

Erlebnisraumkonzept

# „Marktplatz Karlsruhe“

Ergebnisbericht

PROJECT M | 2023

 Karlsruhe

karlsruhe  
tourismus

PROJECT <sup>M</sup>

Zukunftsfähige   
Innenstädte und Zentren

 Bundesministerium  
für Wohnen, Stadtentwicklung  
und Bauwesen

Quelle: Karlsruhe-erleben.de

# Impressum

## Auftraggeber

KTG Karlsruhe Tourismus GmbH  
Kaiserstraße 72 - 74  
76133 Karlsruhe

## Erstellt durch

### PROJECT M GmbH

Standort Hamburg | Steinhöft 9, 20459 Hamburg  
Standort München | August-Everding-Straße 25, 81671 München  
[www.projectm.de](http://www.projectm.de)

## Projektteam

Marvin Assenmacher, Peter C. Kowalsky (Projektleitung)

**Hinweis:** Dieses Projekt wird aus dem Förderprogramm „Zukunftsfähige Innenstädte und Zentren“ des Bundesministeriums für Wohnen, Stadtentwicklung und Bauwesen gefördert.

karlsruhe  
tourismus

PROJECT 



karlsruhe  
tourismus

PROJECT M | Karlsruhe - Erlebnisraumkonzept Marktplatz

Zukunftsfähige  
Innenstädte und Zentren



Bundesministerium  
für Wohnen, Stadtentwicklung  
und Bauwesen

## INHALT

1.	<u>Management Summary: Zusammenfassung der Kernergebnisse</u>	4
2.	<u>Der Weg zum Erlebnisraumkonzept</u>	23
3.	<u>Kernergebnisse aus Analyse, Bestandsaufnahme und Beteiligung</u>	28
4.	<u>Stärken-Schwächen-Analyse</u>	44
5.	<u>Vision &amp; Mission-Statement für den Marktplatz Karlsruhe</u>	48
6.	<u>Handlungsfelder und Maßnahmenempfehlungen</u>	51
1.	<u>Grundlagen und wesentliche Rahmenbedingungen</u>	54
2.	<u>Basismaßnahmen (Basics)</u>	67
3.	<u>Handlungsempfehlungen zur Erlebnisinszenierung</u>	75
4.	<u>Handlungsempfehlungen für schnelle Impulse (Quick-Wins)</u>	100
7.	<u>Empfehlungen zu Organisations- und Kooperationsstrukturen für die nachhaltige Erlebnisinszenierung</u>	102
8.	<u>Ausblick und Empfehlungen für den Umsetzungsprozess</u>	106
9.	<u>Anhang</u>	
1.	<u>Saisonale Inszenierungspotenziale – Ansätze und Ideenspeicher</u>	121
2.	<u>Befragungsergebnisse</u>	138



# Management Summary

# Einführung

## Anlass & Zielsetzung

Mit der Eröffnung des neu gestalteten Karlsruher Marktplatzes erhielt die Karlsruher Innenstadt im Oktober 2020 einen neuen, wertig gestalteten und gleichzeitig verkehrsberuhigten Stadtplatz im Herzen der Innenstadt.

Der historisch bedeutende, von Friedrich Weinbrenner als bürgerliches Gegengewicht zum Karlsruher Schloss konzipierte Marktplatz ist wichtigstes Bindeglied der zentralen Verbindungsachse „Via Triumphalis“. Er ist geprägt von einer offenen Platzgestaltung, welche die Pyramide betont und die umliegende Architektur der Gebäude zur Geltung bringt.

Der Marktplatz ist Austragungsort verschiedener Veranstaltungskonzepte, von denen sich viele – im Vergleich zu anderen Plätzen und Quartieren der Innenstadt – aufgrund ihrer Größe und Nutzungskonzepte nur auf dem Marktplatz realisieren lassen. Die Effekte der Corona-Pandemie, der Angebotsmix in den Erdgeschossbereichen, klimatische Bedingungen, und enge Gestaltungs- und Nutzungsvorgaben beeinträchtigen allerdings die beabsichtigte Belebung, vielseitige Bespielung und erwartete Aneignung des Platzes durch die Bevölkerung. Auch ein fehlendes Beschattungskonzept und in der Folge starke Hitzeentwicklungen im Sommer erschweren die Funktion des Platzes als Treffpunkt in der City.

Um die Entwicklung des Marktplatzes als bedeutender Aufenthalts- und Begegnungsort sowie als touristischen Anziehungspunkt im Herzen der Innenstadt strategisch voranzutreiben, wurde im Rahmen der durch den Bund geförderten „City Transformation“ die Entwicklung eines umsetzungsorientierten Erlebnisraumkonzeptes für den Marktplatz ausgeschrieben. Ziel war es, anhand eines gemeinsamen Entwicklungsleitbildes konkrete Handlungsempfehlungen zur temporären sowie dauerhaften Belebung des Marktplatzes als Erlebnisraum zu erarbeiten.



Bildquelle: KTG Karlsruhe Tourismus GmbH



Bildquelle: Amt für Stadtentwicklung, Stadt Karlsruhe (2023)

# Der Weg zu den Konzeptideen

Mit der Beauftragung des Beratungsunternehmens PROJECT M seitens der Karlsruhe Tourismus GmbH (KTG) erfolgte im 4. Quartal 2022 der Startschuss für die Ausarbeitung eines Erlebnisraumkonzeptes. In enger Zusammenarbeit mit der Steuerungsgruppe aus KTG, Karlsruhe Marketing und Event GmbH (KME), Wirtschaftsförderung (WiFö), der Abteilung für Stadtplanung und -Entwicklung (SP) sowie Akteur:innen und Nutzer:innen der Innenstadt wurde das vorliegende Erlebnisraumkonzept entwickelt.

## Prozessarchitektur

Der Prozess startete mit einer Kick-Off Veranstaltung im November 2022 und endete mit der Ausarbeitung des vorliegenden Konzeptes im Sommer 2023. Es erfolgte zudem noch eine Gegenüberstellung mit Paralleluntersuchungen u.a. zur Nutzung der Erdgeschosse (GMA; 11/2023). Zur Begleitung des Prozesses wurde eine Steuerungsgruppe bestehend aus Vertreter:innen der oben genannten Einrichtungen einberufen, welche alle Prozessphasen und Ausarbeitungen fachlich mit begleitete.

In drei Sitzungen wurden folgende Prozessphasen durchlaufen:

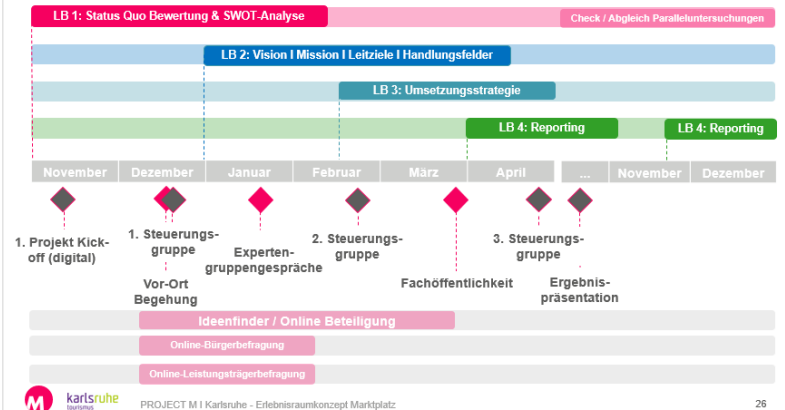
- Bewertung der Ausgangssituation: Bestandsaufnahme inkl. Stakeholderbeteiligung und Nutzerbefragung.
- Entwicklung einer Vision und eines Mission-Statements für den Marktplatz als gemeinsame Zukunftsperspektive.
- Identifikation von Handlungsfeldern zur ganzheitlichen Aufwertung der Aufenthalts- und Erlebnisqualität am Marktplatz
- Ausarbeitung konkreter Inszenierungsprojekte zur Inwertsetzung des Marktplatzes als Erlebnisraum (inkl. Ressourcenbedarf)
- Benennung Quick-Wins und impulsgebender Starterprojekte zur direkten Umsetzung des Erlebnisraumkonzeptes.



## Prozessarchitektur



## Zeitachse für das Erlebnisraumkonzept „Marktplatz Karlsruhe“



# Der Weg zu den Konzeptideen

## Beteiligungsformate

Der Marktplatz Karlsruhe ist als repräsentativer Stadtplatz der Stadt, zentraler Ankommensort (U-Bahn-Hof Marktplatz), wichtiger Verbindungs- und städtischer Funktionsraum sowie vielseitig nutzbarer Aufenthalts- und Erlebnisraum sehr unterschiedlichen Ansprüchen ausgesetzt.

Wesentlicher Bestandteil des Erlebnisraumkonzeptes war es daher, die Perspektiven der Nutzer:innen, der Betreiber:innen von umliegenden Geschäften, der Eigentümer:innen und der Stadt Karlsruhe sowie die Möglichkeiten und Anforderungen an die Nutzung zu verschiedenen Saison- und Wochenzeiten konsequent zusammen zu denken.

Im Sinne eines auf die verschiedenen Belange eingehenden, gemeinsamen Zielbildes und einer nachhaltigen Nutzung und Bespielung des Stadtplatzes wurde der Prozess sehr dialogorientiert gestaltet. Als Teil einer integrierten Konzeptentwicklung stand die Beteiligung der Nutzer:innen über die Mitwirkung in verschiedenen Formaten (s.u.), die Vernetzung und Aktivierung der City Akteure und ein Erlebniskonzept im Kontext von Wechselwirkungen zu anderen Innenstadtquartieren stark im Fokus.

- Projektwebsite mit der Möglichkeit über einen „Ideenfinder“ eigene Ideen und konkrete Wünsche zu äußern und zu kommentieren (5 Monate | →39 Ideen und >50 Kommentare)
- Online Nutzerbefragung (n=387)
- Online Leistungsträgerbefragung (n=61)
- Expertengruppengespräche mit folgenden Akteursgruppen:
  - Eigentümer:innen
  - Stadtverwaltung
  - Betreiber:innen
- Vorstellung der Zwischenergebnisse vor geladener Fachöffentlichkeit
- Ergebnisvorstellung zur Vermittlung der Entwicklungsansätze

An der Befragung der Nutzer:innen des Karlsruher Marktplatzes haben sich 387 Befragte beteiligt. An der Leistungsanbieter:innen-Befragung 61.

**Methode:** schriftliche Online-Befragung

**Befragte:** Nutzer:innen des Karlsruher Marktplatzes  
Leistungsanbieter:innen aus Karlsruhe

**Laufzeit:** 05.12.2022 – 06.01.2023

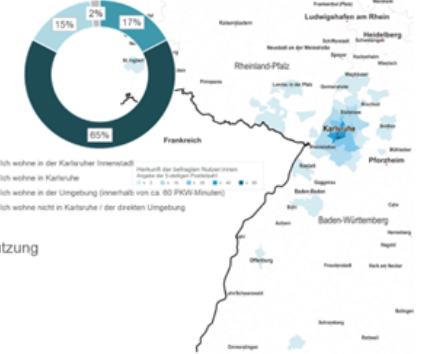
**Vertrieb:** Projektwebsite, Verteiler  
Citymanagement, PM, Social Media

**Themenschwerpunkte der Befragung:**

- Einordnung der Befragten und ihrer Nutzung der Innenstadt
- Abfrage der Ist-Situation
- Analyse der Zukunftsperspektive und Entwicklungsansätze
- Kooperationspotenzial der Akteure

Hinweis: Die Werte in der Auswertung werden gerundet, Rundungsdifferenzen sind möglich.

Zuordnung der Befragten Nutzer:innen



Bildquelle: PROJECT M 2023

# Kernergebnisse der Analysephase

## Gestaltung aus Nutzerperspektive

Die Analyseergebnisse – basierend auf einer umfassenden Deskresearch, der Begutachtung vorliegender City-Entwicklungskonzepte und Nutzungsvorgaben sowie mehrerer Bestandsaufnahmen des Platzes – decken sich mit den Aussagen der Befragungen und bestätigen den Bedarf von Maßnahmen zur Steigerung der Aufenthalts- und Erlebnisqualität.

Durch die Lage des Marktplatzes und seine Zentralität stellt dieser einen wichtigen Ankommens- und ersten Treffpunkt dar. Als zentraler Stadtplatz, mit der direkten Anbindung an die Kaiserstraße und das Schaufenster Karlsruhe, im Sinne der Scharnierfunktion zwischen Schloss und Staatstheater, Konzerthaus und Kongresszentrum Karlsruhe verfügt er über herausragende Inszenierungs- und Entwicklungspotenziale. Der Wunsch, den Platz als lebendigen Begegnungs- und Erlebnisraum, als Herz und Visitenkarte der Stadt Karlsruhe zu etablieren, konnte bislang nicht erreicht werden. Der Wunsch wird aber von allen Prozessteilnehmenden bekräftigt.

Die Neugestaltung des Marktplatzes wird mit Blick auf die Aufenthaltsqualität durch das Gestaltungskonzept mit nur wenig Stadtmobiliar, wenig Stadtbegrünung sowie durch Nutzungsrestriktionen negativ bewertet. Die Hitze-Problematik im Sommer verstärkt die Nutzungsproblematik. Zu wenige und zu kleine Schattenplätze werden explizit als Kritik aufgeführt. Kleinere Einzelveranstaltungen und nur teilräumliche Marktstandangebote verlieren sich im Raum. Allgemein ist zu betonen, dass sich die Nutzerperspektive in der Raumgestaltung bisher zu wenig wiederfindet.

Jüngere Befragungen und Beobachtungen des Amtes für Stadtentwicklung aus dem Sommer 2023 bestätigen, dass mit mobilen Bestuhlungen die Aufenthaltsqualität bereits verbessert werden konnte. Aber die zu geringe Beschattung im Hochsommer bleibt ein Hauptproblem des Marktplatzes.



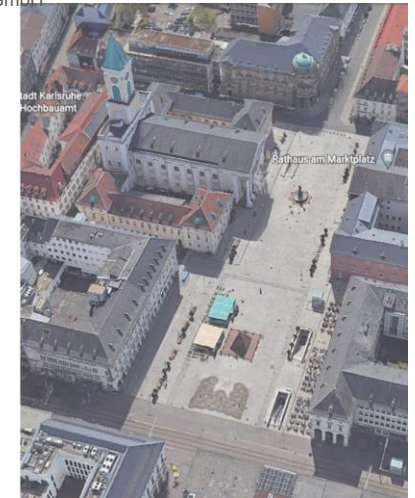
Bildquelle: Karlsruhe Marketing und Event GmbH

## Key Facts des Marktplatzes

- „Herz der City“, bekanntester Platz und Dreh- und Angelpunkt der Fächerstadt
- Wahrzeichen der Stadt (Pyramide)
- Zentrale Scharnierfunktion von Innenstadt, Karlsruher Schloss mit Stadthalle, Staatstheater und Karlsruher Zoo

## Nutzungen:

- Dienstleistung: Rathaus, Verwaltungen, Stadtkirche
- Kultur: Umfangreiches Kulturprogramm, Museen (UNESCO City of Media Arts etc.)
- Shopping: Blumenmarkt, regelmäßige Märkte, TEDI, Angrenzend 1-A Lage Kaiserstraße mit diversen Ankermietern
- Szene: kaum Bar-/Nachtszene
- Tourismus: Pyramide, Museen, Events / Weihnachtsmarkt, Touristinformaton
- Wohnen: wenig Wohnen







# Kernergebnisse der Analysephase

## Saisonalität

Die Wahrnehmung und Nutzung des Marktplatzes ist saisonal sehr unterschiedlich ausgeprägt. Besonders zum „Christkindles Markt“ im Winter, im Kontext des „Fest der Sinne“ oder des „Karlsruher Stadtfestes“ wird der Marktplatz als attraktiv bewertet. Aufgrund der hohen Temperaturen im Sommer und einer nicht durchgängigen Bespielung in den Rand- und Übergangszeiten des Winters verliert der Marktplatz zeitweise seine Funktion als Erlebnis-, Aufenthalts- und Begegnungsraum nahezu vollständig. Auch die Nutzungskonzepte der umliegenden Gebäude, der Angebotsmix und z.T. geschlossene Erdgeschosszonen am Marktplatz haben starke Auswirkungen auf die Frequenz, Aufenthaltsdauer und die Lebendigkeit des Marktplatzes. Vor allem gastronomische Angebote mit Außengastronomie fehlen.

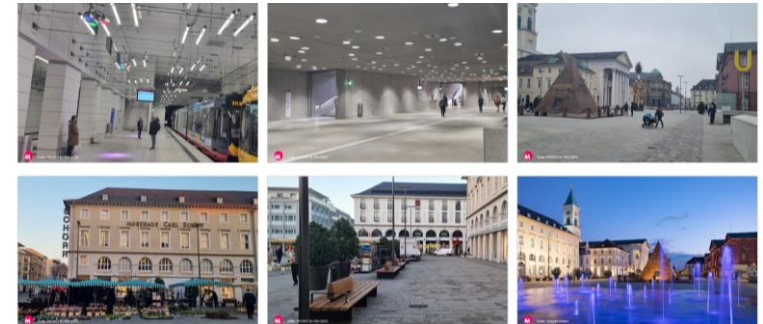
Neben den saisonalen Effekten auf die Nutzung und Bespielung des Platzes zeigen auch die Abend- und Nachtzeiten einen erhöhten Handlungsbedarf. Hier fehlt es an Flair, Wohlbefinden und sozialer Kontrolle. Vor allem durch die großflächigen Büro- und städtischen Verwaltungsgebäude sowie die Kirche im Bereich des südlichen Marktplatzes fehlt es in den Abendstunden an Frequenz und Belebung. Hier gilt es z.B. mit Eventlicht- oder Bespielungskonzepten des öffentlichen Raumes der „gefühlten Leere“ entgegenzuwirken.

## Erlebnisraum

Die hohe Dichte an Einzelhandels-, Service- und Dienstleistungen der Quartiere im Umfeld des Marktplatzes fördert tagsüber eine hohe Frequenz, diese wird aber nur bedingt durch eigene Einzelhandelsangebote, Gastronomie oder Bespielungen wie dem Blumen- oder Abendmarkt gehalten. Die ansässigen Gastronomien sind im Außenbereich in Relation zur Raumdimension zu klein konzipiert, um den Raum allein bespielen zu können. Auch der Marktbereich ist inhaltlich und räumlich zu schwach

ausgeprägt, um ausreichend Frequenz zu erzeugen und Kaufkraft zu binden. Durch die Schließung des Café Böckler ist eine besonders beliebte Gastronomie verloren gegangen. Der Entwicklung der Erdgeschossflächen mit öffentlichkeitswirksamen Nutzungen kommt somit eine hohe Bedeutung zu.

Denkmalschutz und nutzungsspezifische Restriktionen brauchen temporäre / kreative Lösungsansätze und entsprechende Gestaltungsspielräume.





# Kernergebnisse der Analysephase

Gleichzeitig beinhaltet die bestehende Nutzungsmischung ohne großen Wohnanteil im Quartier ein großes Potenzial für Events und längere Außengastronomiezeiten in den Abendstunden. Im Vergleich zu anderen Quartieren besteht ein geringeres Risiko an Nutzungskonflikten durch Lärmemissionen in den Abend- / Nachtzeiten.

## Beleuchtung

Der Stadtplatz hat ein gut ausgeleuchtetes, aber wenig emotionales Funktionslicht. Die Fassaden der umliegenden Gebäude haben unterschiedliche Beleuchtungskonzepte. Temporäre Eventbeleuchtungen als eigener Anziehungsmagnet sind nicht vorhanden bzw. finden nur im Rahmen von Großevents und ausgerichtet auf die Eventfläche statt.

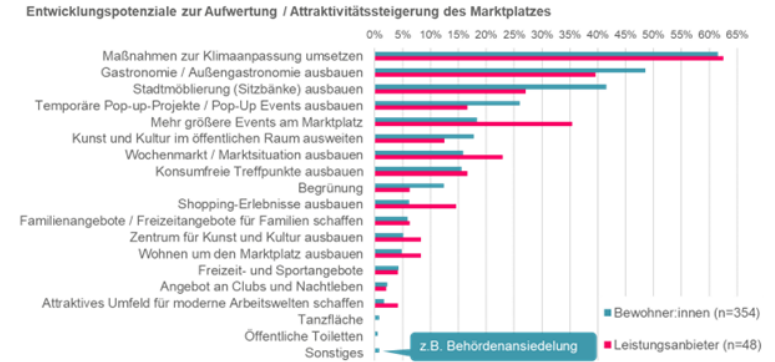
## Serviceleistungen

Mit der Verlegung des Straßenbahnnetzes in den Untergrund und der Errichtung des neuen U-Bahnhofes ist ein hochwertiges Entree mit guten Sanitäreinrichtungen errichtet worden. Mit dem Schaufenster Karlsruhe (Touristinformation) besteht zudem ein zentraler Service- und Ausgangspunkt für Stadtführungen direkt am Marktplatz. Auch ein Trinkwasserbrunnen ist in der direkten Umgebung vorhanden. Die Analyse zeigt hier Bedarfe in puncto Bekanntheit und bessere (digitale) Wegeleitung.

## Klimaanpassungen

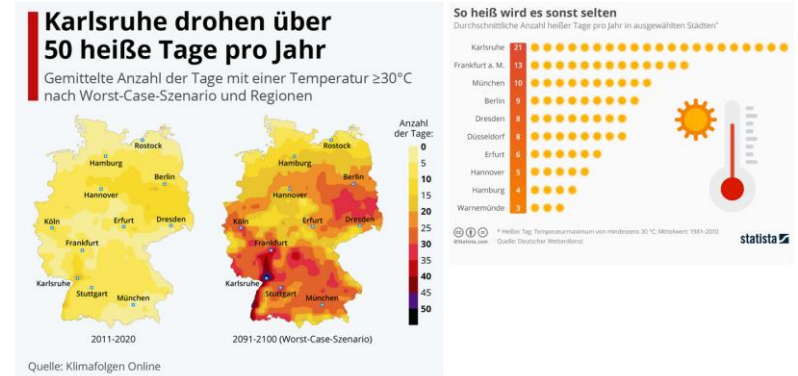
Der Bedarf an Klimaanpassungsmaßnahmen wird im Kontext der Stadtentwicklung Karlsruhes bereits von verschiedenen Akteursgruppen gesehen. Durch den hohen Versiegelungsgrad des Platzes und die helle Gestaltung entstehen besonders im Sommer hohe Temperaturen. Temperatursenkende Maßnahmen, wie (mobile) Beschattung, (mobile) Begrünung, Belüftung und Befeuchtung sind zu wenig vorhanden oder zu klein konzipiert. Dies wird seitens fast aller Nutzer:innen bemängelt. Die

## Nutzer:innen und Akteur:innen: Das größte Entwicklungspotenzial steckt in der Umsetzung von Maßnahmen zur Klimaanpassung.



Frage: Wo sehen Sie in Zukunft die größten Entwicklungspotenziale zur Aufwertung / Attraktivitätssteigerung des Marktplatzes? (Mehrfachnennungen möglich). Basis: alle Befragten, Angaben gemacht (Nutzer:innen n=354 und Anbieter n=48)

Vor allem Klimaanpassungen müssen saisonal stärker mitgedacht werden und sich in einer Klimafolgenanpassungsstrategie widerfinden.



<https://de.statista.com/infografik/26133/gemittelte-anzahl-heisser-tage-nach-worst-case-szenario-und-regionen/>  
<https://de.statista.com/infografik/14909/durchschnittliche-anzahl-heisser-tage-in-deutschen-staedten/>

# Kernergebnisse der Analysephase

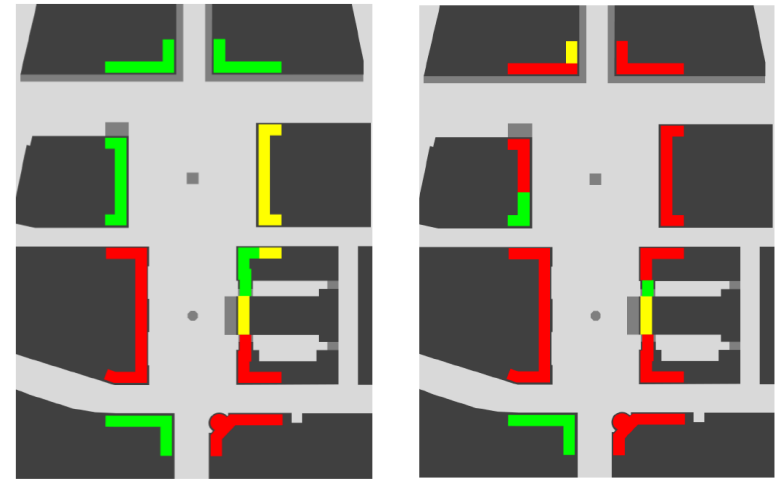
Aussagen zur mangelnden Begründung und die Notwendigkeit einer besseren Beschattung im Sommer denken sich in allen Befragungen.

## Zusammenführung der Beteiligungsergebnisse

Die Online-Befragung der Gäste und Leistungsträger:innen der Stadt stellte die Grundlage für die geführten Expert:innendialoge mit verschiedenen Anspruchsgruppen dar. Im Rahmen der Gruppengespräche mit den Expert:innen aus den Bereichen „Eigentümer:innen“, „Stadtverwaltung“, „Anbieter-/Betreiber:innen“ wurden die eingebrachten Stärken und Schwächen des Marktplatzes reflektiert und erste Ansätze zur Erlebnisgestaltung abgeleitet. Über die parallel laufende Perspektive-Homepage [www.perspektive-karlsruhe.projectm.de](http://www.perspektive-karlsruhe.projectm.de) gab es eine transparente Prozessinformation & -dokumentation sowie eine fortlaufende Beteiligungsmöglichkeit für Bürger:innen und Gäste. Die Gesamtergebnisse der Beteiligung sind als Anhang beigefügt. Alle identifizierten Stärken und Schwächen sowie Ideen wurden mit der Steuerungsgruppe vertiefend reflektiert.

## Kernaussagen aus der Beteiligung:

- Die Bedeutung des Marktplatzes als prägendes Herz der Stadt soll gestärkt und als Teil der Stadtidentität erhalten bleiben.
- Der Marktplatz soll im Kern zum Begegnungs- und Verweilort für Gäste und Einheimische werden und seine Multifunktionalität als Eventraum für größere und vor allem auch an die Angebote / Betriebe angepasste kleinere Eventkonzepte erhalten.
- Inszenierungsprojekte sollen auch Angebote für und die Einbindung von Kindern und jungen Familien beinhalten und eine starke Bespielung und soziale Kontrolle auch in den Abendstunden sicherstellen.
- Sowohl in der Inszenierung als auch in der Ausstattung müssen Klimaanpassungen konsequenter mitgedacht werden.
- Digitale Services und digitale Erlebnisunterstützung sollen das analoge Erlebnis des Quartiers „Marktplatz“ punktuell ergänzen.
- Wichtige Grundlage zur gemeinsamen Entwicklung und Inwertsetzung des Marktplatzes ist die Definition von verbindlichen Verantwortlichkeiten sowie eine institutionelle Verankerung eines Quartiersmanagements für den Marktplatz.



Quelle: GMA eigene Darstellung, Situation vor Schließung Café Bockeler

Quelle: GMA eigene Darstellung, Situation vor Schließung Café Bockeler

■ Grün: intensiv  
■ Gelb: mittel  
■ Rot: gering / keine

Einstufung der Nutzungen montags bis freitags in der Zeit von 10:00 bis 20:00 Uhr (links) und 20:00 bis 24:00 Uhr (rechts) vor Schließung Café Bockeler (Quelle: GMA, Fachkonzept Erdgeschosszone (11/2023))



# Stärken-Schwächen Analyse

Die dargestellten Stärken und Schwächen wurden über den gesamten Prozess gesammelt und im Dialog mit verschiedenen Akteuren reflektiert und in ihrer Bedeutung sowie in ihren Wirkungseffekten bewertet. Sie enthalten gutachterliche Einschätzungen und Bewertungen des Beratungsunternehmens PROJECT M und die Ergänzungen der befragten Expert:innen sowie des Steuerungskreises. Die Intensität und Größe der Schrift verdeutlicht die Gewichtung der Nennungen aus Sicht der Akteure. Einige sehr subjektive, aber oft aufgekommene Rückmeldungen aus den Beteiligungsformaten wurden im Originalausdruck dargestellt (Kennzeichnung mit „“).

Ausgehend von den Stärken und Schwächen wurden Restriktionen, Potenziale und notwendige Handlungsfelder abgeleitet, die für eine nachhaltige Erlebnis- und Rauminszenierung zu bearbeiten sind. Ebenfalls dienten die Stärken und Schwäche der Ausarbeitung einer gemeinsamen Vision sowie eines Mission-Statements für den Erlebnisraum Marktplatz Karlsruhe.

## STÄRKEN

- Gute ÖPNV- Anbindung
- Gute Erreichbarkeit per NMIV
- Gute Erreichbarkeit per PKW
- Anbindung 1 A Lage
- Leistungstarkes Einkaufen
- Kostenfreies WLAN
- Teil der Via Triumphalis
- Angebot an Märkten
- Christkindlesmarkt
- Blumenmarkt
- Karlsruher Stadtfest
- CSD
- Kirchliche Veranstaltungen
- Citymanagement
- Anbindung / Touristinformation

- UNESCO Creativ City of Media Arts
- Wirtschaftsstarke Region
- Hohe Wettbewerbsfähigkeit
- „Treffpunkt“
- Vielzahl im Kulturangebot der Innenstadt
- Offenheit und Weite
- Zentrale Lage / Pyramide
- Scharnierfunktion
- Vielzahl Landmarken und architektonischen Besonderheiten
- „Agora der Stadtgesellschaft“
- Werte
- Immobilienstruktur
- Temporäre Nutzung / mobile Lösungen
- Raum für nachhaltige Experimente
- Cityinitiative
- Stadtidentität / Geschichte

## SCHWÄCHEN

- Wenige "Lokalmatadore"
- Aufholbedarf in puncto Digitalisierung
- Wenig Interaktion abseits der Märkte/Veranstaltungen
- Belegung auf dem Platz (ohne Events)
- Abendmarkt
- Zugang Erdgeschossflächen
- Branchenmix am Marktplatz
- Qualität der Märkte
- Fahrrad Parkplätze & Anbindung
- Attraktivitätsaspekte
- Nächtliche Nutzung
- Sicherheitsgefühl
- Schmierereien, Mülltonnen

- Unklare Identität
- Keine durchgängige Einkaufs- und Erlebniszone
- Modernität
- Überdachung fehlt
- Nachhaltigkeit nicht sichtbar
- „Steinwüste“
- Imagefaktoren zu schwach in einem Gesamtmarketingkonzept verankert
- Kaum Interaktion durch Randbebauung
- Aufenthaltsqualität
- Orientierung in der Stadt
- Nächtliche Nutzung
- Probleme mit Anliefer- und Logistikverkehren
- Randnutzung
- Hitze/Klimaschutz
- Schattenspendende Installationen
- Verwaltungsgebäude ohne Publikumsfunktion
- Soziale Kontrolle (abends)










# Vision & Mission-Statement für den Marktplatz

Ausgehend von den Analyseergebnissen, den Statements aus den Beteiligungsformaten sowie der aggregierten Stärken-Schwächen Analyse wurde eine Zukunftsvision für den Marktplatz entwickelt. Diese stellt das Zukunftsbild des Marktplatzes dar und bildet die Leitplanke für die Entwicklung aus der Perspektive aller Partner:innen / Akteure des Innenstadtnetzwerkes und der Stadt.

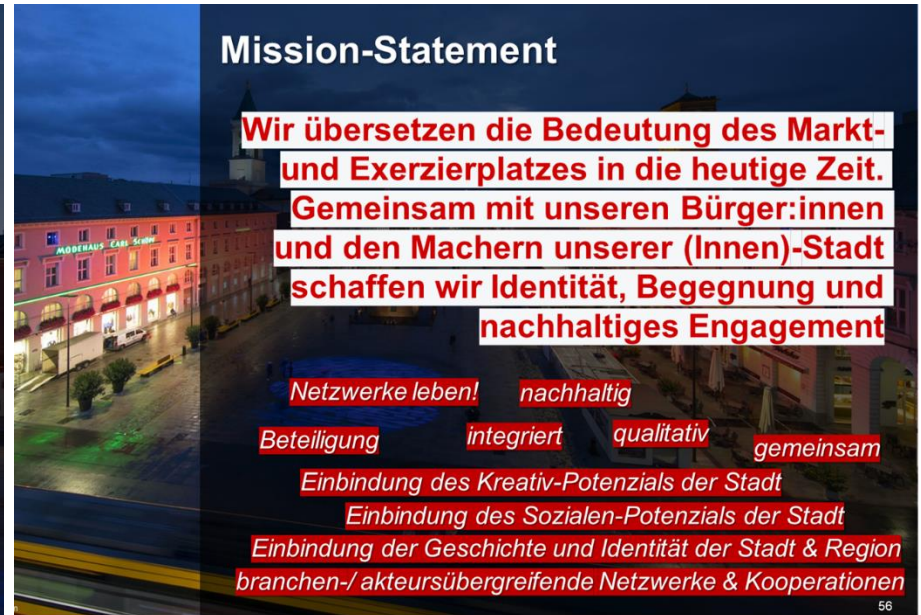
Zur Bekräftigung des gemeinsamen Zukunftsbildes formuliert das Mission-Statement die einzuhaltende Umsetzungsleitlinie in der Entwicklung von Maßnahmen und in dem Bewusstsein der gemeinsamen Verantwortung. Das Zukunftsbild des Marktplatzes stellt damit die wichtigste Grundlage zur Schwerpunktsetzung in den Handlungsfeldern dar und darauf aufbauend zur Benennung und Auswahl umsetzungsorientierter Maßnahmen. Die ganzheitliche Betrachtung des Marktplatzes als Erlebnis-, Lebens- und Aufenthaltsraum, mit wichtiger Scharnierfunktion im gesamtstädtischen Kontext, ist damit zentraler Fokus des Erlebnisraumkonzeptes. Alle Anspruchs- und Nutzergruppen gilt es in der Erlebnisinszenierung und Belebung des Marktplatzes nachhaltig und über den Prozess hinaus einzubinden.



**Vision**

**Lebendiger Marktplatz, gesellschaftliches Herz und Treffpunkt der City, Visitenkarte der zukunftsgerichteten, kreativen Stadt und toleranten Stadtgesellschaft!**

lebendiger Austausch   Interaktion   kreativ   digital  
 generationsübergreifend   dynamisch   kunstreich  
 abwechslungsreiches Eintauchen   weltoffen   konfrontierend  
 inspirierend   genussvoll  
 multifunktional  
 Genuss- & Erlebnisort   Wohlfühl- & Begegnungsort  
 Eventraum   Arbeitsort   Wissensort



**Mission-Statement**

**Wir übersetzen die Bedeutung des Markt- und Exerzierplatzes in die heutige Zeit. Gemeinsam mit unseren Bürger:innen und den Machern unserer (Innen)-Stadt schaffen wir Identität, Begegnung und nachhaltiges Engagement**

Netzwerke leben!   nachhaltig  
 Beteiligung   integriert   qualitativ   gemeinsam  
 Einbindung des Kreativ-Potenzials der Stadt  
 Einbindung des Sozialen-Potenzials der Stadt  
 Einbindung der Geschichte und Identität der Stadt & Region  
 branchen-/ akteursübergreifende Netzwerke & Kooperationen





# Identifizierte Handlungsfelder

Um den Marktplatz in seiner Bedeutung als Begegnungs-, Aufenthalts- und Erlebnisraum zu entwickeln, bedarf es einer ganzheitlichen Betrachtung aus verschiedenen Nutzer- und Anspruchsgruppen. Darüber hinaus gilt es, zentrale baurechtliche, nutzungsrechtliche gestalterische, inszenierungs- und vermarktungstechnische Belange zu berücksichtigen. Daher greift das vorliegende Konzept sechs Handlungsfelder für einen ganzheitlichen Entwicklungsansatz auf:

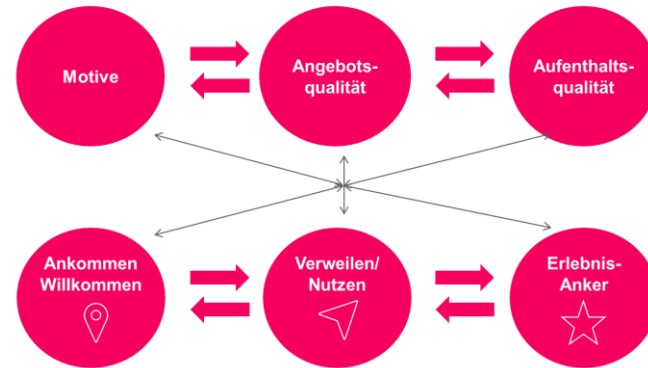
1. **Politische / formelle / informelle Rahmenbedingungen**
2. **Infrastrukturelle Aufenthaltsqualität**
3. **Servicequalität**
4. **Struktur, Netzwerk & Partnermanagement**
5. **Erlebnisinszenierung**
6. **Vermarktung & Identitätsaufbau**

Das Handlungsfeld 5 „Erlebnisinszenierung“ steht im Mittelpunkt dieses Erlebnisraumkonzeptes. Hier besteht der größte Fokus in den Ausarbeitungen von konkreten Inszenierungsprojekten bzgl. einer dauerhaften und temporären Erlebnisinszenierung des Marktplatzes. Es ist aber entscheidend, wichtige Rahmenbedingungen und Grundvoraussetzungen zu schaffen, um die Inszenierungsprojekte erfolgreich umsetzen zu können. Auch wichtige Entwicklungsbedarfe wurden identifiziert, welche größtenteils den Handlungsfeldern Infrastrukturelle Aufenthalts- und Servicequalität zuzuordnen sind. Die wichtigsten Grundvoraussetzungen für den Start in die Umsetzung wurden als Basics, wichtige Impulse als Schlüsselprojekte herausgestellt.

Insgesamt wurden Sechs Handlungsfelder zur nachhaltigen Erlebnisinszenierung des Marktplatzes identifiziert



Die Inszenierungsstrategie fokussiert auf Basis der Rahmenbedingungen der quartiersbezogenen Erlebnisraum- und thematischen Erlebnisroutengestaltung.



# Basics, Impulsprojekte und Quick Wins

Im Folgenden werden die identifizierten Handlungserfordernisse und Maßnahmenempfehlungen in drei Rubriken vorgestellt.

## Basics

- ✓ Wichtige Grundlagen und Rahmenbedingungen zur erfolgreichen Erlebnisinszenierung des Marktplatzes

Basics: Grundlagen und wesentliche Rahmenbedingungen zur Erlebnisinszenierung		
Handlungsfelder	Handlungsempfehlungen	Status
Politische / rechtliche Rahmenbedingungen	Politische Vorstellung des Erlebnisraumkonzepts und politischer Grundsatzbeschluss zur verbindlichen Verankerung und weiteren Initiierung von Maßnahmen zur Belebung des Marktplatzes.	Vorschlag ▲ Karlsruhe
	Ausweisung und Einrichtung temporärer Experimentierflächen für Kleinkunst auf dem Marktplatz unter Berücksichtigung bestehender Nutzungen, Markt- und Eventkonzepte	Vorschlag ▲ Karlsruhe
Infrastrukturelle Aufenthaltsqualität	Optimierung der (digitalen & barrierefreien) Besucherlenkung zum und auf dem Marktplatz	Vorschlag ▲ Karlsruhe
	Angebot an öffentlichen Sanitäranlagen	umgesetzt ▲ Karlsruhe
	Hinweis: bereits im neuen U-Bahnhof Marktplatz vorhanden.	
	Errichtung von Trinkwasserbrunnen	umgesetzt ▲ Karlsruhe
Service- und Erlebnis-Qualität	Hinweis: z.T. in der Kaiserstraße vorhanden, kein weiterer öffentlicher Ausbau erforderlich	
	Ausbau von Fahrrad-Lade- und Abstellinfrastrukturen (Fahradbögel direkt am / um den Marktplatz)	Vorschlag ▲ Karlsruhe
	Ausweitung der Stadtbegrünung: mobile Begrünung in Form von Vervellinseln auf dem Platz.	Vorschlag ▲ Karlsruhe
Struktur, Netzwerk & Partnernetzwerk	Ausweitung von mobilen Beschattungsinstallationen auf dem Platz	umgesetzt ▲ Karlsruhe
	Hinweis: Aktuell Aufstellung von Sonnenschirmen als Pilot über ZIZ-Programm in Umsetzung	
	Ausweitung von mobilem Stadtmobiliar / Sitzplätzen / Sitzsäcken (Bänken) auf dem Platz	umgesetzt ▲ Karlsruhe
	Hinweis: Aufstellung von Stühlen als Pilot über ZIZ-Programm in Umsetzung	
Struktur, Netzwerk & Partnernetzwerk	Förderung (Ausweisung) und Stärkung der Außengastronomie auf dem Platz	in Umsetzung ▲ Karlsruhe
	Ausweisung der Sondernutzungsflächen seitens der Stadtverwaltung in Planung / Bearbeitung	
	Förderung / Aufbau von Quartierskooperationen mit dem Einzelhandel bei Eventkonzepten sowie zur Übernahme von Pflege- / Patenschaften von z.B. mobilem Mobiliar oder saisonaler Bepflanzung	Vorschlag ▲ Karlsruhe
	Förderung / Aufbau von Quartierskooperationen mit den Anliegern (Eigentümern, Geschäftsinhabern / Betreibern, Anwohnern) zur gemeinsamen Quartiersgestaltung	in Umsetzung ▲ Karlsruhe
Struktur, Netzwerk & Partnernetzwerk	Förderung / Aufbau eines Quartiersmanagements zur Umsetzungsbegleitung / Weiterentwicklung des Konzeptes sowie zum Aufbau effektiver und funktionierender Netzwerkinstrukturen.	in Umsetzung ▲ Karlsruhe

## Impulsprojekte

- ✓ Erlebnisinszenierungsprojekte mit großer (sichtbarer) Hebelwirkung und Impulscharakter

### „Markterwachen“

**Entwicklungsansatz zur Professionalisierung der Märkte:**

- Aktivierung der Märkte durch Erweiterung des Angebotes
- Erhaltung / Erhöhung von Qualitätsmerkmalen sowie eines strategischen Themen- und Marktmanagements
- Wiederholende Begleitmaße, erprobte beweisene Abstraktivität (Urban Food Market, Filmmarkt etc.)
- Fokus: regionaler Genuss

**Umsetzungsoptionen (kurzfristig):**

1. Markiert Stadt Karlsruhe
2. Karlsruhe Marketing und Event GmbH
3. Externe Ausschreibung (Eventkonzept)



### „Kulturkirche“

**Stadtkirche als Gastgeber:**

- Nutzung der Kirche als Gastgeber für interkulturelle und gesellschaftliche Kulturbegegnungen im Innen- und Außenraum
- Förderung von Kunst und Kultur (Konzerte, Lesungen, Theater- und Filmabende)

**Umsetzungsoptionen (mittelfristig):**

1. Karlsruhe Marketing und Event GmbH in Kooperation mit Markiert
2. Stadt Karlsruhe und / oder CityReaktiv
3. Externe Ausschreibung (Eventkonzept) in Zusammenarbeit mit der Stadtkirche



### „Digitales Realibor“

**Kunst, Kultur & Wissenschaft meets Innovation:**

- Experimentier-Room Marktplatz
- Digitales „Zuhause“ und AR & VR: Erweiterung des Erlebnisraumes
- Karlsruhe: City of Media Arts präsentiert sich am Marktplatz (Marktplatz als Ankermoment und Bühne der Stadtköniglichkeit verankern)
- Temporäre Kunst & Interaktionskonzepte

**Umsetzungsoptionen (kurzfristig):**

1. KfW / CityReaktiv in Kooperation mit 1. Hochschule für Gestaltung Karlsruhe
2. ZKM: Zentrum für Kunst und Medien



### „Silent Disco“

**Veranstaltungsreihe am Marktplatz**

- Erweiterung des Abend (Genuss-)Marktes um ein Verknüpfungsglied
- Beispi. „Silent Disco“ am Marktplatz
- Entwicklung hin zu einem Eventmarkt mit regionalen Streetfood Anbietern und sehr Einbindung der lokalen Gastronomie

**Umsetzungsoptionen (mittelfristig):**

1. Karlsruhe Marketing und Event GmbH in Kooperation mit Markiert
2. Stadt Karlsruhe und / oder CityReaktiv
3. Externe Ausschreibung (Eventkonzept)



## Quick Wins

- ✓ Kurzfristig umsetzbare Maßnahmen aus allen Handlungsfeldern inkl. Teilmaßnahmen für einen sichtbaren Start in die Umsetzungsphase

Quick Wins   schnelle Impulse (Initiierung / Umsetzung von Maßnahmen 2024/2025)			
Handlungsfeld	Maßnahmenempfehlung	Leadempfehlung	
Service- und Erlebnis-Qualität	<b>Erweiterung Mobiliar (Stadtmöblierung):</b> Abgestimmter Einsatz von Stadtmobiliar zur Steigerung der Aufenthaltsqualität / Ausweisung von saisonalen Inszenierungsinnen (Frühling, Sommer, Herbst)	Stadt Karlsruhe, QM (Gartenbauamt)	▲ Karlsruhe
	<b>Ausarbeitung Licht-Eventkonzept</b> Konzept zur emotionalen Lichtfestgestaltung des Marktplatzes (Passiv- / Eventbeleuchtung, Lichtkunst und Kunstinszenierung)	Stadt Karlsruhe, KfW, QM	▲ Karlsruhe
Erlebnis-Inszenierung (Raumqualität)	<b>Experimentierfläche:</b> Ausweisung Sondernutzungsflächen / Einrichtung temporärer Experimentierflächen für Kleinkunst auf dem Marktplatz	Stadt Karlsruhe, QM	▲ Karlsruhe
	<b>Straßenkunst:</b> Aufruf zur Bepflanzung temporärer Experimentierflächen für Kleinkunst auf dem Marktplatz	QM, KfW	▲ Karlsruhe
	<b>Markt für Alle:</b> Ausweitung der Veranstaltungsfläche/öffentlichen Bühne für Frühling/Sommer 2023 samt Pressenstellung und Beteiligungsaufbau	QM, KfW, KTG	▲ Karlsruhe
	<b>Update Marktkonzept / Erweiterung Genussmarkt:</b> Update und schrittweise Umsetzung eines professionellen Marktkonzeptes zur Verjüngung und Re-Aktivierung der Märkte am Marktplatz Karlsruhe, Integration des kulinarischen Genusses der Region	Marktamt, QM / KfW, KTG	▲ Karlsruhe
Vermarktung & Identitätsaufbau	<b>Digitales Realibor:</b> Kunst, Kultur & Wissenschaft meets Innenstadt	QM, KTG / ZKM	▲ Karlsruhe
	<b>Ideenwettbewerb Creativ City of Media Arts - „Digitaler Marktplatz“:</b> Ausschreibung eines Ideenwettbewerbs zur digitalen Inszenierung des Marktplatzes (Kontext: Stadtraum, Bedeutung)	Stadt Karlsruhe, HfS, ZKM, QM, KTG	▲ Karlsruhe
Vermarktung & Identitätsaufbau	<b>Aufbau Silent Disco:</b> Initiierung und Umsetzung einer Veranstaltungsreihe am Marktplatz in Kooperation mit dem Einzelhandel und Altbauern im Quartier	QM, KfW, KTG	▲ Karlsruhe
	<b>Social Media Story:</b> Aufbau einer Storyline zum Thema kulturelle, kulinarische Genussorte und Genussimpressionen am Marktplatz	KTG & Stadt Karlsruhe	▲ Karlsruhe



# Grundlagen und Rahmenbedingungen

## Infrastrukturelle Aufenthaltsqualität

Die aufgeführten Entwicklungsbedarfe basieren auf der Beteiligung der Expert:innen, der Online-Befragung der Leistungsträger:innen und der Gäste und Einheimischen. Einige Ergebnisse, wie z.B. der Bedarf an öffentlichen Sanitären Einrichtungen, zeigen, dass vorhandene Service-Funktionen des Marktplatzes bislang noch nicht hinreichend bekannt sind bzw. für die Nutzer:innen nicht deutlich genug in der Wegeführung ausgewiesen werden.

