

1

INTEGRIERTES STÄDTEBAULICHES ENTWICKLUNGSKONZEPT (ISEK) AMBERG

Warum ein ISEK und wie läuft es ab?

AUSGANGSPOSITION

Amberg identifiziert sich bis heute stark mit seiner gut erhaltenen mittelalterlichen Stadtanlage. Im Mittelalter galt Amberg als bedeutender Umschlagplatz für den Salz-, Eisen- und Eisenerzhandel und war darüberhinaus jahrhundertlang eine bedeutende Garnisonsstadt mit mehreren Kasernenstandorten. Wie viele Städte in der Oberpfalz befindet sich die Stadt Amberg in einem wirtschaftlichen Umbruch. Der heutige Wirtschaftsstandort wird vor allem durch zwei größere

Gewerbe- und Technologieansiedlungen sowie zahlreiche mittelständische Unternehmen getragen. Zentrale Wirtschaftsbereiche sind die Informationstechnologie, Metallindustrie und der Maschinenbau sowie auch die Digitalisierung und Industrien 4.0.

Trotz der steigenden Beschäftigungszahlen ist die Stadt mit dem demographischen Wandel und seit den 70er Jahren mit einem stagnierenden und teils rückläufigen Bevölkerungswachstum konfrontiert. Auch die Ansprüche an den Wohnraum in der Stadt verbunden mit einem kontinuierlichen Anstieg der Wohnfläche je Einwohner stellen Amberg vor Herausforderungen. Die Fragen nach dem er-

forderlichen und gesunden Wachstum sowohl im Bereich Wohnbau als auch in der Gewerbeentwicklung und den damit verbundenen Auswirkungen auf die soziale sowie verkehrliche Infrastruktur der Stadt brauchen Antworten, um weiterhin als Wohnstandort mit historischen Wurzeln und als Wirtschafts- und Einkaufsstandort attraktiv zu bleiben.

Für die Bewältigung der komplexen Aufgabe benötigt die Stadt Amberg ein tragfähiges Konzept, das für die nächsten 15-20 Jahre als Leitfaden für die weiteren Entscheidungen des Stadtrates dient. Aus diesem Grund hat sich der Stadtrat entschieden, ein integriertes städtebauliches Entwicklungskonzept (ISEK) zu erstellen.



