

**raum
für
neues**

**Modellvorhaben
Innenstadt-Impulse**

Projekt-Dokumentation 2021–2024

Inhalt

Seite 02

Grußworte

Seite 04

raum für stadt

Seite 06

raum für neues

Seite 08

raum für kreativität

Seite 09

raum für bits und bytes

Seite 10

raum für erlebnis

Seite 12

raum für begegnung

Seite 13

raum für farbe

Seite 14

raum für potenziale

Seite 15

Impressum

„Visionen Wirklichkeit werden lassen“



Sehr geehrte Leser*innen,

dass Ludwigshafen eine lebens- und liebenswerte Stadt ist, wissen wir Ludwigshafener*innen gut. Dabei ist uns auch klar, dass es für viele nicht die berühmte Liebe auf den ersten Blick ist. Die Attraktivität dieser Stadt hat viele Facetten, die sich oft erst auf den zweiten Blick entfalten. Da ist die große soziale Anziehung der Stadt, die sich in ihrer gesellschaftlichen Vielfalt zeigt. Außerdem die wirtschaftliche Kraft gepaart mit den kulturellen Angeboten, die beide auf ihre Art die Lebensqualität der Menschen bereichern, um nur einige Beispiele zu nennen.

Mit dem aktuellen Strukturwandel erlebt die Innenstadt Ludwigshafens eine herausfordernde Zeit, die wir auch als Chance begreifen können.

Das hat auch das Land Rheinland-Pfalz erkannt und unterstützt uns Kommunen mit Förderprogrammen wie dem Modellvorhaben Innenstadt-Impulse bei dieser Aufgabe. Gerade für unsere Kommune bieten sich damit finanzielle Möglichkeiten, die City für die Bürgerinnen und Bürger attraktiv zu gestalten, neue Wege für eine lebendige Innenstadt zu gehen und eine gemeinsame Vision für die Zukunft zu entwerfen.

Mein Dank gilt allen Menschen, die unsere Stadt auf diesem Weg begleiten. Auf den folgenden Seiten möchten wir das Engagement von Stadtverwaltung, Kommunalpolitik und das unserer Bürgerinnen und Bürger würdigen, die am Förderprogramm Innenstadt-Impulse mitgewirkt haben.

Ihre Jutta Steinruck
Oberbürgermeisterin

„Die Ergebnisse können sich sehen lassen.“



Sehr geehrte Leser*innen,

im Folgenden möchten wir dokumentieren, wie wir dank der Landesfördermittel im Rahmen des Modellprojekts Innenstadt-Impulse und in enger Abstimmung mit den Fachbereichen Stadtentwicklung und Stadterneuerung vielfältige Maßnahmen identifiziert und umgesetzt haben, die einen positiven Effekt auf die City hatten und auch in Zukunft haben werden. Wir konnten wichtige und notwendige Impulse in der Innenstadt setzen, für eine Wiederbelebung sorgen und die Bürgerinnen und Bürger sowie Gewerbetreibenden mit nachhaltigen Aktionen begeistern. Unter dem Motto „raum für neues“ haben wir auf der Achse von Berliner Platz, Ludwigstraße und Ludwigsplatz unterschiedliche Aktionen durchgeführt, die buchstäblich Räume für neue Ideen und Ansätze geschaffen haben.

Als Stadtmarketinggesellschaft sind wir für die großen Feste dieser Stadt verantwortlich. Bei dem Förderprogramm beschränkten wir uns aber nicht auf einmalige Aktionen, sondern nahmen den Auftrag ernst und betrachteten das große Ganze. Im Rahmen der Erstellung der City-Vision haben wir uns mit lokalen und regionalen Akteuren ausgetauscht, um die Vision mit Leben zu füllen und für die Menschen erlebbar zu machen.

Auch in Zukunft werden wir die Probleme der Innenstadt ehrlich benennen und in den Mittelpunkt der Entwicklungsstrategie stellen. Wir brauchen dabei einen langen Atem und müssen in stetigem Austausch bleiben. In gewisser Weise geben die Baumaßnahmen der Hochstraßen den Takt der nächsten Jahre vor. Wir

sollten diese Situation als etwas Positives begreifen und nicht nur die Bauzeit betrachten. Es gibt bereits einige positive Entwicklungen.