Zur Verbesserung der Infrastrukturqualität und der Barrierefreiheit braucht der Marktplatz ein optimiertes (digitales) Besucherleitsystem, welches im Gesamtkontext der Innenstadtquartiere und der barrierefreien Besuchendenlenkung betrachtet werden muss. Dabei ist zu berücksichtigen, dass die Besuchendenlenkung nicht nur den Marktplatz als Raum auszeichnet, sondern auch inhaltliche Empfehlungen und z.B. Veranstaltungstipps aufgreift. Zudem ist das bestehende Blindenleitsystem in Teilbereichen nach Prüfung des „Fachkonzeptes Marktplatz Erdgeschosszone Ostseite“ mit Blick auf die Außengastronomie anzupassen. Zudem ist zu empfehlen, die Verfügbarkeit von Trinkwasserstellen und Sanitäranlagen erneut zu eruieren, hier scheint der Bedarf nicht mit den vorhandenen Angeboten gedeckt zu sein.

Basics: Grundlagen und wesentliche Rahmenbedingungen zur Erlebnisinszenierung		
Handlungsfelder	Handlungsempfehlungen	Status
Politische / rechtliche Rahmenbedingungen	Politische Vorstellung des Erlebnisraumkonzepts und politischer Grundsatzbeschluss zur verbindlichen Vertiefung und weiteren Initiierung von Maßnahmen zur Belebung des Marktplatzes.	Vorschlag ▲ Karlsruhe
	Ausweisung und Einrichtung temporärer Experimentierflächen für Kleinkunst auf dem Marktplatz unter Berücksichtigung bestehender Nutzungen, Markt- und Eventkonzepte.	Vorschlag ▲ Karlsruhe
Infrastrukturelle Aufenthaltsqualität	Optimierung der (digitalen & barrierefreien) Besucherlenkung zum und auf dem Marktplatz	Vorschlag ▲ Karlsruhe
	Angebot an öffentlichen Sanitäranlagen Hinweis: bereits im neuen U-Bahnhof Marktplatz vorhanden.	umgesetzt ▲ Karlsruhe
	Errichtung von Trinkwasserbrunnen Hinweis: z.T. in der Kaiserstraße vorhanden, kein weiterer öffentlicher Ausbau erforderlich	umgesetzt ▲ Karlsruhe
	Ausbau von Fahrrad-Lade- und Abstellinfrastrukturen (Fahrradbügel direkt am / um den Marktplatz)	Vorschlag ▲ Karlsruhe












# Grundlagen und Rahmenbedingungen

## Service- und Erlebnisqualität

Im Bereich der Service- und Erlebnisqualität steht im Wesentlichen der Bedarf an einer besseren Bespielung und Belebung für mehr Aufenthaltsqualität im Fokus. Konzepte wie „Karlsruhe trifft sich“ kommen bei den Befragten (Sommer 2023, Amt für Stadtentwicklung, Stadt Karlsruhe) gut an. Der Faktor Belebung trägt stark zum Wohlbefinden bei.

Eine hohe Bedeutung hat die Einrichtung eines Quartiersmanagements im Sinne einer kommunikativen und koordinierenden Schnittstelle im Partnernetzwerk der Innenstadtakteure. Für die Koordination der Bespielung des Marktplatzes braucht es einen verantwortlichen „Platzkümmerer“ auf Seiten der Stadt, der im engen Austausch und Zusammenspiel mit dem Quartiersmanagement die Bespielung zur Belebung des Marktplatzes übernimmt und koordiniert bzw. entsprechend Aufträge zur Umsetzung vergibt. Neben der Koordination neuer Projekte, gilt es ebenfalls bereits in der Umsetzung befindliche Projekte fortlaufend zu evaluieren und fortlaufend mit den Bedarfen und Ansprüchen der Nutzenden des Marktplatzes abzugleichen. Die Befragungsergebnisse und Expert:innendialoge deuten auf ein Defizit in der Abstimmung und Kommunikation bereits umgesetzter oder sich in Umsetzung befindlicher Maßnahmen hin.

Basics: Grundlagen und wesentliche Rahmenbedingungen zur Erlebnisinszenierung		
Handlungsfelder	Handlungsempfehlungen	Status
Service- und Erlebnis- Qualität	Ausweitung der Stadtbegrünung: mobile Begrünung in Form von Verweilinseln auf dem Platz.	Vorschlag 
	Ausweitung von mobilen Beschattungsinstitutionen auf dem Platz. Hinweis: Aktuell Aufstellung von Sonnenschirmen als Pilot über ZIZ-Programm in Umsetzung	umgesetzt 
	Ausweitung von mobilem Stadtmobiliar / Sitzplätzen / Sitzinseln (Bänken) auf dem Platz. Hinweis: Aufstellung von Stühlen als Pilot über ZIZ-Programm in Umsetzung.	umgesetzt 
	Förderung (Ausweisung) und Stärkung der Außengastronomie auf den Platz. Ausweitung der Sondernutzungsflächen seitens der Stadtverwaltung in Planung / Bearbeitung	in Umsetzung 
	Förderung / Aufbau von Quartierskooperationen mit dem Einzelhandel bei Eventkonzepten sowie zur Übernahme von Pflege- / Patenschaften von z.B. mobilem Mobiliar oder saisonaler Bepflanzung.	Vorschlag 
	Förderung / Aufbau von Quartierskooperationen mit den Anliegern (Eigentümern, Geschäftsinhabern / Betrieben, Anwohnern) zur gemeinsamen Quartiersgestaltung.	in Umsetzung 
Struktur, Netzwerk & Partnernetzwerk	Förderung / Aufbau eines Quartiersmanagements zur Umsetzungsbegleitung / Weiterentwicklung des Konzeptes sowie zum Aufbau effektiver und funktionierender Netzwerkstrukturen.	in Umsetzung 





# Erlebnisszenierung

Insgesamt wurden 12 Inszenierungsprojekte für die Erlebnisszenierung am Marktplatz ausgearbeitet, die eine Inszenierung zu verschiedenen Jahreszeiten im Fokus haben. Einige Projekte bauen auf bereits bestehenden Ansätzen oder Veranstaltungsformaten auf, andere stellen neue Ansätze dar, um Schwachlastzeiten im Jahresverlauf zu beheben. Gemeinsam mit dem Steuerungskreis und den Rückmeldungen aus der Fachöffentlichkeit wurden hieraus vier Impulsprojekte identifiziert, welchen eine wichtige Hebelwirkung für die Erlebnisszenierung des Marktplatzes, die Mobilisierung weiterer Akteure oder Initiierung anderer Projekte haben. Folgende Impulsprojekte wurden identifiziert:

- ✓ „**Markterwachen**“ – Entwicklungskonzept zur Professionalisierung der Märkte
- ✓ „**Digitales Reallabor**“ – Kunst, Kultur & Wissenschaft meets Innenstadt
- ✓ „**Kulturkirche**“ – Stadtkirche als Gastgeber für interkulturelle und stadtgesellschaftliche Begegnungen
- ✓ „**Silent Disco**“ – Veranstaltungsreihe

## „Markterwachen“

Entwicklungskonzept zur Professionalisierung der Märkte:

- Attraktivierung der Märkte durch Erweiterung des Angebotes
- Entwicklung / Einhaltung von Qualitätskriterien sowie eines strategischen Themen- und Marktmanagements
- Wechselnde Begleitmärkte, anlassbezogene Attraktivität (Urban Food Market, Flohmärkte etc.)
- Fokus: regionaler Genuss

- Umsetzungsoptionen (kurzfristig):
1. Marktamt Stadt Karlsruhe
  2. Karlsruhe Marketing und Event GmbH
  3. Externe Ausschreibung (Eventkonzept)

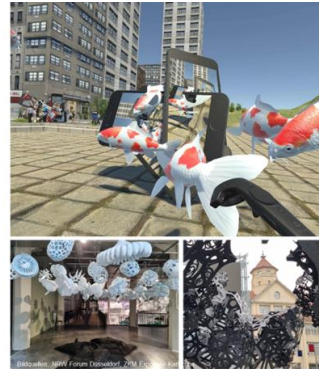


## „Digitales Reallabor“

Kunst, Kultur & Wissenschaft meets Innenstadt

- Experience Room Marktplatz
- Digitales „Schaufenster“ und AR & VR Erweiterung des Erlebnisraumes
- Karlsruhe, City of Media Arts präsentiert sich am Marktplatz (Marktplatz als Ankommensort und Bühne der Stadtidentität verstehen)
- Temporäre Kunst & Interaktionsprojekte

- Umsetzungsoptionen (kurzfristig):
1. KME / Citymarketing in Kooperation mit
  2. Hochschule für Gestaltung Karlsruhe
  2. ZKM: Zentrum für Kunst und Medien



## Vier Impulsprojekte im Fokus

### „Silent Disco“

Veranstaltungsreihe am Marktplatz

- Erweiterung des Abend-(Genuss-)Marktes um ein Veranstaltungsformat
- Bspw. „Silent Disco“ am Marktplatz
- Entwicklung hin zu einem Eventmarkt mit regionalen Streetfood Anbietern und unter Einbindung der lokalen Gastronomie.

- Umsetzungsoptionen (mittelfristig):
1. Karlsruhe Marketing und Event GmbH ggf. in Kooperation mit Marktamt Stadt Karlsruhe und / oder Cityinitiative
  2. Externe Ausschreibung (Eventkonzept)



### „Kulturkirche“

Stadtkirche als Gastgeber

- Nutzung der Kirche als Gastgeber für interkulturelle und stadtgesellschaftliche Kulturbegegnungen im Innen und Außenraum
- Förderung von Kunst und Kultur (Konzerte, Lesungen, Theater- und Filmaufführungen)





- Umsetzungsoptionen (mittelfristig):
1. Karlsruhe Marketing und Event GmbH in Kooperation mit der Stadtkirche
  2. Externe Ausschreibung (Eventkonzept) in Zusammenarbeit mit der Stadtkirche





# Inszenierungsprojekte & ausgewählte Impulsprojekte

Entscheidungsgrundlage für die Auswahl der Impulsprojekte war neben dem Erlebniswert und der Einschätzung des Inszenierungspotenzials durch die Fachöffentlichkeit die kurz- bis mittelfristige Umsetzbarkeit unter Berücksichtigung personeller und finanzieller Ressourcen. Ergänzend zu den Impulsprojekten wird das Inszenierungsprojekt „*offene Markthalle*“ als zentrales Inszenierungsprojekt gesehen, welches aufgrund längerer Planungszeiten frühzeitig in einem Konzept zur Belebung der Erdgeschossflächen geprüft werden sollte. Auf den [Charts 74 ff.](#) können alle Inszenierungsprojekte eingesehen werden.

Erlebnis-Inszenierungsprojekte unter fachlicher Koordination des zukünftigen Quartiersmanagements	
„ <b>Markterwachen</b> “ – Update Entwicklungskonzept zur Professionalisierung & Re-Attraktivierung der Märkte	
„ <b>Interaktive Erlebnisse</b> “ - Belebung des Platzes durch interaktive Aktionen und Erlebnisse	
„ <b>Digitales Reallabor</b> “ - Marktplatz: Kunst, Kultur & Wissenschaft meets Innenstadt	
„ <b>Marktplatz für Alle</b> “ – Aufruf zum Bevölkerungsentagement für Kunst- und Kulturveranstaltungen auf „öffentlicher Bühne“	
„ <b>Silent Disco</b> “ – Veranstaltungsreihe am Marktplatz	
„ <b>Kulturkirche</b> “ – Stadtkirche als Gastgeber für interkulturelle und stadtgesellschaftliche Begegnungen	
„ <b>Streetfood Genussmarkt</b> “ und „Kultur-Kulinarische Stadtführungen – Stadt- & Regionsgenuss an Originalschauplätzen“	
„ <b>Stadt / Land / Kultur</b> “ - Saisonales Begleitprogramm der Märkte	
„ <b>Digitales Reallabor</b> “ - Marktplatz: Lichtkunst meets Innenstadt	
„ <b>Eiswelt</b> “ – Erweiterung der Karlsruher Winterzeit auf den Marktplatz	
„ <b>Offene Markthalle</b> “ – Markthallenkonzept für die Nachnutzung der anliegenden Erdgeschosspassagen (Modehaus Schöpf)	
„ <b>Winterlichter</b> “ – 360° Installationen (Projekt zurückgestellt aufgrund von Umsetzung in anderem Innenstadtquartier)	



= Ausgewählte Starterprojekte





# Quick-Wins für die Erlebnisinszenierung

Ausgehend von den *Basics und Impulsprojekten* wurden *Quick-Wins* abgeleitet. Quick-Wins stellen kurzfristig umsetzbare Maßnahmen entlang aller Handlungsfelder dar. Diese können in Teilen bereits von einzelnen Akteuren umgesetzt werden und sollten beginnend mit der politischen Legitimation des Erlebnisraumkonzeptes den direkten Start der Umsetzungsphase darstellen.

Quick Wins   schnelle Impulse (Initiierung / Umsetzung von Maßnahmen 2024/2025)		
Handlungsfeld	Maßnahmenempfehlung	Leadempfehlung
Service- und Erlebnis-Qualität	<b>Erweiterung Mobiliar (Stadtmöblierung):</b> Abgestimmter Einsatz von Stadtmobiliar zur Steigerung der Aufenthaltsqualität / Ausweitung von saisonalen Inszenierungseiseln (Frühling, Sommer, Herbst)	Stadt Karlsruhe, QM (Gartenbauamt) 
	<b>Ausarbeitung Licht-Eventkonzept:</b> Konzept zur emotionalen Lichteffektgestaltung des Marktplatzes. (Fassaden- / Eventbeleuchtung, Lichtkunst und Kunstinszenierung)	Stadt Karlsruhe KME, QM  
Erlebnis-inszenierung (Raumqualität)	<b>Experimentierfläche:</b> Ausweisung Sondernutzungsflächen zur Bespielung durch das Quartiersmanagement für temporärer Experimentierflächen für Kleinkunst auf dem Marktplatz	Stadt Karlsruhe QM 
	<b>Straßenkunst:</b> Aufruf zur Bespielung temporären Experimentierflächen für Kleinkunst auf dem Marktplatz	QM, KME  
	<b>Marktplatz für Alle:</b> Ausweitung der Veranstaltungsfläche/öffentlichen Bühne für Frühling/Sommer 2024 samt Pressemitteilung und Beteiligungsaufruf	QM, KME KTG  
	<b>Update Marktconcept / Erweiterung Marktes zu einem Genuss-Markt:</b> Update und schrittweise Umsetzung eines professionellen Marktconzeptes zu Verjüngung und Re-Attraktivierung der Märkte am Marktplatz Karlsruhe, Integration des kulinarischen Genusses der Region	Marktamt, QM / KME, KTG   
	<b>Digitales Reallabor:</b> Kunst, Kultur & Wissenschaft meets Innenstadt	QM, KTG / ZKM, HfG   
	<b>Ideenwettbewerb Creativ City of Media Arts - „Digitaler Marktplatz“:</b> Ausschreibung eines Ideenwettbewerbs zur digitalen Inszenierung des Marktplatzes (Kontext: Stadtraum, Bedeutung)	Stadt Karlsruhe, Kulturamt HfG, ZKM, QM, KTG   
	<b>Aufbau Silent Disco:</b> Initiierung und Umsetzung einer Veranstaltungsreihe am Marktplatz in Kooperation mit dem Einzelhandel und Akteuren im Quartier	QM, KME KTG  
Vermarktung & Identitätsaufbau	<b>Social Media Story:</b> Aufbau einer Storyline zum Thema kulturelle, kulinarische Genussorte und Genussimpressionen am Marktplatz	KTG & Stadt Karlsruhe  





# Zusammenarbeit, Finanzierung & Maßnahmen

Dem Aufbau einer tragfähigen Koordinierungs- und einer vernetzenden Quartiersmanagementstruktur kommt eine wichtige Bedeutung zu. Ohne die aktive Koordination, Beteiligung, kontinuierliche Einbindung der Kompetenzen sowie die Bündelung bzw. Nutzung der Ressourcen aus dem Quartier wird eine Belebung des Marktplatzes nur mit hohem finanziellem Aufwand seitens der Stadt Karlsruhe gelingen. Die nachhaltige Belebung braucht einen verbindlichen Rahmen und einen kollektiven Schulterschluss.

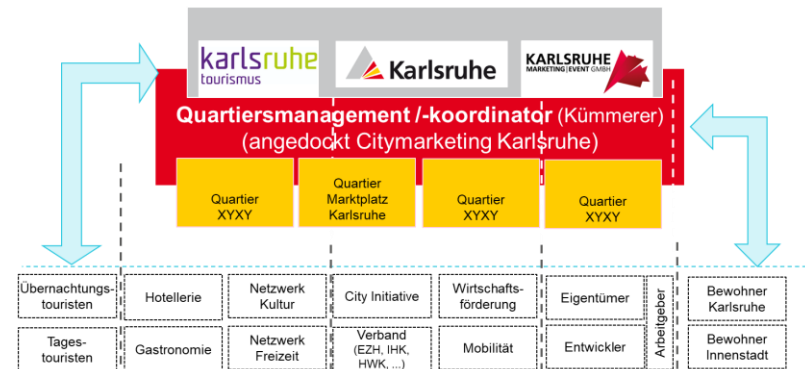
Im Prozess wurde bereits festgestellt, dass es im Partnernetzwerk rund um den Marktplatz (Karlsruhe Tourismus GmbH, Karlsruhe Marketing und Event GmbH, Stadtverwaltung, Leistungsanbieter:innen, Eigentümer:innen etc.) eine hohe Bereitschaft gibt, sich in einer Quartiersstruktur zu engagieren. Eine federführende Zuordnung und Koordination der Bespielung über das Marktamt wäre aufgrund der definierten Aufgabenschwerpunkte des Marktamtes und der damit verbunden hohen Auflagen und Regularien nicht zielführend.

Mit dem Fördermittelanschub des ZIZ-Programmes gilt es daher neue Strukturen zu initiieren. Zudem sind die vorhandenen Kompetenzen der KME, der KTG und weiterer Innenstadtakteure maßgeblich zu nutzen, um keine Doppelstrukturen zu schaffen. Hierbei gilt es zu berücksichtigen, dass neben der Finanzierung eines Quartiersmanagements alle bei der KME und/oder der KTG zusätzlich anfallenden Maßnahmen auch aufgabenadäquat mit entsprechenden Ressourcen seitens der Stadt hinterlegt werden müssen. Über die finanzielle und/oder personelle Beteiligung der Anlieger sind z.B. über Beteiligungsfonds, die Einrichtung eines Vereins oder eines Business Improvement Districts weitere Ressourcen zu erschließen.

## Innenstadt- / Quartiersentwicklung ist Gemeinschaftsaufgabe!



Stärkung und Verbindlichkeit der Organisations- / Kooperationsmechanismen inkl. dem Aufbau neuer Partnerstrukturen um das Marktplatz-Quartier.



# Ausblick in die Umsetzungsphase

Es wird empfohlen, mit einer politischen Beschlussfassung des Erlebnisraumkonzeptes in die Umsetzung der identifizierten und entwickelten Maßnahmen zur nachhaltigen Erlebnisinszenierung des Marktplatzes zu starten. Angesichts der zu etablierenden Strukturen eines Quartiersmanagements und der Bereitstellung nötiger finanzieller Ressourcen kann ein detaillierter Zeithorizont zur Umsetzung des Konzepts zum jetzigen Zeitpunkt allerdings nur als Orientierung dienen. Zudem ist zu berücksichtigen, dass jede Form der Erlebnisinszenierung als auch vor allem die Koordination Aufwände auslöst, die aus den bestehenden Strukturen und Ausstattungen einer KME oder KTG nicht zu stemmen sind. Hier bedarf es einer langfristigen Bereitstellung von Ressourcen über das ZIZ-Programm hinaus.

Zeitlicher Orientierungsrahmen:

- Die Umsetzung der Quick Wins sollte sofort in 2024 erfolgen.
- Weiterer Basisgrundlagen (Basics) sollten mit politischem Beschluss des Konzeptes in die direkte Umsetzung gehen und je nach Planungsaufwand innerhalb der ersten zwei Jahre bis Ende 2025 umgesetzt werden.
- In Abhängigkeit der verfügbaren Ressourcen sollen die Inszenierungsprojekte fortlaufend in den Umsetzungsprozess integriert werden und mit jedem Abschluss eines Impulsprojektes ein Zwischenfazit gezogen werden. Die fortlaufende Evaluierung der Wirkungseffekte einzelner Umsetzungsempfehlungen ist kontinuierlich im Dialog mit den Anrainern und Nutzer:innen vorzusehen.

## Ausblick

Das Erlebnisraumkonzept ist als Handlungshilfe und wichtiger Wegweiser für die fortlaufende Inwertsetzung des Marktplatzes als Erlebnisraum für Gäste und Einheimische Karlsruhes zu verstehen. Mit dem Erarbeitungsprozess sind erste wichtige Weichen gestellt worden, um notwendige Strukturen im Quartiersmanagement aufzubauen und zu etablieren. Im Sinne eines gemeinsamen Aktionsplanes für den Marktplatz sind nunmehr konkrete Aufgaben- und Verantwortungsbereichen festzulegen und die konkret erforderlichen Ressourcen dahinter zu bestimmen. Gerade weil die Inwertsetzung des Marktplatzes in starkem Maße von der Kooperationsbereitschaft des Partnernetzwerks, den Rahmenbedingungen der politischen Entscheidungsträger:innen sowie dem Zusammenspiel mit den städtischen Ressorts abhängig ist, braucht es hier einen verbindlichen Rahmen. Zudem gilt es, Experimentierräume zuzulassen und neuen Kommunikationswege im Miteinander zu etablieren. Die Erreichung der Vision, den Marktplatz zur neuen Visitenkarte und zum lebendigen Treffpunkt und „Herz der Stadt“ zu machen, ist eine Gemeinschaftsaufgabe, an der alle mitwirken müssen!



Stadt Karlsruhe  
Hochbauamt

Rathaus am Platz

# Der Weg zum Erlebnisraumkonzept (Anlass & Prozessgestaltung)

 Karlsruhe

karlsruhe **PROJECT**<sup>M</sup>  
tourismus

# Zielsetzung für das Erlebnisraumkonzept „Marktplatz Karlsruhe“

- **Kompakte Status-Quo-Analyse des Erlebnis- und Funktionsraums „Marktplatz“** unter Berücksichtigung vorliegender zentraler Trends und Einflussfaktoren (Strukturwandel, (Mehr-)Wert Tourismus, Erlebnisorientierung)
- **Potenzialbestimmung im Wettbewerbsvergleich:** Inszenierungs- / Inwertsetzungspotenziale des Erlebnisraumes „Marktplatz“ aus verschiedenen Nutzungs- und Anspruchsperspektiven
- **„The Reason Why“** - Ausarbeitung einer konkreten **Vision für den Marktplatz** und einer daraus abgeleiteten **Mission mit messbaren Leitzielen**
- **Integriertes Entwicklungsleitbild für den „Erlebnisraum Marktplatz“**
  - Ausarbeitung eines Entwicklungsleitbilds für den zukünftigen Funktions- & Erlebnisraum
  - Ableitung von Handlungsempfehlungen zur temporären / dauerhaften Inwertsetzung
- **Integriertes Erlebnisraumkonzept** im Kontext einer zwischen den handelnden Akteuren und Partnern abgestimmten Aufgabenteilung und Zeitplanung zur Umsetzung
- **Einbindung von kommunalen und privatwirtschaftlichen Expert:innen und Schlüsselakteuren der Stadtentwicklung**



# Prozessarchitektur



## Analyse der Ausgangssituation



## Konzeption Erlebnisraumkonzept



## Aktionsplan Handlungsempfehlungen



### Kick-Off

- Auswertung aller Unterlagen
- Bewertung des Marktplatzes aus verschiedenen Nutzungsperspektiven
- Analyse & Bewertung der Angebote

### Vor-Ort Begehung



### Ideenfinder Website



### Befragung Leistungsträger:innen Befragung Bürger:innen



### Steuerungsgruppe #1

- Positions- & Perspektivbestimmung im Wettbewerbsvergleich



### Expert:innen-Gruppengespräche

- Ausarbeitung von Vision, Mission & Leitbild inkl. Leitziele & Leitlinien
- Erlebniskonzeption zukünftiger Funktionsräume & Erlebnisinszenierung
- Ableitung von strategischen Handlungsfeldern



### Steuerungsgruppe #2

- Inszenierungsperspektiven und Maßnahmenschwerpunkte Erlebnisraum Marktplatz



### Perspektivworkshop Fachöffentlichkeit



### Steuerungsgruppe #3



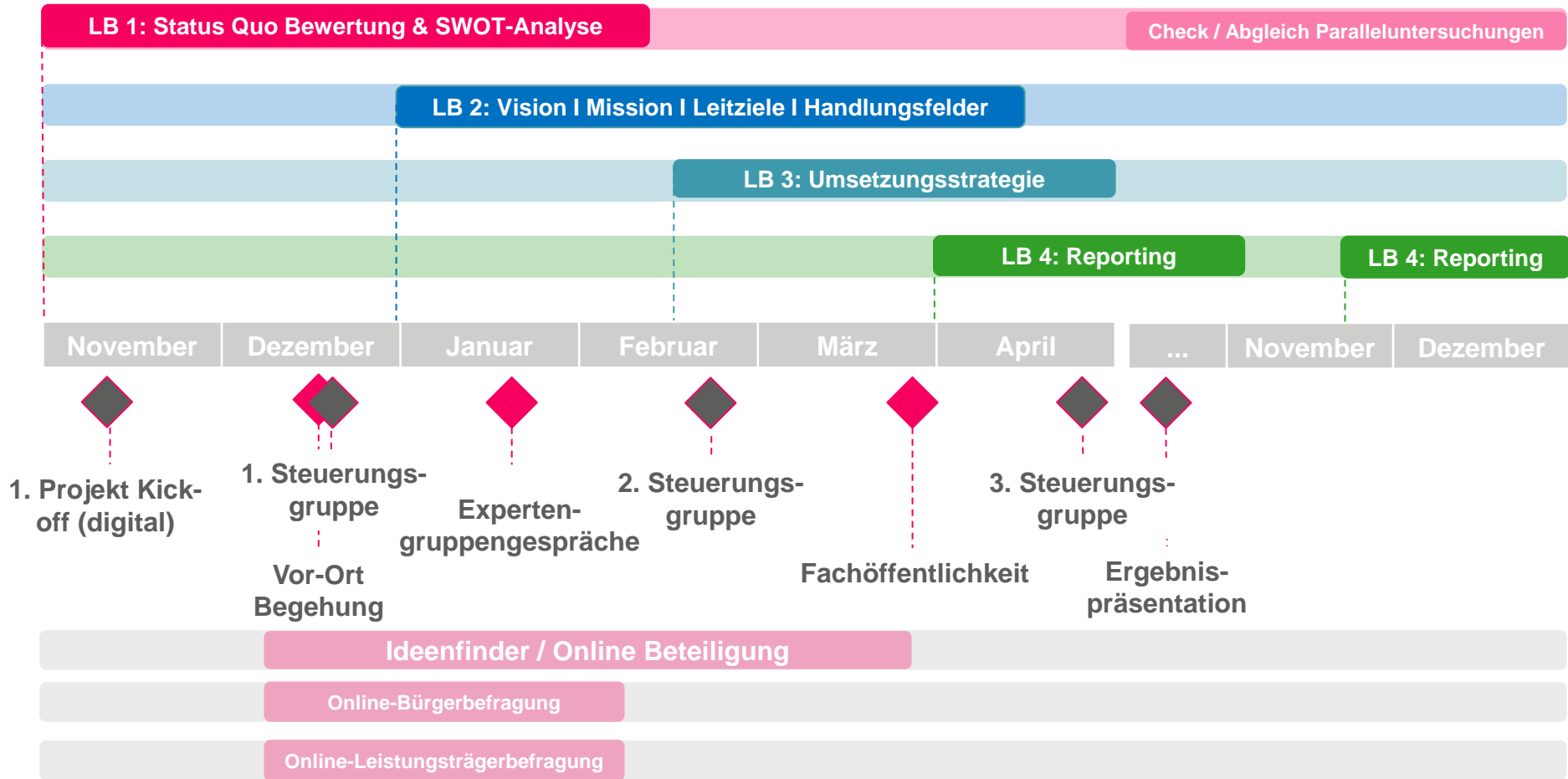
### Ergebnispräsentation

- Aufbereitung & Priorisierung der Maßnahmen sowie Auswahl von Impulsprojekten
- Aufstellung einer Umsetzungsstrategie inkl. Zeitplan

- Ausarbeitung & Aufbereitung des Strategiepapiers



# Zeitachse für das Erlebnisraumkonzept „Marktplatz Karlsruhe“



# Vorüberlegungen zu Handlungsfeldern, Schlüsselprojekten und einzelnen Umsetzungsschritten basieren auf einer breiten Einbindung.

An der Befragung der Nutzer:innen des Karlsruher Marktplatzes haben sich 387 Befragte beteiligt. An der Leistungsanbieter:innen-Befragung 61.

**Methode:** schriftliche Online-Befragung

**Befragte:** Nutzer:innen des Karlsruher Marktplatzes  
Leistungsanbieter:innen aus Karlsruhe

**Laufzeit:** 05.12.2022 – 06.01.2023

**Vertrieb:** Projektwebsite, Verteiler Citymanagement, PM, Social Media

**Themenschwerpunkte der Befragung:**

- Einordnung der Befragten und ihrer Nutzung der Innenstadt
- Abfrage der Ist-Situation
- Analyse der Zukunftsperspektive und Entwicklungsansätze
- Kooperationspotenzial der Akteure

Die Werte in der Auswertung werden gerundet. Rundungsdifferenzen sind möglich.  
PROJECT M | Karlsruhe - Erlebnisraumkonzept Marktplatz

Online-Befragung zum Karlsruher Marktplatz mit 387 Teilnehmenden. Zusätzliche Befragung der Leistungsanbieter:innen mit 61 Teilnehmenden.

**Methode:** schriftliche Online-Befragung

**Befragte:** Nutzer:innen des Karlsruher Marktplatzes  
Leistungsanbieter:innen aus Karlsruhe

**Laufzeit:** 05.12.2022 – 06.01.2023

**Vertrieb:** Projektwebsite, Verteiler Citymanagement, PM, Social Media

**Themenschwerpunkte der Befragung:**

- Einordnung der Befragten und ihrer Nutzung der Innenstadt
- Abfrage der Ist-Situation
- Analyse der Zukunftsperspektive und Entwicklungsansätze
- Kooperationspotenzial der Akteure

Die Werte in der Auswertung werden gerundet. Rundungsdifferenzen sind möglich.  
PROJECT M | Karlsruhe - Erlebnisraumkonzept Marktplatz

Projektwebsite & Ideenfinder

**URL:** [perspektive-karlsruhe.projectm.de](https://perspektive-karlsruhe.projectm.de)

**Zielgruppen:** Nutzer:innen von Innenstadt / Marktplatz  
Bevölkerung Karlsruhe & Region  
Anbieter / Eigentümer:innen

**Zeitraum:** Start: KW 48 (ab 03.12.2022)

**Vertrieb:**

- # Pressemitteilung KTG
- # Persönliches Anschreiben
- # Social Media Karlsruhe
- # Beteiligungsplattform
- # Website [www.karlsruhe.de](https://www.karlsruhe.de)

Die Werte in der Auswertung werden gerundet. Rundungsdifferenzen sind möglich.  
PROJECT M | Karlsruhe - Erlebnisraumkonzept Marktplatz

Name	Direktor:innen
Mangold, Andreas	Stadt Karlsruhe
<b>Name</b>	<b>Direktor:innen</b>
Amin Baumbüch	Großmarkt Karlsruhe - Marktamtleiter
Eberhard Fischer	Leiter Stabsstelle Außenbeziehungen Strategisches Management, Stadt Karlsruhe
Claus Temps	Kulturmanager, Kulturstadt
Thomas Ruppert	Teilbauamt Stadt Karlsruhe
Fabian Cullit	Sachgebietleiter Baumschutz beim Gartenbauamt Stadt Karlsruhe
Georg Gerardi	Stadtplaner & Architekt - Stadtplanungamt Karlsruhe
Oriana Kraemer	Projektleiter:in - Stadtplanungamt Karlsruhe
Susanne Gerner	Fachbereichleiter:in Umwelt- & Arbeitsschutz Karlsruhe
Daniel Osbergerhaus	Umwelt- & Arbeitsschutz Karlsruhe (Christian-Markus-Raiser)
Klaus Heid	Klimabündnis
Sirja Rosch	Marktamt (Illa Kraemer)
Susanne Müller	Marktamt (Frank Roß)
Domenika Szopce	Leiter:in Karlsruher Kulturrat (Thomas Gillich)

Die Werte in der Auswertung werden gerundet. Rundungsdifferenzen sind möglich.  
PROJECT M | Karlsruhe - Erlebnisraumkonzept Marktplatz

Expert:innengespräche 23. & 27.01.2023

- Abschließendes Expert:innengespräch mit den Eigentümer:innen  
→ Insgesamt 6 Teilnehmende
- Gemeinsame Diskussion um Zielperspektiven und Maßnahme- Ideen aus dem Beteiligungsverfahren
- Kritische Reflexion der Ausgangssituation für den Erlebnis- & Funktionsraum mit Blick auf das vorhandene Angebot, Ansprüche & Restriktionen bei der Erlebnisgestaltung

Die Werte in der Auswertung werden gerundet. Rundungsdifferenzen sind möglich.  
PROJECT M | Karlsruhe - Erlebnisraumkonzept Marktplatz

Steuerungsgruppe #1 13.12.2022

- Ziel der Sitzung: Vertiefung der bereits gestarteten Analyse mit den Mitgliedern des Steuerungskreises
- Vertiefung der Stärken-Schwächen Analyse
- Reflektieren der Anforderungen an den Marktplatz und die Wechselwirkungen im Gesamtgefüge der Innenstadt
- Erstauswertung erster Ansätze für den „Reason Why“

Die Werte in der Auswertung werden gerundet. Rundungsdifferenzen sind möglich.  
PROJECT M | Karlsruhe - Erlebnisraumkonzept Marktplatz

# Kernergebnisse aus Analyse, Bestandsaufnahme und Beteiligung

PROJECT 

# Key Facts des Marktplatzes

- „Herz der City“, bekanntester Platz und Dreh- und Angelpunkt der Fächerstadt
- **Wahrzeichen** der Stadt (Pyramide)
- **Zentrale Scharnierfunktion** von Innenstadt, Karlsruher Schloss mit Stadthalle, Staatstheater und Karlsruher Zoo

## Nutzungen:

- **Dienstleistung:** Rathaus, Verwaltungen, Stadtkirche
- **Kultur:** Umfangreiches Kulturprogramm, Museen (UNESCO City of Media Arts etc.)
- **Shopping:** Blumenmarkt, regelmäßige Märkte, TEDI, Angrenzend 1-A Lage Kaiserstraße mit diversen Ankermietern
- **Szene:** kaum Bar-/Nachtszene
- **Tourismus:** Pyramide, Museen, Events / Weihnachtsmarkt, Touristinformation
- **Wohnen:** wenig Wohnen



# Mit dem neuen „Marktplatz Karlsruhe“ ist eine wertige städtische Infrastruktur entstanden, die wichtige Services und Nutzungsoptionen anbietet.



Durch seine offene und multifunktionale Ausrichtung, bietet der Platz zu verschiedenen Saisonzeiten attraktive Bespielungskonzepte für die ganze Stadt.



Quelle: Stadt Karlsruhe



Quelle: Stadt Karlsruhe



Pyramidenmarkt Karlsruhe



Karlsruhe Stadtfest



Karlsruhe Blumenmarkt



Pyramidenmarkt Karlsruhe



Quelle: Stadt Karlsruhe



Karlsruhe Fliegender Weihnachtsmarkt



Karlsruhe im Umbau



Karlsruhe Marktplatz von oben



karlsruhe  
tourismus

PROJECT M | Karlsruhe - Erlebnisraumkonzept Marktplatz

Ohne „Event“, mit nur kleinteiligen Bespielungen sowie in den Saisonrandzeiten und im Hochsommer steht der Marktplatz vor Herausforderungen.



Quelle: PROJECT M / PEK (2023)



Quelle: PROJECT M / PEK (2023)



Quelle: PROJECT M / PEK (2023)



karlsruher  
tourismus

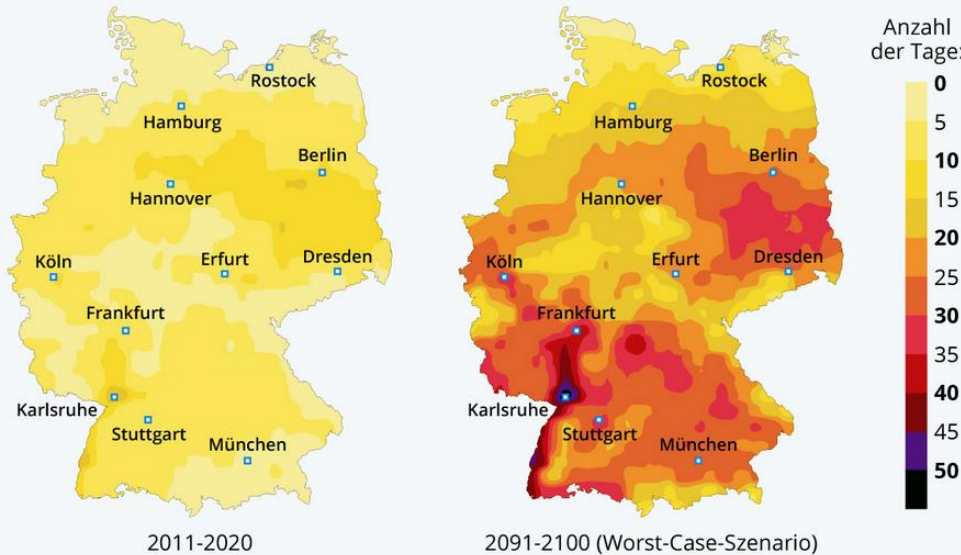
PROJECT M | Karlsruhe - Erlebnisraumkonzept Marktplatz



Vor allem Klimaanpassungen müssen saisonal stärker mitgedacht werden und sich in einer Klimafolgenanpassungsstrategie wiederfinden.

# Karlsruhe drohen über 50 heiße Tage pro Jahr

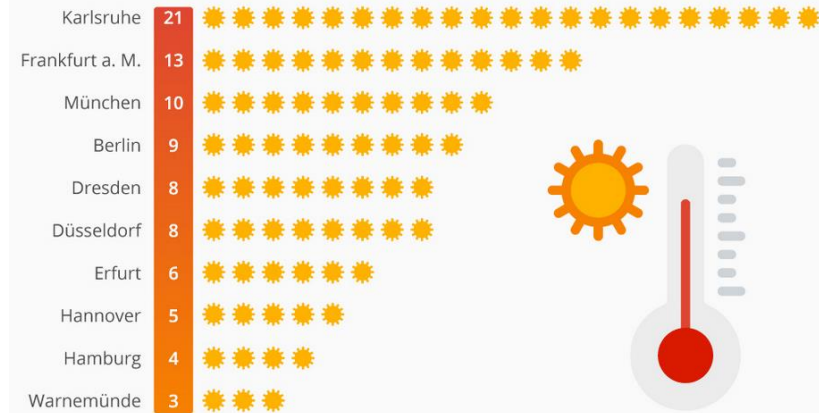
Gemittelte Anzahl der Tage mit einer Temperatur  $\geq 30^{\circ}\text{C}$  nach Worst-Case-Szenario und Regionen



Quelle: Klimafolgen Online

## So heiß wird es sonst selten

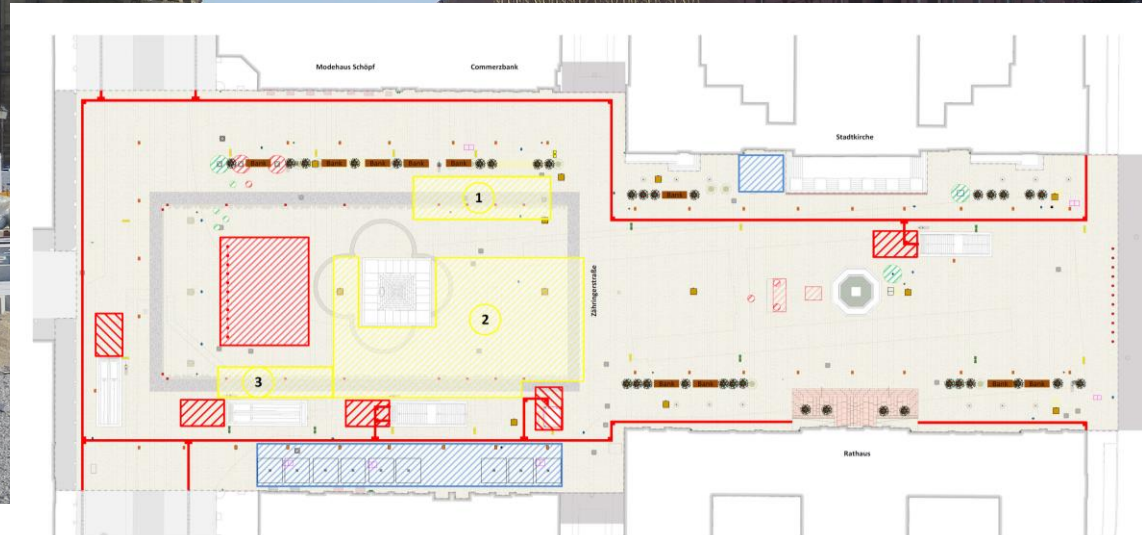
Durchschnittliche Anzahl heißer Tage pro Jahr in ausgewählten Städten\*



\* Heißer Tag: Temperaturmaximum von mindestens  $30^{\circ}\text{C}$ ; Mittelwert: 1981-2010  
 @Statista.com Quelle: Deutscher Wetterdienst

statista

# Denkmalschutz und nutzungsspezifische Restriktionen brauchen temporäre / kreative Lösungsansätze und entsprechende Gestaltungsspielräume.



Sperflächen ganzjährig



Blindenleitsystem



Entwässerungsrinne



Sperflächen während  
Brunnensaison



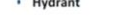
Sondernutzung  
Gastronomie



Stromverteiler



Hydrant



Märkte

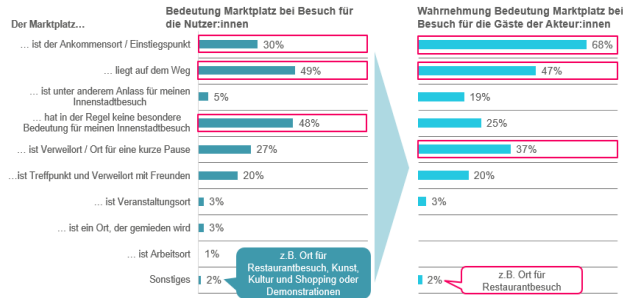
1 Blumenmarkt  
Mo. bis Sa.  
9-20 Uhr

2 Abendmarkt  
Mi. 14-20 Uhr

2 & 3 Pyramidenmarkt  
Sa. 8-20 Uhr

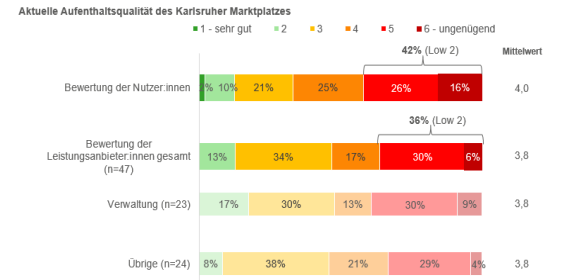
# In der Wahrnehmung der Nutzer:innen und Anlieger fehlt es an Aufenthaltsqualität sowie dauerhaften Anreizen als Konsum- und Begegnungsort.

## Der Marktplatz „nur“ als Ankommensort und „Platz“, der auf dem Weg liegt.



Frage: Welche Bedeutung hat der Marktplatz bei Ihrem Innenstadt-Besuch? (Mehrfachnennungen möglich). Was denken Sie, welche Bedeutung hat der Marktplatz für Ihre Gäste bei ihrem Innenstadt-Besuch? (Mehrfachnennungen möglich). Basis: alle Nutzer:innen, Angaben gemacht (n=307); alle Akteure, Angaben gemacht (n=50)  
PROJECT M I Karlsruhe - Erlebnisraumkonzept Marktplatz

## Über ein Drittel in beiden Befragten Gruppen bewerten die Aufenthaltsqualität mit mangelhaft oder ungenügend.



Frage: Wie bewerten Sie aktuell die allgemeine Aufenthaltsqualität des Marktplatzes? (Skalen-Skala von 1 = sehr gut bis 6 = ungenügend). Basis: alle Befragten, Angaben gemacht (n=307); alle Anbieter:innen (n=82) und Akteure (n=47)  
PROJECT M I Karlsruhe - Erlebnisraumkonzept Marktplatz

## Sowohl die Nutzer:innen als auch die Akteure (gesamt) benennen Shopping und Gastronomie als zwei der Top 3 Hauptbesuchsgründe.



