cottbus - Senftenberg