

München „Südliches Bahnhofsviertel – Quartiersentwicklung durch identitätsorientierte Markenführung“

Preisträger 2007 in der Kategorie Stadtgröße ab 100.000 EW

Ausgangssituation

Das südliche Bahnhofsviertel ist kein benachteiligtes Quartier im Sinne der „sozialen Stadt“, hatte aber aufgrund seiner Struktur ein eher schlechtes Image. Mit dem Projekt sollte das Viertel identifizierbar und differenzierbar gemacht werden und eine Aufwertung erfahren. Das bisherige „Schmuddel-Image“ soll in ein positives Image gewandelt werden.

Stadt München
www.muenchen.de

Region: Oberbayern
Einwohner: 1.353.186

Projektbeschreibung

Das Projekt „Südliches Bahnhofsviertel“ zeigt einen prozessorientierten Ansatz zur Markenbildung unter Einbeziehung der Akteure des Stadtviertels. In enger Zusammenarbeit mit Bewohnern, Gastronomen, Einzelhändlern und Gewerbetreibenden sowie einer Vielzahl weiterer Branchen wurden in aufeinander folgenden Phasen die Stärken des Viertels erarbeitet und damit die Grundlage für eine systematische Markenentwicklung gebildet.

- ▶ Phase 1: Herausarbeitung der aktuellen Positionierung der Viertels (Viertelidentität).
- ▶ Phase 2: Erarbeitung einer unverwechselbaren Markenidentität des Viertels.
- ▶ Phase 3: Entwicklung von Projekten innerhalb der zentralen Handlungsbereiche.
- ▶ Phase 4: Profilierung des Viertels und Aufbau eines positiven Markenimages (Außenbild oder Fremdbild der Markenidentität) durch kommunikative Maßnahmen.
- ▶ Phase 5: Entwicklung organisatorischer Strukturen und Prozesse (Quartiersmanagement).
- ▶ Phase 6: Fortlaufende Entwicklung der Projekte und Marketing.

Der Ablauf des Projektes:

- ▶ Oktober 2006: Formierung der Lenkungsgruppe von interessierten Bewohnern, wirtschaftlichen Akteuren bzw. Schlüsselpersonen.
- ▶ November 2006: Innenstadtkonferenz als Auftaktveranstaltung - Öffentlicher Erfahrungsaustausch der Akteure.
- ▶ Einrichtung von acht Arbeitsgruppen: Einzelhandel /Dienstleistung, Soziale Belange, Multinationalität, Kreatives Milieu, Jugend / Familie, Hotellerie, Immobilienwirtschaft und Wohnen.
- ▶ Dezember 2006: Markenentwicklung mit der Lenkungsgruppe – Formulierung eines „vorläufigen Markenkongzeptes Südliches Bahnhofsviertel“.
- ▶ März-Juni 2007: Arbeitsgruppentreffen: Stärken-Schwächen-Analyse, Markendiskussion und Maßnahmen im Rahmen des Markenkongzeptes (Corporate Behaviour) entwickelt. Formulierung von Projekten. Die Mitglieder der Lenkungsgruppe haben den Vorsitz der Arbeitsgruppen.
- ▶ Mai 2007: Lenkungsgruppe befürwortet eine Institutionalisierung, z.B. in Form einer Stadtteilgenossenschaft.

Beispielerggebnis aus einer Arbeitsgruppe:

	Einzelhandel/ Dienstleistung	Kreatives Milieu	Soziale Belange	Jugend und Familie
Stärken	Großstadtfair, Nähe zum Kunden, individuell/persönl. geführte Geschäfte, spezialisierter EH (Alleinstellungsmerkmal)	Überschaubare Mieten, besonderes Flair	Hohe soziale Kompetenz/Akzeptanz, Dichte an Beratungsstellen, Toleranz der Bewohner	Viele Weiterbildungsmöglichkeiten, viele Begegnungsstätten für Jugendliche, friedliche Koexistenz verschied. ethnischer Familien
Schwächen	Parkplätze, Eigentümerverantwortung (Erscheinungsbild), Strukturen der Mieten, Werbung fehlt	Keine Vernetzung im Viertel, schlechtes Außenimage	Spielhallen, Kriminalität, wenig Wohnraum für Familien u. schlechte Ausstattung	Gehwege ungeeignet für Kinderwagen, schlechtes Image fördert Wegzug von Familien, Polizei erschwert Aufenthalt von Jugendl. im öffentlichen Raum
Maßnahmen	Logo, Imagebroschüre, Homepage (virtuelles Info-System), Verweildauer erhöhen, Werbegemeinschaft	Organisation bei Leerständen, mit Immobilien-Eigentümern ins Gespräch kommen	Medieninteresse wecken, Stadtteiltreff , Stadtteelführer (Infos für Anwohner, mehrsprachig), Straßenfest , Vernetzung bestehender Zusammenschlüsse	Familiengerechtes Wohnen schaffen, Homepage ausbauen („Buntes Viertel“ als Imageträger), „informelle“ Treffpunkte der Jugend stabilisieren

Kosten - Finanzierung

Durch ein hohes ehrenamtliches Engagement der Schlüsselpersonen waren die Kosten für die Initialphase sehr gering.

Wichtigste Effekte

- ▶ Innovative Verknüpfung von Markenbildung und Stadtteilentwicklung
- ▶ Durchdachter, sorgfältig gesteuerter und durchgeführter Prozess

Fortführung

Der Stadtteilverein Südliches Bahnhofsviertel München wurde am 18. Oktober 2010 gegründet. Er besteht aus einem Zusammenschluss von Akteuren aus dem Quartier. Die Mitglieder wollen die Entwicklung und Stärkung des Stadtquartiers „Südliches Bahnhofsviertel“ als internationales und multikulturelles Stadtviertel und als Repräsentant von zentralen urbanen Qualitäten fördern.

Besonders hervorzuheben:

- Innovativer Ansatz zur Stadtteilentwicklung

Kontakt:

Stadt München
Referat für Stadtplanung und Bauordnung
Stadtbaurätin Dr. Elisabeth Merk
Blumenstraße 28b
80331 München
www.bahnhofsviertel-muenchen.de