Was wir jetzt und in Zukunft für Ludwigshafen brauchen, sind die Vision sowie die richtigen Strategien, um die großen städtebaulichen Projekte dieser Stadt zu begleiten. Ebenso brauchen wir Partner, die ein Interesse an einer funktionierenden Innenstadt haben.

Ich wünsche Ihnen viel Freude bei der Lektüre und grüße Sie herzlich,

Ihr Christoph Keimes
Geschäftsführer LUKOM

Projektverlauf

raum für stadt

Das Land Rheinland-Pfalz initiierte im Jahr 2021 das Modellvorhaben Innenstadt Impulse, um die von der Corona-pandemie betroffenen Innenstädte zu stärken. Ludwigshafen erhielt aus diesem Programm 500.000 Euro zur Belebung der City. Der Fokus der Maßnahmen lag auf dem Gebiet des Integrierten Stadtentwicklungskonzepts (ISEK): Berliner Platz, Ludwigstraße und Ludwigsplatz. Die Ziele des Modellvorhabens waren die Steigerung der Besucherzahlen, die Unterstützung der Händler und Gastronomen sowie die Attraktivitätssteigerung der Innenstadt.



Aktionsgebiet

- A Berliner Platz
- B Rheinufer
- C Ludwigstraße
- D Ludwigsplatz

Fördergegenstände

- 1 Innenstadt-Vision
- 2 Innenstadtmarketing
- 3 Digitalisierungsstrategie
- 4 Aktionstage
- 5 Öffentlichkeitswirksame Zwischennutzungen
- 6 Weitere Maßnahmen



juli 2022
Möbel auf dem Berliner Platz

Als erste sichtbare Maßnahme wurden im Sommer 2022 bunte Sitzmöbel und diverse Grünpflanzen auf dem Berliner Platz aufgestellt.

5

august 2022
Launch Projekt-Webseite

Die Projekt-Webseite „raum-für-neues.info“ ist seit August 2022 online. Hier finden sich Informationen zum Förderprogramm und zu den Maßnahmen, die Vision und seit September 2023 auch die neue Standortbroschüre.

2

august 2022
Erweiterung der LU-App

Die Ludwigshafen-App wurde auf „Google my Business“ umgestellt. Durch diese Maßnahmen konnten die Einträge in die App mehr als verdreifacht werden.

3

mai & märz 2023
Blickfänge für die Stadt

Großflächige Murals an ausgewählten Orten in der City sorgen für Aufmerksamkeit und freundliche Ausstrahlung.

6

1 oktober 2022
City-Vision Workshop

Bürger*innen und Funktions-träger*innen der Stadt entwickelten unter fachkundiger Anleitung im Laufe des Jahres die Vision für Ludwigshafen: „radikal und entschlossen Richtung Zukunft“.

1



sommer & herbst 2023
raum für erlebnisse

Bei verschiedenen Aktionstagen verwandelten sich zentrale Plätze in Ludwigshafen in echte Erlebniszonen. Die Reihe wird 2024 fortgesetzt.

4

september 2023
Veröffentlichung des Storybooks

Als Storybook erschien eine neue Standortbroschüre für Ludwigshafen, die sich vor allem an Investoren richtet. Sie zeigt die Investitionspotenziale des Standortes am Beispiel erfolgreicher Unternehmen und Menschen.

1





Im Austausch: Stefan Postert, Oberbürgermeisterin Jutta Steinruck, Immobilienmakler Jan Muhlert und IHK-Pfalz HGF Jürgen Vogel (v.l.n.r.)

Baustein #1: Cityvision

raum für neues

Stadtentwicklung muss gestaltet und gesteuert werden. Als Leitlinie braucht es dazu eine starke Vision. Nach dieser Vision bilden in Ludwigshafen vier Hotspots die Kondensationskerne zur Entwicklung der gesamten Innenstadt.

Insbesondere die Zentren fast aller Städte verändern sich derzeit radikal. Vor allem der Marktbruch im wertigen Einzelhandel führt auch in Ludwigshafen zu einem gravierenden Wandel. Solche Veränderungen dürfen nicht einfach sich selbst überlassen, sondern müssen gestaltet und gesteuert werden. Dazu braucht es ein erstrebenswertes Zielbild, also eine starke Vision.

