

## Schlüsselprojekte

### Iller rauf und runter

#### Handlungsfelder

HF 01 Einkaufsinnenstadt | HF 02 Intelligente Mobilität | **HF 03 Kernstadtverwebung**  
HF 04 Quartiersentwicklung | HF 05 Kunst, Subkultur und Freie Szene | **HF 06 Konsumfreie**  
**Orte** | HF 07 Junges Leben und Jugendkultur | HF 08 Stadtökologie | HF 09 Leerstand in ABC  
Lagen | HF 10 Stadtkommunikation | HF 11 Vernetzung Zentrumspolitik  
HF 12 Verwaltung intern vernetzen

#### Leitstrategie

1. Unkontrollierte Urbanität: Durch differenzierte Deregulierung „Stadtsein“ zulassen!
2. **Entwicklung eines ganzheitlichen Stadtmodells: In sich differenzierte und zugleich multifunktionale Quartiere etablieren, die miteinander verwoben sind!**
3. **Nutzungswandel im Bestand: Mit Mut zur Markenmetropole des Allgäus werden und damit die regionale Position nachhaltig ausbauen und sich in die regionale Entwicklung einbetten!**
4. Entwicklung im Querschnitt: Durch Vernetzung Kräfte, Kreativität und Kompetenzen bündeln, um die (Innen-)Stadtentwicklung ganzheitlich voranzutreiben!

#### Ziele

In dem Projekt werden vorhandene Entwicklungskonzepte mit Bezug zur Iller und gesammelte Projektideen evaluiert und mit Bezug auf das Fitnessprogramm Starke Kempten neu bewertet. Im Fokus steht, dass ein gemeinsamer Gestaltungswille von Politik und Verwaltung hergestellt wird, der zu mehr Handlungssicherheit und schrittweiser Realisierung führt.

#### Bezug zu Trends

„Selfness“-Freizeit, Ökologisierung der Stadt

#### Inhalt – Pakete

Ausgangssituation: Die Iller teilt das Stadtgebiet in den Westteil mit der historischen Doppelstadt und ihrer Vielzahl an Versorgungsfunktionen und dem Ostteil mit dem römischen Ursprung der Stadt. Gebirgsflüsse werden zurecht als gefährlich wahrgenommen und Siedlungen haben zwar die Wasserkraft zu nutzen gewusst, sich aber im Alltagsleben nicht dem Gewässer zugewandt. Aus heutiger Sicht wird der Fluss in Teilen zur Freizeitnutzung aufgesucht. Flanieren, Radfahren, Baden, Sonnentanken, Grillen, Feiern, Sinnieren usw. sind in einzelnen Abschnitten möglich, allerdings nicht durchgehend.

Für die Nutzung des Flussraumes bestehen Konzepte, z.B. „Iller erleben“, die jedoch nur teilweise, wie der „Illersteg“ in die Umsetzung gebracht werden. Zusätzlich stoßen Freizeitsuchende an Regelungsgrenzen des Stadtordnungsamtes und der Polizei.

Grundidee: Die Iller soll als Stadtraumgelenk gedacht werden, das die Stadtquartiere fußläufig und für den Radverkehr beidseitig durchgängig miteinander verbindet. Der Flussraum ist die Mitte und die Freizeidrehscheibe der Stadt. Die Einkaufsstadt wird um ein „Zimmer“ erweitert.

Die Idee hat möglicherweise die Kraft, in die Positionierung Kemptens als tatsächliche „Metropole“ einzuzahlen und Freizeitangebote zu etablieren, die regionale bedeutend sind und touristisch nachgefragt werden.

## Umsetzung

- 1) Zusammentragen bestehender Konzepte und der Projektideen und Formulierung eines Anforderungsprofils an den Flussraum. (Zielformulierung im Detail)
- 2) Aufbereitung der planungsrelevanten Grundlagen, wie Ausstattung mit Wegen, Aufenthaltsräumen, Möblierung, hydrologische Daten, Freizeitnutzungen, wichtigen Querungsfunktionen, Grundeigentumsverhältnissen, etc.)
- 3) Erörterung diverser Planungsmethoden; seitens Modul5 wird ein kooperatives Verfahren mehrerer interdisziplinärer Teams vorgeschlagen
- 4) Ausschreibung eines Wettbewerbsverfahrens für die (kooperative) Erstellung eines Masterplans „Iller rauf und runter“.

## Wichtige Schritte

- 1) Das Projekt bei Verwaltung und Politik verankern und in die Bearbeitung bringen.
- 2) Das Projekt vernetzen mit „Illerstrand – Jugend“, Festival, St.-Mang-Platz, Quartier Kraftwerk, etc.

## Zielgruppen

Sportler\*innen, Familien, Jugendliche, Tourist\*innen, Senior\*innen

## Konkrete Räume/Orte

Von König-Ludwig-Brücke bis Adenauerring beidseits der Iller

Ideen: Wohnmobil-Stellplatz, durchgehender Geh- und Radweg, Zugänge zum Wasser, Standort Kanuverein, Surfelle, WCs, Grillstellen, Sitzbänke und Tische, Kiosk mit Sitzmöglichkeiten, temporäre Foodtruck-Zonen, etc.

