

# Miteinander. Mitte. Machen.

Anstoß eines Citymanagements für die Dortmunder City

Ergebnisbericht (Langfassung) | 24.01.2023

Es werden Grafiken und Bildausschnitte zur besseren Darstellung von Kernaussagen verwendet. Eine öffentliche Nutzung bzw. Weitergabe, Vervielfältigung oder gar allgemeine Veröffentlichung kann jedoch Ansprüche der Rechteinhaber:innen auslösen. Wer diese Unterlagen deshalb in welcher Form auch immer weitergibt, vervielfältigt der veröffentlicht, übernimmt das volle Haftungsrisiko gegenüber den Inhaber:innen der Rechte. Stadt + Handel Beckmann und Föhler Stadtplaner GmbH wird mit der Verletzung dieser Untersagung zur Weitergabe und Veröffentlichung von allen Ansprüchen Dritter freigestellt. Die Verursacher:in dieser Verletzung oder heranzuziehende Verantwortliche hierfür trägt die Kosten der ggf. notwendigen Abwehr von solchen Ansprüchen.

## AUFTRAGGEBERIN

Stadt Dortmund  
Amt für Stadterneuerung  
[stadterneuerung@stadtdo.de](mailto:stadterneuerung@stadtdo.de)

## VERFASSER:INNEN

Dipl.-Ing. Marc Föhler  
Jens Nußbaum, M. A.  
Dipl.-Geogr. Stefan Postert  
Katharina Ruhr, M. Sc.  
Jaqueline Suchanek, M. Sc.  
Dortmund, 24.01.2023

## LANGFASSUNG

### Stadt + Handel Beckmann und Föhler Stadtplaner GmbH

[info@stadt-handel.de](mailto:info@stadt-handel.de)  
[www.stadt-handel.de](http://www.stadt-handel.de)

Amtsgericht Dortmund,  
Handelsregisternummer HRB 33826,  
Hauptsitz: Dortmund

### Standort Dortmund

Hörder Hafenstraße 11  
44263 Dortmund  
Fon +49 231 86 26 890  
Fax +49 231 86 26 891

### Standort Hamburg

Tibarg 21  
22459 Hamburg  
Fon +49 40 53 30 96 49  
Fax +49 40 53 30 96 47

### Standort Karlsruhe

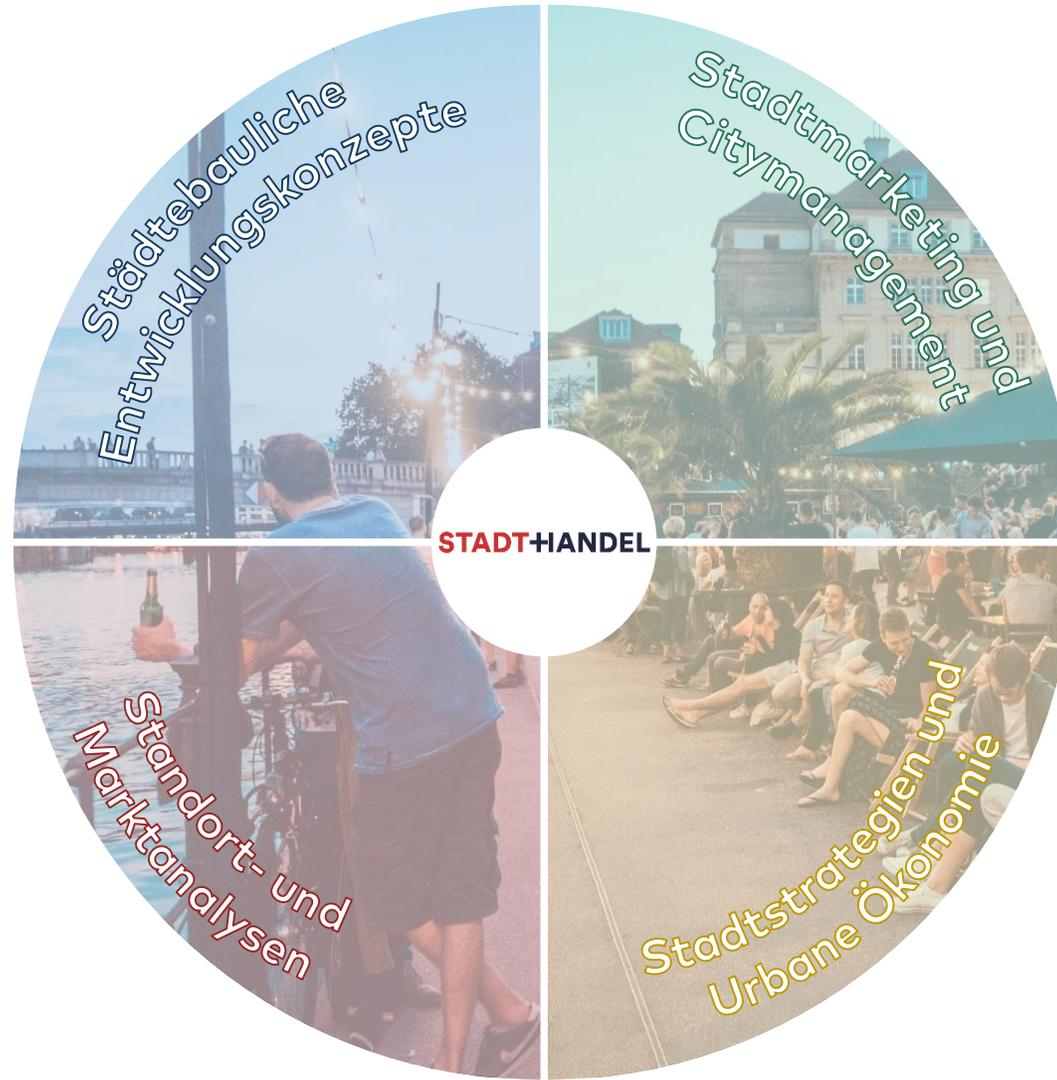
Beiertheimer Allee 22  
76137 Karlsruhe  
Fon +49 721 14 51 22 62  
Fax +49 721 14 51 22 63

### Standort Leipzig

Markt 9  
04109 Leipzig  
Fon +49 341 92 72 39 42  
Fax +49 341 92 72 39 43



# Büroprofil



# INHALTSVERZEICHNIS

<b>Einführung</b>	<b>5</b>
<b>Megatrends</b>	<b>21</b>
<b>Zentrale Grundlagen</b>	<b>34</b>
<b>Rahmenbedingungen</b>	<b>46</b>
<b>Stakeholderanalyse</b>	<b>49</b>
<b>Online-Befragung</b>	<b>51</b>
<b>Gegenwartsbilder</b>	<b>77</b>
<b>Innenstadtanalyse</b>	<b>81</b>
<b>Quartiersprofilierung</b>	<b>101</b>
<b>Innenstadtprofilierung</b>	<b>267</b>
<b>Schlüsselprojekte</b>	<b>272</b>
<b>Leistungsportfolio Citymanagement</b>	<b>292</b>
<b>Fazit &amp; Ausblick</b>	<b>327</b>

# Einführung

# Einführung

## Ausgangssituation und Zielsetzung

Innenstädte sind die Orte der gesellschaftlichen, wirtschaftlichen und kulturellen Identität. Doch die aktuellen sozioökonomischen, technischen und räumlichen Transformationsprozesse – allen voran die Digitale Transformation – verändern alles, vieles davon grundlegend. Der Online-Handel ist dabei ein besonders einfach herzustellender Zusammenhang. Die Veränderungen gehen jedoch weit darüber hinaus. Themen, wie u. a. der gesellschaftliche Wandel, die Digitalisierung oder das veränderte Raumverständnis haben dazu geführt, dass die Innenstädte heutzutage anders wahrgenommen und genutzt werden. Dementsprechend haben sich auch die Anforderungen an die Innenstädte und damit auch an die Haupteinkaufslagen gewandelt und sind an entsprechende Herausforderungen geknüpft. Die Stadt Dortmund beschreibt die Herausforderungen der Dortmunder City wie folgt:

*„Die Dortmunder City stellt eines der bedeutendsten Zentren innerhalb der Metropole Ruhr dar. Aufgrund ihres vielfältigen Angebots an Einzelhandel, Dienstleistungen, Gastronomie, Kultur- und Freizeiteinrichtungen ist sie zugleich Anlaufpunkt für das gesamte östliche Ruhrgebiet. Mit dem Westenhellweg als Hauptgeschäftslage besitzt Dortmund eine der frequenzstärksten Handelslagen Deutschlands, die durch weitere spezialisierte Geschäftslagen innerhalb des Wallrings ergänzt wird.*

*Die Attraktivität der City ist das Ergebnis zahlreicher konzeptionellen und baulichen Aktivitäten der Stadt Dortmund sowie privater Investoren [...]. Gleichwohl sind auch in Dortmund in den vergangenen Jahren die Auswirkungen des Online-Handels und das geänderte Konsumverhalten der Verbraucher spürbar geworden.*

*Bei einer im Auftrag der Stadt Dortmund im Jahr 2018 durchgeführten Passantenfrequenzzählung ließ sich bereits ein Rückgang der Besucherströme um rund 9 % im Vergleich zu einer im Jahr 2014 durchgeführten Zählung verzeichnen. Auch wenn diese Zählungen immer nur eine Momentaufnahme darstellen, decken sich die Ergebnisse mit dem allgemeinen Trend der Zunahme des Online-Handels und den Aussagen der Händlerschaft zu rückläufigen Kundenfrequenzen.*

*Darüber hinaus ist innerhalb der Dortmunder City eine zunehmende Zahl an Leerständen festzustellen, wobei davon auszugehen ist, dass sich das Ausmaß der Auswirkungen der Corona-Pandemie auf den Einzelhandel erst in den kommenden Monaten vollständig zeigen wird. Die durch die Pandemie ausgelösten Frequenz- und vor allem Umsatzrückgänge treffen insbesondere Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevanten Sortimenten (Bekleidung, Schuhe, Elektroartikel etc.), die bereits häufig online gekauft werden. Damit werden die Beeinträchtigungen des innerstädtischen, stationären Einzelhandels durch den Online-Handel mit der Corona-Pandemie weiter verschärft. Weitere Umsatzverluste und ggf. Geschäftsaufgaben sind zu befürchten.“ (vgl. Stadt Dortmund (2021): Angebotsaufforderung)*

# Einführung

## Ausgangssituation und Zielsetzung

Diesen Herausforderungen soll mit einem zielgerichteten Anstoßprozess entschieden entgegengewirkt werden. Im Zuge des **Anstoßprozesses eines Citymanagements für die Dortmunder City** werden mit praxisnahen, realisierbaren Handlungsempfehlungen Impulse gegen die negativen Entwicklungstendenzen gesetzt, wobei sowohl die übergreifenden Megatrends als auch die individuellen Standortqualitäten der Dortmunder City berücksichtigt werden. Neben einer übergeordneten Entwicklungsperspektive für die City werden zusätzlich Quartiere identifiziert, positioniert und profiliert, um der Dortmunder City wieder ein ganzheitlich attraktives Gesicht zu verleihen.

Entscheidend ist dabei: Gute Innenstadtentwicklung kann nicht nur durch Einzelakteur:innen gelingen. Aufgaben können nur dann zielgerichtet bearbeitet werden und zum Erfolg führen, wenn ein gemeinsames Bewusstsein der handelnden Akteur:innen geschaffen wird. Umso wichtiger ist eine zielführende Einbindung der relevanten Cityakteur:innen und die Entwicklung eines von der breiten Stadtgesellschaft getragenes Zielprofil.

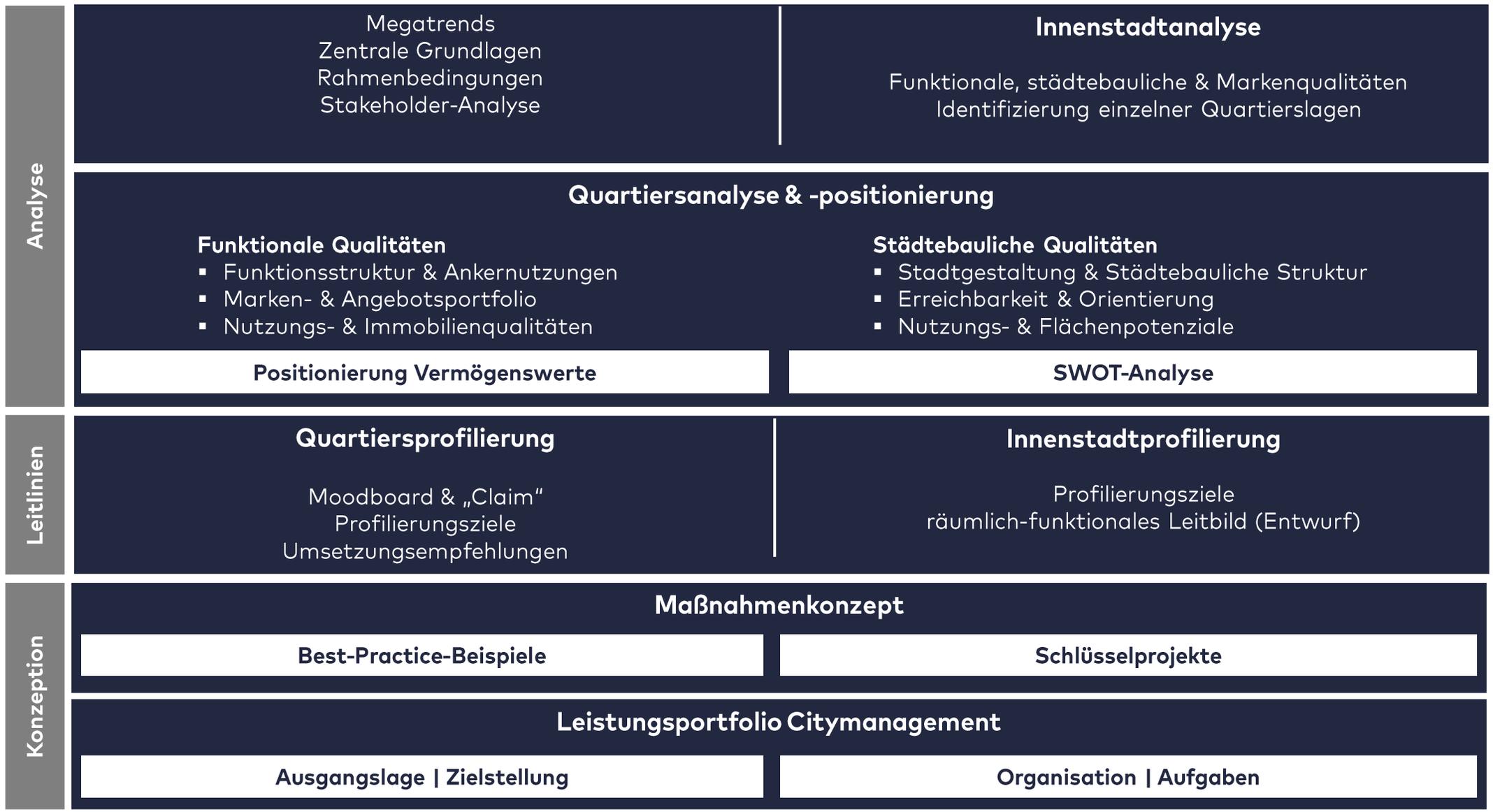
# Einführung

## Untersuchungsgebiet „Dortmunder City“



Das Untersuchungsgebiet „Dortmunder City“ definiert sich durch die Abgrenzung des Wallrings. Dieser setzt sich im Uhrzeigersinn beginnend aus dem Burg-, Schwanen-, Ost-, Süd-, Hiltrop-, Hoher und Königswall zusammen. Für die Analyse der City sowie die Identifizierung einzelner Lagen bzw. Quartiere werden alle Nutzungen und städtebaulichen Qualitäten innerhalb des Wallrings untersucht (s. Innenstadtanalyse).

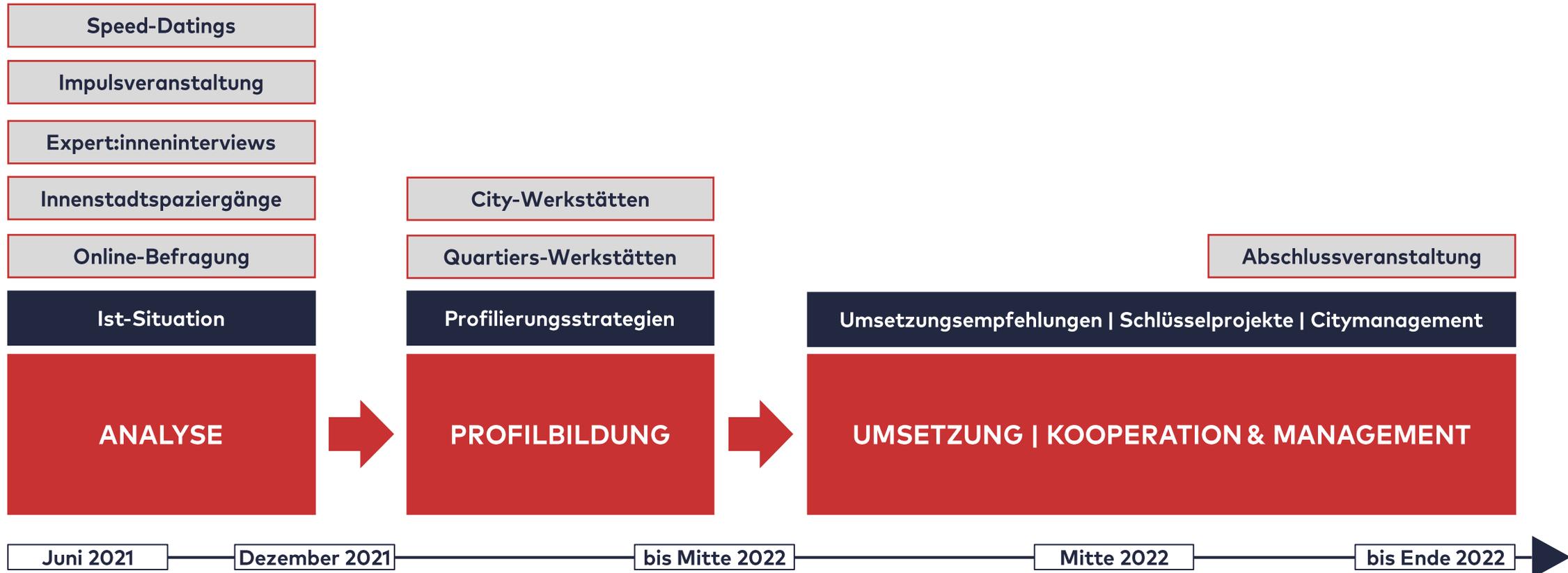
Die Konzeptbausteine des Prozesses werden auf der nachfolgenden Seite detailliert dargestellt.



Anstoßprozess eines Citymanagements für die Dortmunder City

# Einführung

## Prozessgestaltung



Quelle: Darstellung Stadt + Handel.

# Einführung

## Beteiligungstools

Baustein	Durchführung	Zeitraum	Methode	Inhalt/Ziel
<b>Speed-Datings</b>	Interviewführung durch Stadt + Handel und Amt für Stadterneuerung	07/2021	Interviews mit 15 Akteur:innen in 10-minütigen Zeitslots	Vorstellung des Projekts sowie des Projektteams, Kennenlernen von Innenstadtaktivist:innen, Abfrage von Erwartungshaltungen und Rollen für die Cityentwicklung
<b>Impulsveranstaltung</b>	Durchführung durch Stadt + Handel und Amt für Stadterneuerung	10/2021	Impulsvortrag und Arbeit an Dialogstationen mit rd. 130 Teilnehmern	Vortrag aktueller Trends und Herausforderungen in der Cityentwicklung, Austausch zu jeweils zwei (Zukunfts-) Thesen an fünf Dialogstationen zum ökonomischen, ökologischen, sozialen, kulturellen und emotionalen Vermögenswert der Innenstadt
<b>Expert:innen-interviews</b>	Interviewführung durch Stadt + Handel	10-11/2021	Interviews mit 15 Akteur:innen	Besonderheiten und Alleinstellungsmerkmale der Dortmunder City, derzeitige Qualitäten, Stärken und Schwächen, Schlüsselrolle der Quartiere, Akteursstruktur, Kund:innenzielgruppen, Nutzungs- und Entwicklungsmöglichkeiten
<b>Innenstadt-spaziergänge</b>	Durchführung durch Stadt + Handel und Amt für Stadterneuerung	10-11/2021	Innenstadtspaziergänge durch ausgewählte Lagebereiche der Dortmunder City mit rd. 10-15 Teilnehmenden pro Spaziergang	Erfassung qualitativer Strukturmerkmale, Erfassung des „lokalen Wissens“ durch die Akteur:innen vor Ort, orts- und situationsbezogene Diskussion zu funktionalen und städtebaulichen Aspekten der Dortmunder City
<b>Online-Befragung</b>	Befragung durch Stadt + Handel	10-11/2021	rd. 10-minütige Befragung über digitale Plattform (Teilnehmendenkreis: rd. 2.000)	Innenstadtnutzung (u. a. Besuchsgrund und -häufigkeit), Einkaufsverhalten (u. a. Veränderung der Besuchsfrequenz), Innenstadtbewertung (u. a. fehlende Angebote, Assoziationen, Alleinstellungsmerkmal, beliebte/unbeliebte Aufenthaltsorte)

Quelle: Darstellung Stadt + Handel.

# Einführung

## Beteiligungstools

Baustein	Durchführung	Zeitraum	Methode	Inhalt/Ziel
<b>Quartierswerkstätten</b>	Durchführung durch Stadt + Handel und Amt für Stadterneuerung	02-03/2022	Brainstorming und Prototyping im Rahmen eines digitalen Formats (in drei Quartierswerkstätten wurden jeweils drei Quartiere bearbeitet)	Erarbeitung eines Ziels (Zukunftsvision) und des Weges (Meilensteine und Maßnahmen) zur Erreichung des Ziels je Quartier
<b>Citywerkstätten</b>	Durchführung durch Stadt + Handel und Amt für Stadterneuerung	05-06/2022	Citywerkstatt I: Austausch in Kleingruppen an der „Wand der Erwartungen“, digitales Voting von Zukunftsbildern; Citywerkstatt II: digitales Voting von Zukunftsbildern, Austausch in Kleingruppen „Anne Bude“	Erarbeitung und Priorisierung von Anforderungen und Basisaufgaben eines Citymanagements im Rahmen der ersten Citywerkstatt; Erarbeitung und Priorisierung des organisatorischen Gewands für das zukünftige Citymanagement im Rahmen der zweiten Citywerkstatt
<b>Abschlussveranstaltung</b>	Durchführung durch Stadt + Handel und Amt für Stadterneuerung	11/2022	Öffentliche Vorstellung zentraler Ergebnisse des vorangegangenen Prozesses, aktueller Aktivitäten in der Dortmunder City und des weiteren Vorgehens; Einzelbeiträge und Diskussionen von Vertreter:innen aus Politik und Verwaltung sowie von Cityakteur:innen	Hintergründe zum Prozess und Quartiersprofilierungen mit Moodboards und ausgewählten, zentralen Umsetzungsempfehlungen; wesentliche Ergebnisse zum ABC des Citymanagements (A wie Agenda, B wie Basis und C wie Chassis); aktuelle Projekte: Feierabendmarkt, Wallpainting Tiefgarage Rathaus, Flyer „Soziales“ und Fotoprojekt Immobilien, Innovationsraum Projektor und Wettbewerb Anstoß 22, Dortmund Guides sowie Verein für Immobilieneigentümer:innen

Quelle: Darstellung Stadt + Handel.

# Einführung

## Öffentlichkeitsarbeit: Interview Radio 91.2



Quelle: Foto Stadt+Handel.

# Einführung

## Öffentlichkeitsarbeit: mediale Begleitung des Prozesses über Social-Media

STADT+HANDEL Stadt + Handel  
3 Monate

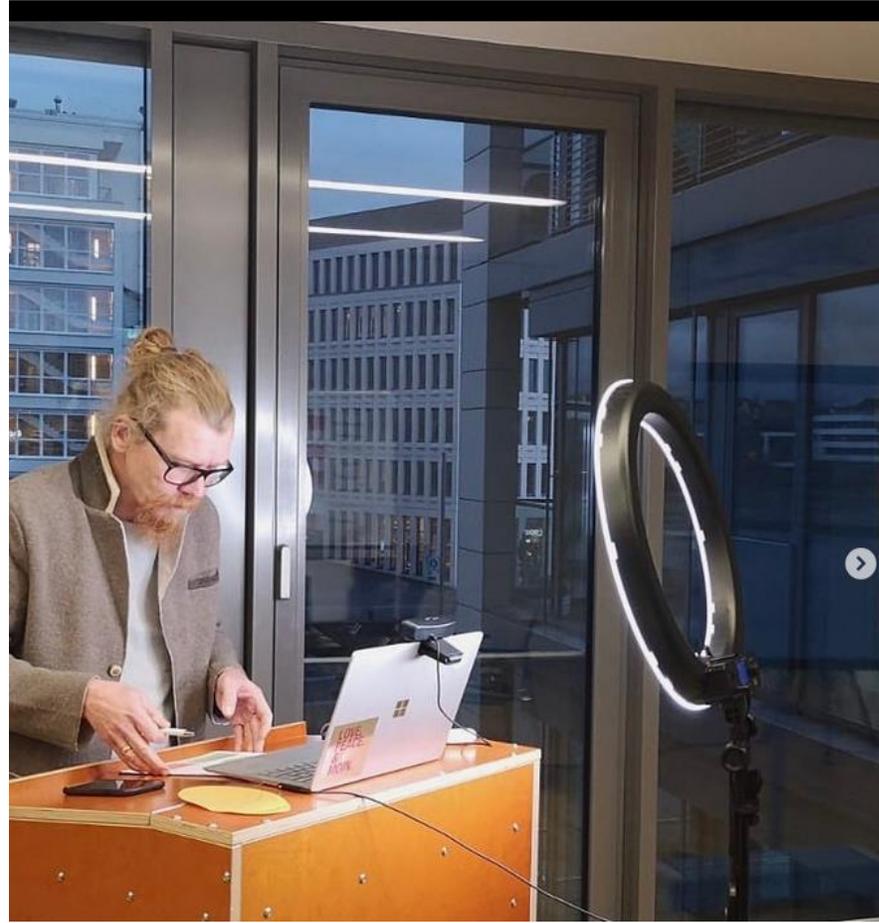
"Wir brauchen keine jährlich stattfindende Innenstadtkonferenz, wir müssen das ganze Jahr miteinander sprechen!", waren sich die Teilnehmenden der ersten Citywerkstatt einig. 🙌

Das Projektteam vom Amt für Stadterneuerung und Stadt + Handel haben am Montag zur ersten Citywerkstatt im Rahmen des Anstoßprozesses für ein Citymanagement für die Dortmunder City eingeladen. Ziel war es, gemeinsam mit den Innenstadtkteurinnen die Agenda und die Basis der perspektivischen Citymanagementstruktur zu erarbeiten. Die rund 30 Teilnehmenden tauschten sich an der Wand der Erwartungen zu Leitthemen, Kernaufgaben, Funktionen und Rollen aus.

Im gemeinsamen Austausch wurde deutlich: Es müssen klare Aufgaben und Legitimationen definiert werden, nur so kann das Citymanagement als Dirigent der Innenstadtkteurinnen agieren. „Wir brauchen Personen, die Visionen haben, die mit viel Energie neues Denken in die City bringen!“, hieß es auch dem Kreis der Teilnehmenden.

Nächste Woche geht's mit den gewonnenen Erkenntnissen in Runde 2. Wir freuen uns auf den Austausch! 😊

#stadtundhandel #stadtentwicklung #dortmundcity #docity #aufbruchcity #innenstadtdo #miteinandermitemachen #abcdescitymanagements #kooperationundmanagement



stadtundhandel  
Dortmund

stadtundhandel Miteinander. Mitte. Machen. – Das geht auch digital! 📱

Der Anstoßprozess für ein Citymanagement für die Dortmunder City geht in die nächste Runde! Dass auch im Rahmen eines digitalen Formates kreative Ideen entstehen können, zeigten uns gestern die Dortmunder Cityakteure als wir gemeinsam über die Zukunft der einzelnen Quartiere der City-Nord diskutierten. „Das Brückviertel wird das lauteste, bunteste und coolste Viertel Dortmunds“, hieß es aus dem Kreis der Teilnehmenden. Dazu bedürfe es temporäre Projekträume für KünstlerInnen und mehr Feste und Veranstaltungen, um das Viertel sichtbarer zu machen.

Die gestrige Quartierswerkstatt zur City-Nord stellte den Auftakt einer dreiteiligen Veranstaltungsreihe dar. Weiter geht's mit den Quartieren der City-Mitte und der City-Süd! Wir freuen uns auf kreative, mutige und einzigartige Ideen für Ihre Quartiere!

#stadtundhandel #stadtentwicklung #dortmund #innenstadt #miteinandermitemachen #behindthescenes

28 Wo.

# Einführung

## Öffentlichkeitsarbeit: mediale Begleitung des Prozesses über Social-Media



stadtunhandel Dortmund

stadtunhandel Gestern Abend ging es mit den Stadtmacher:innen der Dortmunder City in die zweite Runde! 🙌

Nachdem das Projektteam vom Amt für Stadterneuerung und Stadt + Handel letzten Montag gemeinsam mit den Innenstadtakteur:innen die Agenda und Basis erarbeitete, wurde in der gestrigen Werkstatt das Chassis des perspektivischen Citymanagements formuliert. Die rund 30 Teilnehmenden tauschten sich „Anne Bude“ mit den Kioskbesitzer:innen zur Mitgliedschaft, Finanzierung, Organisation und dem Controlling aus.

In anregenden Diskussionen wurde schnell deutlich: „Die Privaten müssen unbedingt ein Mitbestimmungsrecht haben!“, damit die Interessen der Innenstadt-Gesellschaft vertreten werden und die City zukunftsorientiert vorangebracht werden kann. Die GmbH als mögliche Organisationsform des Citymanagements ging dabei als „Sieger“ aus dem Kreis der Teilnehmenden hervor.

Im weiteren Verlauf des Anstoßprozesses gilt es für das Projektteam die Ergebnisse beider City-Werkstätten in Empfehlungen für das zukünftige Citymanagement der Dortmunder City zu übersetzen.

#stadtunhandel #stadtentwicklung #dortmundcity #docity #aufbruchcity #innenstadt0 #miteinandermittmachen #abcdescitymanagements

13 Wo.

Stadt + Handel 5 Monate

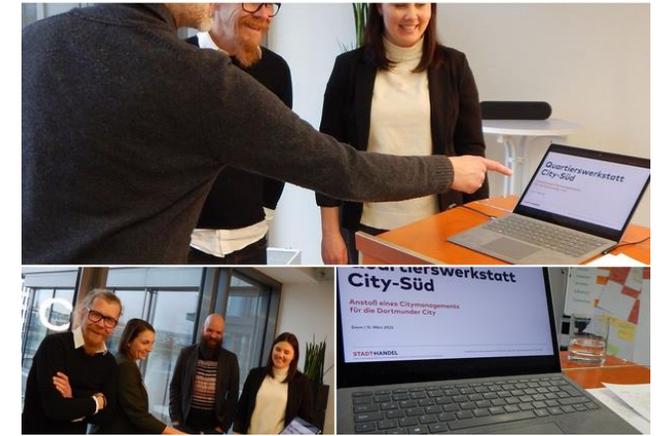
3/3 – Abschluss der dritten Quartierswerkstatt für die Dortmunder City!

Auch gestern bewiesen die Dortmunder Cityakteure wieder wie viel Kreativität in ihnen steckt. In der dritten Quartierswerkstatt wurde über die Zukunft der Quartiere der City-Süd diskutiert. Dazu hieß es aus dem Kreis der Teilnehmenden: „Rosenviertel – das Viertel zum Wohlfühlen und Verweilen“. Zur Umsetzung müssen zunächst einmal die Basics, wie Bepflasterung, Verkehrssituation und Beleuchtung in Angriff genommen werden. Denn die Forderung der Teilnehmenden ist eindeutig: „Nicht so viel planen, sondern machen!“

Nachdem nun die Ziele und Maßnahmen für die einzelnen Quartiere der City feststehen, muss das konkrete „Regiebuch“ für das zukünftige Citymanagement formuliert werden. Dazu finden im Mai drei Citywerkstätten statt, bei denen die Anforderungen, der Betrieb und die Charta des Citymanagements im Fokus stehen werden.

Bleibt gespannt, wir sehen uns dann im Mai! 🙌

#stadtunhandel #stadtentwicklung #dortmundcity #docity #aufbruchcity #innenstadt0 #abindicity #miteinandermittmachen #behindthescenes



# Einführung

## Öffentlichkeitsarbeit: Presstertermine mit den Ruhr Nachrichten

Ruhr Nachrichten



Gabriele Krösche (l.) kennt sich im Viertel aus seit vielen Jahren. Planerin Katharina Ruhr hat Ideen für die weitere Entwicklung der Innenstadt. © Björn Althoff

RN+ Innenstadt-Quartiere

Gabriele Krösche gibt einem neuen City-Quartier in Dortmund den Namen

Ruhr Nachrichten



Fremdenführerin Heike Regener von meineHeimat.ruhr und Tilmann Insinger vom Amt für Stadterneuerung stoßen auf dem Alten Markt auf Dortmunds Altstadtviertel an. © Gaby Kolle

RN+ Serie: City-Quartiere

Heike Regener und Tilmann Insinger zeigen, wo sich das Altstadt-Viertel versteckt

# Einführung

## Öffentlichkeitsarbeit: Presstermine mit den Ruhr Nachrichten

Ruhr Nachrichten



Jaqueline Suchanek vom Büro Stadt+Handel und Maximilian van Bremen setzen auf die Mischung aus Hochkultur und junger Szene im Brückstraßen-Viertel.  
© Oliver Volmerich

RN+ Serie zu City-Quartieren

Bunt, laut, verrückt: Brückviertel ist „bunter Zirkus“ mit viel Musik

Ruhr Nachrichten



Tilmann Insinger (l.) vom Amt für Stadterneuerung und der Chef des Fußballmuseums, Manuel Neukirchner, haben Ideen für das Katharinenviertel entwickelt. Das Viertel gegenüber vom Hauptbahnhof soll einen möglichst guten ersten Eindruck von Dortmund bieten.  
© Peter Wulle

RN+ Innenstadt-Quartiere

Entrée zur Stadt: Museumschef wünscht sich einen Wow-Effekt für Katharinenviertel

# Einführung

## Öffentlichkeitsarbeit: Presstertermine mit den Ruhr Nachrichten

Ruhr Nachrichten



Drei Frauen, eine Meinung: Das neue Rosenviertel soll eine Mischung aus hochwertigen Geschäften und individueller Gastronomie werden, finden die Geschäftsfrauen Nora (l.) und Lena (M.) Dümer und Jaqueline Suchanek vom Stadtplanungs-Büro "Stadt + Handel". Die Kleppingstraße soll eine zentrale Achse des neuen Quartiers werden. © Thomas Thiel

RN+ Serie: City-Quartiere

### Stadt und Geschäftsleute wollen Ex-Party-Viertel in Shopping-Quartier verwandeln

Ruhr Nachrichten



Katharina Ruhr vom Büro Stadt + Handel und Markus Haas, Center-Manager in der Thier-Galerie, haben sich in mehreren Workshops zusammen mit etlichen City-Händlern mit dem Westen- und Ostenhellweg befasst. © Peter Wulle

RN+ Innenstadt-Quartiere

### Wie muss sich der Westenhellweg verändern? Planer zeigen konkrete Ideen auf

# Einführung

## Öffentlichkeitsarbeit: Presstertermine mit den Ruhr Nachrichten

Gastronomie und mehr: Wie die Kampstraße (jetzt wirklich) „Laufsteg der City“ werden soll [RN+](#)



© Oliver Volmerich

**Dortmunds City steht vor einem Wandel. Wie soll der aussehen? Dazu haben Dortmunder und Stadtplaner Ideen für neun Quartiere entwickelt. Wir stellen sie vor. Dieses Mal: die Kampstraße.**

Neues Cityquartier „Stadtbühne“: Feierabendmarkt ist erst der Anfang [RN+](#)



© Oliver Volmerich

**Dortmunds City steht vor einem Wandel. Wie soll der aussehen? Dazu haben Dortmunder und Stadtplaner Ideen für neun Quartiere entwickelt. Wir stellen sie vor. Dieses Mal: das Theaterviertel.**

# Einführung

## Öffentlichkeitsarbeit: Presstetermine mit den Ruhr Nachrichten

Ruhr Nachrichten



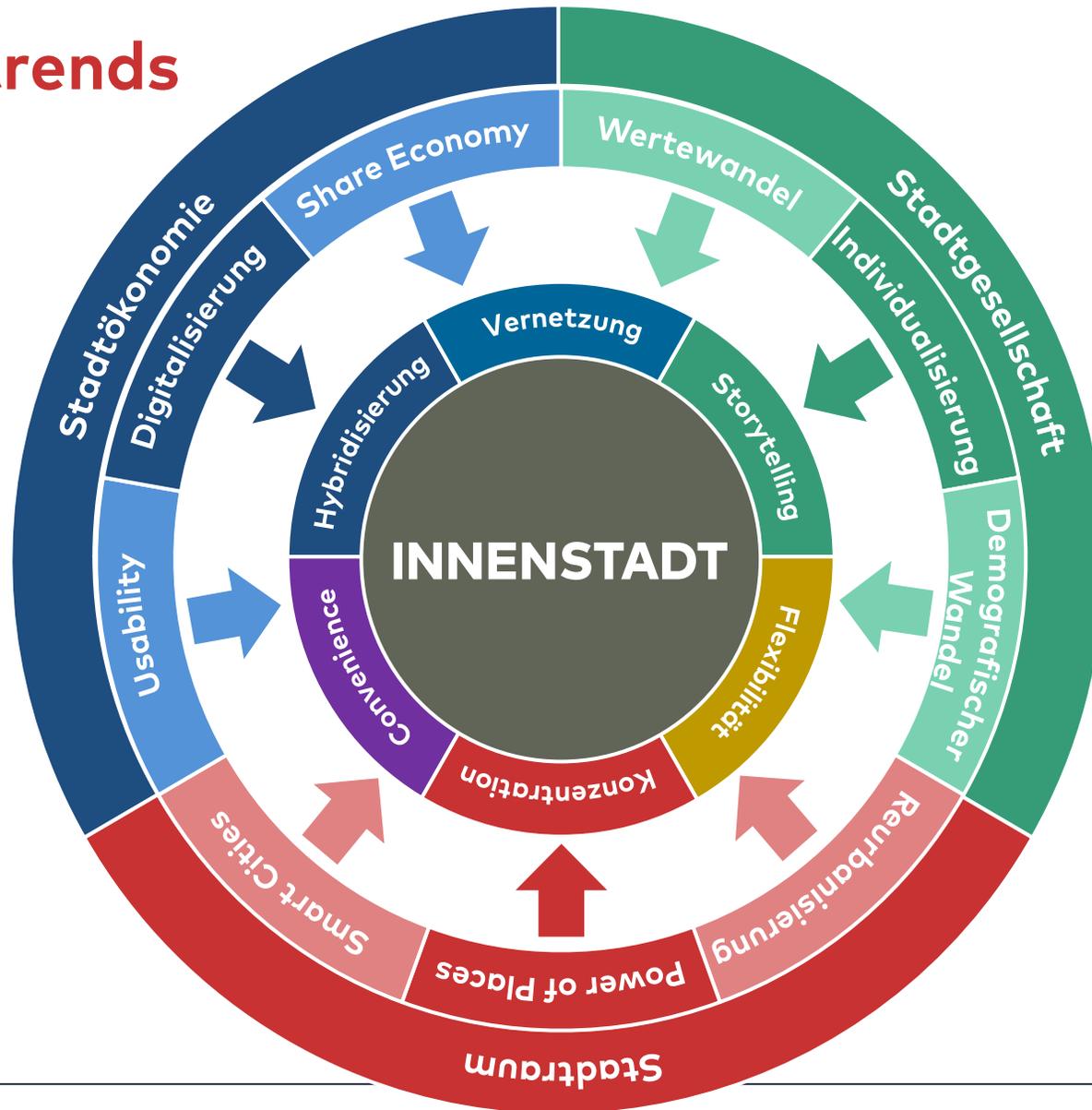
Raumplanerin Katharina Ruhr und Schauspieler Patrick Arens haben sich in mehreren Werkstattgesprächen mit dem Hansaviertel befasst und stellen jetzt die Ideen für das Cityquartier vor. Insgesamt wurden von dem Büro „Stadt + Handel“ neun Quartiere innerhalb des Walls ausgemacht. © Peter Wulle

RN+ City-Quartiere (1)

Mobile Bäume gegen Beton:  
Ideengeber stellen Konzept fürs  
Hansaviertel vor

# Megatrends

# Megatrends



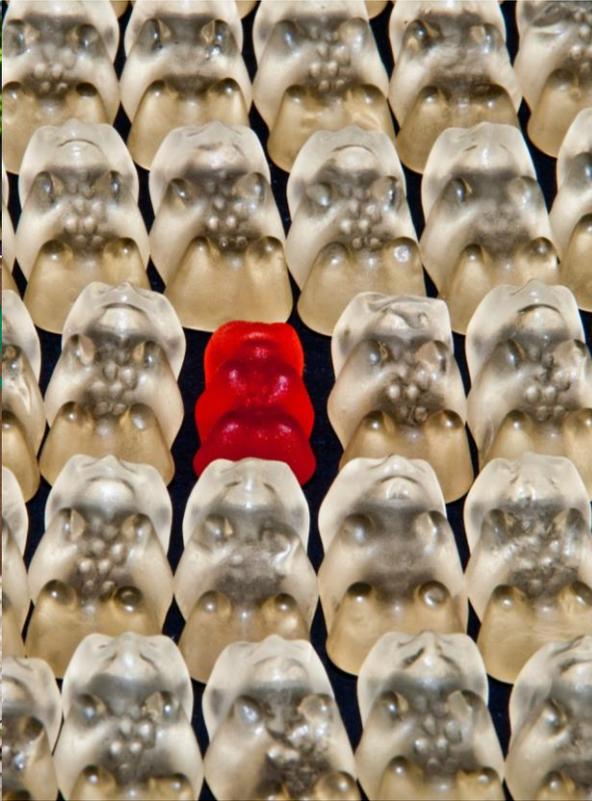
**Megatrends:** Die Innenstadt ist einerseits Ort der Arbeit, der Wertschöpfung und der Investitionen, andererseits Ort der Begegnung und der Versorgung. Die Innenstadt ist zentraler Ort einer Stadt, weshalb Megatrends der Stadtgesellschaft, des Stadtraums und der Stadtökonomie unmittelbar auf die Innenstadt einwirken. Innenstädte müssen auf die einwirkenden Megatrends durch ein gezieltes Storytelling reagieren, um den Anforderungen einer individualisierten Stadtgesellschaft gerecht zu werden. Der demografische Wandel aber auch die Reurbanisierung erfordern eine Flexibilität der Innenstadt in Bezug auf die räumlich-funktionalen Angebotsstrukturen. Die zunehmende gesamtgesellschaftliche Bedeutung von Orten und Plätzen verlangt nach einer Konzentration von Nutzungen und Qualitäten in zentralen Lagen, sodass durch Trends und Entwicklungen im Bereich Smart Cities und Usability die Erwartungen an einen bequemen Innenstadtbesuch resultieren. Die Digitalisierung bietet die Möglichkeiten, digitale und analoge Konzepte zu vereinen, worauf eine Innenstadt beispielsweise mit hybriden Betriebskonzepten im Einzelhandel reagieren sollte. Darüber hinaus gilt es in der Innenstadt sowohl stadtgesellschaftliche und stadtökonomische Trends zu vernetzen.