Entwickelt wurde diese in Ludwigshafen über ein Jahr hinweg von einem breiten Querschnitt aus Bürger*innen und Funktionsträger*innen der Stadt. Fachkundige Anleitung kam dabei vom Büro Stadt + Handel. Stefan Postert und weitere Expert*innen für die Entwicklung von

Innenstädten haben dafür zunächst den Standort akribisch analysiert und, darauf aufbauend, die Entwicklung der Vision inspiriert und moderiert.

Ergebnis war ein Entwicklungsleitbild, das radikal und entschlossen Richtung Zukunft führt und eine lebenswerte, menschliche Innenstadt mit ökonomischem Potenzial skizziert. Neben der wirtschaftlichen Leistungskraft stehen eine ausgewogene Sozialstruktur und ausreichend Grünflächen im Fokus der Innenstadtentwicklung.

Vier ausgesuchte sogenannte Hotspots sollen bei der Entwicklung als Kondensationskerne der gesamten Innenstadt fungieren.



Ökonomische Perspektive

Die Innenstadt muss Raum für privatwirtschaftlich rentables Wirtschaften bieten. Investitionen müssen sich lohnen.



Soziale Perspektive

Eine ausgewogene Sozialstruktur ist Grundvoraussetzung für eine positive Entwicklung der Innenstadt.



Ökologische Perspektive

Ausreichende Grünflächen sichern die Anpassung an den Klimawandel und tragen zur Lebensqualität im innerstädtischen Raum bei.

Visionen für die Innenstadt 2053



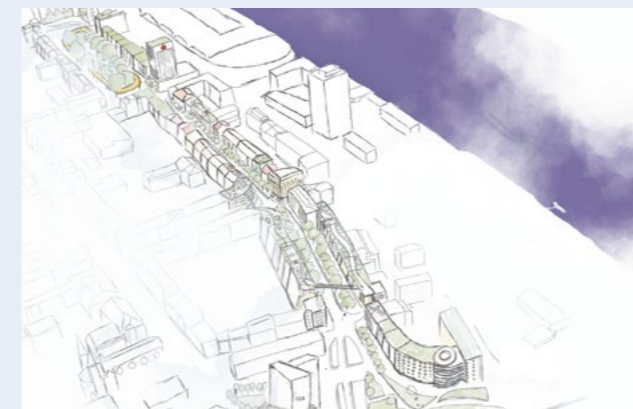
Der Berliner Platz: das Foyer der Stadt

Wo einst Granitplatten und verirrte Sitzgelegenheiten das Bild prägten, dominiert nun eine Farbe, die zugleich Programm ist: Grün. Das Zentrum des Platzes bildet eine großzügige Rasenfläche, die rund einen halben Meter über dem Platzniveau „schwebt“. Der Berliner Platz soll das Willkommens- und Ankunftscenter der Stadt werden und zugleich Spielwiese, der Tummelplatz der Kreativen, sein.



Die Ludwigstraße oder: die Allee

Handel, Gewerbe und Gastronomie, Pfälzer Meile: Ein gerechter, nachhaltiger und freundlicher Ort, der sein unvollkommenes Stadtbild feiert, und an dem multikulturelle Vielfalt, lokaler Unternehmergeist und Innovation lebendig sind. Ein Schmelztiegel, in dem aus Pfälzer Tradition und globalen Impulsen ein neues Ludwigshafen wird. So skizziert die Vision die zukünftigen Funktionen und das Erscheinungsbild der Ludwigstraße.



Das Rheinufer: die Tribüne

Die Uferpromenade von Ludwigshafen zum Rhein bleibt auch in Zukunft eines der wertvollsten Güter der Stadt: eine Zeile mit „Waterfront“-Erlebnis und Verbindung zur weiten Welt. Unter der Devise „Mehr Rhein wagen“ soll die Wasserlage integraler Bestandteil des Innenstadterlebnisses werden. Mehrmals im Jahr wird die Promenade als Tribüne genutzt und das Areal zum Kulturhafen ausgerufen. Auf Schiffen, an der Promenade und in der gesamten LudwigshafenCity finden dann Konzerte, Theateraufführungen und Mitmachaktivitäten statt.



