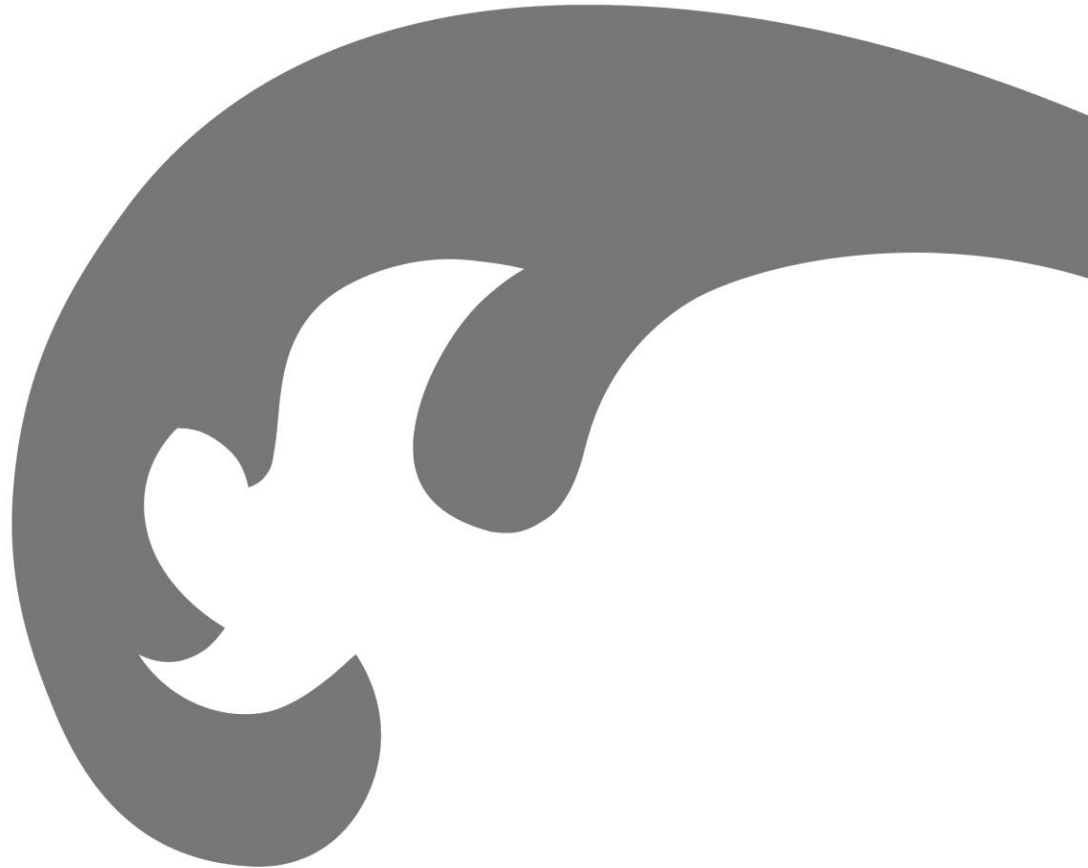




LUDWIGSBURG

Das Stadterscheinungsbild von Kommunen als Standortfaktor

Hans Schmid
Bürgermeister
Ludwigsburg
28.10.2010



















CALIGARI











Stadterscheinungsbild - Ausgangssituation

- Wichtiger **weicher Standortfaktor**
- Mit **Sauberkeit** und **Sicherheit** als Standortfaktoren werden öffentliche Werte für die Anspruchsgruppen einer Stadt geschaffen
- Sauberkeit und Sicherheit wirken sich auf die **Standortattraktivität** und **Standortloyalität** sowohl für Unternehmen und Gewerbe als auch für die Einwohner
- Der öffentliche Raum trägt zur **Wertschöpfung** der Privatwirtschaft bei



LUDWIGSBURG

StadtEntwicklungsKonzept:

*Gemeinsam
die Zukunft
unserer Stadt
gestalten*





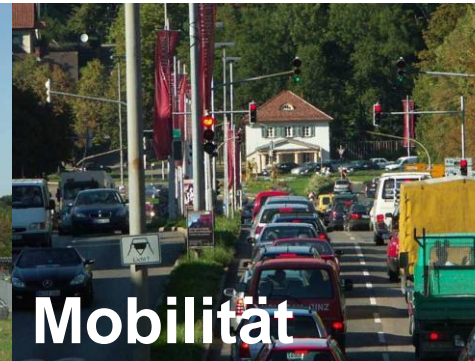
LUDWIGSBURG





LUDWIGSBURG

Leitsätze und strategische Ziele in den Themenfeldern:





Bezug zu den Leitsätzen und strategischen Zielen des Stadtentwicklungskonzepts

Wirtschaft und Arbeit

- Ziel 2: Ludwigsburg profiliert sich über seine attraktive Infrastruktur sowie über die immer wichtiger werdenden „weichen“ Standortfaktoren.
- Ziel 5: Ludwigsburg ist als Kongress- und Veranstaltungsort mit hervorragenden touristischen Angeboten bekannt.

Vitale Stadtteile

- Ziel 6: Die Stadtteile prägenden Grünflächen werden erhalten. Potenziale für vielfältige, ökologisch wertvolle und nutzbare Grünflächen werden genutzt.





Bezug zu den Leitsätzen und strategischen Zielen des Stadtentwicklungskonzepts

Lebendige Innenstadt

- Ziel 2: Die Innenstadt wird aktiv gestaltet. Sie verfügt über eine hohe Aufenthaltsqualität, die sich in Ruhe- und Bewegungsräumen, Sicherheit und Sauberkeit zeigt.
- Ziel 5: Feste, Aktionen und Gastronomie beleben die Innenstadt zu den Ladenöffnungszeiten und außerhalb.

Grün in der Stadt

- Ziel 3: Die bestehenden Grünflächen werden erhalten, ausgeweitet, aufgewertet und vernetzt. Haus-, Dach-, Garten- und Hofbegrünungen stärken die Lebensqualität und damit die Zukunftsfähigkeit der Stadt.





Veränderte Rahmenbedingungen

- Anforderungen bezüglich Sauberkeit, Sicherheit und Lebensqualität im öffentlichen Raum der Städte steigen
- Urbanisierung und Demografie
- Klimaveränderung
- Zunehmende Außengastronomie
- Public Viewing
- Zunehmende städtische Veranstaltungen
- privatwirtschaftliche Nutzungen
- Verstärkte Nutzung der öffentlichen Flächen (z.B. Bärenwiese)
- Zunehmende Ernährung mit Fast Food – Erhöhtes Müllaufkommen





Beispielhafte Veränderungen in Ludwigsburg, die den Faktor Sauberkeit beeinflussen

■ Veranstaltungen im Forum			
2006	2007	2008	
1.000	1.299	1.350	

■ Tourismusübernachtungen	
1995 = 111.000	
2007 = 193.000	

■ Arena Ludwigsburg

■ Rockfabrik / Pflaumenbaum ...