Frage: Was sind in der Regel die Hauptgründe für Ihren Besuch der Karlsruhe Innenstadt? (Mehrfachnennungen möglich). Was denken Sie sind in der Regel die Hauptgründe Ihrer Kund:innen/Gäste für einen Besuch der Karlsruhe Innenstadt? (Mehrfachnennungen möglich). Basis: alle Nutzer:innen, Angaben gemacht (n=308); alle Akteure, Angaben gemacht (n=50)  
PROJECT M I Karlsruhe - Erlebnisraumkonzept Marktplatz

## „Sommerloch“ - Aus der Perspektive der Nutzer:innen fehlen vor allem Anlässe, um den Marktplatz ganzjährig aufzusuchen.

### Beliebte Gründe für den Aufenthalt am Marktplatz im Jahresverlauf

Winter	Frühling	Sommer	Herbst
Weihnachtsmarkt (222/253)	Kein besonderer Grund (37/168)	Kein besonderer Grund (84/198)	Kein besonderer Grund (40/138)
Kein besonderer Grund	Märkte, z.B. Blumen- oder Pyramidenmarkt (35/168)	Gastronomie	Veranstaltungen, z.B. das Stadtfest
Märkte, z.B. Blumen- oder Pyramidenmarkt	Gastronomie (34/168)	Springbrunnen / Wasserspiele	Märkte, z.B. Blumen- oder Pyramidenmarkt
Treffpunkt	Gutes Wetter lädt zum Verweilen ein (33/168)	Märkte, z.B. Blumen- oder Pyramidenmarkt	Gastronomie
Fasnachtveranstaltung	Treffpunkt	Gutes Wetter lädt zum Verweilen ein	Gutes Wetter lädt zum Verweilen ein
Gastronomie	Fest der Sinne	Treffpunkt	Treffpunkt
Shopping	Shopping	Schlossspiele / Schlosspark	Shopping
	Weitere Veranstaltungen, z.B. Demonstrationen	Weitere Veranstaltungen, z.B. Fest der Sinne	

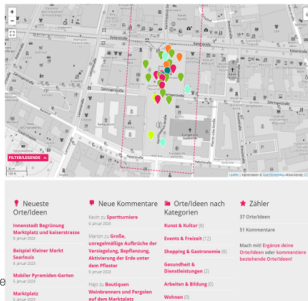
häufigste Nennungen je Kategorie (Anzahl Nennungen/Befragte, Angaben gemacht)

Frage: Welche Angebote, Veranstaltungen, Highlights oder andere Gründe (wie Freunde treffen etc.) führen dazu, dass Sie besonders im Winter gerne am Marktplatz sind? → Ebenfalls abgefragt für Frühling, Sommer und Herbst. Basis: alle Nutzer:innen, Angaben gemacht (n=138.253)  
PROJECT M I Karlsruhe - Erlebnisraumkonzept Marktplatz

## Karlsruhe PERSPEKTIVE MARKTPLATZ KARLSRUHE

### Auszug aus dem Ideenfinder

- Spiel- und Aufenthaltsflächen für Familien
- Mobile & Stationäre Begrünung
- Beschattungsmaßnahmen
- Freizeitbühne
- Cafés für jung und alt
- Trinkwasserbrunnen
- Fahrradparkhaus
- Mobiliar / Sitzgelegenheiten
- Bike & Ride
- Kostenfreie Veranstaltungen
- Strassenmusik
- Boutiquen errichten (nach Weinbrenners Idee)
- Sport- und Bewegungsflächen (Kletterwand bis Röllschuhfläche)
- Außergastronomie



PROJECT M I Karlsruhe - Erlebnisraumkonzept Marktplatz

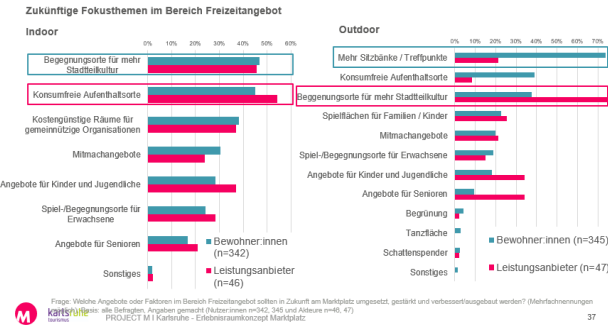
## Die mit Abstand am häufigsten genannten Zukunftswünsche für den Marktplatz beziehen sich auf dessen Begrünung (n=161) und Beschattung (n=106).



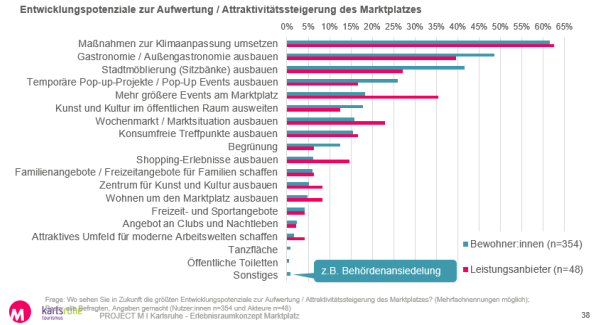
Frage: Sie haben einen Wunsch frei für die Zukunft des Marktplatzes. Was wünschen Sie sich?  
PROJECT M I Karlsruhe - Erlebnisraumkonzept Marktplatz

# In der Wahrnehmung der Nutzer:innen und Anlieger fehlt es an Aufenthaltsqualität sowie dauerhaften Anreizen als Konsum- und Begegnungsort.

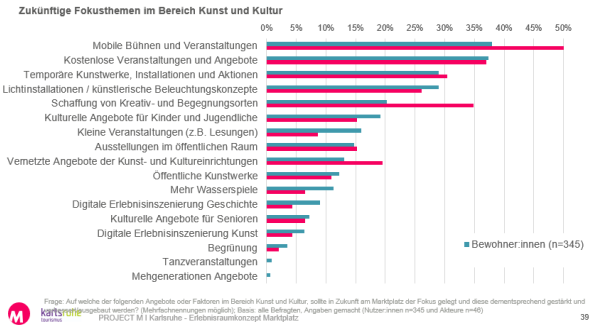
**Gewünschter Fokus: Begegnungsorte für mehr Stadteilkultur und konsumfreie Räume.** Für 74% der Nutzer:innen braucht es Outdoor mehr Sitzbänke/Treffpunkte.



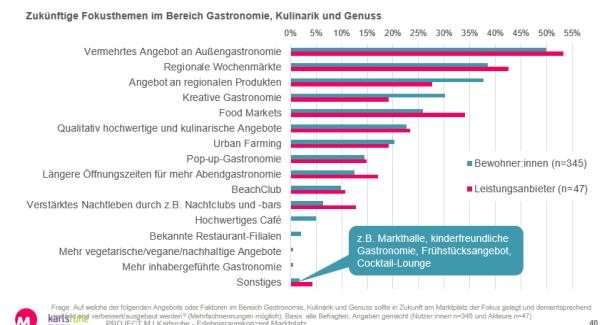
**Nutzer:innen und Akteur:innen: Das größte Entwicklungspotenzial steckt in der Umsetzung von Maßnahmen zur Klimaanpassung.**



**Im Bereich Kunst und Kultur wünschen sich die Hälfte der Akteur:innen und über ein Drittel der Nutzer:innen mobile Bühnen und Veranstaltungen.**



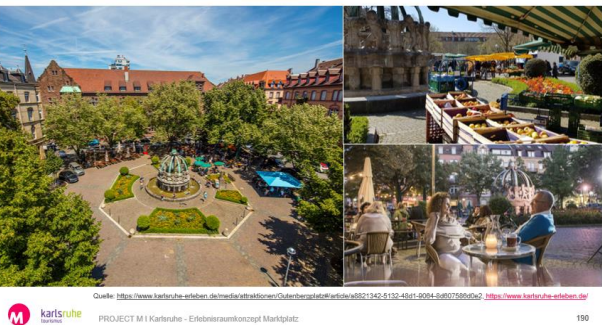
**Die Hälfte der Befragten in beiden Befragtengruppen wünscht sich einen künftigen Fokus auf ein vermehrtes Angebot in der Außengastronomie.**



**Der am häufigsten genannte Ort, der das Gefühl weckt, das man sich für den Marktplatz wünscht, ist der Gutenbergplatz in Karlsruhe (n=59).**

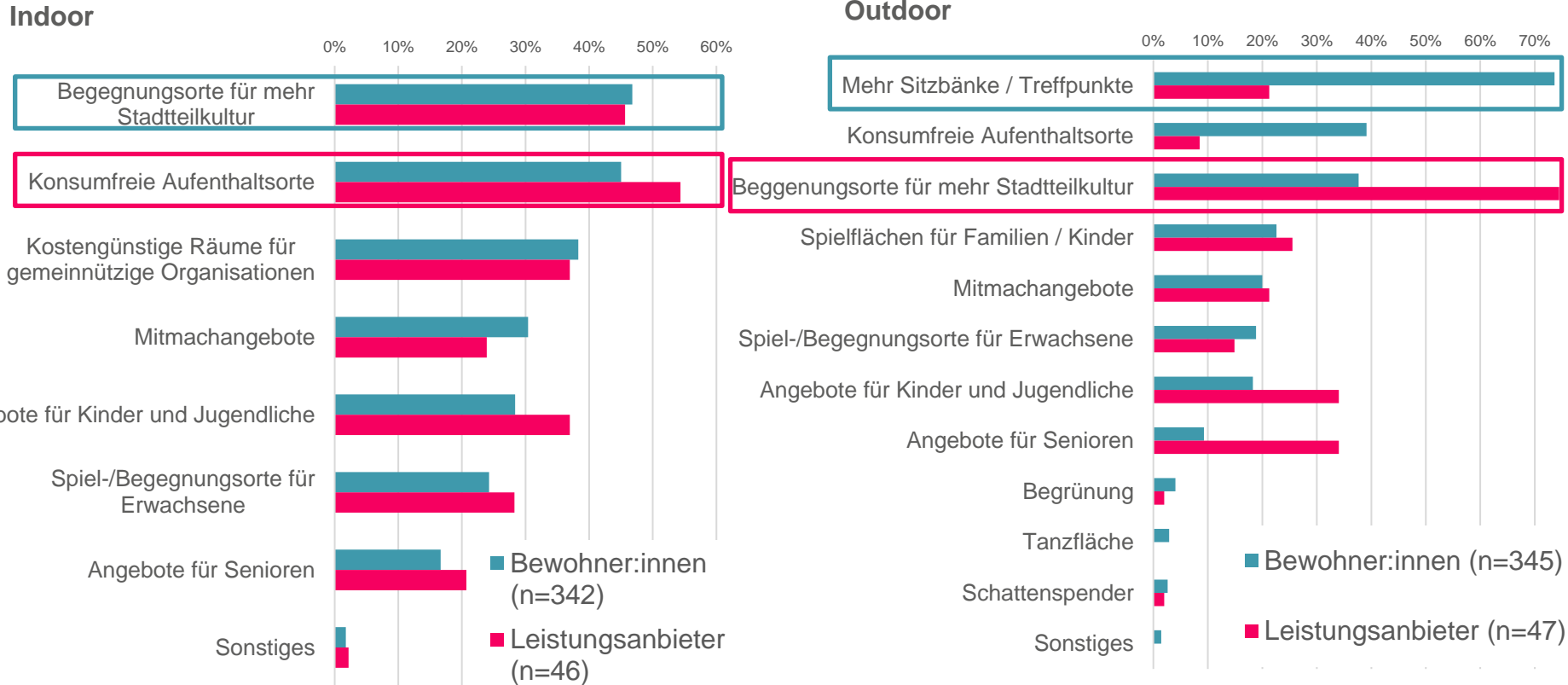


**Quartiersplatz zum verweilen, Wochenmarkt, Gaststätten, Cafés und Kneipen, „Biergarten“ - mediterrane Atmosphäre inmitten alter Bürgerhäuser.**



# Gewünschter Fokus: Begegnungsorte für mehr Stadtteilkultur und konsumfreie Räume. Für 74% der Nutzer:innen braucht es Outdoor mehr Sitzbänke/Treffpunkte.

## Zukünftige Fokusthemen im Bereich Freizeitangebot

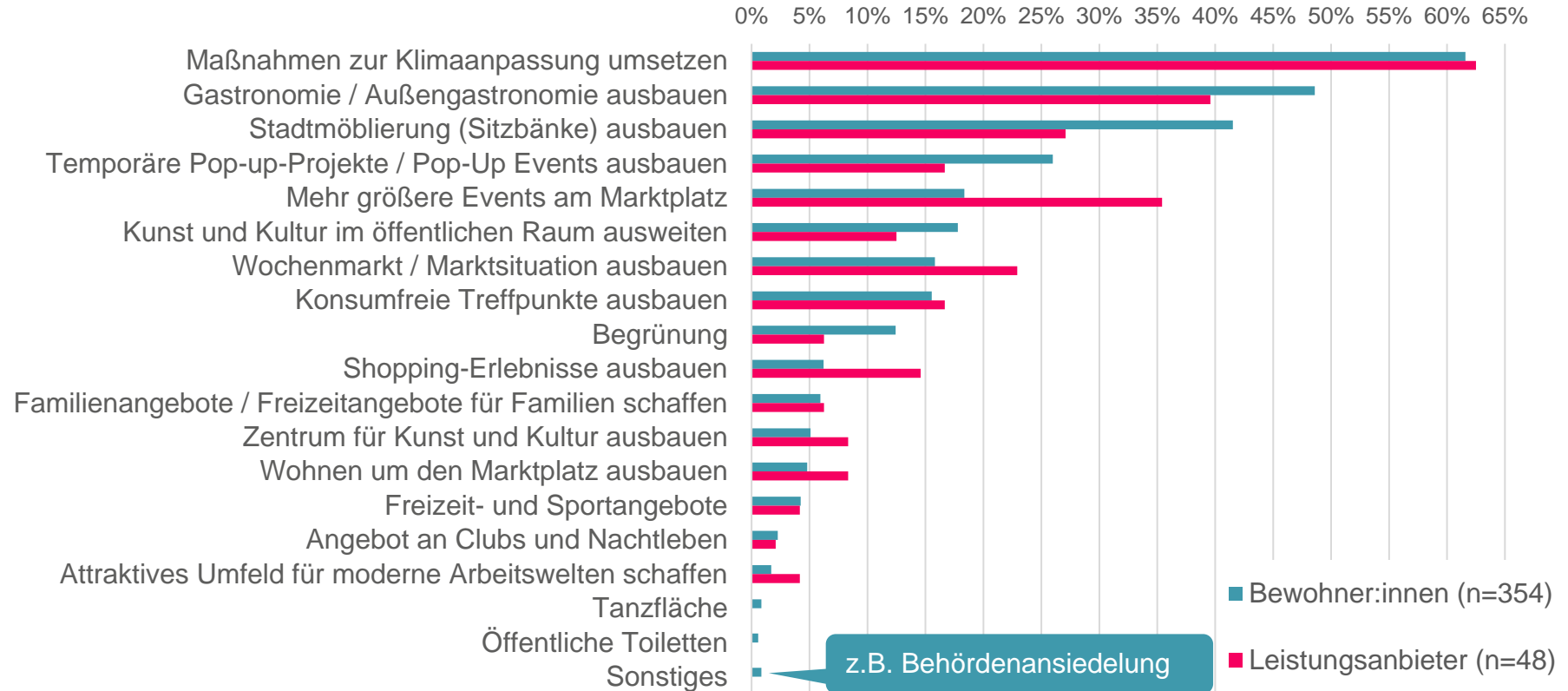


Frage: Welche Angebote oder Faktoren im Bereich Freizeitangebot sollten in Zukunft am Marktplatz umgesetzt, gestärkt und verbessert/ausgebaut werden? (Mehrfachnennungen möglich) Basis: alle Befragten, Angaben gemacht (Nutzer:innen n=342, 345 und Akteure n=46, 47)



# Nutzer:innen und Akteur:innen: Das größte Entwicklungspotenzial steckt in der Umsetzung von Maßnahmen zur Klimaanpassung.

## Entwicklungspotenziale zur Aufwertung / Attraktivitätssteigerung des Marktplatzes



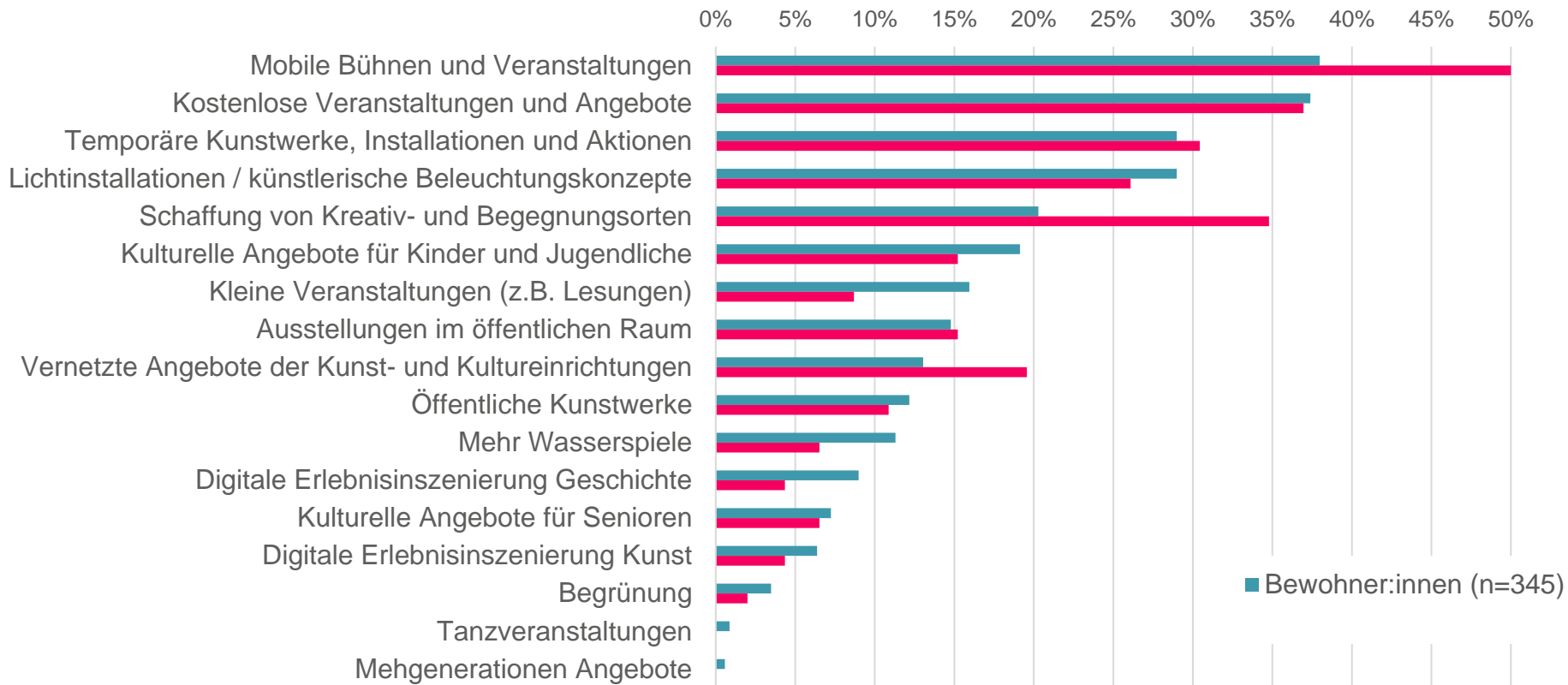
Frage: Wo sehen Sie in Zukunft die größten Entwicklungspotenziale zur Aufwertung / Attraktivitätssteigerung des Marktplatzes? (Mehrfachnennungen möglich);

Quelle: alle Befragten, Angaben gemacht (Nutzer:innen n=354 und Akteure n=48)

PROJECT M | Karlsruhe - Erlebnisraumkonzept Marktplatz

# Im Bereich Kunst und Kultur wünschen sich die Hälfte der Akteur:innen und über ein Drittel der Nutzer:innen mobile Bühnen und Veranstaltungen.

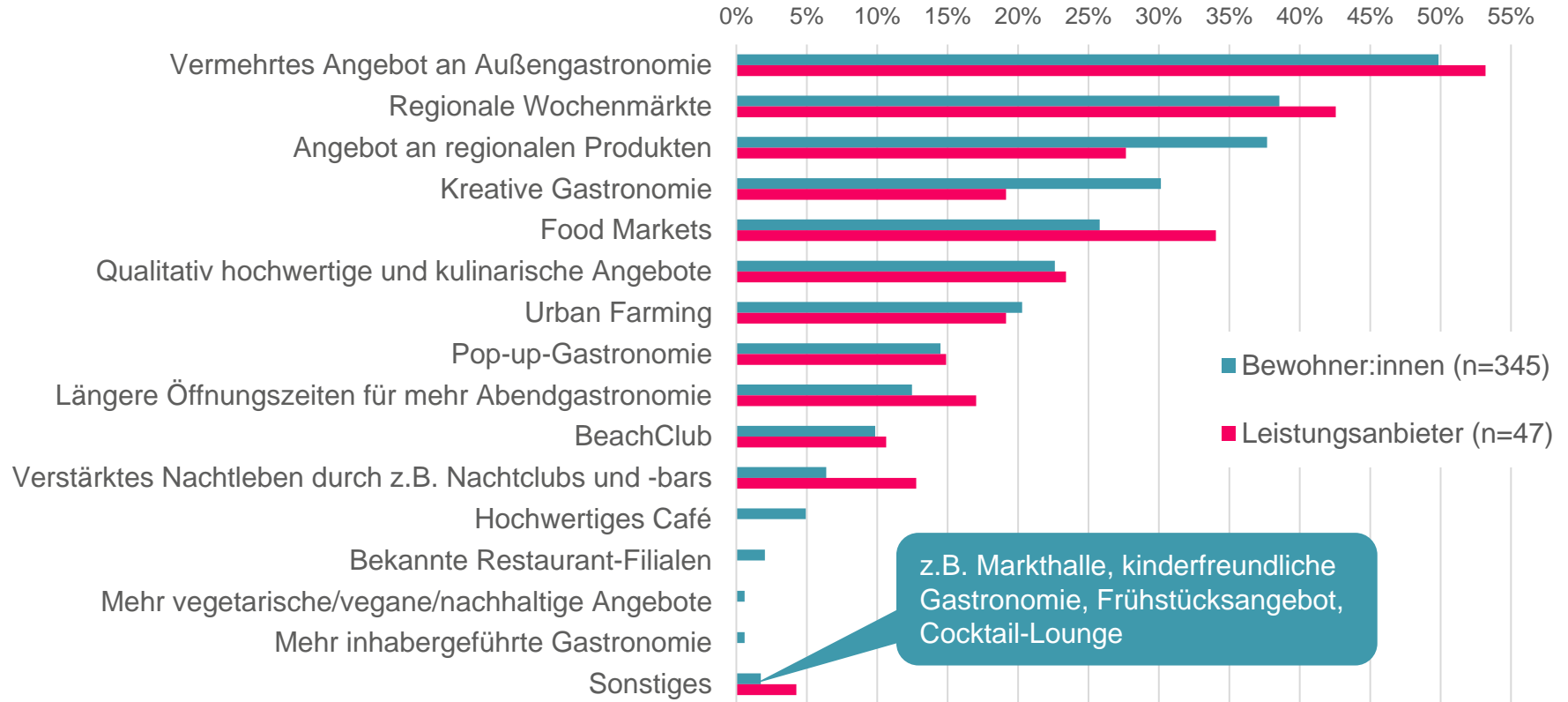
## Zukünftige Fokusthemen im Bereich Kunst und Kultur



Frage: Auf welche der folgenden Angebote oder Faktoren im Bereich Kunst und Kultur, sollte in Zukunft am Marktplatz der Fokus gelegt und diese dementsprechend gestärkt und ausgebaut werden? (Mehrfachnennungen möglich); Basis: alle Befragten, Angaben gemacht (Nutzer:innen n=345 und Akteure n=46)

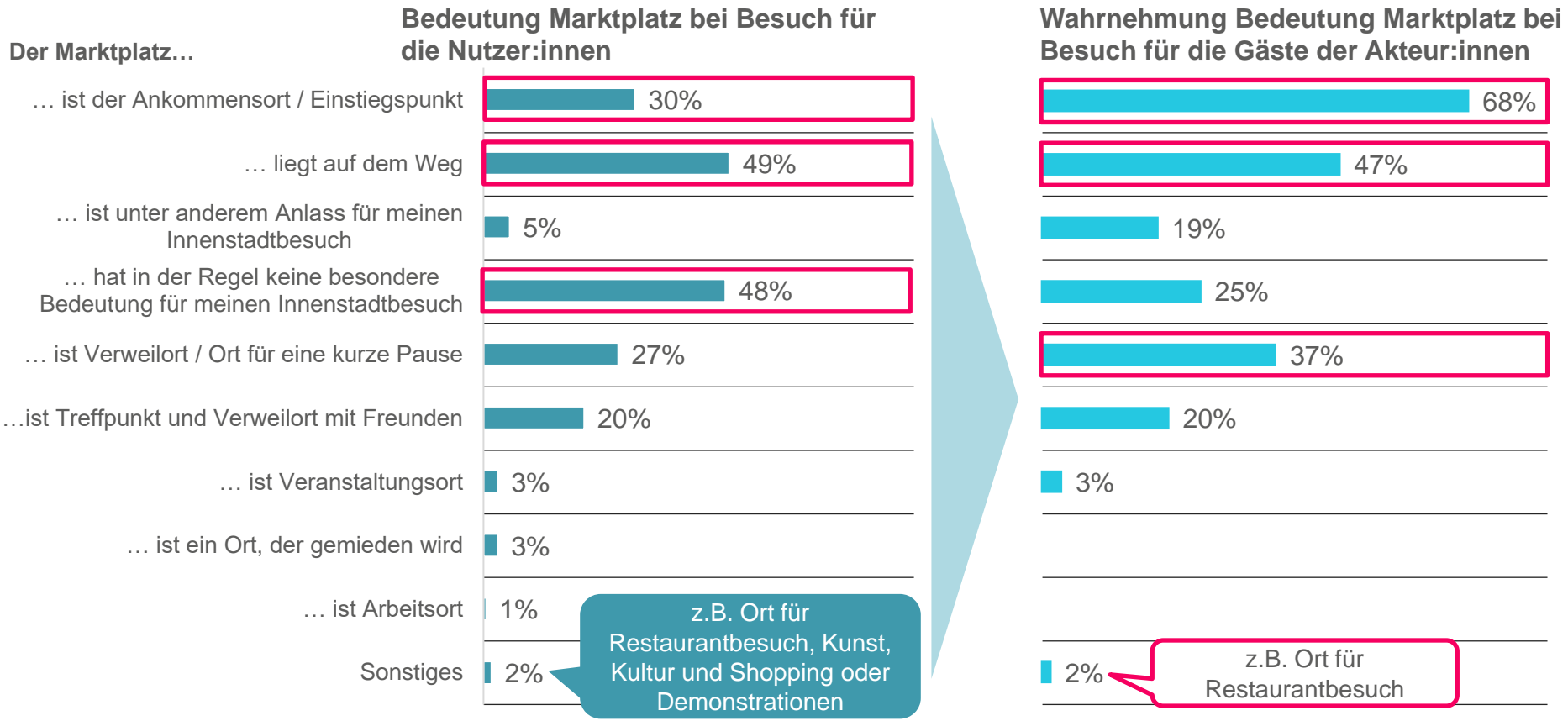
# Die Hälfte der Befragten in beiden Befragtengruppen wünscht sich einen künftigen Fokus auf ein vermehrtes Angebot in der Außengastronomie.

## Zukünftige Fokusthemen im Bereich Gastronomie, Kulinarik und Genuss



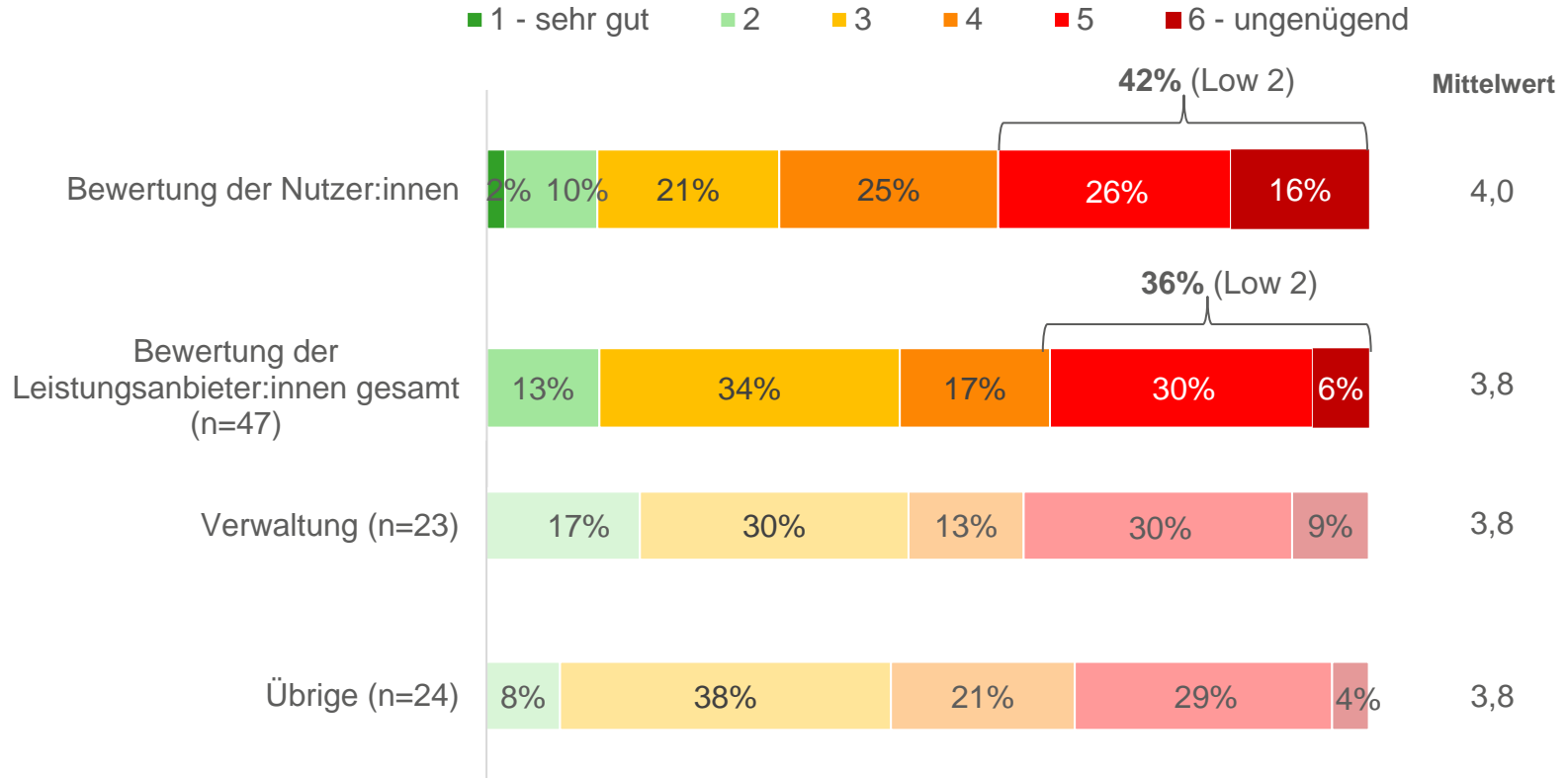


# Der Marktplatz „nur“ als Ankommensort und „Platz“, der auf dem Weg liegt.



# Über ein Drittel in beiden Befragtengruppen bewerten die Aufenthaltsqualität mit mangelhaft oder ungenügend.

## Aktuelle Aufenthaltsqualität des Karlsruher Marktplatzes





# Stärken-Schwächen Analyse

PROJECT 

# Multicodierung und Multifunktionalität von Stadträumen und Stadtplätzen.

## Funktional

- ➔ Verbindungsweg
- ➔ Mobilitätspunkt
- ➔ Ankommensort

- ➔ Funktionsraum (Ver-/Entsorgung)
- ➔ Funktionsraum (Anlieferung)

## Mischform

- ➔ Wasserquelle

- ➔ Sportraum

- ➔ Statusort

- ➔ Shoppingquartier

- ➔ Entdeckungsraum

- ➔ „Kühlung“ / Klimaoase

- ➔ Eventraum (multifunktional)

- ➔ Aufenthaltsraum

- ➔ Freizeitraum / Treffpunkt

- ➔ Kommunikationsraum

- ➔ Kulturraum

- ➔ Willkommensort

- ➔ „Wohnzimmer“

- ➔ „Herz der City“  
Identitätsraum

- ➔ Prestigeraum

- ➔ Eventraum (temporär)

## Emotional

# STÄRKEN

Gute ÖPNV- Anbindung

Gute Erreichbarkeit per NMIV

Gute Erreichbarkeit per PKW

Anbindung 1 A Lage

**Leistungsstarkes Einkaufen**

Kostenfreies WLAN

Fest der Sinne

**Teil der Via Triumphalis**

Angebot an Märkten

**Christkindlesmarkt**

Blumenmarkt

Karlsruher Stadtfest

CSD

Kirchliche Veranstaltungen

Citymanagement

Anbindung / Touristinformation

**UNESCO Creativ City of Media Arts**

**Wirtschaftsstarke Region**

Hohe Wettbewerbsfähigkeit

**„Treffpunkt“**

City Tour Karlsruhe

**Vielfalt im Kulturangebot der Innenstadt**

Offenheit und Weite

**Innenstadt**

**Zentrale Lage / Pyramide** auf dem Marktplatz

**Scharnierfunktion**

**Stadtumbau**

Vielzahl Landmarken und architektonischen Besonderheiten

**„Agora der Stadtgesellschaft“**

Ev. Stadtkirche Karlsruhe

**Raum für nachhaltige Experimente**

Immobilienstruktur

**Temporäre Nutzung / mobile**

**Lösungen**

**Multifunktionalität**

Cityinitiative

**Stadtidentität / Geschichte**

Citymarketing



© Karlsruhe erleben

© Karlsruhe erleben

© Karlsruhe erleben

© Tripadvisor

# SCHWÄCHEN

Wenige "Lokalmatadore"

**Unklare Identität**

Keine durchgängige Einkaufs- und Erlebniszone

**Aufholbedarf in puncto Digitalisierung**

**Modernität**

Überdachung fehlt Flächenbegrünung

Wenig Interaktion abseits der Märkte/Veranstaltungen

Nachhaltigkeit nicht sichtbar

**Belebung auf dem Platz (ohne Events)**

**„Steinwüste“ Story für den Marktplatz / DNA**

Abendmarkt **Groß-Events**

Imagefaktoren zu schwach in einem Gesamtmarketingkonzept verankert

Zugang Erdgeschossflächen

Kaum Interaktion durch Randbebauung

Branchenmix am Marktplatz

**Veranstaltungsarchitektur**

**Aufenthaltsqualität**

**Randnutzung**

**Qualität der Märkte**

Orientierung in der Stadt

**Hitze/Klimaschutz**

**Schattenspendende Installationen**

Fahrrad Parkplätze & Anbindung

Verwaltungsgebäude ohne Publikumsfunktion

**Attraktivitätsaspekte**

**Nächtliche Nutzung**

Probleme mit Anliefer- und Logistikverkehren

**Sicherheitsgefühl**

**Soziale Kontrolle (abends)**

**Schmierereien, Mülltonnen**



# Vision & Mission- Statement für den Marktplatz Karlsruhe

PROJECT 



# Vision

**Lebendiger Marktplatz,  
gesellschaftliches Herz und  
Treffpunkt der City, Visitenkarte der  
zukunftsgerichteten, kreativen Stadt  
und toleranten Stadtgesellschaft!**

*lebendiger Austausch*

*Interaktion*

*kreativ*

*digital*

*generationsübergreifend*

*dynamisch*

*kunstreich*

*abwechslungsreiches Eintauchen*

*weltoffen*

*konfrontierend*

*inspirierend*

*genussvoll*

*multifunktional*

*Genuss- & Erlebnisort*

*Wohlfühl- & Begegnungsort*

*Eventraum*

*Arbeitsort*

*Wissensort*

# Mission-Statement

**Wir übersetzen die Bedeutung des Markt- und Exerzierplatzes in die heutige Zeit. Gemeinsam mit unseren Bürger:innen und den Machern unserer (Innen)-Stadt schaffen wir Identität, Begegnung und nachhaltiges Engagement**

**Netzwerke leben!**

**nachhaltig**

**digital**

**Beteiligung**

**integriert**

**qualitativ**

**gemeinsam**

**Einbindung des Kreativ-Potenzials der Stadt**

**Einbindung des Sozialen-Potenzials der Stadt**

**Einbindung der Geschichte und Identität der Stadt & Region**

**branchen-/ aktorsübergreifende Netzwerke & Kooperationen**

# Handlungsfelder und Maßnahmenempfehlungen

PROJECT 

# Insgesamt wurden Sechs Handlungsfelder zur nachhaltigen Erlebnisinszenierung des Marktplatzes identifiziert

**HF 1**

**politische / formelle  
/ informelle Rahmen-  
bedingungen**

**HF 2**

**Infrastrukturelle  
Aufenthalts-  
qualität**  
(soziale & ökologische  
Raumqualität)

**HF 3**

**Service-  
qualität**  
Willkommens- / Aufenthalts-  
& Erlebnisunterstützung

**HF 4**

**Struktur, Netzwerk-  
& Partner-  
management**

**HF 5**

**Erlebnis-  
Inszenierung**  
(dauerhaft & temporär)

**HF 5**

**Vermarktung &  
Identitätsaufbau**

# Basics, Impulsprojekte und Quick-Wins zur Priorisierung der Maßnahmen.

## Basics

- ✓ Wichtige **Grundvoraussetzungen und Rahmenbedingungen** zur erfolgreichen Erlebnisinszenierung des Marktplatzes

Basics (wichtige Grundvoraussetzungen zur Umsetzung des Erlebnisraumkonzeptes)		
Handlungsfelder	Maßnahme	Check
Politische / (in)formelle Rahmenbedingungen	Politischer Beschluss des Erlebnisraumkonzeptes zur Initiierung weiterer Maßnahmen	To-Do
	Einrichtung temporärer Experimentierflächen für Kleinkunst auf dem Marktplatz	To-Do
Infrastrukturelle Aufenthaltsqualität	Qualifizierung eines (digitalen & barrierefreien) Besucherleitsystems	To-Do
	Öffentliche Sanitäranlagen (bereits im U-Bahnhof vorhanden)	✓
	Trinkwasserbrunnen (z.T. in der Kaiserstraße vorhanden)	✓
	Fahrrad Lade- und Abstellinfrastrukturen (Fahrradbügel)	To-Do
Service-Qualität	Lichtkonzept: Konzept zur emotionalen Lichtgestaltung des Marktplatzes.	To-Do
	Ausweitung der (mobilen) Begrünung (Verweil-Inseln)	To-Do
	Beschattung (Sonnenschirme bereits als Pilot in Umsetzung)	✓
	Erweiterung Mobiliar (Sitzstühle bereits als Pilot in Umsetzung)	✓
Struktur, Netzwerk & Partnernetzwerk	Außengastronomie fördern und auf den Platz ausweiten	To-Do
	Kooperationen mit dem Einzelhandel fördern (Bespiegelung, Pflege)	To-Do
	Kooperationen mit den Anliegern fördern (Bespiegelung, Pflege)	To-Do
Struktur, Netzwerk & Partnernetzwerk	Einrichtung eines „Quartiersmanagements“ zur Umsetzungsbegleitung des Konzeptes	To-Do

## Impulsprojekte

- ✓ **Erlebnisinszenierungsprojekte** mit großer (sichtbarer) Hebelwirkung und Impulscharakter

### „Marktwachen“

- Entwicklungsprozess zur Professionalisierung der Märkte:**
- Aktualisierung des Märkte nach Erweiterung des Angebotes
  - Entwicklung / Erhaltung von Qualitätsmerkmalen sowie eines strategischen Themen- und Markenmanagements
  - Wirtschaftliche Begründung, antike-Motivgenese Altstadtviertel (Lust auf Markt, Fasnachts etc.)
  - Fokus: regionaler Genuss
- Umsetzungsoptionen (kurzfristig):
1. Markiere Stadt Karlsruhe
  2. Karlsruher Markting und Event GmbH
  3. Externe Ausschreibung (Eventkonzept) in Zusammenarbeit mit der Stadtliche



### „Kulturkirche“

- Stadtkirche als Gastgeber**
- Nutzung der Kirche als Gastgeber für interkulturelle und multigenerationsübergreifende Kulturveranstaltungen im Innen und Außenraum
  - Förderung von Kunst und Kultur (Konzerte, Lesungen, Theater- und Filmveranstaltungen)
  - Umsetzungsoptionen (mittelfristig):
1. Regionale Marketing und Event GmbH in Kooperation mit der Stadtliche
  2. Externe Ausschreibung (Eventkonzept) in Zusammenarbeit mit der Stadtliche



### „Digitales Reallabor“

- Kunst, Kultur & Wissenschaft meets Innenstadt**
- Experience Room Marktplatz
  - Digitale Schulhäuser und AR & VR Erweiterung des Erlebnisraumes
  - Karlsruhe, City of Media Arts präsentiert sich am Marktplatz (Marktplatz als Ankommenort und Bühne der Stadtbildgestaltung)
  - Temporäre Kunst & Interaktionskonzepte
- Umsetzungsoptionen (kurzfristig):
1. KME / CityMarketing in Kooperation mit 1. Stadtschule für Gestaltung Karlsruhe
  2. ZKM, Zentrum für Kunst und Medien



### „Silent Disco“

- Veranstaltungsreihe am Marktplatz**
- Erweiterung des Abend-Genuss-Marktes um ein Veranstaltungsthemas
  - Bspw. „Silent Disco“ am Marktplatz
  - Entwicklung bis zu einem Eventmarkt mit regionalen Streetfood-Anbietern und einer Einbindung der lokalen Gastronomie.
  - Umsetzungsoptionen (mittelfristig):
1. Karlsruher Marketing und Event GmbH in Kooperation mit Markting Stadt Karlsruhe und / oder CityMarketing & Externe Ausschreibung (Eventkonzept)



## Quick-Wins

- ✓ **Kurzfristig umsetzbare Maßnahmen** aus allen Handlungsfeldern inkl. Teilmaßnahmen für einen sichtbaren Start in die Umsetzungsphase

Quick Wins   schnelle Initiierung und Umsetzung 2023/2024		
Handlungsfeld	Maßnahme	Lead
Infrastrukturelle Aufenthaltsqualität	<b>Erweiterung Mobiliar (Stadtmöblierung):</b> Abgestimmter Einsatz von Stadtmobiliar zur Steigerung der Aufenthaltsqualität / Ausweitung von saisonalen Inszenierungsinseln (Frühling, Sommer, Herbst)	Stadt Karlsruhe
	<b>Lichtkonzept:</b> Konzept zur emotionalen Lichtgestaltung des Marktplatzes. (Fassaden- und Eventsbeleuchtung, Lichtkunst und Kunstinszenierung)	Stadt Karlsruhe
	<b>Experimentierfläche:</b> Einrichtung temporärer Experimentierflächen für Kleinkunst auf dem Marktplatz	Stadt Karlsruhe
Erlebnisinszenierung	<b>Straßenkunst:</b> Aufruf zur Gestaltung temporären Experimentierflächen für Kleinkunst auf dem Marktplatz	Stadt Karlsruhe
	<b>Marktplatz für Alle:</b> Ausweitung der Veranstaltungsfläche/öffentlichen Bühne für Frühling/Sommer 2023 samt Pressemitteilung und Beteiligungsauftrag	KTG/KME & Stadt
	<b>Marktkonzept / Erweiterung Genussmarkt:</b> Entwicklung eines professionellen Marktkonzeptes zur Verjüngung und Attraktivierung der Märkte Karlsruhes, Integration des kulinarischen Genusses der Region	Marktamt Karlsruhe / KME
	<b>Digitales Reallabor:</b> Kunst, Kultur & Wissenschaft meets Innenstadt	KME / KTG / ZKM
Vermarktung & Identitätsaufbau	<b>Ideenwettbewerb Creativ City of Media Arts - „Digitaler Marktplatz“:</b> Ausschreibung eines Ideenwettbewerbes zur digitalen Inszenierung des Marktplatzes (Kontext Stadtraum, Gesellschaft, Recht)	Stadt Karlsruhe, HFG, ZKM
	<b>Silent Disco:</b> Veranstaltungsreihe am Marktplatz	Stadt Karlsruhe
Vermarktung & Identitätsaufbau	<b>Social Media Story:</b> Aufbau einer Storyline zum Thema kulturelle, kulinarische Genusorte / Marktplatz	KTG & Stadt Karlsruhe

# Grundvoraussetzung und Rahmenbedingungen

PROJECT 



**Erlebnis- & Begegnungs-orte**



**Treffpunkt, Kommunikationsraum**



**Arbeiten & Bildung**

**Aufenthalts-qualität & smarte Mobilität**



**Dienstleistungen**



**Gesundheitsangebote / -zentren**



# Multifunktionalität von Innenstädten & Stadtplätzen



**Eventraum**



**Shopping & Genuss**



**Wohnen & Lebensqualität**

**Identität & Geschichte**



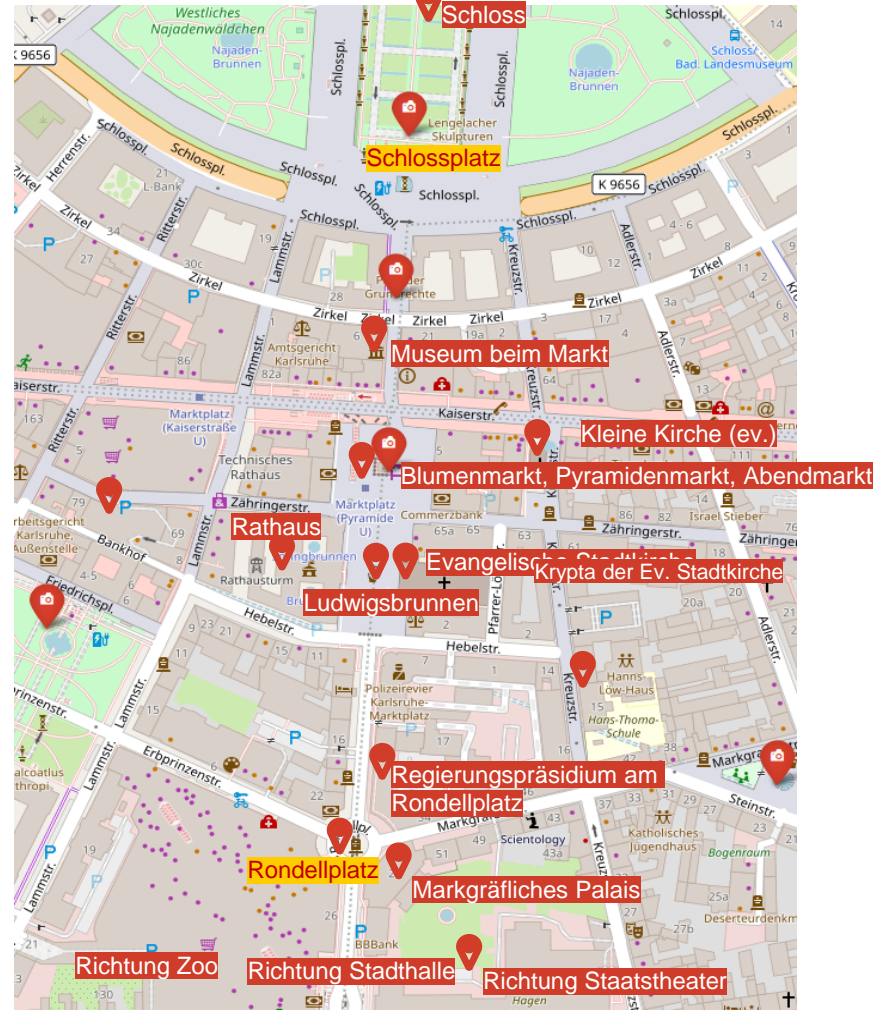
**Kunst, Kultur & Design**



**Kreativ-Räume & Gestaltung**



# Via Triumphalis inhaltlich aufladen, Räume verbinden, Erlebnisse verknüpfen.





# Aufenthaltsqualität, Ankommensorte und Wegeverbindungen um den Marktplatz aufwerten (Kaiserstraße, Übergänge, Fahrradabstellplätze).