Der Ludwigsplatz: der Spielraum

Da, wo über viele Jahre Autos und Parkplätze die Szenerie beherrschten, tobt jetzt das öffentliche Leben. Der Platz wird zu einem Ort, an dem geschützte Natur und kreatives Stadtleben erfolgreich zusammenfinden. Ein Kunst- und Szeneviertel mit vielen Cafés, Bars und Restaurants. Vereint in einem Modell von ökologischer, sozialer und wirtschaftlicher Nachhaltigkeit.



Direkt zur Vision:
raum-fuer-neues.info/vision/

Wiedererkennbarkeit bei allen Aktionen des Förderprogramms



Baustein #2: Innenstadt-Marketing

raum für kreativität

Mit dem Claim „raum für neues“ wurde zunächst die inhaltliche Klammer um alle zukünftigen Maßnahmen geschaffen. Das entwickelte Design sorgte für ein einheitliches Branding, das sich in der gesamten Projektkommunikation wiederfindet.

Zu Beginn der Kommunikation für das Förderprojekt wurde zunächst der Claim „raum für neues“ entwickelt. Dieser greift die innerstädtische Realität vieler freier Flächen und Gebäude auf und setzt diese auf den ersten Blick ernüchternde Situation in einen positiven Entwicklungskontext. Gerade auch im Hinblick auf potenzielle Investoren signalisiert der Claim zudem die Möglichkeiten für unterschiedliche Investitionsvorhaben in Ludwigshafens Innenstadt und damit im Herzen der Metropolregion Rhein-Neckar.

Im zweiten Schritt entwickelte das Projektteam das Design, um alle zukünftigen Maßnahmen in einem einheitlichen Look & Feel darzustellen. In diesem Design wurden dann diverse Maßnahmen aufgesetzt: Eine Projekt-Webseite (<https://raum-fuer-neues.info/>) informiert über die aktuellen Entwicklungen und Maßnahmen im Rahmen des Projektes und zeigt gleichzeitig die Potenziale der Innenstadt auf. Parallel dazu wurden verschiedene Anzeigen und Citylights geschaltet, um für ergänzende Aufmerksamkeit zu sorgen. Für Veranstaltungen wurden gebrandete Promotion-Artikel wie Liegestühle oder Fahnen angeschafft. Zum Ende der Projektlaufzeit lag dann auch das Storybook, eine anspruchsvoll gestaltete Investorenbrochure, vor. Auf 48 Seiten werden dort durch nahezu alle wichtigen Stakeholder der Stadt und der Region und die vielfältigen ökonomischen Potenziale Ludwigshafens dargestellt.



Ein besonderes Produkt ist eine Ludwigshafen-Ausgabe aus der Kinderkrimi-Reihe Palzki Kids. Dabei lernen Kinder spielerisch ihre Innenstadt kennen.

Baustein #3: Digital

raum für bits und bytes

Die digitalen Maßnahmen des Förderprojektes umfassten drei Entwicklungsstränge: die Erstellung einer Projekt-Webseite, eine Erweiterung der App „LUdigital“ und die Förderung digitaler Kompetenzen des Handels der Ludwigshafener Innenstadt.

Mit der Projekt-Webseite „raum für neues“ entstand eine digitale Plattform, die einerseits über das Förderprojekt informiert und gleichzeitig für die Innenstadt Ludwigshafens als Raum für Investitionen wirbt. So kann dort unter anderem die Investorenbrochure, das sogenannte Storybook, eingesehen und heruntergeladen werden. Nicht zuletzt ist auf der Projekt-Webseite die Vision hinterlegt.

Die App „LUdigital“ wurde in den Themenbereichen Gastronomie und Einkaufen überarbeitet. Es erfolgte