## Umsetzer\*innen

Amt für Tiefbau und Verkehr

Projektpate: Markus Wiedemann

## Mitarbeiter\*innen

Markus Wiedemann  
Antje Schlüter  
Stefanie Schmitt  
Thomas Weiß

## Temporäre Stadtoasen

### Handlungsfelder

**HF 01 Einkaufsinnenstadt** | HF 02 Intelligente Mobilität | HF 03 Kernstadtverwebung

HF 04 Quartiersentwicklung | HF 05 Kunst, Subkultur und Freie Szene | **HF 06 Konsumfreie**

**Orte** | **HF 07 Junges Leben und Jugendkultur** | **HF 08 Stadtökologie** | HF 09 Leerstand in ABC

Lagen | HF 10 Stadtkommunikation | HF 11 Vernetzung Zentrumspolitik

HF 12 Verwaltung intern vernetzen

### Leitstrategie

1. **Unkontrollierte Urbanität: Durch differenzierte Deregulierung „Stadtsein“ zulassen!**
2. Entwicklung eines ganzheitlichen Stadtmodells: In sich differenzierte und zugleich multifunktionale Quartiere etablieren, die miteinander verwoben sind!
3. Nutzungswandel im Bestand: Mit Mut zur Markenmetropole des Allgäus werden und damit die regionale Position nachhaltig ausbauen und sich in die regionale Entwicklung einbetten!
4. Entwicklung im Querschnitt: Durch Vernetzung Kräfte, Kreativität und Kompetenzen bündeln, um die (Innen-)Stadtentwicklung ganzheitlich voranzutreiben!

### Ziele

Zeigen, dass Veränderung im Kleinen möglich ist, indem 3-5 Autoabstellplätze durch temporäre Stadtmöblierung ersetzt werden.

Um zukünftig resilient zu sein, sollen die Rahmenbedingungen so gestaltet werden, dass multifunktionale Nutzungen ermöglicht werden.

### Bezug zu Trends

Urbanisierung, Stadtökologie

### Inhalt – Pakete

Ausgangssituation: Die historische Innenstadt ist autogerecht organisiert, stark mineralisiert und konsumoptimiert und bietet wenige Aufenthaltsräume.

Grundidee: Einen Wettbewerb ausloben für Geschäftsbetreibende und Bewohner\*innen zur Gestaltung einer „Stadtoase“ auf der Fläche eines Parkplatzes für die Zeit Mai bis Oktober; Unterstützung der 3-5 Preisträger\*innen mit einem Materialzuschuss von je Euro 2.000. Die Errichtung und Instandhaltung tragen die Wettbewerbssieger\*innen.

Umsetzung:

- 1) Recherche: von anderen Beispielen lernen (z.B. Grätzeloase Wien)
- 2) den Gestaltungsrahmen klären und die Mindestanforderungen für Sicherheit und Stadtökologie definieren
- 3) Konzept (Organisation, Finanzierung; etc.) absichern
- 4) Umsetzung und Begleitung
- 5) Evaluierung und Anpassung des Verfahrens für dessen Fortsetzung

## Wichtige Schritte

- 1) Die betroffenen Akteure vernetzen und die Realisierung absichern.
- 2) Ein tragfähiges Konzept entwickeln und umsetzen.

## Zielgruppen

Einwohner\*innen (inkl. Umland), Geschäftstreibende

## Konkrete Räume/Orte

öffentliche Parkplätze in der Umgebung St.-Mang-Platz

## Umsetzer\*innen

Amt für Tiefbau und Verkehr  
Amt für Wirtschaft und Stadtentwicklung  
Stabsstelle Klimaschutz  
City-Management Kempten e. V.

Projektpatin: Dagmar Lazar

## Mitarbeiter\*innen

Markus Wiedemann  
Annika Spatscheck  
Niklas Ringeisen  
Stadt Kempten, Vereine, Privatpersonen, Firmen, Institutionen

## Pop-up-Store Ausbildung

### Handlungsfelder

HF 01 Einkaufsinnenstadt | HF 02 Intelligente Mobilität | HF 03 Kernstadtverwebung  
HF 04 Quartiersentwicklung | HF 05 Kunst, Subkultur und Freie Szene | HF 06 Konsumfreie Orte  
**HF 07 Junges Leben und Jugendkultur** | HF 08 Stadtökologie | **HF 09 Leerstand in ABC-Lagen**  
HF 10 Stadtkommunikation | HF 11 Vernetzung Zentrumspolitik  
HF 12 Verwaltung intern vernetzen

### Leitstrategie

1. Unkontrollierte Urbanität: Durch differenzierte Deregulierung „Stadtsein“ zulassen!
2. Entwicklung eines ganzheitlichen Stadtmodells: In sich differenzierte und zugleich multifunktionale Quartiere etablieren, die miteinander verwoben sind!
3. **Nutzungswandel im Bestand: Mit Mut zur Markenmetropole des Allgäus werden und damit die regionale Position nachhaltig ausbauen und sich in die regionale Entwicklung einbetten!**
4. Entwicklung im Querschnitt: Durch Vernetzung Kräfte, Kreativität und Kompetenzen bündeln, um die (Innen-)Stadtentwicklung ganzheitlich voranzutreiben!

### Ziele

Leerstände sinnvoll zwischennutzen und fokussiert die Zielgruppe der (älteren) Schüler\*innen ansprechen. Bewerbung von Ausbildungsberufen.

