

Lebensqualität in der Innenstadt

Thesen zur Diskussion

1. In der Innenstadt bekommen wichtige menschliche Bedürfnisse einen gestalteten, geprägten Raum und damit eine Qualität. Es bilden sich die verschiedenen **Lebensbereiche (Sphären)** eines Stadt-Zentrums.
2. Die verschiedenen Lebens-Bereiche einer innerstädtischen Qualität sind alle miteinander vernetzt. Sie stärken sich wechselseitig. Wenn allerdings ein Baustein wegfällt, beeinträchtigt dies alle – führt schlimmstenfalls zu einem „Dominoeffekt“.
3. Hinter den Bereichen stehen menschliche Grundbedürfnisse: Sich bewegen, zueinander kommen, kaufen, einander begegnen, genießen, essen, bummeln, sich treffen, miteinander -reden, Sicherheit erfahren, sich anregen lassen, Sinn suchen...
4. Es sind verschiedene Akteursgruppen, welche die Lebendigkeit der Sphären ausmachen (Geschäftsleute, Verwaltung, Vereine...). Die Sphären materialisieren sich in verschiedenen Gebäuden, Plätzen, Institutionen...
5. Alle Sphären haben mindestens drei Aspekte: Eine funktional-sachliche Ebene – eine Ebene der Begegnung und der Beziehungen und eine Sinn-Ebene. Lebensqualität verlangt die Optimierung aller drei Ebenen.
6. Urbane Qualität entsteht durch eine Vielzahl und Vielfalt an Angeboten in allen Sphären: Auswahl und Wahlmöglichkeiten. Nur zusammen ergeben sie das Leistungsspektrum der Innenstadt.
7. Je näher die verschiedenen Lebens-Bereiche in einer Innenstadt räumlich zusammen liegen, desto mehr entsteht ein Zentrums-Gefühl, eine urbane Qualität. Im Idealfall liegt alles um einen schönen, zentralen Platz.
8. Die Lebendigkeit einer Stadt entsteht durch die Menschen, die herkommen, weil sie diese städtische Qualität erwarten. Wird diese Erwartung enttäuscht, entsteht ein Gerücht (tote Stadt) und immer weniger kommen.
9. Gäste und Touristen suchen grundsätzlich die gleiche Lebensqualität wie die Bewohner – nur mit unterschiedlicher Akzenten.
10. Was die Geschäfte in der Innenstadt – im Wettbewerb mit Großmärkten vor der Stadt bieten können ist vor allem Qualität im Blick auf Service, was primär Begegnungs- und Beziehungskompetenz verlangt und Qualität im Blick auf Erlebnisse und Wertsetzung.

11. Eine gute Verkehrssituation schafft Zugang zu den Lebensbereichen und damit zu Lebensqualität – ab einer bestimmten Verkehrsdichte kippt dies und beeinträchtigt die Lebensqualität.
12. Durch die demografische Entwicklung – mehr alte Menschen - werden die kurzen Wege in der Innenstadt noch bedeutungsvoller – ebenfalls Service und Begegnungsqualität.
13. Die innerstädtischen Lebensbereiche werden ergänzt durch gesamtstädtische und regionale (Natur, Freizeitmöglichkeiten, Industriegebiete, Wohnquartiere...) - Lebensqualität besteht aus mehr als Innenstadt.
14. Daß die innerstädtischen Geschäfte im Wettbewerb stehen mit Versandhäusern, e-Commerce, Diskountern, Großhandel etc. ist die logische Konsequenz eines offenen Marktes und lässt sich nicht vermeiden. Es bleiben Spielräume für die Geschäfte: Einkaufs-Qualität. Erlebnis, Gespräch, Beratung, Begegnung, Abenteuer...
15. Ein Großmarkt außerhalb der Stadt konkurriert kaum mit der Innenstadt. Wird der Großmarkt zum Vollsortimenter, verlagern sich langsam aber stetig viele Lebensbereiche einer Innenstadt nach draußen und bilden dort ein neues Zentrum - spätestens dann stirbt die Innenstadt.

Meinrad Bumiller / 2010