

Beiratssitzung vom 31. März 2022

Denkanstöße für eine Arbeitsgruppe »Verkehr«

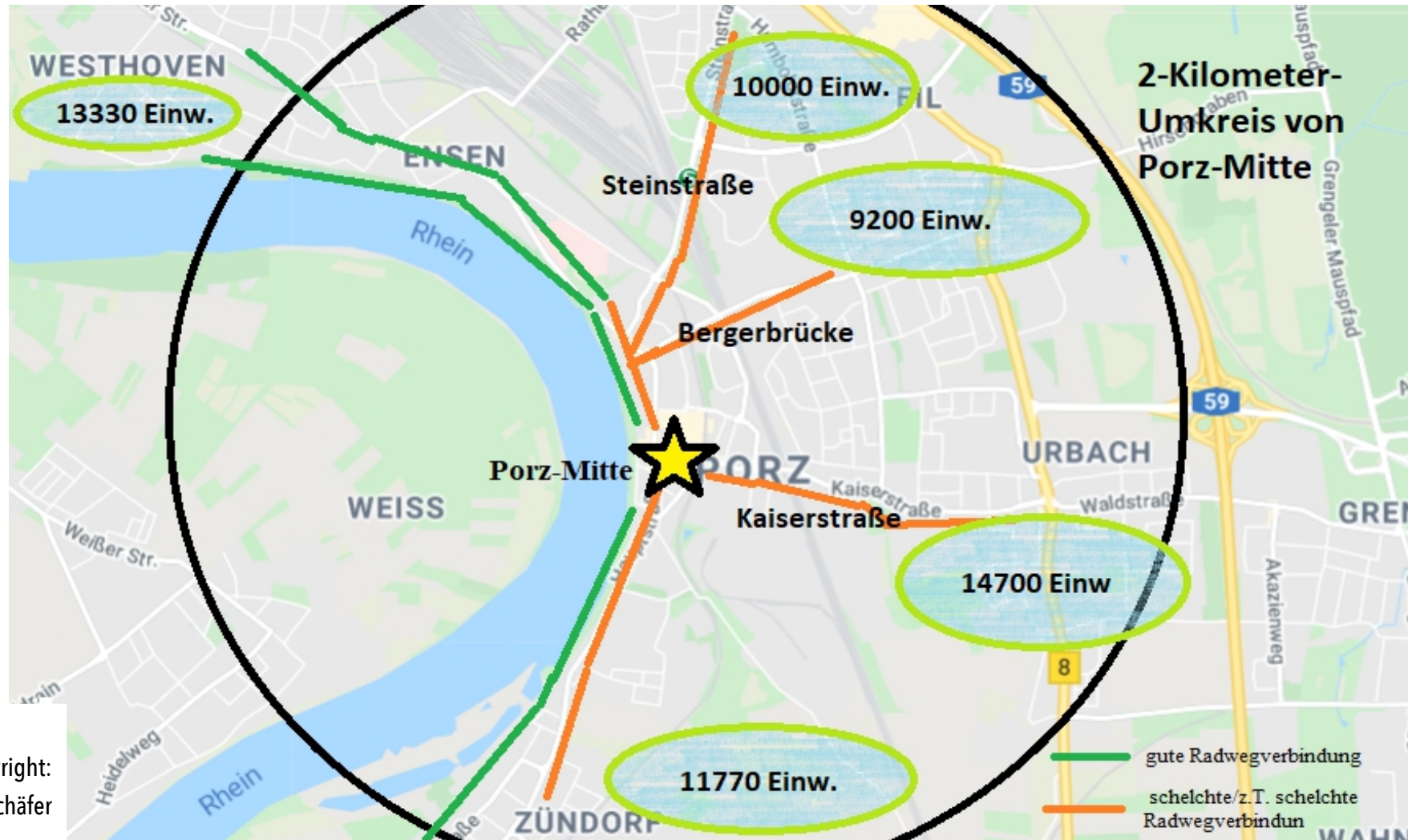
Aus dem Vademecum

Inhaltsverzeichnis

1. Die Vorgeschichte als Begründung für dieses autonom erstellte Konzept.....	4
2. Charakteristika vitaler Innenstädte.....	6
3. Die Einzelfaktoren für eine attraktive Innenstadt in Porz-Mitte.....	8
3.a) Das Einzelhandelsangebot.....	8
i. Zieldimension und Ist-Situation.....	8
ii. Handlungsempfehlungen 1: Ein abgestimmtes Einzelhandelsangebot in der Porzer Innenstadt für ein umfangreiches und differenziertes Angebot	10
3. b) Ambiente und Flair I : bestehende Fußgängerzone.....	15
i. Zieldimension. Ist-Situation und Lösungsansätze.....	15
1. In-Store-Ambiente	19
2. Gestaltung und Aufwertung der bereits bestehenden Fußgängerzone in Porz-Mitte.....	19
ii. Handlungsempfehlungen 2: Corporate Design und ein niedrighschwelliges bauliches Aufwertungskonzept für die bestehende Fußgängerzone.....	29
3. c) Ambiente und Flair II: Leerstandsproblematik	31
i. Ist-Situation und Lösungsansätze.....	31
1. Leerstand in der Bahnhofstraße.....	33
2. Leerstand in anderen 1a-Lagen:	35
3. Leerstand-Sonderfall Karl- und Wilhelmstraße.....	38
ii. Handlungsempfehlungen 3: Umgang mit Leerstandsimmobilien.....	40
1. Gewerbliche Zwischennutzung – Pop-up-Stores und genossenschaftliche Mini- Kaufhäuser – Beispiele:.....	41
2. Kulturelle Zwischennutzung – Schaufenster – Beispiele	44