### Bezug zu Trends

Fachkräftemangel

### Inhalt – Pakete

Ausgangssituation: Die Zwischennutzung leerstehender Geschäftslokale wird in Kempten bereits aktiv vorangetrieben. Dabei wird u.a. die Kooperation mit Forschungseinrichtungen gepflegt, die hier Raum für die Kommunikation nach außen bekommen.

Grundidee: Der Fachkräftemangel ist auch in der Region Allgäu ein hoch relevantes Thema, dem es auf unterschiedliche Weise zu begegnen gilt. Mit Pop-Up-Stores, in denen sich alles rund um verschiedene Handwerksberufe bzw. um Ausbildungsmöglichkeiten jenseits eines Studiums dreht, sollen Jugendliche gezielt angesprochen werden. Hier können sie sich niederschwellig informieren und werden dort abgeholt, wo sie sich gerne aufhalten: in der Innenstadt. Die Palette reicht von Informationen über Ausbildungsberufe generell, über Infos zu freien Ausbildungsplätzen oder Betriebspraktika und Tipps zu Bewerbungen. Die Pop-Up-Stores sind innovative Orte für das Matchmaking von Schüler\*innen/Absolvent\*innen und Betrieben. Darüber hinaus werden Passant\*innen mit überraschenden Angeboten in die so bespielten Räume/Leerstände gelockt. Dieses Konzept der Leerstandsbespielung wurde in Augsburg bereits erfolgreich umgesetzt; hier kann man auf einen entsprechenden Erfahrungsaustausch bauen.

Umsetzung:

- 1) Inhaltliches Konzept für Ausbildungs-Pop-Up-Stores entwickeln
- 2) Kooperationspartner suchen und einbinden (IHK, Handwerkskammer, Berufsschulen etc.)
- 3) Geeignete Leerstände finden und deren Bespielung in die Wege leiten

## Wichtige Schritte

1) Die Idee mit dem Vertreter der Handelskammer vertiefen und Beispiele recherchieren sowie analysieren.

<https://www.schwaben.ihk.de/service/presse/presseinformationen/presseinformationen2021/ausbildung-finden-im-pop-up-store-5265122>

## Zielgruppen

Junge Menschen, Schüler\*innen, Eltern. Durch seinen sehr großen Einzugsbereich erreichen die Ausbildungs-Pop-Up-Stores auch Jugendliche aus der Region Allgäu bzw. sind auch für Betriebe außerhalb Kemptens interessant

## Konkrete Räume/Orte

Leerstände in der Innenstadt

## Umsetzer\*innen

IHK Schwaben

HWK Schwaben

Agentur für Arbeit Kempten

Allgäu GmbH

Amt für Wirtschaft und Stadtentwicklung

City-Management Kempten e. V.

Projektpatin: Michaela Waldmann

## Mitarbeiter\*innen

Michaela Waldmann

Niklas Ringeisen

Ramona Riederer

Björn Athmer

## Festival

### Handlungsfelder

HF 01 Einkaufsinnenstadt | HF 02 Intelligente Mobilität | HF 03 Kernstadtverwebung  
HF 04 Quartiersentwicklung | **HF 05 Kunst, Subkultur und Freie Szene** | HF 06 Konsumfreie  
Orte | **HF 07 Junges Leben und Jugendkultur** | HF 08 Stadtökologie | HF 09 Leerstand in ABC  
Lagen | HF 10 Stadtkommunikation | HF 11 Vernetzung Zentrumspolitik  
HF 12 Verwaltung intern vernetzen

### Leitstrategie

1. Unkontrollierte Urbanität: Durch differenzierte Deregulierung „Stadtsein“ zulassen!
2. Entwicklung eines ganzheitlichen Stadtmodells: In sich differenzierte und zugleich multifunktionale Quartiere etablieren, die miteinander verwoben sind!
3. **Nutzungswandel im Bestand: Mit Mut zur Markenmetropole des Allgäus werden und damit die regionale Position nachhaltig ausbauen und sich in die regionale Entwicklung einbetten!**
4. Entwicklung im Querschnitt: Durch Vernetzung Kräfte, Kreativität und Kompetenzen bündeln, um die (Innen-)Stadtentwicklung ganzheitlich voranzutreiben!

### Ziele

Das Eventspektrum Kemptens erweitern und ein Zeichen für die Jugend setzen.

### Bezug zu Trends

Urbanisierung | Festivalisierung der Stadt (im positiven Sinne!)

### Inhalt – Pakete

Ausgangslage: Kempten sieht sich selbstbewusst als kultureller Hotspot des Allgäus, das Angebot ist in der Tat breit aufgestellt und es gibt verschiedene Veranstaltungs- und Eventlocations, die aufgrund ihrer Ausrichtung und Größe von regionaler Bedeutung sind. Gerade in Bezug auf die freie Szene gibt es aber keine wirklich geeigneten Locations oder regelmäßige Festivals. Das Beispiel des Poolbar-Festivals in Feldkirch (Vorarlberg) zeigt, dass die „Indie-Szene“ das städtische Kulturangebot um einen überregional bedeutenden Faktor bereichern kann und positiv zum urbanen/kreativen/zeitgeistigen Image einer Stadt beitragen kann.

Grundidee: In Kempten soll ein überregionales Festival aus der Taufe gehoben werden, das sich ganz klar positioniert ist und regelmäßig stattfindet, beispielsweise im Independent-Sektor. Das Münchener Tollwood-Festival könnte von seinem Konzept und seiner inhaltlichen Ausrichtung dabei ebenso als Referenz dienen wie das erwähnte Poolbar-Festival in Feldkirch.