anteilig mehr Personen,
die zum Littering beitragen

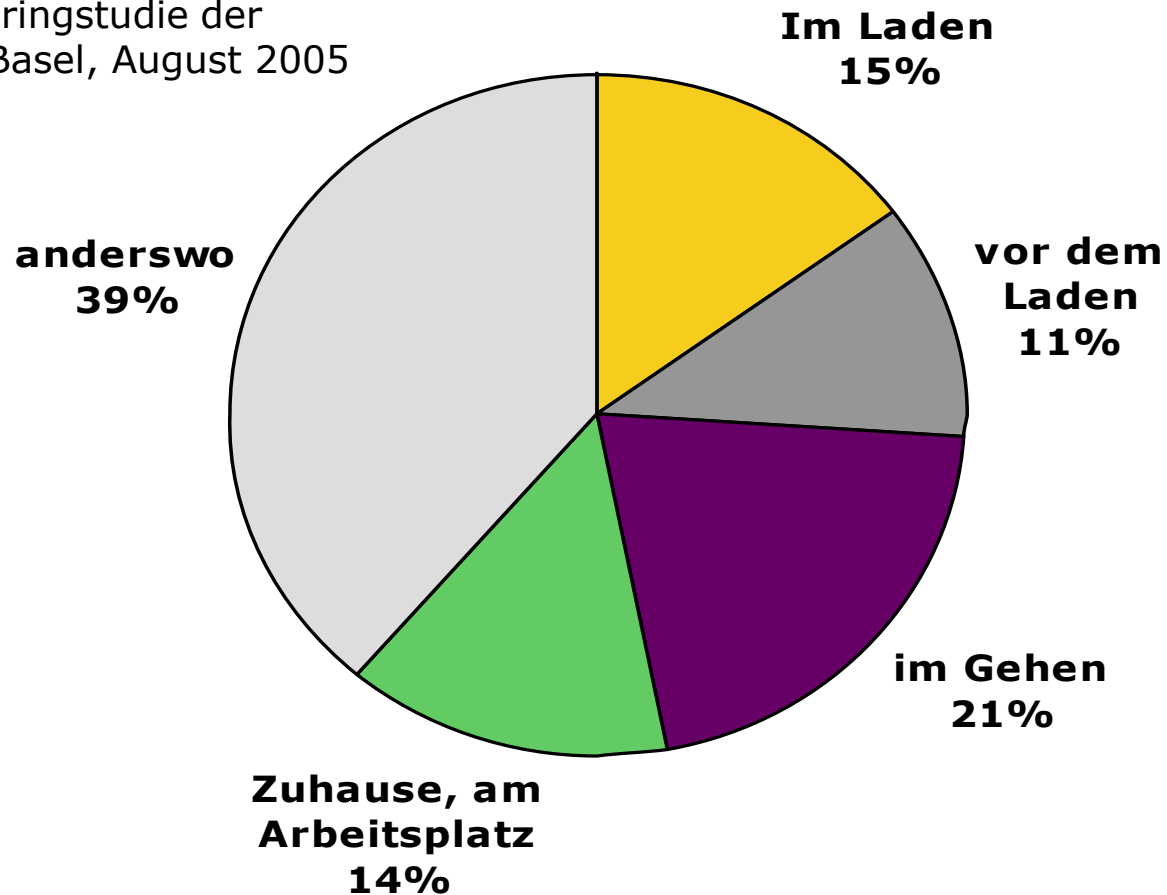




LUDWIGSBURG

Wo wird Fast Food verspeist?

Quelle: Litteringstudie der
Universität Basel, August 2005





Wegwerf-Verhalten

- Picknick- und Freizeitzone
(48% Anteil Einweg & Getränkegebinde)
- Mischzone (36%)
- Party- Unterhaltungszone (26%)
- Durchgangszone (20%)
- Müllaufkommen an öffentlichen Plätzen
- 52%-Anteil „fliegender Verpflegung“
- Gruppenphänomen bei jüngeren Personen





LUDWIGSBURG

Graffiti





LUDWIGSBURG





7. Ludwigsburger Frühjahrsputz am 20. März 2010



Ich bin **dabei**

Helfen Sie mit, ein sauberes Stadt- und Landschaftsbild für Ihr persönliches Wohl- und Sicherheitsgefühl zu schaffen.

Informationen finden Sie unter www.ludwigsburg.de oder unter Telefon 07141-910 2311. Unter der Schirmherrschaft von Oberbürgermeister Werner Spec.