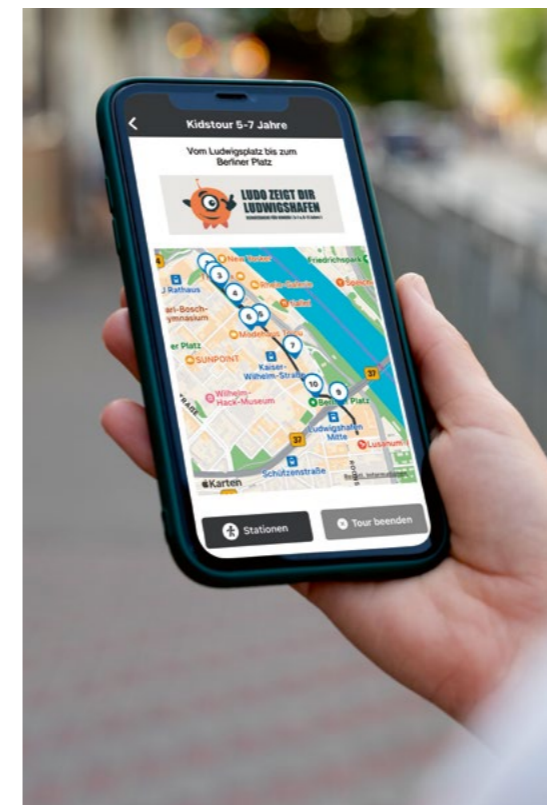
Informativ: die Projekt-Webseite zum Modellvorhaben Innenstadt-Impulse

die Umstellung auf „Google my Business“. Durch diese Maßnahme konnten die Einträge in der App um den Faktor drei bis vier erhöht werden.

Darüber hinaus wurde die App um zwei interaktive Touren erweitert: Eine Tour für Kinder in zwei Altersvarianten führt jetzt mit einem Quiz durch die City. Eine historische Tour, die sich eher an Erwachsene richtet, vergleicht die Innenstadt an ausgewählten Stellen zwischen Ludwigsplatz und Berliner Platz von heute mit der Zeit um 1900.

Zu Beginn des Modellprojektes und damit noch während der Pandemie gab es einen Workshop für Händlerinnen und Händler zur Verbesserung ihrer Online-Präsenz. In zwei Workshops erhielten die Anwesenden Hilfe und Unterstützung zur Erstellung ihrer Geschäftseinträge bei „Google my Business“, um künftig besser online gefunden zu werden und auf Google Maps automatisch eingetragen zu sein.

Mit LUDO kann man die Innenstadt erkunden.



Baustein #4: Aktionstage

raum für erlebnis



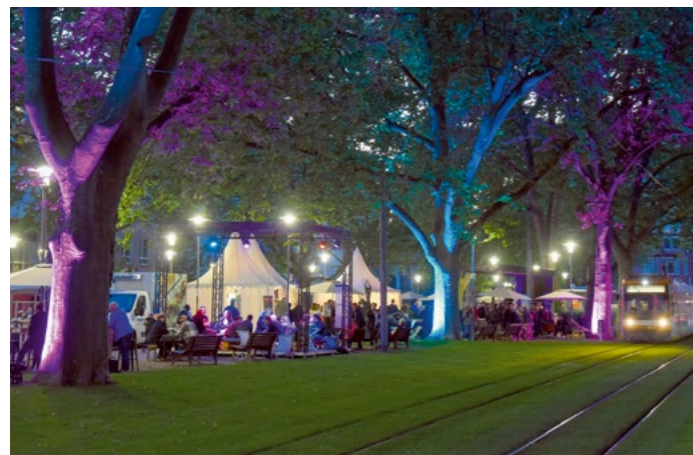
Bei verschiedenen Aktionstagen wurden zentrale Plätze in Ludwigshafen bespielt: immer mit dem Ziel, neue Angebote in der City zu schaffen, unterschiedliche Zielgruppen anzusprechen und die Attraktivität der Innenstadt zu steigern.

Ausgelassene Stimmung auf dem Ludwigsplatz: Die After-Work-Events erfreuten sich großer Beliebtheit



After Work Grill&Chill

Ein wichtiges Ziel der Innenstadtentwicklung bleibt es, sie vor allem auch für konsumkräftige Zielgruppen attraktiv zu machen beziehungsweise zu halten. Ein „kurzer Hebel“ zu diesem Ziel liegt in der Tatsache, dass täglich tausende Pendler*innen in die Stadt zum Arbeiten kommen. Gelingt es, diese über ihren Feierabend hinaus etwas länger in der Stadt zu halten, bleibt damit Potenzial in der Stadt. Zu diesem Zweck konnten mit den After-Work-Veranstaltungen im Sommer 2023 und 2024 attraktive Akzente zur Erhöhung der Publikumsfrequenz in der Ludwigshafener Innenstadt gesetzt werden. Als niveauvolles Highlight und lokale Kooperation konnten für das Catering die BASF-Gastronomie sowie der Weinkeller des Unternehmens gewonnen werden. Musikalisch durften sich die Besucher*innen über Musik von wechselnden Künstler*innen freuen. Ein stilvolles Möblierungskonzept und ansprechende Beleuchtung unterstrichen die stimmungsvolle Atmosphäre dieser Veranstaltung. Die Events waren durchweg sehr gut frequentiert und trugen damit erheblich zu der – auch in der Innenstadtvision als wichtiges Ziel formulierten – Belebung der Innenstadt durch heterogene Zielgruppen bei.