Umsetzung:

- 1) Eine\*n Projektleiter\*in finden und konkret mit der Aufgabe betrauen.
- 2) Den Bedarf bei der Zielgruppe abfragen und konkretisieren.
- 3) Einen geeigneten Ort und einen Veranstalter\*innen finden und die Umsetzung initiieren.

## Wichtige Schritte

- 1) Projektleiter finden, lokales und regionales Kultur-Netzwerk anzapfen
- 2) Konzept entwickeln und festschreiben
- 3) Fachschulen und die Hochschule als Multiplikatoren gewinnen

## Zielgruppen

Jugend/junge Erwachsene (regional)

## Konkrete Räume/Orte

Illerauen, THEATERINKEMPTEN (T:K), Allgäuhalle, Burghalde

## Umsetzer\*innen

Amt für Jugendarbeit

Stadtjugendring

T:K

Messe- und Veranstaltungsbetrieb

Kulturinitiativen

Jugendgruppen, ehrenamtliche Mitarbeiter\*innen, lokale und regionale Künstler\*innen

Projektpate: Oliver Huber

## Mitarbeiter\*innen

Alexander Haag

Silvia Armbruster

Martina Dufner

Andreas Schütz



## Kempten zu Fuß erleben

### Handlungsfelder

HF 01 Einkaufsinnenstadt | **HF 02 Intelligente Mobilität** | **HF 03 Kernstadtverwebung**

HF 04 Quartiersentwicklung | HF 05 Kunst, Subkultur und Freie Szene | **HF 06 Konsumfreie**

**Orte** | HF 07 Junges Leben und Jugendkultur | HF 08 Stadtökologie | HF 09 Leerstand in ABC

Lagen | HF 10 Stadtkommunikation | HF 11 Vernetzung Zentrumspolitik

HF 12 Verwaltung intern vernetzen

### Leitstrategie

1. Unkontrollierte Urbanität: Durch differenzierte Deregulierung „Stadtsein“ zulassen!
2. **Entwicklung eines ganzheitlichen Stadtmodells: In sich differenzierte und zugleich multifunktionale Quartiere etablieren, die miteinander verwoben sind!**
3. **Nutzungswandel im Bestand: Mit Mut zur Markenmetropole des Allgäus werden und damit die regionale Position nachhaltig ausbauen und sich in die regionale Entwicklung einbetten!**
4. Entwicklung im Querschnitt: Durch Vernetzung Kräfte, Kreativität und Kompetenzen bündeln, um die (Innen-)Stadtentwicklung ganzheitlich voranzutreiben!

### Ziele

Alternative Mobilitätslösungen probieren, unkonventionelle touristische Angebote schaffen

### Bezug zu Trends

Alltagsgerechte Stadt, Authentisches Entdecken, Resonanztourismus

### Inhalt – Pakete

Ausgangslage: Kempten genießt einen hohen Stellenwert als städtetouristische Destination und spielt im Kontext des regionalen Tourismus eine wichtige Rolle als „Schlechtwetter-Alternative“. Das Angebot für Gäste (und Einheimische) ist bislang als eher „klassisch“ einzustufen.

Grundidee: Kempten soll sein Image hin zu einem spannenden touristischen Ziel verändern und gleichzeitig sollen damit neue Mobilitätsformen und Erlebnisformen etabliert werden. Auf einer exemplarischen Route, motiviert durch ein touristisches Ziel in der Stadt, soll das Thema „Gehen“ in den Mittelpunkt rücken und das Entdecken der Stadt zu Fuß eine neue Wahrnehmung und Perspektive auf sie eröffnen. Dieses Angebot richtet sich primär an Stadtbesucher\*innen, ist aber ebenso für die Stadtbewohner\*innen attraktiv. Im Sinne des Fitnessprogramms Starke Zentren leistet das Projekt einen spannenden Beitrag zum Handlungsfeld „Vernetzung der Stadt“.

### Umsetzung:

- 1) Die besonderen Punkte der Kernstadt auflisten und professionell dokumentieren
- 2) Foto-Wettbewerb
- 3) Erzählungen und Hintergründe sammeln
- 4) Ausstellung von besonderen Plätzen und Geschichten
- 5) Die Resonanz messen - ein Gehweg durch die Stadt planen und relevante Umgestaltungspunkte im Öffentlichen Raum einbeziehen
- 6) Temporäre Interventionen setzen und eine Kampagne starten

Mögliche Themen: Industrie, Römer, Zweistadtgeschichte, Iller, Hochschule, ....

## Wichtige Schritte

- 1) Ein interdisziplinäres Projektteam zusammenstellen und die Zusammenarbeit vereinbaren.
- 2) Konzepterstellung mit „rotem Faden“ (Orte definieren, Illustrationen andenken, Vermarktung)

## Zielgruppen

Stadtbesucher\*innen und Stadtbewohner\*innen

## Konkrete Räume/Orte

Innenstadt, Sehenswürdigkeiten, touristische Orte

## Umsetzer\*innen

Kempton Tourismus  
Kulturamt  
Stabstelle Smart City  
City-Management Kempton e. V.  
Freunde der Altstadt Kemptens e. V.  
Stiftsstadt Kempton e. V.