## Legende

- Priorisierung des Fußverkehrs
- Priorisierung des Radverkehrs
- Nachbarschaftsstraße
- Kfz-Verkehrsflächen
- Parkhaus Kfz inkl. Zufahrten
- Langfristig: Fuß- und Radverkehrsquerung
- Routen des Busverkehrs
- Straßen- und Stadtbahn oberirdisch
- Straßen- und Stadtbahn unterirdisch
- Eingeschränkte Fahrtrichtung für Kfz
- Kfz-Flächenreduzierung
- Sperrung für Kfz in diesem Bereich
- Langfristig: Sperrung des Tunnels für Kfz-Durchgangsverkehr



# Nutzungs- und Vermietungskonzepte (Branchenmix) zu einem inhaltlich passenden Konzept entwickeln – Bsp. moderne Markthallenkonzepte.



Quelle: Bremen [www.markthalleacht.de](http://www.markthalleacht.de)



Quelle: Eindhoven [www.downtowngourmetmarket.com](http://www.downtowngourmetmarket.com)

# Stärkere Öffnung und Orientierung der Anrainer an den Marktplatz. Bsp. Wien „Oper Live Übertragung“, Hamburg „Kulturkirche“



Quelle: Wien (PROJECT M)



Quelle: Hamburg Kulturkirche (PROJECT M)



Quelle: Hamburg Kulturkirche (PROJECT M)

# Speziell im Sommer gilt es, den Aufenthaltsraum Marktplatz zu verschiedenen Tages-/ Nachzeiten auch unter besonderen Bedingungen nutzbar zu machen.

▲ ▶ Umwelt & Klima ▶ Klimaschutz & Klimaanpassung ▶ Klimawandelanpassung ▶ Stadtplan für heiße Tage

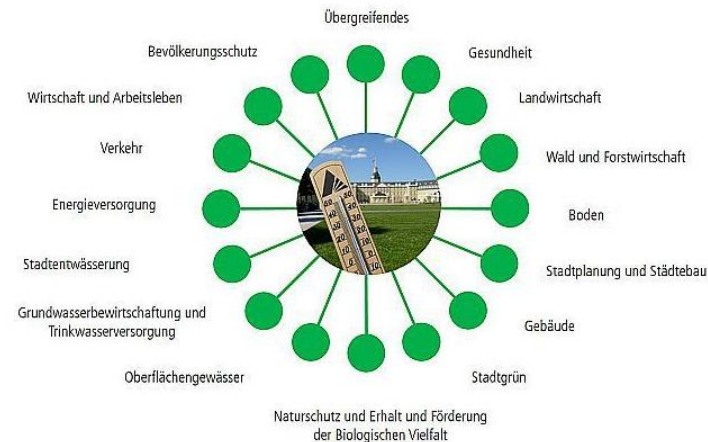
Sommer in Karlsruhe Kühle Orte Wasser in der Stadt Nette Toilette Zitate



## Inhalt dieser Webseite

- Auf der Seite „**Kühle Orte**“ erhalten Sie Informationen zu Orten, an denen Sie sich an heißen Tagen abkühlen und erholen können.
- Unter „**Wasser in der Stadt**“ finden Sie Informationen zur Abkühlung durch Trinkwasser, sowie Brunnen und Wasserspiele.
- Die Seite „**Nette Toilette**“ zeigt Ihnen Standorte, an denen Sie kostenlos ein WC aufsuchen können.

## Handlungsfelder der Klimaanpassungsstrategie



© Stadt Karlsruhe, UA

Durchschnittliche Zahl der Hitzetage pro Jahr im Zeitraum

	2011 bis 2020	1951 bis 1960
Stadt Mannheim	21,6	9,1
Stadt Karlsruhe	20,4	8,8
Karlsruhe (Landkreis)	20,2	7,7
Stadt Heilbronn	19,5	7,8
Rhein-Neckar-Kreis	18,9	7,2



karlsruhe  
tourismus

Quelle: <https://storymaps.arcgis.com/stories/d8fa1f3110ea4da1a047d1ceb2f8fa84>

rechts: Quelle: <https://www.karlsruhe.de/umwelt-klima/klimaschutz-klimawandel/klimawandelanpassung/klimaanpassungsstrategie>

PROJECT M | Karlsruhe - Erlebnisraumkonzept Marktplatz

# Neben kommenden Neuanschaffungen im Stadtmobiliar gilt es ...



Quelle: Stadt Karlsruhe



karlsruhe  
tourismus

PROJECT M | Karlsruhe - Erlebnisraumkonzept Marktplatz

das bestehende Angebot aus verschiedenen Nutzer- / Nutzungsperspektiven  
punktuell zu erweitern.



Quelle: Marktplatz Karlsruhe (PROJECT M)



karlsruhe  
tourismus

PROJECT M | Karlsruhe - Erlebnisraumkonzept Marktplatz

# Über temporäre Sonnensegel und Sonnen-Lounges mehr Schatten anbieten.



koeln/freizeit

Quelle: [www.planex-gmbh.de/products/sonnensegel](http://www.planex-gmbh.de/products/sonnensegel)



Quelle: Köln [www.koeln.de/koeln/freizeit](http://www.koeln.de/koeln/freizeit)



PASSAGENVIERTEL

Quelle: Hamburg [www.passagenviertel.com](http://www.passagenviertel.com)



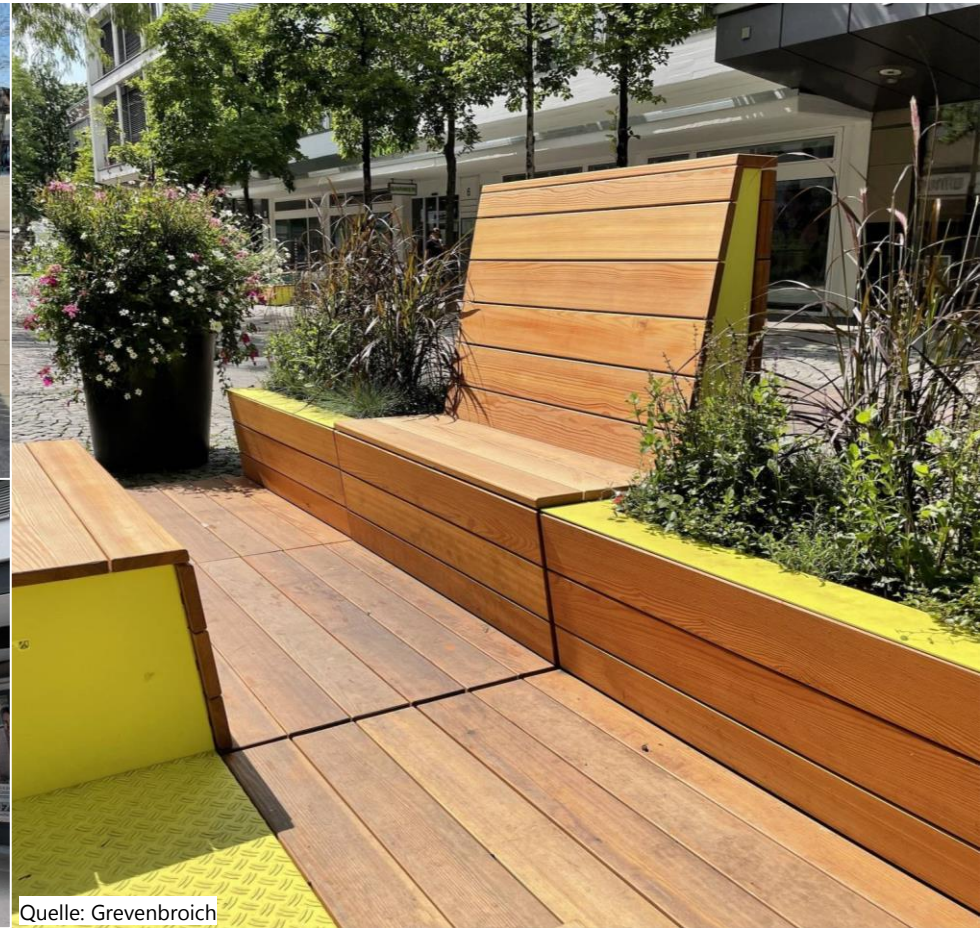
Quelle: Stadt Karlsruhe



# In Zusammenspiel der Aufwertung der saisonalen Aufenthaltsqualität mit Temperatur senkenden Maßnahmen, um neue Wohlfühlorte zu schaffen.



Quelle: Erfurt



Quelle: Grevenbroich

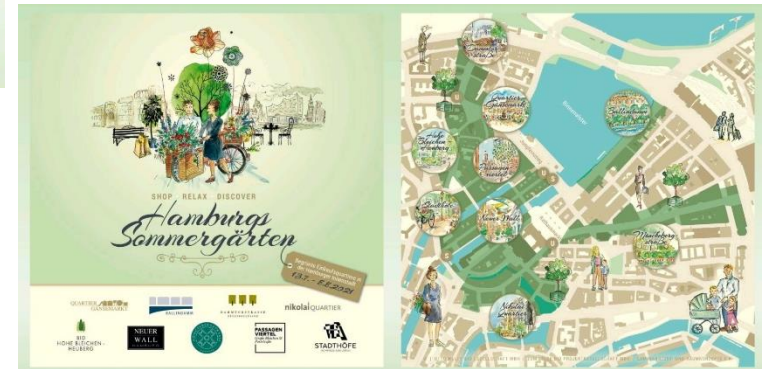


Quelle: Mooswände (Citytree) Stuttgart





# Saisonale Aufmerksamkeit & Aufenthaltsqualität durch privates Engagement. Bsp. der Kooperation „Hamburger Sommergärten“ der Hamburger City-BIDs.
















# Neue Konzepte zur Senkung der Temperatur im öffentlichen Raum (Innsbruck)



Quelle: Innsbruck [www.sparkassenplatz.info/de/home/neugestaltung](http://www.sparkassenplatz.info/de/home/neugestaltung)

# Basics

Basics: Grundlagen und wesentliche Rahmenbedingungen zur Erlebnisinszenierung		
Handlungsfelder	Handlungsempfehlungen	Status
Politische / rechtliche Rahmenbedingungen	Politische Vorstellung des Erlebnisraumkonzepts und politischer Grundsatzbeschluss zur verbindlichen Vertiefung und weiteren Initiierung von Maßnahmen zur Belebung des Marktplatzes.	Vorschlag 
	Ausweisung und Einrichtung temporärer Experimentierflächen für Kleinkunst auf dem Marktplatz unter Berücksichtigung bestehender Nutzungen, Markt- und Eventkonzepte.	Vorschlag 
Infrastrukturelle Aufenthaltsqualität	Optimierung der (digitalen & barrierefreien) Besucherlenkung zum und auf dem Marktplatz	Vorschlag 
	Angebot an öffentlichen Sanitäranlagen Hinweis: bereits im neuen U-Bahnhof Marktplatz vorhanden.	umgesetzt 
	Errichtung von Trinkwasserbrunnen Hinweis: z.T. in der Kaiserstraße vorhanden, kein weiterer öffentlicher Ausbau erforderlich	umgesetzt 
	Ausbau von Fahrrad-Lade- und Abstellinfrastrukturen (Fahrradbügel direkt am / um den Marktplatz)	Vorschlag 
Service- und Erlebnis-Qualität	Ausweitung der Stadtbegrünung: mobile Begrünung in Form von Verweilinseln auf dem Platz.	Vorschlag 
	Ausweitung von mobilen Beschattungsinstrumenten auf dem Platz. Hinweis: Aktuell Aufstellung von Sonnenschirmen als Pilot über ZIZ-Programm in Umsetzung	umgesetzt 
	Ausweitung von mobilem Stadtmobiliar / Sitzplätzen / Sitzinseln (Bänken) auf dem Platz. Hinweis: Aufstellung von Stühlen als Pilot über ZIZ-Programm in Umsetzung.	umgesetzt 
	Förderung (Ausweisung) und Stärkung der Außengastronomie auf den Platz. Ausweitung der Sondernutzungsflächen seitens der Stadtverwaltung in Planung / Bearbeitung	in Umsetzung 
	Förderung / Aufbau von Quartierskooperationen mit dem Einzelhandel bei Eventkonzepten sowie zur Übernahme von Pflege- / Patenschaften von z.B. mobilem Mobiliar oder saisonaler Bepflanzung.	Vorschlag 
	Förderung / Aufbau von Quartierskooperationen mit den Anliegern (Eigentümern, Geschäftsinhabern / Betrieben, Anwohnern) zur gemeinsamen Quartiersgestaltung.	in Umsetzung 
Struktur, Netzwerk & Partnernetzwerk	Förderung / Aufbau eines Quartiersmanagements zur Umsetzungsbegleitung / Weiterentwicklung des Konzeptes sowie zum Aufbau effektiver und funktionierender Netzwerkstrukturen.	in Umsetzung 

# Grundlagen und wesentliche Rahmenbedingungen zur Erlebnisinszenierung

Durch die gemeinsame Vorstellung des Erlebnisraumkonzeptes im Zusammenspiel mit den parallelen Gutachten und Erhebungen zur aktuellen Nutzung des Marktplatzes soll ein Gesamtbild geschaffen werden. Im optimalen Fall soll ein **politischer Grundsatzbeschluss** gefasst werden, der die Maßnahmen und Handlungsfelder legitimiert und den Rahmen für ein langfristiges Quartiersmanagement geben soll. Die Belegung des Marktplatzes als zentraler Stadtplatz wird so zu einem gesetzten Vorhaben auf der politischen Agenda, welches wichtige Impuls für die Innenstadt geben soll.



Bildquelle: © Stadt Karlsruhe, Sabine Enderle

Mit der Ausweisung von **Teilflächen des Marktplatzes als offener Raum für Kunst & Kultur** und der Initiierung des Quartiersmanagements als Schnittstelle zwischen Ordnungsamt, Veranstaltern und Nutzenden soll die Aktivität und die Teilhabe der Bevölkerung oder auch der Anrainer vereinfacht werden. Unter Berücksichtigung bestehender Nutzungen, Markt- und Eventkonzepte soll der Marktplatz zum lebendigen Treffpunkt werden. Im Rahmen des Genehmigungsverfahrens für Sondernutzungen ist das Verfahren für nichtkommerzielle Quartiersevents zu vereinfachen.



Bildquelle: Ordnungsamt Karlsruhe / Flächennutzungsplan

Die Neugestaltung des Marktplatzes hat diesen in seiner zentralen Scharnierfunktion in der Innenstadt weiter aufgewertet. Durch die neuen Wegeverbindungen und die Erweiterung des Platzes um eine Untergrundebene werden die Besuchendenströme bislang rein funktional geleitet. Die **Implementierung eines digitalen und barrierefreien Besucherleitsystems** sollte neben wichtigen Grundversorgungsleistungen auch die Erlebnisangebote der Innenstadt aufgreifen und über open Data Datenmanagement auch Informationen z.B. zu Events, Kleinveranstaltungen etc. aufgreifen.



Bildquelle: Diemerschweig.de rechts: www.stuttgart-tourist.de/digitales-fussgaengerleitsystem

# Grundlagen und wesentliche Rahmenbedingungen zur Erlebnisinszenierung

Die aktuell am Marktplatz im neuen U-Bahnhof Marktplatz eingerichteten Sanitäreinrichtungen werden von den Besuchenden lt. Befragungen nur schwer bzw. teilweise gar nicht wahrgenommen. Diese sind daher in ein digitale Besuchendenleitsystem zu integrieren. Auch die visuelle Wegeführung auf dem Platz sollte hier überprüft und bei Bedarf optimiert werden.



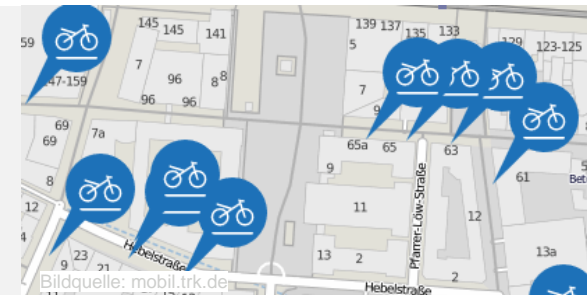
Bildquelle: [www.karlsruhe-erleben.de](http://www.karlsruhe-erleben.de)

Die Verfügbarkeit von **kostenfreiem Trinkwasser** in Innenstädten gewinnt aufgrund der Hitzewellen im Sommer zunehmend an Bedeutung. Das bestehende Trinkwasserangebot um den Marktplatz bietet hier bereits genügend Angebote. Die Beteiligungsformate zeigen allerdings, dass diese Angebote nicht ausreichend bekannt sind. Auch hier empfiehlt sich daher die prominente Platzierung der Basisangebote in digitalen Leitsystemen.



Bildquelle: [www.proplanta.de](http://www.proplanta.de)

Den Marktplatz in seiner Funktion als Treff- und Ausgangspunkt weiterzuentwickeln, bedarf der **Erweiterung der Mobilitätsinfrastruktur**. Konkret fehlt als aktuell an ausreichend **Fahrrad-Lade- und Abstellinfrastruktur** unmittelbar am Marktplatz. Auch wenn die zentralen Innenstadtbereiche vorwiegend auf den Fußgängerverkehr ausgerichtet sind, sollten nicht nur an den Randbereichen ausreichend Fahrradabstellplätze zu Verfügung stehen.



Bildquelle: [mobil.trk.de](http://mobil.trk.de)

# Grundlagen und wesentliche Rahmenbedingungen zur Erlebnisinszenierung

**Stadtgrün** und die **Erweiterung mobiler grüner Verweilinseln** können den Marktplatz in seiner wahrgenommenen Aufenthaltsqualität aufwerten und zu saisonalen Hinguckern werden. Aus den Beteiligungsformaten ging hervor, dass die Begrünung des Marktplatzes oder zumindest temporäre Lösungen für einen „grüneren“ Marktplatz einen starken Wunsch der Bürgerinnen und Bürger Karlsruhes darstellt.



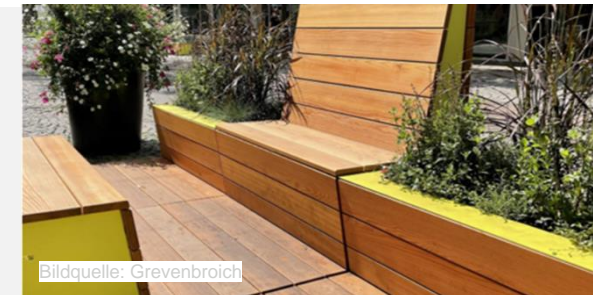
Bildquelle: Erfurt Tourismus

**Mobile Beschattungsinstallation in Form von Schirmen oder Sonnensegeln** stellen im Sommer eine wichtige Grundvoraussetzung dar, um sich trotz hoher Temperaturen auf dem Marktplatz aufhalten zu können. Die Aufstellung von Sonnenschirmen als Pilot über ZIZ-Programm in 2023 ist ein richtiger Ansatz, der in der Bewertung aber noch zu gering ausfällt. Es braucht großflächigere Sonnensegel oder auch Schirme, die z.B. in den Abendstunden auch illuminiert werden können und zu neuen Attraktionspunkten werden. Zudem ist die Barrierefreiheit zu optimieren (Bodenhülsen statt Betonplatten).



Bildquelle: www.karlsruhe.de

Neben dem Grundmobiliar gilt es, den Marktplatz anlassbezogen zu Events mit weiteren **Sitzinseln** / Lounge-Möbeln auszustatten. Auch die touristische, künstlerische Inszenierung z.B. in Form von „sprechenden Bänken“ die über integrierte Lautsprecher z.B. über die Geschichte des Ortes, die Residenz des Rechts oder andere Karlsruher Themen erzählen, können neue Attraktionspunkte geschaffen werden.



Bildquelle: Grevenbroich

# Grundlagen und wesentliche Rahmenbedingungen zur Erlebnisinszenierung

Für die Belebung des Marktplatzes spielt die **Außengastronomie** eine entscheidende Rolle. Durch den hohen Anteil an städtischen Gebäuden am Marktplatz gilt es, die Flächen die gastronomisch genutzt werden zu erhalten und durch die Ausweitung von Sondernutzungsflächen weiter zu **fördern**. Auch wo es keine direkte Gastronomie in den Erdgeschossflächen gibt, ist die Ausweitung von Nachbarflächen zu prüfen.



Um die **Wechselwirkungen zwischen Einzelhandel, Hotellerie und Gastronomie mit den Nutzungen auf dem Marktplatz zu fördern**, benötigt es neue **Bespielungskonzepte** und **Kooperationsstrukturen zwischen den Innenstadtquartieren**.

Neben Eventkonzepten, bei denen die Anrainer direkt eingebunden werden sind auch die Übernahme von Pflege von Stadtmobiliar oder von Patenschaften z.B. von Verweilinseln und/oder mobilem Mobiliar Formen der Kooperation. Diese können individuell oder über das Quartiersmanagement als Dienstleistungsauftrag gestaltet werden.



Neben dem Unternehmen in den Erdgeschossflächen gilt es vor allem die **Eigentümer und weiteren Anlieger in den Kooperationsstrukturen zu integrieren** und über formelle und informelle Beteiligungsverfahren oder auch einzelne Aktionen kontinuierlich einzubinden.





# Grundlagen und wesentliche Rahmenbedingungen zur Erlebnisinszenierung

Für die strukturierte Umsetzung und Koordination der Akteure im Quartier um den Marktplatz braucht es einen verbindlichen Ansprechpartner. Hierzu hat die Stadt Karlsruhe ein **Quartiersmanagement** installiert, welches die Umsetzung des Konzeptes und der kontinuierlichen Belegung des Marktplatzes leisten soll. Neben der Umsetzung des vorliegenden Konzeptes gilt es, auch wesentlich am **Aufbau effektiver und funktionierender Netzwerkstrukturen im Gesamtgefüge der Innenstadt** mitzuwirken und die Wechselwirkungen der Innenstadtquartiere zu fördern.

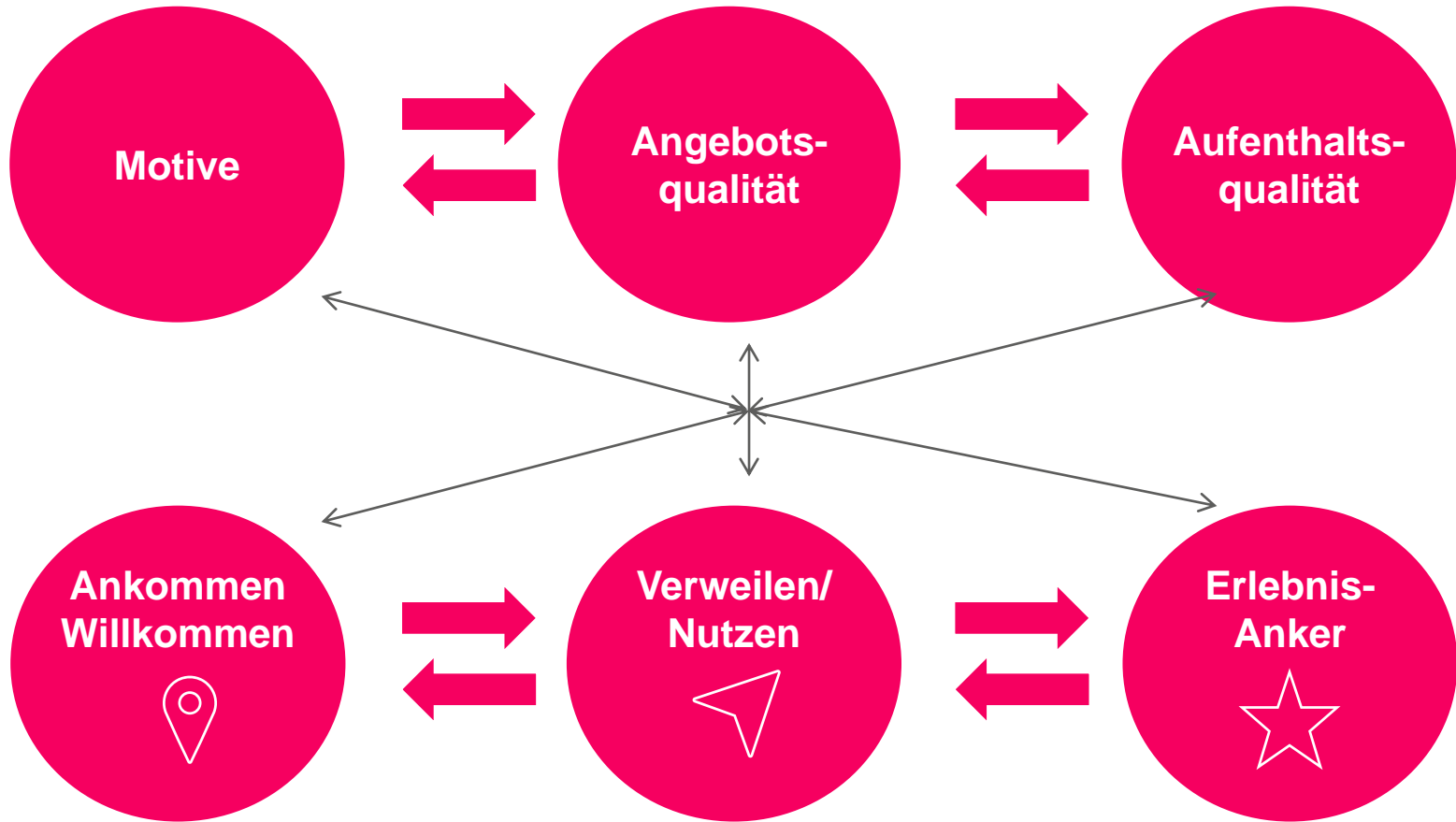


# Erlebnisszenenierung

PROJECT 

# Erlebnis- inszenierung

Die Inszenierungsstrategie baut auf den Rahmenbedingungen der quartiersbezogenen Erlebnisraum- und thematischen Teilraumgestaltung auf.



# Übersicht der 12 Projekte zur Erlebnis-Inszenierung des Marktplatzes und Auswahl von priorisierten Projekten für den Umsetzungsstart.

## Erlebnis-Inszenierungsprojekte unter fachlicher Koordination eines zu initiierenden Quartiersmanagements

„**Markterwachen**“ – Update Entwicklungskonzept zur Professionalisierung & Re-Attraktivierung der Märkte

„**Interaktive Erlebnisse**“ - Belebung des Platzes durch interaktive Aktionen und Erlebnisse

„**Digitales Reallabor**“ - Marktplatz: Kunst, Kultur & Wissenschaft meets Innenstadt

„**Marktplatz für Alle**“ – Aufruf zum Bevölkerungsengagement für Kunst- und Kulturveranstaltungen auf „öffentlicher Bühne“

„**Silent Disco**“ – Veranstaltungsreihe am Marktplatz

„**Kulturkirche**“ – Stadtkirche als Gastgeber für interkulturelle und stadtgesellschaftliche Begegnungen

„**Streetfood Genussmarkt**“ und Ausbau „Kultur-Kulinarische Stadtführungen – Stadt- & Regionsgenuss an Originalschauplätzen“

„**Stadt / Land / Kultur**“ - Saisonales Begleitprogramm der Märkte

„**Digitales Reallabor**“ - Marktplatz: Lichtkunst meets Innenstadt

„**Eiswelt**“ – Erweiterung der Karlsruher Winterzeit auf den Marktplatz

„**Offene Markthalle**“ – Markthallenkonzept für die Nachnutzung der anliegenden Erdgeschosspassagen (Modehaus Schöpf)

„**Winterlichter**“ – 360° Installationen (Projekt zurückgestellt aufgrund von Umsetzung in anderem Innenstadtquartier)

# „Markterwachen“

## Entwicklungskonzept zur Professionalisierung der Märkte:

- Re-Attraktivierung der Märkte am Marktplatz Karlsruhe durch Erweiterung des Angebotes
- Entwicklung / Einhaltung von Qualitätskriterien sowie eines strategischen Themen- und Marktmanagements
- Wechselnde Begleitmärkte, anlassbezogene Attraktivität (Urban Food Market, Flohmärkte etc.)
- Fokus: regionaler Genuss

### Umsetzungszeitraum:

- ❖ Konzept kurzfristig
- ❖ Umsetzung schrittweise / mittelfristig



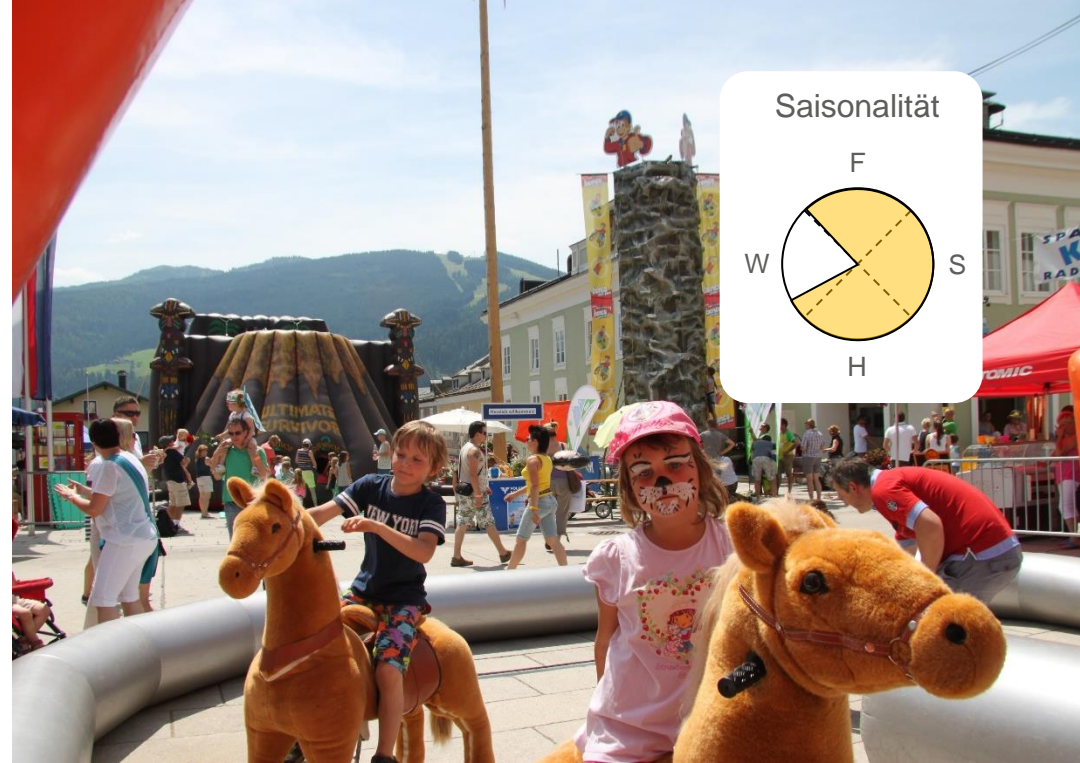
# „Interaktive Erlebnisse“

## Belegung des Marktplatzes durch interaktive Aktionen und Erlebnisse:

- Tanzen, Kleinkunst, Mitmachaktionen (Kindertag)
- Kleinstveranstaltungsflächen für verschiedene Nutzungen
- Fokus: Einbindung lokaler Akteure, Vereine und Einheimischer zur Belegung des Marktplatzes

### Umsetzungszeitraum:

- ❖ Konzept kurzfristig
- ❖ Umsetzung kurzfristig



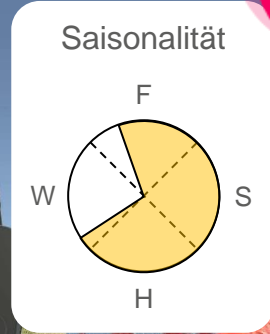
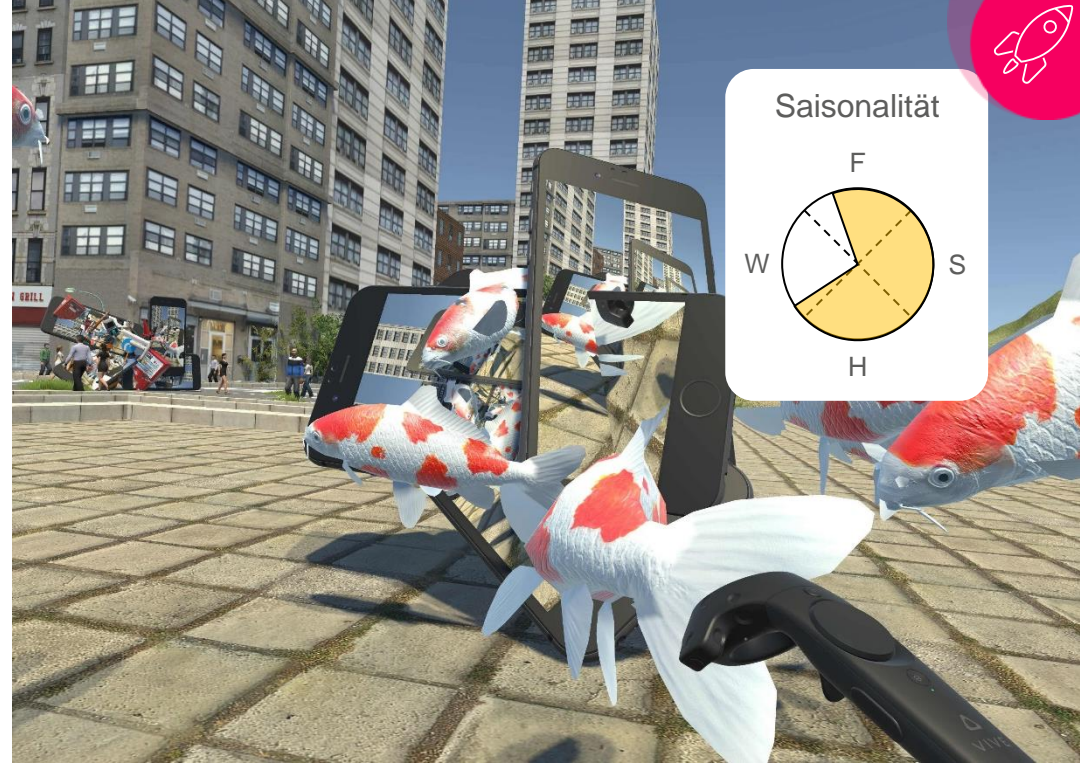
# „Digitales Reallabor“

## Kunst, Kultur & Wissenschaft meets Innenstadt

- Experience Room Marktplatz
- Digitales „Schaufenster“ und AR & VR Erweiterung des Erlebnisraumes
- Karlsruhe, City of Media Arts präsentiert sich am Marktplatz (Marktplatz als Ankommensort und Bühne der Stadtidentität verstehen)
- Temporäre Kunst & Interaktionsprojekte

### Umsetzungszeitraum:

- ❖ Konzept kurzfristig
- ❖ Umsetzung kurz bis mittelfristig





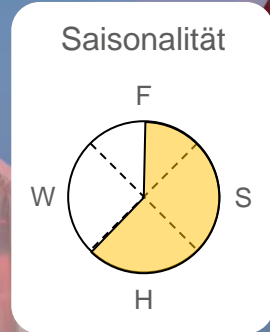
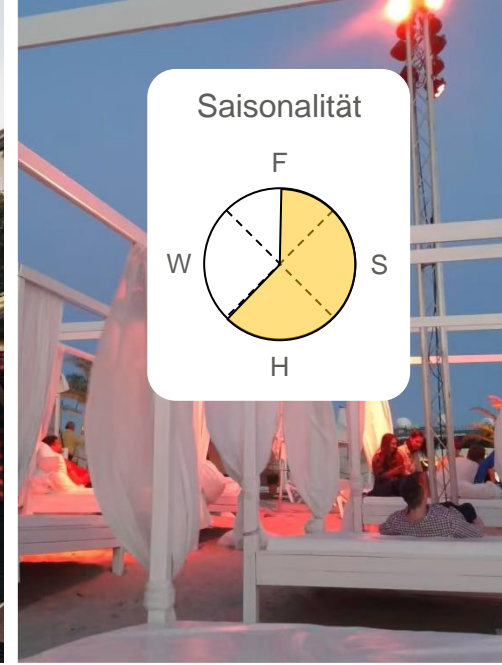
# „Marktplatz für Alle“

## Fläche für Kunst- und Kulturveranstaltungen

- Ausweisung Kleinstveranstaltungsflächen als „öffentliche Bühne“ für Aktivitäten in den Abendstunden
- Kleiner Veranstaltungsformate wie Lesungen, Poetry Slams
- Aufbau mobiler Sitz- und Beschattungsmöglichkeiten bis hin zu Schlossbetten / Chill-Oasen

### Umsetzungszeitraum:

- ❖ Konzept kurzfristig
- ❖ Umsetzung kurz möglich





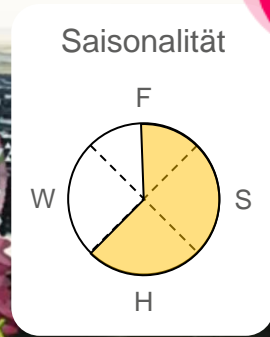
# „Silent Disco“

## Veranstaltungsreihe am Marktplatz

- Erweiterung des Abend-(Genuss)-Marktes um ein Veranstaltungsformat
- „Silent Disco“ am Marktplatz
- Entwicklung hin zu einem Eventmarkt mit regionalen Streetfood Anbietern und unter Einbindung der lokalen Gastronomie
- Option der Kopfhörer-Ausgabe über Schaufenster Karlsruhe

### Umsetzungszeitraum:

- ❖ Konzept kurzfristig
- ❖ Umsetzung kurzfristig



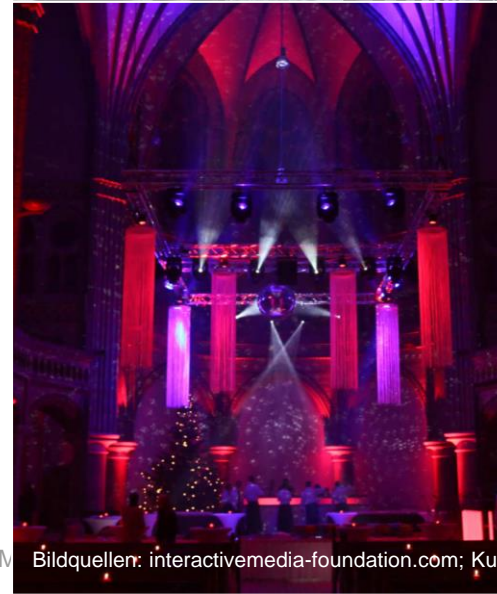
# „Kulturkirche“

## Stadtkirche als Gastgeber

- Nutzung der Kirche als Gastgeber für interkulturelle und stadtgesehenschaftliche Kulturbegegnungen im Innen und Außenraum
- Förderung von Kunst und Kultur (Konzerte, Lesungen, Theater- und Filmaufführungen)

### Umsetzungszeitraum:

- ❖ Konzept kurzfristig
- ❖ Umsetzung schrittweise / z.T. kurzfristig
- ❖ größere Installationen z.T. mittelfristig



# „Streetfood Genussmarkt“

## Erweiterung des Marktprogramms

- Dauerhafte Stärkung der Märkte mit wertigen gastronomischen Angeboten
- Spätsommerliche Abende am Marktplatz / Mobiliar, welches zum Verweilen einlädt.
- Einbindung von Winzern und Brauereien, Marktplatz als öffentlicher Begegnungsraum
- Fokus auf regionalem Genuss & kulinarischen Highlights

### Umsetzungszeitraum:

- ❖ Konzept kurzfristig bis mittelfristig
- ❖ Umsetzung schrittweise / z.T. mittelfristig



# „Stadt / Land / Kultur“

## Saisonales Begleitprogramm der Märkte

- Kreativ-Flohmarkt, Pop-Up-Kultur (Konzerte, Lesungen, Spätsommerkino)
- Fokus auf regionaler Kunst & Kulturszene
- Einbindung Gastronomie, Hotellerie, Kirche

### Umsetzungszeitraum:

- ❖ Konzept mittelfristig
- ❖ Umsetzung schrittweise / z.T. mittelfristig



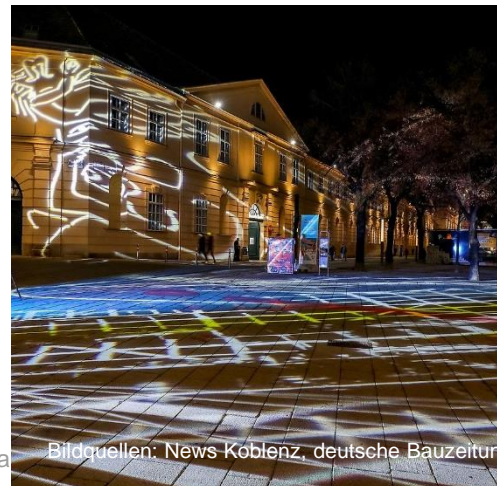
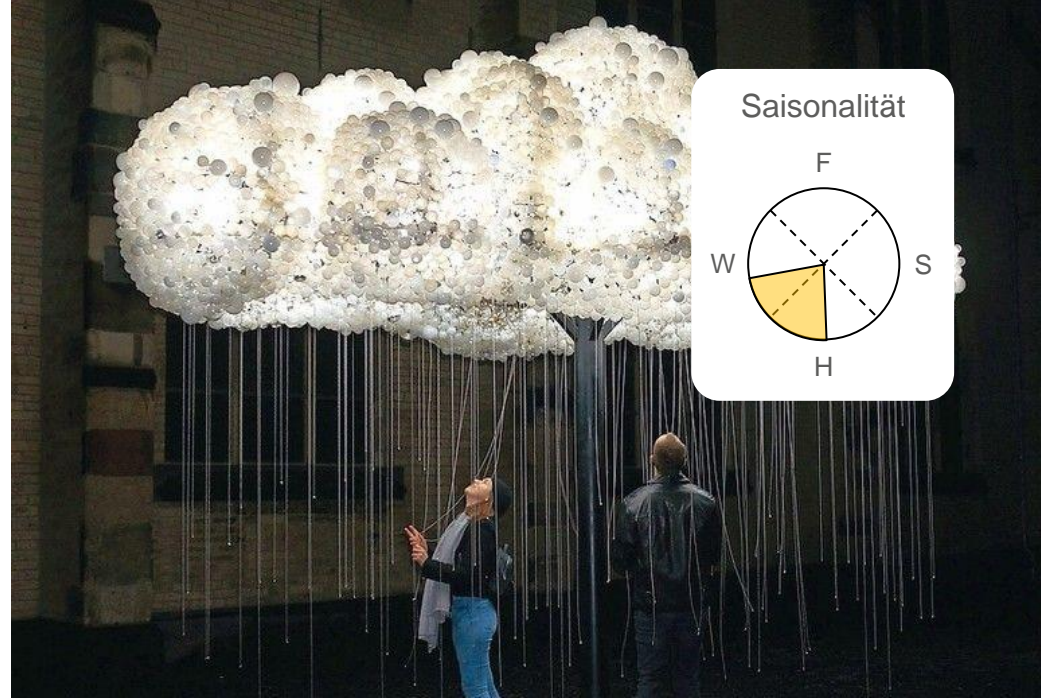
# „Digitales Reallabor II“

## Lichtkunst meets Innenstadt

- temporäre Licht- & Interaktionsprojekte
- Forschung & Präsentation
- City of Media Arts präsentiert sich am Marktplatz
- Fokus auf inhaltlicher Lichtkunst  
Interaktionsmöglichkeiten mit digitaler Kunst

### Umsetzungszeitraum:

- ❖ Konzept kurzfristig
- ❖ Umsetzung schrittweise / z.T. mittelfristig



# „Eiswelt“

## „Eiswelt“ Marktplatz

- Weiterentwicklung der Karlsruher Eiszeit am Schloss in der Verlängerungsachse zum Marktplatz
- Verlängerung des Winters am Marktplatz nach dem Weihnachtsmarkt
- „Schmelzende Eisskulpturen“/-blöcke“ „ (Klimawandel vermitteln“
- Einrichten eines Infoiglus – „Klimawandel in Karlsruhe“

### Umsetzungszeitraum:

- ❖ Konzept mittelfristig
- ❖ Umsetzung mittelfristig



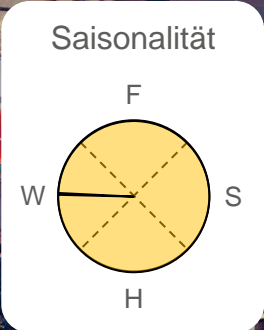
# „Offene Markthalle“

## kreative Pop-up Markthalle

- Wertige und vielseitige Gastronomie (vegan, bio)
- Kaffeeröstereien, Vinotheken
- Regionale Erzeuger und regionale Spezialitäten
- längere Öffnungszeiten und Wetterunabhängiger Begegnungsort

### Umsetzungszeitraum:

- ❖ Konzept mittelfristig
- ❖ Umsetzung langfristig





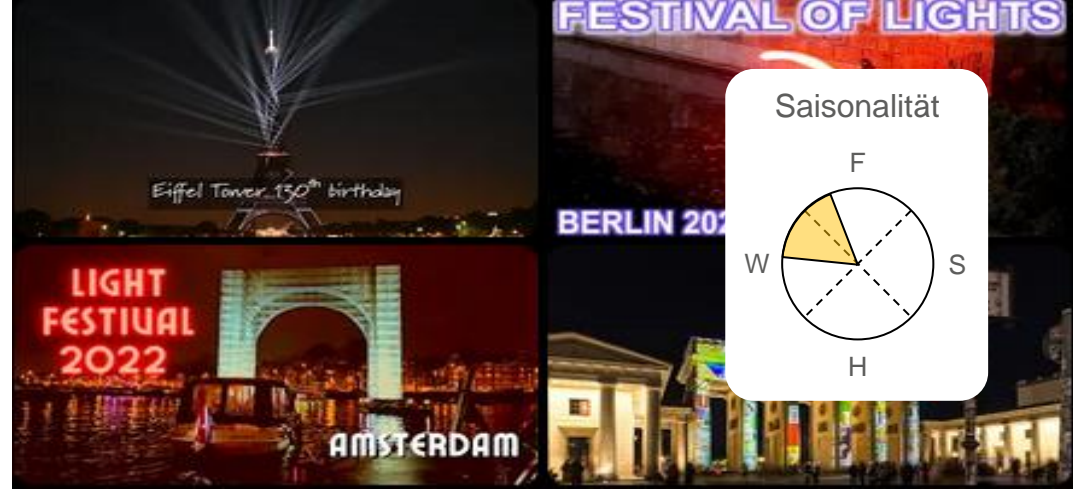
# „Winterlichter“

## Winterlichter – 360° Installationen

- Angepasste Saison Beleuchtung, visuelle Besucherlenkung um das Marktplatz-Quartier in den Schwachlastzeiten (Wintersaison)
- Lichtkunstfestival am Marktplatz als Begleit- und Verlängerungsprogramm des Christkindlesmarktes
- Illumination, Fassaden Mapping des gesamten Platzes (360°)

### Umsetzungszeitraum:

- ❖ Konzept mittelfristig
- ❖ Umsetzung mittelfristig



Bildquellen: Lichtfestivals / Städteseiten



# Starter- Projekte

# Übersicht der 12 Projekte zur Erlebnis-Inszenierung des Marktplatzes und Auswahl von priorisierten Projekten für den Umsetzungsstart.