Für lockere Atmosphäre sorgten Liegestühle, in denen Erwachsene und Kids entspannt den unterhaltsamen und spannenden Geschichten lauschen konnten.



raum für erlebnis

Mit einem abwechslungsreichen Programm aus Lesungen, Vorstellungen aktueller Literatur sowie Mitmachangeboten verwandelte sich im Juli 2023 der Ludwigsplatz in einen „raum für erlebnis“. Entwickelt wurde das facettenreiche Angebot in Zusammenarbeit mit der Stadtbibliothek. Die Aktivitäten zielten darauf ab, die mediale Vielfalt der Stadtbibliothek und die zielgruppenspezifischen Mitmachangebote für Familien und Kinder vorzustellen. Zudem sollten die Angebote städtischer Institutionen niedrigschwellig erlebbar und öffentlich zugänglich werden. Programmpunkte wie die Palzki-Kids-Krimi-Lesung von Harald Schneider, bei der das

junge Publikum den Verlauf der Geschichte per Handzeichen mitbestimmen konnte, fanden großen Anklang. Eine Geschichten-erzählerin zog die jungen Gäste ebenso in ihren Bann wie das Ehepaar Britta und Christian „Chako“ Habekost. Letztgenannter ist ein regional bekannter Comedian, der gemeinsam mit seiner Partnerin bereits den fünften Band einer Krimi-Serie – die „Elwenfels-Reihe“ – veröffentlicht hat.



raum für musik

Im September 2022 präsentierte das Projekt ein vielseitiges Musikprogramm. „raum für musik“ bot an zwei Locations der Innenstadt, in der Ludwigstraße und auf dem Berliner Platz, eine Bühne für insgesamt vier Ensembles. Darunter eine Marching Band im New Orleans Style, ein Jazz-Duo aus Mannheim sowie ein Duo aus Speyer, das die Zuhörer mit Dinner-Jazz unterhielt. Den Höhepunkt bildete eine bunte Jamsession, die ihrer musikalischen Kreativität zum Abschluss des Programms bei der Sitzgruppe am Berliner Platz freien Lauf ließ. Für Speis und Trank sorgte ein Ludwigshafener Cateringunternehmen mit einem Foodtruck.

Farbenfrohe Oase in der City: Bunte Sitzmöbel und Pflanzen laden zum Verweilen ein.

Baustein #5: Zwischennutzung

raum für begegnung

Eine „Zwischennutzung“ öffentlicher Flächen fand auf dem Berliner Platz statt. Die große Freifläche an zentraler Stelle in der Ludwigshafener Innenstadt, ein wichtiger Verkehrsknotenpunkt, konnte mit gezielten Maßnahmen optisch aufgewertet werden bei gleichzeitiger Förderung der sozialen Interaktion. Dafür brauchte es nicht mehr als ein paar freundliche Farbtupfer, etwas Grün für Schatten und besseres Mikroklima sowie freundliche Sitzgelegenheiten zum Verweilen.

Blumen als Blickfang

Der Berliner Platz und die Ludwigstraße erfahren durch attraktiv bepflanzte Blumenkübel eine Verschönerung, die den Aufenthalt in der Innenstadt deutlich aufwertet. Die bienenfreundlichen Sorten sind als herzlicher Willkommensgruß gedacht für alle Menschen, die Ludwigshafen besuchen oder täglich hierher zur Arbeit pendeln. Mit der Pflege ist eine nachhaltig agierende Firma beauftragt. Die Kübel bestehen aus recyceltem Kunststoff.

Blumen bringen Freude, nicht nur bei Christoph Keimes und Jutta Steinruck.