Projektpat\*in: offen

## Mitarbeiter\*innen

Stefanie Schmitt  
Martin Fink  
Niklas Ringeisen  
NN (Smart City)  
Elke Roßmanith  
Dietmar Markmiller  
Annette Rampp  
Ilse Roßmanith-Mitterer

## Solarpassage

### Handlungsfelder

**HF 01 Einkaufsinnenstadt** | HF 02 Intelligente Mobilität | HF 03 Kernstadtverwebung  
HF 04 Quartiersentwicklung | HF 05 Kunst, Subkultur und Freie Szene | HF 06 Konsumfreie Orte  
HF 07 Junges Leben und Jugendkultur | **HF 08 Stadtökologie** | HF 09 Leerstand in ABC-Lagen  
HF 10 Stadtkommunikation | HF 11 Vernetzung Zentrumspolitik  
HF 12 Verwaltung intern vernetzen

### Leitstrategie

1. Unkontrollierte Urbanität: Durch differenzierte Deregulierung „Stadtsein“ zulassen!

2. Entwicklung eines ganzheitlichen Stadtmodells: In sich differenzierte und zugleich multifunktionale Quartiere etablieren, die miteinander verwoben sind!
3. **Nutzungswandel im Bestand: Mit Mut zur Markenmetropole des Allgäus werden und damit die regionale Position nachhaltig ausbauen und sich in die regionale Entwicklung einbetten!**
4. Entwicklung im Querschnitt: Durch Vernetzung Kräfte, Kreativität und Kompetenzen bündeln, um die (Innen-)Stadtentwicklung ganzheitlich voranzutreiben!

## Ziele

Steigerung der Aufenthaltsqualität

Mit Solarpanelen als funktionale Möblierungselemente im Stadtraum einzukunftsweisendes Signal setzen.

## Bezug zu Trends

Ökologisierung der Stadt, Klimawandelanpassung, Einkaufsinnenstädte zukunftsfit machen

## Inhalt – Pakete

Ausgangslage: Die Kemptener Einkaufsinnenstadt erfüllt gestalterisch und funktional ihre Funktion als Einzelhandels- und Geschäftsbereich sehr gut. In Bezug auf ökologische Gesichtspunkte gibt es hingegen noch Optimierungsmöglichkeiten, die auch im Sinne der ganzheitlich betrachteten Frage nach der Resilienz einer Innenstadt sehr relevant sind.

Grundidee: Einen Teil der Fußgängerzone für eine städtebaulich und technisch innovative Beschattungs- und Regenschutzanlage, die der Stromgewinnung dient, nutzen. So wird der ökologische Aspekt mit einer Erhöhung der Aufenthaltsqualität (Beschattung und Regenschutz) kombiniert und die Einkaufsinnenstadt hat ein überregional wirksames und zukunftsweisendes Alleinstellungsmerkmal.

Umsetzung:

- 1) Klärung rechtlicher, technischer und investiver Rahmenbedingungen
- 2) Installation von PV-Anlagen (die cool gestaltet sind) und zugleich mit Speichernutzung Strom für abendliche Beleuchtung/Schaufensterbeleuchtung/Lichtspiele
- 3) Attraktive Gestaltung (Instagram tauglich) → Marketingeffekt
- 4) Zuerst „klein anfangen“; später evtl. Erweiterung; erst engagierte und interessierte Einzelhändler\*innen und Eigentümer\*innen mit ins Boot holen.
- 5) Projekt in Smart City integrieren

## Wichtige Schritte

- 1) Konzepterstellung (insbesondere unter Berücksichtigung der Themen: Abstimmung mit Eigentümer\*innen, Machbarkeit prüfen mit AÜW, Brandschutz, Barrierefreiheit, Rettungswege beachten)
- 2) Smart City als Umsetzungsschiene prüfen und die Hochschule ins Boot holen.
- 3) Einen (internationalen) Designwettbewerb durchführen.

## Zielgruppen

Innenstadtbesucher\*innen und Bewohner\*innen

## Konkrete Räume/Orte

Bahnhofstraße – Residenzplatz (und ggf. Nebenstraßen/-gassen)

## Umsetzer\*innen

City-Management Kempten e. V.

Einzelhandelsverband

Amt für Wirtschaft und Stadtentwicklung

Referat Planen, Bauen und Verkehr (Denkmalschutz)

Smart City

Projektpate: Niklas Ringeisen

## Mitarbeiter\*innen

Niklas Ringeisen

Annika Spatscheck

Thomas Weiß

Annette Pickert

Tim Koemstedt

NN (Smart City)

## Kunst im öffentlichen Raum

### Handlungsfelder

**HF 01 Einkaufsinnenstadt** | HF 02 Intelligente Mobilität | HF 03 Kernstadtverwebung  
HF 04 Quartiersentwicklung | **HF 05 Kunst, Subkultur und Freie Szene** | **HF 06 Konsumfreie Orte** | **HF 07 Junges Leben und Jugendkultur** | HF 08 Stadtökologie | HF 09 Leerstand in ABC-Lagen | HF 10 Stadtkommunikation | HF 11 Vernetzung Zentrumspolitik | HF 12 Verwaltung intern vernetzen

### Leitstrategie

1. **Unkontrollierte Urbanität: Durch differenzierte Deregulierung „Stadtsein“ zulassen!**
2. Entwicklung eines ganzheitlichen Stadtmodells: In sich differenzierte und zugleich multifunktionale Quartiere etablieren, die miteinander verwoben sind!
3. **Nutzungswandel im Bestand: Mit Mut zur Markenmetropole des Allgäus werden und damit die regionale Position nachhaltig ausbauen und sich in die regionale Entwicklung einbetten!**
4. Entwicklung im Querschnitt: Durch **Vernetzung** Kräfte, Kreativität und Kompetenzen bündeln, um die (Innen-)Stadtentwicklung ganzheitlich voranzutreiben!