## Erlebnis-Inszenierungsprojekte unter fachlicher Koordination des zukünftigen Quartiersmanagements

„**Markterwachen**“ – Update Entwicklungskonzept zur Professionalisierung & Re-Attraktivierung der Märkte



„**Interaktive Erlebnisse**“ - Belebung des Platzes durch interaktive Aktionen und Erlebnisse

„**Digitales Reallabor**“ - Marktplatz: Kunst, Kultur & Wissenschaft meets Innenstadt



„**Marktplatz für Alle**“ – Aufruf zum Bevölkerungsentagement für Kunst- und Kulturveranstaltungen auf „öffentlicher Bühne“

„**Silent Disco**“ – Veranstaltungsreihe am Marktplatz



„**Kulturkirche**“ – Stadtkirche als Gastgeber für interkulturelle und stadtgesellschaftliche Begegnungen



„**Streetfood Genussmarkt**“ und „Kultur-Kulinarische Stadtführungen – Stadt- & Regionsgenuss an Originalschauplätzen“

„**Stadt / Land / Kultur**“ - Saisonales Begleitprogramm der Märkte

„**Digitales Reallabor**“ - Marktplatz: Lichtkunst meets Innenstadt

„**Eiswelt**“ – Erweiterung der Karlsruher Winterzeit auf den Marktplatz

„**Offene Markthalle**“ – Markthallenkonzept für die Nachnutzung der anliegenden Erdgeschosspassagen (Modehaus Schöpf)

„**Winterlichter**“ – 360° Installationen (Projekt zurückgestellt aufgrund von Umsetzung in anderem Innenstadtquartier)



= Ausgewählte Starterprojekte



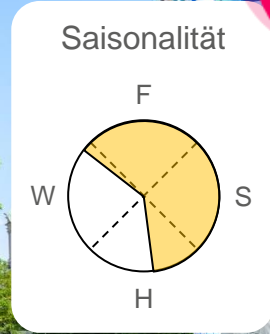
# „Markterwachen“

## Entwicklungskonzept zur Professionalisierung der Märkte:

- Re-Attraktivierung der Märkte am Marktplatz Karlsruhe durch Erweiterung des Angebotes
- Entwicklung / Einhaltung von Qualitäts-kriterien sowie eines strategischen Themen- und Marktmanagements
- Wechselnde Begleitmärkte, anlass-bezogene Attraktivität (Urban Food Market, Flohmärkte etc.)
- Fokus: regionaler Genuss

### Umsetzungszeitraum:

- ❖ Konzept kurzfristig
- ❖ Umsetzung schrittweise / mittelfristig



# Impulsprojekt Markterwachen (Update Marktkonzept)

Umsetzungsoption	Vorteil / Nachteil und Rolle Quartiersmanagement	LEAD	Partner
1. Marktamt Stadt Karlsruhe	<ul style="list-style-type: none"> <li>+ Kostengünstige Umsetzung</li> <li>+ Nutzen und weiterer Aufbau von Wissen / vorhandenen Konzepten</li> <li>- Handlungsrahmen eingeschränkt (Abhängigkeit vom Marktrecht)</li> <li>- Verfügbarkeit interner Ressourcen</li> </ul> Quartiersmanagement in begleitender Rolle (Kommunikation & Netzwerkarbeit)	Marktamt	KME, KTG, QM Marktbeschicker
2. Karlsruhe Marketing und Event GmbH(KME) (Markt- / Eventkonzept)	<ul style="list-style-type: none"> <li>+ Aufbau auf Zusammenarbeitsstrukturen</li> <li>+ Wissens- und Erfahrungsschatz</li> <li>+ Umsetzungsorientiert &amp; praxisnah</li> <li>- Verfügbarkeit interner Ressourcen</li> <li>- Adäquate Ausstattung Personal, Sach- und Investitionskosten erforderlich</li> </ul> Quartiersmanagement in begleitender Rolle (Kommunikation & Netzwerkarbeit)	KME	Marktamt, Ordnungsamt, Marktbeschicker, Geschäfte im Umfeld, KTG, QM
3. Externe Ausschreibung (Markt- / Eventkonzept)	<ul style="list-style-type: none"> <li>+ Schonung interner Ressourcen</li> <li>+ Fachexpertise mit Wettbewerbsvergleich</li> <li>- Höhere Sach- und Investitionskosten</li> <li>- Abhängigkeit externe Dienstleister</li> </ul> Quartiersmanagement in begleitender Rolle (Kommunikation & Netzwerkarbeit)	QM als Auftraggeber / Vertreter seitens der Stadt	Marktamt, Ordnungsamt, Marktbeschicker, Geschäfte im Umfeld, KME, KTG

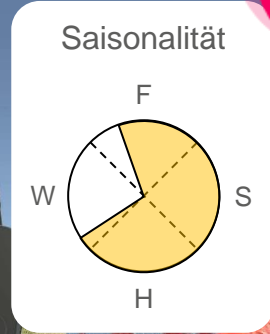
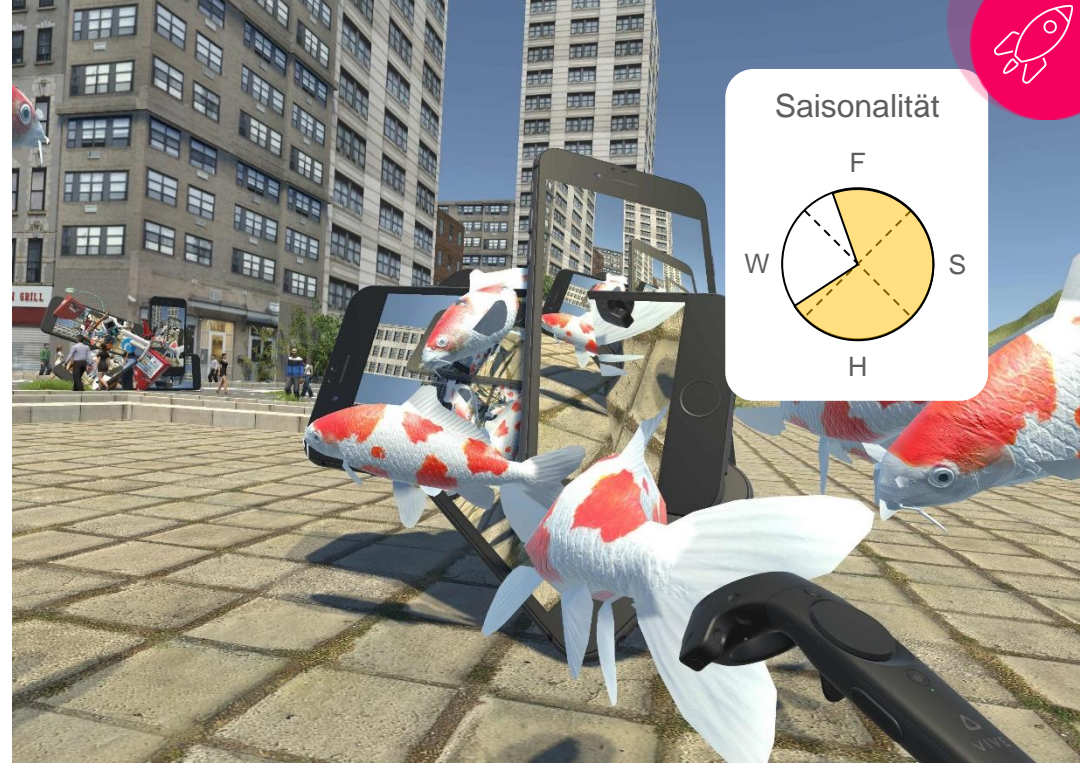
# „Digitales Reallabor“

## Kunst, Kultur & Wissenschaft meets Innenstadt

- Experience Room Marktplatz
- Digitales „Schaufenster“ und AR & VR Erweiterung des Erlebnisraumes
- Karlsruhe, City of Media Arts präsentiert sich am Marktplatz (Marktplatz als Ankommensort und Bühne der Stadtidentität verstehen)
- Temporäre Kunst & Interaktionsprojekte

### Umsetzungszeitraum:

- ❖ Konzept kurzfristig
- ❖ Umsetzung kurz bis mittelfristig



karlsruhe  
tourismus

PROJECT M | Karlsruhe - Erlebnisraumkonzept

Bildquellen: NRW Forum Düsseldorf, ZKM Exponate Karlsruhe

# Impulsprojekt „Digitales Reallabor“

Umsetzungsoption	Vorteil / Nachteil und Rolle Quartiersmanagement	LEAD	Partner
1. Kulturamt in Kooperation mit der KME	<ul style="list-style-type: none"> <li>+ Nutzen und weiterer Aufbau von Wissen / vorhandenen Konzepten</li> <li>+ Nutzen des Netzwerk ggf. mit politischer Unterstützung (Visitenkarte Creativ City)</li> <li>- Verfügbarkeit interner Ressourcen KME</li> <li>- Adäquate Ausstattung Personal, Sach- und Investitionskosten erforderlich</li> </ul> <p>Quartiersmanagement in begleitender Rolle, Umsetzung Betrieb durch das Kulturamt</p>	Kulturamt	<p>Stadtpolitik, QM, Hochschule für Gestaltung Karlsruhe, ZKM: Zentrum für Kunst und Medien, KIT, Stadt Karlsruhe, KME, KTG</p>
2. HfG oder ZKM	<ul style="list-style-type: none"> <li>+ Ggf. Geringerer Ressourcenbedarf KME</li> <li>+ Kuratierung „digitale Kunst“</li> <li>+ Einbindung und Förderung im Partnernetzwerk</li> <li>- Weniger inhaltlichen Einfluss</li> <li>- Unklare Bereitschaft der HfG oder des ZKM</li> <li>- Institutionelle Förderung vs. Eventförderung</li> </ul> <p>Quartiersmanagement in begleitender Rolle (Kommunikation &amp; Netzwerkarbeit) und Schnittstelle ins Partnernetzwerk</p>	HfG oder ZKM	<p>KME, KTG, QM sowie weitere städtische Akteure</p>

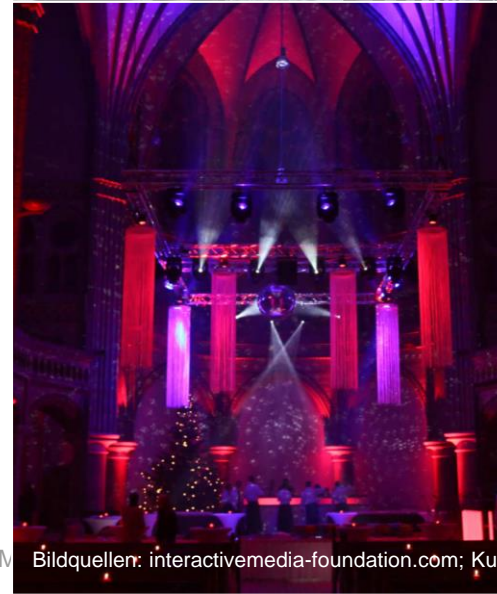
# „Kulturkirche“

## Stadtkirche als Gastgeber

- Nutzung der Kirche als Gastgeber für interkulturelle und stadtgesehellschaftliche Kulturbegegnungen im Innen und Außenraum
- Förderung von Kunst und Kultur (Konzerte, Lesungen, Theater- und Filmaufführungen)

### Umsetzungszeitraum:

- ❖ Konzept kurzfristig
- ❖ Umsetzung schrittweise / z.T. kurzfristig
- ❖ größere Installationen z.T. mittelfristig





# Impulsprojekt „Kulturkirche“

Umsetzungsoption	Vorteil / Nachteil und Rolle Quartiersmanagement	LEAD	Partner
1. Stadtkirche	<ul style="list-style-type: none"> <li>+ Stadtkirche als Veranstalter / Akteur in der Erlebnisinszenierung</li> <li>+ Ggf. kostengünstigere Umsetzung</li> <li>• Aktivierung / Bereitschaft der Stadtkirche</li> <li>– Keine klassische „Event-Kompetenz“</li> <li>– Koordination ins Quartier</li> </ul> <p>Quartiersmanagement als Ansprechpartner für die Stadtkirche und in begleitender Rolle (Kommunikation &amp; Netzwerkarbeit)</p>	Stadtkirche	KME, KTG, Stadt Karlsruhe, QM, weitere soziale Initiativen / Netzwerke, Anrainer
2. KME	<ul style="list-style-type: none"> <li>+ Eventkompetenz</li> <li>+ Nutzen und weiterer Aufbau von Wissen / vorhandenen Konzepten</li> <li>– Verfügbarkeit interner Ressourcen</li> <li>– Adäquate Ausstattung Personal, Sach- und Investitionskosten erforderlich</li> </ul> <p>Quartiersmanagement in begleitender Rolle (Kommunikation &amp; Netzwerkarbeit)</p>	KME	Stadtkirche, KME, Stadt Karlsruhe, QM weitere soziale Initiativen / Netzwerke, Anrainer, KTG,
3. Externe Ausschreibung (Eventkonzept)	<ul style="list-style-type: none"> <li>+ Schonung eigener (personeller) Ressourcen</li> <li>+ Erfahrung und Expertenwissen</li> <li>– Höhere Sach- und Investitionskosten</li> <li>– Abhängigkeit externe Dienstleister</li> </ul> <p>Quartiersmanagement in zentraler Rolle (Umsetzungskoordination)</p>	Stadtkirche oder QM als Auftraggeber / Vertreter seitens der Stadtkirche	KME, KTG, Stadt Karlsruhe, QM



# „Silent Disco“

## Veranstaltungsreihe am Marktplatz

- Erweiterung des Abend-(Genuss)-Marktes um ein Veranstaltungsformat
- „Silent Disco“ am Marktplatz
- Entwicklung hin zu einem Eventmarkt mit regionalen Streetfood Anbietern und unter Einbindung der lokalen Gastronomie
- Option der Ausgabe über Schaufenster Karlsruhe

### Umsetzungszeitraum:

- ❖ Konzept kurzfristig
- ❖ Umsetzung kurzfristig



# Impulsprojekt „Silent Disco“

Umsetzungsoption	Vorteil / Nachteil und Rolle Quartiersmanagement	LEAD	Partner
1. Karlsruhe Marketing und Event GmbH (KME) in Zusammenarbeit mit (CIK)	<ul style="list-style-type: none"> <li>+ Eventkompetenz</li> <li>+ Nutzen und weiterer Aufbau von Wissen / vorhandenen Konzepten</li> <li>- Verfügbarkeit interner Ressourcen</li> <li>- Adäquate Ausstattung Personal, Sach- und Investitionskosten erforderlich</li> </ul> Quartiersmanagement in begleitender Rolle (Kommunikation & Netzwerkarbeit)	KME / City Initiative Karlsruhe (CIK)	QM, Stadt Karlsruhe, Marktbeschicker, Geschäfte / Gastronomie m Umfeld, KTG, CIK
2. Externe Ausschreibung (Eventkonzept)	<ul style="list-style-type: none"> <li>+ Schonung eigener (personeller) Ressourcen</li> <li>+ Erfahrung und Expertenwissen</li> <li>- Höhere Sach- und Investitionskosten</li> <li>- Abhängigkeit externe Dienstleister</li> <li>- Weniger Einflussnahme auf Kopplungsangebote</li> </ul> Quartiersmanagement in zentraler Rolle (Umsetzungskoordination)	KTG / QM als Auftraggeber / Vertreter seitens der KTG	Stadt Karlsruhe, QM KTG, CIK, KME

# Quick Wins

# Quick Wins | schnelle Impulse (Initiierung / Umsetzung von Maßnahmen 2024/2025)

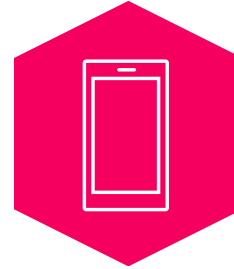
Handlungsfeld	Maßnahmenempfehlung	Leadempfehlung
Service- und Erlebnis-Qualität	<b>Erweiterung Mobiliar (Stadtmöblierung):</b> Abgestimmter Einsatz von Stadtmobiliar zur Steigerung der Aufenthaltsqualität / Ausweitung von saisonalen Inszenierungsinseln (Frühling, Sommer, Herbst)	Stadt Karlsruhe, QM (Gartenbauamt) 
	<b>Ausarbeitung Licht-Eventkonzept:</b> Konzept zur emotionalen Lichteffektgestaltung des Marktplatzes. (Fassaden- / Eventbeleuchtung, Lichtkunst und Kunstinszenierung)	Stadt Karlsruhe KME, QM  
Erlebnis-inszenierung (Raumqualität)	<b>Experimentierfläche:</b> Ausweisung Sondernutzungsflächen zur Bespielung durch das Quartiersmanagement für temporärer Experimentierflächen für Kleinkunst auf dem Marktplatz	Stadt Karlsruhe QM 
	<b>Straßenkunst:</b> Aufruf zur Bespielung temporären Experimentierflächen für Kleinkunst auf dem Marktplatz	QM, KME  
	<b>Marktplatz für Alle:</b> Ausweitung der Veranstaltungsfläche/öffentlichen Bühne für Frühling/Sommer 2024 samt Pressemitteilung und Beteiligungsaufruf	QM, KME KTG  
	<b>Update Marktkonzept / Erweiterung Marktes zu einem Genuss-Markt:</b> Update und schrittweise Umsetzung eines professionellen Marktkonzeptes zu Verjüngung und Re-Attraktivierung der Märkte am Marktplatz Karlsruhe, Integration des kulinarischen Genusses der Region	Marktamt, QM / KME, KTG  
	<b>Digitales Reallabor:</b> Kunst, Kultur & Wissenschaft meets Innenstadt	QM, KTG / ZKM, HfG  
	<b>Ideenwettbewerb Creativ City of Media Arts - „Digitaler Marktplatz“:</b> Ausschreibung eines Ideenwettbewerbs zur digitalen Inszenierung des Marktplatzes (Kontext: Stadtraum, Bedeutung)	Stadt Karlsruhe, Kulturstadtamt HfG, ZKM, QM, KTG  
	<b>Aufbau Silent Disco:</b> Initiierung und Umsetzung einer Veranstaltungsreihe am Marktplatz in Kooperation mit dem Einzelhandel und Akteuren im Quartier	QM, KME KTG  
Vermarktung & Identitätsaufbau	<b>Social Media Story:</b> Aufbau einer Storyline zum Thema kulturelle, kulinarische Genussorte und Genusssimplosionen am Marktplatz	KTG & Stadt Karlsruhe 

# Zusammenarbeit, Finanzierung & Maßnahmen

PROJECT 

# Innenstadt- / Quartiersentwicklung ist Gemeinschaftsaufgabe!

**Sicherheit, Sauberkeit, Qualität** für  
Ambiente, Aufenthalt & Kommunikation



**Digitale Services und  
aktives Kundenbindungs-  
management**

**Erlebniswert und  
Anlässe / Events**  
(dauerhaft & temporär)



**# kreativ  
# kommunikativ**



**Digitale Prozesse,  
analoge & digitale  
Vernetzung**  
(Netzwerk & Immobilien)

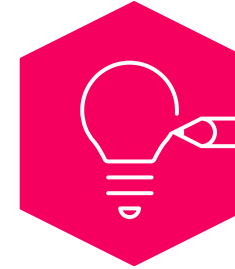
**Arbeits-, Wohn- und  
Lebensqualität**



**Gemeinsam**

**# kooperativ**

**# kompetent**



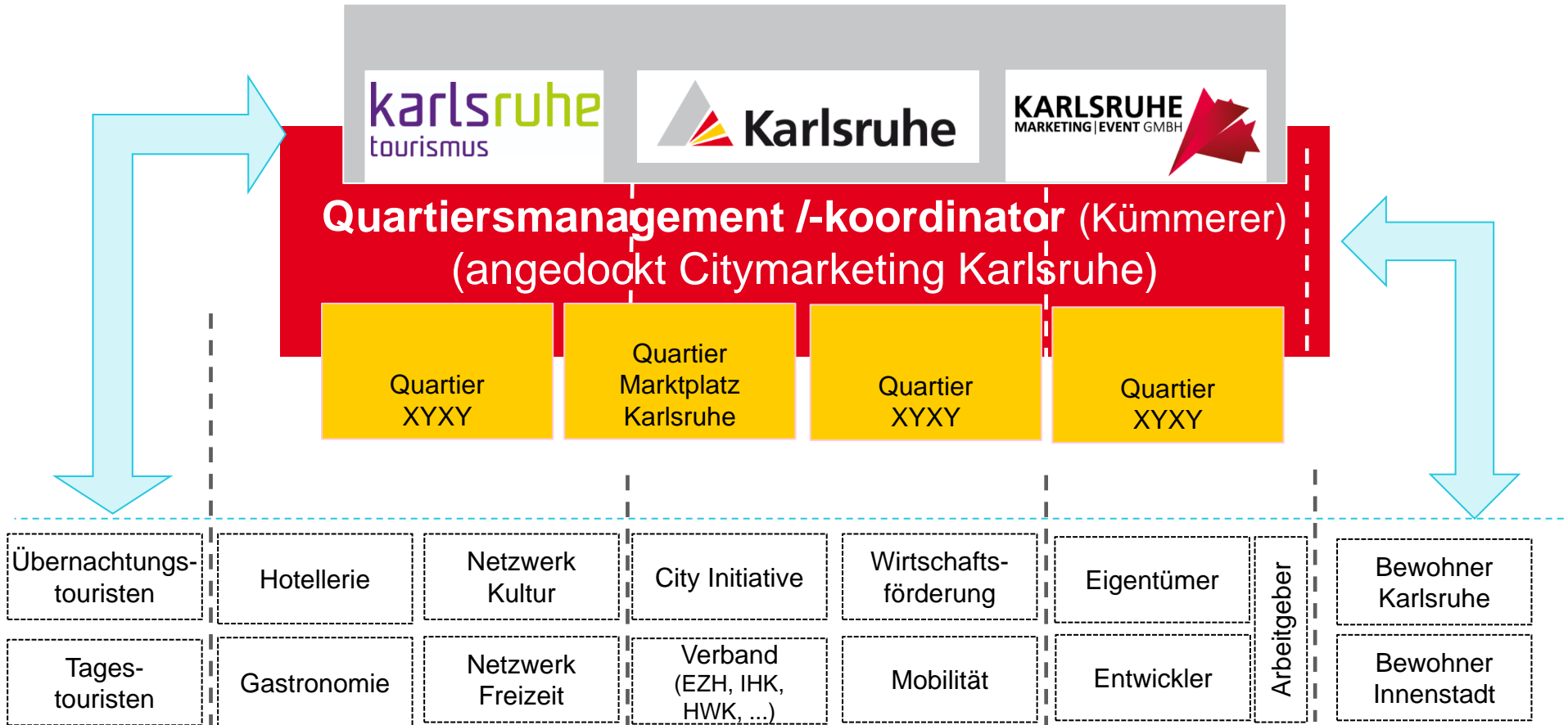
**Rahmenbedin-  
gungen und  
Gemeinschaften für  
Entwicklung, Raum  
für Experimente**

**Smarte Mobilität & Besucherlenkung**  
(Auslastungssteuerung & Komfort für Alle)



**Klimaschutz- und  
Klimafolgenanpassung**

# Stärkung und Verbindlichkeit der Organisations- / Kooperationsmechanismen inkl. dem Aufbau neuer Partnerstrukturen um das Marktplatz-Quartier.





# Ausblick und Empfehlungen für den Umsetzungsprozess

PROJECT **M**

# Ausblick und Empfehlungen für den Umsetzungsprozess

Es wird empfohlen, mit einer politischen Beschlussfassung des Erlebnisraumkonzeptes in die Umsetzung der identifizierten und entwickelten Maßnahmen zur nachhaltigen Erlebnisinszenierung des Marktplatzes zu starten. Angesichts der zu etablierenden Strukturen eines Quartiersmanagements und der Bereitstellung nötiger finanzieller Ressourcen kann ein detaillierter Zeithorizont zur Umsetzung des Konzepts zum jetzigen Zeitpunkt allerdings nur als Orientierung dienen. Zudem ist zu berücksichtigen, dass jede Form der Erlebnisinszenierung als auch vor allem die Koordination Aufwände auslöst, die aus den bestehenden Strukturen und Ausstattungen einer KME oder KTG nicht zu stemmen sind. Hier bedarf es einer langfristigen Bereitstellung von Ressourcen über das ZIZ-Programm hinaus.

Zeitlicher Orientierungsrahmen:

- Die Umsetzung der Quick Wins sollte sofort in 2024 erfolgen.
- Weiterer Basisgrundlagen (Basics) sollten mit politischem Beschluss des Konzeptes in die direkte Umsetzung gehen und je nach Planungsaufwand innerhalb der ersten zwei Jahre bis Ende 2025 umgesetzt werden.
- In Abhängig der verfügbaren Ressourcen sollen die Inszenierungsprojekte fortlaufend in den Umsetzungsprozess integriert werden und mit jedem Abschluss eines Impulsprojektes ein Zwischenfazit gezogen werden. Die fortlaufende Evaluierung der Wirkungseffekte einzelner Umsetzungsempfehlungen ist kontinuierlich im Dialog mit den Anrainern und Nutzer:innen vorzusehen.

## Ausblick

Das Erlebnisraumkonzept ist als Handlungshilfe und wichtiger Wegweiser für die fortlaufende Inwertsetzung des Marktplatzes als Erlebnisraum für Gäste und Einheimische Karlsruhes zu verstehen. Mit dem Erarbeitungsprozess sind erste wichtige Weichen gestellt worden, um notwendige Strukturen im Quartiersmanagement aufzubauen und zu etablieren. Im Sinne eines gemeinsamen Aktionsplanes für den Marktplatz sind nunmehr konkrete Aufgaben- und Verantwortungsbereichen festzulegen und die konkret erforderlichen Ressourcen dahinter zu bestimmen. Gerade weil die Inwertsetzung des Marktplatzes in starkem Maße von der Kooperationsbereitschaft des Partnernetzwerks, den Rahmenbedingungen der politischen Entscheidungsträger:innen sowie dem Zusammenspiel mit den städtischen Ressorts abhängig ist, braucht es hier einen verbindlichen Rahmen. Zudem gilt es, Experimentierräume zuzulassen und neuen Kommunikationswege im Miteinander zu etablieren. Die Erreichung der Vision, den Marktplatz zur neuen Visitenkarte und zum lebendigen Treffpunkt und „Herz der Stadt“ zu machen, ist eine Gemeinschaftsaufgabe, an der alle mitwirken müssen!



# Anhang

**PROJECT**<sup>M</sup>

# Saisonale Inszenierungspotenziale

Ansätze und Ideenspeicher

PROJECT M GmbH

2023

PROJECT 

# Frühling am Marktplatz saisonale Inszenierungspotenziale



## Leitthemen:

- Auftakt der Marktsaison
- Wiedererwachen als Begegnungs- und Kulturraum

## Teilflächenbespielung:

- Blumenmarkt
- Abendmarkt
- Pyramidenmarkt
- Regelmäßiger Genussmarkt der Region

## Magneten/Events:

- Fest der Sinne

## Inszenierungspotenziale:

- Temporäre Installationen aus den Bereichen Kunst & Kultur
- Beleuchtung, Augmented Reality
- Abgestimmter Einsatz von blühendem Mobiliar

# Frühling am Marktplatz

## - Ansätze und Ideen

### „Entwicklungskonzept zur Professionalisierung der Märkte“:

Attraktivierung der Märkte, Qualitätskriterien, Standortfaktoren, Themen- und Marktmanagement

### „Belebung des Platzes durch interaktive Aktionen und Erlebnisse“:

Tanzen, Kleinkunst, Mitmachaktionen (Kindertag) Kleinstveranstaltungsflächen für verschiedene Nutzungen

### „digitales Reallabor Marktplatz: Kunst, Kultur & Wissenschaft meets Innenstadt“:

temporäre Kunst & Interaktionsprojekte, Forschung, Präsentation, Karlsruhe, City of Media Arts präsentiert sich am Marktplatz



Bild: [www.stadtmarketing.eu](http://www.stadtmarketing.eu)



Bild: [www.fr.de](http://www.fr.de)



Bild: Basel



Bild: [www.magazin.tu-braunschweig.de](http://www.magazin.tu-braunschweig.de)

## Leitthemen:

- Auftakt der Marktsaison
- Wiedererwachen als Begegnungs- und Kulturraum

## Teilflächenbespielung:

- Blumenmarkt
- Abendmarkt
- Pyramidenmarkt

## Magneten/Events:

- Fest der Sinne

## Inszenierungspotenziale:

- Temporäre Installationen aus den Bereichen Kunst & Kultur
- Beleuchtung, Augmented Reality
- Abgestimmter Einsatz von blühendem Mobiliar

# Frühling am Marktplatz

## - Ansätze und Ideen

„Entwicklungskonzept zur Professionalisierung der Märkte“:

Attraktivierung der Märkte, Qualitätskriterien, Standortfaktoren, Themen- und Marktmanagement

„Aufbau blühender Frühlingsinseln“:

Abgestimmter Einsatz von Mobiliar, begrünt = belebt, wertige Materialien aus der Region

„Belebung des Platzes durch interaktive Aktionen und Erlebnisse“:

Tanzen, Kleinkunst, Mitmachaktionen (Kindertag) Kleinstveranstaltungsflächen für verschiedene Nutzungen

„digitales Reallabor Marktplatz: Kunst, Kultur & Wissenschaft meets Innenstadt“:

temporäre Kunst & Interaktionsprojekte, Forschung, Präsentation, Karlsruhe, City of Media Arts präsentiert sich am Marktplatz



Bild: [www.stadtmarketing.eu](http://www.stadtmarketing.eu)



Bild: [www.wien.gv.at](http://www.wien.gv.at)



Bild: [www.fr.de](http://www.fr.de)



Bild: Basel

## Leitthemen:

- Auftakt der Marktsaison
- Wiedererwachen als Begegnungs- und Kulturraum

## Teilflächenbespielung:

- Blumenmarkt
- Abendmarkt
- Pyramidenmarkt

## Magneten/Events:

- Fest der Sinne

## Inszenierungspotenziale:

- Temporäre Installationen aus den Bereichen Kunst & Kultur
- Beleuchtung, Augmented Reality
- Abgestimmter Einsatz von blühendem Mobiliar

# Bsp. „Markterwachen“ Inszenierung im Frühling

## Entwicklungskonzept zur Professionalisierung der Märkte:

- Attraktivierung der Märkte durch Erweiterung des Angebotes
- Entwicklung / Einhaltung von Qualitätskriterien sowie eines strategischen Themen- und Marktmanagements
- Wechselnde Begleitmärkte, anlassbezogene Attraktivität (Urban Food Market, Flohmärkte etc.)
- Fokus: regionaler Genuss

Umsetzungsoptionen (kurzfristig):

1. Marktamt Stadt Karlsruhe
2. Karlsruhe Marketing und Event GmbH
3. Externe Ausschreibung (Eventkonzept)





# Bsp. „Digitales Reallabor“ Inszenierung im Frühling

## Kunst, Kultur & Wissenschaft meets Innenstadt

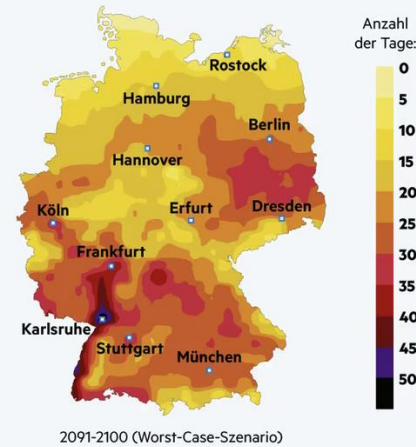
- Experience Room Marktplatz
- Digitales „Schaufenster“ und AR & VR Erweiterung des Erlebnisraumes
- Karlsruhe, City of Media Arts präsentiert sich am Marktplatz (Marktplatz als Ankommensort und Bühne der Stadtidentität verstehen)
- Temporäre Kunst & Interaktionsprojekte

Umsetzungsoptionen (kurzfristig):  
KME / Citymarketing in Kooperation mit  
1. Hochschule für Gestaltung Karlsruhe  
2. ZKM: Zentrum für Kunst und Medien



Bildquellen: NRW Forum Düsseldorf, ZKM Exponate Karlsruhe

# Sommer am Marktplatz saisonale Inszenierungspotenziale



## Leitthemen:

- Sommernächte
- Abend-Genuss

## Teilflächenbespielung:

- Abend-Genuss-Markt (erweitert)
- Blumenmarkt
- Pyramidenmarkt

## Magneten/Events:

- Christopher Street Day
- Baden Marathon Karlsruhe

## Inszenierungspotenziale:

- Temporäre Installationen aus den Bereichen Kunst & Kultur
- Lesungen / Tanevents
- Abgestimmter Einsatz von Mobiliar
- Mobile Beschattungs-/ Begrünungslösungen



# Sommer am Marktplatz

## Ansätze und Ideen

### „Marktplatz für Alle – freie Fläche für Kunst- und Kulturveranstaltungen“

Ausweisung Kleinstveranstaltungsflächen in den Abendstunden als „öffentliche Bühne“, Lesungen, Poetry Slam, Aufbau Schlossbetten / Chill-Oasen

### „Silent Disco“ – Veranstaltungsreihe

Erweiterung des Abend-Genuss-Marktes mit einer Silent Disco in einen Eventsmarkt mit regionalem Streetfood, Einbindung Gastronomie.

### „Kulturkirche – Indoor / Outdoor“

Nutzung der Kirche als Gastgeber für interkulturelle und stadtgesehliche Kulturbegegnungen im Innen und Außenraum



Kassel Friskul Common Library, documenta



Dessau, Gartenträume



[www.instagram.com/electronicwine](https://www.instagram.com/electronicwine)



<https://kulturkirche.de/kirche>

Kulturkirche Altona

### Leitthemen:

- Sommernächte
- Abend-Genuss

### Teilflächenbespielung:

- Abend-Genuss-Markt (erweitert)
- Blumenmarkt
- Pyramidenmarkt

### Magneten/Events:

- Christopher Street Day
- Baden Marathon Karlsruhe

### Inszenierungspotenziale:

- Temporäre Installationen aus den Bereichen Kunst & Kultur
- Lesungen / Tanzevents
- Abgestimmter Einsatz von Mobiliar
- Mobile Beschattungs-/ Begrünungslösungen

# Sommer am Marktplatz

## Ansätze und Ideen

### „Förderung Außengastronomie und Wiederansiedlung eines Cafés am Marktplatz (Café Böckeler)“

Ausweitung von gastronomischen Angeboten und Ausweitung der Außengastronomie mit Betriebszeiten in die Abendstunden.

### „Marktplatz für Alle – freie Fläche für Kunst- und Kulturveranstaltungen“

Ausweisung Kleinstveranstaltungsflächen in den Abendstunden als „öffentliche Bühne“, Lesungen, Poetry Slam, Aufbau Schlossbetten / Chill-Oasen

### „Silent Disco“ – Veranstaltungsreihe

Erweiterung des Abend-Genuss-Marktes mit einer Silent Disco in einen Eventsmarkt mit regionalem Streetfood, Einbindung Gastronomie.

### „Kulturkirche – Indoor / Outdoor“

Nutzung der Kirche als Gastgeber für interkulturelle und stadtgemeinschaftliche Kulturbegegnungen im Innen und Außenraum



karlsruhe  
tourismus

PROJECT M | Karlsruhe - Erlebnisraumkonzept Markt



Karlsruhe, Café Böckeler



Dessau, Gartenträume



[www.instagram.com/electronicwine](https://www.instagram.com/electronicwine)



<https://kulturkirche.de/kirche>

Kulturkirche Altona

### Leitthemen:

- Sommernächte
- Abend-Genuss

### Teilflächenbespielung:

- Abend-Genuss-Markt (erweitert)
- Blumenmarkt
- Pyramidenmarkt

### Magneten/Events:

- Christopher Street Day
- Baden Marathon Karlsruhe

### Inszenierungspotenziale:

- Temporäre Installationen aus den Bereichen Kunst & Kultur
- Lesungen / Tanzevents
- Abgestimmter Einsatz von Mobiliar
- Mobile Beschattungs-/ Begrünungslösungen

# Bsp. „Silent Disco“ Inszenierung im Sommer

## Veranstaltungsreihe am Marktplatz

- Erweiterung des Abend-(Genuss)-Marktes um ein Veranstaltungsformat
- Bspw. „Silent Disco“ am Marktplatz
- Entwicklung hin zu einem Eventmarkt mit regionalen Streetfood Anbietern und unter Einbindung der lokalen Gastronomie.

Umsetzungsoptionen (mittelfristig):

1. Karlsruhe Marketing und Event GmbH  
ggf. in Kooperation mit Marktamt  
Stadt Karlsruhe und / oder Cityinitiative
2. Externe Ausschreibung  
(Eventkonzept)



# Herbst am Marktplatz

## saisonale Inszenierungspotenziale



Pyramidenmarkt Karlsruhe



Karlsruhe, Stadtfest



Karlsruhe, Blumenmarkt



Pyramidenmarkt Karlsruhe

### Leitthemen:

- Lichtkunst
- Stadtkunst
- Regionaler Genuss

### Teilflächenbespielung:

- Blumenmarkt
- Abendmarkt
- Pyramidenmarkt
- Regelmäßiger Genussmarkt der Region

### Magneten/Events:

- Karlsruher Stadtfest
- Lichtinstallationen (Verlängerung Schlosslichtspiele)

### Inszenierungspotenziale:

- Temporäre Installationen aus den Bereichen Kunst & Kultur
- Abgestimmter Einsatz von Mobiliar (Essbare Stadt)
- Regelmäßiger Genussmarkt der Region



# Herbst am Marktplatz

## Ansätze und Ideen

### „Streetfood Genussmarkt“

Stärkung der Märkte mit wertigen gastronomischen Angeboten rund um das Thema regionaler Genuss

„Stadt / Land / Kultur“ Saisonales Begleitprogramm der Märkte Kreativ-Flohmarkt, Pop-Up-Kultur (Konzerte, Lesungen, Spätsommerkino)

Einbindung Gastronomie, Hotellerie, Kirche

### „digitales Reallabor Marktplatz: Lichtkunst meets Innenstadt“:

temporäre Licht- & Interaktionsprojekte, Forschung, Präsentation, Karlsruhe, City of Media Arts präsentiert sich am Marktplatz (Fokus inhaltliche Lichtkunst), Interaktionsmöglichkeiten mit digitaler Kunst



### Leitthemen:

- Lichtkunst
- Stadtkunst
- Regionaler Genuss

### Teilflächenbespielung:

- Blumenmarkt
- Abendmarkt
- Pyramidenmarkt
- Regelmäßiger Genussmarkt der Region

### Magneten/Events:

- Karlsruher Stadtfest
- Lichtinstallationen (Verlängerung Schlosslichtspiele)

### Inszenierungspotenziale:

- Temporäre Installationen aus den Bereichen Kunst & Kultur
- Abgestimmter Einsatz von Mobiliar (Essbare Stadt)
- Regelmäßiger Genussmarkt der Region



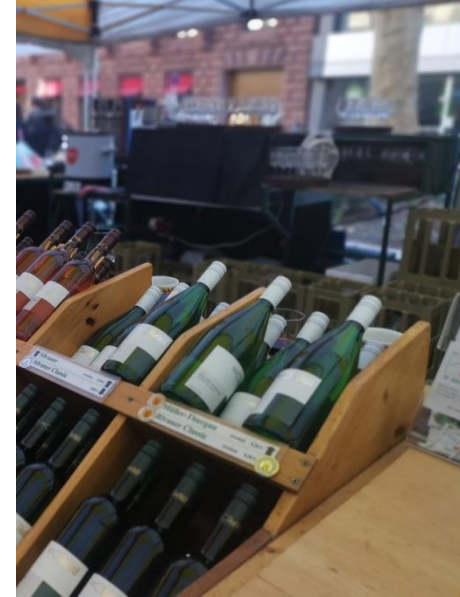
# Bsp. „Streetfood Genussmarkt“ Inszenierung im Herbst

## „Streetfood Genussmarkt“

- Dauerhafte Stärkung der Märkte mit wertigen gastronomischen Angeboten
- Spätsommerliche Abende am Marktplatz / Mobiliar, welches zum Verweilen einlädt.
- Einbindung von Winzern und Brauereien, Marktplatz als öffentlicher Begegnungsraum
- Fokus auf regionalem Genuss & kulinarischen Highlights

Umsetzungsoptionen (kurz- /mittelfristig):

1. Marktamt Stadt Karlsruhe
2. Karlsruhe Marketing und Event GmbH
3. Externe Ausschreibung (Eventkonzept)



Bildquellen: Schillermarkt Erzeuger-Markt, Frankfurt am Main



karlsruhe  
tourismus

PROJECT M | Karlsruhe - Erlebnisraumkonzept Ma



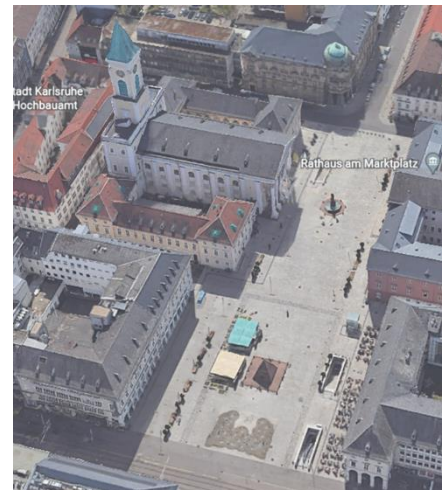
# Winter am Marktplatz saisonale Inszenierungspotenziale



Karlsruhe, Fliegender Weihnachtsmann



Karlsruhe im Umbau



Karlsruhe, Marktplatz von oben

## Leitthemen:

- Winterzauber
- Winterglanz

## Teilflächenbespielung:

- Blumenmarkt
- Wintergenussmarkt

## Magneten/Events:

- Christkindlesmarkt

## Inszenierungspotenziale:

- Temporäre Installationen aus den Bereichen Kunst & Kultur
- Abgestimmter Einsatz von saisonalem Mobiliar



# Winter am Marktplatz

## - Ansätze und Ideen

„**Eiswelt Marktplatz**“: Verlängerung des Winters im Januar durch Eisbahn, Digitale Eiszeit am Marktplatz, Infoflu – warum „Karlsruhe und der Klimawandel“

„**Offene Markthalle**“: kreative Pop-up-Markthalle, /-Gastro (vegan, bio, regional), Kaffeeröstereien, längere Öffnungszeiten

„**Winterlichter – 360° Installationen**“  
Illumination, Fassaden-Mapping des gesamten Platzes, angepasste Beleuchtung. Lichtkunst am Marktplatz als Begleit- und Verlängerungsprogramm des Christkindlesmarkt (Jan-Feb).



Ulm, Eislaufen auf Kunststoff



Berlin, Marheineke Markthalle



Bild: [www.modehaus-schoepf.de](http://www.modehaus-schoepf.de)



Frankfurt, Luminale

### Leitthemen:

- Winterzauber
- Winterglanz

### Teilflächenbespielung:

- Blumenmarkt
- Wintergenussmarkt

### Magneten/Events:

- Christkindlesmarkt

### Inszenierungspotenziale:

- Temporäre Installationen aus den Bereichen Kunst & Kultur
- Abgestimmter Einsatz von saisonalem Mobiliar



# Bsp. „Eiswelt“ Inszenierung im Winter

## „Eiswelt“ Marktplatz

- Weiterentwicklung der Karlsruher Eiszeit am Schloss in der Verlängerungsachse zum Marktplatz
- Verlängerung des Winters am Marktplatz nach dem Weihnachtsmarkt
- „Schmelzende Eisskulpturen“/-blöcke“ (Klimawandel vermitteln“
- Einrichten eines Infoklus – „Klimawandel in Karlsruhe“

Umsetzungsoptionen (kurz- / mittelfristig):

1. Stadtverwaltung
2. Karlsruhe Marketing und Event GmbH
3. Externe Ausschreibung (Eventkonzept)



# Bsp. „Winterlichter“ Inszenierung im Winter

## Winterlichter – 360° Installationen

- Angepasste Saison Beleuchtung, visuelle Besucherlenkung um das Marktplatz-Quartier
- Lichtkunstfestival am Marktplatz als Begleit- und Verlängerungsprogramm des Christkindlesmarkt
- Illumination, Fassaden Mapping des gesamten Platzes (360°)

Umsetzungsoptionen (mittelfristig):  
KME / Citymarketing in Kooperation mit  
1. Hochschule für Gestaltung Karlsruhe  
2. ZKM: Zentrum für Kunst und Medien



# Online-Befragung zum Erlebnisraumkonzept Marktplatz Karlsruhe

Ergebnisse der Nutzer:innen- und  
Leistungsanbieter:innen-Befragung

**PROJECT M GmbH**

2023



**PROJECT M**



**1** Methodik der Untersuchung und Einordnung der Akteure

**2** Nutzung und Aufenthaltsqualität der Innenstadt

**3** Status Quo Abbildung

**4** Umsetzungsansätze

**5** Zusammenarbeit

# Methodik der Untersuchung und Einordnung der Befragten

Ergebnisse der Nutzer:innen- und  
Leistungsanbieter:innen-Befragung  
2023 | PROJECT M

# An der Befragung der Nutzer:innen des Karlsruher Marktplatzes haben sich 387 Befragte beteiligt. An der Leistungsanbieter:innen-Befragung 61.