# Megatrends

## Stadtgesellschaft



Wertewandel



Individualisierung

**Wertewandel:** Mit jeder Generation ändern sich Wertvorstellungen, Gewohnheiten und Ansprüche an die Lebensumwelt. Folge dieser zunehmenden Pluralisierung sind deutlich stärker ausdifferenzierte und neue Lebensstile u. a. mit Fokus auf körperliches Wohlbefinden und Nachhaltigkeit\*, an denen sich auch der Handel hinsichtlich seiner Angebote und Betriebstypen ausrichtet und diversifiziert. Insbesondere mit dem Bedeutungsgewinn des bewussten Konsums steigt die Ausgabebereitschaft (eines Teils) der Konsument:innen für Lebensmittel wieder an. Zudem wird dem Konsum neben der materiellen Bedeutung auch zunehmend ein immaterieller Erlebniswert beigemessen.

**Individualisierung:** Die Zahl der Privathaushalte steigt in Deutschland weiter an, wobei sich die durchschnittliche Personenzahl je Haushalt stetig reduziert\*\*. Neben dieser quantitativen Entwicklung führen auch qualitative Aspekte der Individualisierung (z. B. Ausdifferenzierung von Zielgruppen, Individualisierung von Lebensbiografien) zu neuen Konsumverhaltensmustern.

# Megatrends

## Stadtgesellschaft



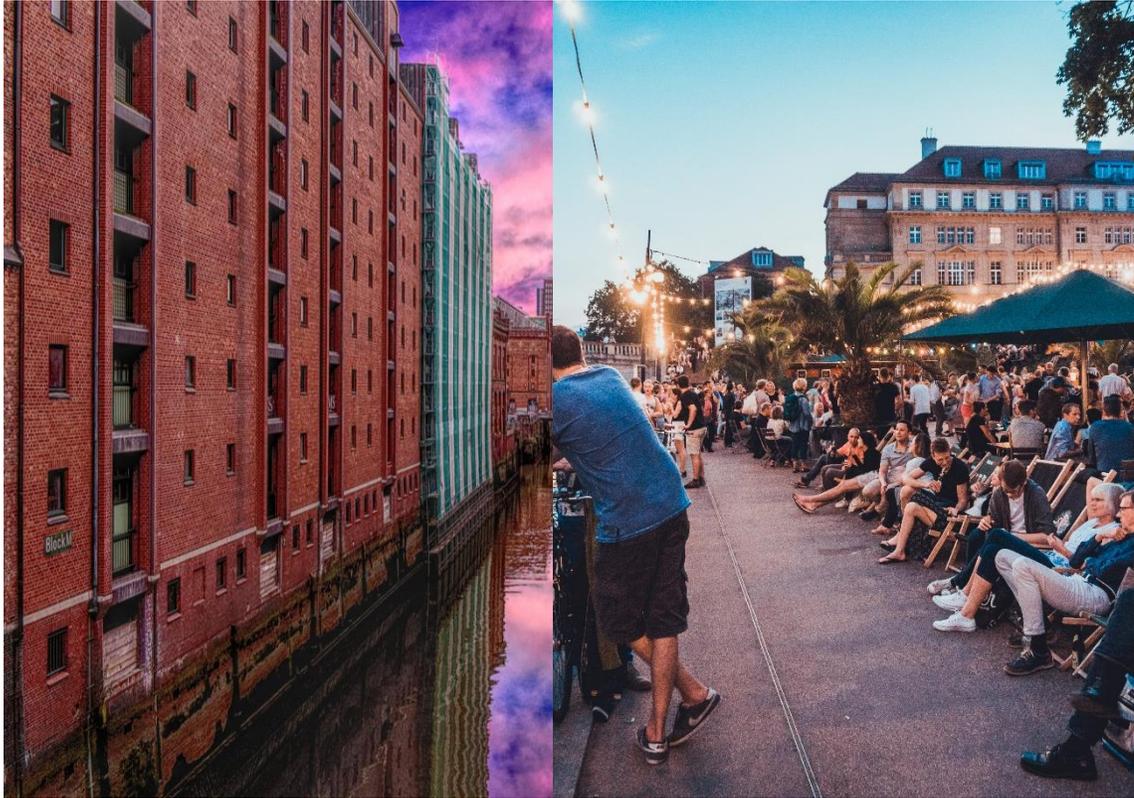
Demografischer Wandel

**Demografischer Wandel:** Die Bevölkerung in Deutschland wird insgesamt – trotz kurzfristiger, migrationsbedingter Sondereffekte – weniger und durchschnittlich älter, wobei mit erheblichen regionalen Unterschieden zu rechnen ist. Zudem nimmt innerhalb der Gruppe der Über-65-Jährigen der Anteil der Hochbetagten zu.\* Relevant ist diese Entwicklung vor allem für die örtliche Nahversorgungsstruktur, da die Nahraumversorgung für diese Kundengruppe gerade dann an Bedeutung gewinnt, wenn mit dem Alter die motorisierte Individualmobilität eingeschränkt wird. Der Handel selbst reagiert auf diese Entwicklungen bereits in Ansätzen mit bestimmten Betriebsformaten, angepasster Ladengestaltung und Serviceleistungen für Senior:innen (z. B. Bringdienste, breite Gänge in Supermärkten, Sitzgelegenheiten).

Quelle: Fotos pixabay, oneinchpunch/fotolia, Wikimedia. \*2015: rd. 20 % älter als 65 Jahre, rd. 5 % älter als 79 Jahre; 2060: rd. 33 % älter als 65 Jahre, rd. 13 % älter als 79 Jahre (vgl. Statistisches Bundesamt 2015).

# Megatrends

## Stadtraum



Reurbanisierung

Power of Places

**Reurbanisierung:** Innenstadt-Wohnen liegt wieder im Trend: Bei einer insgesamt stagnierenden bzw. zukünftig auch rückläufigen Bevölkerungszahl sind anhaltende Bevölkerungswanderungen zu beobachten. Es profitieren v. a. urbane Räume. Stadtwachstum ist dabei nicht nur unbedingt Einwohner:innenwachstum, sondern auch Haushaltswachstum. Denn die Zahl der Single-Haushalte wächst. Träger der Reurbanisierung sind insbesondere junge Personengruppen sowie (zukünftig) auch verstärkt die sogenannten „jungen Alten“, die ein gewisses urbanes Flair, kurze Wege und hochwertige Infrastruktur bevorzugen.

**Power of Places (oder „Die Kraft des Ortes“):** Die Multifunktionalität der Innenstädte nimmt aufgrund der steigenden Verträglichkeit von Wohnen, Arbeiten und Freizeit und der hohen Attraktivität vieler Innenstädte deutlich zu. Neben der Konzentration auf die Innenstadt selbst (Reurbanisierung), gewinnt dabei auch der konkrete, physische Ort als neues „Wohnzimmer“ zwischen den Polen Wohnen und Arbeiten an Bedeutung. Insbesondere in der heutigen hochmobilen und digital vernetzten Arbeitswelt ergibt sich für viele Menschen das Bedürfnis nach einer „Rückbettung“ in einen lokalen, real erlebbaren Kontext, wie z. B. der „Kiez“ eines Stadtquartieres.

# Megatrends

## Stadtraum

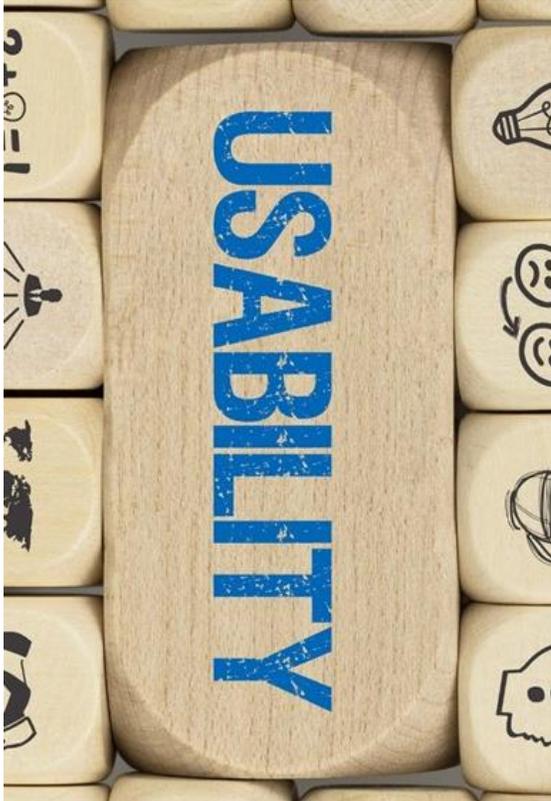


Smart Cities

**Smart Cities:** Die „smarte“ Stadt von morgen steht ganz im Zeichen der Vernetzung. Das beginnt bei Basics wie kostenlosem, öffentlichen WLAN und setzt sich über vernetzte und aufeinander abgestimmte Verkehrsleitsysteme fort. Neben dem Smartphone als Mobilitätszentrale zwischen Mensch und Verkehrssystem wird v. a. das „Internet der Dinge“ in Form intelligenter Verkehrs- und Logistikinfrastrukturen (z. B. dynamische Verkehrslenkung, Car-Sharing-Angebote, Mikrodepots, intelligente Paketboxen) die zukünftige Stadt bestimmen.

# Megatrends

## Stadtökonomie



Usability



Digitalisierung

**Usability:** Das Smartphone (bzw. dessen technische Nachfolger) trägt maßgeblich zu einem einfacheren Umgang mit komplexer, digitaler Technik bei. Heute ist es für uns selbstverständlich, dass wir mobil ein Hotelzimmer reservieren, ein Paket bestellen und uns zielsicher durch eine fremde Stadt bewegen, ohne in eine gedruckte Karte oder auf einen gedruckten Fahrplan zu schauen. Die jüngeren Generationen wachsen als „Digital Natives“ mit diesen Vernetzungsmöglichkeiten auf und fordern diese auch ein – das heißt, der Anspruch an die Benutzer:innenführung wächst ebenso.

**Digitalisierung:** Die Digitalisierung der Wirtschaft ist in vollem Gange – insbesondere der Einzelhandel erfährt große strukturelle Veränderungen. Services wie Click & Collect, Click & Reserve oder Same-Day-Delivery haben einen hohen Stellenwert im Wettbewerb und einen ebenso großen Einfluss auf das Verkehrsverhalten im Personen- und Warenwirtschaftsverkehr. Auch abseits des Einzelhandels hat der Trend zu kleinteiligeren Wirtschaftsprozessen und Spezialisierung mehr Verkehrsbeziehungen zur Folge. Auf der anderen Seite löst die Digitalisierung im Bereich der Verkehrstechnik (z. B. autonomes Fahren) eine gänzlich neue Dynamik aus.

# Megatrends

## Stadtökonomie

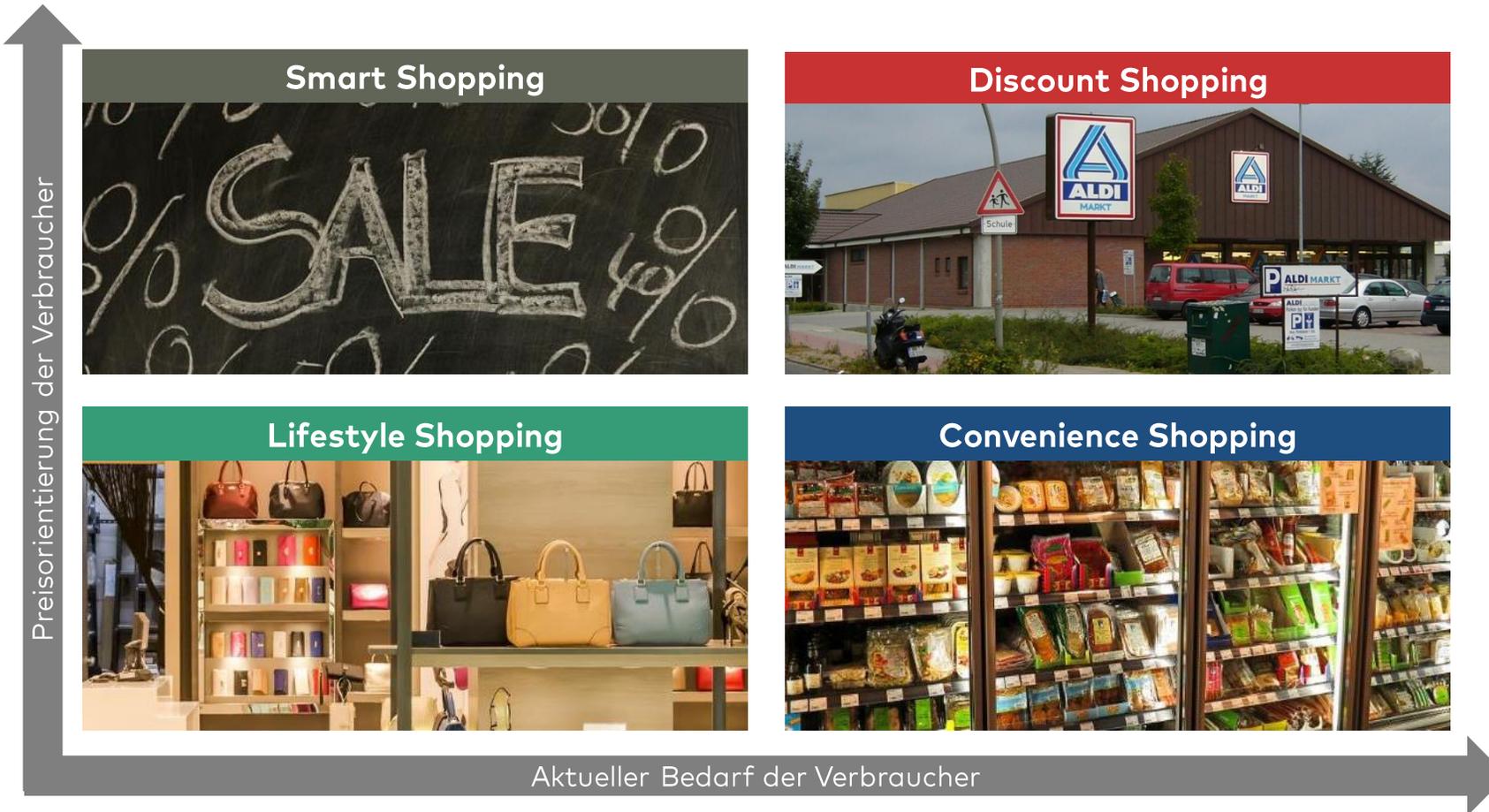


Share Economy

**Share Economy:** Eine wesentliche Triebfeder der Stadtentwicklung ist die zunehmende Digitalisierung aller Lebensbereiche. Auch bei älteren Bevölkerungsgruppen steigt die Online-Affinität deutlich an. Der damit einhergehende Sharing-Gedanke („Nutzen statt Besitzen“) wird auf Konsumentenseite immer deutlicher – die reine Nutzungsmöglichkeit wird wichtiger als der eigentliche Besitz. Die Auswirkungen auf den stationären Einzelhandel sind entsprechend disruptiv. Allerdings zeigen sich die für Oberzentren wie Dortmund so wichtigen Warengruppen des kurzfristigen Bedarfs als überaus „robust“. Dies liegt zum einen in der Natur der Sache (schnell zu verbrauchende Konsumgüter lassen sich nicht teilen bzw. mieten), zum anderen aber auch an einer (noch) vorhandenen Skepsis beim Online-Einkauf von frischen Lebensmitteln sowie der dafür nicht ausgelegten Transportlogistik (z. B. Kühlkette). Es ist jedoch davon auszugehen, dass mittel- bis langfristig auch in diesem Marktsegment gesellschaftliche und technische Hürden überwunden werden. Die Entwicklung wird allerdings zunächst Großstädte bzw. hoch verdichtete Großstadtregionen betreffen.

# Megatrends

## Trends der Einzelhandelsentwicklung: Typisierung situativer Konsumverhaltensmuster



**Segmentierung der Nachfragemärkte:**  
Im Wesentlichen können vier Typen des situativen Konsumverhaltens unterschieden werden: *Erlebniseinkauf (lifestyle shopping)*, *Bequemlichkeitseinkauf (convenience shopping)*, *Preiseinkauf (discount shopping)* und *Schnäppcheneinkauf (smart shopping)*. Neben dem für den nahversorgungsrelevanten Einzelhandel immer noch prägenden preisbewussten Einkauf haben in den vergangenen Jahren zunehmend der Bequemlichkeitseinkauf und in gewissen sozialen Milieus auch durchaus der Erlebniseinkauf an Bedeutung gewonnen. Je nach aktueller Preis-orientierung und aktuellem Bedarf bzw. der jeweiligen Zeitsensibilität verfällt der so genannte „hybride Verbraucher“ je nach Situation in eine der entsprechenden Konsumtypen.

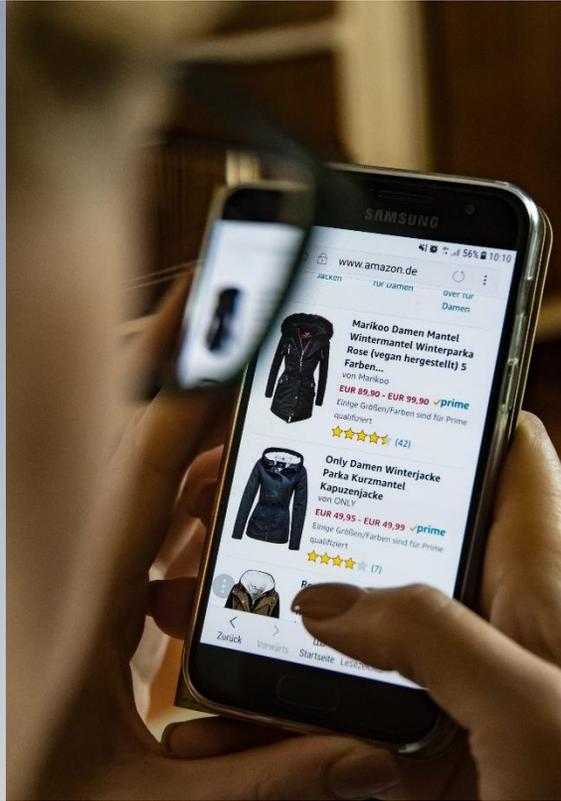
Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Fotos: Stadt + Handel, pixabay.

# Megatrends

## Trends der Einzelhandelsentwicklung: Wandel des Einkaufsverhaltens



Kopplung



Entkopplung

### Kopplung und Entkopplung von Konsum:

Aufgrund der bereits skizzierten gesellschaftlichen Wandlungsprozesse, des hohen Motorisierungsgrades und sinkender Zeitkontingente (insb. durch die individualisierten Lebensformen und die „doppelte“ Erwerbstätigkeit in Familien) wird der Einkaufsaufwand weiter durch weniger, aber dafür umfassendere Einkäufe reduziert. Das so genannte one-stop-shopping begünstigt die Bildung von flächenintensiven Kopplungsstandorten. Der Vorteil der Bequemlichkeit und der Angebotsvielfalt schlägt dabei aus Kund:innensicht oft das Kriterium der räumlichen Nähe von Versorgungsstandorten. Einkaufswege werden dabei zumeist mit beruflichen oder freizeitbedingten Wegen gekoppelt. Auf der anderen Seite führt die weiter zunehmende Nutzer:innenfreundlichkeit von Online-Einkäufen (insb. durch die Entwicklung des Mobile Commerce auf dem Smartphone) zu einer zeitlichen und räumlichen Entkopplung von Konsum – der Einkauf „abends auf der Couch“ ist keine Seltenheit. Dieser Faktor kann durchaus auch positive Impulse auf die generelle einzelhandelsbezogene Ausgabebereitschaft haben.

# Megatrends

## Trends der Einzelhandelsentwicklung: Wandel des Einkaufsverhaltens



Erlebnisorientierung



Polarisierung

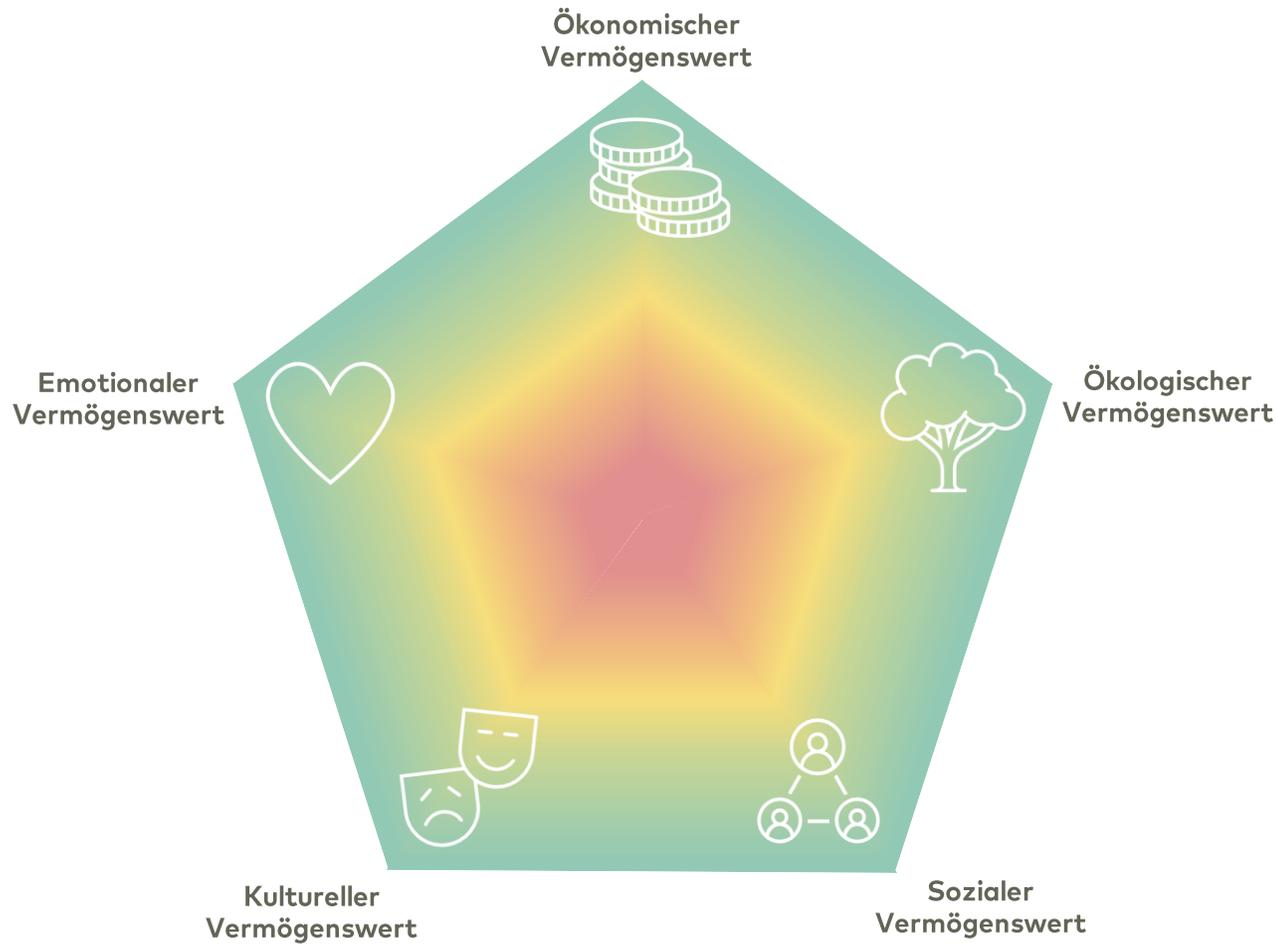
### Erlebnisorientierung:

Der Erlebniseinkauf spielt nicht nur beim klassischen „Einkaufsbummel“ eine wichtige Rolle. Auch im Bereich der Nahversorgung versuchen die Anbieter:innen durch hochwertigere Warenpräsentation, Erhöhung der Angebotsvielfalt (insb. auch regionale und zielgruppenspezifische Produkte) sowie spezielle Serviceangebote die Aufmerksamkeit der Kund:innen zu gewinnen. Der Einkauf wird dabei ähnlich emotional aufgeladen wie in anderen Branchen auch. Dies führt u. a. zu einem erhöhten Platzbedarf und damit verbunden höheren Verkaufsflächenansprüchen.

**Preis-/Zielgruppenpolarisierung:** Obwohl insgesamt ein Wachstum der Haushaltseinkommen zu verzeichnen ist, führt die Einkommenssteigerung erst seit den letzten Jahren wieder zu einer minimalen Erhöhung des einzelhandelsrelevanten Ausgabeanteils. Ein stetig wachsender Teil des Budgets der privaten Haushalte wird weiterhin für Wohnen (steigende Mieten und Mietnebenkosten) sowie freizeitorientierte Dienstleistungen ausgegeben. Darüber hinaus schlägt sich die zu beobachtende Einkommenspolarisierung auch in einer Polarisierung von Zielgruppen und Nachfrage nieder: Hochwertige und hochpreisige Angebote finden ebenso ihren Absatz wie discountorientierte Produkte. Mittelpreisige Anbieter:innen ohne klaren Zielgruppenfokus geraten hingegen unter Druck.

# Megatrends

## Die fünf Vermögenswerte der Innenstadt



Innenstadt ist mehr als Konsumraum! Ökologie, Sozialraum, Ort der Kultur, Raum der Emotionen – all das sind wesentliche Aspekte der Innenstadt von morgen.

Um die Zukunft der Dortmunder City zielgerichtet zu entwickeln, lohnt ein Blick auf die Ausprägung der unterschiedlichen Vermögenswerte. Welche Rolle nimmt die Kultur heute in den einzelnen Quartieren ein? Inwiefern bietet das Quartier einen ökologischen Wert? Eine Darstellung des Status Quo zeigt plakativ die heutige Bedeutung der verschiedenen Aspekte auf.

Um die Dortmunder City in ihrem Wettbewerbsumfeld zu stärken und zukunftsorientiert zu entwickeln, gilt es, die verschiedenen Ausprägungen der Vermögenswerte nicht nur zu analysieren, vielmehr müssen Zielperspektiven für jedes Quartier definiert werden. Dabei müssen nicht alle Vermögenswerte in jedem Quartier in gleicher Ausprägung avisiert werden. Vielmehr muss ein konsistentes Gesamtkonzept der City formuliert werden, in dem die einzelnen Quartiere bestmöglich auf die Gesamtentwicklung der Dortmunder City einzahlen. Aus der Gegenüberstellung des Status Quo als ein Ergebnis der Innenstadtanalyse und der Zielperspektive, die im Dialog mit den Cityakteur:innen erarbeitet wurde, lassen sich Handlungsbedarfe in ihrer Dringlichkeit und thematischen Ausrichtung ableiten.

# Megatrends

## Die fünf Vermögenswerte der Innenstadt

### Ökonomischer Vermögenswert

**Die Innenstadt ist das Zentrum von Wertschöpfung, Konsum und Arbeit.** Sie ist der zentrale Versorgungsbereich der Stadt. Hier vermengen sich verschiedenste Angebote aus Handel, Gastronomie und Dienstleistungen auf engstem Raum und lösen Frequenzen für die gesamte Innenstadt aus. Die Haupteinkaufslage der Innenstadt wirkt dabei als pulsierende Lebensader. Die Innenstadt zeichnet sich zudem durch ein vielfältiges und hochverdichtetes Angebot an Arbeitsplätzen aus.



### Ökologischer Vermögenswert

**Die Innenstadt definiert sich als grüne Lunge,** nicht als Betonwüste. Mehr Durchgrünung, erfrischende Wasserelemente und ein gesundes Stadtklima steigern die Aufenthaltsqualität kontinuierlich. Hochwertige Aufenthaltsorte laden zum Verweilen abseits des Einkaufstrubels ein – für eine lebenswerte und gesunde Innenstadt.



### Sozialer Vermögenswert

Die Innenstadt ist für Jedermann – für unterschiedliche Gemeinschaften, Generationen und Kulturen. Vielfalt und Unterschiedlichkeit treffen in einem harmonischen Einklang aufeinander. Das urbane Leben spielt sich rund um die Uhr in der Innenstadt ab. Die Innenstadt bietet den Menschen einen Ort zum Wohnen, Raum zum Wohlfühlen, etwas Heimisches – **die Innenstadt als Dritter Ort** – in der Sauberkeit und Sicherheit selbstverständlich sind.



### Kultureller Vermögenswert

**Die Innenstadt ist ein Ort der Inspiration, der Kreativität und des Miteinanders.** Sie ist der Festpielplatz ihrer Besucher:innen und Bürger:innen – freiheitsliebend, individuell, vielfältig. Hier steht das Miteinander und nicht der Kommerz im Vordergrund. Veranstaltungen, Events und Feste sowie Aufführungen, Ausstellungen und Konzerte und die Menschen selbst füllen die Innenstadt mit Leben.