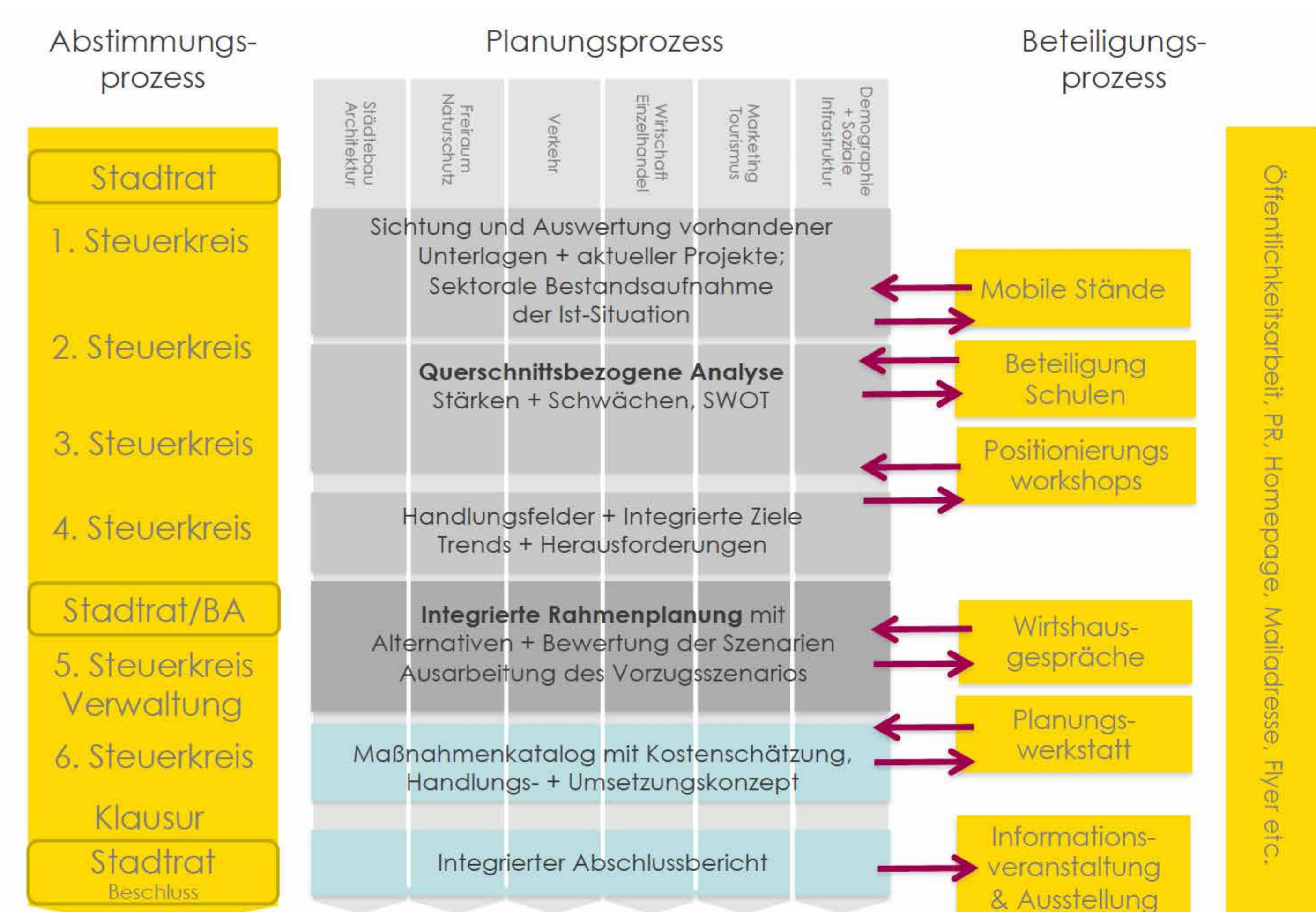
PLANUNGSPROZESS

Wesentlich für die Erstellung des ISEKs ist der integrierte Planungsprozess, welcher in Abhängigkeit von den projektspezifischen Anforderungen von einem interdisziplinären Fachplaner-Team gestaltet wird. Hierfür wurde das Planungsbüro DRAGOMIR STADTPLANUNG GmbH aus München zusammen mit den Partnerbüros isr, Institut für Stadt- und Regionalmanagement und Schlothauer und Wauer, Verkehrsplaner beauftragt. Neben der fachübergreifenden Zusammenarbeit der Planer*innen fand ein regelmäßiger Austausch mit der Stadtverwaltung, lokalen Akteuren, zuständigen Fachbehörden und der Öffentlichkeit statt.

Der Planungsprozess gliederte sich in zwei Stufen: In der ersten Stufe wurde eine

umfangreiche sektorale Bestandserhebung durchgeführt, die anschließend in eine fachbereichsübergreifende Analyse der Stärken und Schwächen zusammengeführt wurde. Auf dieser Grundlage konnten die Ziele für die zukünftige Entwicklung der Stadt Amberg erarbeitet werden. Die Ziele wurden dem Stadtrat am 18.06.2018 vorgestellt und von diesem – zur Kenntnis genommen.

In einer zweiten Stufe wurde aufbauend auf diesen Zielen das eigentliche räumliche Entwicklungskonzept erarbeitet. Ergänzend zum räumlichen Entwicklungskonzept wurde ein ausführlicher Maßnahmenkatalog mit Priorisierung, Kostenschätzung und möglichen Finanzierungsakteuren erarbeitet.



2

Positionierung

AUSGANGSPOSITION

Eine erfolgreiche Marke ist unverwechselbar, authentisch und nur schwer imitierbar. Sie ist mit starken Vorstellungsbildern in den Köpfen von Nutzern und Anspruchsgruppen verbunden und verkörpert eine klare Identität. Sie ist nicht nur einheitliches „Design“ mit genau definiertem Logo und festgelegten Kommunikationsregeln, sondern strategische Grundlage der Stadtentwicklung und damit Steuerungsinstrument für viele Prozesse.

Die vorgenommene Positionierung der Stadt Amberg ist kein direktes Instrument der Öffentlichkeitsarbeit und des Marketings, sondern beschreibt die Grundlagen, d. h. den Inhalt, den Geist, die Tonalität vor deren Hintergrund zukünftige Marketingmaßnahmen entwickelt werden sollen. Sie ist ein „Navigationinstrument“ für all diejenigen, die mit und an der Stadtmarke direkt oder indirekt arbeiten.

Es soll gemeinsam mit einem später zu entwickelnden Kommunikationskonzept sowie einer Gestaltungslinie als „Briefing“ all denjenigen nützen, die mit der Marke arbeiten, und hat zum Ziel, ein konsistentes, möglichst prägnantes, profiliertes Vorstellungsbild der Marke erarbeiten zu können.

Im Rahmen des ISEK wurde für die Stadt Amberg ein Markenbildungsprozess durchgeführt, der die nachfolgenden Analyse- bzw. Arbeitsbausteine enthielt:

- Standortanalyse
- Fremdimageanalyse
- Eigenimageanalyse
- Markenworkshop Stadtmarketing
- Expertengespräche/Steuergruppendifkussion
- Markenbildungsprozess Steuergruppe

Mit den Ergebnissen dieser Arbeitsschritte und den Resultaten der Steuergruppe wurde dann die Positionierung der Stadt im Rahmen der weiteren Steuergruppensitzungen bearbeitet. Hierbei kristallisierten sich drei Leistungs- bzw. Identitätssäulen heraus:

- Innovation, Kreativität und Fortschritt
- Hochschule, Bildung und Fortschritt
- Tradierte Werte als Fundament und Lebensqualität - die Altstadt

Diese drei Säulen beinhalten die Kernwerte der bestehenden bzw. zukünftig zu verfolgenden Ziele einer Markenführung der Stadt.

Für die nächsten Schritte in der weiteren Markenentwicklung der Stadt ist eine genauere, umfangreiche Ausarbeitung der Marke in Form eines sogenannten „Brandbooks“ und eine strategische Entwicklungstrategie im Rahmen der weiteren Markenführung notwendig.