Möbel zum Verweilen

Die Sitzmöbel am Berliner Platz sind bunt, modern und schaffen buchstäblich einen neuen Raum. Sie laden zum Verweilen ein, ob für einen kurzen Stopp während des Einkaufs oder bevor es mit Bus und Bahn weitergeht. Auch für die Mittagspause im Freien sind sie der ideale Anlaufpunkt in der Stadt. Mit ihrer Form und Farbe schaffen sie eine freundliche Atmosphäre und bieten einen Ruhepol im geschäftigen Treiben der Innenstadt. Schattenspendende Großpalmen ergänzen die Sitzgelegenheiten optimal.



Baustein #6: Sonstige Maßnahmen

raum für farbe

Freundliche Farben und deren Einfluss auf das Umfeld spielten auch bei diesen Maßnahmen eine wichtige Rolle. Durch drei farbenfrohe Wandgemälde, sogenannte Murals, an zentralen Orten in der Innenstadt konnten optische Highlights gesetzt und die subjektive Wahrnehmung verbessert werden. Ergänzt wurde das große Mural am Berliner Platz durch eine temporäre Lichtinstallation.



Im Rahmen des Förderprogramms entstanden insgesamt drei großflächige Murals. Ein Trafohäuschen der Technischen Werke Ludwigshafen, die das Gebäude zur Verfügung stellte, zieren nun großformatige Graffiti-Waschbären. Der Künstler wählte dieses Motiv aufgrund der freundlichen Ausstrahlung der Tiere und ihrer Präsenz in städtischen Gebieten. Das Werk ist auf Seite 05 zu sehen.

Hingucker am Berliner Platz

Am Berliner Platz entstand ebenfalls ein faszinierendes neues Mural. Das Konzept stammt vom Künstlerduo Quær – aka Andreas Heinrich und Delia Rothas – die bereits Erfahrung mit Wandkunstprojekten mitbrachten. Schon während seiner Entstehung zog das beeindruckende Kunstwerk die Aufmerksamkeit der Passanten auf sich, später fand es auch in den

sozialen Medien große Anerkennung. Das Werk ist eine farbenfrohe Interpretation des Stadtplans von Ludwigshafen. Ein Jahr leuchtete die Passage außerdem nachts in strahlendem Blau. Der Durchgang gewann dadurch an Helligkeit und Aufmerksamkeit, wodurch das subjektive Sicherheitsempfinden gesteigert werden konnte.

Aufwertung Fußgänger-Passage

Die Passage zwischen Ludwigstraße und der Volkshochschule ist eine wichtige innerstädtische Verbindung für alle, die zu Fuß unterwegs sind. Hier entstand in nur sechs Tagen ein Mural, das sich über die komplette Länge der Passage erstreckt. Der Künstler Sebastian Müh und sein Assistent Felix Kapper lieferten ein Werk, das mit abstrakten kubistischen Formen auf die Architektur und die Lichtverhältnisse eingeht. Das Zusammenspiel aus Wandrillen, Sonneneinfall und Schatten verleiht dem Werk eine besondere Struktur und macht aus dem bisher dunklen Fußweg eine helle und freundliche Verbindung.



Ein dunkler Durchgang wird zur strahlenden Passage.



Attraktiver Standort mitten in der Metropolregion Rhein-Neckar

Ausblick

raum für potenziale

Das Förderprogramm Innenstadt-Impulse lieferte einen wichtigen Beitrag dazu, freien Räumen in Ludwigshafen (neue) Bedeutungen und Funktionen zu geben. Eine Aufgabe, die die Stadt in den nächsten Jahrzehnten begleiten wird.



Ludwigshafen im neuen Storybook entdecken:



Die Stadtentwicklung ist in den nächsten Jahrzehnten von großen Infrastrukturprojekten geprägt. Die Verkehrsinfrastruktur in Ludwigshafen spielt eine zentrale Rolle für das Funktionieren der Stadt, und die Hochstraßen stellen als Hauptschlagadern einen wichtigen Teil dieser Infrastruktur dar. Derzeit wird der Neubau der Hochstraße Süd umgesetzt, der ab dem Jahr 2026 einige Verbesserungen mit sich bringen wird. Die Neukonstruktion ermöglicht eine Erweiterung des Schienennetzes der rnv sowie den Bau eines Radschnellweges unter der Brücke. Die Hochstraße Nord ist ein stark frequentierter Verkehrsknotenpunkt, der täglich von etwa 40.000 Kraftfahrzeugen genutzt wird. Die Hochstraße Nord wird zur Stadtstraße Helmut-Kohl-Allee umgebaut.