### Emotionaler Vermögenswert

Die Innenstadt bietet Raum für Gefühle und Emotionen, sie ist spürbar und erlebbar. Egal ob das erste Date, leuchtende Kinderaugen vor Schaufenstern zur Weihnachtszeit oder das Feiern von Geburtstagen und Lebensabschnitten – alles hat hier seinen Platz. Erinnerungen verbinden die Menschen mit der Innenstadt. Die Bürger:innen identifizieren sich mit *ihrer* Innenstadt, sie lieben und leben die Innenstadt. **Ein Ort der funkelnden Augen, der ersten Dates und der Passion.**



# Zentrale Grundlagen

# Zentrale Grundlagen

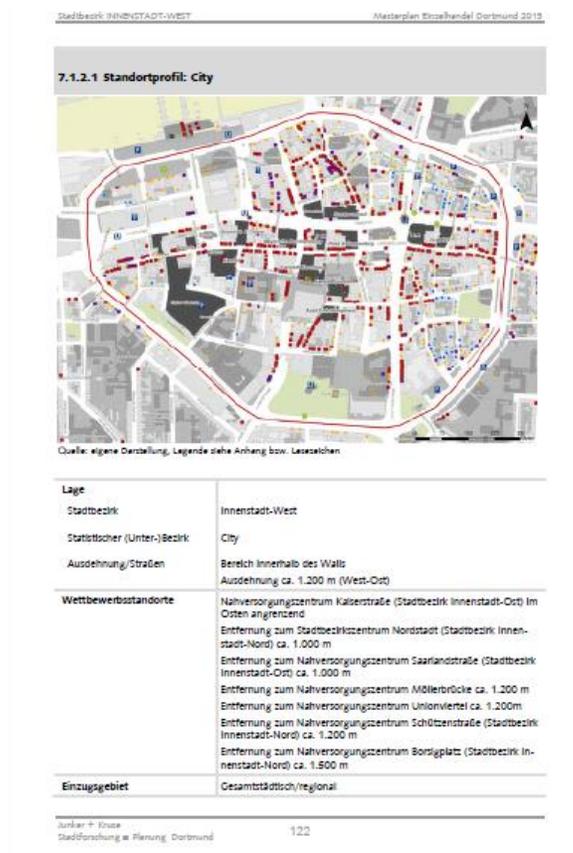
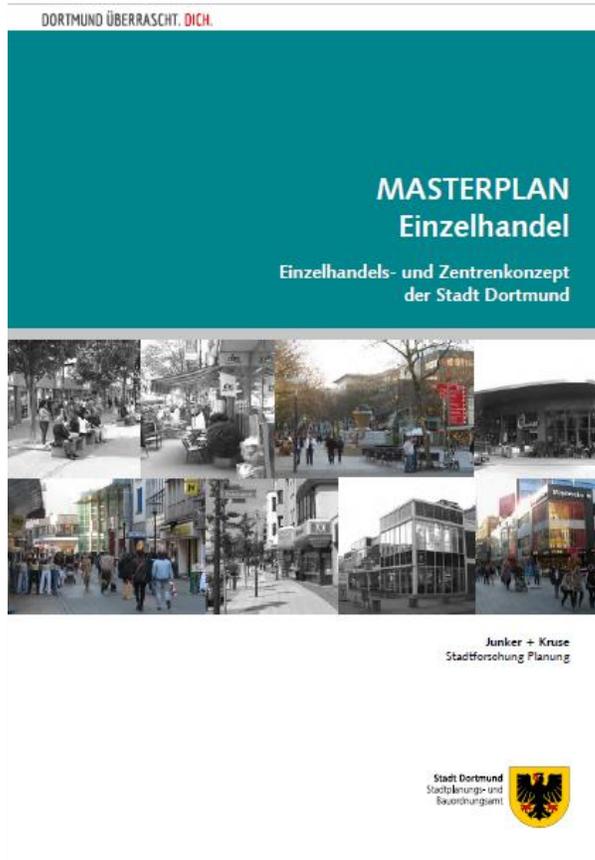
## Übersicht

Die Dortmunder City ist bereits in bestehenden Gutachten und weiteren Entwicklungskonzepten thematisiert worden. Die zentralen Erkenntnisse aus den bestehenden Gutachten und Konzepten werden einerseits in die zu entwickelnde Profilierung miteinbezogen und liefern eine wichtige Grundlage für die weitere Erarbeitung, andererseits liefert der Prozess zum Anstoß eines Citymanagements Erkenntnisse, die in die Fortschreibung und Aufstellung weiterer Konzepte einfließen. Dabei werden folgende Gutachten und Materialien betrachtet:

- Masterplan Einzelhandel
- Masterplan Plätze
- Masterplan Kommunale Sicherheit
- Integrierte Stadtsauberkeitskonzept (ISSK) für die Stadt Dortmund
- City2030 – Konzept zur Entwicklung der City Dortmund
  - Vertiefend: Thier-Galerie
  - vertiefend: Boulevard Kampstraße
  - vertiefend: BaseCamp
- Darstellung der laufenden und geplanten Maßnahmen sowie Konzepte in der Dortmunder City (Stand: 03/2021)

# Zentrale Grundlagen

## Masterplan Einzelhandel



Der „Masterplan Einzelhandel – Einzelhandels- und Zentrenkonzept der Stadt Dortmund“ (2013) dient als Grundlage für die Bewertung und Prüfung von Verlagerungen, Ansiedlungen sowie Erweiterungen von Einzelhandelsvorhaben. Zur Steuerung des Einzelhandels wurden für die Dortmunder City u. a. folgende Entwicklungsziele formuliert:

- Sicherung und Stärkung der City als Hauptzentrum der Stadt
- Weiterentwicklung und Profilierung des oberzentralen Einzelhandelsbesatzes in den Haupt- und Nebenlagen
- Sicherung und Stärkung der Multifunktionalität
- Erhaltung und Stärkung der Quartiere (z. B. Rosenviertel)
- Entwicklung und Aufwertung des Bereichs Kampstraße/Brüderweg
- Hauptbahnhof: einzelhandelsrelevanter Besatz mit alleiniger Ausrichtung auf Reisebedarf
- keine Ausdehnung des (großflächigen, zentrenrelevanten) Einzelhandels über den Wall hinaus

**Der Masterplan Einzelhandel befindet sich zurzeit in der Fortschreibung.**

# Zentrale Grundlagen

## Masterplan Plätze

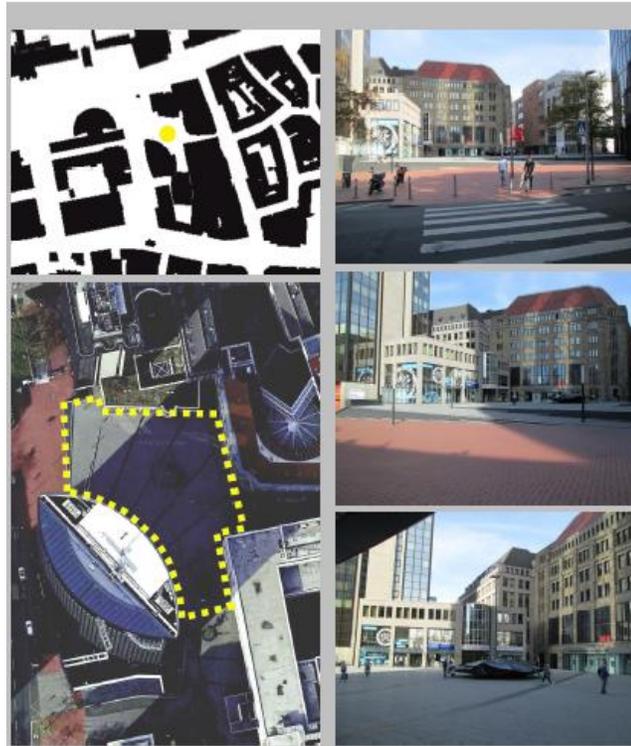
Masterplan Plätze

Betrachtung der Plätze in der Innenstadt



Masterplan Plätze

Betrachtung der Plätze in der Innenstadt



Im Rahmen des „Masterplan Plätze – Betrachtung der Plätze in der Innenstadt“ (2019) erfolgte eine Betrachtung der prägenden Plätze, Achsen und Grünanlagen in der Dortmunder City. Insbesondere die Plätze prägen in unterschiedlicher Form, Größe und Funktion die Dortmunder City. Mit dem Masterplan werden die aktuellen und zukünftigen Besonderheiten und Charaktere der Plätze herausgearbeitet und mit dem Hauptwegenetz der Dortmunder City verbunden. Gleichzeitig werden die Gestaltungselemente der verschiedenen Plätze ein harmonisches und attraktives Gesamtbild entstehen lassen. Mit dem Masterplan Plätze wird zudem angestrebt, die Pflege, Weiterentwicklung und qualitative Sicherung der City zu steuern.

Ein zentrales Ziel des Masterplans ist die Ansiedlung neuer, belebender Nutzungen an den Platzrändern, damit die Aneignungs-Tendenzen unterstützt und die Plätze mehr Aufmerksamkeit erhalten. Insgesamt wurden 39 Bereiche nach ihrer Charakteristik, Qualität und ihrem Handlungsbedarf bewertet. Für diese Bereiche wurde kurzfristiger und langfristiger Handlungsbedarf mit konkreten Maßnahmenvorschlägen erarbeitet.

**Der Masterplan Plätze befindet sich zurzeit in der Umsetzungsphase und die Erstellung eines "Masterplan Plätze – Gestalthandbuch für die prägenden Stadträume der Dortmunder City" wird erarbeitet.**

# Zentrale Grundlagen

## Masterplan Kommunale Sicherheit



### MASTERPLAN

---

### KOMMUNALE SICHERHEIT



#### 4.3 SICHERHEIT IM BEREICH „ÖFFENTLICHE SICHERHEIT UND ORDNUNG IN DER STADT“

Öffentliche Sicherheit gehört zu den wichtigsten Themen der innen- und Außenpolitik. Zu diesem Feld gehören: Schutz der Bürgerinnen und Bürger vor Gewalt, Verbrechen und Terror sowie der Schutz der verfassungsmäßigen Ordnung. Kommunen können zur Verbesserung der Sicherheitslage beitragen, indem sie in sämtlichen Bereichen der Stadtverwaltung insbesondere auf Sicherheitsbelange achten. Darüber hinaus entstehen neue Formen der Kooperation auf kommunaler Ebene, wie beispielsweise Sicherheitspartnerschaften zwischen Polizei, Privatwirtschaft und Bevölkerung. Um ein ganzheitliches Sicherheitskonzept für die „Gesamtsstadt“ zu entwickeln und abbilden zu können, wurde auf die Methodik des Masterplans zurückgegriffen.

62

Der Masterplan Kommunale Sicherheit aus dem Jahr 2019 bildet eine integrierte Strategie zur Schaffung hochwertiger öffentlicher Räume und lebenswerter Quartiere in Dortmund. Es werden Handlungsbedarfe in verschiedenen gesellschaftlichen und kommunalpolitischen Handlungsfeldern aufgezeigt und dazu konkrete Maßnahmenvorschläge formuliert. Ziel, welches mit dem Masterplan verfolgt wird, ist die Vernetzung sicherheitsrelevanter Akteur:innen sowie die Abstimmung und Umsetzung gezielter Maßnahmen, um die objektive Sicherheitslage zu verbessern und das subjektive Sicherheitsempfinden zu stärken. Ein breit angelegter Beteiligungsprozess unter Einbindung der Stadtverwaltung, Polizei und diverser zivilgesellschaftlicher Gruppen und Organisationen wurde in die Erarbeitung des Strategiepapiers integriert.

Maßnahmen des Masterplans sind unter anderem:

- Präsenz von Ordnungskräften/Polizei erhöhen, Ausbildungsberuf „Kommunaler Außendienst“
- Beleuchtung im öffentlichen Raum
- Implementierung einer Sauberkeits-App, Stärkung der Mülldetektiv:innen des städtischen Entsorgungsunternehmens (Entsorgung Dortmund GmbH (EDG))
- Bekämpfung der Kleinkriminalität im Sinne einer „Null-Toleranz-Strategie“
- konsequente Einleitung und Beschleunigung von Strafverfahren
- Alkoholverkaufsverbote/-beschränkungen
- Videobeobachtung und Videoüberwachung

# Zentrale Grundlagen

## Integriertes Stadtsauberkeitskonzept (ISSK) der Stadt Dortmund



Das „Integrierte Stadtsauberkeitskonzept (ISSK) für die Stadt Dortmund“ aus dem Jahr 2020 enthält neben einer Bestandsaufnahme der Stadtbildpflege und einer Evaluierung der Pflege des Straßenbegleitgrüns, zukünftige Entwicklungspotenziale und Ziele. Mit dem ISSK soll ein Mehrwert für die gesamte Dortmunder Bevölkerung in Form einer saubereren Stadt mit hoher Lebensqualität geschaffen werden. Ziele, die u. a. mit dem Konzept verfolgt werden, sind die Verbesserung der Aufenthaltsqualität und des subjektiven Sicherheitsgefühls, die Schärfung der Zuständigkeiten und die Definition von einheitlichen Qualitätszielen.

Handlungsschwerpunkte des Konzeptes:

- Pflege von Grünflächen an Straßen und Wegen
- Straßenreinigung und Wildkrautbekämpfung
- Ausbau des abfallwirtschaftlichen Ermittlungsdienstes
- Übertragung der Pflege des Straßenbegleitgrünes auf die EDG
- verbesserte Ansprechbarkeit für Sauberkeit durch die App „Dreckpetze“

Das integrierte Stadtsauberkeitskonzept befindet sich momentan in der Umsetzung. Die Stadt Dortmund hat sich freiwillig selbst verpflichtet, das ISSK künftig turnusmäßig alle fünf Jahre fortzuschreiben.

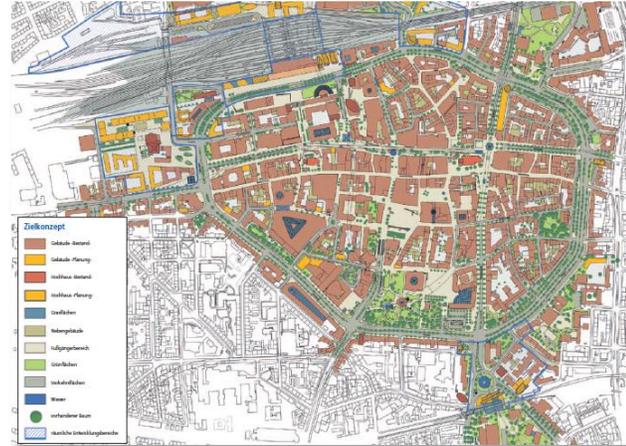
# Zentrale Grundlagen

## Konzept City2030



CITY 2030

Stadt Dortmund  
Stadtstrategie  
Beauftragung



Das „City2030 – Konzept zur Entwicklung der City Dortmund“ aus dem Jahr 2014 ist eine Fortschreibung der City-Konzepte aus den Jahren 1999, 1988 und 1983. Mit dem Konzept wird der Stand der bisherigen Entwicklung sowie weitere Entwicklungsmöglichkeiten mit dem Zielhorizont 2030 aufgezeigt. Dabei werden thematische und räumliche Leitthemen und -projekte beschrieben sowie Flächen mit Entwicklungspotenzialen lokalisiert und in einen zusammenhängenden Kontext gestellt. Es bildet zudem den Rahmen und die Grundstruktur für Entscheidungsprozesse und das Akteur:innenhandeln und dient somit als Impulsgeber für die Gestaltung einer attraktiven und multifunktionalen City.



# Zentrale Grundlagen

## Konzept City2030

### Umgesetzte Meilensteine des City-Konzepts 2030:

- Thier-Galerie (Eröffnung 2011)
- Lensing-Carrée (Eröffnung 2012)
- Bereich Martinstraße – Potgasse – westliche Silberstraße (2012 abgeschlossen)
- Boulevard Kampstraße-Brüderweg (Maßnahme z. T. noch ausstehend)
- Spielstandorte, u. a. Hansekogge, Spielstandort Mönchenwordt
- private und öffentliche Handlungsstrategien (bereits bestehende Initiativen: u. a. Aktion Boulevard Kampstraße, Dortmunder Qualitätsroute, City-Runde, Cityring)
- private Baumaßnahmen (u. a. Herrenbekleidungshaus Anson's, Fassadenneugestaltung H&M)
- öffentliche Baumaßnahmen (u. a. Konzerthaus, Neubau Berswordt-Halle, Neugestaltung Platz von Leeds)
- Deutsches Fußballmuseum (als neue urbane Landmarke)
- Boulevard Kampstraße (zentraler Bauabschnitt)
- Platzgestaltung St. Petri-Kirchhof
- ehemaliges Museum am Ostwall (Baukunstarchiv NRW)
- Einzelstandorte: u. a. Nachfolgekonzept ehem. Karstadt-Technikhaus Kampstraße (BaseCamp)

### Aktuelle und zukünftige Einzelprojekte City-Konzept 2030, u. a.:

- Entwicklung Hauptbahnhof und Umfeld
- Platzgestaltung St. Reinoldi und Marienkirchhof

### Handlungsfelder und Leitlinien City-Konzept 2030, u. a.:

- öffentliche Wege und Plätze
- Gestaltungsätze für ein attraktives Stadtbild
- City-Möblierung
- Gestaltung Außengastronomie
- Sauberkeit und Sicherheit; City der Generationen
- Licht zieht an
- Kunst auf Schritt und Tritt
- Stadtklima
- City-Marketing
- Zwischennutzungen – temporäre Aktionen

Im Folgenden werden drei stadtbildprägende Maßnahmen in der Dortmunder City vertiefend dargestellt: Bau und Eröffnung der Thier-Galerie, (Teil-) Realisierung des Boulevards Kampstraße sowie Nachnutzung des ehem. Karstadt-Technikhauses an der Kampstraße als „BaseCamp“.

# Zentrale Grundlagen

## Konzept City2030: Maßnahme Thier-Galerie



Im Jahr 2011 wurde auf dem ehemaligen Standort der Thier-Brauerei im südwestlichen Bereich der City das Shopping-Center Thier-Galerie eröffnet. Die Fassadengestaltung orientiert sich am denkmalwürdigem Thier-Verwaltungsgebäude am Hohen Wall und erzeugt dadurch eine gelungene Verknüpfung aus historischer und moderner Architektur.

Heute befinden sich in der Thier-Galerie 113 Geschäfte auf rd. 25.600 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche (Stand: 10/2021\*) sowie zusätzliche Flächen für Gastronomie und Entertainment. Durch sechs markante Eingangsportale und dessen Wegesystem ist die Galerie in die Einkaufslagen der City integriert.



Laut des Konzeptes City2030 löst der Bau und die Eröffnung der Thier-Galerie positive Auswirkungen für die Dortmunder City aus: mit der Thier-Galerie konnte der Bereich südlich des Westenhellwegs belebt und städtebaulich aufgewertet werden. Weiterhin ist das Shopping-Center ein großer Kundenmagnet für Dortmunder:innen und Besucher:innen und wirkte als Impuls für Folgeinvestition in der Umgebung (z. B. Lensing-Carree und Martinstraße – Potgasse – Silberstraße).

# Zentrale Grundlagen

## Konzept City2030: Maßnahme Boulevard Kampstraße

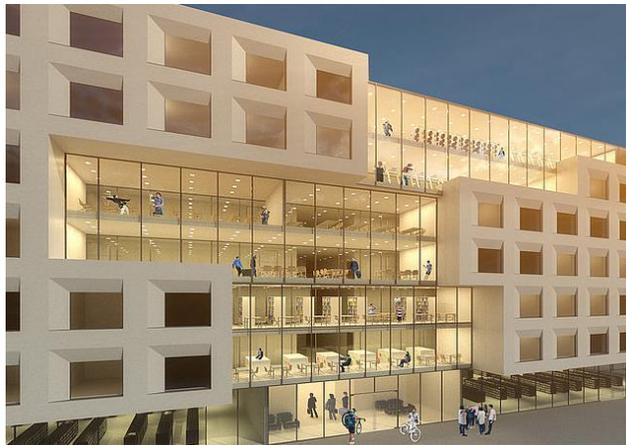


Kampstraße und Brüderweg bilden, neben der zentralen Fußgängerzone Westen- und Ostenhellweg, eine wichtige Verbindungsachse für die Dortmunder City, die früher im Wesentlichen dem Autoverkehr und der Straßenbahn vorbehalten waren. Um diese Achse für Fußgänger und Radfahrer zu qualifizieren, wird sie als Flaniermeile mit Aufenthalts- und Erlebnisqualität ausgebaut. Zunächst wurde die Straßenbahn in den Untergrund verlegt und eine durchgängige Befahrbarkeit mit dem motorisierten Individualverkehr (MIV) verhindert. Der gesamte Boulevard wurde in mehrere Bauabschnitte eingeteilt, wovon bislang noch nicht alle abgeschlossen sind. Während der östliche Abschnitt bis zur Reinoldikirche und der westliche Abschnitt bis zum Petrikirchhof bereits abgeschlossen sind, befinden sich die zentralen Bauabschnitte derzeit noch in der Realisierung.

In den bisher realisierten Bauabschnitten ist der Erfolg und die Wirkung der Maßnahme bereits ersichtlich. Ein attraktives Straßenbild wird durch einheitliche Stadtmöblierung und Bodenbeläge sowie breite Fußwege vor den Geschäften erreicht, die zum Flanieren einladen. Mehrere in der Achse integrierte Spielorte für Kinder und Jugendliche erhöhen zudem die Aufenthaltsqualität.

# Zentrale Grundlagen

## Konzept City2030: Maßnahme BaseCamp

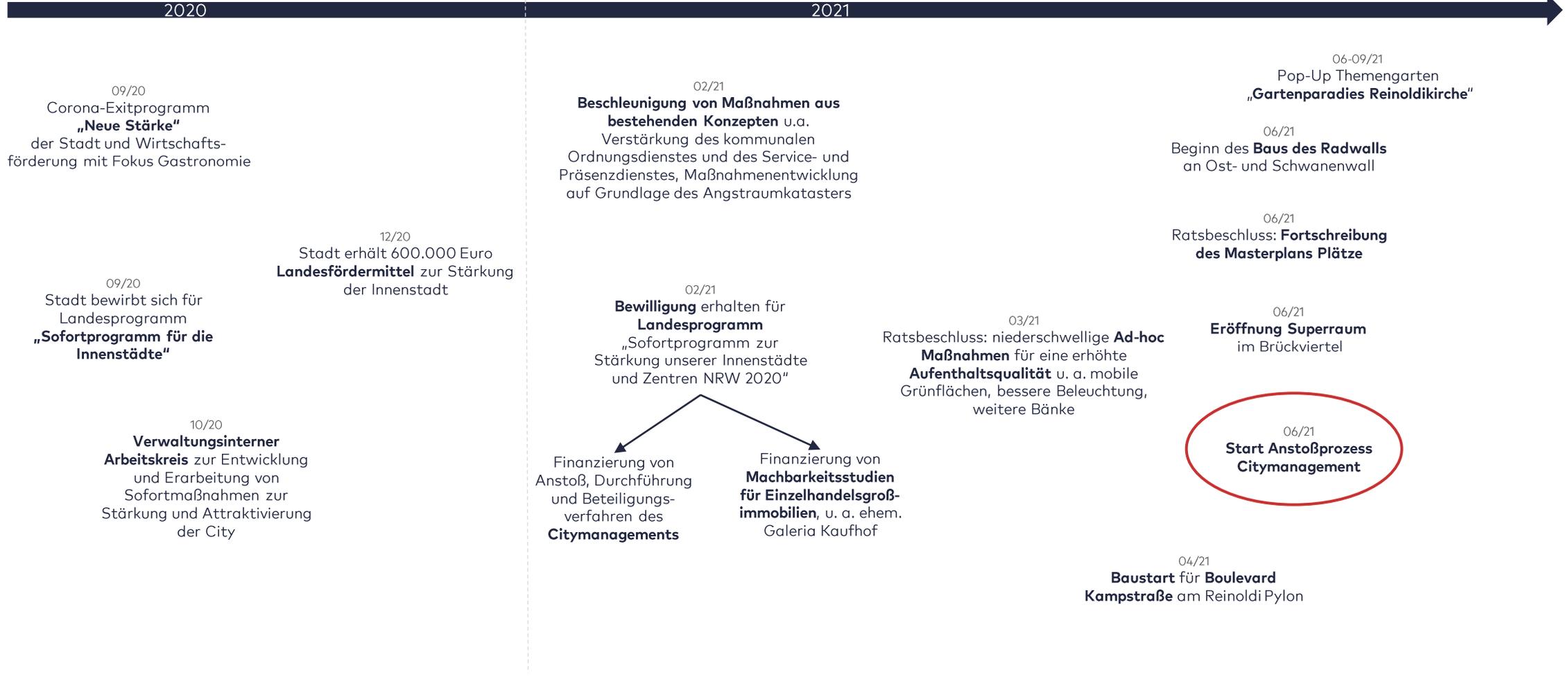


Das leerstehende ehemalige Karstadt-Technikhaus an der Kampstraße wurde abgerissen und auf dessen Grundstück ein gemischt genutztes Gebäude mit dem Projektnamen „BaseCamp“ errichtet. Der Neubau nach den Plänen des Dortmunder Büros Gerber Architekten enthält 331 möblierte Studierendenappartements und ein Hotel mit 118 Zimmern. Weitere Nutzungen im BaseCamp sind Einzelhandels- und Gastronomieflächen im Erdgeschoss, die u. a. durch Rewe angemietet werden sowie ein öffentliches Café mit Dachterrasse im sechsten Stockwerk. Nicht nur aufgrund der Größe des Gebäudes, sondern auch aufgrund der vielfältigen Nutzungen wird das BaseCamp ein Meilenstein für die Dortmunder City sein. Dieses Leuchtturmprojekt wird eine positive Strahlkraft auf die gesamte City bewirken und nicht nur das angrenzende Brückviertel mit neuem urbanem Leben aufwerten.

**Das BaseCamp wurde im Oktober 2021 eröffnet.** Weitere Eröffnungen erfolgten im Laufe des Jahres 2022 mit einer Bar „Baseology“, einem Hotel und einem Rewe-Markt im BaseCamp.

# Zentrale Grundlagen

## Übersicht zentraler Maßnahmen und Entwicklungen (Auswahl)



# Rahmenbedingungen

# Rahmenbedingungen

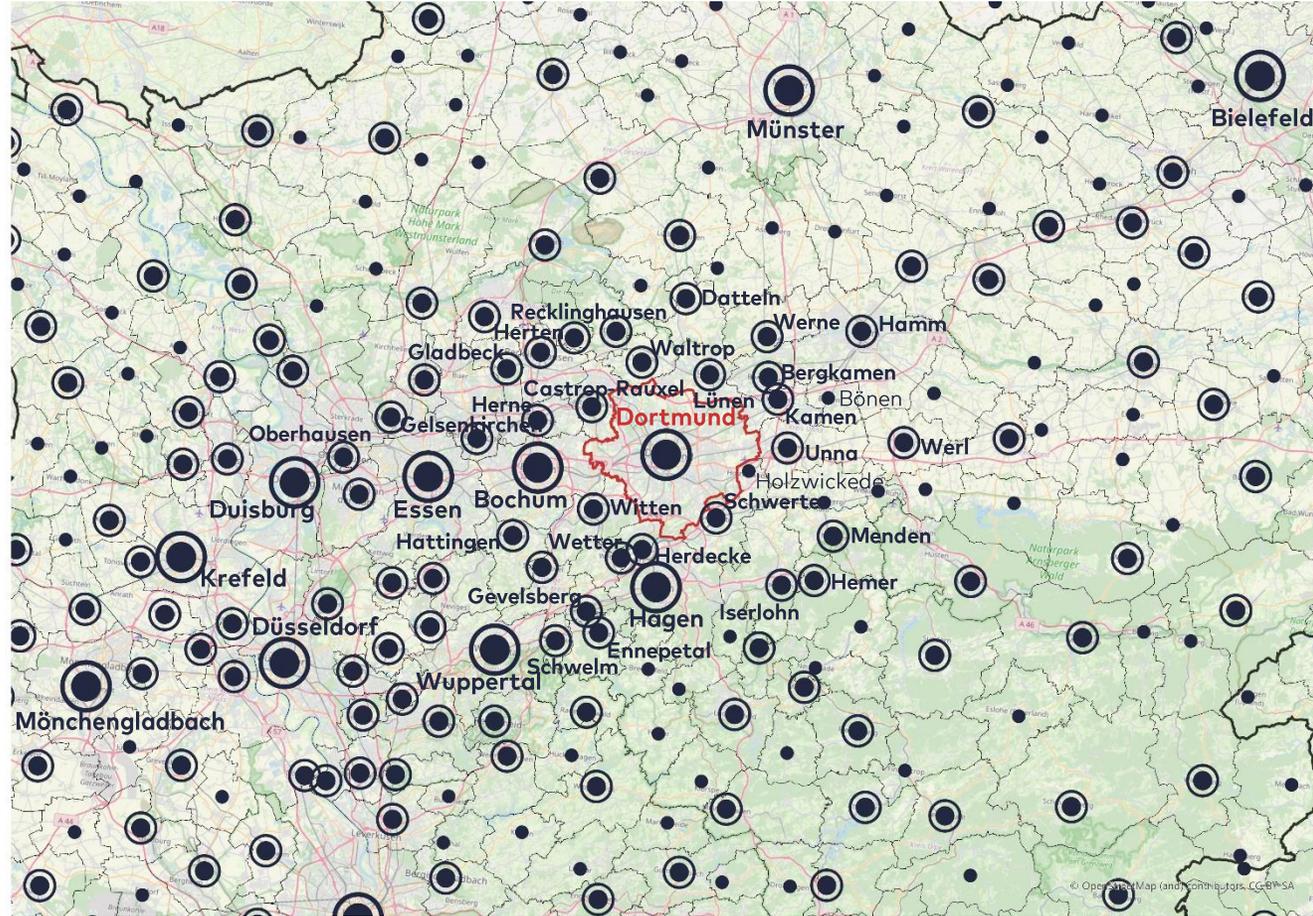
## Siedlungsräumliche Rahmenbedingungen

### Administrative Grenzen

- Untersuchungskommune
- Kommune
- Bundesland

### Zentralörtliche Funktion

- Oberzentrum
- Mittelzentrum
- Grundzentrum



### Versorgungsfunktion

Zentralörtliche Funktion	Oberzentrum
--------------------------	-------------

### Siedlungsstruktur Gesamtstadt

Einwohner:innen (Hauptwohnsitz)	603.168
Relative Bevölkerungsentwicklung bis 2026	+ 1,4 %

### Einwohner:innen der Stadtbezirke

<b>Innenstadt (statistische Unterbezirke 001+002)</b>	<b>4.080 (0,7%)</b>
Innenstadt-West	52.533 (8,7%)

### Nächstgelegene Mittelzentren

- Witten (20 min)
- Castrop-Rauxel (20 min)
- Herdecke (20 min)
- Herne (20 min)
- Unna (25 min)

### Nächstgelegene Oberzentren

- Bochum (25 min)
- Hagen (25 min)
- Essen (30 min)
- Wuppertal (35 min)
- Duisburg (45 min)

Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Einwohner: Stadt Dortmund (Stand: 07/2021); Einwohnerprognose: IT, NRW 2021; ; ZÖF: BBSR 2008 (aktualisiert durch Stadt + Handel); Kartengrundlage: Bundesamt für Kartographie und Geodäsie 2018; OpenStreetMap – veröffentlicht unter ODbL.

10 km

# Rahmenbedingungen

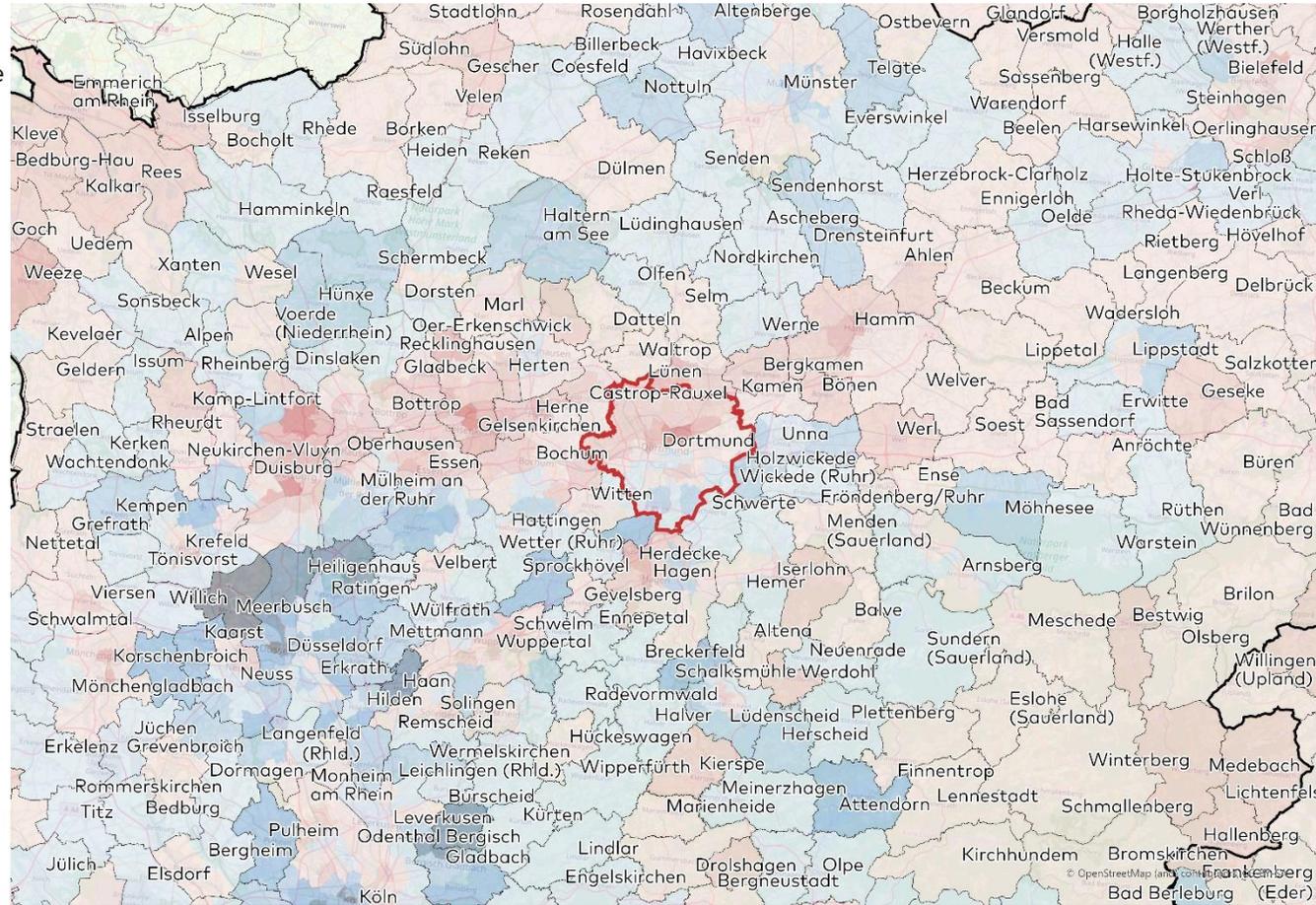
## Einzelhandelsrelevantes Kaufkraftniveau in Dortmund und Umgebung

### Administrative Grenzen

- Untersuchungskommune
- Kommune
- Bundesland

### Einzelhandelsrelevantes Kaufkraftniveau

- unter 80,0
- 80,1 - 85,0
- 85,1 - 90,0
- 90,1 - 95,0
- 95,1 - 100,0
- 100,1 - 105,0
- 105,1 - 110,0
- 110,1 - 115,0
- 115,1 - 120,0
- über 120,0



Die einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer von Dortmund beträgt rd. 91 und liegt somit deutlich unter dem Durchschnitt des Landes NRW von 99 sowie unter dem Bundesdurchschnitt von 100. Anhand der Darstellung wird ersichtlich, dass sich das Kaufkraftniveau im Dortmunder Stadtgebiet differenziert darstellt. Während das Kaufkraftniveau in Teilen des südlichen Stadtgebietes über dem Bundesdurchschnitt liegt, sind insbesondere die nördlichen Bereiche des Dortmunder Stadtgebietes von einem unterdurchschnittlichen Kaufkraftniveau geprägt.

### Kaufkraftniveau

Dortmund	91
NRW	99
Deutschland	100

Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Kaufkraft: eigene Berechnung nach IFH Retail Consultants GmbH 2021; Kartengrundlage: Bundesamt für Kartographie und Geodäsie 2018, Digital Data Services GmbH (DDS) 2014; Kaufkraft auf Ebene der PLZ5-Gebiete (=Postleitzahlgebiete in Deutschland (im fünfstelligen Format)).

# Stakeholderanalyse

# Stakeholderanalyse

## Akteur:innen der City

In der Dortmunder City treffen verschiedenste Akteursgruppen aufeinander, die unterschiedliche intrinsische Motivationen haben, sich für die Entwicklung der City einzusetzen. Im Rahmen des Anstoßprozesses galt es, die verschiedenen Perspektiven proaktiv einzubinden und die Interessenslagen auszutarieren, um gemeinsam eine Zukunftsvision zu entwickeln, hinter der sich Alle vereinen können, da sie letztendlich einen Mehrwert für Jeden bietet!

Der Anstoßprozess hat gezeigt, dass viele Akteur:innen der City sich bereits heute durch die eigenständige Umsetzung von Projekten an der Innenstadtentwicklung beteiligen. Viele nutzten die Möglichkeit, sich im Zuge des Prozesses intensiv einzubringen und ihre Umsetzungsideen zu platzieren. Für die zukünftige Weiterarbeit gilt es, die weite Bandbreite an Kooperationspartner:innen anzusprechen und für die Maßnahmenumsetzung zu sensibilisieren. Hierzu zählen Politik, Verwaltung, Gewerbetreibende, Immobilieneigentümer:innen, Vereine sowie soziale, kreative Akteur:innen und verschiedene Institutionen und Vereine. Die Umsetzung der Zukunftsvision für die Dortmunder City kann nur durch das Zusammenspiel der vielfältigen Akteur:innengelingen.



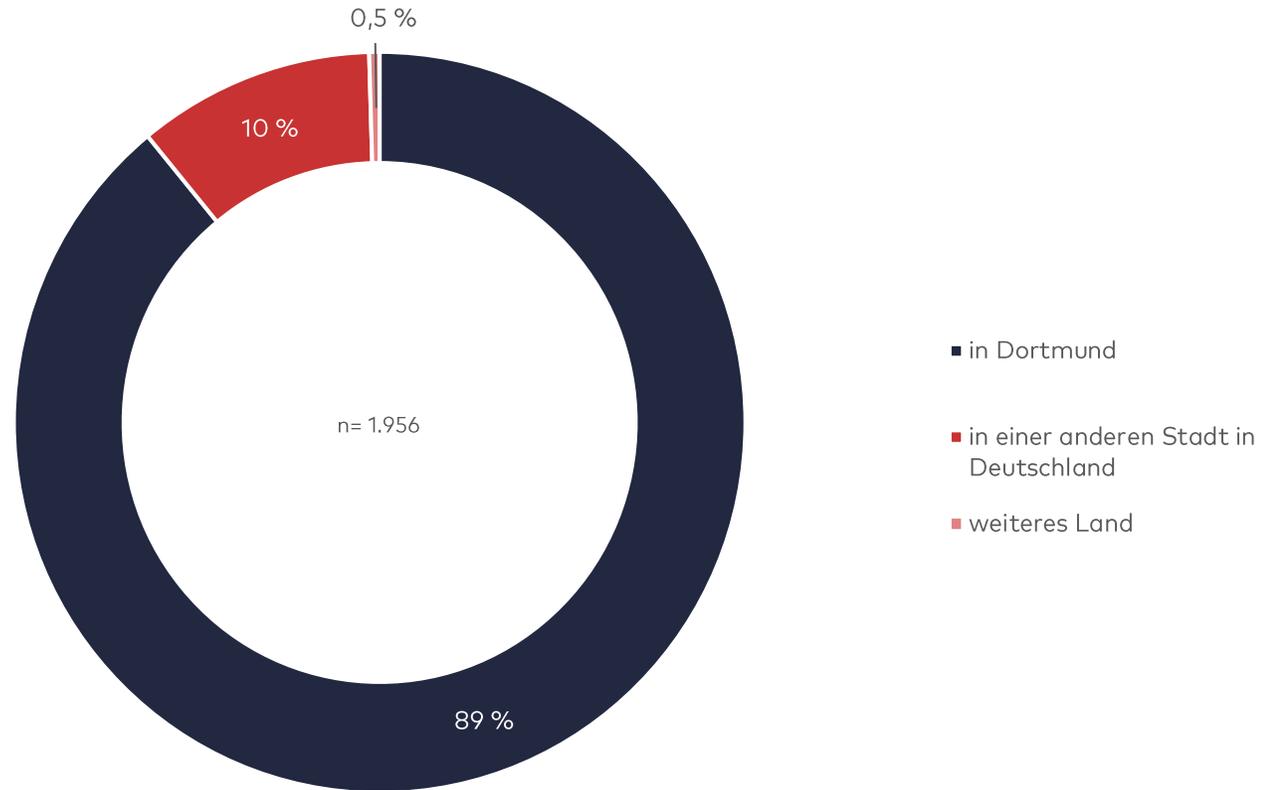
# Online-Befragung

**Befragungszeitraum:** 10/2021 – 11/2021  
**Anzahl der Teilnehmenden:** rd. 2.000

# Online-Befragung

## Herkunft

„Wo befindet sich Ihr Hauptwohnsitz? “ (ohne k. A.)

