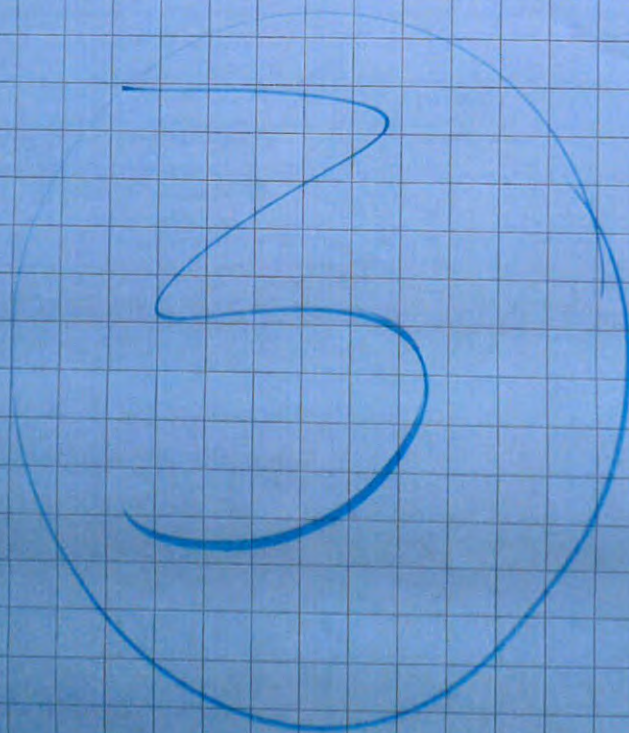


Rahmenbedingungen für

INTEGRIERTE (NEUE)

QUARTIERSENT-
WICKLUNG



"QUARTIER"

= LEBENSWELTLICHE AKTIONS-
RÄUME / IDENTIFIKATIONSRAUM

◦ DEFINIERTE RÄNDER / BARRIEREN

◦ EINHEITLICHE BAULICHE STRUKTUR (?)

◦ MARKETING FÜR IDENTITÄT
QUARTIER ALS "MARKE"

IDENTIFIZIERBARER
ÖFFENTLICHER RAUM



ODER

INFRASTRUKTUR

→ SOZIALES NETZ

◦ PARTIZIPATIONS-
MÖGLICHKEITEN (?)

◦ STATISTISCHE GEBIETE
PLATTFORM "NEBENAN.DE"
(NACHBARSCHAFTSPATFORM)

WAS MACHT EIN „GELINGENDES“ NEUES QUARTIER AUS?

- GUTE ÖPNV-ANBINDUNG ALS
VORAUSSETZUNG

- ANALYSE DER ZIELGRUPPE +
DARAUSS ENTWICKELTE INFRASTRUKTUR

- „ROBUST“ (!?) = NUTZUNGSNEUTRALITÄT
= DURCHMISCHUNG
D. ZIELGRUPPEN,
= MASSSTÄBLICHKEIT
= WOHNUNGSMIX

- ROLLE DER ERDGESCHOSSE +
D. WOHNNAHEN ÖFFENTLICHEN
+ HALBÖFFENTLICHEN RAUMS
MIT ATTRAKTIVEN NUTZUNGEN / KOMFORT
⇒ „RESONANZ“ ?!

- ANGEBOTE FÜR NACHBARSCHAFT