**Methode:** schriftliche Online-Befragung



**Befragte:**  
Nutzer:innen des Karlsruher Marktplatzes  
Leistungsanbieter:innen aus Karlsruhe



**Laufzeit:** 05.12.2022 – 06.01.2023



**Vertrieb:** Projektwebsite, Verteiler  
Citymanagement, PM, Social Media

## Themenschwerpunkte der Befragung:



- Einordnung der Befragten und ihrer Nutzung der Innenstadt
- Abfrage der Ist-Situation
- Analyse der Zukunftsperspektive und Entwicklungsansätze
- Kooperationspotenzial der Akteure



karlsruhe  
tourismus

Hinweis: Die Werte in der Auswertung werden gerundet, Rundungsdifferenzen sind möglich.  
PROJECT M | Karlsruhe - Erlebnisraumkonzept Marktplatz



### Nutzer:innen-Befragung zur Zukunft der Karlsruher Innenstadt - Ihre Meinung zur Perspektive des Marktplatzes

Herzlich willkommen und vielen Dank für Ihre Bereitschaft, an der Befragung zur Aufwertung und Beseitigung unseres Karlsruher Marktplatzes, dem Herzstück unserer Innenstadt, teilzunehmen.

Die Befragung erfolgt im Zusammenhang mit der bereits erfolgten baulichen Neugestaltung des Marktplatzes und der jetzt ankündenden Erlebnisraumplanung, d.h. wie der Marktplatz noch besser inszeniert und als lebendiger Stadtplatz im Jahresverlauf erlebbar gemacht und genutzt werden soll.

Wir, die Stadt Karlsruhe, die KTG Karlsruhe Tourismus GmbH und die KME Karlsruhe Marketing und Event GmbH freuen uns auf möglichst viele Ideen und Anregungen seitens der Bevölkerung und Gäste von Karlsruhe. Mit ihrer persönlichen Meinung zur Ist-Situation und ihren Ideen zur zukünftigen Nutzung und Beseitigung geben sie uns wichtige Impulse für das Erlebnisraumkonzept und wie wir den Marktplatz Karlsruhe zu einem Wohlfühl- und Begegnungsort machen, der zum Verweilen einlädt und die Attraktivität unserer Innenstadt insgesamt aufwertet.

Vielen Dank für Ihre Teilnahme!

#### Hinweis zur Teilnahme:

Die Befragung erfolgt anonym. Das heißt Ihre Angaben werden vertraulich behandelt und die Antworten werden nur aggregiert aufbereitet. Rückschlüsse auf Ihre persönlichen Antworten/Einschätzungen sind nicht möglich.

Der Beteiligungsprozess erfolgt durch das Projektbüro [PROJECT M](#), das von der KTG Karlsruhe Tourismus GmbH mit der Ausarbeitung des Erlebnisraumkonzepts beauftragt worden ist.

Für inhaltliche Rückfragen vom beauftragten Projektbüro



Mit dem Klick auf „Weiter“ starten Sie die Befragung und erklären sich mit den Datenschutzbestimmungen der Umfrageplattform SurveyMonkey sowie der Datenverarbeitung bei PROJECT M zum Zwecke der Umfrage einverstanden.  
Hinweis: Die Datenschutzbestimmungen sind [hier](#) verlinkt.

### Leistungsanbieter:innen-Befragung zur Zukunft der Karlsruher Innenstadt - Ihre Meinung zur Perspektive des Marktplatzes

Herzlich willkommen und vielen Dank für Ihre Bereitschaft, an der Befragung zur Aufwertung und Beseitigung unseres Karlsruher Marktplatzes, dem Herzstück unserer Innenstadt, teilzunehmen.

Die Befragung erfolgt im Zusammenhang mit der bereits erfolgten baulichen Neugestaltung des Marktplatzes und der jetzt ankündenden Erlebnisraumplanung, d.h. wie der Marktplatz noch besser inszeniert und als lebendiger Stadtplatz im Jahresverlauf erlebbar gemacht und genutzt werden soll.

In enger Zusammenarbeit mit der Stadt Karlsruhe, der KTG Karlsruhe Tourismus GmbH und der KME Karlsruhe Marketing und Event GmbH möchten wir Sie als Anrainer, Eigentümer oder auch Veranstalter / Anbieter in die Erlebnisraumplanung einbeziehen.

Die Neugestaltung des Marktplatzes und die gewonnenen Flächen bieten aus unserer Sicht viele Potenziale der dauerhaften oder auch temporären Erlebnisrauminzenierung. Deshalb erarbeiten wir mit dem Projektbüro PROJECT M ein Erlebnisraumkonzept, welches die Grundlage dafür sein soll, den Marktplatz im Herzen unserer Stadt als einen Ort der Begegnung, als Konsum-, Kultur- und Freizeitort in Wert zu setzen.

Wir möchten Sie daher gerne kurz um Ihre persönliche Meinung zu der Ist-Situation und den Weiterentwicklungsbedarfen und Ansätzen des Karlsruher Marktplatzes bitten.

Mit Ihren Antworten, Anregungen und Einschätzungen geben Sie uns wichtige Anregungen und Hinweise, um den Erlebnisraum „Marktplatz“ in Ihrem Interesse zu einem Wohlfühl- und Begegnungsort zu entwickeln, der zum Verweilen einlädt, wichtige Frequenzen und Kaufkraft in die Innenstadt holt und die Attraktivität der Innenstadt insgesamt steigert.

Vielen Dank für Ihre Teilnahme!

#### Hinweis zur Teilnahme:

Die Befragung erfolgt anonym. Das heißt Ihre Angaben werden vertraulich behandelt und die Antworten werden nur aggregiert aufbereitet. Rückschlüsse auf Ihre persönlichen Antworten/Einschätzungen sind nicht möglich.

Der Beteiligungsprozess erfolgt durch das Projektbüro [PROJECT M](#), das von der KTG Karlsruhe Tourismus GmbH mit der Ausarbeitung des Erlebnisraumkonzepts beauftragt worden ist.

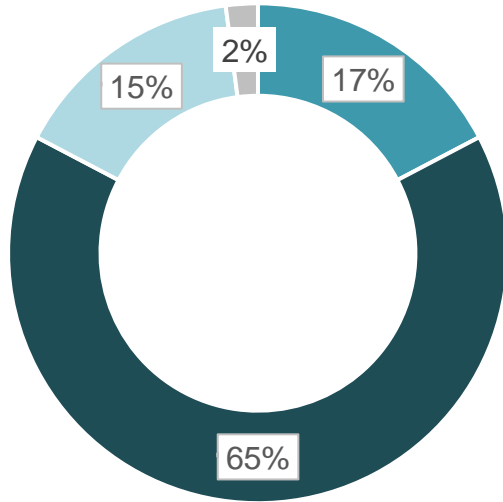
Für inhaltliche Rückfragen zu dieser Online-Befragung wenden Sie sich bitte an Frau Jana Koloczek ([jana.koloczek@ktg-karlsruhe-tourismus.de](mailto:jana.koloczek@ktg-karlsruhe-tourismus.de)) oder Herrn Marvin Assenmacher vom beauftragten Projektbüro ([marvin.assenmacher@projectm.de](mailto:marvin.assenmacher@projectm.de)).

Mit dem Klick auf „Weiter“ starten Sie die Befragung und erklären sich mit den Datenschutzbestimmungen der Umfrageplattform SurveyMonkey sowie der Datenverarbeitung bei PROJECT M zum Zwecke der Umfrage einverstanden.  
Hinweis: Die Datenschutzbestimmungen sind [hier](#) verlinkt.



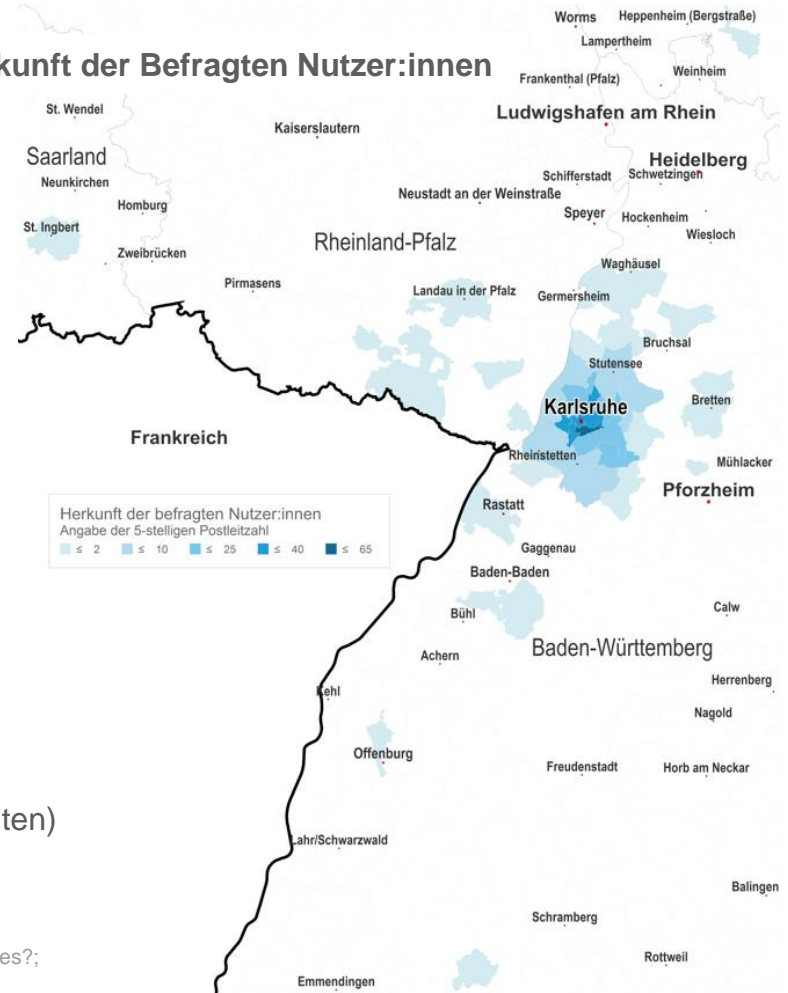
# 98% der Befragten sind Bewohner:innen aus Karlsruhe oder der Umgebung. 63 Befragte kommen aus dem PLZ-Gebiet 76137-KA Südstadt.

## Zuordnung der Befragten Nutzer:innen



- Ich wohne in der Karlsruher Innenstadt
- Ich wohne in Karlsruhe
- Ich wohne in der Umgebung (innerhalb von ca. 60 PKW-Minuten)
- Ich wohne nicht in Karlsruhe / der direkten Umgebung

## Herkunft der Befragten Nutzer:innen

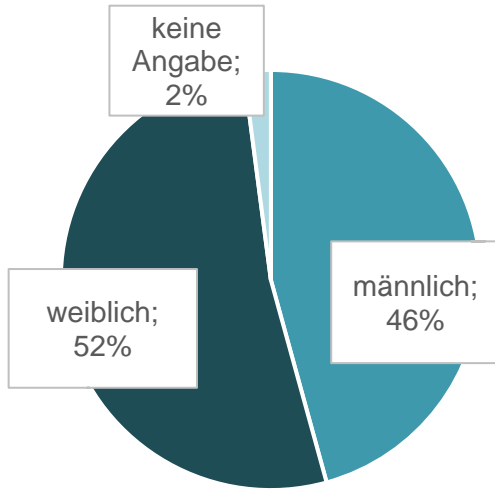


Frage: Welcher der folgenden Gruppen ordnen Sie sich zu?; Wie lautet die PLZ Ihres Wohnortes?;

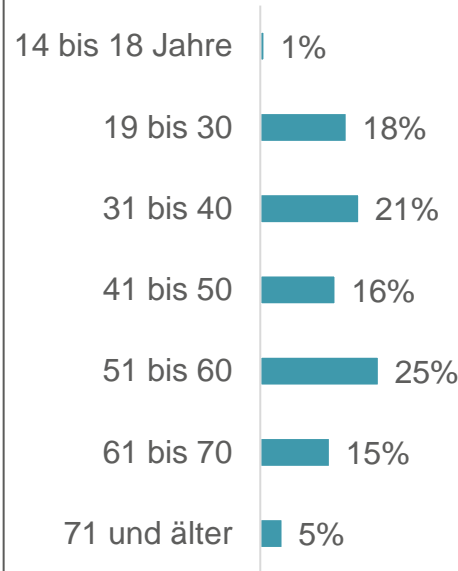


Von den Befragten ist ca. die Hälfte weiblich und ein Viertel zwischen 51 und 60 Jahren alt. Über ein Drittel besuchen den Marktplatz mehrmals pro Monat.

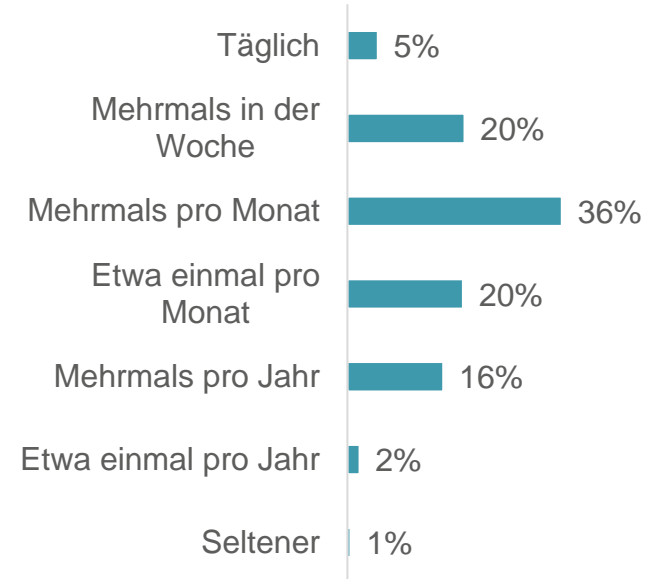
### Geschlechterverteilung



### Altersverteilung



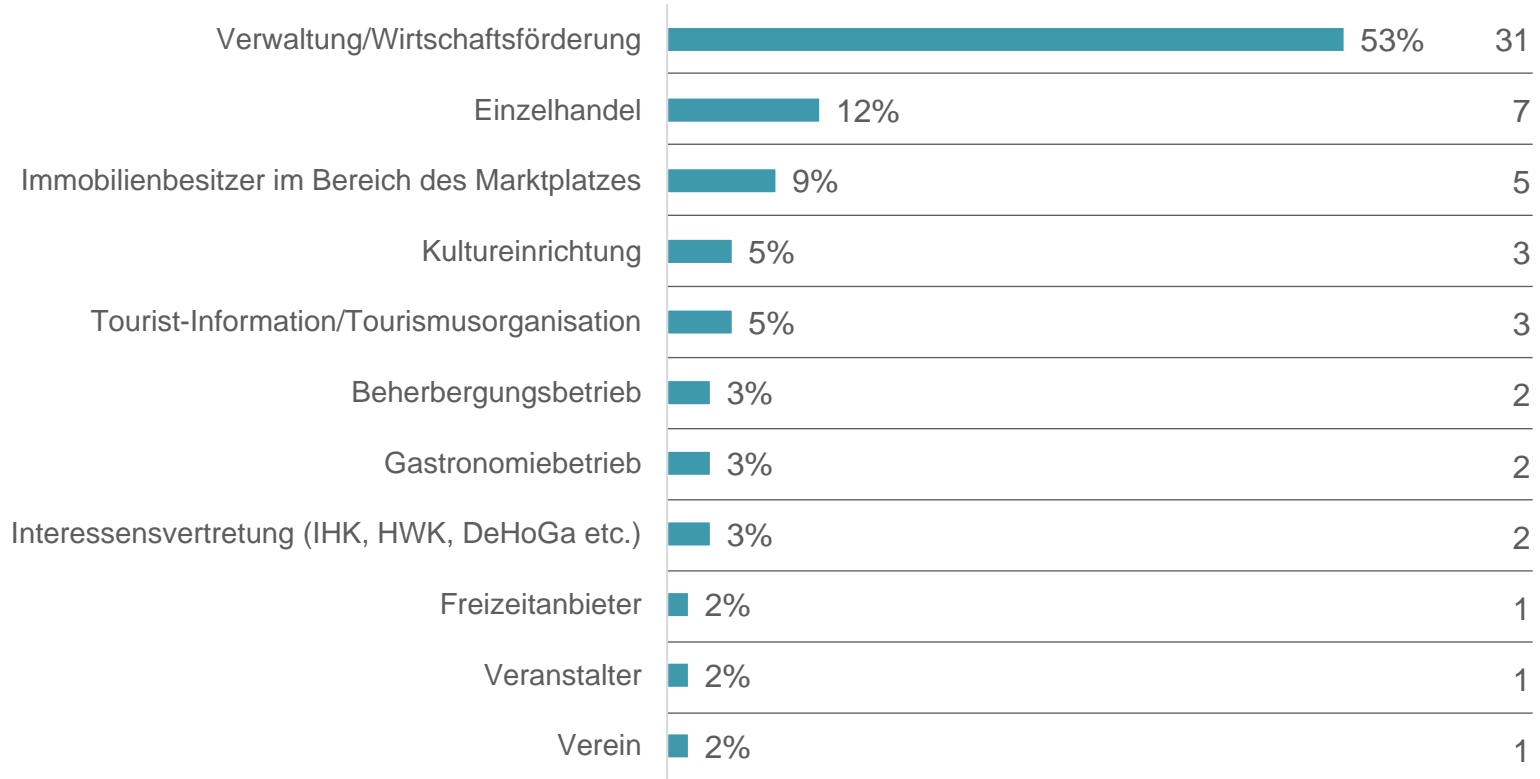
### Besuchshäufigkeit des Marktplatzes



Über die Hälfte der Befragten sind Akteure der Verwaltung / Wirtschaftsförderung. Ca. ein Zehntel sind Akteure des Einzelhandels.

### Zuordnung der befragten Akteure

Absolut



Frage: Welcher der folgenden Gruppen ordnen Sie sich zu?;

karlsruhe  
tourismus

PROJEKT M | Karlsruhe - Erlebnisraumkonzept Marktplatz

# Nutzung und Aufenthaltsqualität der Innenstadt

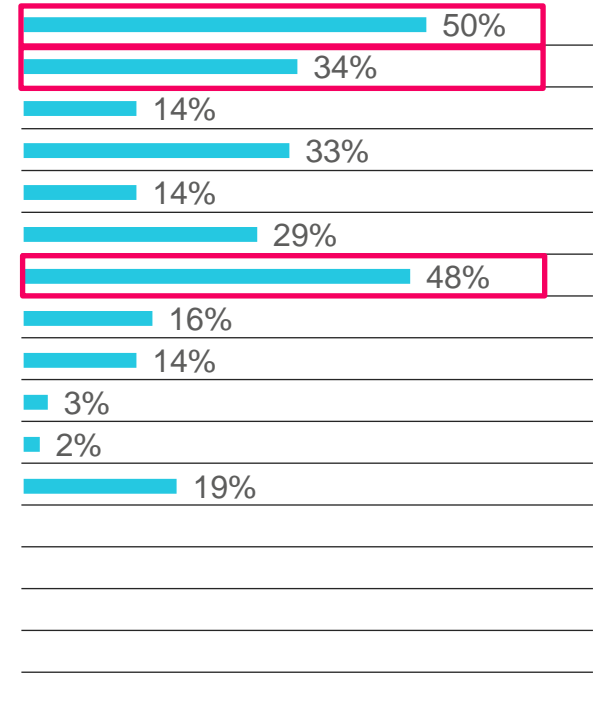
Ergebnisse der Nutzer:innen- und  
Leistungsanbieter:innen-Befragung  
2023 | PROJECT M

# Der häufigste Hauptbesuchsgrund der Karlsruher Innenstadt aus Sicht der Nutzer:innen und Akteure ist Shopping.

Hauptbesuchsgrund der Nutzer:innen



Wahrnehmung Hauptbesuchsgründe der Gäste der Akteure



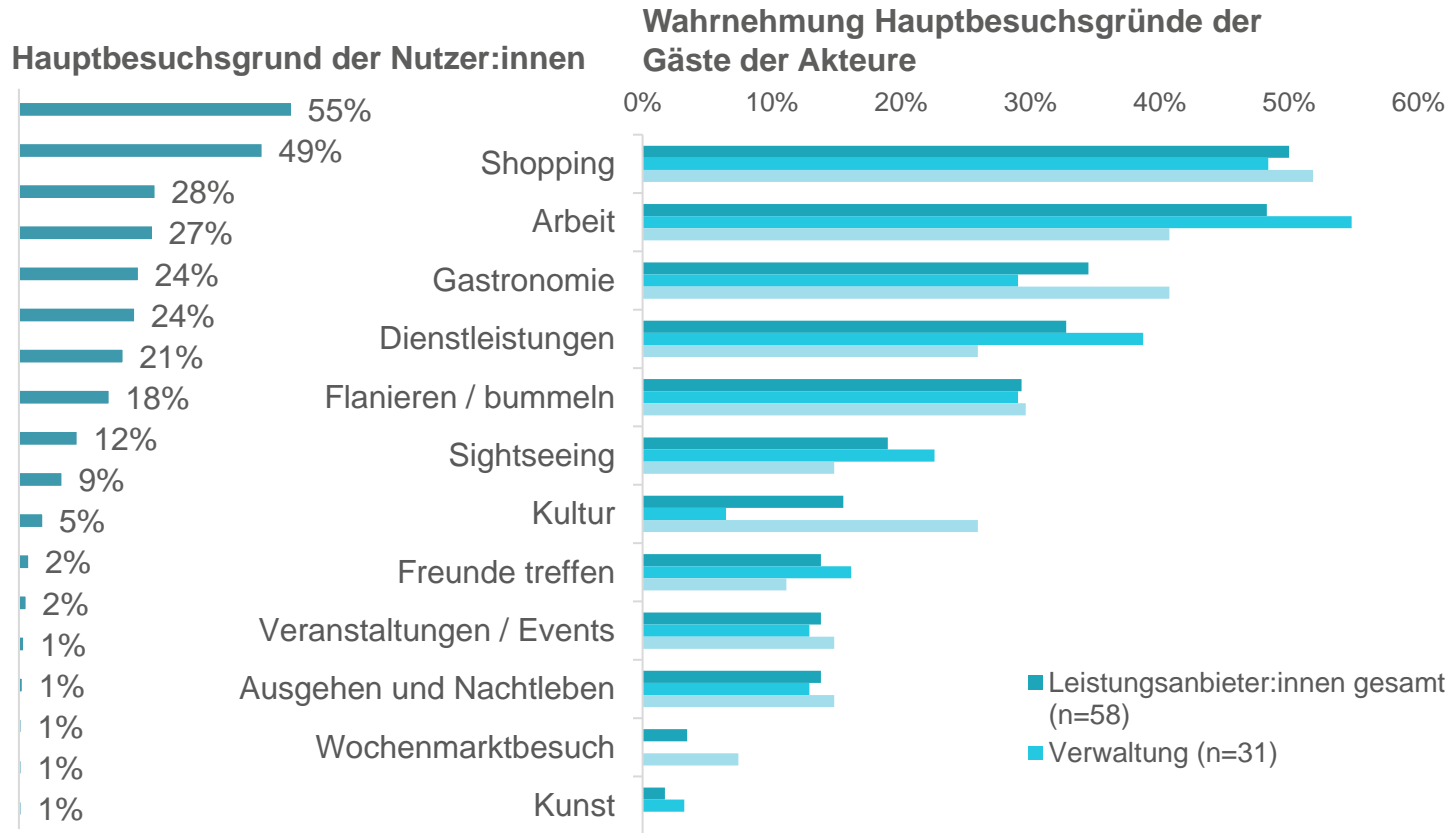
Frage: Was sind in der Regel die Hauptgründe für Ihren Besuch der Karlsruher Innenstadt? (Mehrfachnennungen möglich);

Was denken Sie sind in der Regel die Hauptgründe Ihrer Kund:innen/Gäste für einen Besuch der Karlsruher Innenstadt? (Mehrfachnennungen möglich);

Beispiel: alle Nutzer:innen, Angaben gemacht (n=386); alle Akteure, Angaben gemacht (n=59)

PROJECT M | Karlsruhe - Erlebnisraumkonzept Marktplatz

# Sowohl die Nutzer:innen als auch die Akteure (gesamt) benennen Shopping und Gastronomie als zwei der Top 3 Hauptbesuchsgründe.



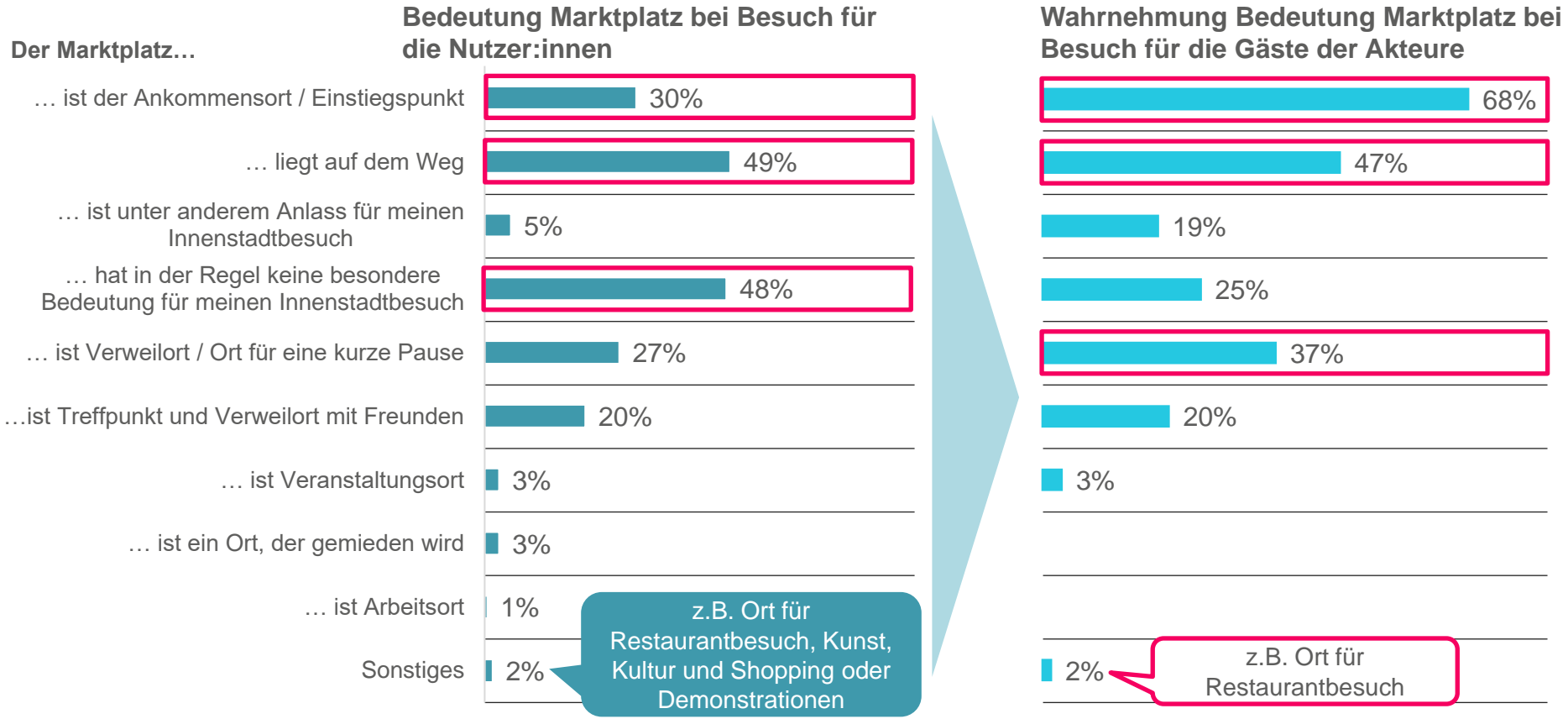
Frage: Was sind in der Regel die Hauptgründe für Ihren Besuch der Karlsruher Innenstadt? (Mehrfachnennungen möglich);

Was denken Sie sind in der Regel die Hauptgründe Ihrer Kund:innen/Gäste für einen Besuch der Karlsruher Innenstadt? (Mehrfachnennungen möglich);

Beispiel: alle Nutzer:innen, Angaben gemacht (n=386); alle Akteure, Angaben gemacht (n=59)

PROJECT M | Karlsruhe - Erlebnisraumkonzept Marktplatz

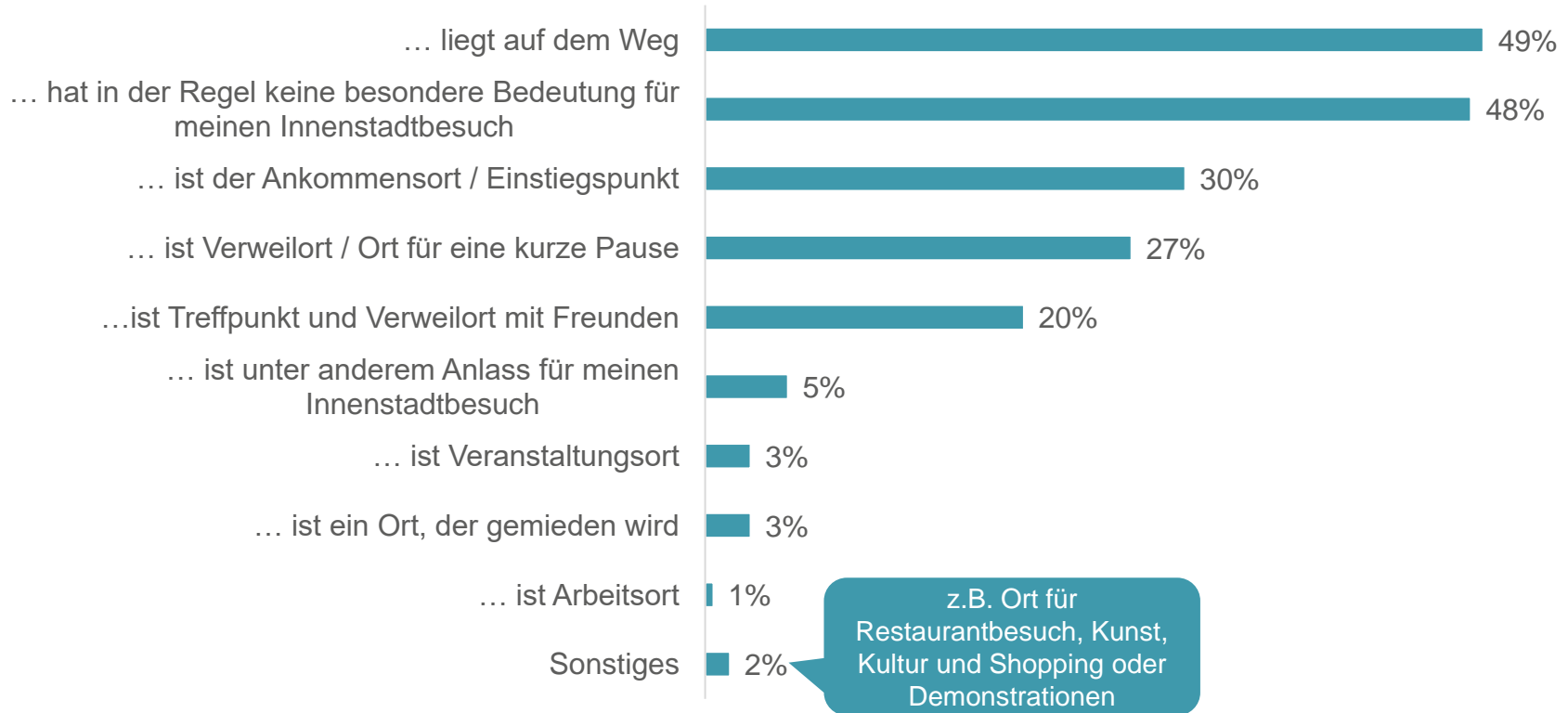
# In beiden Gruppen in der Top 3 vertreten: Der Marktplatz als Ankommensort und Platz, der auf dem Weg liegt.



# Die Top 3 der Nutzer:innen: Der Marktplatz liegt auf dem Weg, hat i.d.R. keine besondere Bedeutung und ist Ankommensort.

## Bedeutung Marktplatz bei Besuch für die Nutzer:innen

Der Marktplatz...

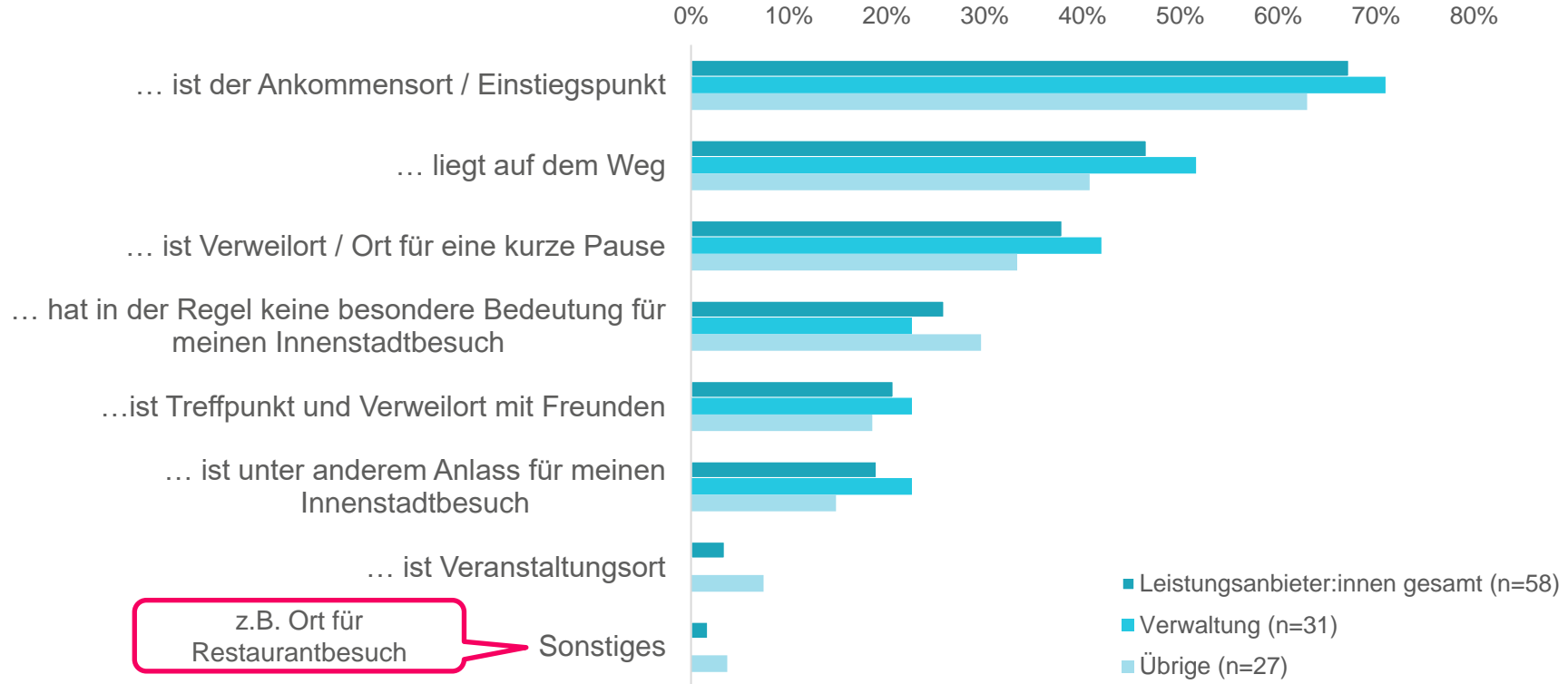




# Die Top 3 der Akteure auch im Gruppen Vergleich: Der Marktplatz ist Ankommensort, liegt auf dem Weg und ist Verweilort.

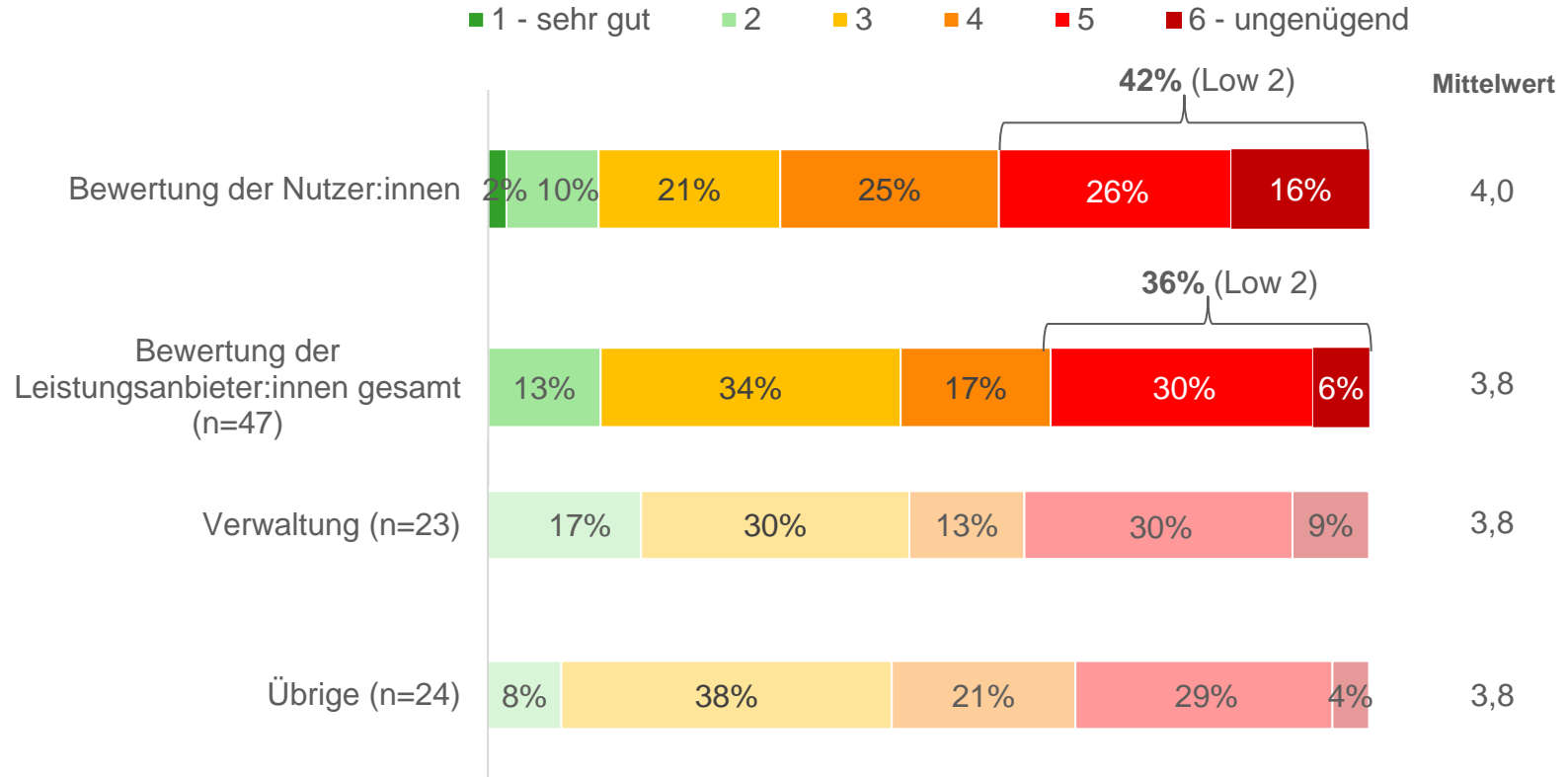
Wahrnehmung Bedeutung Marktplatz bei Besuch für die Gäste der Akteure

Der Marktplatz...



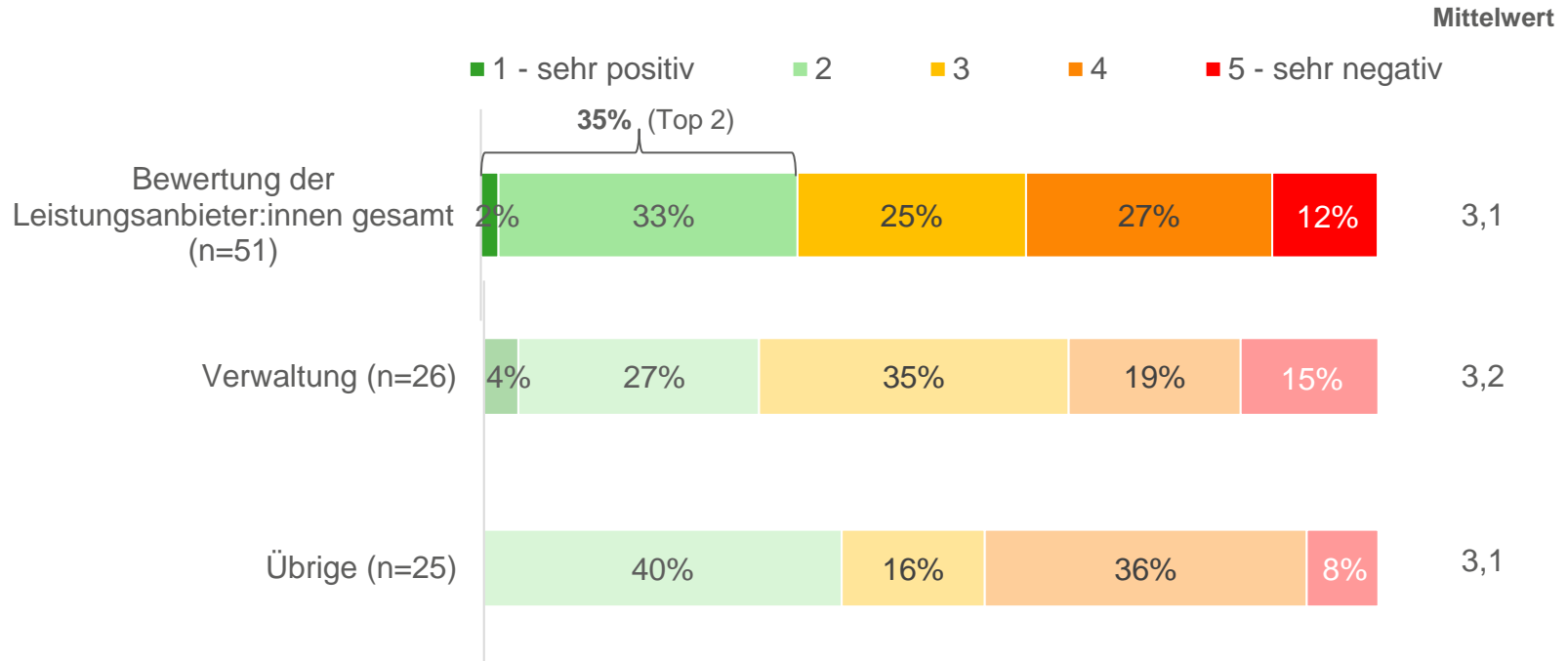
# Über ein Drittel in beiden Befragtengruppen bewerten die Aufenthaltsqualität mit mangelhaft oder ungenügend.

## Aktuelle Aufenthaltsqualität des Karlsruher Marktplatzes



# Ein Drittel der Akteure (gesamt) ist der Meinung, dass sich die Aufenthaltsqualität in den letzten 10 Jahren (sehr) positiv entwickelt hat.

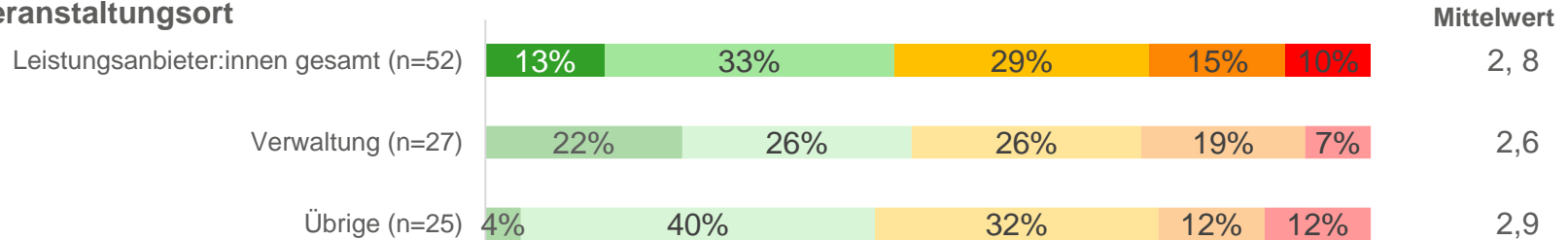
## Entwicklung der Aufenthaltsqualität des Karlsruher Marktplatzes



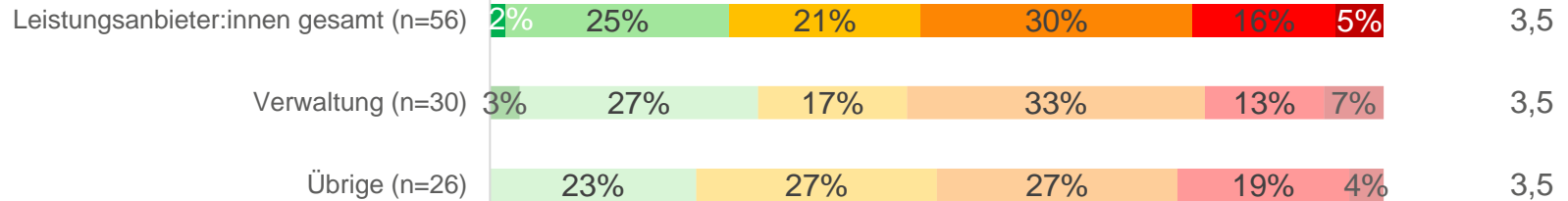
# Am besten bewertet mit einem Durchschnitt von 2,8 (gesamt) wird die räumliche/städtebauliche Qualität des Marktplatzes als Veranstaltungsort.