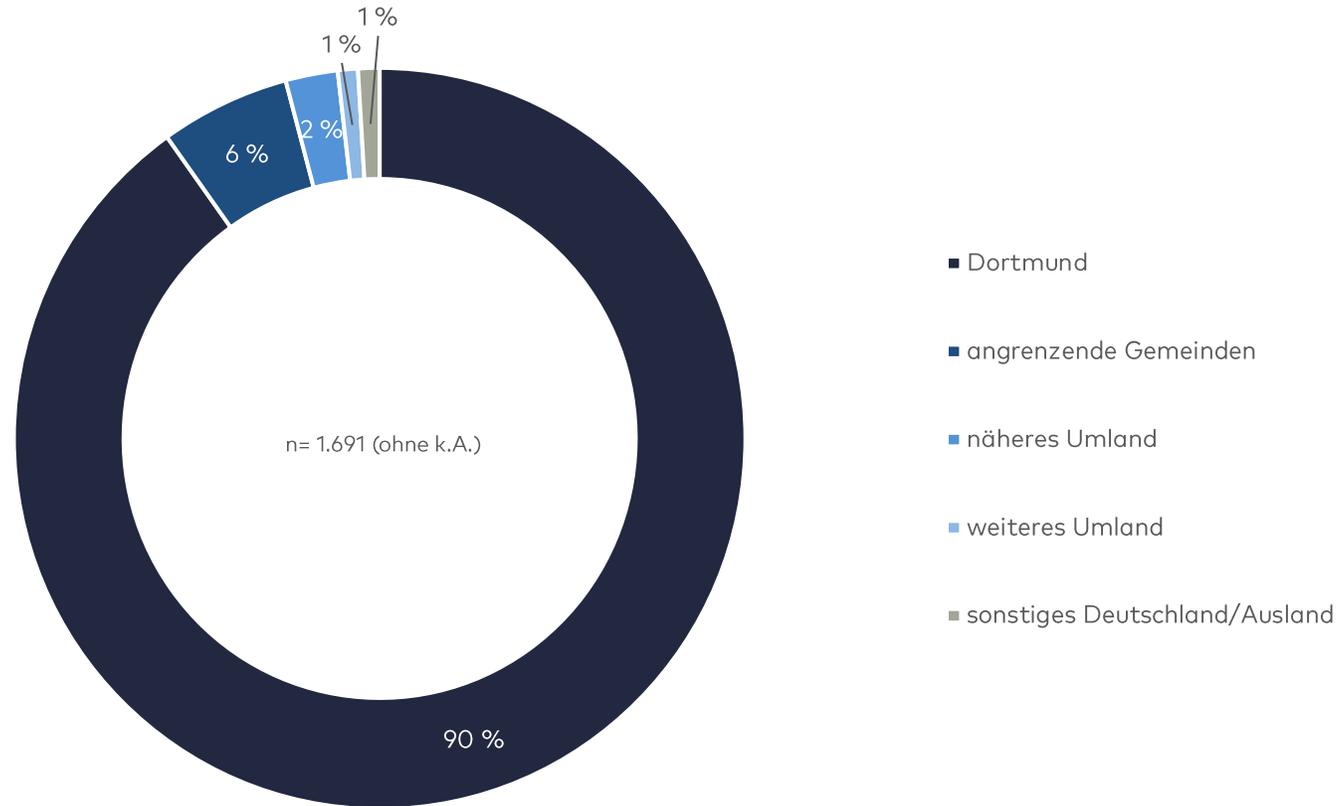


Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Daten: Online-Befragung Stadt + Handel 11/2021; n= 1.956 (ohne k. A.).

# Online-Befragung

## Herkunft

„Wie lautet die Postleitzahl Ihres Hauptwohnsitzes? “ (ohne k. A.)

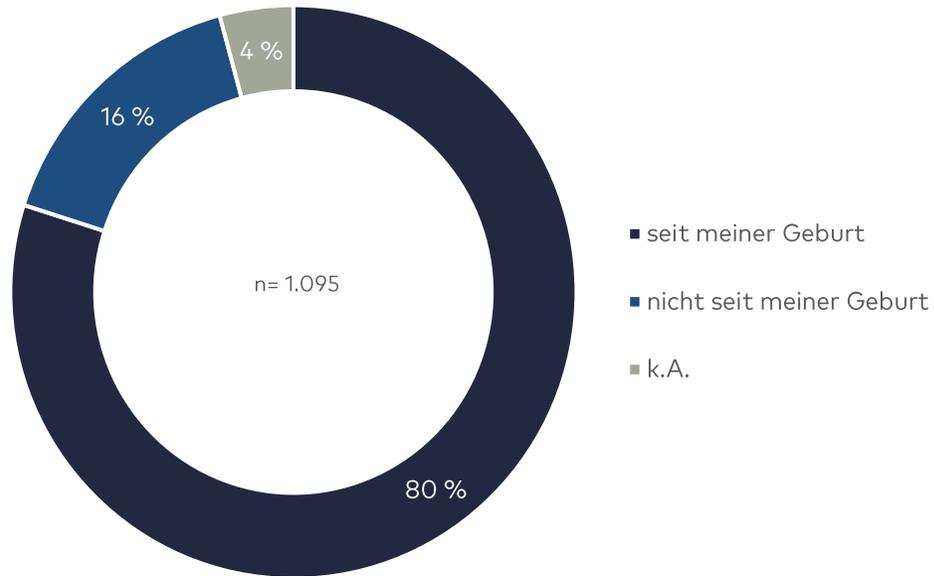


Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Daten: Online-Befragung Stadt + Handel 11/2021; n= 1.691; (ohne k. A.).

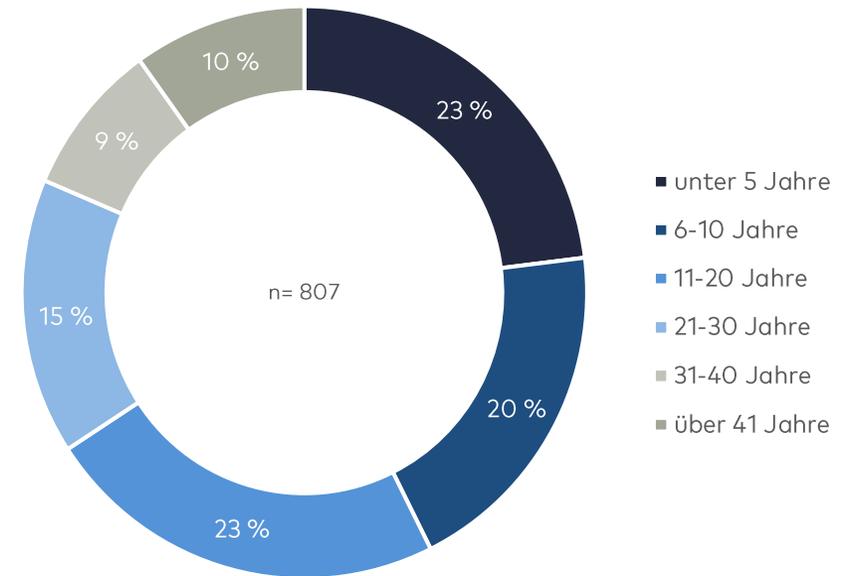
# Online-Befragung

## Wohndauer

„Wie lange wohnen Sie schon in Dortmund?“



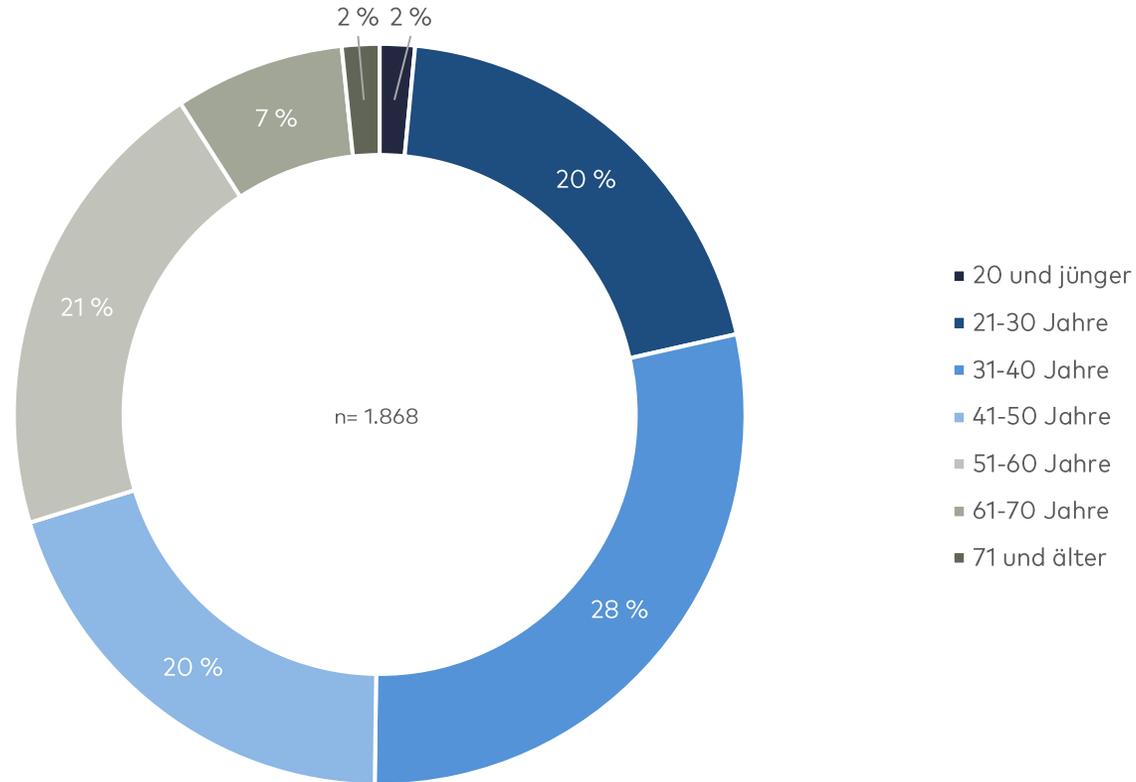
## Wohndauer in Jahren



# Online-Befragung

## Alter

„In welchem Jahr wurden Sie geboren?“ (Angabe des Alters dargestellt)

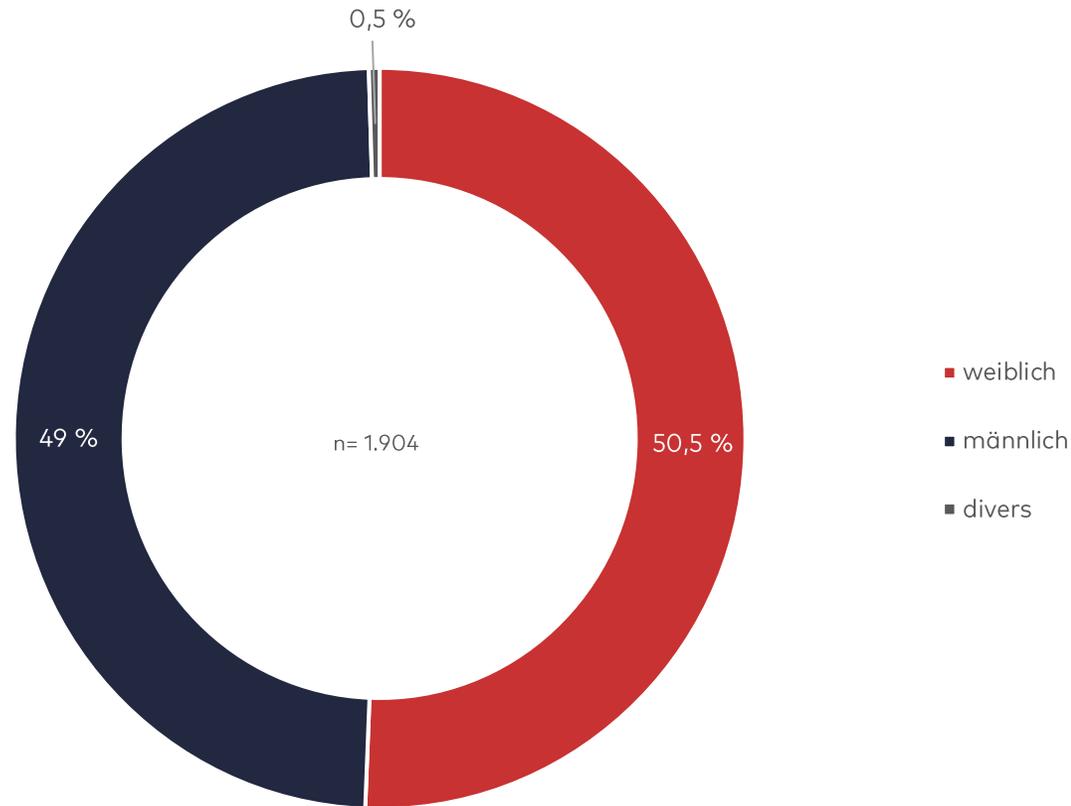


Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Daten: Online-Befragung Stadt + Handel 11/2021; n= 1.868.

# Online-Befragung

## Geschlecht

„Welches Geschlecht haben Sie?“

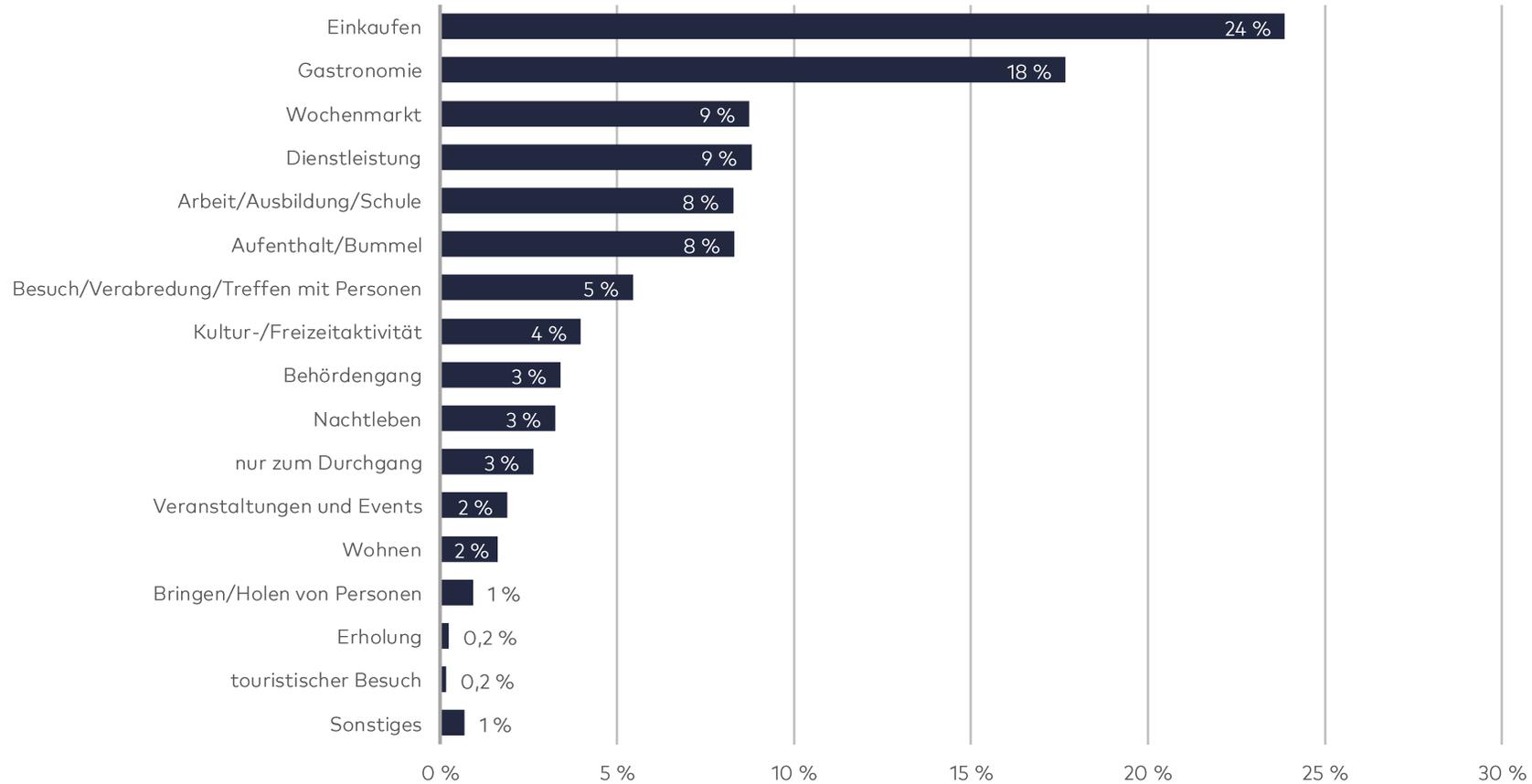


Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Daten: Online-Befragung Stadt + Handel 11/2021; n= 1.904.

# Online-Befragung

## Besuchsgrund

„Weshalb besuchen Sie üblicherweise die Dortmunder City?“ (ohne k. A.)



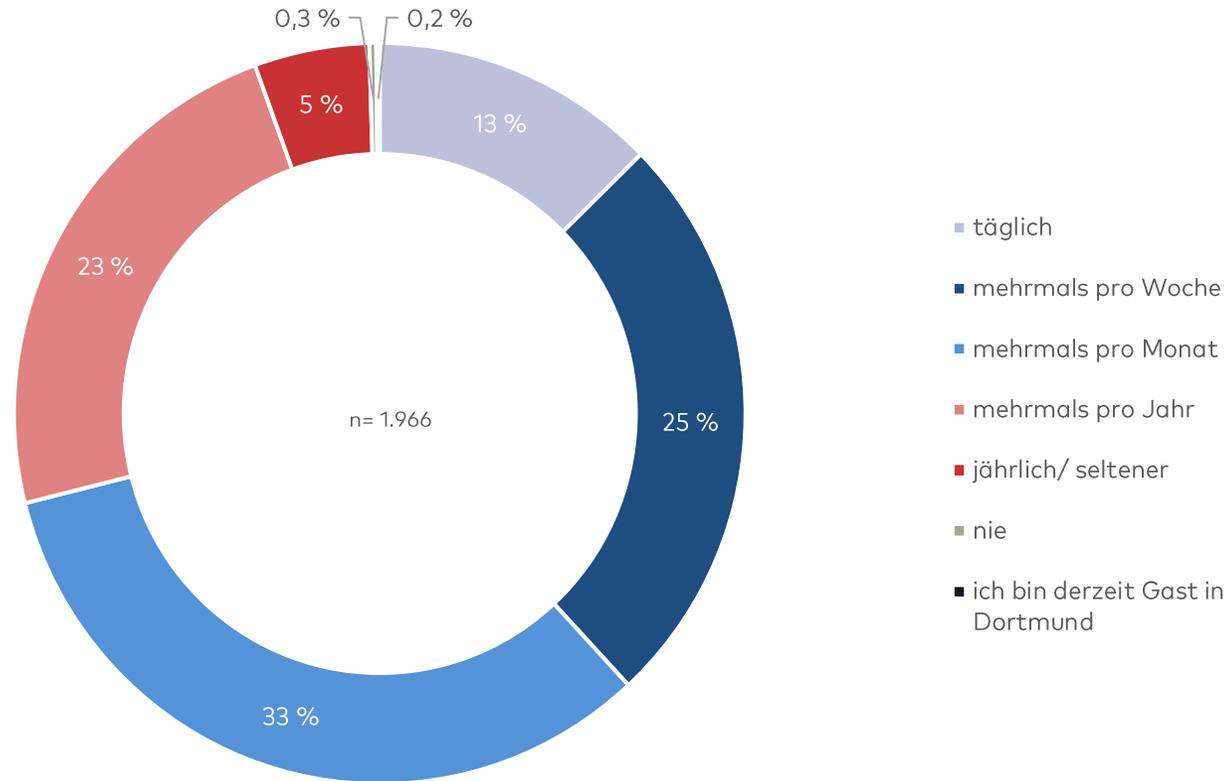
n= 5.309 (Mehrfachantworten möglich)

Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Daten: Online-Befragung Stadt + Handel 11/2021; n= 5.309 (Mehrfachantworten möglich).

# Online-Befragung

## Besuchshäufigkeit

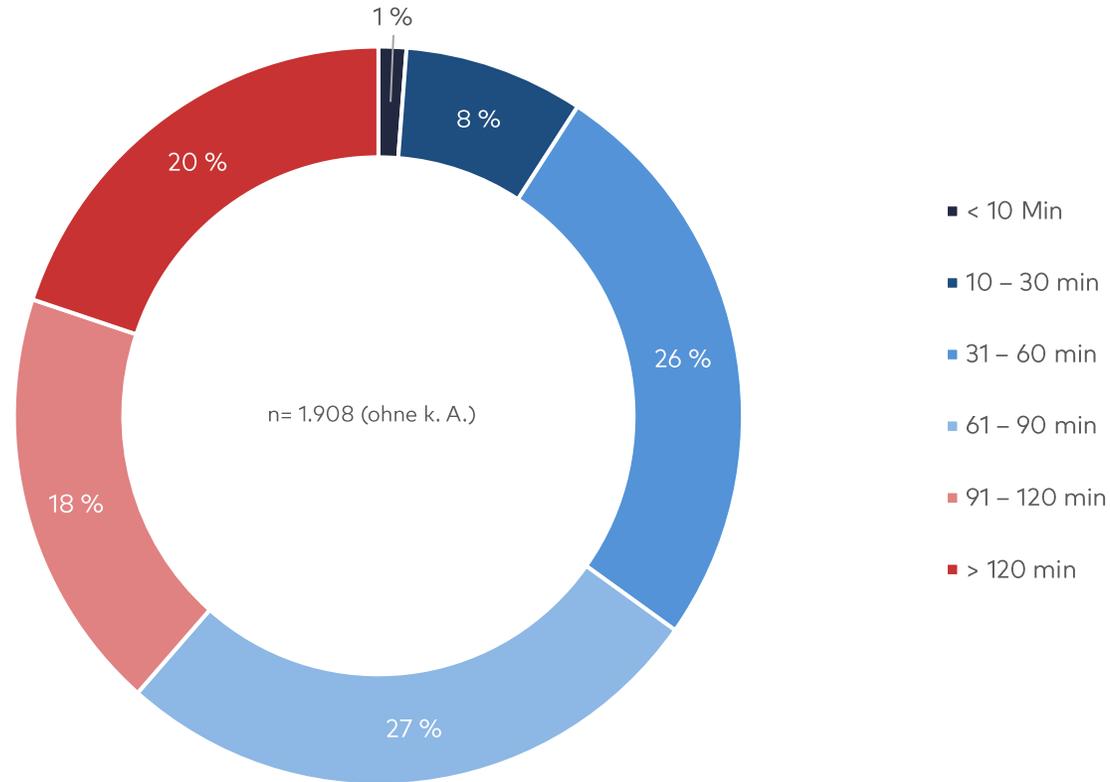
„Wie häufig besuchen Sie die Dortmunder City?“



# Online-Befragung

## Aufenthaltsdauer

„Wie viel Zeit verbringen Sie normalerweise in der Dortmunder City?“ (ohne k. A.)

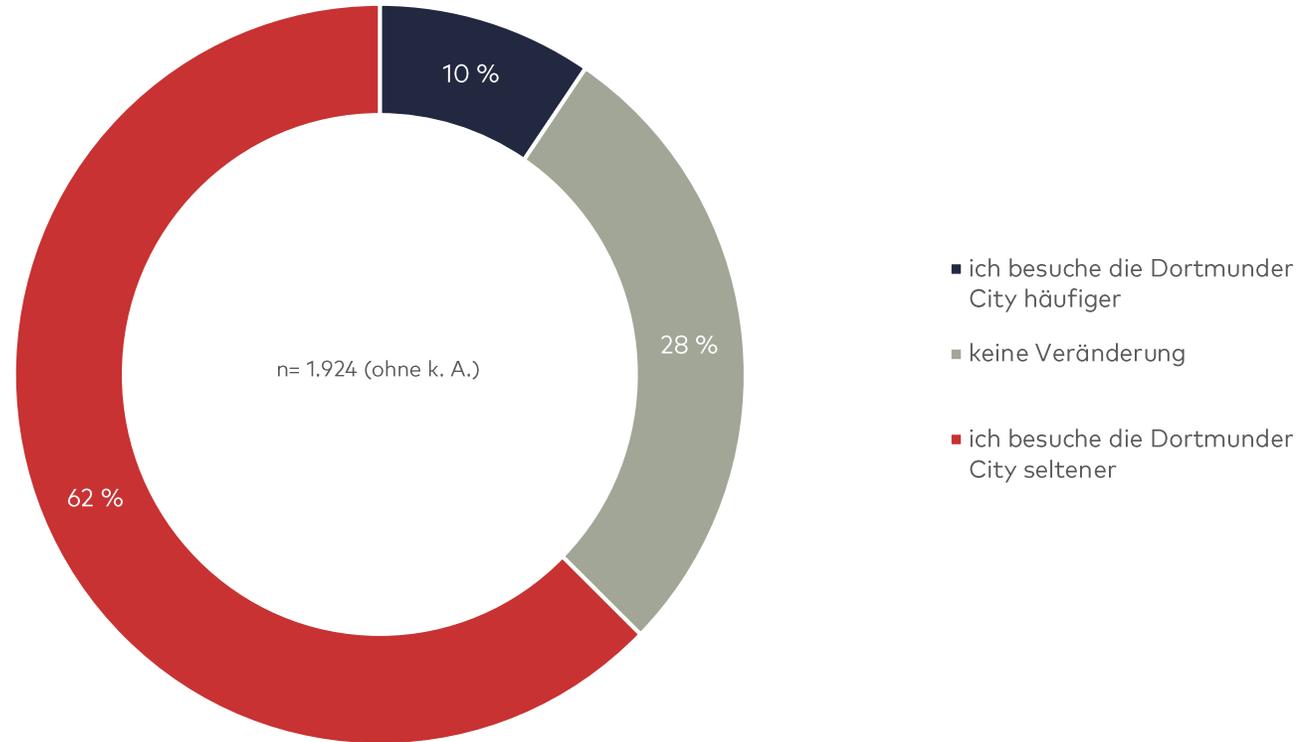


Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Daten: Online-Befragung Stadt + Handel 11/2021; n= 1.908 (ohne k. A.).

# Online-Befragung

## Veränderung der Besuchsfrequenz

„Wenn Sie an Ihr eigenes Verhalten, unabhängig von „Corona“, denken, können Sie Veränderungen in den vergangenen **3- 5 Jahren** feststellen?“

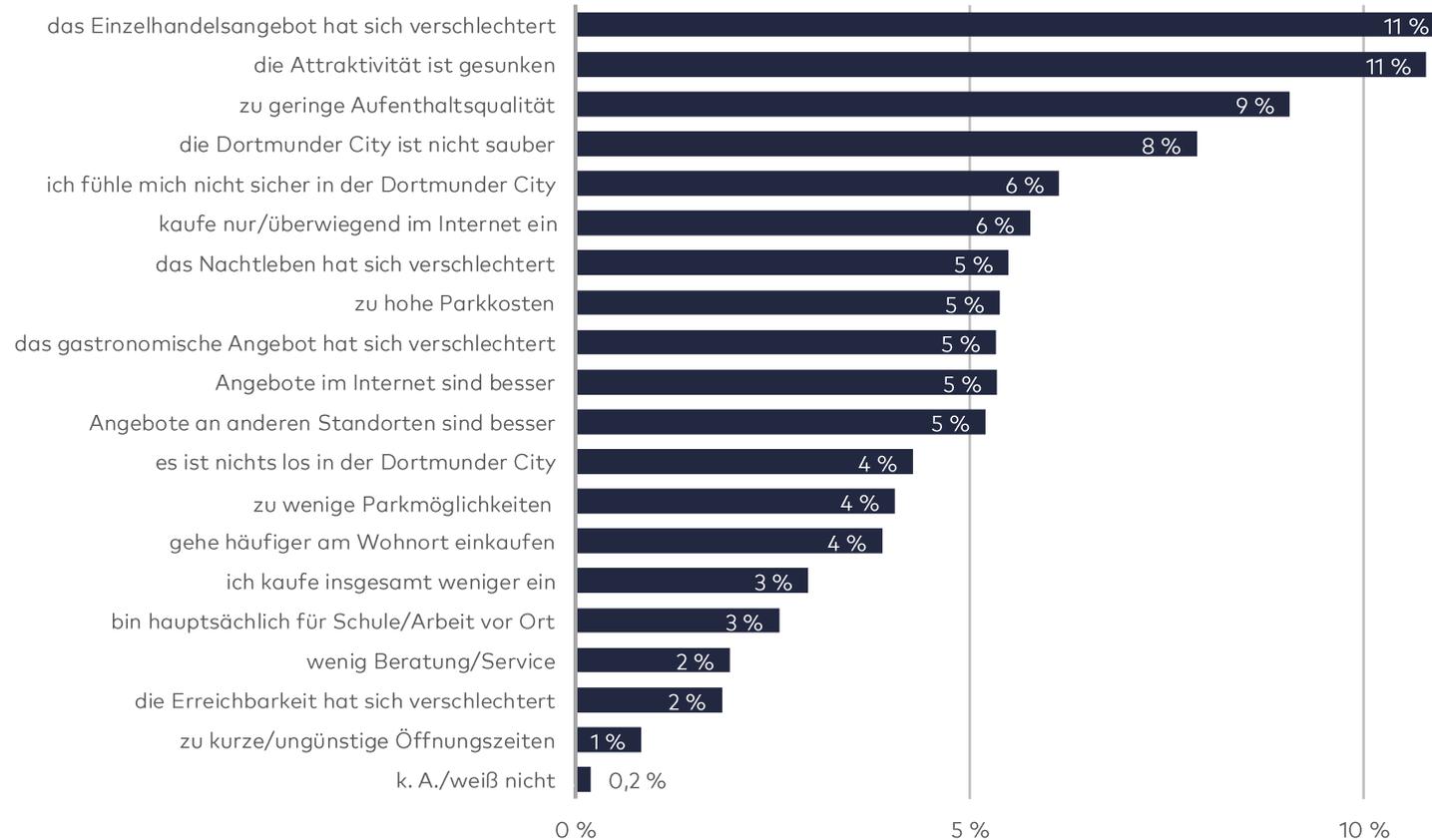


Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Daten: Online-Befragung Stadt + Handel/113/2021; n= 1.924 (ohne k. A.).

# Online-Befragung

## Reduzierte Besuchshäufigkeit

„Was sind die Gründe dafür, dass Sie die Dortmunder City seltener aufsuchen?“



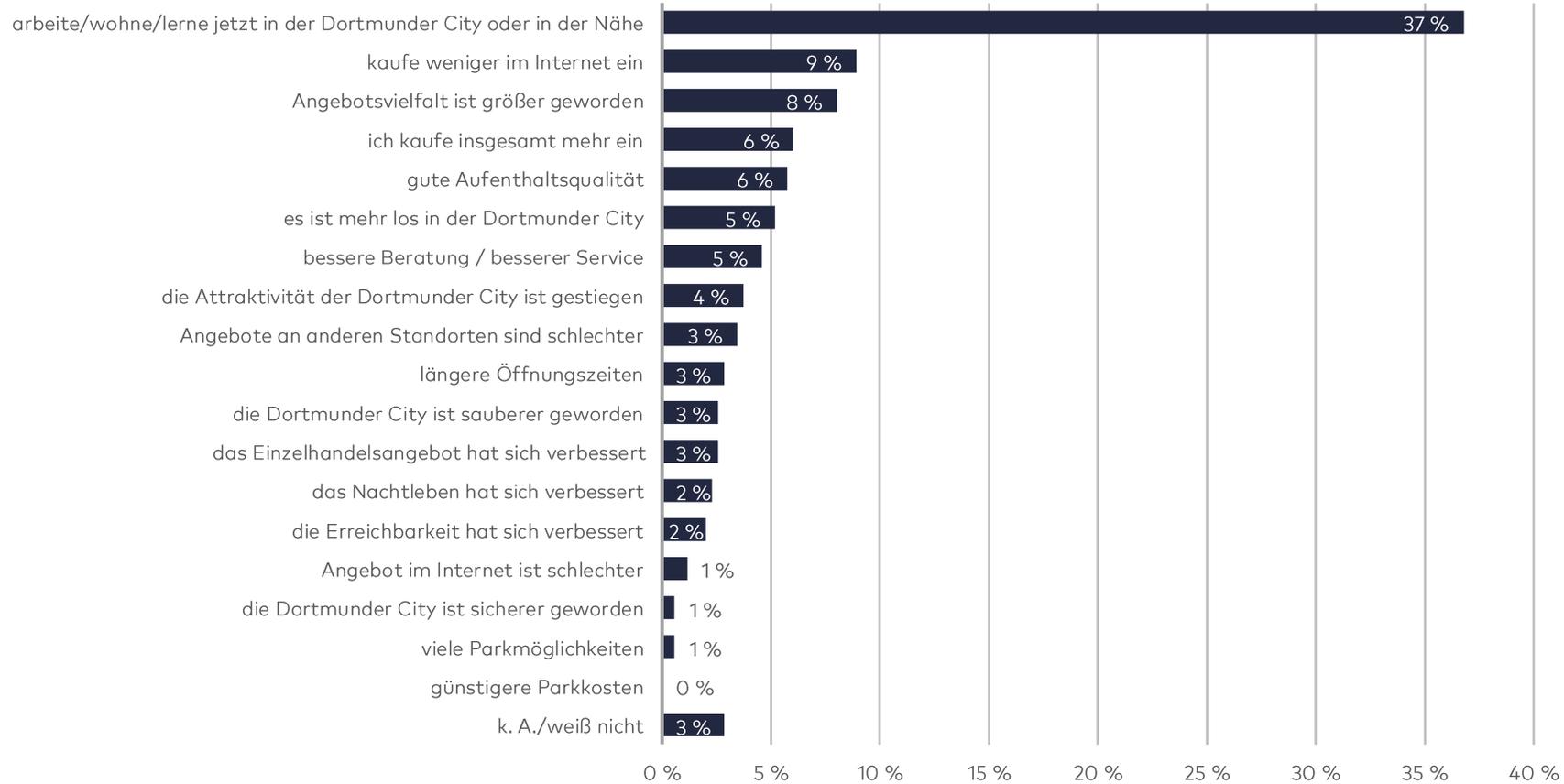
n= 6.192 (Mehrfachantworten möglich)

Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Daten: Online-Befragung Stadt + Handel 11/2021; n= 6.192 (Mehrfachantworten möglich).

# Online-Befragung

## Erhöhte Besuchshäufigkeit

„Was sind die Gründe dafür, dass Sie die Dortmunder City häufiger aufsuchen?“



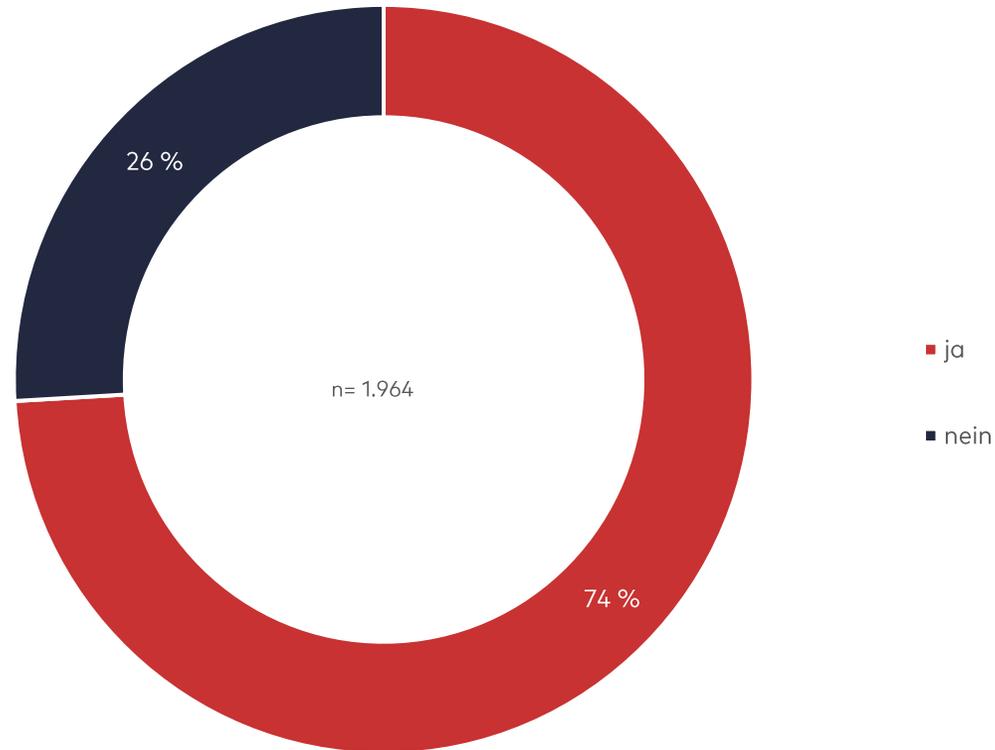
n= 348 (Mehrfachantworten möglich)

Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Daten: Online-Befragung Stadt + Handel 11/2021; n= 348  
(Mehrfachantworten möglich).

# Online-Befragung

## Fehlende Angebote

„Gibt es Angebote, die Sie in der Dortmunder City vermissen?“



# Online-Befragung

## Fehlende Angebote

„Gibt es Angebote, die Sie in der Dortmunder City vermissen?“



Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Daten: Online-Befragung Stadt + Handel 11/2021; n= 1.828; (Mehrfachantworten möglich).