### Ziele

Die Stadt zu einer öffentlichen Galerie machen und den lokalen und regionalen Kunstschaaffenden eine Bühne geben.

### Bezug zu Trends

Urbanisierung, Festivalisierung der Stadt (im positiven Sinne!)

### Inhalt – Pakete

Ausgangslage: Kempten begreift sich als kultureller Hotspot der Region und hat ein entsprechend attraktives Angebot und leistungsfähige, hochwertige Event- und Kulturlocations. Die bildende Kunst und die freie Szene im Allgemeinen sind tendenziell unterrepräsentiert.

Grundidee: Um den in Kempten und der Region lebenden und schaffenden Künstler\*innen Raum und Sichtbarkeit zu geben, werden bestimmte öffentliche Räume zu (temporären) Ausstellungsräumen. Es wird eine Win-Win-Situation zwischen Kommune und Künstler\*innen erzeugt, indem der Öffentliche Raum mit einer weiteren „Attraktion“ aufgewertet wird, die aufgrund der sehr hohen Besucher\*innenzahlen der Einkaufsinnenstadt auf ein breites Publikum trifft. Im besten Fall sind dies mehrere Orte in der Stadt - die „schönen“ (z.B. Residenz) und auch die „schwierigen“ (z.B. ein Parkplatz).

Dieses Konzept kann Ausgangspunkt für einen kultur-touristischen Kunstpfad durch die gesamte Stadt sein.

### Umsetzung

- 1) konzeptionelle, rechtliche und organisatorische Rahmenbedingungen klären – rechtssicheren Rahmen schaffen,
- 2) Orte im öffentlichen Raum festlegen und das Projekt Allhühalle miteinbeziehen,
- 3) Qualitätskriterien für Aussteller\*innen festlegen und ein Kuratierungsmodell aufstellen,
- 4) die Freie Szene aktivieren und
- 5) einen Testbetrieb durchführen und evaluieren

## Wichtige Schritte

- 1) Kunstprojekt U1 der Initiative K-art-on aus 2017 evaluieren
- 2) Workshop mit Ideensammlung, Standort-Sichtung, etc.
- 3) Konzepterstellung (Themen, Orte, Aktionszeiträume)
- 4) Den Dialog mit den Kunstschaffenden aufnehmen.

## Zielgruppen

Stadtbesucher\*innen, Stadtbewohner\*innen

## Konkrete Räume/Orte

Einkaufsinnenstadt, Quartiersplätze, Points of Interest in der Innenstadt und darüber hinaus

## Umsetzer\*innen

Kulturamt  
Kulturschaffenden-Akteure  
Amt für Tiefbau und Verkehr  
Amt für Jugendarbeit  
Kempten Tourismus  
City-Management Kempten e. V.

Projektpate: Martin Fink

## Mitarbeiter\*innen

Oliver Huber  
Martin Fink  
Niklas Ringeisen  
Markus Wiedemann  
Kunstschaffende aus Stadt und Region

## Vernetzung Innenstadt-Verwaltung

### Handlungsfelder

**HF 01 Einkaufsinnenstadt** | HF 02 Intelligente Mobilität | HF 03 Kernstadtverwebung

HF 04 Quartiersentwicklung | HF 05 Kunst, Subkultur und Freie Szene | HF 06 Konsumfreie Orte

HF 07 Junges Leben und Jugendkultur | HF 08 Stadtökologie | HF 09 Leerstand in ABC-Lagen

HF 10 Stadtkommunikation | HF 11 Vernetzung Zentrumspolitik

**HF 12 Verwaltung intern vernetzen**

### Leitstrategie

1. Unkontrollierte Urbanität: Durch differenzierte Deregulierung „Stadtsein“ zulassen!
2. Entwicklung eines ganzheitlichen Stadtmodells: In sich differenzierte und zugleich multifunktionale Quartiere etablieren, die miteinander verwoben sind!
3. Nutzungswandel im Bestand: Mit Mut zur Markenmetropole des Allgäus werden und damit die regionale Position nachhaltig ausbauen und sich in die regionale Entwicklung einbetten!
4. **Entwicklung im Querschnitt: Durch Vernetzung Kräfte, Kreativität und Kompetenzen bündeln, um die (Innen-)Stadtentwicklung ganzheitlich voranzutreiben!**

### Ziele

Die Fachbereiche stehen im aktiven Austausch zu den Fragen und Projekten der Innenstadtentwicklung.