## Bewertung der räumlichen/städtebaulichen Qualität des Marktplatzes durch die Akteure

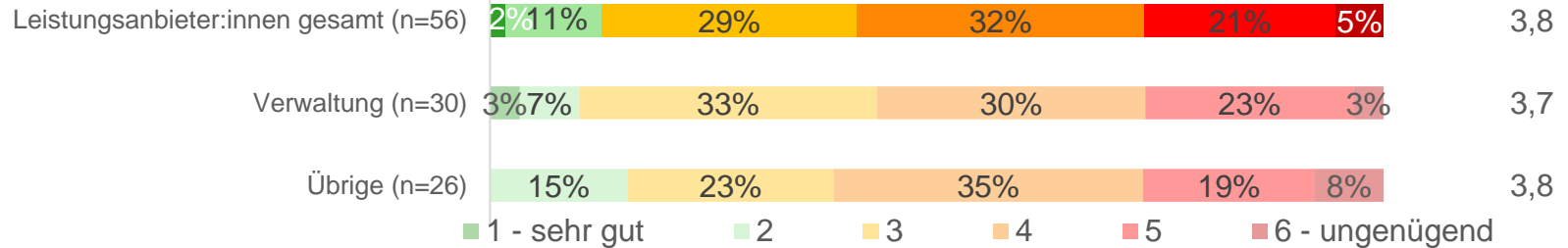
### als Veranstaltungsort



### als Shopping-Erlebnis



### als sozialer Treffpunkt

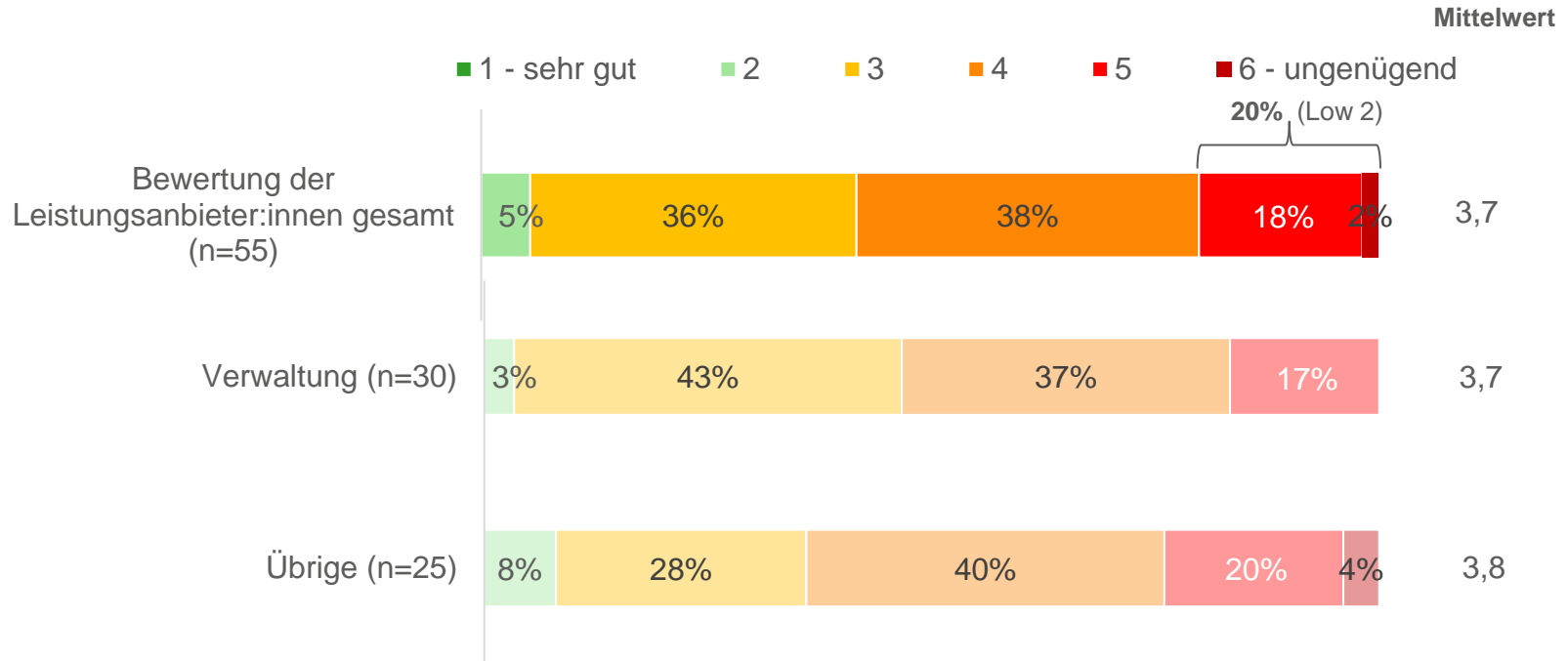


1 - sehr gut    2    3    4    5    6 - ungenügend



# Ein Fünftel der gesamten Akteure bewertet den Angebots- und Funktionsmix des Marktplatzes mit mangelhaft oder ungenügend.

## Bewertung des Angebots- und Funktionsmixes durch die Akteure



Frage: Wie bewerten Sie den Angebots- und Funktionsmix? (Schulnoten-Skala von 1 = sehr gut bis 6 = ungenügend);

Bezie: alle Akteure, Angaben gemacht (n=55)

# Status Quo

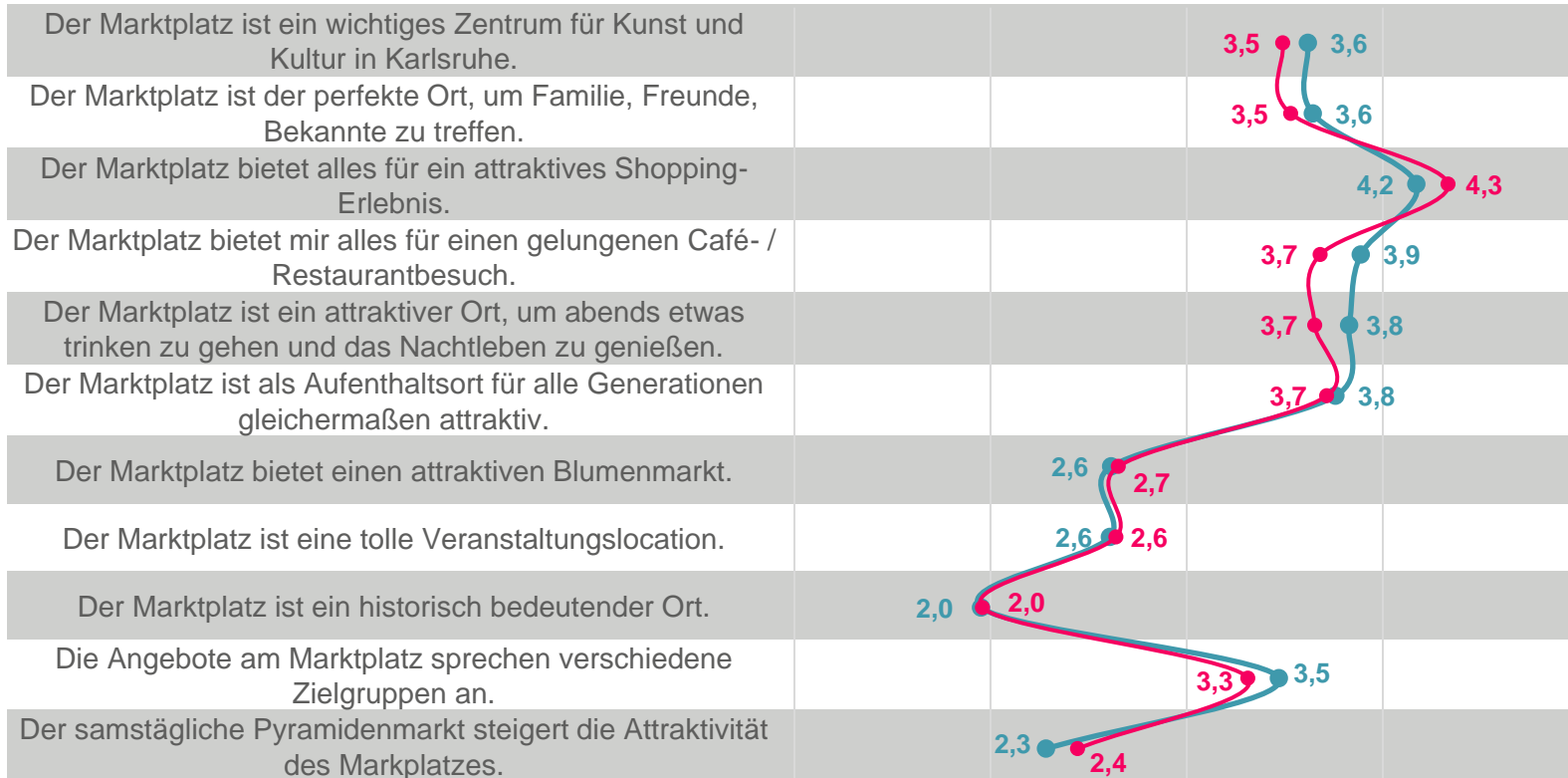
Ergebnisse der Nutzer:innen- und  
Leistungsanbieter:innen-Befragung  
2023 | PROJECT M

# Die durchschnittlichen Einschätzungen der Nutzer:innen und Leistungsanbieter:innen zeigen übereinstimmende Meinungen beider Gruppen.

## Bewertung einzelner Aussagen zum Karlsruher Marktplatz – durchschnittliche Zustimmung

1 – Stimme voll zu

5 – Stimme nicht zu



— Nutzer:innen

— Leistungsanbieter:innen

Frage: Inwieweit stimmen Sie den folgenden Aussagen zum Karlsruher Marktplatz zu?;

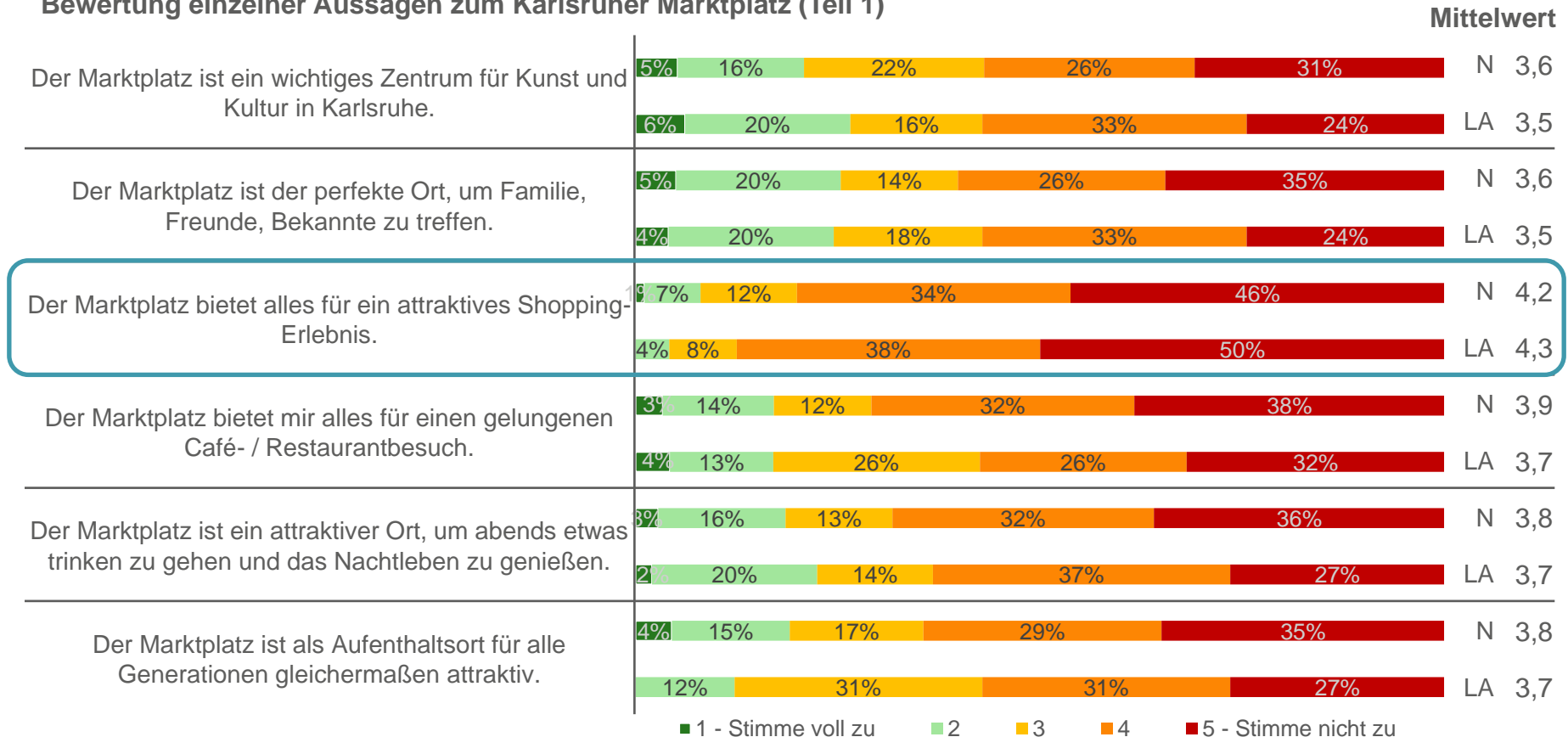
Quelle: alle Nutzer:innen, Angaben gemacht (n=299-361); alle Akteure, Angaben gemacht (n=45-50)

PROJECT M | Karlsruhe - Erlebnisraumkonzept Marktplatz



# Am wenigsten stimmen die Befragten beider Gruppen der Aussage zu, der Marktplatz biete alles für ein attraktives Shopping-Erlebnis.

## Bewertung einzelner Aussagen zum Karlsruher Marktplatz (Teil 1)



Frage: Inwieweit stimmen Sie den folgenden Aussagen zum Karlsruher Marktplatz zu?;

Basis: alle Nutzer:innen, Angaben gemacht (n=299-361); alle Akteure, Angaben gemacht (n=45-50)

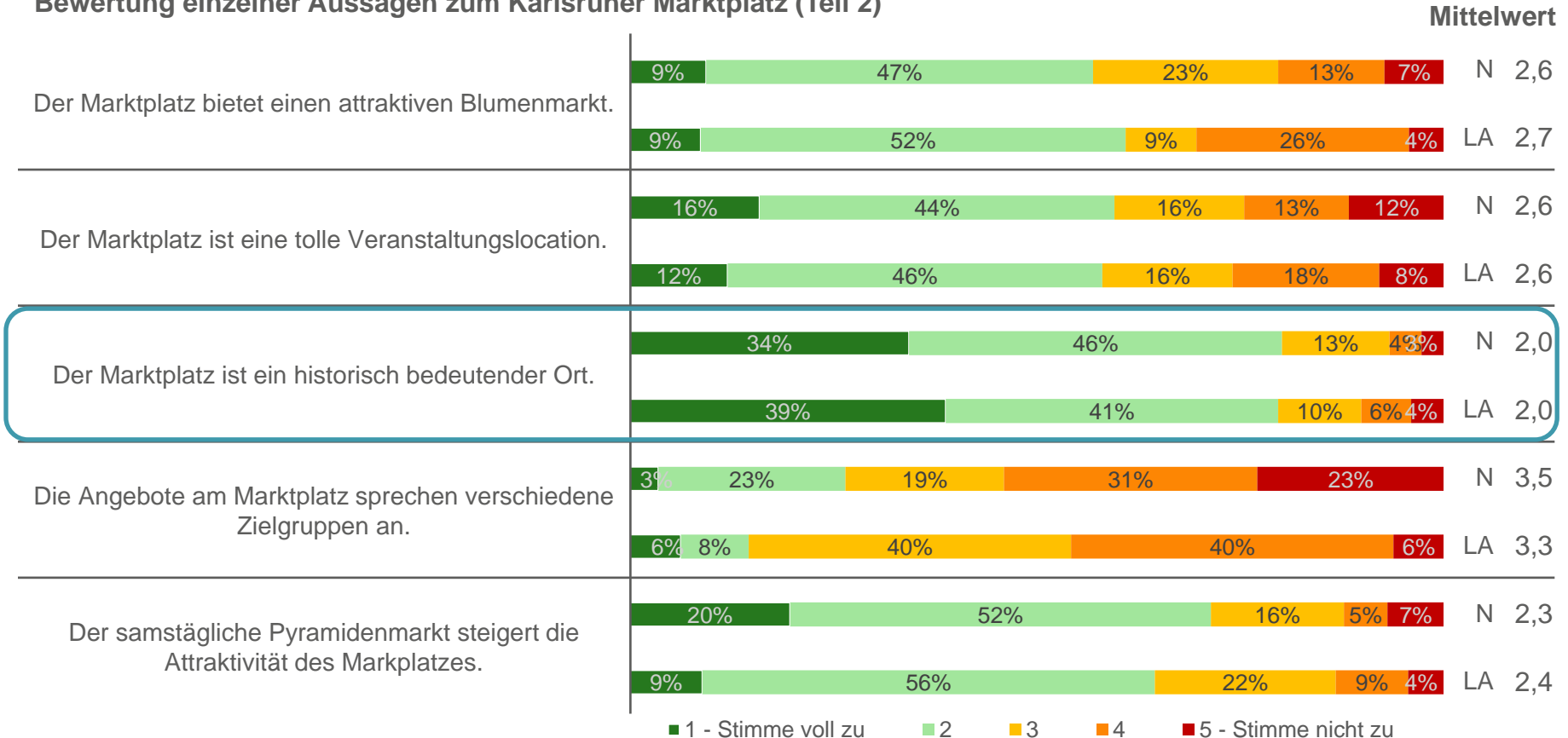
PROJECT M | Karlsruhe - Erlebnisraumkonzept Marktplatz





# Die meiste Zustimmung in beiden Befragtengruppen erhält die Aussage: Der Marktplatz ist ein historisch bedeutsamer Ort.

## Bewertung einzelner Aussagen zum Karlsruher Marktplatz (Teil 2)



Frage: Inwieweit stimmen Sie den folgenden Aussagen zum Karlsruher Marktplatz zu?;

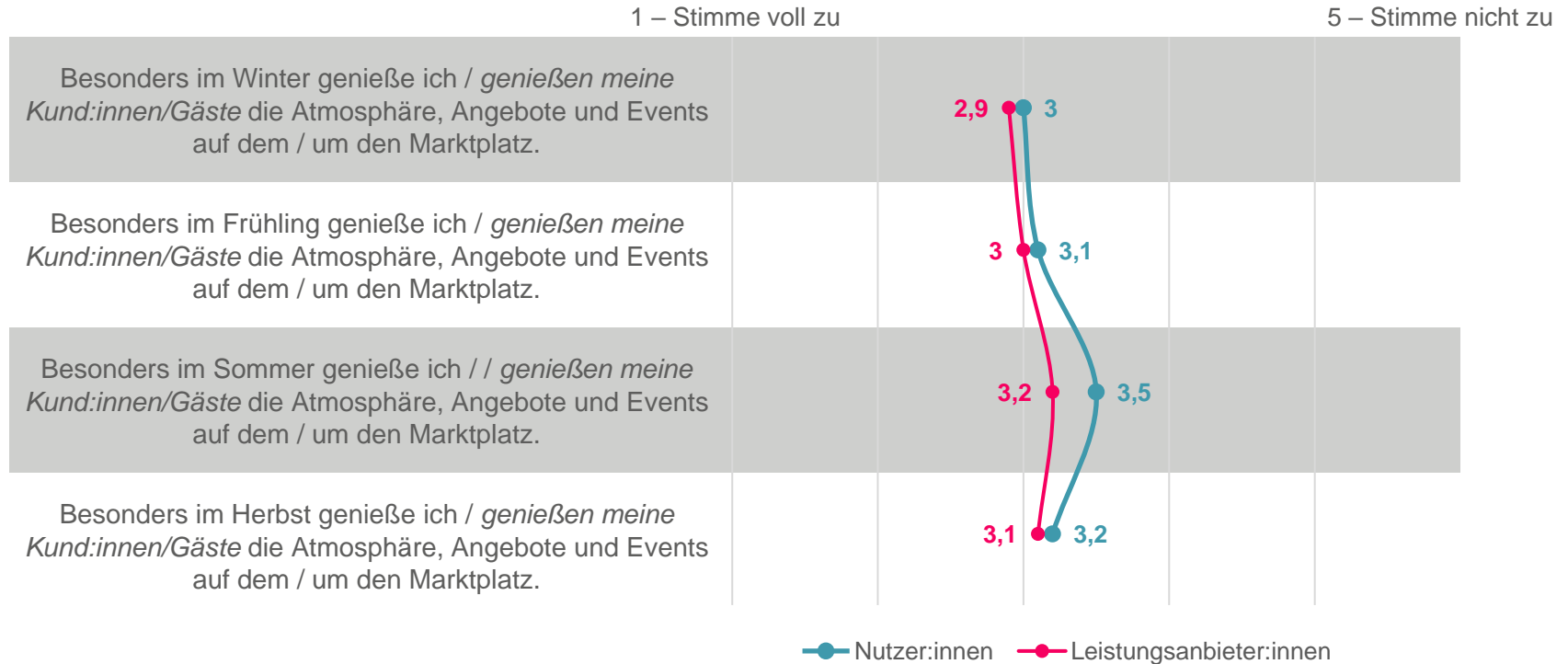
Beispiel: alle Nutzer:innen, Angaben gemacht (n=299-361); alle Akteure, Angaben gemacht (n=45-50)

PROJECT M | Karlsruhe - Erlebnisraumkonzept Marktplatz



# Die Nutzer:innen bewerten die Erlebnisqualität des Marktplatzes im Jahresverlauf durchschnittlich etwas schlechter als die Akteure.

## Beurteilung des Erlebnisangebots auf dem Karlsruher Marktplatz im Jahresverlauf

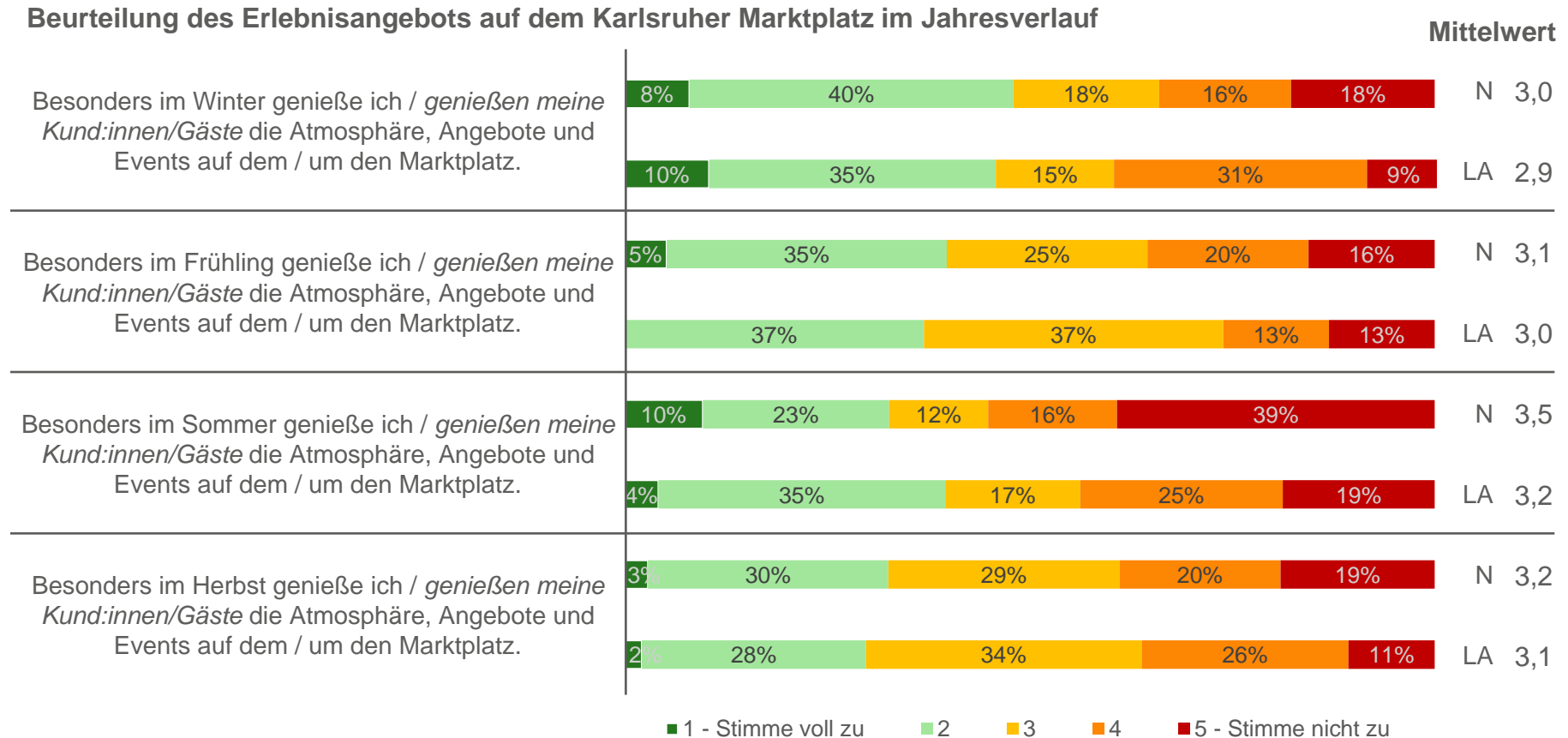


Frage: Zu welcher Jahreszeit halten Sie sich besonders gerne am Marktplatz auf?; Bitte beurteilen Sie die Atmosphäre und das Erlebnisangebot im saisonalen Jahresverlauf.;

Quelle: alle Nutzer:innen, Angaben gemacht (n=347-352); alle Akteure, Angaben gemacht (n=48-49)

PROJECT M | Karlsruhe - Erlebnisraumkonzept Marktplatz

# Am meisten Zustimmung erhält das Statement zum Erlebnisangebot am Marktplatz im Winter. Etwas schlechter im Jahresvergleich wird dieses im Sommer bewertet.



Frage: Inwieweit stimmen Sie den folgenden Aussagen zum Karlsruher Marktplatz zu?; Bitte beurteilen Sie die Atmosphäre und das Erlebnisangebot im saisonalen Jahresverlauf.;

Beitrag aller Nutzer:innen, Angaben gemacht (n=347-352); alle Akteure, Angaben gemacht (n=48-49)

PROJECT M | Karlsruhe - Erlebnisraumkonzept Marktplatz



# Der beliebteste Grund für einen Aufenthalt am Marktplatz ist unter den Nutzer:innen mit 222 Nennungen der Weihnachtsmarkt im Winter.

## Beliebte Gründe für den Aufenthalt am Marktplatz im Jahresverlauf

Winter	Frühling	Sommer	Herbst
Weihnachtsmarkt (222/253)	Kein besonderer Grund (37/168)	Kein besonderer Grund (84/198)	Kein besonderer Grund (40/138)
Kein besonderer Grund	Märkte, z.B. Blumen- oder Pyramidenmarkt (35/168)	Gastronomie	Veranstaltungen, z.B. das Stadtfest
Märkte, z.B. Blumen- oder Pyramidenmarkt	Gastronomie (34/168)	Springbrunnen / Wasserspiele	Märkte, z.B. Blumen- oder Pyramidenmarkt
Treffpunkt	Gutes Wetter lädt zum verweilen ein (33/168)	Märkte, z.B. Blumen- oder Pyramidenmarkt	Gastronomie
Fastnachtveranstaltung	Treffpunkt	Gutes Wetter lädt zum verweilen ein	Gutes Wetter lädt zum verweilen ein
Gastronomie	Fest der Sinne	Treffpunkt	Treffpunkt
Shopping	Shopping	Schlossspiele / Schlosspark	Shopping
	Weitere Veranstaltungen, z.B. Demonstrationen	Weitere Veranstaltungen, z.B. Fest der Sinne	

häufigste Nennungen je Kategorie (Anzahl Nennungen/Befragte, Angaben gemacht)

Frage: Welche Angebote, Veranstaltungen, Highlights oder andere Gründe (wie Freunde treffen etc.) führen dazu, dass Sie besonders im Winter gerne am Marktplatz sind? →

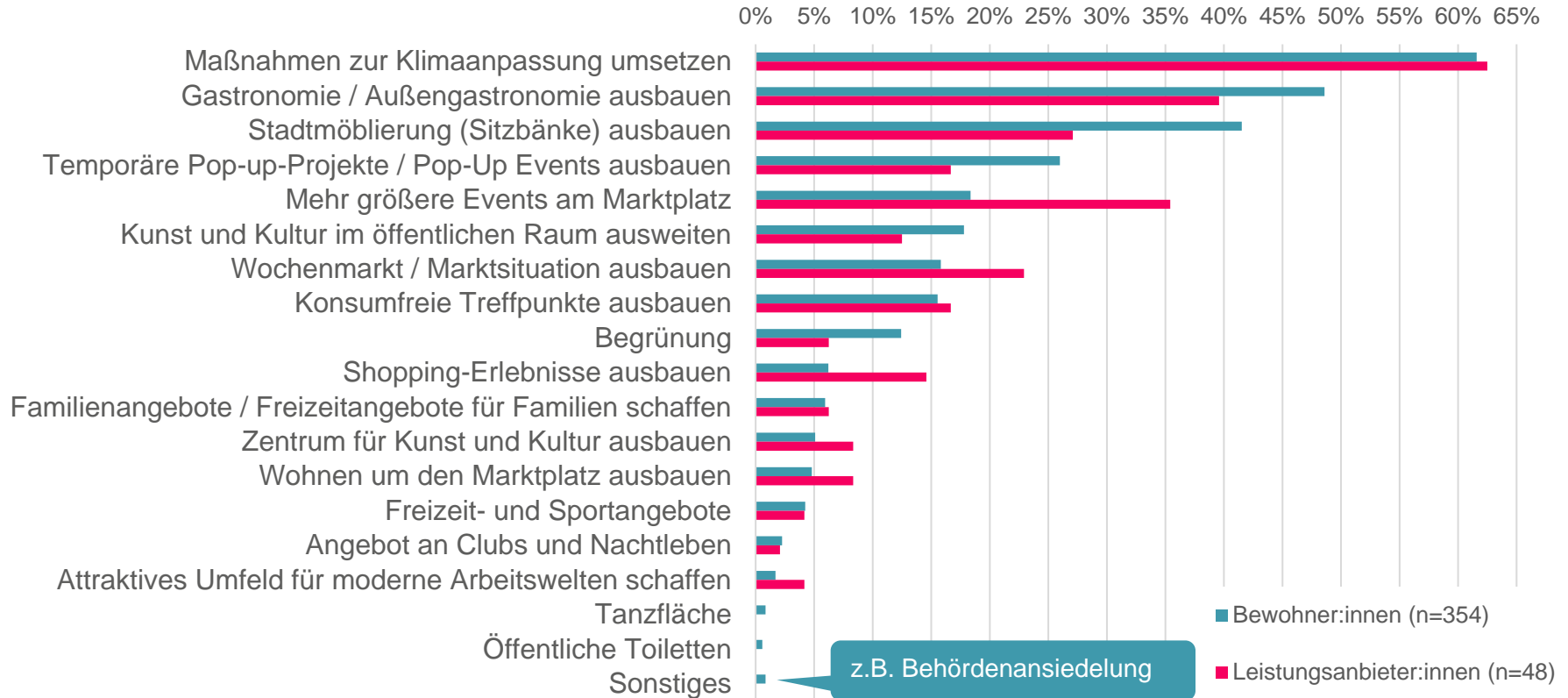
Falls abgefragt für Frühling, Sommer und Herbst; Basis: alle Nutzer:innen, Angaben gemacht (n=138-253)

PROJECT M | Karlsruhe - Erlebnisraumkonzept Marktplatz



# Nutzer:innen und Akteure sind sich einig: Das größte Entwicklungspotenzial steckt in der Umsetzung von Maßnahmen zur Klimaanpassung.

## Entwicklungspotenziale zur Aufwertung / Attraktivitätssteigerung des Marktplatzes



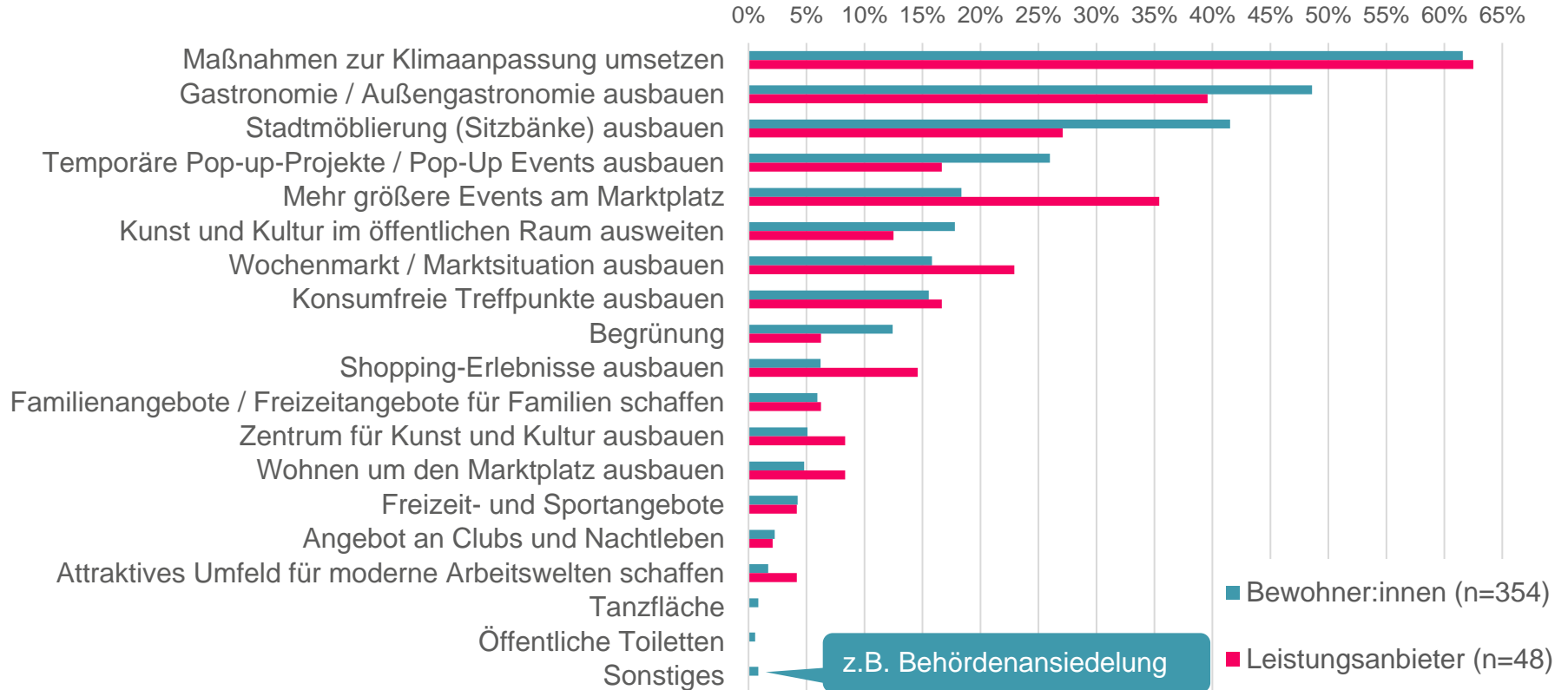
Frage: Wo sehen Sie in Zukunft die größten Entwicklungspotenziale zur Aufwertung / Attraktivitätssteigerung des Marktplatzes? (Mehrfachnennungen möglich);

Quelle: alle Befragten, Angaben gemacht (Nutzer:innen n=354 und Akteure n=48)

PROJECT M | Karlsruhe - Erlebnisraumkonzept Marktplatz

# Nutzer:innen und Akteure sind sich einig: Das größte Entwicklungspotenzial steckt in der Umsetzung von Maßnahmen zur Klimaanpassung.

## Entwicklungspotenziale zur Aufwertung / Attraktivitätssteigerung des Marktplatzes



Frage: Wo sehen Sie in Zukunft die größten Entwicklungspotenziale zur Aufwertung / Attraktivitätssteigerung des Marktplatzes? (Mehrfachnennungen möglich);

Quelle: alle Befragten, Angaben gemacht (Nutzer:innen n=354 und Akteure n=48)

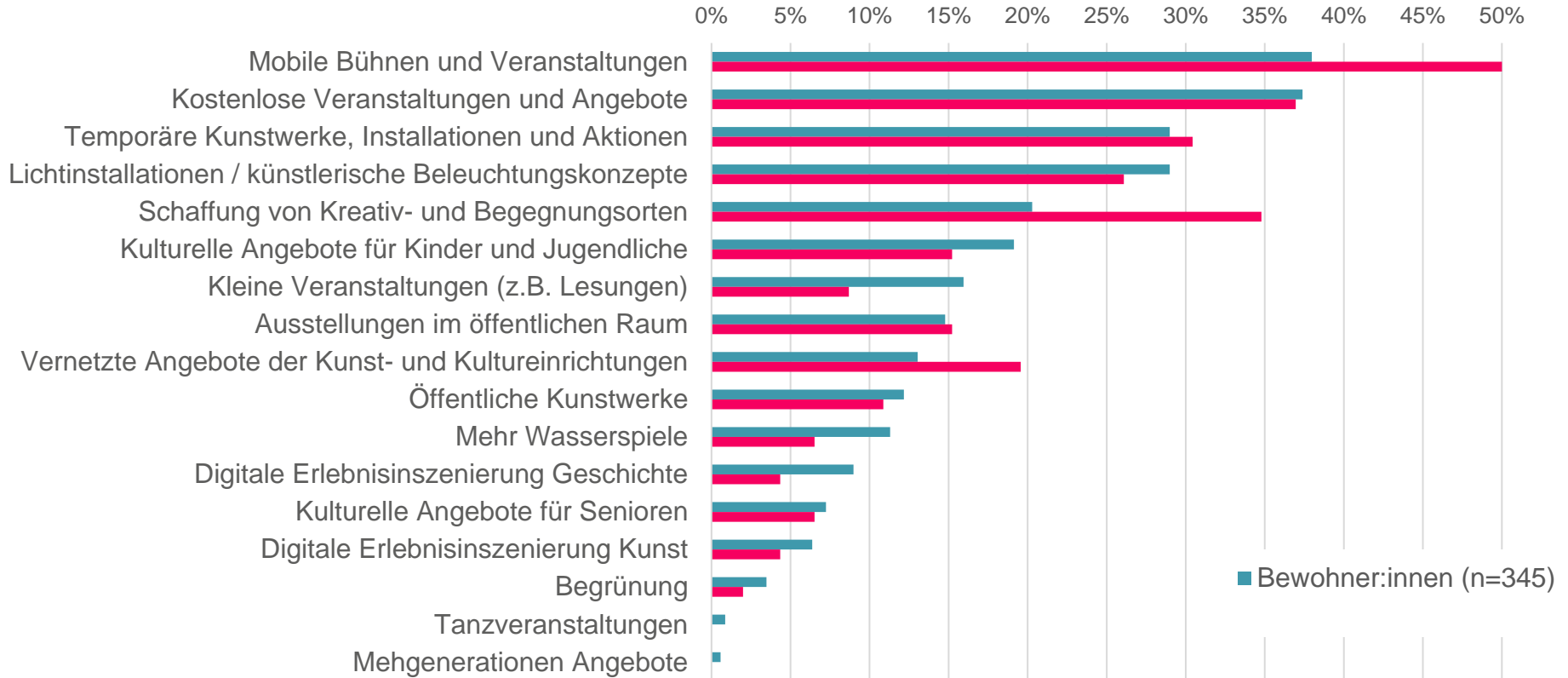
PROJECT M | Karlsruhe - Erlebnisraumkonzept Marktplatz

# Umsetzungsansätze

Ergebnisse der Nutzer:innen- und  
Leistungsanbieter:innen-Befragung  
2023 | PROJECT M

# Im Bereich Kunst und Kultur wünschen sich die Hälfte der Akteure und über ein Drittel der Nutzer:innen mobile Bühnen und Veranstaltungen.

## Zukünftige Fokusthemen im Bereich Kunst und Kultur

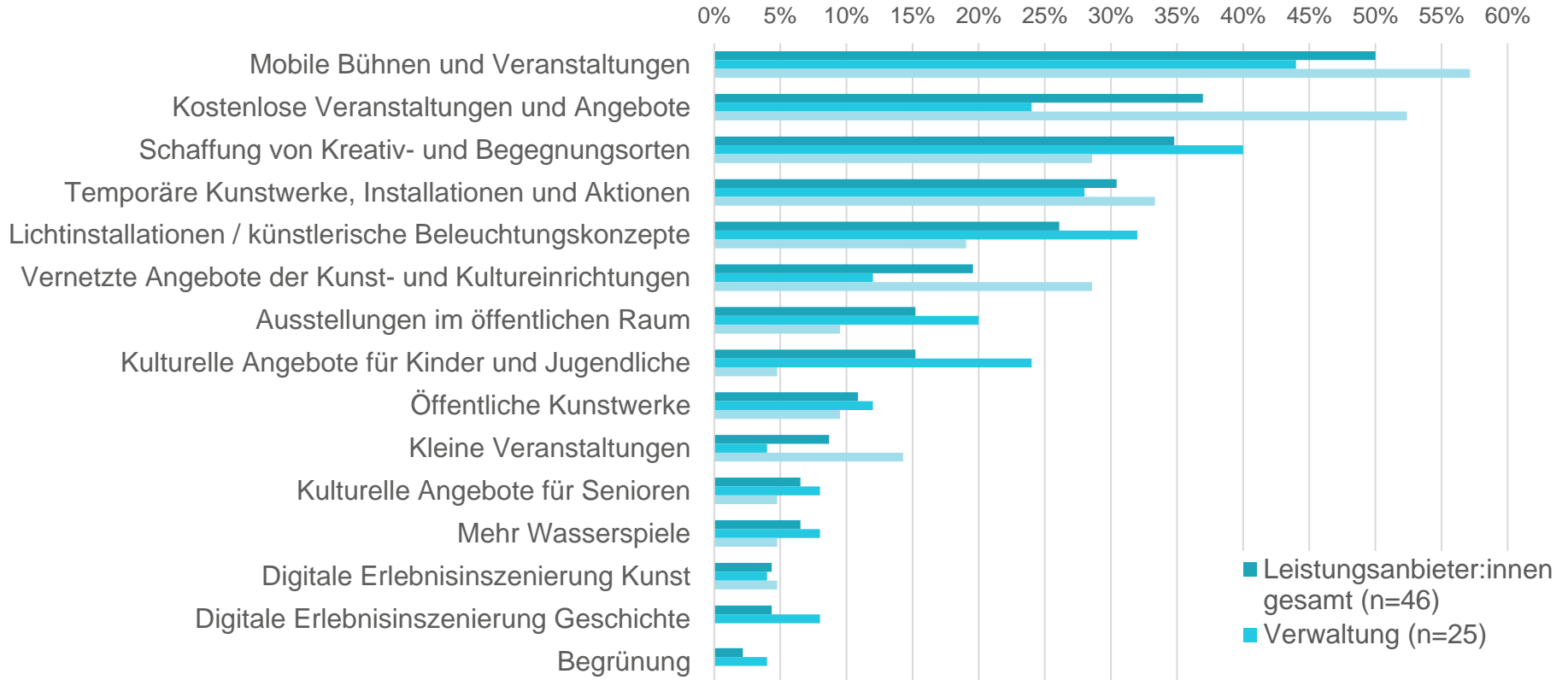


Frage: Auf welche der folgenden Angebote oder Faktoren im Bereich Kunst und Kultur, sollte in Zukunft am Marktplatz der Fokus gelegt und diese dementsprechend gestärkt und ausgebaut werden? (Mehrfachnennungen möglich); Basis: alle Befragten, Angaben gemacht (Nutzer:innen n=345 und Akteure n=46)



# Unterschieden in Verwaltung und übrige Akteure zeigen sich deutliche Unterschiede im Ranking der zukünftigen Fokusthemen.