# Online-Befragung

## Fehlende Nutzungen

„Welche Nutzungen fehlen aus ihrer Sicht in der Dortmunder City? Welche Nutzungen können Sie sich für die Innenstadt vorstellen?“

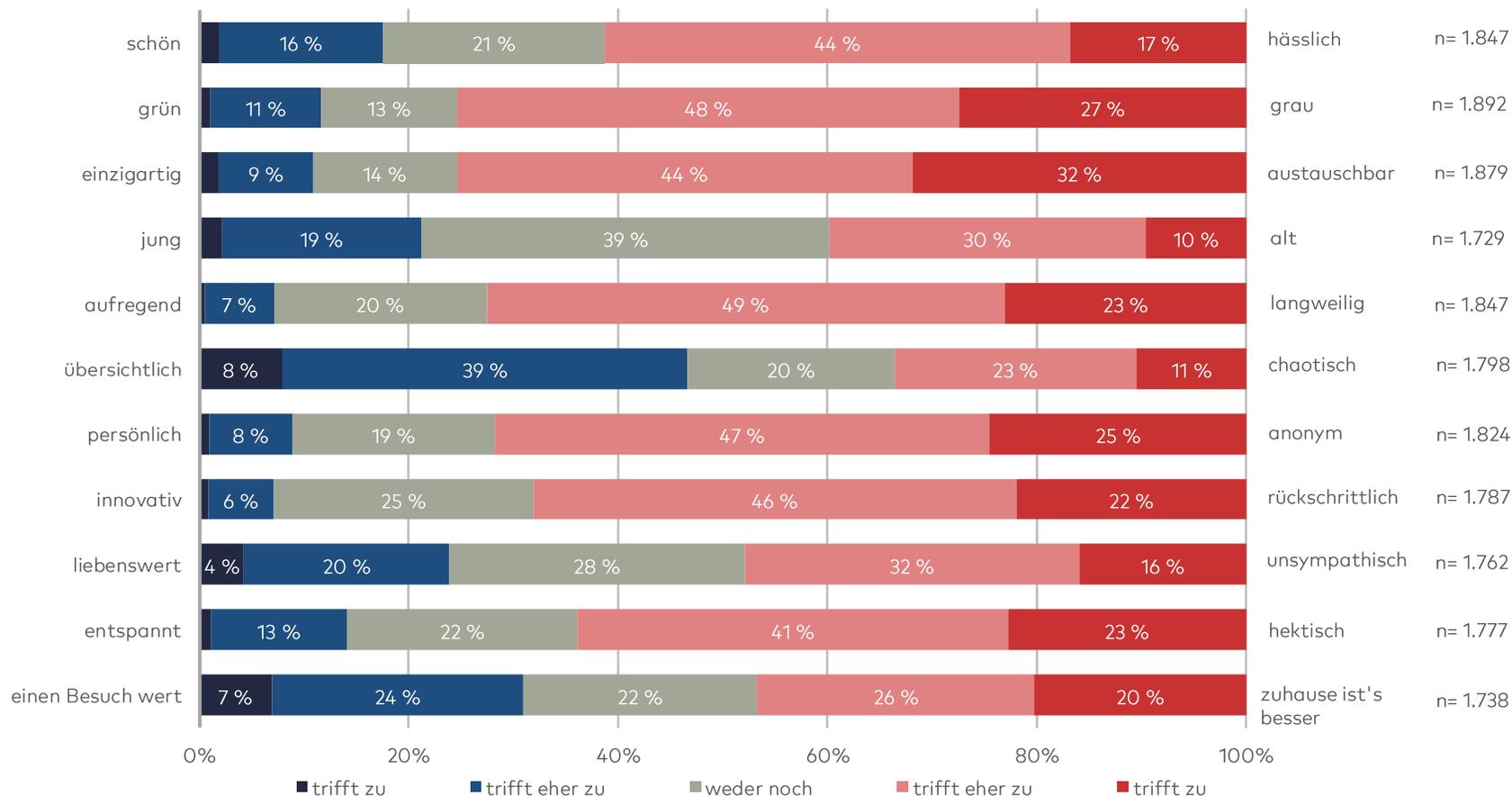
Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Daten: Online-Befragung Stadt + Handel 11/2021; n= 1.061; (Mehrfachantworten möglich).



# Online-Befragung

## Eigenschaften der Innenstadt

„Im Folgenden finden Sie einige Gegensatzpaare. Bitte kreuzen Sie an, welche Eigenschaft Sie mit der Dortmunder City am ehesten gefühlsmäßig verbinden – auch wenn Sie es nicht objektiv sagen können?“

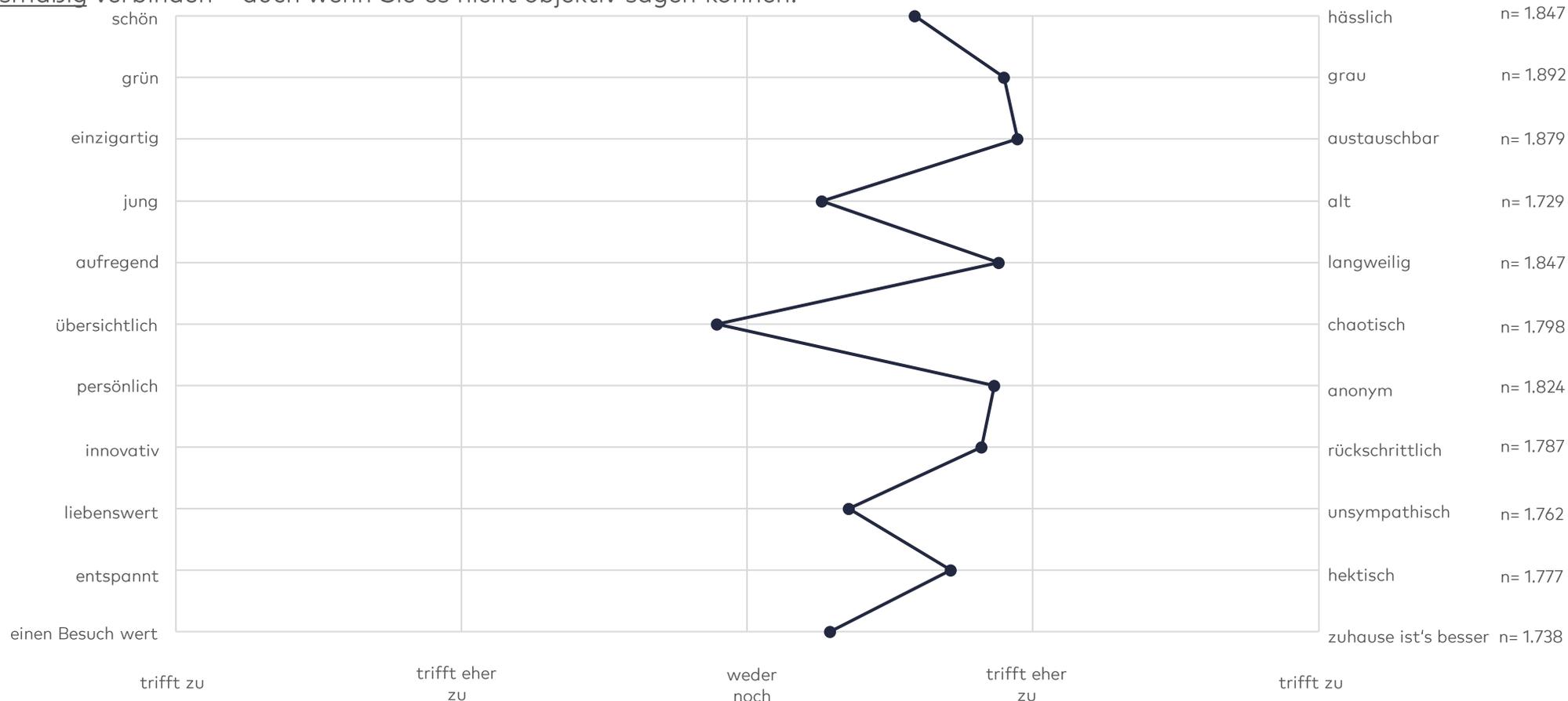


Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Daten: Online-Befragung Stadt + Handel 11/2021.

# Online-Befragung

## Eigenschaften der Innenstadt

„Im Folgenden finden Sie einige Gegensatzpaare. Bitte kreuzen Sie an, welche Eigenschaft Sie mit der Dortmunder City am ehesten gefühlsmäßig verbinden – auch wenn Sie es nicht objektiv sagen können?“



Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Daten: Online-Befragung Stadt + Handel 11/2021.

# Online-Befragung

## Assoziationen

„Mit welchem Begriff würden Sie die Dortmunder City in einem Wort beschreiben?“



Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Daten: Online-Befragung Stadt + Handel, 11/2021; n= 1,645.

# Online-Befragung

## Alleinstellungsmerkmal

„Was ist das Alleinstellungsmerkmal der Dortmunder City?“

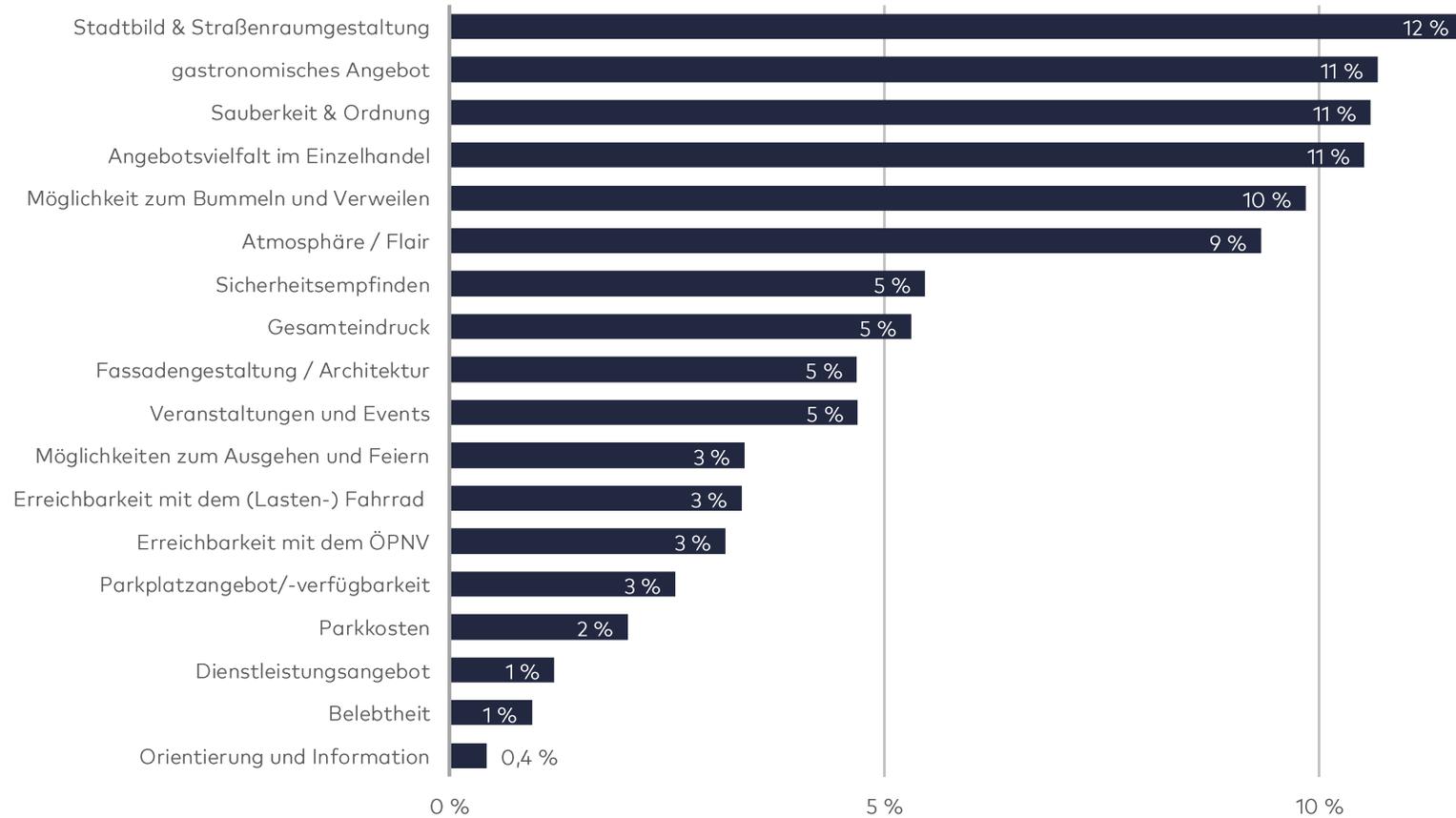


Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Daten: Online-Befragung Stadt + Handel 11/2021; n= 1.442.

# Online-Befragung

## Wichtige Aspekte

„Welche der folgenden Aspekte sind Ihnen für die Dortmunder City besonders wichtig?“



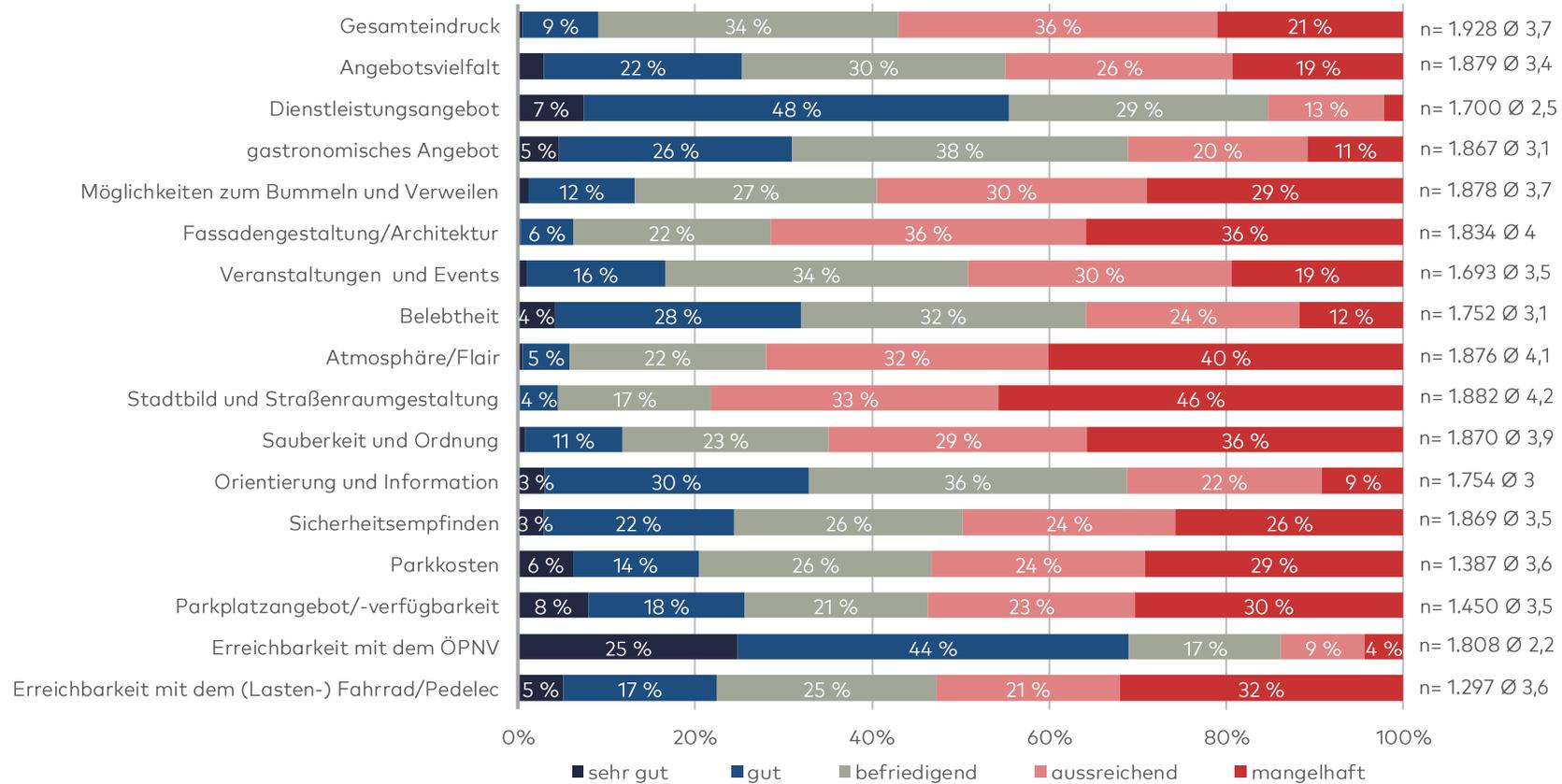
n= 9.557 (Mehrfachantworten möglich)

Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Daten: Online-Befragung Stadt + Handel, 11/2021; n= 9.557  
(Mehrfachantworten möglich); ÖPNV = öffentlicher Personennahverkehr.

# Online-Befragung

## Attraktivität

„Wie bewerten Sie die unterschiedlichen Aspekte der Dortmunder City?“

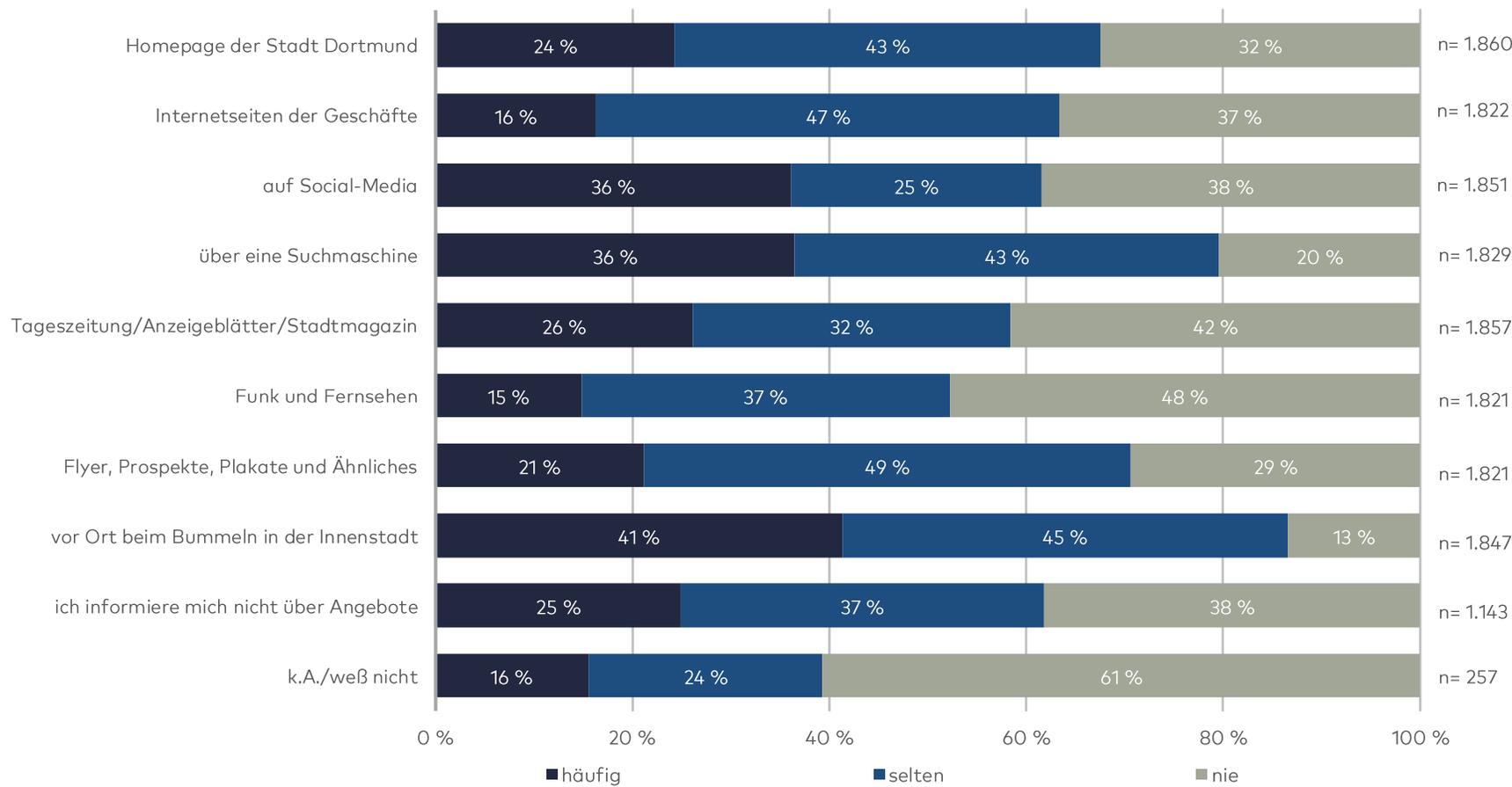


Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Daten: Online-Befragung Stadt + Handel 11/2021.

# Online-Befragung

## Information über Angebote

„Wie informieren Sie sich über aktuelle Angebote in der Dortmunder City?“

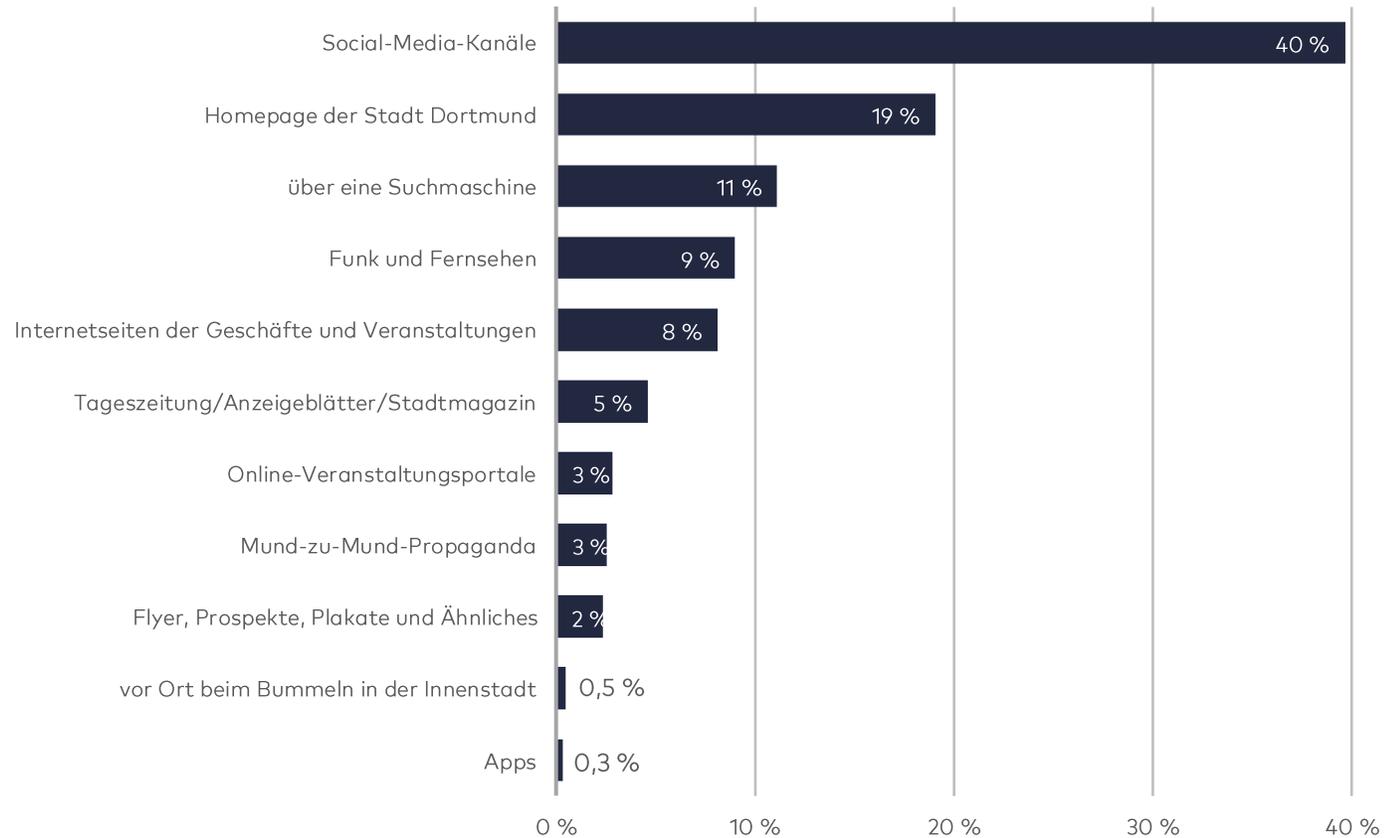


Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Daten: Online-Befragung Stadt + Handel 11/2021.

# Online-Befragung

## Informationsquellen

„Welche konkreten Informationsquellen (z. B. Websites/Social Media Profile) nutzen Sie, um sich über Angebote und Veranstaltungen in der Dortmunder City zu informieren?“



n= 1.747 (Mehrfachantworten möglich)

Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Daten: Online-Befragung Stadt + Handel 11/202; n= 1.747; (Mehrfachantworten möglich).

# Online-Befragung

## Beliebter Aufenthaltsort

„An welchen drei Orten halten Sie sich in der Dortmunder City besonders **gern** auf?“



Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Daten: Online-Befragung Stadt + Handel 11/2021; n= 3.774; (Mehrfachantworten möglich).

# Online-Befragung

## Unbeliebter Aufenthaltsort

„An welchen drei Orten halten Sie sich in der Dortmunder City besonders **ungern** auf?“



Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Daten: Online-Befragung Stadt + Handel, 11/2021; n= 3.866  
(Mehrfachantworten möglich).

# Online-Befragung

## Wünsche, Ideen und Anregungen

„Ihre Idee: Was braucht es damit die Dortmunder City fit für die Zukunft wird?“



Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Daten: Online-Befragung Stadt + Handel 11/2021; n= 2.789; (Mehrfachantworten möglich).

# Gegenwartsbilder

# Gegenwartsbilder

## Verdichtung der Ergebnisse der Beteiligungsformate aus der Analysephase



Im Folgenden werden die Ergebnisse diverser Beteiligungsformate aus der Analysephase verdichtet und zu zentralen Gegenwartsbildern der Dortmunder City formuliert. Dabei sind alle Gegenwartsbilder, unabhängig von ihrer Reihenfolge bzw. Nummerierung, als gleichwertig anzusehen.

Neben der Ableitung der Gegenwartsbilder, werden diese auch den fünf Vermögenswerten zugeordnet. Die Gegenwartsbildern können sowohl positiv als auch negativ auf die jeweiligen Vermögenswerte einzahlen.

# Gegenwartsbilder

## Verdichtung der Ergebnisse der Beteiligungsformate

### Gegenwartsbilder

### Vermögenswerte

1.	Der reine Fokus auf Einkaufen ist nicht mehr zeitgemäß, es bedarf einer stärkeren Nutzungsmischung und mehr Erlebnis.					
2.	Die Dortmunder City benötigt qualitätsvollen und inhaber:innengeführten Einzelhandel.					
3.	Die Dortmunder City braucht mehr individuelle und qualitätsvolle Gastronomie mit Außenbereichen.					
4.	In der Dortmunder City fehlt es an attraktiven Ausgehmöglichkeiten, das Nachtleben muss weiter ausgebaut werden.					
5.	Die Kompaktheit der Dortmunder City steigert die Orientierung und Übersichtlichkeit innerhalb der Innenstadt. Die Erreichbarkeit wird durch ein umfangreiches Verkehrsangebot gesichert.					
6.	Geringe architektonische und städtebauliche Qualität in der Dortmunder City.					
7.	Zahlreiche Baustellen wirken sich negativ auf die Attraktivität der City aus, die gesamte Innenstadt wirkt unfertig.					
8.	Die Dortmunder City verfügt insgesamt über eine nur geringe Aufenthaltsqualität.					
9.	Sitzmöglichkeiten zum Aufhalten und Verweilen fehlen in vielen Bereichen der Dortmunder City.					
10.	Mehr Begrünung und grüne Freiflächen werden in der Dortmunder City benötigt.					
11.	Das Sicherheitsempfinden wird durch Obdachlose, Bettler:innen und Drogenabhängige stark beeinträchtigt.					

- = ökonomischer Vermögenswert
- = ökologischer Vermögenswert
- = sozialer Vermögenswert
- = kultureller Vermögenswert
- = emotionaler Vermögenswert

# Gegenwartsbilder

## Verdichtung der Ergebnisse der Beteiligungsformate

### Gegenwartsbilder

### Vermögenswerte

12.	Mangelnde Sauberkeit stellt ein großes Problem in der Dortmunder City dar.					
13.	Das Management von leerstehenden Geschäften ist verbesserungswürdig.					
14.	Hoher Handlungsbedarf besteht insbesondere für die Randlagen des Hellwegs, den Bahnhof und den Stadtgarten.					
15.	Der Dortmunder City fehlt es an Individualität und Alleinstellungsmerkmalen.					
16.	Bierstadt, Fußball, Weihnachtsstadt und Kultureinrichtungen liefern Potenziale für Alleinstellungsmerkmale.					
17.	Der Dortmunder City fehlt es an Innovationen, sie sollte mutiger und experimentierfreudiger sein.					
18.	Die zahlreichen Plätze bieten ein großes Potenzial: der Alte Markt als gastronomischer Schwerpunkt, der Hansamarkt als Standort des attraktiven Wochenmarktes und der Friedensplatz als Hauptveranstaltungsort der Dortmunder City.					
19.	Das Brückviertel verfügt über ein großes Potenzial als Szene- und Ausgeviertel, welches bisher nicht ausgeschöpft wird.					
20.	Die Dortmunder City benötigt eine Art „Dachstruktur“, die unterschiedliche Interessen und bestehende Netzwerke bündelt, sich in den Verwaltungsstrukturen auskennt und als verbindendes Glied zwischen privaten und öffentlichen Belangen vermittelt.					
21.	Die bestehenden Netzwerke müssen identifiziert, aktiviert und neu strukturiert werden, um klare Verantwortung für ihr Quartier zu übernehmen.					

- = ökonomischer Vermögenswert
- = ökologischer Vermögenswert
- = sozialer Vermögenswert
- = kultureller Vermögenswert
- = emotionaler Vermögenswert

# Innenstadtanalyse

## Funktionale Qualität

### Funktionsstruktur & Anker nutzungen



### Marken- & Angebotsportfolio



### Nutzungs- & Immobilienqualitäten



## Städtebauliche Qualität

### Stadtgestaltung & Städtebauliche Struktur



### Erreichbarkeit & Orientierung



### Nutzungs- & Flächenpotenziale



## Markenqualität

### Image & Marketing



### Digitale Sichtbarkeit



### Quartiersprofilierung



Im Folgenden wird die Dortmunder City hinsichtlich ihrer funktionalen, städtebaulichen und Markenqualität analysiert, wobei sich die Analyse auf die Erkenntnisse der bestehenden Gutachten, Konzepte und weiteren Materialien zur Dortmunder City sowie auf die Ergebnisse der eigens durchgeführten empirischen Bausteine stützt.

Ein anschließender Chancen-Mängel-Plan fasst die wesentlichen Erkenntnisse der Analyse (karto-) grafisch zusammen.

Weiterhin werden einzelne Lagen innerhalb des Untersuchungsgebiets identifiziert, welche aufgrund ihrer Bedeutung im Rahmen einer Quartiersprofilierung gesondert analysiert, positioniert und profiliert werden.



# Funktionsstruktur & Anker nutzungen

## Magnetnutzungen

### Abgrenzungen

Untersuchungsgebiet

### Bestand nach Nutzung\*

- Dienstleistung
- Einzelhandel
- Gastronomie
- Leerstand
- Öffentliche und soziale Einrichtungen
- Bildungseinrichtung
- Freizeit und Kultur
- Spielhallen
- medizinische Einrichtungen
- Handwerk und Gewerbe
- Wohnnutzung

### Kristallisationspunkte

- ⊙ Einzelhandel
- ⊙ Dienstleistung
- ⊙ Gastronomie
- ⊙ Freizeit und Kultur
- ⊙ Leerstand

### Anker nutzungen

- Einzelhandel
- Gastronomie
- Dienstleistung

100 m



Die Bestandsstruktur gibt zunächst einen Überblick darüber, welche Nutzungen in der Dortmunder City an welcher Stelle verortet sind. Die räumliche Verteilung von Einzelhandel, Gastronomie und zentrenergänzenden Funktionen (ZEF) (u. a. Dienstleistungen) dient als Grundlage zur Identifikation und Abgrenzung von Quartieren.

Es wird auf den ersten Blick ersichtlich, dass die gesamte Dortmunder City sehr heterogen mit verschiedenen Nutzungen durchmischt ist. Maßgeblich von Einzelhandel geprägt sind insbesondere der Westenhellweg zwischen Thier-Galerie und Reinoldikirche sowie die Thier-Galerie selbst. Die zentralen Anker nutzungen des Einzelhandels befinden sich ebenfalls vorwiegend entlang des Osten- und Westenhellwegs.

Gastronomie spielt in den Handelslagen lediglich eine untergeordnete Rolle, wobei die bestehenden Betriebe überwiegend den Bereichen Fast Food oder Imbiss zuzuordnen sind. Darüber hinaus bestehen mit dem Alten Markt und der Brückstraße zwei gastronomische Kristallisationspunkte.

Zentrenergänzende Funktionen sind in den Handelslagen vereinzelt vorhanden. Markante Nutzungen, die Kund:innenfrequenzen erzeugen, sind die Stadtbibliothek, das Rathaus mit den Bürger:innendiensten, die Sparkasse und die Volksbank. Darüber hinaus stellen Konzerthaus, Dortmunder Theater, das Deutsche Fußballmuseum und das Museum für Kunst- und Kulturgeschichte wesentliche Kristallisationspunkte im Bereich Freizeit und Kultur dar, welche eine Strahlkraft auf die Handelslagen ausüben und Synergieeffekte mit den Einkaufslagen schaffen.

Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Daten: GMA 10/2021 im Auftrag der Stadt Dortmund; Kartengrundlage: Stadt Dortmund. \* Bestand in den Erdgeschosslagen nach Nutzung



# Funktionsstruktur & Ankernutzungen

## Magnetnutzungen Einzelhandel

### Abgrenzungen

Untersuchungsgebiet

### Kurzfristiger Bedarfsbereich

- Nahrungs- und Genussmittel
- Drogerie/Parfümerie/Kosmetik, Apotheken
- Blumen, zoologischer Bereich
- PBS, Zeitungen/Zeitschriften, Bücher

### Mittelfristiger Bedarfsbereich

- Bekleidung
- Schuhe/Lederwaren
- Pflanzen/Gartenbedarf
- Baumarkt i. e. S.
- GPK/Hausrat/Einrichtungszubehör
- Spielwaren/Basteln/Hobby/Musikinstrumente
- Sportartikel/Fahrräder/Camping

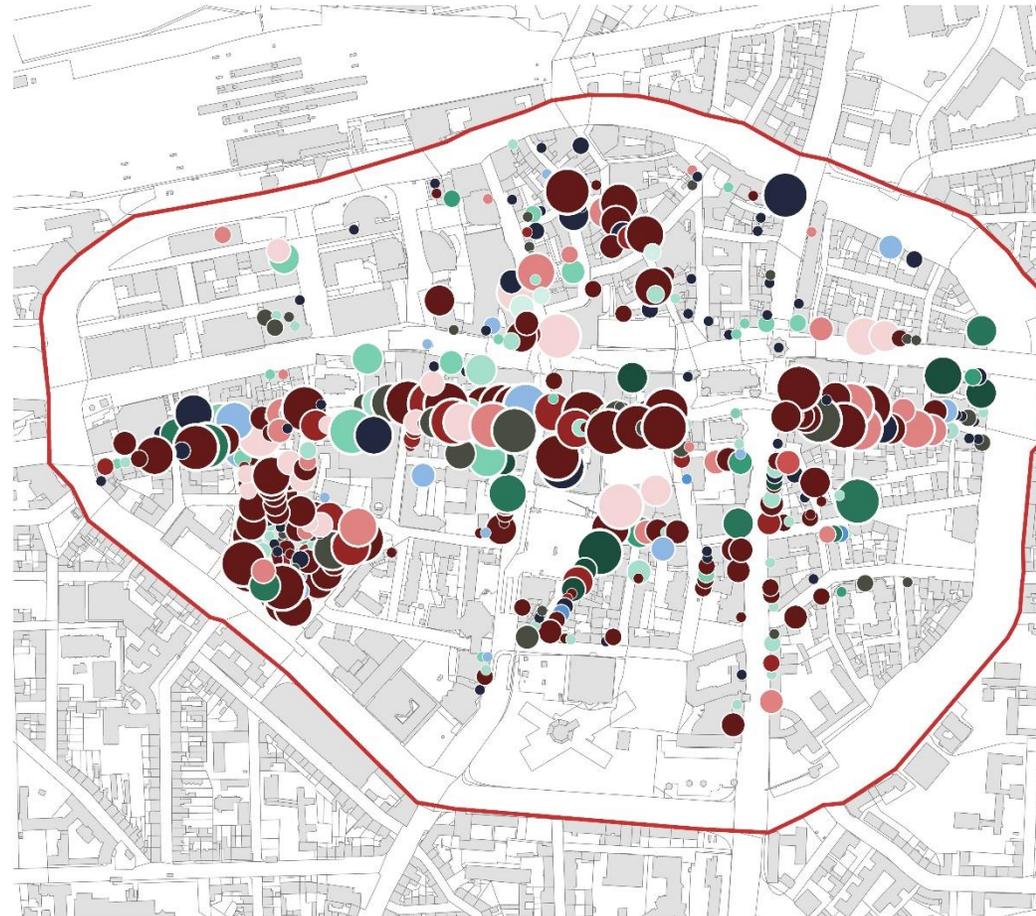
### Langfristiger Bedarfsbereich

- Medizinische und orthopädische Artikel/Optik
- Teppiche/Gardinen/Dekostoffe/Sicht- und Sonnenschutz
- Bettwaren, Haus-/Bett-/Tischwäsche
- Möbel
- Elektro/Leuchten/Haushaltsgeräte
- Neue Medien/Unterhaltungselektronik
- Uhren/Schmuck
- Sonstiges

### Betriebsgrößenstruktur in m<sup>2</sup>

#### Verkaufsfläche

- unter 50 m<sup>2</sup>
- 51 - 100 m<sup>2</sup>
- 101 - 200 m<sup>2</sup>
- 201 - 400 m<sup>2</sup>
- 400 - 800 m<sup>2</sup>
- ab 800 m<sup>2</sup>



Die zentralen Ankernutzungen des Einzelhandels sind in der Haupteinkaufslage des Westen- und Ostenhellwegs sowie in der Tier-Galerie verortet. Dies verdeutlicht auch die Darstellung der Einzelhandelsnutzungen nach Hauptwarengruppen und Ladengrößen.

Die Dortmunder City wird durch strukturprägende Betriebe ab einer Verkaufsfläche (VKF) von rd. 400 m<sup>2</sup> und z. T. ab rd. 800 m<sup>2</sup> geprägt. Kleinteilige Betriebe sind vermehrt im Bereich der Kampstraße, im Rosenviertel, in der Wißstraße sowie vereinzelt im Bereich der Brückstraße vorzufinden.