### Bezug zu Trends

New Strategic Management

### Inhalt – Pakete

Ausgangslage: Kempten kann auf eine sehr professionell aufgestellte und ebenso professionell agierende Stadtverwaltung bauen. Zahlreiche Fachbereiche befassen sich mit Planungs- und Entwicklungsthemen, die explizit oder implizit (im Querschnitt) Bezug zur Innenstadt haben. Die Zahl an jungen, qualitativ hochwertigen Analysen, Strategiedokumenten und Maßnahmenpapieren mit Innenstadtbezug ist hoch. Es hat sich gezeigt, dass vor allem in der aktiven und strategischen Vernetzung der einzelnen Fachbereiche ein deutlicher Mehrwert für eine noch abgestimmtere und zielführendere Innenstadtentwicklung liegen kann. Die Workshops, die im Rahmen des Fitnessprogramms Starke Zentren gemeinsam besucht wurden, haben den Mehrwert abteilungsübergreifender Kennenlern- und Abstimmungsrunden gezeigt und es wurde vielfach der Wunsch geäußert, diese zu „institutionalisieren“.

Bisher haben solche interdisziplinären Arbeitsgruppen immer projektbezogen gearbeitet, z. B. Lenkungsgruppe „Soziale Stadt“.

Grundidee: Innenstadtentwicklung ist ein Querschnittsthema, das vor allem dann erfolgreich umgesetzt werden kann, wenn die Expert\*innen der relevanten Fachbereiche über die Arbeit der benachbarten Abteilungen informiert sind, Einblick in deren Herangehensweisen und Strategien bekommen und eine gemeinsame Abstimmung zu den innenstadtrelevanten Themen und Projekten erfolgt.

Umsetzung:

- 1) Mit regelmäßigen verwaltungsinternen Jour-Fixes 2 x jährlich (bei Bedarf auch öfter) soll der gemeinsame Entwicklungsfokus gestärkt werden; die interdisziplinäre Innenstadtgruppe kann an den Oberbürgermeister gebunden werden – siehe Modellprojekt „Manifest“

## Wichtige Schritte

- 1) Kümmer\*in für die abteilungsübergreifende Vernetzung zum Thema Innenstadt bestimmen
- 2) Die Abteilungen und Mitarbeiterinnen benennen und mit Kompetenz ausstatten
- 3) Inhaltliches Konzept und Programm für die Jour-Fixes „Innenstadt“ erarbeiten

## Zielgruppen

Stadtverwaltung Kempten

## Konkrete Räume/Orte

-

## Umsetzer\*innen

Amt für Wirtschaft und Stadtentwicklung  
sowie jeweilige Fachbereiche

Projektpatin: Dagmar Lazar

## Mitarbeiter\*innen

Dagmar Lazar  
Kümmer\*in (s. o.)  
Mitarbeiter\*innen aus den Abteilungen und Stadtbetrieben



## Lebensraum Straße „Wochenende ohne Auto“

### Handlungsfelder

HF 01 Einkaufsinnenstadt | **HF 02 Intelligente Mobilität** | HF 03 Kernstadtverwebung

HF 04 Quartiersentwicklung | HF 05 Kunst, Subkultur und Freie Szene | **HF 06 Konsumfreie**

**Orte** | HF 07 Junges Leben und Jugendkultur | **HF 08 Stadtökologie** | HF 09 Leerstand in ABC

Lagen | HF 10 Stadtkommunikation | HF 11 Vernetzung Zentrumspolitik

HF 12 Verwaltung intern vernetzen

### Leitstrategie

1. **Unkontrollierte Urbanität: Durch differenzierte Deregulierung „Stadtsein“ zulassen!**
2. Entwicklung eines ganzheitlichen Stadtmodells: In sich differenzierte und zugleich multifunktionale Quartiere etablieren, die miteinander verwoben sind!
3. **Nutzungswandel im Bestand: Mit Mut zur Markenmetropole des Allgäus werden und damit die regionale Position nachhaltig ausbauen und sich in die regionale Entwicklung einbetten!**
4. Entwicklung im Querschnitt: Durch Vernetzung Kräfte, Kreativität und Kompetenzen bündeln, um die (Innen-)Stadtentwicklung ganzheitlich voranzutreiben!

### Ziele

Mobilitätslösungen probieren  
Resonanz sammeln und in die Zukunft planen  
positive Effekte der Mobilitätsreduktion erleben  
Bewusstsein schaffen für Mobilitätsbelastung im Alltag

### Bezug zu Trends

Klimawandelanpassung, Alltagsgerechte Stadt, Mobilität der Zukunft

### Inhalt – Pakete

Ausgangslage: Kempten ist eine autogerechte Stadt – mit allen damit verbundenen Vor- und Nachteilen, sei es in ökonomischer, ökologischer, sozialer oder stadtgestalterischer Sicht. Die pandemiebedingten Lockdowns haben vielen Stadtbewohner\*innen aufgezeigt, welche stadträumlichen Qualitäten die Innenstadt bietet und was für eine Vielzahl an positiven Auswirkungen ein auf das Minimum reduzierter PKW-Verkehr z.B. in Hinblick auf die Stadt-Atmosphäre, die Aufenthaltsqualität, die Stadtwahrnehmung, die Verkehrssicherheit usw. mit sich bringt.

Grundidee: An einem Wochenende werden bestimmte Teile der Innenstadt zu autofreien Quartieren und mit Hilfe verschiedener Aktionen wird der Straßenraum bespielt, in Szene gesetzt und anders genutzt als sonst (Straßenfestival, Lange Nachbarschaftstafel, Quartiersgrillfeste etc.). Dies geschieht in Kombination mit einem fachlichen Dialog zum Thema (Speaker's Corner) und durch die Einbindung verschiedener (ehrenamtlicher) Gruppen und Vereine, die zugleich als Multiplikator\*innen dieser Idee dienen. Weitere Elemente der autofreien Wochenenden könnten sein:

### Umsetzung:

- 1) Konzept ausarbeiten, inkl. denkbarer Beteiligungsformate (Befragung, Geh:sprache)
- 2) Mediale Begleitung
- 3) Sperrung zentraler Straßen für Autoverkehr
- 4) Kooperationspartner\*innen einbinden, z.B. AllgäuMobil (Landkreis OA)

5) Plattform für Vorstellung verschiedener Unternehmen einrichten (mona, ZAK,...)