Ein Joker für die Stadtentwicklung?

Die Neuordnung der Verkehrsinfrastruktur und der Rückbau des Rathaus-Centers schaffen eine Freifläche im Stadtzentrum. Diese soll als Quartier entwickelt werden, das die besten Voraussetzungen für einen nachhaltigen Lebens- und Wirtschaftsraum erfüllt. Ein Areal von etwa 190.000 Quadratmetern in bester Innenstadtlage kann städtebaulich neu gestaltet werden. Bei der Entwicklung des Areals stehen die Schaffung von dringend benötigtem Wohnraum sowie die Förderung eines vielfältigen Wirtschaftsraumes mit nachhaltigem Gewerbe im Fokus. Die Integration von Grünflächen in das städtebauliche Konzept verbessert das Stadtklima und dient dem Wassermanagement während klimatischer

Extremphasen wie Trocken- und Starkregenperioden.

Gemeinsam Zukunft gestalten

Die City-Vision für Ludwigshafen ist bis zum Jahr 2053 ausgelegt. Die exakte Jahreszahl ist dabei nicht entscheidend. Sie verdeutlicht, dass wir jetzt konkrete Verbesserungen umsetzen und gleichzeitig über mehrere Dekaden planen müssen. Um dieses Ziel zu erreichen, brauchen wir

Investoren, die an die City glauben und das Potenzial erkennen. Hier gibt es interessante Investitionsmöglichkeiten und die Chance, positive Impulse für Ludwigshafen und seine Bürgerinnen und Bürger zu setzen. Diese Perspektiven werden in der neuen Standortbroschüre, dem Storybook, dargestellt. Es zeigt die wirtschaftlich attraktiven Perspektiven auf und soll Investoren langfristig begeistern und binden.



„Die Innenstadt von Ludwigshafen birgt enormes Potenzial, das wir gemeinsam entfalten wollen.“

Laura Todaro, Projektleitung und Referentin der Geschäftsführung

Das Modellvorhaben Innenstadt-Impulse war für die LUKOM ein besonderes Projekt und eine einmalige Gelegenheit für die City. Wir erprobten Aktionen und brachten Stadtakteure zusammen. Gemeinsam wollen wir weiter an der City-Vision arbeiten und das Netzwerk ausbauen. Wir danken allen Engagierten. Uns eint der Blick auf das Potenzial dieser Stadt.

Impressum

Herausgeber

LUKOM Ludwigshafener Kongress- und Marketing-Gesellschaft mbH
Rheinuferstraße 9
67061 Ludwigshafen
+49 621 69095-0
info@lukom.com
www.lukom.com

Geschäftsführer: Christoph Keimes

Realisierung:

Publik. Agentur für Kommunikation GmbH
Havellandstr. 12
68309 Mannheim
www.agentur-publik.de

Produktion:

Buchta Druck, Ludwigshafen

Bildnachweise:

LUKOM, Publik. Agentur für Kommunikation, Joachim Werkmeister (S. 02), Annette Mueck (S. 03), Ralf Moray (S. 04), Ben Pakalski, QUAER (S. 05), Ben Pakalski (S. 06), Nora Sofie Burlon (Illustrationen S. 07), Ben Pakalski (S. 08), Lena Geib (S.10), Ben Pakalski (S. 11), Marcus Schwetasch (S. 11), Ralf Moray (S. 11), Ben Pakalski (S. 11) Ralf Moray (S. 12), Torsten Kleb (S. 12), Torsten Kleb (S. 13), QUAER (S. 13), Adobe Stock/Mathias Weil (S. 14), Ben Pakalski (S. 14, 15)

LUKOM

**Ludwigshafener Kongress-
und Marketing-Gesellschaft mbH**

**Rheinuferstraße 9
67061 Ludwigshafen**

www.lukom.com

Gefördert durch das Modellvorhaben Innenstadt-Impulse des Landes Rheinland-Pfalz



Rheinland-Pfalz
MINISTERIUM DES INNERN
UND FÜR SPORT

Ludwigshafen
Stadt am Rhein

 **lukom**
STADTMARKETING | KONGRESSE | EVENTS