Die Dortmunder City wird primär durch das Leitsortiment Bekleidung bestimmt (rd. 29 %). Große Modehäuser wie Peek & Cloppenburg, Tk Maxx und C&A prägen das Bekleidungsangebot vorwiegend. Weitere Angebote liegen sekundär in den Sortimentsbereichen Nahrungs- und Genussmittel (rd. 17 %), Optik, Uhren/Schmuck (rd. 12 %) sowie Schuhe/Lederwaren (rd. 9 %).

Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Daten: GMA 10/2021 im Auftrag der Stadt Dortmund; Kartengrundlage: Stadt Dortmund; PBS = Papier, Bürobedarf, Schreibwaren; GPK = Glas/Porzellan/Keramik.



# Funktionsstruktur & Anker nutzungen

## Beherbergungsunterkünfte

### Beherbergungsunterkünfte

- Hotel
- Hostel
- Jugendherberge
- Ferienapartment
- projektierte/in Bau befindliche Hotels



In der Dortmunder City befinden sich neben dem a&o Hostel und der DJH Jugendherberge weitere Hotels innerhalb des Walls. Diese verteilen sich im nördlichen, westlichen sowie südlichen Bereich der Dortmunder City. Eine Angebotslücke mit Beherbergungsunterkünften befindet sich hingegen im Osten der City.

Zudem prägen weitere Hotels außerhalb des Wallrings das Angebot an Unterkünften und haben eine wesentliche Bedeutung für das Tourismusaufkommen in der Dortmunder City.



# Marken- & Angebotsportfolio



Das Einzelhandelsangebot in der Dortmunder City wird durch die Warengruppe Bekleidung maßgeblich geprägt. Vor allem Marken mit hohem Bekanntheitsgrad sind mit Filialen insbesondere auf dem Osten- und Westenhellweg sowie in der Thier-Galerie vertreten. Die Markenvielfalt im Sortimentsbereich Bekleidung wird zum Teil durch mehrere Filialen eines Anbietenden geprägt (bspw. H&M, New Yorker und Vero Moda sowohl auf dem Westenhellweg als auch in der Thier-Galerie vertreten). Die preisliche Spanne der Bekleidungsmarken ist weit gefasst, allerdings nimmt der Anteil der Betriebe aus dem niedrigpreisigen Segment in den Randlagen des Hellwegs Richtung Wall tendenziell zu.

Auch hinsichtlich des Markenangebots an Schuhen/Lederwaren ist die Dortmunder City gut aufgestellt, wobei auch hier überwiegend bekannte Marken sowohl in der Hauptlage des Westenhellwegs als auch in der Thier-Galerie vertreten sind.

Auf räumlicher Ebene ist festzustellen, dass die Hauptlage des Westenhellwegs im Vergleich zu den Randlagen eher homogen und durch eine vergleichsweise höherwertige Qualität zu beschreiben ist, während die Randlagen des Osten- und Westenhellwegs insbesondere in Richtung des Walls vermehrt ein preisorientiertes Angebot aufweisen.

Auch in den weiteren Sortimentsbereichen ist die Dortmunder City gut aufgestellt. Neben mehreren Drogeriefachmärkten bringen auch großflächige Fachmärkte und Kaufhäuser wie Saturn und SportScheck Frequenzen in die Dortmunder City.

Quelle: Fotos Stadt + Handel.



# Nutzungs- & Immobilienqualitäten



Die Nutzungs- und Immobilienqualitäten variieren je nach Nutzung z. T. erheblich. Neben Nutzungen, die durch hohe und offene Gebäudefassaden, ansprechende Schaufenstergestaltung und Warenpräsentation sowie durch passende Gestaltungselemente eine einladende Einkaufsatmosphäre erzeugen, sind Nutzungen lokalisiert, die z. B. aufgrund ihrer Warenpräsentation oder Werbegestaltung einen negativen Einfluss auf das Erscheinungsbild der Haupteinkaufslage ausüben.

Des Weiteren sind sowohl der Westenhellweg als auch der Ostenhellweg infolge der Dynamik des Miet- und Immobilienmarktes ständigen Veränderungen unterlegen, die in der regen Bautätigkeit sichtbar werden. Diese bringen oftmals Lärm, Schmutz und unansehnliche Bauverkleidungen mit sich. Die Immobilien in der Umbauphase sowie die vorhandenen Leerstände vermitteln in der gesamten Dortmunder City nicht selten einen ungepflegten Eindruck und heben sich von den umliegenden Nutzungen negativ ab.



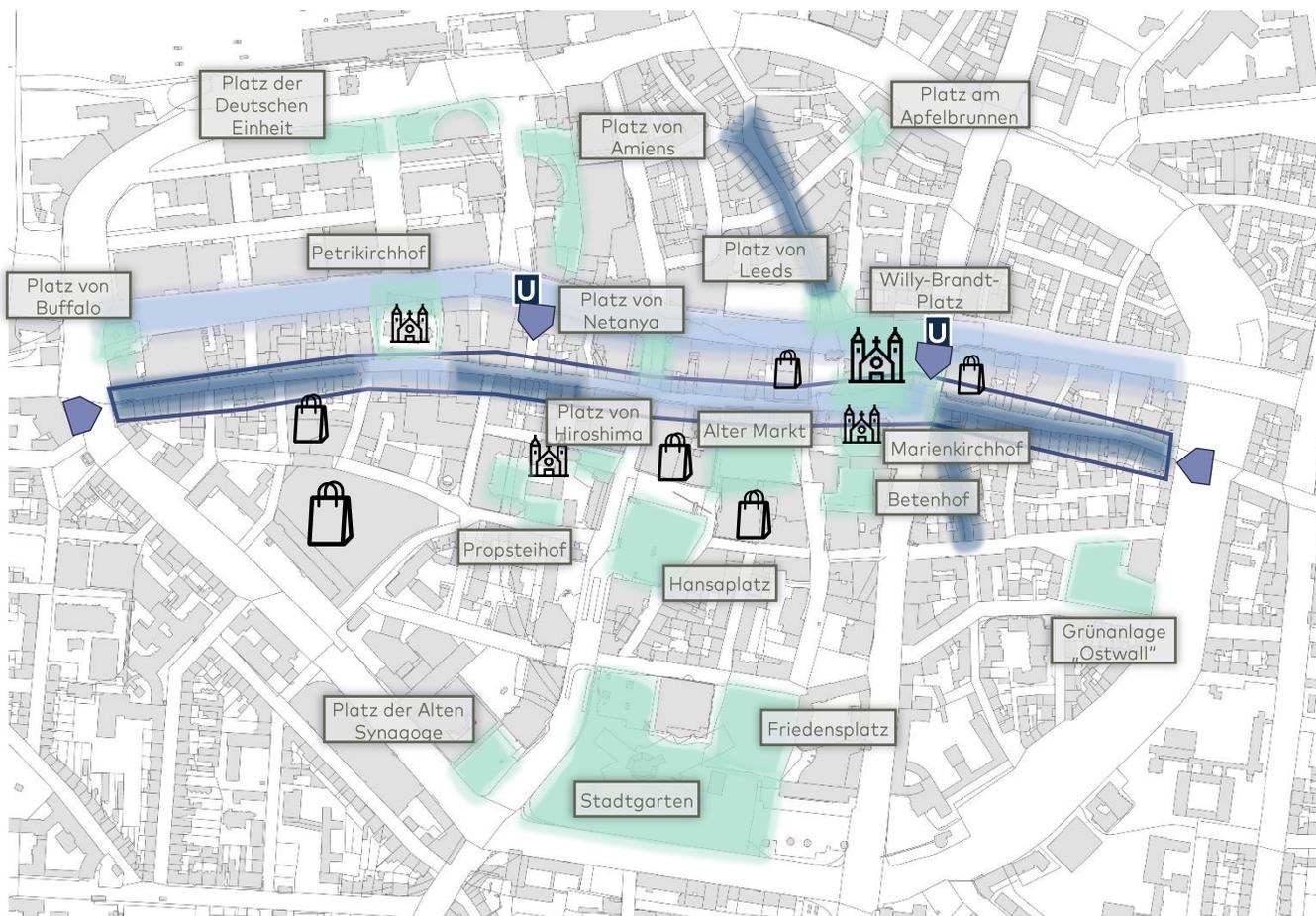
Insgesamt ist in der Dortmunder City zu beobachten, dass der Immobilienbestand entlang des Osten- und Westenhellwegs großflächige Strukturen und ein vielfältiges Markenangebot aufweist. Leerstände, wie die Immobilie der ehem. Mayersche-Filiale beeinträchtigen jedoch die Nutzungs- und Immobilienqualität entlang des Hellwegs. Zudem nimmt diese jeweils in Richtung des Walls qualitativ ab. In der Brückstraße wird dem negativen Erscheinungsbild bei einer Vielzahl von Leerständen mit Schaufensterbeklebungen entgegengewirkt.

Quelle: Fotos Stadt + Handel.



# Stadtgestaltung & Städtebauliche Struktur

- Haupteinkaufslage Osten- und Westenhellweg
- kleinteilige Strukturen und enger Straßenquerschnitt
- großflächigere Strukturen und weiträumige Fußgängerzone
- Freiräume/Plätze/Höfe
- zentrale Eingangssituation zur Haupteinkaufslage
- Ankerntzung Einzelhandel
- Kirchen
- Stadtbahnhaltestellen



Die Haupteinkaufslage definiert sich durch die Bereiche des Osten- und Westenhellwegs. Der Osten- und Westenhellweg ziehen sich als bandartige Struktur von Osten nach Westen durch die gesamte City. Aufgeweitet wird die bandartige Struktur maßgeblich durch die Platzsituation um die Stadtkirche St. Petri, den Platz von Netanya und die Platzsituation südlich der Reinoldikirche. Die zentralen Eingänge zur Haupteinkaufslage befinden sich an der östlichen und westlichen Kante des Wallrings sowie an den Stadtbahnhaltestellen Reinoldikirche und Kampstraße und sind nur für den Fußverkehr zugänglich. In der Haupteinkaufslage wechseln sich eher kleinteilige Strukturen an den jeweiligen Rändern des Hellwegs mit großflächigeren Straßenräumen und Baustrukturen ab. Ergänzt wird das städtebauliche Gefüge um verschiedene Plätze mit unterschiedlichen Funktionen:

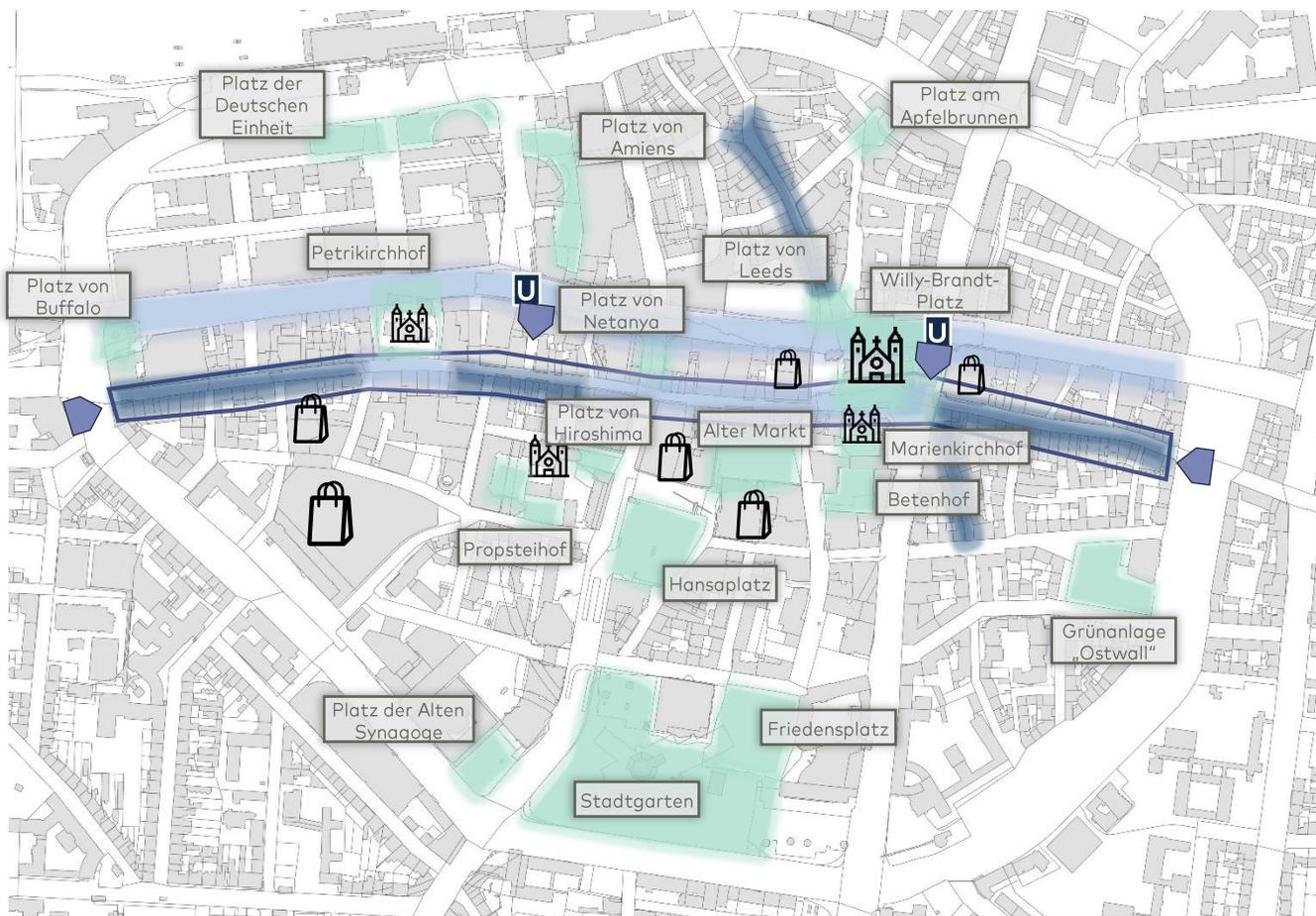
- Platz von Buffalo, Platz der Deutschen Einheit, Platz von Amiens, Platz am Apfelbrunnen, Platz von Leeds, Platz von Netanya, Willy-Brandt-Platz, Platz von Hiroshima und Platz der Alten Synagoge
- sowie die drei größeren Plätze Hansaplatz, Alter Markt und Friedensplatz, die insb. durch ihre Bespielung mit Gastronomie und Veranstaltungen sowie dem Wochenmarkt eine bedeutende Rolle für die Dortmunder City übernehmen.

Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Kartengrundlage Stadt Dortmund.



# Stadtgestaltung & Städtebauliche Struktur

- Haupteinkaufslage Osten- und Westenhellweg
- kleinteilige Strukturen und enger Straßenquerschnitt
- großflächigere Strukturen und weiträumige Fußgängerzone
- Freiräume/Plätze/Höfe
- zentrale Eingangssituation zur Haupteinkaufslage
- Ankerntzung Einzelhandel
- Kirchen
- Stadtbahnhaltestellen



Zudem bestimmen Höfe (Propsteihof am Katholischen Pfarramt St. Johannes, Marienkirchhof, Betenhof) sowie Freiräume rund um den Stadtgarten, das Baukunstarchiv und vor der Stadt- und Landesbibliothek die städtebauliche Struktur der Dortmunder City.

Die dargestellten Plätze finden im Rahmen der Erstellung des "Masterplan Plätze – Gestalthandbuch für die prägenden Stadträume der Dortmunder City" ebenfalls Berücksichtigung (s. S. 37).

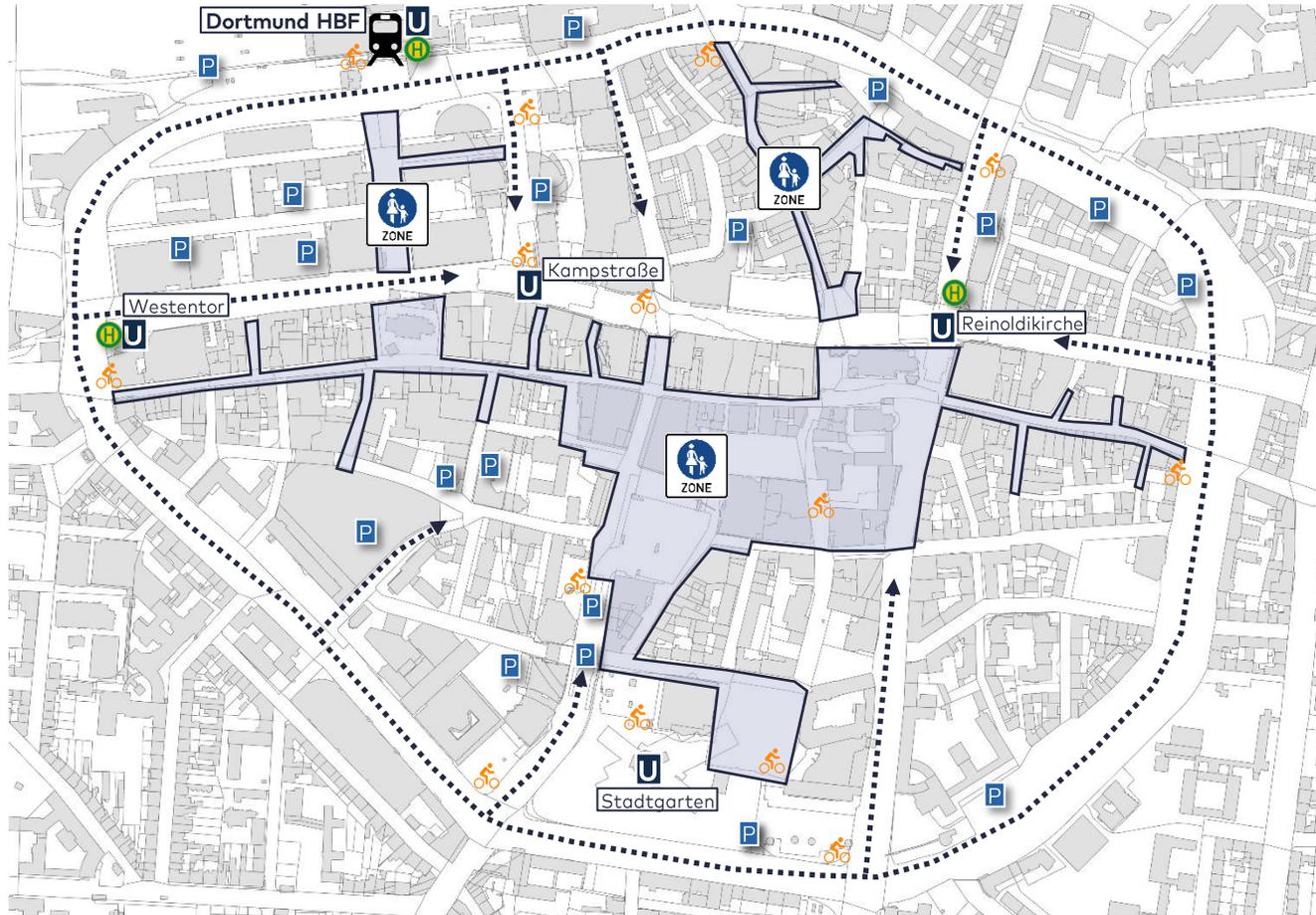
Die Haupteinkaufslage inkl. der sich vom Westenhellweg bis zum Hohen Wall anschließenden Thier-Galerie wird überwiegend von Handelsimmobilien geprägt. Die zahlreichen Kirchen in der City bilden historische, städtebauliche Dominanten sowie Orientierungspunkte für die Besuchenden und Kund:innen der Innenstadt. Mit dem Theater am Platz der Alten Synagoge ist eine weitere wichtige und stadtbild-prägende Einrichtung in nächster Nähe zu der Haupteinkaufslage verortet.

Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Kartengrundlage Stadt Dortmund.



# Erreichbarkeit & Orientierung

- Bahnhof
- Stadtbahnhaltestelle
- Bushaltestelle
- Parkhaus/Tiefgarage
- Metropolradruhr-Station
- Hauptverkehrsachse für MIV



Die Dortmunder City ist über diverse Zuwegungen für alle Verkehrsteilnehmer erreichbar. Aus nordwestlicher Richtung strömen v. a. Tourist:innen und Bahnreisende vom Dortmunder Hauptbahnhof (HBF) über die Katharinenstraße in den Westen- und Ostenhellweg. Aufgrund dessen ist es umso wichtiger, eine attraktive und einladende Atmosphäre in diesem Bereich zu etablieren. Über die Stadtbahnhaltestellen Reinoldikirche, Stadtgarten und Kampstraße gelangen hingegen eher die Dortmunder Bürger:innen in die zentralen Innenstadtlagen der Dortmunder City.

Für den MIV stehen diverse Parkhäuser innerhalb des Wallrings zur Verfügung. Diese sind maßgeblich über den Wall selbst sowie über die Hauptverkehrsachsen Kuckelke, Brüderweg, Kleppingstraße, Hansastraße, Hövelstraße, Kampstraße und Freistuhl erreichbar. Ein installiertes Parkleitsystem (s. S. 91), welches aktuell erneuert wird, erleichtert in diesem Zusammenhang die Parkplatzsuche für die Besucher:innen der Dortmunder City.

Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Kartengrundlage Stadt Dortmund.



# Erreichbarkeit & Orientierung



Sowohl der Osten- und Westenhellweg und dessen Seitengassen als auch die Bereiche rund um Friedensplatz, Hansaplatz und Alter Markt sind als verkehrsfreie Zonen ausgewiesen. Weitere Fußgänger:innenzonen befinden sich rund um die Brückstraße und Katharinenstraße sowie in Teilen im mittleren Bereich der Kampstraße. Jedoch ist die Übersichtlichkeit des Verkehrs für Fußgänger:innen im Bereich der Kampstraße zwischen Kuckelke und Hansastraße eingeschränkt. Gründe dafür liegen in der aktuellen Baustellensituation und in Teilen unübersichtlichen Straßenraumgestaltung. Mit dem Umbau der Kampstraße sollen die Sicherheit und Orientierung im entsprechenden Abschnitt verbessert werden.

Das Fußgänger:innenleitsystem schafft Besucher:innen der Dortmunder City eine Orientierung innerhalb der Innenstadt. Die Beschilderung (in Form prägnanter roter Schilder) weist neben historisch geprägten Orten und markanten Einrichtungen auch Mobilitätsknotenpunkte und zentrale Plätze der Dortmunder City aus.



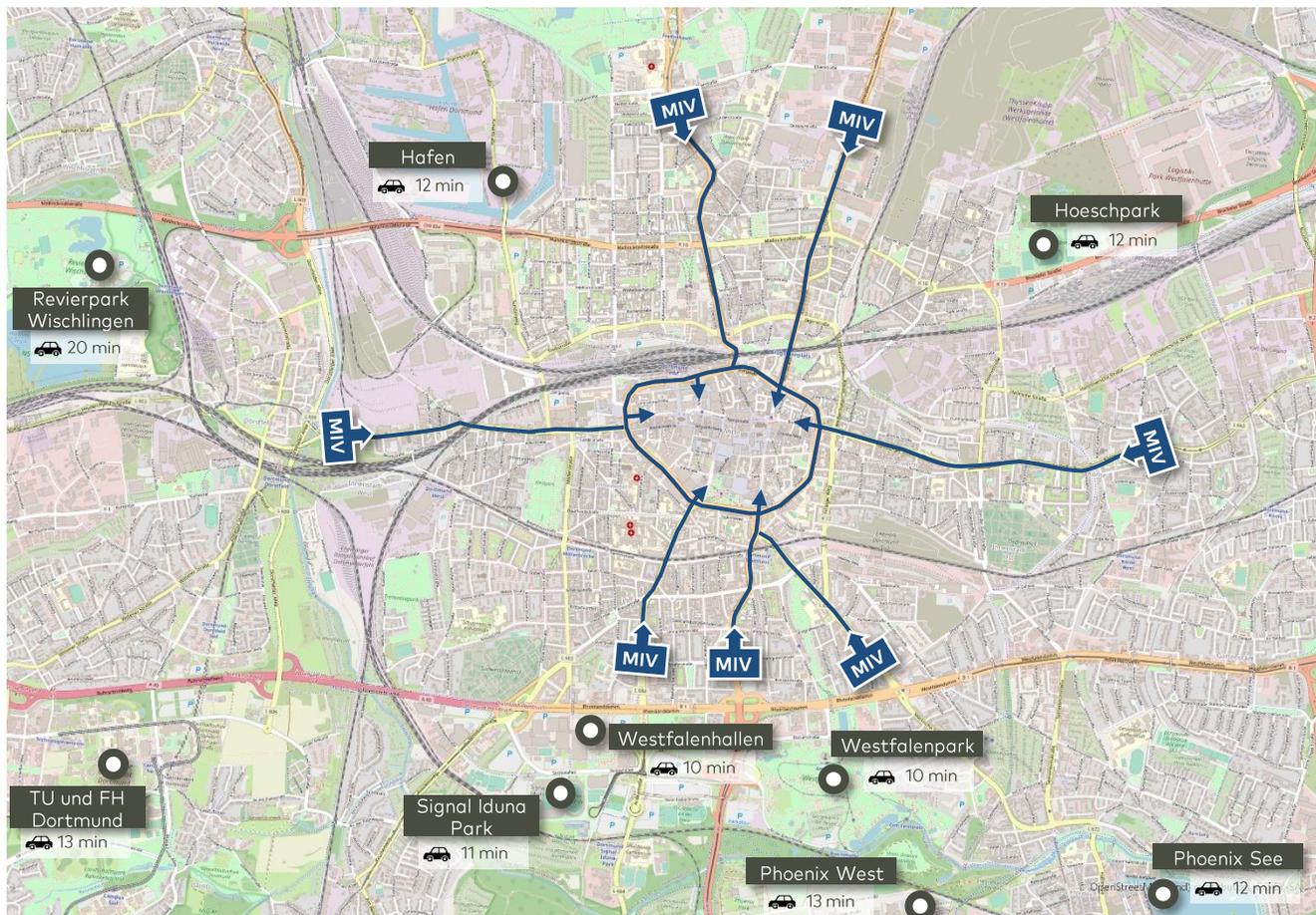
# Erreichbarkeit & Orientierung

## Erreichbarkeit – MIV

→ Hauptverkehrsachse in die City

 MIV-Zufluss

 MIV-Fahrzeit zur Innenstadt



Der Dortmunder Wallring stellt die zentrale Haupteinschließung der City dar. Ausgehend aus den umliegenden Stadtteilen sowie von den Autobahnen und Bundesstraßen ist der Wallring aus allen Himmelsrichtungen erreichbar. Der MIV wird ringartig um die City verteilt und über zahlreiche Haupteinfallstraßen auf die Parkplätze sowie in die Parkhäuser und Tiefgaragen geleitet, welche sich in der Nähe des Walls befinden. Die wesentlichen Haupteinfallstraßen sind: Kuckelke, Brüderweg, Kleppingstraße, Hansastraße, Kampstraße und Freistuhl.

Durch dieses radiale Erschließungssystem wird gewährleistet, dass die fußläufigen Platz- und Wegenetze innerhalb des Wallrings durch den MIV nicht beeinträchtigt werden.

Zudem stellt die Nähe zur Bundesstraße B1 im Süden der Dortmunder City eine gute Erreichbarkeit der Innenstadt dar.

Diverse Grünanlagen und Einrichtungen, wie der Signal Iduna Park oder die Technische Universität (TU) Dortmund, sind per Pkw innerhalb weniger Minuten von der Dortmunder City aus erreichbar.

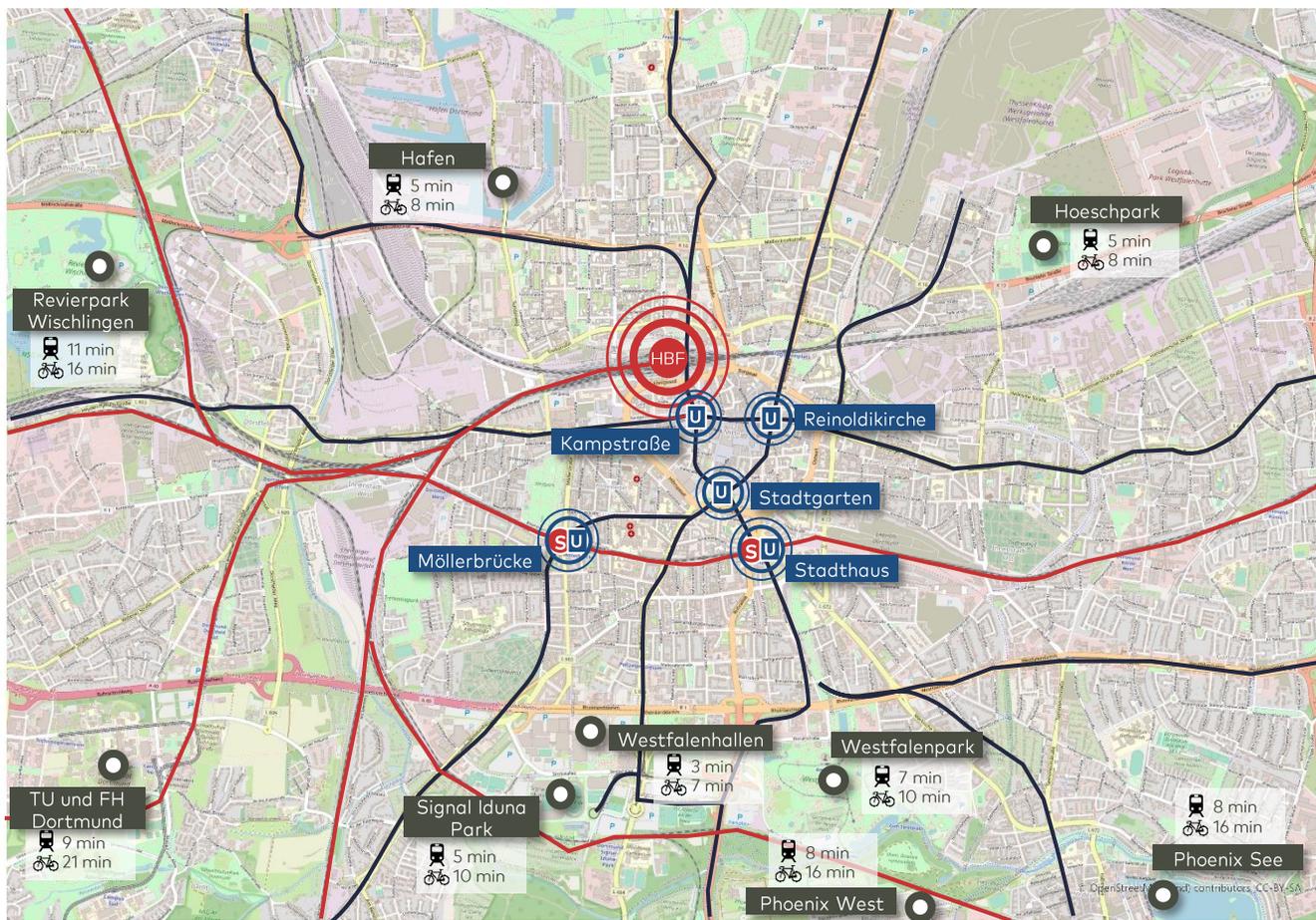


# Erreichbarkeit & Orientierung

## Erreichbarkeit – ÖPNV & Rad

Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Kartengrundlage © OpenStreetMap-Mitwirkende; \* die ÖPNV-Fahrzeit bezieht sich ausschließlich auf die Strecke von der nächstgelegenen Stadtbahnhaltestelle bis zu einer der drei innerstädtischen Stadtbahnhaltestellen.

- Stadtbahnlinie
- S-Bahnlinie
- U Stadtbahnhaltestelle
- S S-Bahnhaltestelle
- ⊙ ÖPNV-Knotenpunkt
- 🚆 ÖPNV-Fahrzeit zur Innenstadt\*
- 🚲 Fahrradfahrzeit zur Innenstadt



Der unmittelbar nördlich der Dortmunder City angrenzende Hauptbahnhof stellt den zentralen ÖPNV-Ankunftsort für Innenstadtbesuche auch von überregionalen Besucher:innen dar. Zudem queren alle acht Dortmunder Stadtbahnlinien die City unterirdisch und laufen an den drei innerstädtischen Hauptknotenpunkten Reinoldikirche, Kampstraße und Stadtgarten zusammen. Damit ist eine gute ÖPNV-Erreichbarkeit der Dortmunder City aus den umliegenden Stadtbezirken gewährleistet.

Aufgrund der überwiegend gut ausgebauten Radverbindungen aus dem innerstädtischen Randbereich (rd. 5 km) in die Dortmunder City ist auch die Erreichbarkeit mit dem Rad als gut zu bewerten.

Wesentliche Grünanlagen und Einrichtungen sind darüber hinaus mit dem Rad und ÖPNV in weniger als einer halben Stunde erreichbar.



# Nutzungs- & Flächenpotenziale



Grundsätzlich bilden Leerstände geeignete Flächenpotenziale für zukünftige Nutzungen. In der Haupteinkaufslage Osten- und Westenhellweg sowie der Thier Galerie sind einige Leerstände verortet, diese unterliegen aufgrund der Dynamik auf dem Miet- und Immobilienmarkt ständigen Veränderungen. In der gesamten Dortmunder City wurden zum Zeitpunkt der Erhebung (10/2021) 61 Leerstände erfasst. Als leerstehende Schlüsselimmobilie ist das Gebäude der ehem. Mayerschen Buchhandlung (Hansastraße 51, Ecke Westenhellweg) zu nennen, welches mit Verkaufsflächen auf drei Etagen großflächiges Flächenpotential besitzt. Weitere Schlüsselimmobilien werden im Rahmen der Quartiersprofilierung identifiziert. Die Potenziale der leerstehenden Geschäfte sollten durch attraktive Nachnutzungsstrategien ausgeschöpft werden oder zumindest temporär durch Zwischen-nutzungen wiederbelebt werden. Die Bespielung der Schaufenster des leerstehenden ehem. Spielwarengeschäftes am Ostenhellweg 45 stellt dabei ein positives Beispiel dar.



Potenzialflächen bestehen aufgrund der dichten Bebauung weder in den Handelslagen noch in deren direkten Umfeld. Insgesamt stellen Umbau- oder Neubaumaßnahmen auch zur Aufwertung weniger attraktiver Immobilien ein wichtiges Vorgehen dar, um zukünftig ansprechende Nutzungen in der Dortmunder City zu etablieren.

Dabei spielen nicht nur die Erdgeschosslagen eine Rolle, die infolge der aufgerufenen Mietpreise maßgeblich durch den Einzelhandel geprägt sind. Auch die Obergeschosse können durch attraktive handelsferne Nutzungen, wie z. B. Gastronomie, Wohnen, Services oder Dienstleistungen, erheblich zur Vielfalt und Angebotsqualität der Dortmunder City beitragen.

Quelle: Fotos Stadt + Handel.



# Image & Marketing



DORTMUND ÜBERRASCHT. DICH.

EINE STADT.  
VIELE STÄRKEN.

6. AUSGABE 2021



Insgesamt kann das Thema Marketing in der Dortmunder City als gut aufgestellt beschrieben werden. Eine wichtige Rolle spielt die Kampagne „Dortmund überrascht. Dich.“ der Stabsstelle „Markenkern Dortmund“ von der Stadt Dortmund. Die Kampagne stellt die Stärken der Stadt heraus und hat in diesem Zusammenhang bereits die 6. Ausgabe des Imagebuchs „Dortmund überrascht. Dich. – Eine Stadt. Viele Stärken“ veröffentlicht. Die Kampagne umfasst dabei nicht nur die City, sondern das gesamte Stadtgebiet Dortmunds.

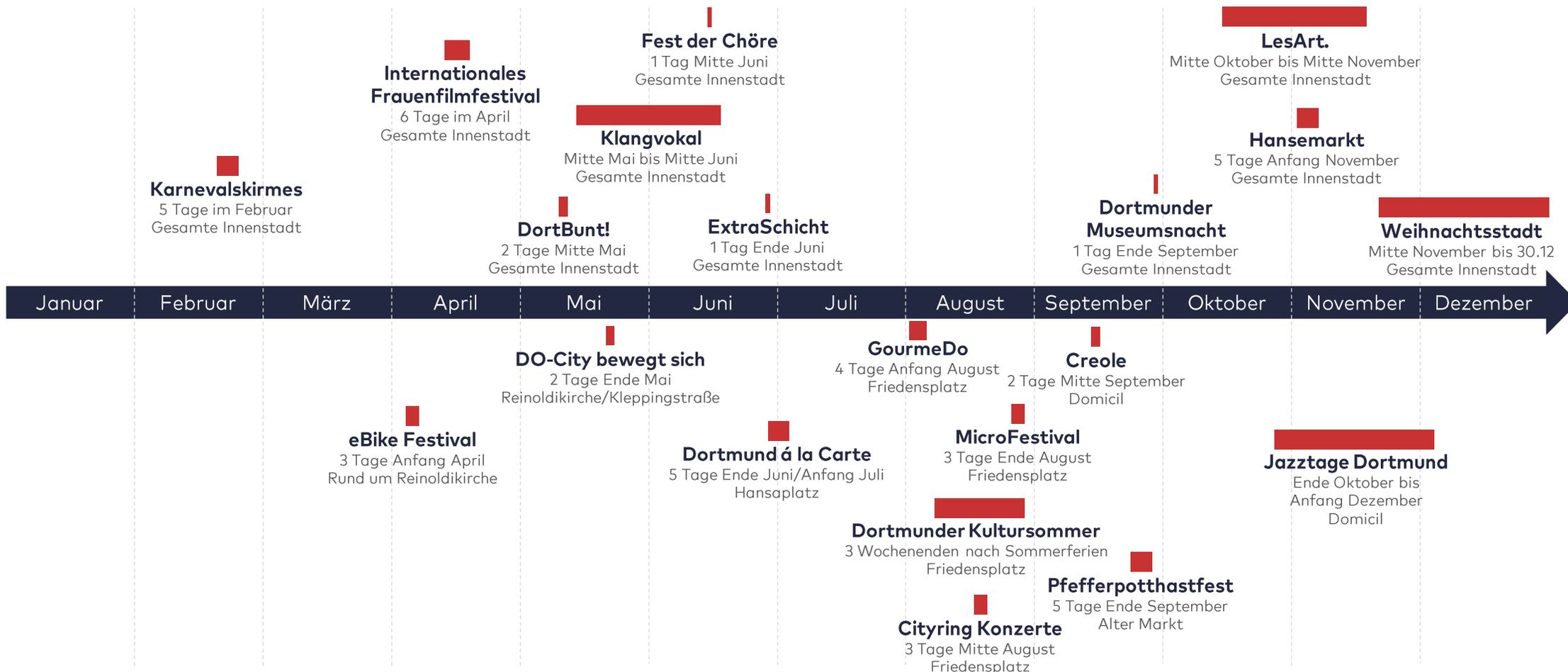
Die Gesellschaft für City-Marketing Dortmund mbH (CMG) als Initiative von Cityring Dortmund e.V. und Stadt Dortmund verfolgt darüber hinaus das Ziel, durch Marketing-Aktivitäten die Besucher:innenfrequenz in der Dortmunder City zu erhöhen. Dazu zählen bspw. Messen, Konzerte, Weinfeste, Märkte und v. a. die Weihnachtsstadt mit dem „größten Weihnachtsbaum der Welt“.