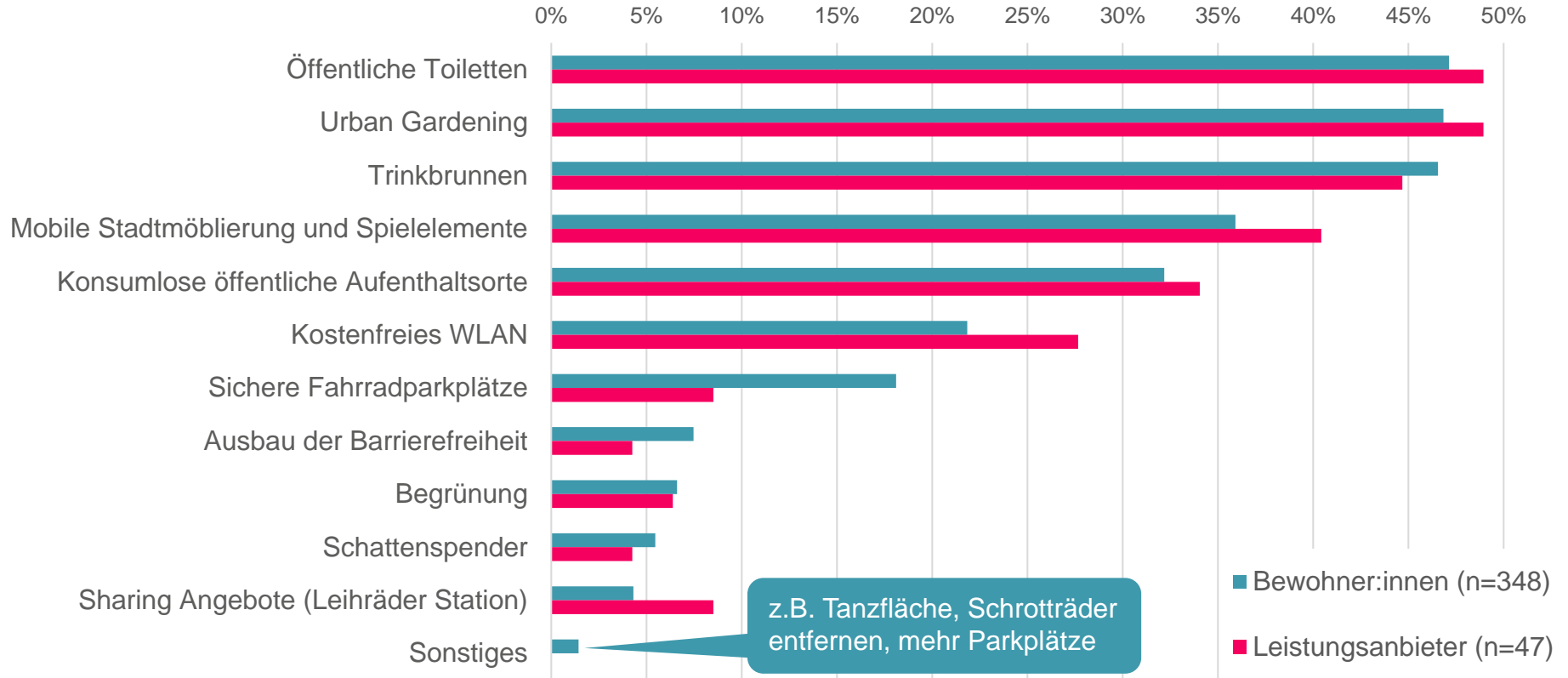
## Zukünftige Fokusthemen im Bereich Kunst und Kultur



Frage: Auf welche der folgenden Angebote oder Faktoren im Bereich Kunst und Kultur, sollte in Zukunft am Marktplatz der Fokus gelegt und diese dementsprechend gestärkt und ausgebaut werden? (Mehrfachnennungen möglich); Basis: alle Befragten, Angaben gemacht (Akteure n=46)

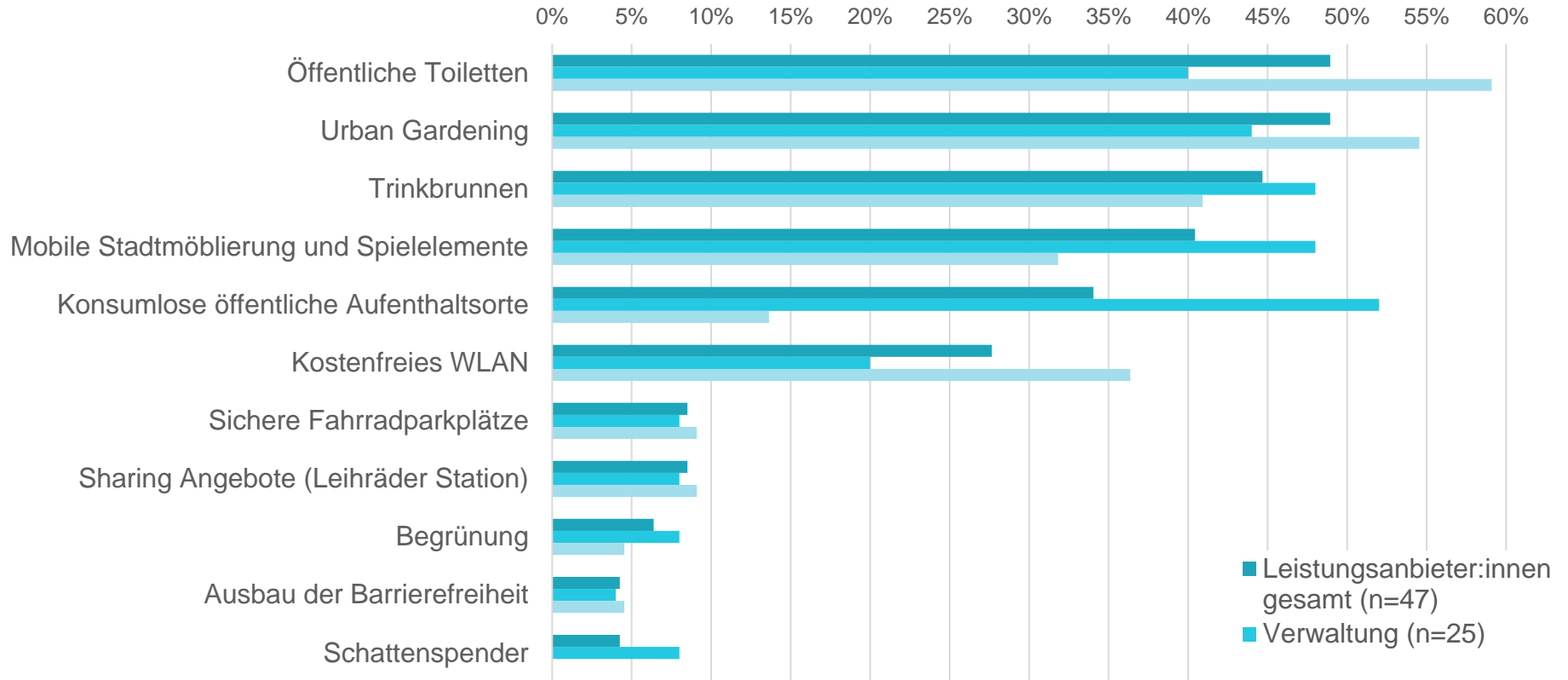
# Die Top 3 zukünftigen Fokusthemen der Befragten im Bereich Aufenthaltsqualität und Mobilität: Öffentliche Toiletten, Urban Gardening & Trinkbrunnen.

## Zukünftige Fokusthemen im Bereich Aufenthaltsqualität und Mobilität



# Auch im Bereich Aufenthaltsqualität und Mobilität unterscheidet sich die Einordnung der Verwaltung von der der übrigen Akteure.

## Zukünftige Fokusthemen im Bereich Aufenthaltsqualität und Mobilität

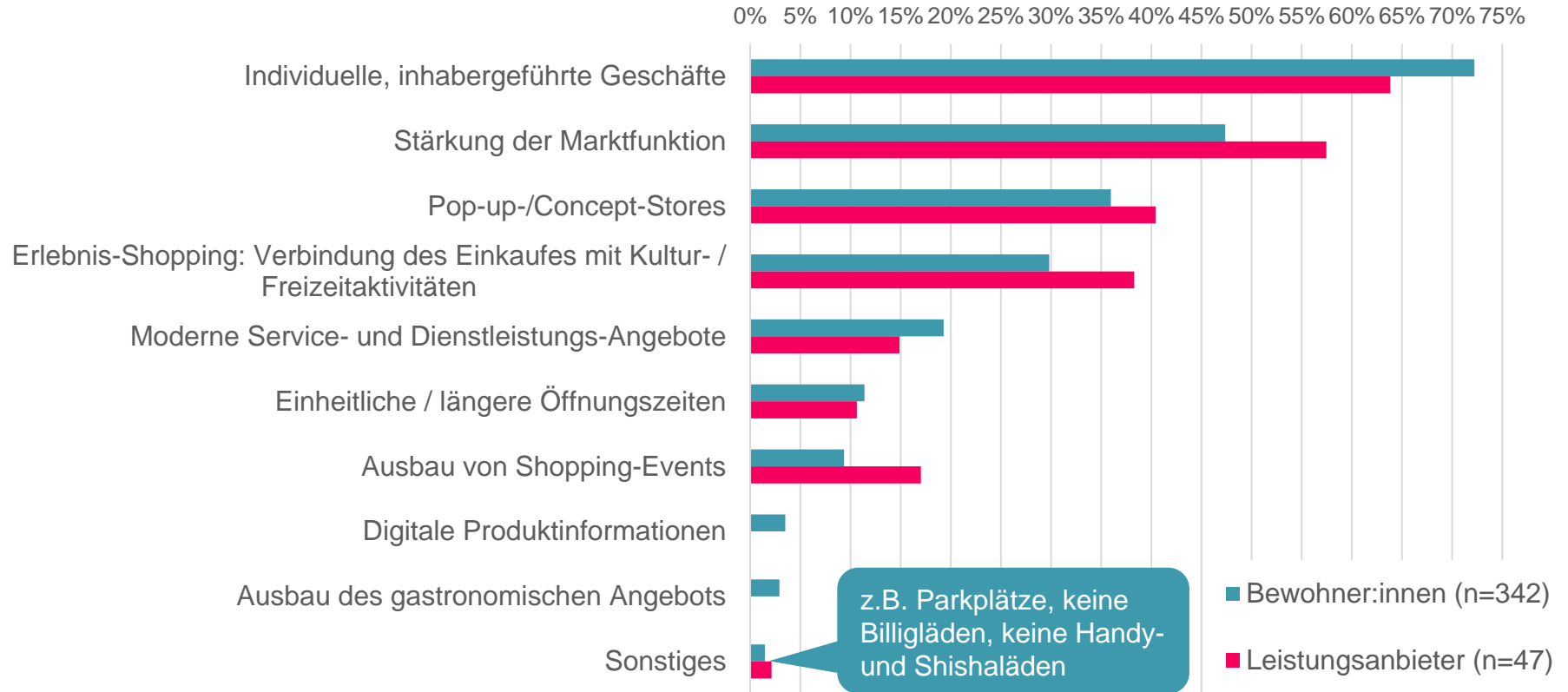


Frage: Welche der folgenden Angebote oder Faktoren im Bereich Aufenthaltsqualität / Mobilität sollten in Zukunft am Marktplatz umgesetzt, gestärkt und verbessert/ausgebaut

werden? (Mehrfachnennungen möglich); Basis: alle Befragten, Angaben gemacht (Akteure n=47)

# Bei beiden Befragten Gruppen auf Platz 1 zukünftiger Fokusthemen im Bereich Einkaufen und Dienstleistungen: individuelle, inhabergeführte Geschäfte

## Zukünftige Fokusthemen im Bereich Einkaufen und Dienstleistungen



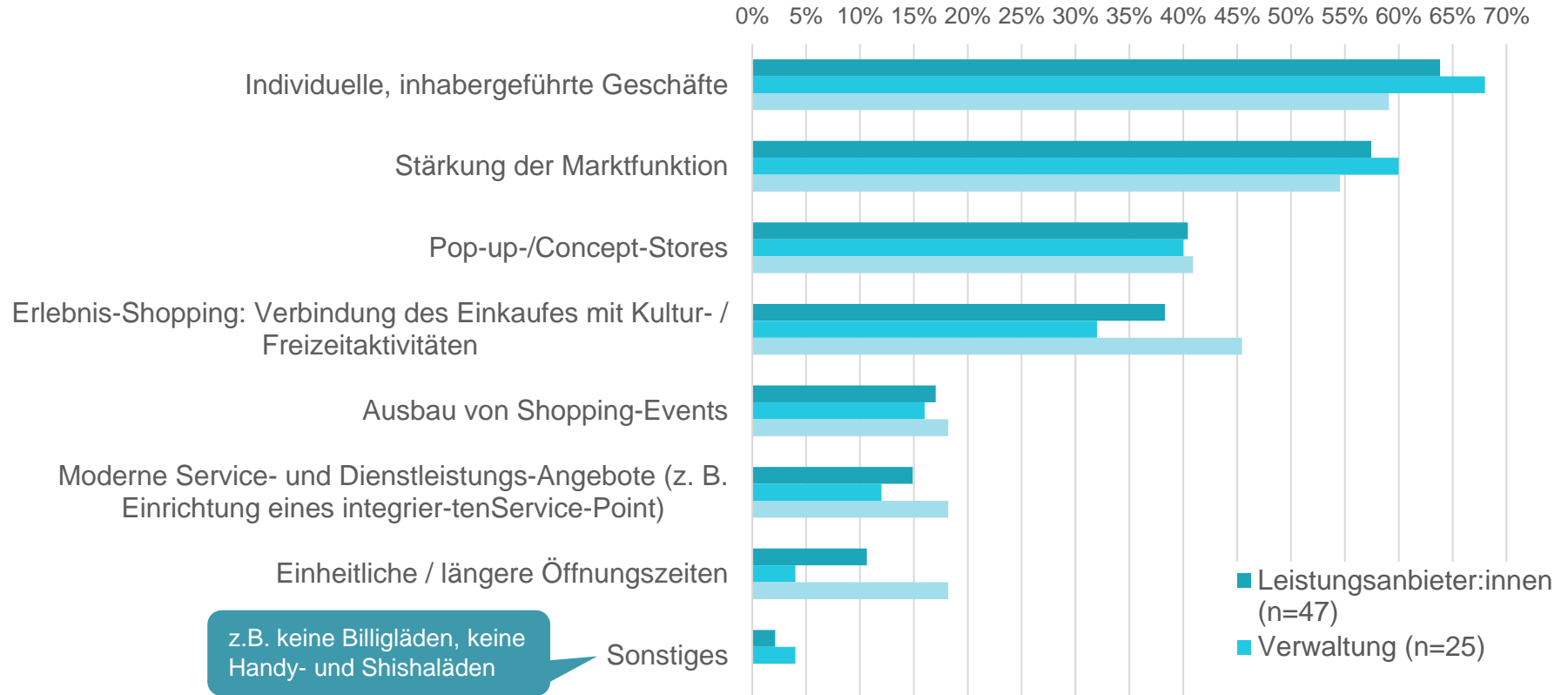
Frage: Welche der folgenden Angebote oder Faktoren im Bereich Einkaufen und Dienstleistungen sollten in Zukunft am Marktplatz verbessert/ausgebaut werden?

(Mehrfachnennungen möglich); Basis: alle Befragten, Angaben gemacht (Nutzer:innen n=342 und Akteure n=47)

PROJECT M | Karlsruhe - Erlebnisraumkonzept Marktplatz

# Platz 3 und 4 der künftigen Fokusthemen sind in der Bewertung der Verwaltung und der übrigen Akteure vertauscht.

## Zukünftige Fokusthemen im Bereich Einkaufen und Dienstleistungen



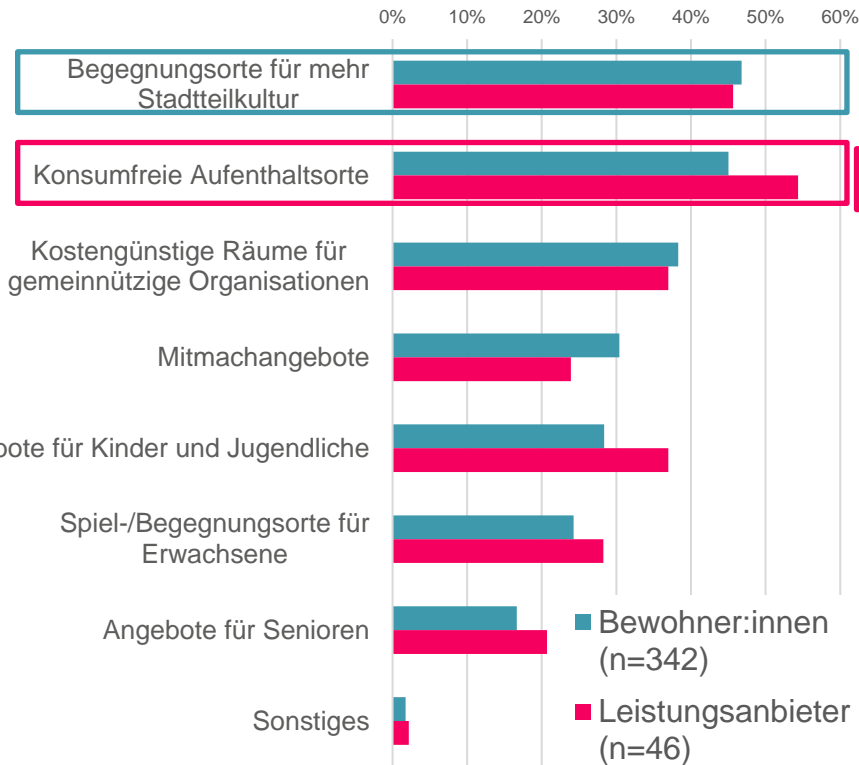
Frage: Welche der folgenden Angebote oder Faktoren im Bereich Einkaufen und Dienstleistungen sollten in Zukunft am Marktplatz verbessert/ausgebaut werden?

(Mehrfachnennungen möglich); Basis: alle Befragten, Angaben gemacht (Akteure n=47)  
PROJECT M | Karlsruhe - Erlebnisraumkonzept Marktplatz

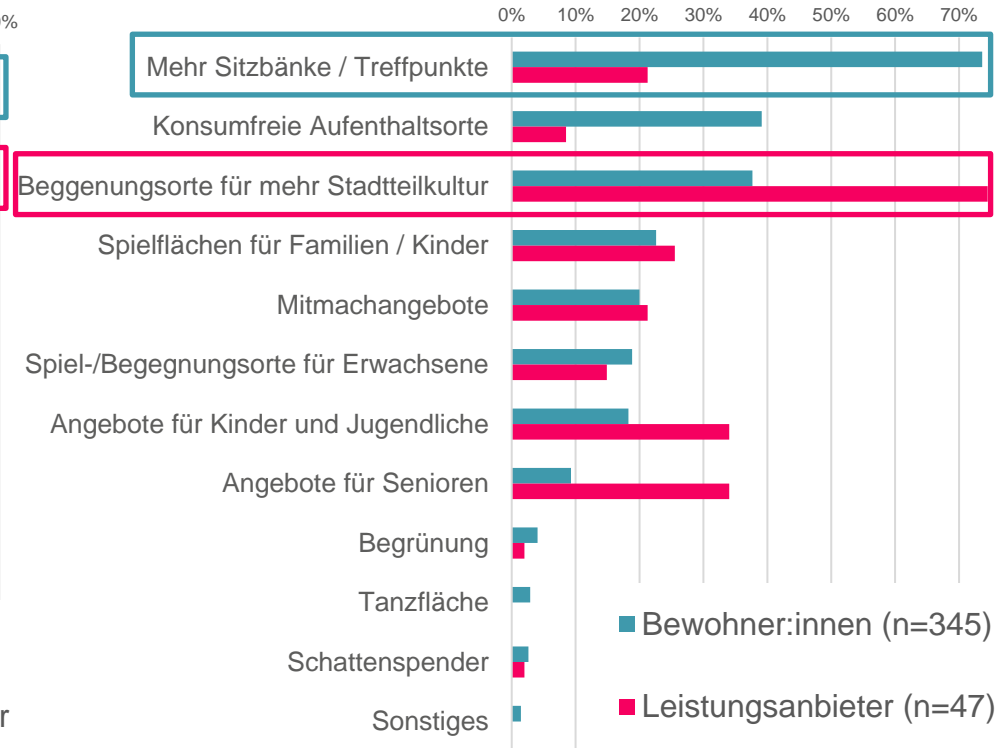
# Gewünschter Fokus: Begegnungsorte für mehr Stadtteilkultur und konsumfreie Räume. Für 74% der Nutzer:innen braucht es Outdoor mehr Sitzbänke/Treffpunkte.

## Zukünftige Fokusthemen im Bereich Freizeitangebot

### Indoor



### Outdoor

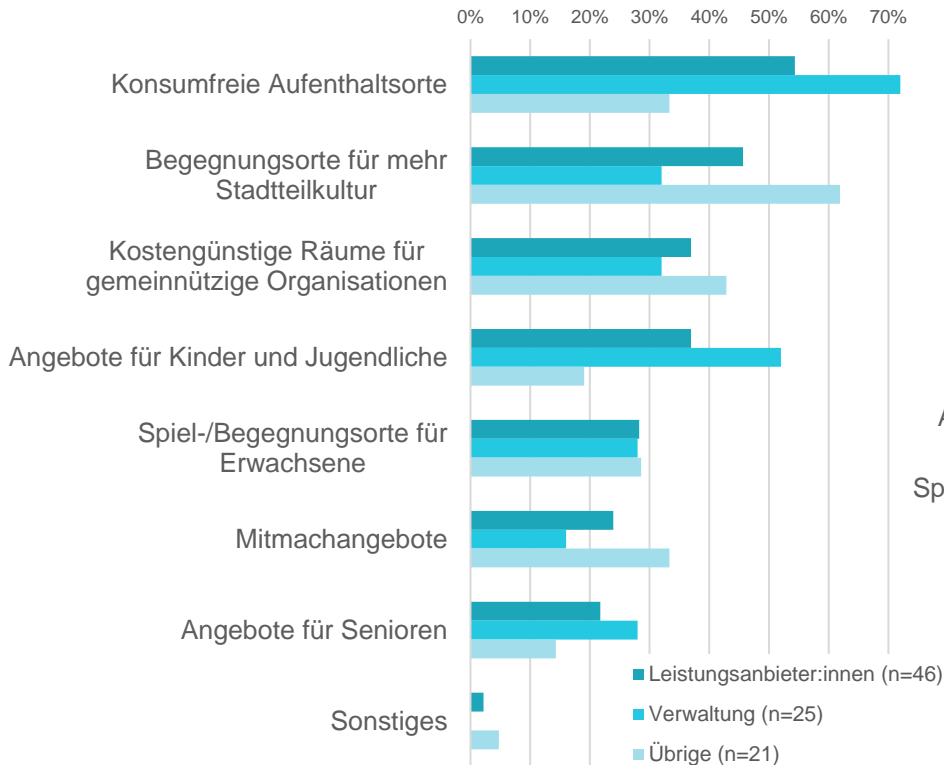


Frage: Welche Angebote oder Faktoren im Bereich Freizeitangebot sollten in Zukunft am Marktplatz umgesetzt, gestärkt und verbessert/ausgebaut werden? (Mehrfachnennungen möglich) Basis: alle Befragten, Angaben gemacht (Nutzer:innen n=342, 345 und Akteure n=46, 47)

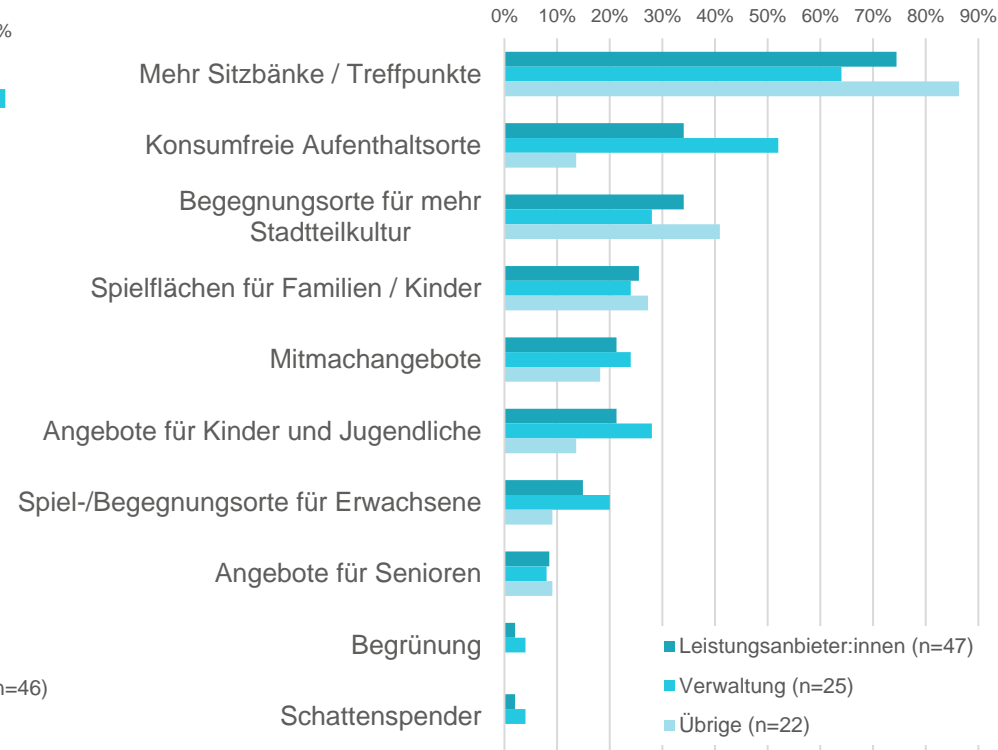
# Die Akteursgruppen sind sich beim Outdoor Bedarf an Sitzbänken/Treffpunkten einig. Indoor wünscht die Verwaltung v.a. konsumfreie Räume und die übrigen v.a. Begegnungsorte für mehr Stadtteilkultur.

## Zukünftige Fokusthemen im Bereich Freizeitangebot

### Indoor



### Outdoor

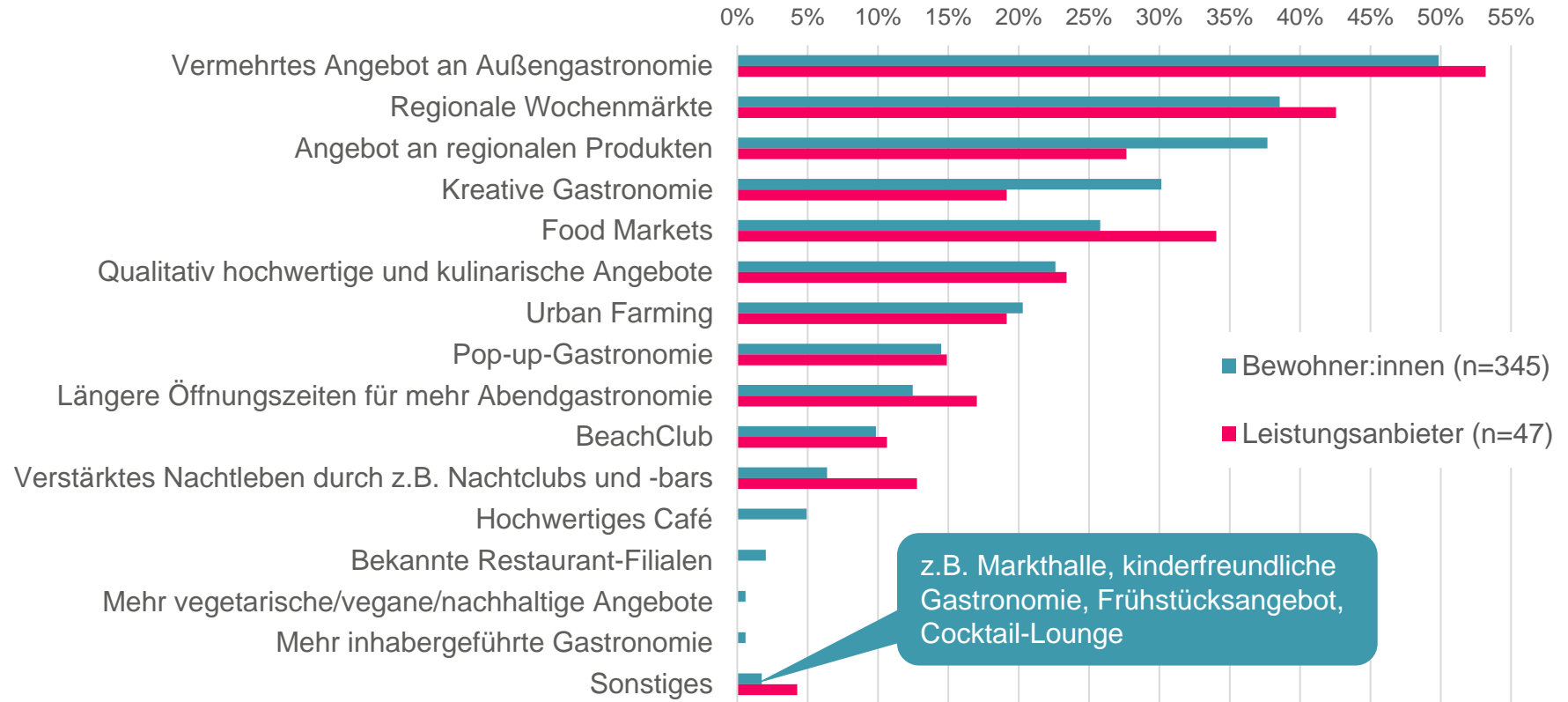


Frage: Welche Angebote oder Faktoren im Bereich Freizeitangebot sollten in Zukunft am Marktplatz umgesetzt, gestärkt und verbessert/ausgebaut werden? (Mehrfachnennungen möglich) Basis: alle Befragten, Angaben gemacht (Akteure n=46, 47)



# Die Hälfte der Befragten in beiden Befragtengruppen wünscht sich einen künftigen Fokus auf ein vermehrtes Angebot in der Außengastronomie.

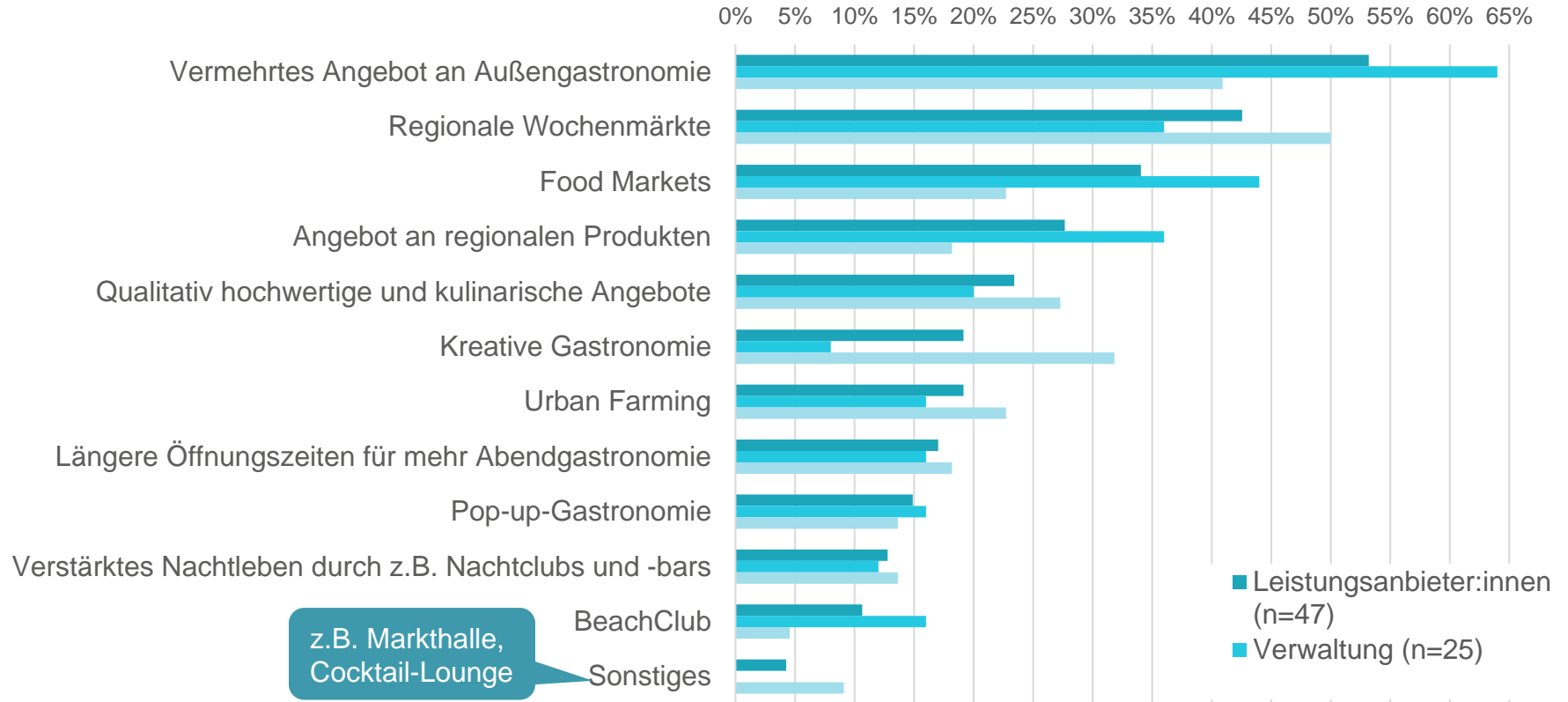
## Zukünftige Fokusthemen im Bereich Gastronomie, Kulinarik und Genuss





# Auch im Bereich Kulinarik und Genuss variiert die Einordnung der Relevanz einzelner Themen von der Verwaltung und den übrigen Akteuren.

## Zukünftige Fokusthemen im Bereich Gastronomie, Kulinarik und Genuss



Frage: Auf welche der folgenden Angebote oder Faktoren im Bereich Gastronomie, Kulinarik und Genuss sollte in Zukunft am Marktplatz der Fokus gelegt und dementsprechend ausgebaut/verbessert/ausgebaut werden? (Mehrfachnennungen möglich); Basis: alle Befragten, Angaben gemacht (Akteure n=47)

Der mit Abstand am häufigsten genannte Veranstaltungswunsch für den Marktplatz sind Musikveranstaltungen wie Konzerte oder Festivals (n=146).

Gewünschte Veranstaltungshighlights auf dem Karlsruher Marktplatz

Märkte (z.B. Rittermarkt oder Flohmarkt)

Sportveranstaltungen,  
v.a. Beachvolleyball

Comedybühne /

Silvesterfeuerwerk

Gardening-Events

Theater

Debatten

Spielveranstaltungen für Familien

Feste wie z.B. Straßenfest oder Weinfest

Ausstellungen

Straßenmusik

Veranstaltungshighlights

Lesungen

Musikveranstaltungen

(z.B. Workshops)

(z.B. Konzerte, Festivals,...)

Tanzveranstaltungen

Conteste / interagierende Angebote

Lichtspiele

Kulinarische Events wie Slow Food Market

Pop-Ups

Kleine Kunst- & Kulturveranstaltungen

OpenAir-Kino

Begegnungsmöglichkeiten mit Event-Charakter (z.B. City Beach)

Die mit Abstand am häufigsten genannten Zukunftswünsche für den Marktplatz beziehen sich auf dessen Begrünung (n=161) und Beschattung (n=106).

### Wünsche für die Zukunft des Karlsruher Marktplatzes

Neue Gebäude und neues Design

Mehr Aufenthaltsqualität

Beschattung

Keine Veränderung

Sitzmöglichkeiten

Öffentliche Toiletten

Aufführungen (z.B. Theater)

Märkte

Markthalle

Mehr Veranstaltungen

Begrünung

Verbesserung der Sauberkeit

Infostände

Begegnungsorte

Lebendiger Marktplatz

Generationsübergreifender Platz

Erhalt und Erweiterung des gastronomischen Angebots,  
insb. Café Böckeler

Beleuchtung

Kunst und Kultur, v.a. lokal

Fahrradstellplätze / bessere Situation für Radfahrer

Bewegungsmöglichkeiten (z.B. Tanzfläche oder Tischtennisplatte)

Frage: Sie haben einen Wunsch frei für die Zukunft des Marktplatzes: Was wünschen Sie sich?;

Basierend auf Befragten, Angaben gemacht (Nutzer:innen n=300 und Akteure n=37)

PROJECT M | Karlsruhe - Erlebnisraumkonzept Marktplatz



Der am häufigsten genannte Ort, der das Gefühl weckt, das man sich für den Marktplatz wünscht, ist der Gutenbergplatz in Karlsruhe (n=59).

Besondere Orte, die das Gefühl wecken, das man sich für den Marktplatz wünscht

Orte im Ausland (z.B. portugiesische oder französische Märkte)

Regensburg

Dresden

Ettlingen

Durlach (z.B. Marktplatz oder Sauermarkt)

Lidellplatz

Baden-Baden

Freundenstadt

Wien (z.B. Naschmarkt)

Botanischer Garten

Gutenbergplatz

Freiburg (z.B. Münsterplatz)

Friedrichsplatz

Frankfurt am Main

Werdeplatz

Köln (Domplatte und Rheinufer)

Schlosspark/-garten in Karlsruhe, Stuttgart oder Durlach

München (z.B. Viktualienmarkt)

Ludwigsplatz

Center for Art and Media - Freiflächengestaltung

Stuttgart

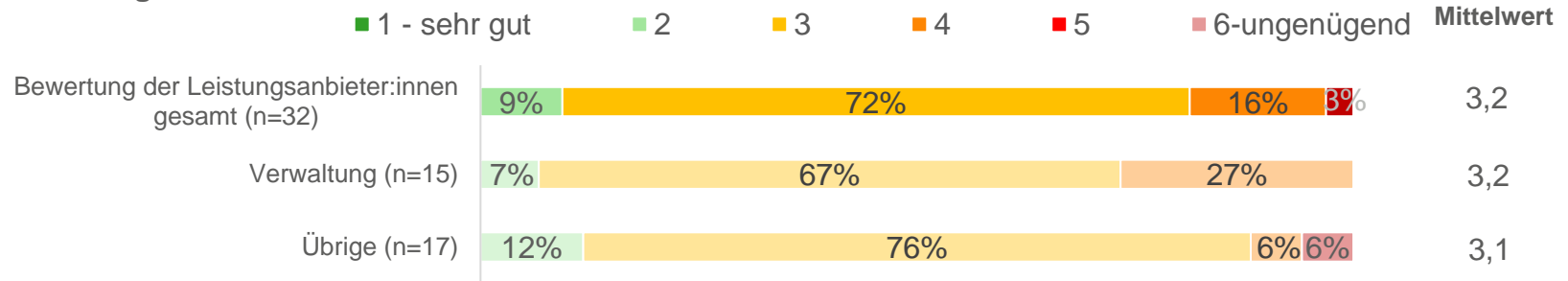


# Zusammenarbeit

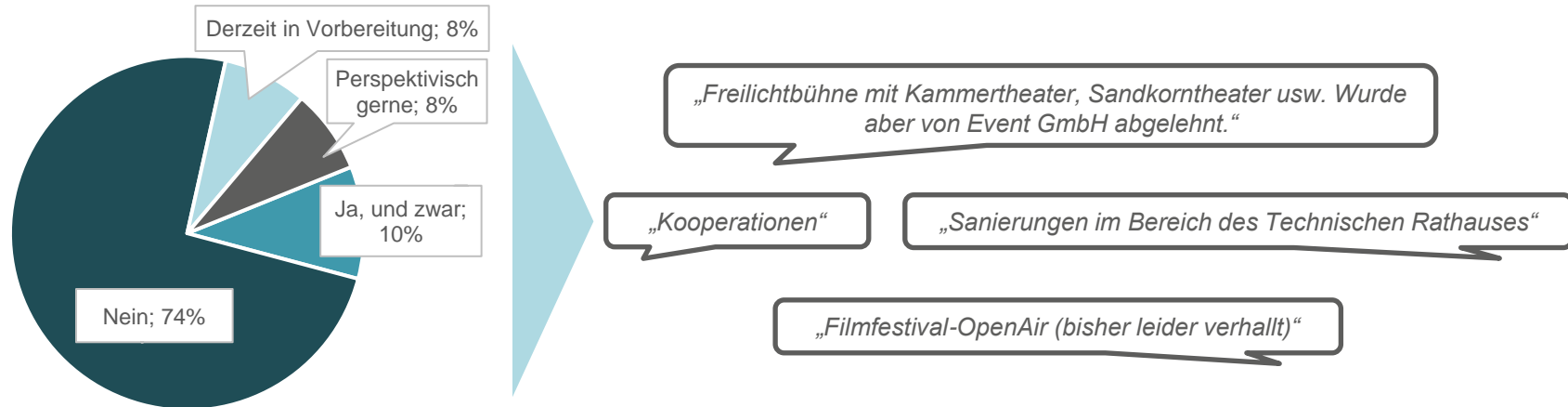
Ergebnisse der Nutzer:innen- und  
Leistungsanbieter:innen-Befragung  
2023 | PROJECT M

# Ca. drei Viertel der Akteure vergeben die Note 3 für die Zusammenarbeit im Partnernetzwerk. Ein Viertel engagiert sich bereits für die Marktplatzaufwertung.

## Einschätzung der Zusammenarbeitsstrukturen im Partnernetzwerk der Innenstadt



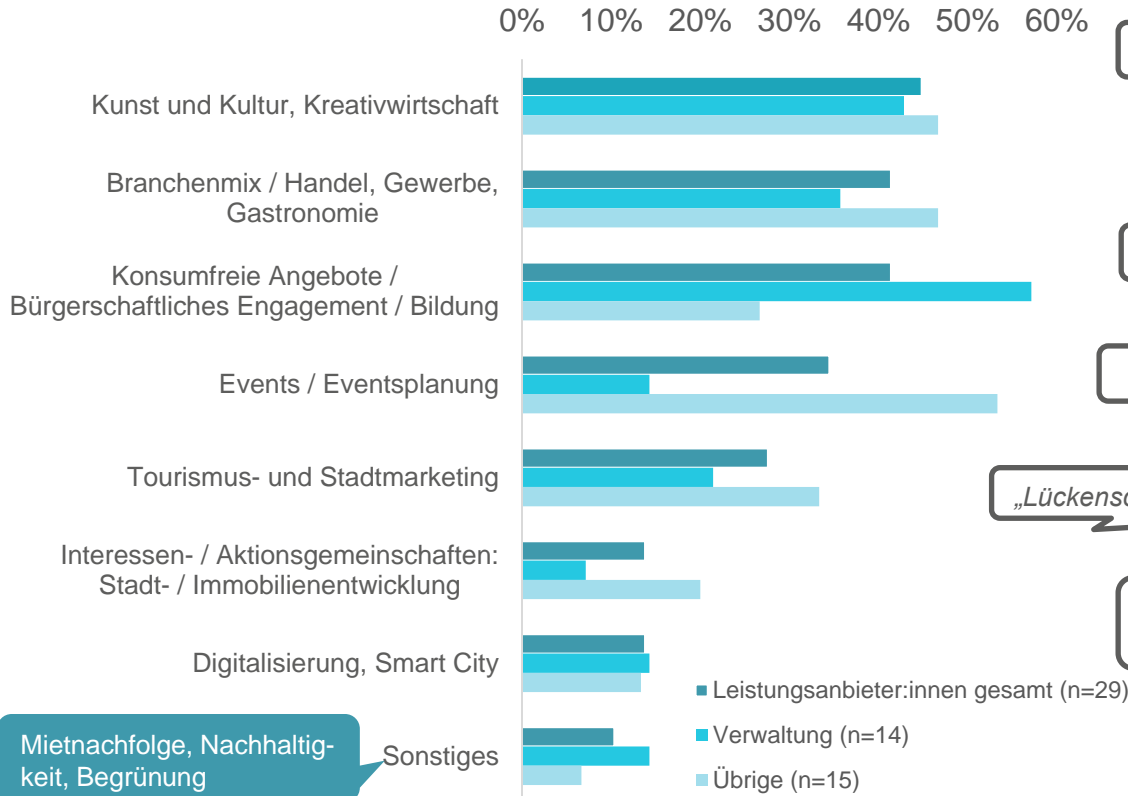
## Aktive Mitwirkung an Projekten zur Aufwertung des Marktplatzes



Frage: Wie schätzen Sie die Zusammenarbeitsstrukturen im Partnernetzwerk der Innenstadt ein, um den Dialog mit anderen Leistungsträger:innen rund um den Marktplatz zu führen und gemeinsam an der Entwicklung zu wirken? (Schulnoten-Skala von 1 = sehr gut bis 6 = ungenügend); Haben Sie bereits impulsgebende Projekte für die Aufwertung / Attraktivitätssteigerung des Karlsruher Marktplatzes gemeinsam mit weiteren lokalen Akteuren angestoßen?; Basis: alle Akteure, Angaben gemacht (n=32;39)

Über 50% der Gruppe Verwaltung würden sich im Bereich konsumfreie Räume/ bürgerschaftl. Engagement/Bildung einsetzen. Bei den übrigen Akteuren liegt der Fokus auf Events. Vorgeschlagen wird z.B. die Gründung einer Arbeitsgruppe.

### Bereiche mit Kooperationspotenzial für die Marktplatzentwicklung



### Effektive Ansatzpunkte für Kooperation

- „Task Force mit unterschiedlichen Kompetenzen“
- „in Möglichkeiten denken“
- „Arbeitskreisbildung für versch. Bereiche“
- „Vereine und ehrenamtliche Organisationen mit einbeziehen.“
- „Lückenschluss zwischen Verwaltung und Bürger/Gäste“
- „Beteiligte Ämter müssen zu Ermöglicern werden, statt wie bisher Verhinderer zu sein“

Frage: In welchem Bereich würden Sie sich gerne mit weiteren lokalen Akteuren für eine positive Entwicklung des Marktplatzes einsetzen? (Mehrfachnennung möglich); Basis: alle Akteure, Angaben gemacht (n=29); Was wären aus Ihrer Sicht die effektivsten Maßnahmen und Formate, um die Erlebnisinszenierung für den Marktplatz zu gestalten und an denen Sie mitwirken würden?; Basis: alle Akteure, Angaben gemacht (n=17)  
 PROJECT M | Karlsruhe - Erlebnisraumkonzept Marktplatz

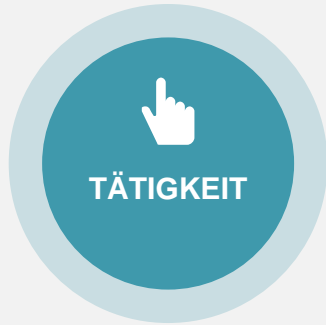


# PROJECT<sup>M</sup>

**GRÜNDUNGSJAHR:** 1998

**GESCHÄFTSFÜHRUNG:** Dipl.-Ing. Peter C. Kowalsky, Dipl.-Kfm. Cornelius Obier

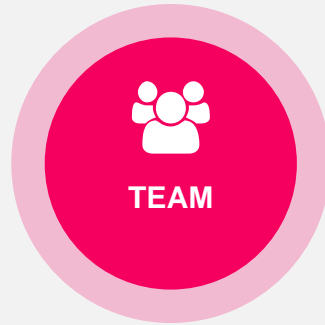
**Mitglieder der Geschäftsleitung:** Detlef Jarosch, Tobias Klöpf, Dr. Katja Zielke



**TÄTIGKEIT**

## CONSULTING

für die Tourismus- und Freizeitwirtschaft: Strategie- und Markenmanagement, Organisationsentwicklung, Infrastrukturentwicklung, Marktforschung und Analyse, Gesundheitstourismus



**TEAM**

## INTERDISZIPLINÄR

mit über 25 festen und 12 freien Mitarbeitenden in einem praxisorientiertem Team (Betriebswirt:innen, Tourismusfachleute, Marktforscher:innen, Stadt- und Regionalplaner:innen, Architekt:innen...)



**WISSEN**

## STARKE BASIS

Wissenschaftliche Verankerung über die Wissenschaftliche Leitung:  
Prof. Dr. Heinz-Dieter Quack



## STANDORTE

Hamburg  
München





## Disclaimer

Sämtliche von PROJECT M erarbeiteten Konzepte und sonstige Werke und damit auch sämtliche Nutzungsrechte erbrachter Leistungen bleiben bis zur Abnahme und Honorierung durch den Auftraggebenden Eigentum von PROJECT M. Weitergabe und Vervielfältigung (auch auszugsweise) sind bis dahin lediglich mit schriftlicher Einwilligung von PROJECT M zulässig.

Soweit Fotos, Grafiken u.a. Abbildungen zu Layoutzwecken oder als Platzhalter verwendet wurden, für die keine Nutzungsrechte für einen öffentlichen Gebrauch vorliegen, kann jede Wiedergabe, Vervielfältigung oder gar Veröffentlichung Ansprüche der Rechteinhabenden auslösen.

Wer diese Unterlage – ganz oder teilweise – in welcher Form auch immer weitergibt, vervielfältigt oder veröffentlicht, übernimmt das volle Haftungsrisiko gegenüber den Inhabenden der Rechte, stellt die PROJECT M GmbH von allen Ansprüchen Dritter frei und trägt die Kosten der ggf. notwendigen Abwehr von solchen Ansprüchen durch die PROJECT M GmbH.