## Wichtige Schritte

- 1) Erstellung eines Grobkonzepts mit konkreten Anlässen in Quartieren  
Konsens der politischen Entscheider\*innen und in den betroffenen Fachbereichen
- 2) Bei Zustimmung: Feinplanung des Konzeptes

## Zielgruppen

Anrainer\*innen, Stadtbewohner\*innen

## Konkrete Räume/Orte

Ring (innerhalb) in Kempten

## Umsetzer\*innen

Alle Mobilitätsanbieter

Polizei

Amt für Wirtschaft und Stadtentwicklung

Stabsstelle Klimaschutz

Mobilitätsmanagement

Amt für Tiefbau und Verkehr

Landkreis OA

Projektpate: Stefan Sommerfeld

## Mitarbeiter\*innen

Thomas Weiß

Stefan Sommerfeld

Annika Spatscheck

NN (Sachgebietsleitung Verkehrswesen)

## Kraftwerk-Quartier

### Handlungsfelder

HF 01 Einkaufsinnenstadt | HF 02 Intelligente Mobilität | **HF 03 Kernstadtverwebung**

**HF 04 Quartiersentwicklung** | HF 05 Kunst, Subkultur und Freie Szene | HF 06 Konsumfreie

Orte | HF 07 Junges Leben und Jugendkultur | HF 08 Stadtökologie | HF 09 Leerstand in ABC

Lagen | HF 10 Stadtkommunikation | HF 11 Vernetzung Zentrumspolitik

HF 12 Verwaltung intern vernetzen

### Leitstrategie

1. Unkontrollierte Urbanität: Durch differenzierte Deregulierung „Stadtsein“ zulassen!
2. **Entwicklung eines ganzheitlichen Stadtmodells: In sich differenzierte und zugleich multifunktionale Quartiere etablieren, die miteinander verwoben sind!**
3. Nutzungswandel im Bestand: Mit Mut zur Markenmetropole des Allgäus werden und damit die regionale Position nachhaltig ausbauen und sich in die regionale Entwicklung einbetten!
4. Entwicklung im Querschnitt: Durch Vernetzung Kräfte, Kreativität und Kompetenzen bündeln, um die (Innen-)Stadtentwicklung ganzheitlich voranzutreiben!

### Ziele

Stadtplanung und Projektentwicklung modellhaft weiterentwickeln

### Bezug zu Trends

Menschengerechte Stadt (Superblock-Barcelona), Stadt am Wasser

### Inhalt – Pakete

Ausgangslage: Kemptens Stadtentwicklung hat stets „diesseits“ und „jenseits“ der Iller stattgefunden. Um Stadtentwicklung zukunftsgerichtet zu denken, soll der Fluss als verbindendes konzeptionelles Element in den Mittelpunkt gerückt werden. Das Kraftwerk-Quartier umschließt den Einkaufsinnenstadtraum um den St.-Mang-Platz bis zur Iller, das Kraftwerk, die Iller selbst von der St.-Mang-Brücke bis zum Steg in den Jahnweg und die ganze Siedlungs- und Freiraumlinse um das Stadion.

Grundidee: die Stadt über die Iller gesamthaft denken und als lebendiges Quartier entwickeln. Das Leben am St.-Mang-Platz ist ein gelungener Impuls. Der Modellcharakter liegt in der räumlichen Öffnung und schafft somit eine neue Mitte und neue Akzente.

### Umsetzung:

- 1) Das Thema „Quartiersplanung“ fachlich auf den Tisch bringen und ausformulieren.
- 2) Die Akteure an den Tisch bringen und den Dialog eröffnen.
- 3) Räume/Potential für multifunktionale Nutzung erfassen, zB Picknick-Plätze, Kulturforum, Flächen für kleine regelmäßige Konzerte/Kleinkunst
- 4) Moderatere Regeln für Nutzer\*innen, Jugend, Studierende, u.a.

5) Bewegungsflächen für zB Yoga, Streetball ermitteln

## Wichtige Schritte

- 1) Arbeitspläne starten → Einladung an „Mit-Denker“
- 2) Den Retentionsraum als Projektraum sichtbar machen

## Zielgruppen

Stadtverwaltung und Bewohner\*innen sowie Wirtschaftstreibende des Quartiers

## Konkrete Räume/Orte

St.-Mang-Platz bis zur Iller, das Kraftwerk, die Iller selbst von der St.-Mang-Brücke bis zum Steg in den Jahnweg und die ganze Siedlungs- und Freiraumlinae um das Stadion.

## Umsetzer

Amt für Wirtschaft und Stadtentwicklung  
Amt für Tiefbau und Verkehr  
Stadtplanung  
City-Management Kempten e. V.

Projektpatin: Antje Schlüter

## Mitarbeiter\*innen

Antje Schlüter  
Annika Spatscheck  
Markus Wiedemann  
Thomas Weiß  
Niklas Ringeisen