LUDWIGSBURG

Technische Dienste Ludwigsburg





LUDWIGSBURG

Aufgaben TDL

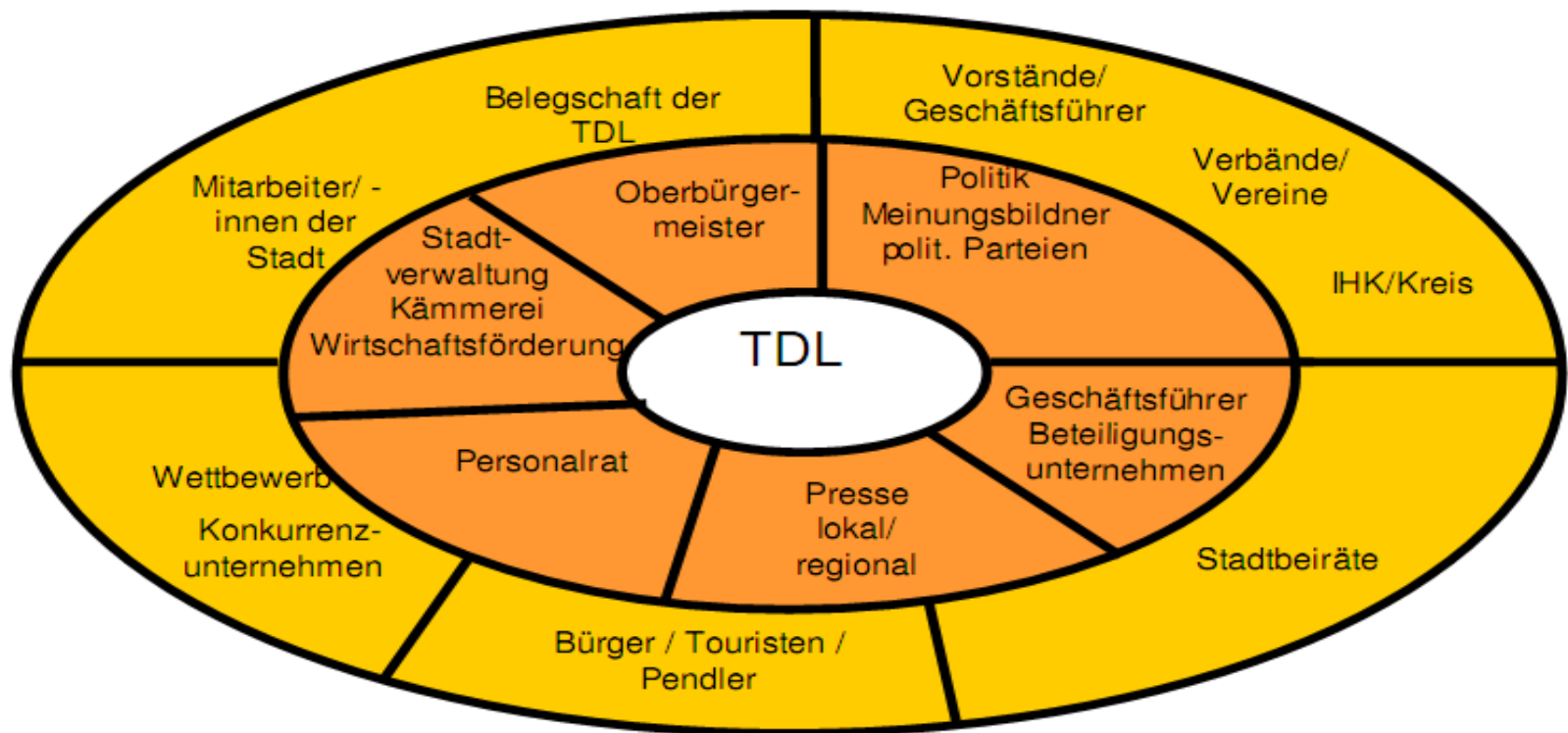
- Stadtreinigung
- Straßenbeleuchtung / Verkehrstechnik
- Fuhrpark / KFZ-Werkstatt
- Gebäudeunterhaltung
- Instandhaltung Verkehrswege





Zielgruppen und Entscheider

Welche Meinungsbildner bestimmen das Leistungsniveau und die Anforderungen an Sauberkeit als Standortfaktor?





LUDWIGSBURG

Maßnahmen zur Qualitätssicherung des Stadterscheinungsbildes

- Einsatz von innovativer Reinigungstechnik
- veränderte Reinigungszeiten /-intervalle
- Einführung eines Qualitätsmanagements im Bereich der Stadtreinigung zur Prozessoptimierung und kontinuierlichen Verbesserung (TÜV-Zertifizierung)
- Implementierung einer Tourenplanung mit Qualitätsprüfung, Störungsmanagement
- Grüne Karten Aktion





LUDWIGSBURG

Zielgruppen der Befragung

- **Bürger**
- **Einzelhandel und Gastronomie**
- **Einpendler, Touristen, Besucher**



LUDWIGSBURG

Vielen Dank für die Aufmerksamkeit