Eine weitere Aktion ist die Marketing-Offensive „Gekauft in Dortmund“, initiiert von einem Aktionsbündnis aus Cityring, Dortmunder Qualitätsroute und der Wirtschaftsförderung der Stadt Dortmund. Ziel dieser Aktion ist es, für die Attraktivität des Einzelhandelsstandorts Dortmund zu werben. Unterstützt wird die Offensive zusätzlich vom Handelsverband Westfalen-Münsterland sowie der Dortmund Agentur. Die Etablierung der Marke „Gekauft in Dortmund“ startete im Dezember 2021 mit der Bewerbung durch Flyer und durch Schaufensteraktionen in leerstehenden Geschäften sowie einer Gewinnspielaktion. Über 30 inhaber:innengeführte und auch filialisierte Geschäfte sind bereits Teil der Marketing-Offensive.



# Image & Marketing

## Veranstaltungen & Feste\*



Quelle: Darstellung Stadt + Handel; \* üblicher Veranstaltungsjahreskalender.



# Digitale Sichtbarkeit



In der Dortmunder City sind zahlreiche DOKOM21 WLAN-Hotspots verortet, wobei diese insbesondere im westlichen Teil des Westenhellwegs, an der Kampstraße und um den Stadtgarten herum lokalisiert sind. Kostenlosen Zugang bieten allerdings nur wenige der WLAN-Hotspots (z. B. am Alten Markt und auf der Betenstraße). Hotspot-Tickets für die nicht öffentlich zugänglichen WLAN-Hotspots werden ab 3€ pro Stunde angeboten.

Während der Westenhellweg und die dort angesiedelten Nutzungen im Allgemeinen online durch etwaige Social-Media-Auftritte weniger präsent sind, verfügt die Thier-Galerie bspw. über eine sehr starke Social-Media-Präsenz auf verschiedenen Kanälen. Darüber hinaus verfügt der Großteil der Betriebe im Untersuchungsraum über eine Online-Präsenz und einen Online-Shop. Dies ist auf die Tatsache zurückzuführen, dass in der Haupteinkaufslage überwiegend Filialbetriebe angesiedelt sind, die im Rahmen ihres professionalisierten Betriebskonzepts einen Online-Shop anbieten. Zum Teil wird auch im stationären Handel auf den Online-Kanal verwiesen. Zahlreiche nicht-filialisierte Betriebe verfügen hingegen über keine Online-Präsenz mit einem entsprechenden Online-Shop.

Eine aktive Rolle übernimmt darüber hinaus die Stadt Dortmund. Auf gesamtstädtischer Ebene präsentiert sich die Stadt über diverse Social-Media-Kanäle. Nahezu 56.000 Instagram-Abonent:innen verfolgen bspw. die wöchentliche Auslosung des Bildes der Woche. Zudem werden prägende Orte, Aktionen und Neuigkeiten sowohl in der Dortmunder City als auch im restlichen Stadtgebiet präsentiert.

Quelle: Fotos Stadt + Handel; Instagram Stadt Dortmund.

# Innenstadtanalyse

## SWOT-Analyse

Hervorgehend aus der Analyse der einzelnen Handlungsfelder sowie der Auswertung diverser Beteiligungsformate können im Folgenden wesentliche **Stärken** und **Schwächen** sowie **Chancen** und **Risiken** für die Dortmunder City identifiziert werden.

### Stärken

- sehr gute Erreichbarkeit der City für alle Verkehrsteilnehmenden
- großräumige Fußgänger:innenzone und dadurch insgesamt großer Anteil der City, welcher ausschließlich für Fußgänger:innen zugänglich ist
- breites Angebot aus Markenfilialist:innen und inhaber:innengeführten Betrieben
- diverse Magnetnutzungen im Bereich Einzelhandel, zentrenergänzende Funktionen sowie Gastronomie; positiv-bewertetes Dienstleistungsangebot
- Synergien zwischen Thier-Galerie und übrigen Einkaufslagen der Dortmunder City, beeinflussen sich gegenseitig positiv
- zahlreiche innerstädtische Kirchen als identität- und kulturstiftende Orte, die zudem eine Orientierungsfunktion für Passant:innen übernehmen
- Alter Markt als Gastronomieagglomeration mit sehr großflächiger Außengastronomie
- gute Orientierung aufgrund des übersichtlichen/kompakten Stadtgrundrisses innerhalb des Rings, des Parkleitsystems und des Wegeleitsystems für Fußgänger:innen

### Schwächen

- wenig Begrünung in der gesamten City
- geringes Angebot an Ausgehmöglichkeiten und unzureichendes Nachtleben
- unzureichende Synergieeffekte der Museen und Freizeiteinrichtungen sowie des Konzerthauses und Theaters mit dem weiteren Angebotsportfolio der City
- wenig ruhige Orte mit Verweilcharakter und Aufenthaltsqualität zum „Erholen vom Shoppen“/konsumfreie Räume
- teilweise unattraktives Erscheinungsbild aufgrund stadtgestalterisch-architektonischer Schwächen und einer unattraktiven Nutzungsqualität
- mangelnde Verknüpfung einzelner Lagebereiche aufgrund unzureichender Wegeführungen und fehlender funktionaler Zusammenhänge
- zunehmendes Unsicherheitsempfinden
- fehlendes Alleinstellungsmerkmal der City außerhalb des Einkaufens (s. Auswertungsergebnisse der Online-Befragung, S. 69)

# Innenstadtanalyse

## SWOT-Analyse

### Chancen

- Profilschärfung: Herausbildung eines eindeutigen Images/Alleinstellungsmerkmals der Dortmunder City
- Vermittlung eines positiven Images nicht nur an Auswärtige sondern insbesondere auch an die eigene Bürgerschaft
- Profilierung einzelner Lagen und Herausbildung individueller Quartiere
- stärkere Wahrnehmung der Dortmunder City als Oberzentrum: Ausschöpfung des Potenzials hinsichtlich der Angebotsstruktur und -vielfalt sowie der städtebaulichen Gestaltung
- Potenzial zahlreicher Plätze innerhalb der City
- Stärkung und Weiterentwicklung der Dortmunder City hinsichtlich einer ansprechenden und attraktiven Nutzungsmischung
- Ansprache vielfältiger Zielgruppen entsprechend des Angebotsfokus unterschiedlicher Lagebereiche in der City

### Risiken

- Fokussierung auf die Einzelhandelslage Osten- und Westenhellweg
- abnehmende Angebots- und Immobilienqualität in den Randlagen der City
- Bedeutungsverlust der Dortmunder City aufgrund Uniformität und Austauschbarkeit
- nachlassende Belebung in den Abendstunden und an Wochenenden, zunehmende Verödung der Dortmunder City (insb. für junge Zielgruppen)
- Bedeutungsverlust wichtiger Anker nutzungen (u. a. Theater Dortmund)
- Frequenzverlust aufgrund der Verstärkung des subjektiven Unsicherheitsempfindens

# Innenstadtanalyse

## Chancen-Mängel-Plan

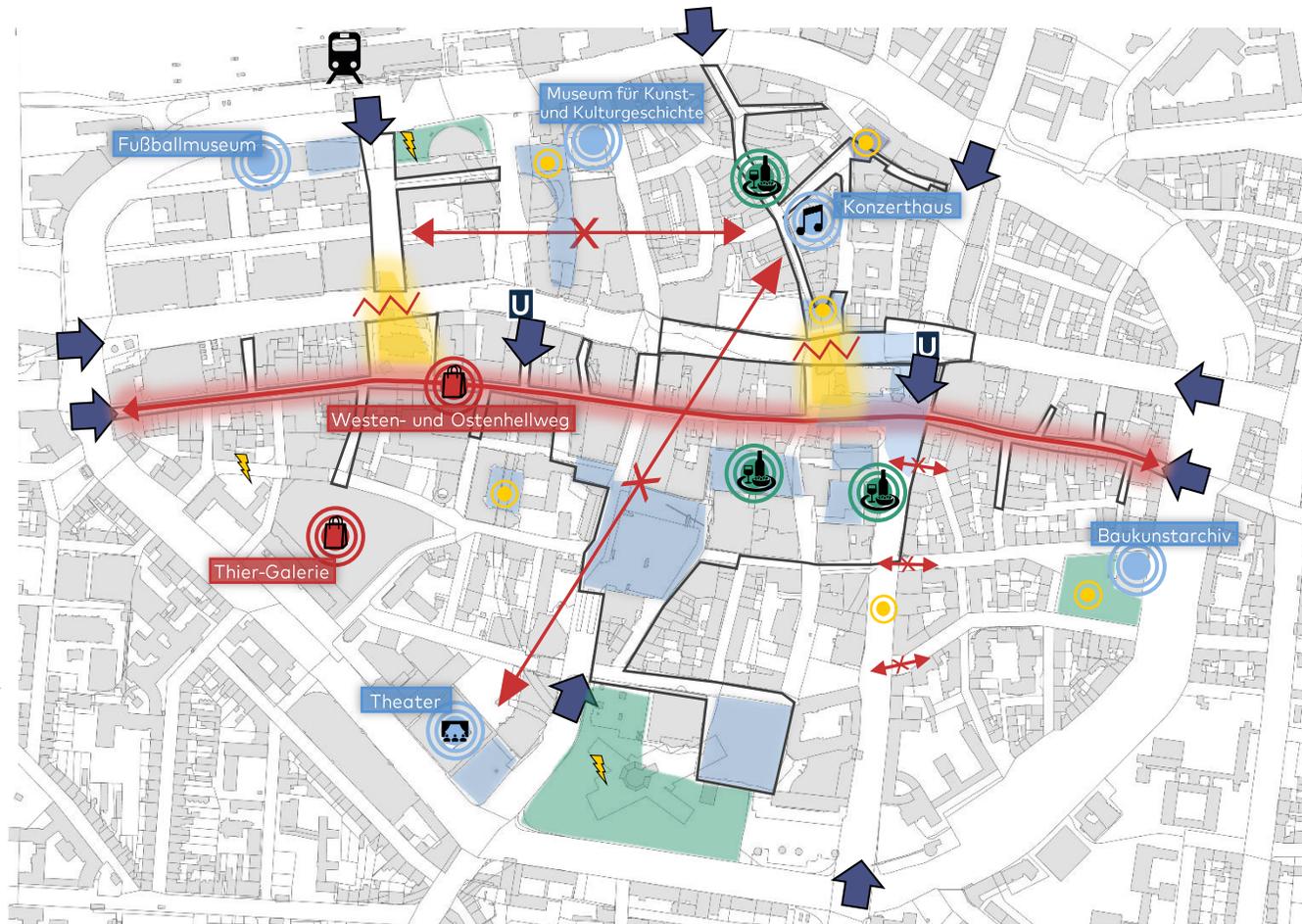
### Legende

- zentrale Platzlage
- Grünfläche
- Fußgängerzone

### Kristallisationspunkte

- Einzelhandel
- Kultur
- Gastronomie
- zentrale Einkaufslage
- mangelnde Verknüpfung
- Trennwirkung
- soziale Problemlage
- zentrale Verknüpfungspunkte
- Aufenthaltungspotenzial
- Bahnhof
- zentrale Eingangssituation zur City
- Stadtbahnhaltestellen

100 m



Die wesentliche städtebauliche sowie funktionale Struktur lässt sich im Zuge eines **Chancen-Mängel-Plans** ablesen.

Dargestellt sind vorrangig die wesentlichen **Kristallisationspunkte** in den Bereichen Einzelhandel, Gastronomie und Kultur sowie weitere, städtebauliche Besonderheiten. Der Westen- und Ostenhellweg gelten als **zentrale Einkaufslage**. Zudem wird das Angebot im Wesentlichen durch die Einzelhandelsstrukturen der Thier-Galerie ergänzt.

Darüber hinaus bestehen zahlreiche **Platzsituationen** und **Grünflächen**, wobei der Friedensplatz, Hansaplatz und Alter Markt aufgrund ihrer Größe eine bedeutende Rolle einnehmen.

Wesentliche **mangelnde Verknüpfungen** bestehen zwischen den verkehrsfreien Zonen Katharinenstraße und Brückstraße sowie zentralen Kultureinrichtungen. Zwischen den nördlich der Kampstraße gelegenen verkehrsfreien Zone und der zentralen Einkaufslage Westen- und Ostenhellweg liegen zudem **zentrale Verknüpfungspunkte**.

# Quartiersprofilierung

## Funktionale Qualität

### Funktionsstruktur & Anker nutzungen



### Marken- & Angebotsportfolio



### Nutzungs- & Immobilienqualitäten



## Städtebauliche Qualität

### Stadtgestaltung & Städtebauliche Struktur



### Erreichbarkeit & Orientierung



### Nutzungs- & Flächenpotenziale



## Markenqualität

### Image & Marketing



### Digitale Sichtbarkeit



### Quartiersprofilierung



Neben der Analyse der Dortmunder City werden im Folgenden einzelne Lagebereiche (Quartiere) identifiziert. Die Quartiere der Dortmunder City werden hinsichtlich funktionaler und städtebaulicher Qualitäten analysiert.

Die herausgearbeiteten Qualitäten der einzelnen Quartiere werden in Profilierungsziele und einen „Claim“ überführt. Die sog. Moodboards stellen den Charakter des Quartiers visuell dar und sollen eine bestimmte Stimmung für das einzelne Quartier vermitteln. Abschließend werden die formulierten Profilierungsziele in konkrete Umsetzungsempfehlungen übersetzt.

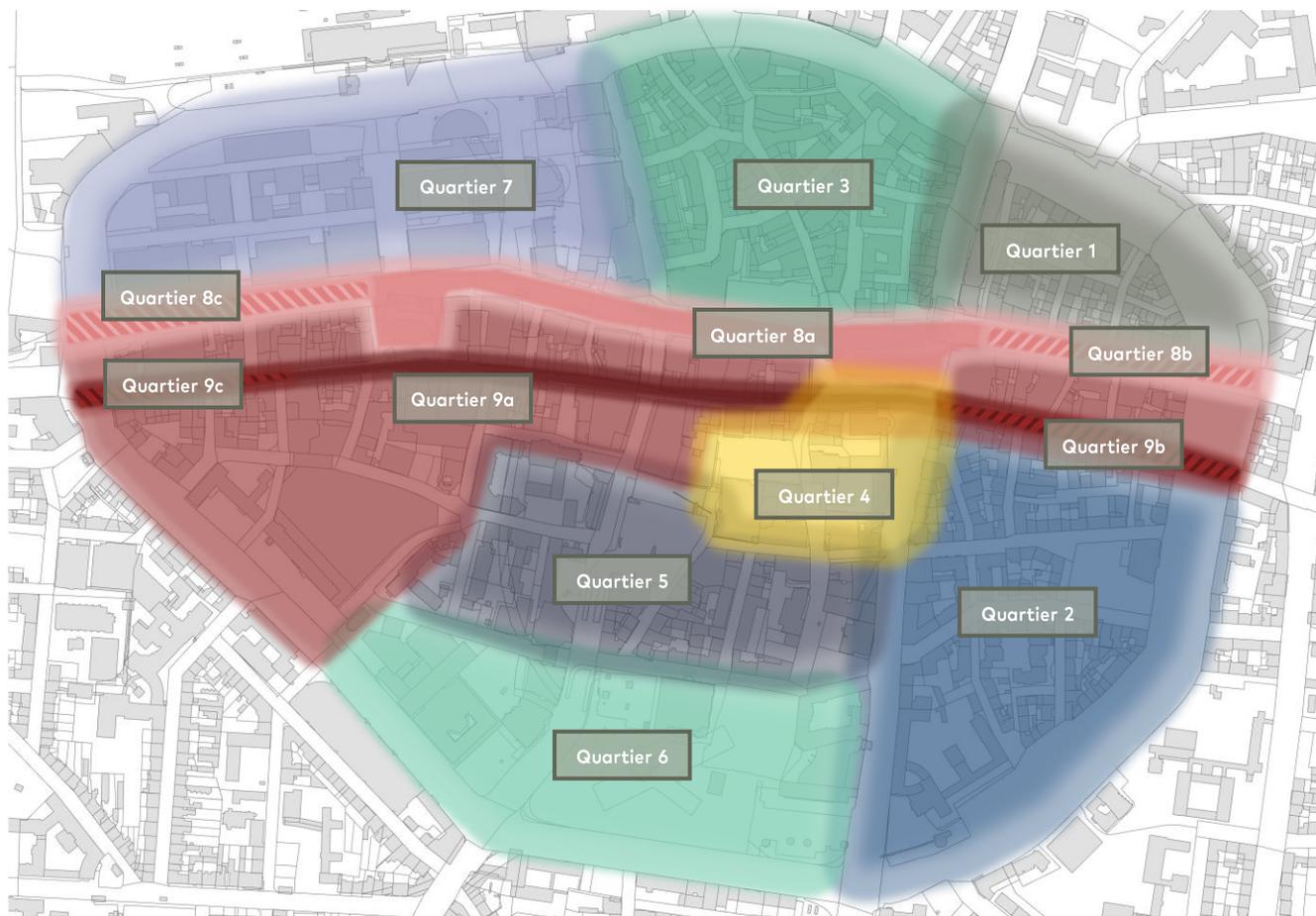
Die formulierten Profile und Zielbilder wurden im Rahmen der Quartierswerkstätten unter Einbeziehung der involvierten Cityakteur:innen entwickelt und anschließend mit Ergebnissen aus vorangegangenen Beteiligungen durch Stadt + Handel verdichtet und gefiltert.

Bei den im Folgenden dargestellten Quartiersprofilen handelt es sich ausschließlich um eine Profilierung der Quartiere zur Verdeutlichung der perspektivischen Zielrichtung, nicht um die Bildung einer Marke zur Vermarktung der Quartiere.



# Quartiersprofilierung

## Von einzelnen Lagebereichen (Quartiere)...



Auf Grundlage der Analyse der Innenstadt und der zentralen Grundlagen ergeben sich für die Dortmunder City insgesamt neun Quartiere. Die Quartiersabgrenzung erfolgte vor allem aufgrund von funktionalen sowie städtebaulichen und stadtstrukturellen Zusammenhängen sowie Lauf- und Wegebeziehungen/Verkehrsachsen und wurde im Rahmen der Quartierswerkstätten durch die Cityakteur:innen bestätigt. Die Quartiere 8 und 9 stellen dabei eine Besonderheit dar. Aufgrund der unterschiedlichen funktionalen und städtebaulichen Qualitäten wird nochmals in die Teilbereiche a, b und c unterschieden.

### Quartier 8

- Quartier 8a: umfasst den zentralen Teil der Kampstraße inkl. der Bereiche um die Kirchen St. Petri und St. Reinoldi
- Quartier 8b: umfasst den Brüderweg
- Quartier 8c: umfasst den westlichen Bereich der Kampstraße

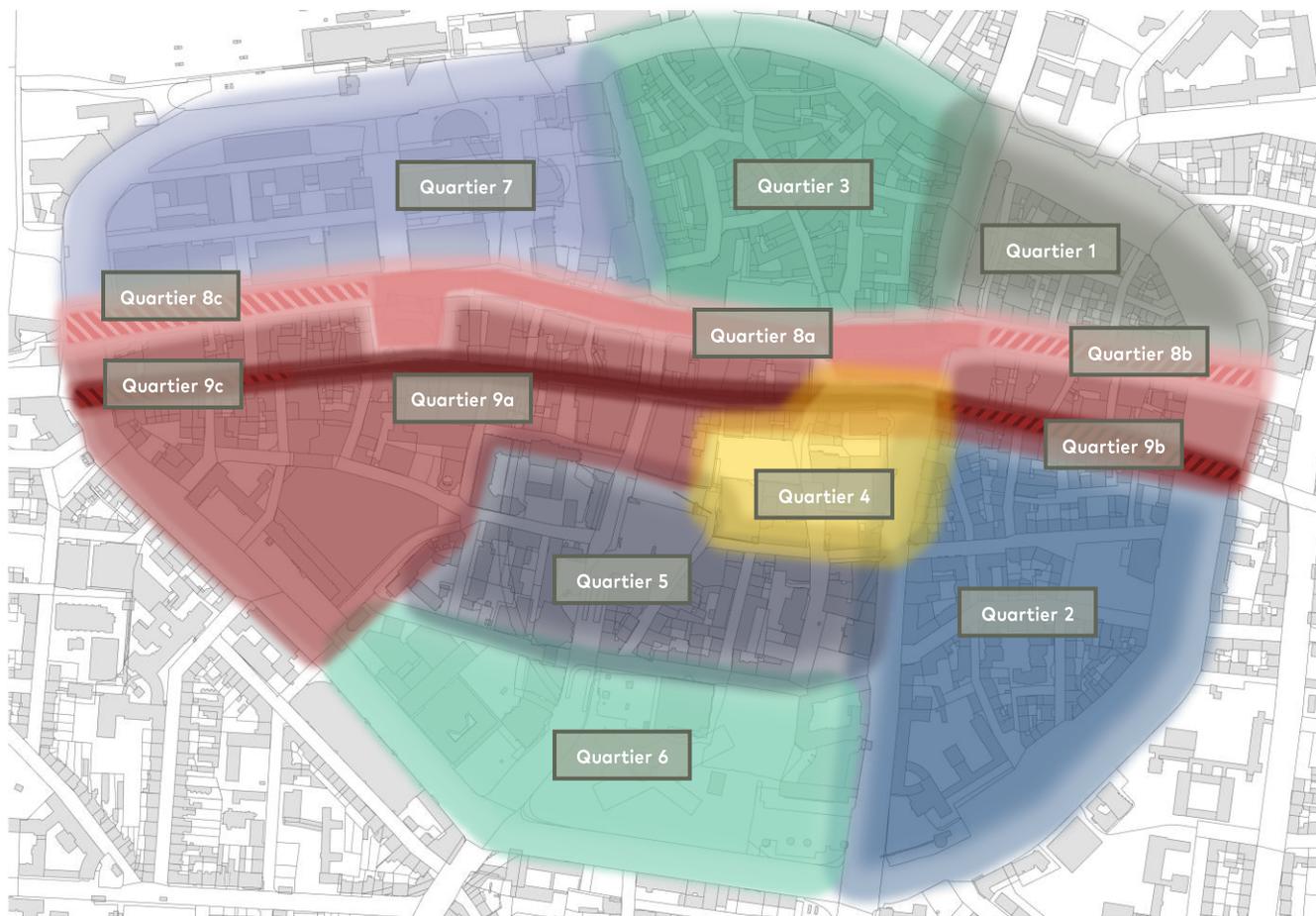
### Quartier 9

- Quartier 9a: umfasst den zentralen Teil des Westenhellwegs sowie den Bereich Thier-Galerie
- Quartier 9b: umfasst den Ostenhellweg



# Quartiersprofilierung

## Von einzelnen Lagebereichen (Quartiere)...



- Quartier 9c: umfasst den westlichen Bereich des Westenhellwegs

Trotz der Unterscheidung besteht aufgrund der bandartigen Struktur dennoch ein Zusammenhang zwischen den drei Bereichen der Quartiere 8 und 9.

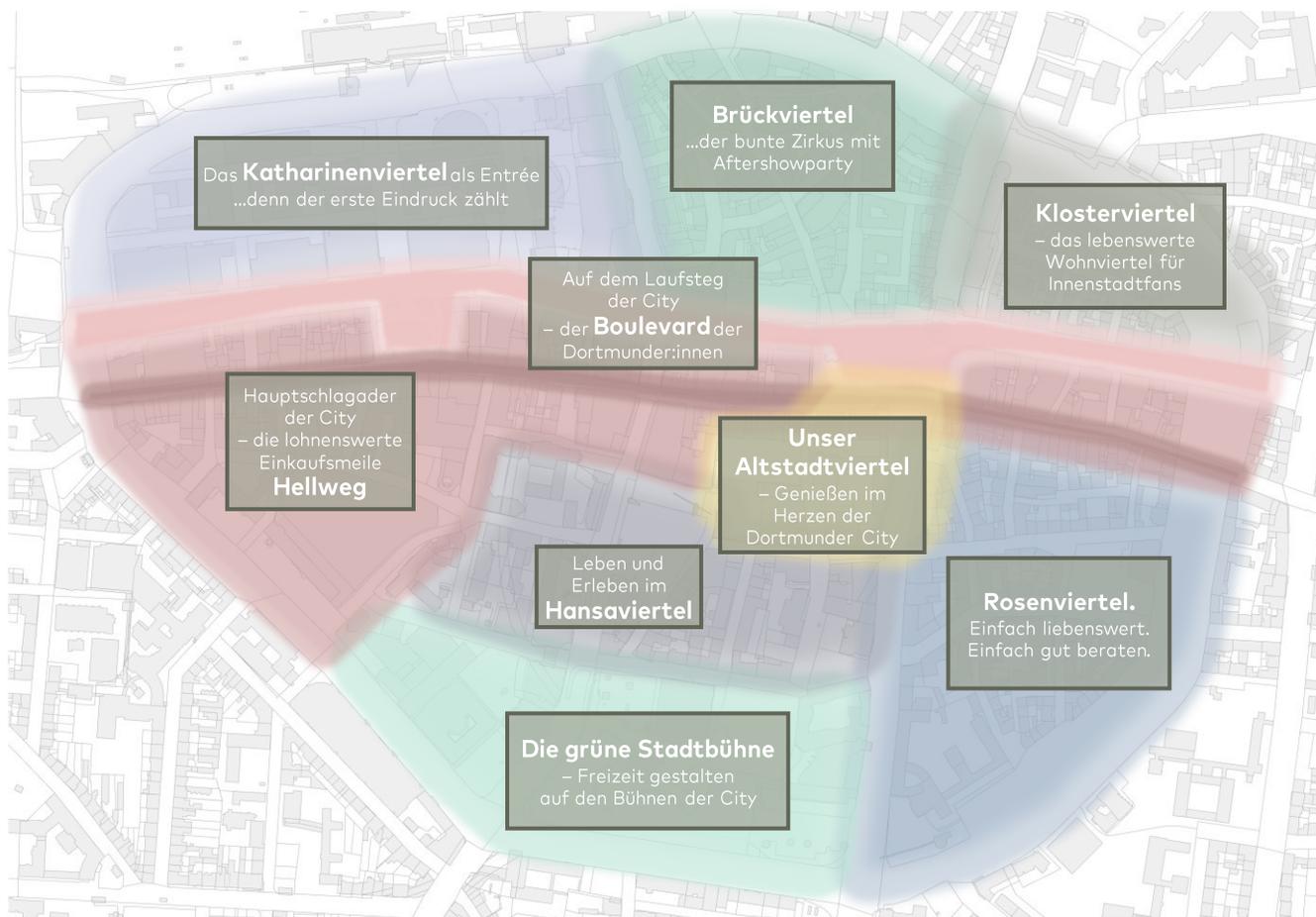
100 m

Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Kartengrundlage Stadt Dortmund.



# Quartiersprofilierung

## ...zu profilierten Quartieren!



Im Folgenden werden die herausgearbeiteten Qualitäten der einzelnen Quartiere in Profilierungsziele und einen „Claim“ überführt. Dabei verfügt jedes Quartier perspektivisch über individuelle Nutzungsschwerpunkte und Besonderheiten. In ihrer Gesamtheit bilden die neun Quartiere ein zusammenhängendes Bild – getreu dem Motto: „**Neun Quartiere – eine starke City!**“. Die sog. Moodboards stellen den Charakter des Quartiers visuell dar und sollen eine bestimmte Stimmung für das einzelne Quartier vermitteln.

Die formulierten Profile und Zielbilder wurden im Rahmen der Quartierswerkstätten unter Einbeziehung der involvierten Cityakteur:innen entwickelt und anschließend mit Ergebnissen aus vorangegangenen Beteiligungen durch Stadt + Handel verdichtet und gefiltert.

Bei den im Folgenden dargestellten Quartiersprofilen handelt es sich ausschließlich um eine Profilierung der Quartiere zur Verdeutlichung der perspektivischen Zielrichtung, nicht um die Bildung einer Marke zur Vermarktung der Quartiere.

Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Kartengrundlage Stadt Dortmund.

# Quartiersprofilierung

**Klosterviertel**

**Rosenviertel**

**Brückviertel**

**Unser Altstadtviertel**

**Hansaviertel**

**Die grüne Stadtbühne**

**Katharinenviertel**

**Boulevard der Dortmunder:innen**

**Einkaufsmeile Hellweg**



# Quartierssteckbrief

## Klosterviertel

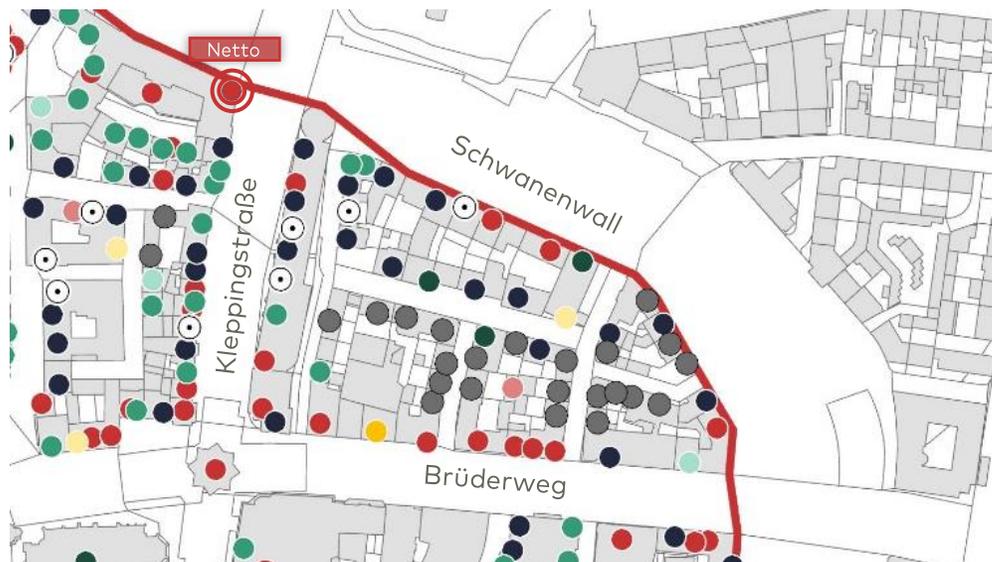


Quelle: Fotos Stadt + Handel.



# Quartierssteckbrief

## Klosterviertel



### Bestand nach Nutzung

- Dienstleistung
- Einzelhandel
- Gastronomie
- Leerstand
- Öffentliche und soziale Einrichtungen
- Bildungseinrichtung
- Freizeit und Kultur
- Spielhallen
- medizinische Einrichtungen
- Handwerk und Gewerbe
- Wohnnutzung

### Kristallisationspunkte

- ⊙ Einzelhandel
- ⊙ Gastronomie
- ⊙ zentrenergänzende Funktion

### Abgrenzung

- ▭ Untersuchungsgebiet

### Funktionale Qualitäten

überwiegend durch Wohnnutzungen geprägtes Quartier; vereinzelt sind Einzelhandelsnutzungen mit einer Mischung an gastronomischen Nutzungen vorzufinden (insb. entlang Kuckelke); Dienstleistungen im Bereich der Klosterstraße sowie nördlicher Bereich Stiftstraße ergänzen die Funktionsstruktur; gewisse Ballung sozial-orientierter Angebote (Arbeiter:innenwohlfahrt (AWO), Dortmunder Bildungs-, Entwicklungs- und Qualifizierungsgesellschaft (dobeq), Lebenshilfe, Ev. Kirche/Reinoldinum), zudem Citywache am Brüderweg; Netto als einziger Lebensmitteldiscounter des Quartiers sowie der gesamten Dortmunder City

### Funktionsstruktur & Ankernutzungen

### Marken- & Angebotsportfolio

Einzelhandelsangebot durch kleinteilige, inhaber:innengeführte Fachgeschäfte geprägt; keine Ausrichtung auf bestimmte Sortimente erkennbar (untergeordnete Prägung des Quartiers mit Einzelhandelsnutzungen); Gastronomienutzungen überwiegend durch Imbisse geprägt; ZEF setzen sich im Quartier u. a. aus einer Mischung an Kosmetikstudios und Friseur:innen zusammen

### Nutzungs- & Immobilienqualitäten

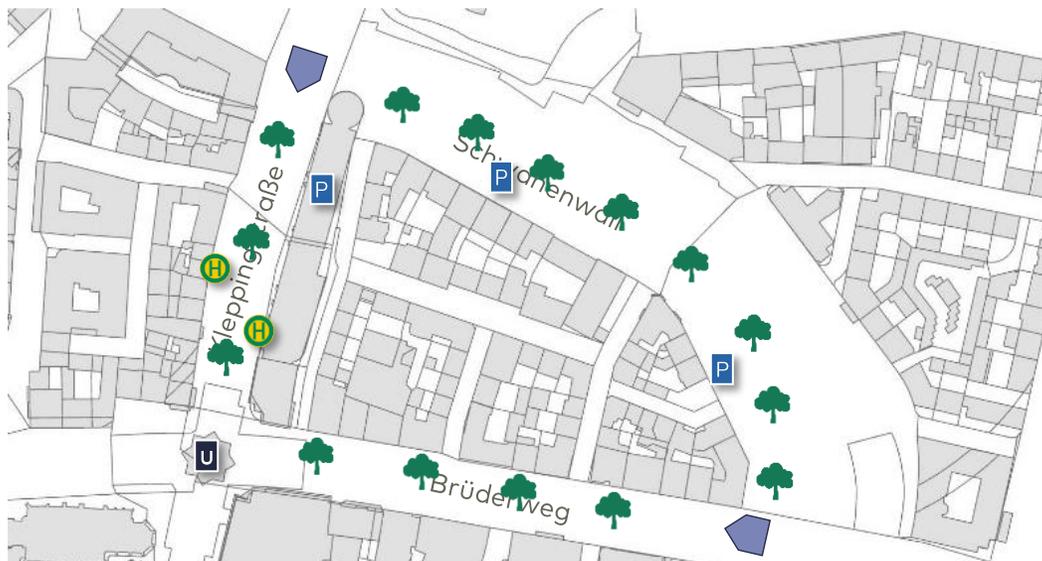
gewöhnliche Schaufenster- und Werbegestaltung; keine prägenden Handelsfassaden; östlich angrenzende Handelsfassaden der Kuckelke maßgeblich durch das Parkhaus geprägt, Werbegestaltung konzentriert sich ausschließlich auf die Erdgeschosslage; wenig ansprechende Immobilienqualität der charakteristischen Wohnbebauung

Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Daten: GMA 10/2021, im Auftrag der Stadt Dortmund; Kartengrundlage: Stadt Dortmund.



# Quartierssteckbrief

## Klosterviertel



- zentrale Eingangssituation
- Parkhaus/-platz
- Bushaltestelle
- Stadtbahnhaltstelle
- attraktiver Baumbestand

### Städtebauliche Qualitäten

vergleichsweise eher kleinteilige Bebauungsstruktur und schmale Gassen im zentralen Quartiersbereich; prägnante Bebauung im Bereich Kuckelke aufgrund des Parkhauses; dominante Blockrandbebauung im Bereich der drei Baublöcke nördlich des Brüderwegs; rückwärtige Ausrichtung der südlichen Gebäudezeile entlang des Brüderwegs zum Quartier; Quartier wird von allen Seiten durch dominierende Verkehrsachsen (Kuckelke, Brüderweg, Schwanenwall) eingegrenzt; begleitende Baumallee in der Kuckelke; Neugestaltung der Parkmöglichkeiten am Schwanenwall; geringe Begrünungselemente im zentralen Quartiersbereich

### Stadtgestaltung & Stadtstruktur

### Erreichbarkeit & Orientierung

Zugänglichkeit des Quartiers durch zentrale Eingangssituationen der City (Kuckelke und Brüderweg) gegeben; hohe Anzahl an Parkmöglichkeiten im Quartier: Parkhaus Kuckelke sowie kostenpflichtige Stellplätze entlang des Schwanenwalls; gesamtes Quartier für den MIV zugänglich; gute Erreichbarkeit für den ÖPNV aufgrund Nähe zur Stadtbahnhaltstelle Reinoldikirche; zentrale Metropolradruhr-Station im nördlichen Bereich der Kuckelke; Realisierung der Maßnahme zum Bau des Radwalls im Bereich des Ost- und Schwanenwalls

### Nutzungs- & Flächenpotenziale

kleinteilige Leerstände in der Kuckelke, Stiftstraße und Schwanenwall; Leerstände haben allerdings keine vermindernde Wirkung auf das Quartier; teilw. bestehendes Aufstockungspotenzial der Wohngebäude; Flächenpotenziale sind im Quartier nicht gegeben

Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Daten: GMA 10/2021; im Auftrag der Stadt Dortmund; Kartengrundlage: Stadt Dortmund.

