

## Die Immobilienkampagne Innenstadt KL

- Ein Instrument des Immobilienmanagements

## Öffentliche Veranstaltung des Citymanagements im Herbst 2017

vom 15. 9. – 10.10.2017

Unter der Immobilienkampagne Innenstadt KL versteht das Zentrumsmanagement eine Initiative zur Förderung der Immobilienentwicklung mit einer Reihe unterschiedlicher Formate.

Sie findet im Rahmen weiterer örtlicher Maßnahmen zur Stadtentwicklung statt.

Sie umfasst einen Zeitraum von ca. 4 Wochen.

Das Immobilienmanagement ist, wie die dazugehörige Öffentlichkeitsarbeit, ein Teil des Leistungsbildes des Zentrumsmanagements als Baustein des Citymanagements in Kaiserslautern.

Zahlreiche Erfassungen, Erhebungen und Recherchen sowie Handlungsstrategien und –felder sind innerhalb von 1,5 Jahren erarbeitet und im vorliegenden Projektbericht des Zentrumsmanagements dargestellt und vom Stadtrat beschlossen worden. Diese liefern die Basis für die einzelnen Maßnahmen der Kampagne und die weitere Arbeitsplanung des Immobilienmanagements.

### ZIELE

Ziel ist v.a. die Aktivierung aller am Immobiliengeschehen Beteiligten durch Informationen über die aktuelle spezifische Situation, den allgemeinen strukturellen Wandel, deren Hintergründe und die Einschätzungen zur perspektivischen Entwicklung, um die städtische Struktur aktiv gemeinsam zu gestalten.

Dazu gehört eine Präsentation des Immobilienpotenzials der Innenstadt, die in Form von Ausstellungen, Foren, Objekt- und Zonenbeschreibungen sowie Vorträgen zu den erarbeiteten Ergebnissen stattfinden kann.

In eben solchen Formaten werden einzelne Handlungsfelder des Immobilienmanagements, wie beispielsweise das Nutzungs- und Leerstandsmanagement sowie das strategische Leitkonzept, welches die räumlich strukturelle Vision für die Innenstadt skizziert, vorgestellt.

Durch die Veranstaltungen entstehen Vernetzungsmöglichkeiten und neue Synergiepotentiale aller Standortakteure (Eigentümer, Inhaber, Fachleute und Interessierte).

Kritisch konstruktiver Austausch und inspirierende Auseinandersetzungen in Vorträgen und Diskussionsrunden sind dabei reizvolle Chancen der Immobilienkampagne gemeinsam mit lokalen und externen Experten, Standortverantwortlichkeit neu zu denken, systemische Zusammenhänge aufzudecken, neue Vermarktungsstrategien zu entwickeln und tragfähige Ziele zu setzen.

Im Ergebnis sollen wegweisende Nutzungs- und Ansiedlungspotentiale sowie frische Image- und Perspektivenkonzeptionen Eigentümerinnen, Eigentümer und neue Interessierte zu Investitionen motivieren.

Mit einer Vernissage eröffnet die Kampagne im Foyer des Rathauses. Dort werden im kleinen Ratssaal die jeweiligen Vorträge stattfinden. Informationsstellen für interessierte Besucher an einzelnen Beratungstagen mit Ausstellungen zu bisherigen Aktivitäten und Ergebnissen werden an Infopoints in der Stadt eingerichtet. (s. Programm)

Eine interne inhaltliche Vorbereitungs- und Eröffnungsrunde findet im Rahmen einer Beiratswerkstatt unter dem Arbeitstitel „Perspektive Innenstadt“ mit Teilnehmenden aus dem Citymanagement, dem Beirat und dem Kreis der Fraktionsvorsitzenden statt.

Stadtrundgänge mit Experten sind zu den Themen der städtebaulichen Vorhaben und der Wirkung und Gestaltung inhabergeführter Ladengeschäfte geplant. Kundinnen und Kunden werden mit einem Beteiligungsformat „Laut(r)er Lieblingslädscher“ eingeladen aktiv an den Kampagnentagen teilzunehmen.

Zentrumsmanagement, 30.8.2017