3. Sozial-integrative Zwischennutzung – Stadtgeschichte und Dialogforum; Kids-Club und Viertelstreff – Beispiele.....	44
4. Zusammenlegung als Gegenstrategie bei kleinen Flächen.....	45
5. Öffnung für Multichannel-Strategien, virtuelle Regalverlängerung und Online-Handel	46
6. Fazit.....	47

3. d) Erlebnisqualität.....	48
i. Zieldimension und Ist-Situation.....	48
ii. Handlungsempfehlungen 4: Steigerung des Erlebniswerts von Porz-Mitte.....	49
1. Gastronomie.....	49
2. Events und Freizeitangebote.....	49
3. Stadtmarketing/Standortmarketing.....	51
3. e) Convenience.....	55
i. Zieldimension und Ist-Situation.....	55
1. Zugänglichkeit zum Zentrum.....	56
2. Zugänglichkeit im Zentrum I: Parkraumbewirtschaftung.....	57
3. Zugänglichkeit im Zentrum II: Defizite bei der Abstimmung und Harmonisierung der Geschäfte untereinander.....	58
4. Zugänglichkeit im Internet – Sichtbarkeit im Internet und Internetpräsenz.....	59
ii. Handlungsempfehlungen 5: Verbesserung von Convenience und Zugänglichkeit.....	60
1. Radwegförderung und Lastenfahrradangebot.....	60
2. Parkraumbewirtschaftung.....	61
3. Öffnungszeiten-Harmonisierung, Absprachen und Bonussysteme.....	62
4. Von WLAN, digitaler Präsenz und Multichannel-Ansätzen bis zur digitalen Innenstadt.....	64
3. f) Fazit.....	71
4. Akteure und Instrumente.....	75
a) ISG/ESG/BID.....	75
b) Verfügungsfonds.....	80
c) Innenstadtmanager.....	83
5. Fazit und Ausblick.....	86
6. Literatur.....	91

Zugänglichkeit zum Zentrum: Fahrradwegsprobleme



Zugänglichkeit zum Zentrum: Parkraumbewirtschaftung



Foto: Dr. Klaus Schäfer

Zugänglichkeit zum Zentrum: Parkraumbewirtschaftung

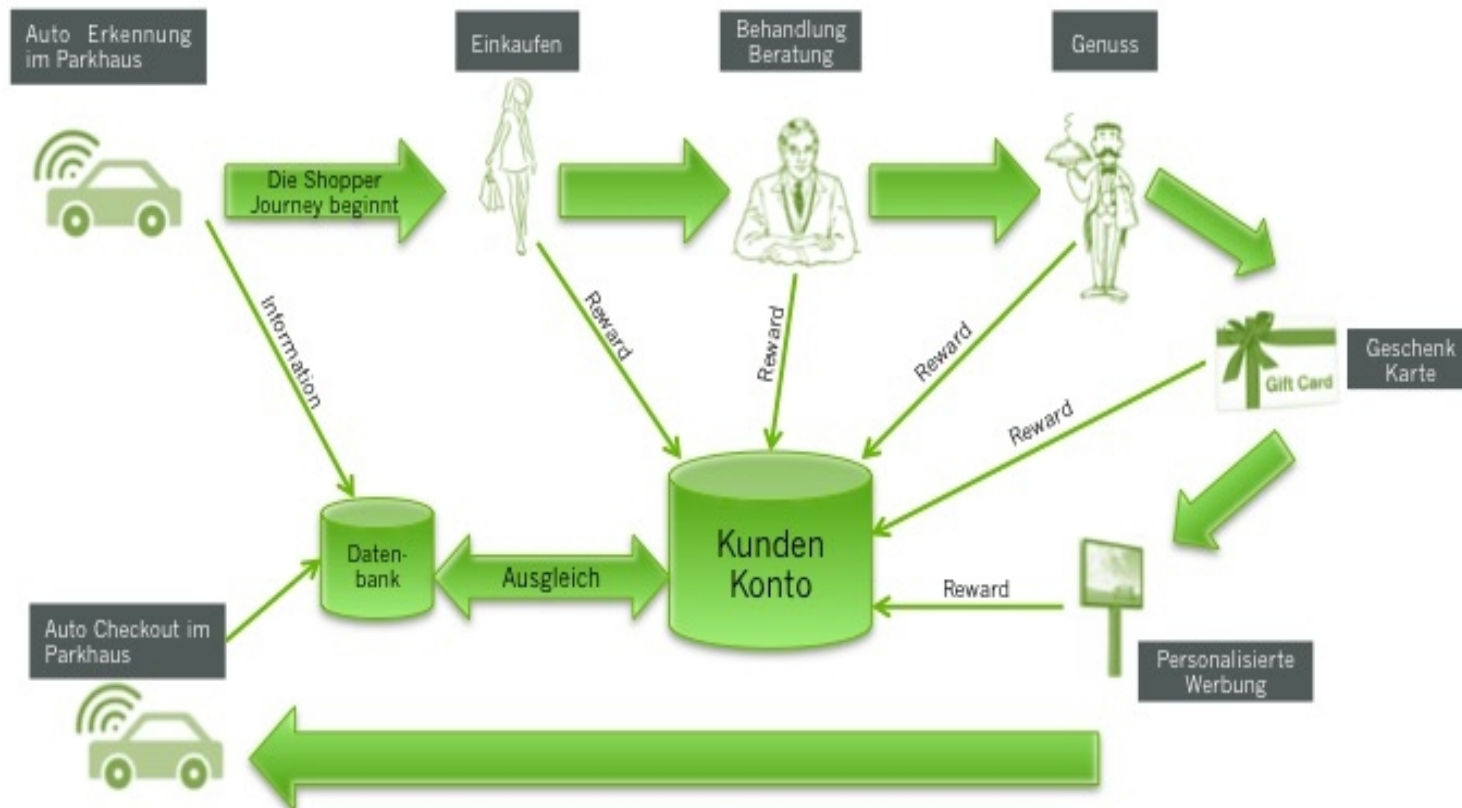


Copyright: Stadtwerke Langen

Zugänglichkeit zum Zentrum: Parkraumbewirtschaftung

Parken in der Future City Langenfeld

FUTURE
CITY
Langenfeld



Quelle: [https://zukunfdeiseinkaufens.de/wp-content/uploads/2016/05/Folie09.jpg/Future City Langenfeld/Stadtwerke Langenfeld](https://zukunfdeiseinkaufens.de/wp-content/uploads/2016/05/Folie09.jpg/Future%20City%20Langenfeld/Stadtwerke%20Langenfeld)

Der Beirat beschließt die Einrichtung einer Arbeitsgruppe »Verkehr«. Die Einladungen zu der Arbeitsgruppe erfolgen durch die Geschäftsführung.

**Vielen Dank
für Ihre
Aufmerksamkeit**