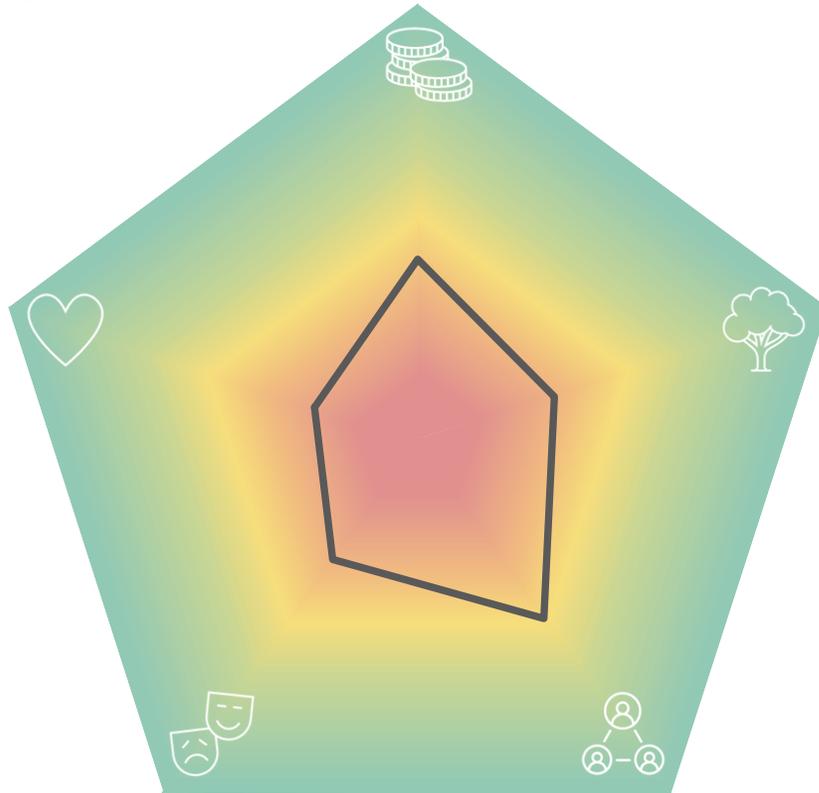


# Quartierspositionierung

## Klosterviertel



— Status Quo



### Ökonomischer Vermögenswert

- niedriger ökonomischer Vermögenswert aufgrund geringer Anzahl an Einzelhandels- und Gastronomienutzungen
- überwiegende Ansiedlung von Büronutzungen in den Obergeschossen (insbesondere an den das Quartier begrenzenden Straßenzügen)



### Ökologischer Vermögenswert

- prägende Baumallee in der Kuckelke sowie Baumreihen entlang des Schwanenwalls
- kleinteilige Grünflächen in den Innenhöfen der Wohngebäude, ansonsten wenig öffentliches Grün im zentralen Quartiersbereich



### Sozialer Vermögenswert

- überwiegend durch Wohnnutzungen geprägtes Quartier
- Anlaufstelle für Drogenabhängige (Drogenhilfe PUR): wird von den Anwohner:innen des Quartiers aufgrund von Belästigungen und Bettlerei als hochproblematisch angesehen
- zudem gewisse Ballung unterschiedlicher sozial-orientierter Einrichtungen (u. a. AWO, Lebenshilfe) sowie Citywache am Brüderweg



### Kultureller Vermögenswert

- historisch geprägte Straßennamen, deren Bedeutung jedoch nicht über das Quartier hinaus bekannt ist
- Krämer-Gebäude: Kunstwerk mit historischer Bedeutung



### Emotionaler Vermögenswert

- bestehender Park-/Suchverkehr entlang des Schwanenwalls, welcher temporär durch aktuelle Bauarbeiten verstärkt wird
- Kuckelke als eine der wichtigsten Eingangssituationen in die City  
→ Innenstadtgefühl kommt allerdings erst ab Reinoldikirche auf





# Quartierspositionierung

## Klosterviertel



### Stärken

- zentrale Eingangssituation (Kuckelke) und Ausgangspunkt (durch bestehende Parkmöglichkeiten und ÖPNV-Anbindung) für einen Innenstadtbesuch
- Brüderweg mit Angeboten des Facheinzelhandels
- sehr gute Erreichbarkeit des Quartiers mit allen Verkehrsmitteln aufgrund der Nähe zur Stadtbahn- sowie Bushaltestellen und vorhandenen Pkw-Stellplätzen
- attraktiver als Allee angelegter Baumbestand in der Kuckelke
- sehr zentrales dennoch ruhiges Wohnviertel in der Klosterstraße und dessen Seitenstraßen

### Schwächen

- Netto als einzige Ankernutzung des Einzelhandels innerhalb des Quartiers
- geringe Attraktivität angesiedelter Einzelhandelsnutzungen entlang der Kuckelke
- geringe Aufenthaltsqualität im Quartier aufgrund geringer Anzahl an Verweilmöglichkeiten bzw. fehlender (unkommerzieller) Angebote, die zum Verweilen einladen (insb. Kuckelke wird eher als „Durchgang“ genutzt), Ausnahmen bilden hier die Angebote an Außengastronomie in der Kuckelke
- wenig öffentliches Grün im zentralen Quartiersbereich
- hoher MIV-Anteil aufgrund der Anzahl an Parkmöglichkeiten im Quartier
- soziale Problemlage: Drogenabhängige und Bettlerei

### Chancen

- Attraktivierung als einer der zentralen Eingangsbereiche der City (insb. für Tourist:innen aufgrund der Nähe zu mehreren Hotels)
- Fokussierung der Entwicklung auf Wohnnutzungen und Etablierung eines attraktiven, innenstädtischen Wohnquartiers
- Profilierung der vorhandenen Gastronomieangebote in der Kuckelke
- Attraktivierung des Nahversorgers als einziger Discounter in der Dortmunder City
- Potenzial zur Profilierung über die Historie des Quartiers/Bildung von Identität
- Erhöhung der Erreichbarkeit und Verkehrssicherheit mit dem Rad aufgrund der Realisierung des Radwalls entlang des Ost- und Schwanenwalls
- Aufwertung von Gebäudefassaden zur Attraktivierung des gesamten Quartiers

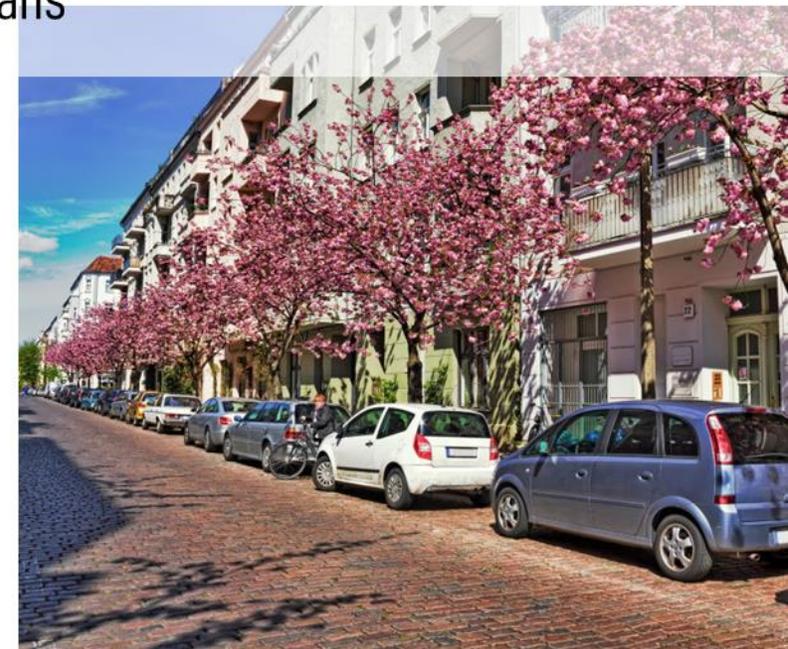
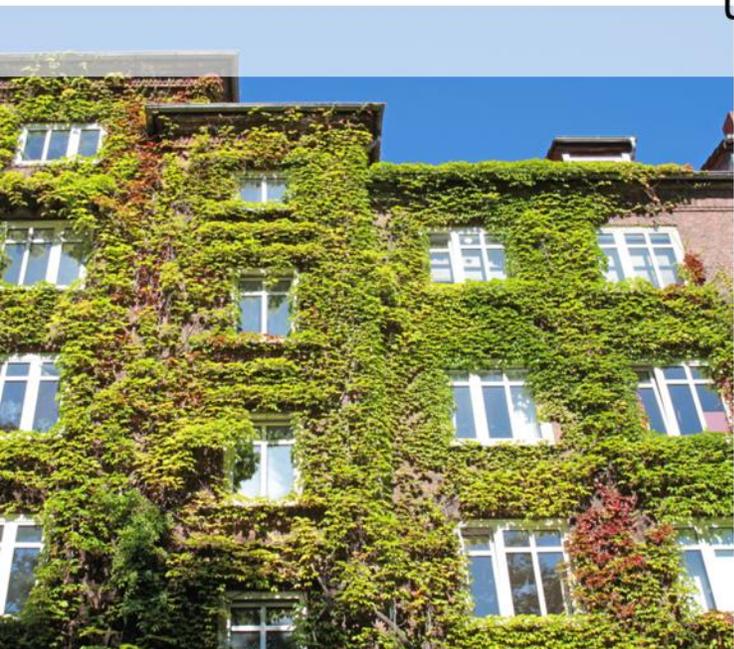
### Risiken

- Trading-Down-Effekte durch Ansiedlung niedrigpreisiger Angebote im Bereich Kuckelke
- Abgang des einzigen in der City verorteten Lebensmitteldiscounters
- Zunahme und Verstetigung sozialer Problematiken
- Zunahme der Lärmbelastung sowie Lärmbelästigung der ansässigen Bewohner:innenschaft



## Klosterviertel -

das lebenswerte Wohnviertel für Innenstadtfans



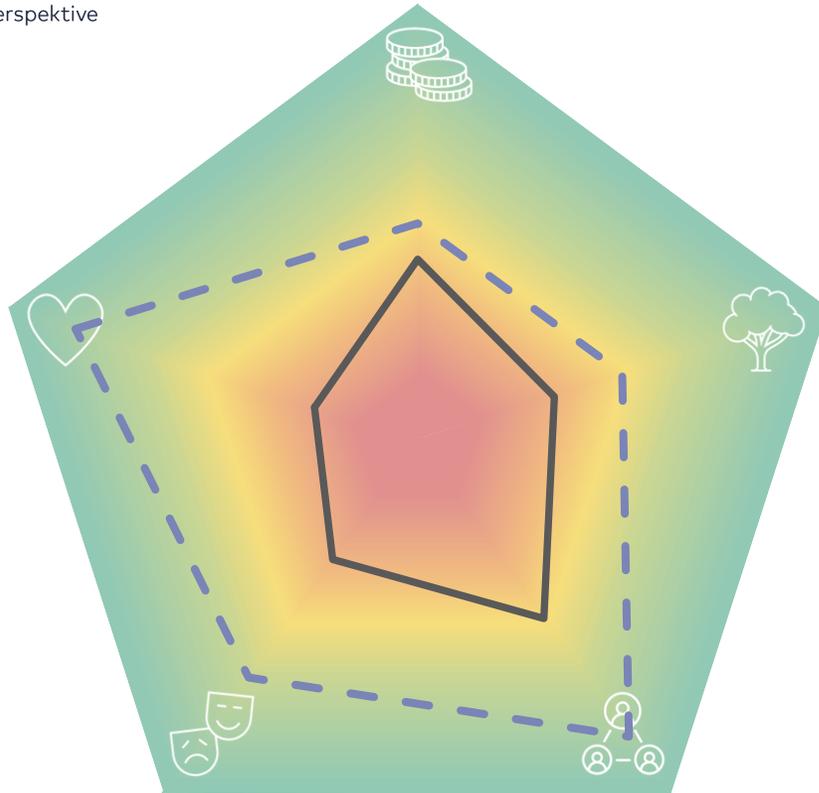


# Quartiersprofilierung

## Klosterviertel



— Status Quo  
- - - Zielperspektive



### „Klosterviertel – das lebenswerte Wohnviertel für Innenstadtfans“

Das Klosterviertel ist ein innerstädtisches Wohnviertel ohne Hype und Glamour – in dem sich die Anwohner:innen rundum wohlfühlen. Die Innenstadtfans schätzen die direkte Nähe zu den Hotspots (u. a. Konzerthaus Dortmund, Baukunstarchiv NRW, Haupteinkaufslage Hellweg) der Dortmunder City und die zentrale Wohnlage im Herzen der Stadt mit bestem Anschluss an den ÖPNV und Fernverkehr. Sauberkeit, Sicherheit und Wohlbefinden stehen hier an der Tagesordnung. Historische Straßennamen und die Bewohner:innen des Viertels sind identitätsstiftend – gemeinschaftlich organisierte (Straßen-)Feste stärken das Gemeinschaftsgefühl im Quartier.

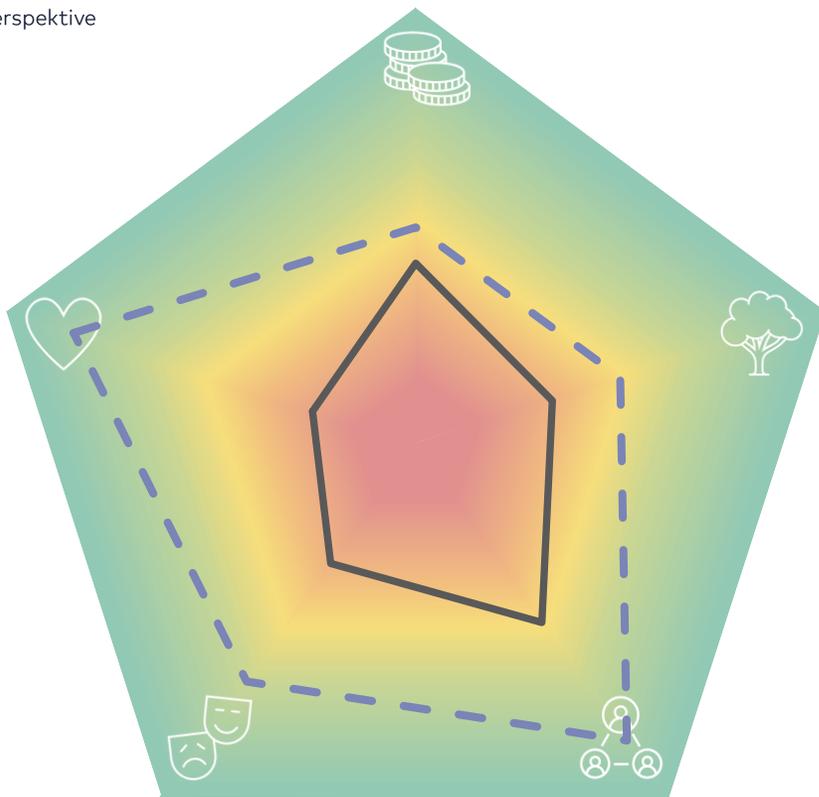


# Quartiersprofilierung

## Klosterviertel



— Status Quo  
- - - Zielperspektive



### Profilierungsziele

#### Ökonomischer Vermögenswert

- Einzelhandels- und Gastronomienutzungen werden in den Randbereichen (Schwanenwall, Brüderweg und Kuckelke) des Klosterviertels weiterqualifiziert. Der spezialisierte Einzelhandel prägt den Brüderweg.
- Weitere Außengastronomieflächen führen das gastronomische Angebot der Kleppingstraße in der Kuckelke fort. Somit erstrahlt die Kuckelke als attraktive Eingangssituation, auch für die Gäste der angrenzenden Hotelmeile.

#### Ökologischer Vermögenswert

- Anwohner:innenparken reduziert das Verkehrsaufkommen. Der MIV stört die Lebensqualität im Quartier nicht.
- Grünelemente an Fassaden und im Straßenraum erhöhen die Aufenthaltsqualität und Attraktivität des Klosterviertels und sorgen für ein besseres Stadtklima.

#### Sozialer Vermögenswert

- Wohnen bildet den Nutzungsschwerpunkt des Klosterviertels. Die Bedürfnisse und Wünsche der Anwohner:innen als Hauptzielgruppe stehen vollkommen im Vordergrund. Sie schätzen die Balance zwischen einem ruhigen und geschützten Wohnviertel mit direkter Nähe zu den Hotspots der Dortmunder City. Der soziale Vermögenswert übernimmt somit eine bedeutende Rolle für das Viertel.
- Anwohner:innen identifizieren sich mit ihrem Viertel. Das Gemeinschaftsgefühl wird durch kleine Straßenfeste und Aktionen gestärkt.

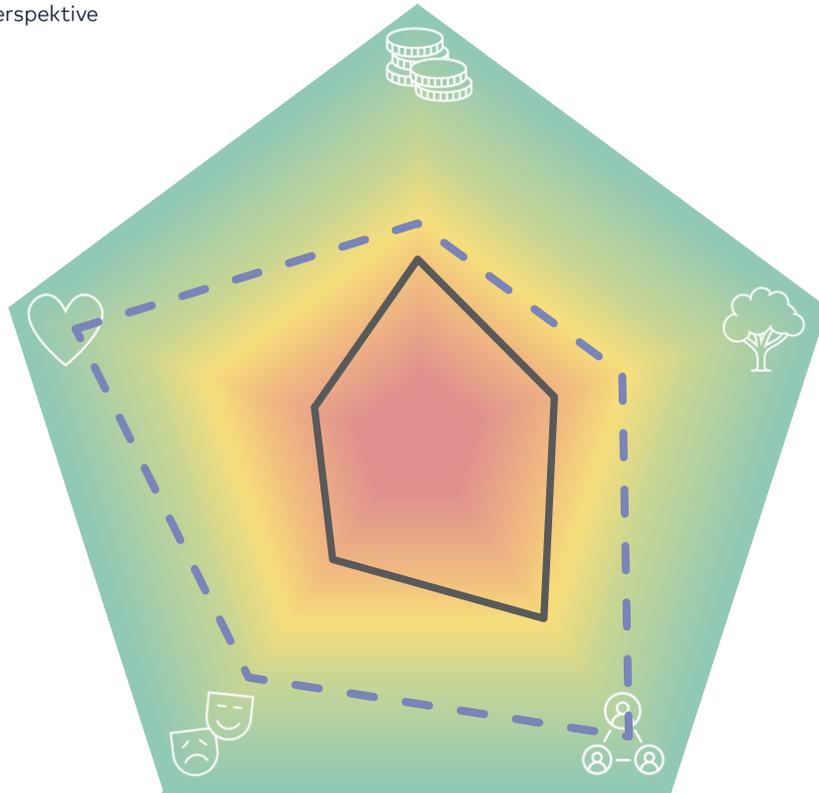


# Quartiersprofilierung

## Klosterviertel



— Status Quo  
- - - Zielperspektive



### Profilierungsziele

#### Kultureller Vermögenswert

- Das Reinoldinum bildet den kulturellen Schwerpunkt des Klosterviertels. Hier finden nicht nur externe Seminare, Tagungen oder Workshops statt. Die Räumlichkeiten werden ebenfalls für quartiersbezogene Events genutzt.
- Die Historie des Viertels spiegelt sich in den Veranstaltungen wider. Aber auch in der Straßengestaltung wird die Geschichte des Klosterviertels sichtbar.

#### Emotionaler Vermögenswert

- Das Klosterviertel identifiziert sich durch seine historische Straßennamengebung. Der emotionale Vermögenswert wird somit maßgeblich gestärkt.
- Die Anwohner:innen verbinden mit dem Viertel *ihr* Zuhause. Das Klosterviertel ist ein Ort zum Wohnen mit allen damit verbundenen Facetten und Emotionen.
- Das Zusammenkommen in Gemeinschaft, die sichtbaren historischen Bezüge oder das Erfreuen an blühenden Fassaden erwecken rundum ein Gefühl des Wohlbefindens.
- Aspekte der Sauberkeit und Sicherheit sowie weitere Maßnahmen zur Verbesserung des Wohnumfeldes tragen zur Steigerung der Wohlfühlatmosphäre für die Anwohner:innen bei.



# Quartiersprofilierung

## Klosterviertel



### Umsetzungsempfehlungen

#### Ökonomischer Vermögenswert

- Sicherstellung eines durchmischten Wohnviertels: Etablierung von studentischen und altersgerechten Wohnnutzungen neben „konventionellem“ Wohnen
- Akquirierung weiterer Gastronomiebetriebe, wie Cafés und Bistros, mit entsprechenden Außengastronomieflächen in der Kuckelke, um diese als attraktive Eingangssituation (insb. auch für Gäste der angrenzenden Hotelmeile) zu etablieren
- Modernisierung und Neuaufrüstung des Nahversorgers Netto (insb. in Ergänzung zum neueröffneten Rewe BaseCamp), um als einziger Lebensmitteldiscounter für das Quartier sowie die Innenstadt erhalten zu bleiben

#### Ökologischer Vermögenswert

- Einrichtung/Umwidmung von Parkplätzen in Anwohner:innenparken zur Reduzierung des Verkehrsaufkommens und des Parksuchverkehrs: insb. im Bereich Klosterstraße, Beginenhof und Mönchengang
- Einrichtung von abschnittswisen Spielstraßenregelungen: z. B. im Mönchengang oder im Bereich der Klosterstraße zwischen Mönchengang und Beginenhof
- temporäre Sperrung/Umgestaltung von Parkplätzen und Nutzung als Schachfeld sowie als grüne Oasen mit Sitzbänken und Liegestühlen (s. Best-Practice-Beispiele, S. 118)
- Installation von E-Ladesäulen für Anwohner:innen des Quartiers, um nachhaltige Formen der Mobilität zu stärken und somit für ein besseres Stadtklima zu sorgen
- Begrünung der großflächigen Fassaden des Parkhauses Kuckelke (sowohl in Ausrichtung Kuckelke als auch zur Stiftstraße) (s. Best-Practice-Beispiel, S. 119)
- Begrünung des Straßenraums, Einrichtung temporärer Grünelemente und

Fassadenbegrünung an Wohngebäuden zur Verbesserung des Stadtklimas und Attraktivierung des Quartiers als lebenswertes Wohnviertel

#### Sozialer Vermögenswert

- gemeinschaftliche Aktion der Anwohner:innen zur Gestaltung von Balkonen und Eingangsbereichen der Wohnhäuser mit Blumen- und Pflanzelementen
- Sauberkeits-/Müllsammelaktion durch die EDG („Frühlingsputz“, „Kehrwochen“), Anwohner:innen des Viertels werden aktiv in die Aktion miteinbezogen
- durch die Quartiersakteur:innen selbstorganisiertes Straßenfest mit historischem Bezug (u. a. Informationsstände, ggfs. Ausstellungen zu Funden von Skeletten und Mauerresten in der Klosterstraße), um das Gemeinschaftsgefühl im Klosterviertel zu stärken
- Einrichtung von gemeinsamen Spieleabenden im Reinoldinum für einen Austausch zwischen Generationen, organisiert durch die Quartiersakteur:innen
- temporäre Einrichtung von Kinderspielgeräten/Aktionen im öffentlichen Raum in Verbindung mit einer Spielstraßenregelung, z. B. gestaltetes „Himmel und Hölle“-Kinderspiel auf dem Straßenbelag



# Quartiersprofilierung

## Klosterviertel



### Umsetzungsempfehlungen

#### Kultureller Vermögenswert

- Einrichtung interaktiver digitaler Informationsstelen in prominenter Lage (z. B. Ecke Brüderweg/Kuckelke) mit Stadtplan und Informationen zu den Hotspots in direkter Nähe (angepasste Gestaltung an Informationsstelen im Katharinenviertel)
- Informationsvermittlung zur Geschichte des Klosterviertels (insb. archäologischer Funde im Klosterviertel):
  - digitale Rekonstruktion des Viertels aus der Vergangenheit (s. Best-Practice-Beispiele, S. 120), Rekonstruktion wird für Nutzer:innen durch an Straßenbeschilderung angebrachten QR-Codes sichtbar; alternativ: Rekonstruktion der Fundstelle (Nutzer:innen können eigenständig als Archäolog:in die Fundstelle erkunden)
  - Angebot an Rundgängen, die die Historie des Viertels wiedergeben, begleitet durch entsprechende Anbieter:innen und Beteiligte der archäologischen Funde
  - Ausstellung der archäologischen Funde im Reinoldinum

#### Emotionaler Vermögenswert

- Veranstaltung eines Kinderflohmarktes auf dem Parkplatz entlang des Schwanenwalls mit Kinderattraktionen, wie Hüpfburgen, Kinderschminken oder Straßenkünstler:innen
- selbstorganisiertes Kloster-Dinner oder Kloster-Picknick durch die Anwohner:innen: Sperrung der Wohnstraße für den Verkehr, Bereitstellung von Tischen/Stühlen sowie Geschirr und Besteck (s. Best-Practice-Beispiele, S. 121)
- Installation von Blumenampeln zur Erhöhung der Attraktivität im Klosterviertel



# Best-Practice-Beispiele

## Klosterviertel



Umgestaltung von Stellplätzen (Neuer Graben, Dortmund)



# Best-Practice-Beispiele

## Klosterviertel



Fassadenbegrünung eines Parkhauses (Rotterdam)



# Best-Practice-Beispiele

## Klosterviertel



3D-Animation der ehem. Haaner Kirche (Haan)



# Best-Practice-Beispiele

## Klosterviertel



**FestiWall auf dem Schwanen- bis Ostwall in Dortmund**

**Plettenberger Stadt-Dinner**

# Quartiersprofilierung

Klosterviertel

Rosenviertel

Brückviertel

Unser Altstadtviertel

Hansaviertel

Die grüne Stadtbühne

Katharinenviertel

Boulevard der Dortmunder:innen

Einkaufsmeile Hellweg



# Quartierssteckbrief

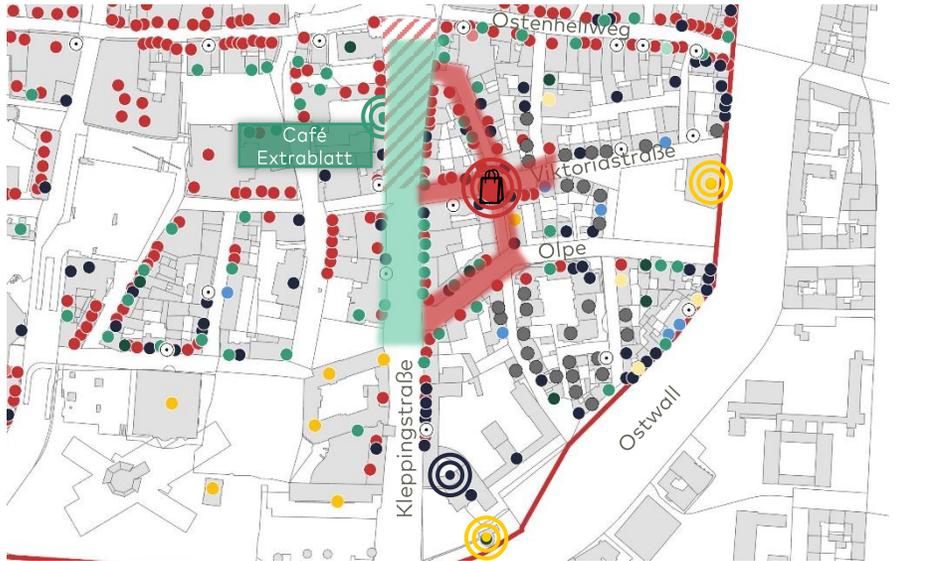
## Rosenviertel



Quelle: Fotos Stadt + Handel.



# Quartierssteckbrief Rosenviertel



## Bestand nach Nutzung

- Dienstleistung
- Einzelhandel
- Gastronomie
- Leerstand
- Öffentliche und soziale Einrichtungen
- Bildungseinrichtung
- Freizeit und Kultur
- Spielhallen
- medizinische Einrichtungen
- Handwerk und Gewerbe
- Wohnnutzung

## Kristallisationspunkte

- Einzelhandel
- Gastronomie
- zentrenergänzende Funktion
- Kunst-/Kultureinrichtungen

## Funktionale Prägung

- Einzelhandel
- Gastronomie
- /// Fußgänger:innenzone

## Abgrenzung

- Untersuchungsgebiet

## Funktionale Qualitäten

## Funktionsstruktur & Anker nutzungen

## Marken- & Angebotsportfolio

## Nutzungs- & Immobilienqualitäten

das Quartier ist maßgeblich durch eine Mischung aus Wohnen (rund um den Bereich Junggesellenstraße) und inhaber:innengeführtem Einzelhandel (insb. im Bereich Olpe, Rosental und Viktoriastraße) geprägt; vereinzelt wird die Einzelhandelsstruktur im Bereich Olpe, Rosental und Viktoriastraße um Gastronomie- und Dienstleistungsnutzungen ergänzt; Kleppingstraße zeichnet sich überwiegend durch eine Vielzahl an Gastronomiebetrieben mit Außengastronomiebereichen aus; persp. Ansiedlung einer Gastronomie im DEW21-Gebäude (soll der Öffentlichkeit ebenfalls zugänglich gemacht werden); Baukunstarchiv, Gebäude DSW21 und Kindermuseum Adlerturm fungieren als funktionale Anker nutzungen des Quartiers

inhaber:innengeführte Fachgeschäfte unterschiedlicher Sortimente im hochwertigen Preissegment prägen das Quartier (u. a. Bekleidung, Blumen, Wohneinrichtung); ergänzt um einzelbetriebliche Gastronomiebetriebe (überwiegend kleinteilige, individuelle Konzepte); Gastronomienutzungen setzen sich in der Kleppingstraße aus einer Mischung aus Filialist:innen/Franchise (u. a. Sausalitos, Mu-Kii) und Einzelbetrieben zusammen; DSW21 sowie die beiden Kunst- und Kultureinrichtungen Baukunstarchiv und Kindermuseum Adlerturm prägen das Angebot an zentrenergänzenden Funktionen maßgeblich

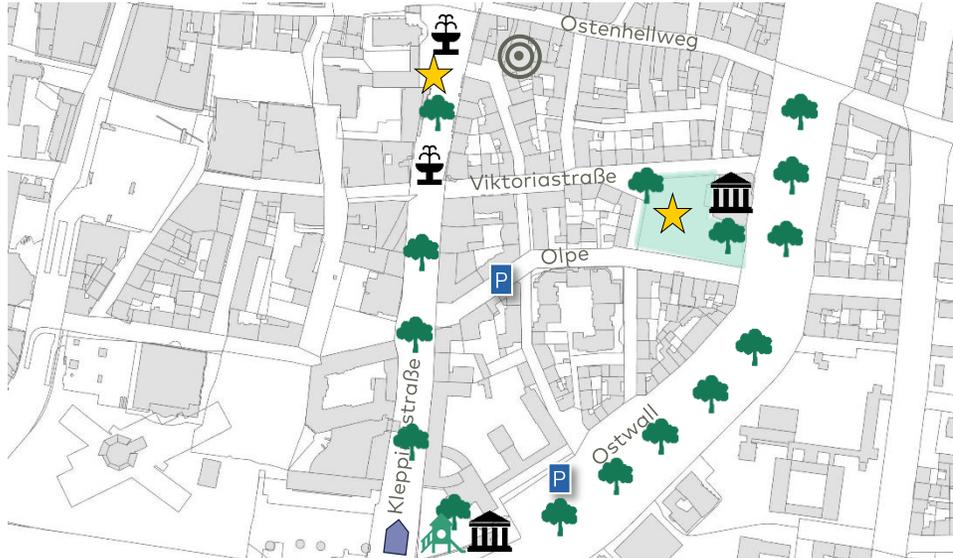
im gesamten Quartier ist die Nutzungsqualität der Einzelhandels- und Gastronomiebetriebe als hochwertig und attraktiv zu bewerten; die Schaufenster- und Werbegestaltung wirkt gepflegt und für die Kund:in ansprechend; Außengastronomiebereiche sind überwiegend attraktiv gestaltet (z. T. Begrünung, Schirme ohne Werbung); überwiegend hohe Immobilienqualität der Wohnnutzungen

Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Daten: GMA 10/2021; im Auftrag der Stadt Dortmund; Kartengrundlage: Stadt Dortmund.



# Quartierssteckbrief

## Rosenviertel



-  Grünfläche
-  Schlüsselimmobilie
-  Brunnen
-  Museum
-  zentrale Eingangssituation
-  Parkplatz
-  hohe Aufenthaltsqualität
-  attraktiver Baumbestand
-  Spielplatz

### Städtebauliche Qualitäten

großzügiger Straßenquerschnitt und breite Gehwege für Fußgänger:innen (beidseitig) in der Kleppingstraße; Baumallee begleitet die Straßenführung der Kleppingstraße; größtenteils einheitliche Bebauung (insb. Fassadengestaltung und Geschossigkeit); prägnante Blockstruktur des DEW21-Gebäudes sticht heraus; ab Bereich Kleppingstraße/Viktoriastraße Ausweisung als Fußgängerzone; Grünanlage Ostwall als prägende Grünfläche des Quartiers sowie Spielplatz Kleppingstraße als weiterer Freiraum; Europabrunnen, Museum Adlerturm und Baukunstarchiv als wesentliche Orientierungspunkte des Quartiers; westlich und östlich/südöstlich wird das Quartier durch die dominierenden Verkehrsachsen der Kleppingstraße und Ostwall eingegrenzt

### Stadtgestaltung & Stadtstruktur

### Erreichbarkeit & Orientierung

visuelle Ausweisung des Rosenviertels, allerdings unattraktive Gestaltung der Beschilderung; attraktive Eingangssituation in die City über die Kleppingstraße; fußläufig erreichbare ÖPNV-Anbindung (Stadtbahnhaltestellen Stadtgarten und Reinoldikirche); straßenbegleitende Parkmöglichkeiten sowie Parkplatz am Ostwall; Fahrradverleihstation metropolradruhr im südlichen Bereich der Kleppingstraße gegeben; Realisierung der Maßnahme zum Bau des Radwalls im Bereich des Ost- und Schwanenwalls

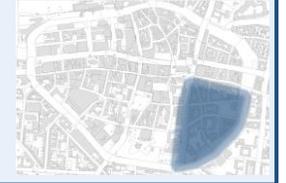
### Nutzungs- & Flächenpotenziale

Leerstand (Kleppingstraße 21-23): langjähriger Leerstand, durch großzügige Schaufensterfronten und Großflächigkeit Potenzial zur Ansiedlung einer neuen Nutzung (vornehmlich Einzelhandel als Ergänzung der angrenzenden Einzelhandelnutzungen); Film Casino als Schlüsselimmobilie: denkmalgeschützte Fassade, Potenzial zur Ansiedlung einer neuen Nutzung; Grünanlage Ostwall: Potenzial zur Einrichtung eines Außengastronomiebereiches

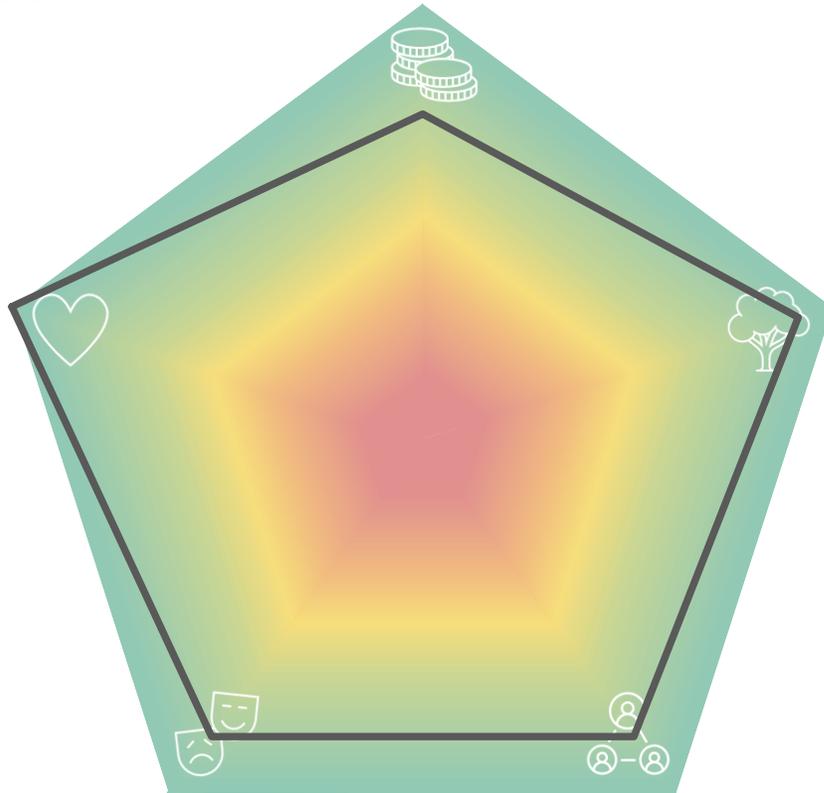
Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Daten: GMA 10/2021 im Auftrag der Stadt Dortmund; Kartengrundlage: Stadt Dortmund.



# Quartierspositionierung Rosenviertel



— Status Quo



## Ökonomischer Vermögenswert

- kleinteilige, inhaber:innengeführte Einzelhandelsbetriebe prägen den ökonomischen Vermögenswert des Quartiers
- zudem beeinflusst die (z. T. hochwertige) Gastronomie den ökonomischen Vermögenswert des Quartiers positiv



## Ökologischer Vermögenswert

- ökologischer Vermögenswert wird durch die Baumallee der Kleppingstraße, der Grünanlage am Baukunstarchiv sowie der Begrünung des Spielplatzes an der Kleppingstraße maßgeblich geprägt
- Grünanlage am Baukunstarchiv stellt neben dem Stadtgarten die zweitgrößte Grünanlage in der City dar



## Sozialer Vermögenswert

- starker Zusammenhalt der Händler:innen („man kennt sich untereinander“)
- Belebung des Quartiers bis in die späten Nachtstunden aufgrund unterschiedlicher Restaurants mit teilweise gehobener Küche und diversen Schankwirtschaften (u. a. Bars)
- ruhiges, innerstädtisches Wohnen
- Ausführung der Veranstaltung DO-City bewegt sich auf Reinoldikirchplatz und Kleppingstraße (s. S. 96)



## Kultureller Vermögenswert

- Baukunstarchiv und Museum Adlerturm als prägende Kultureinrichtungen, die den kulturellen Vermögenswert des Quartiers erhöhen
- Teile der Weihnachtsstadt befinden sich im nördlichen Bereich der Kleppingstraße (verkehrsfree Zone)

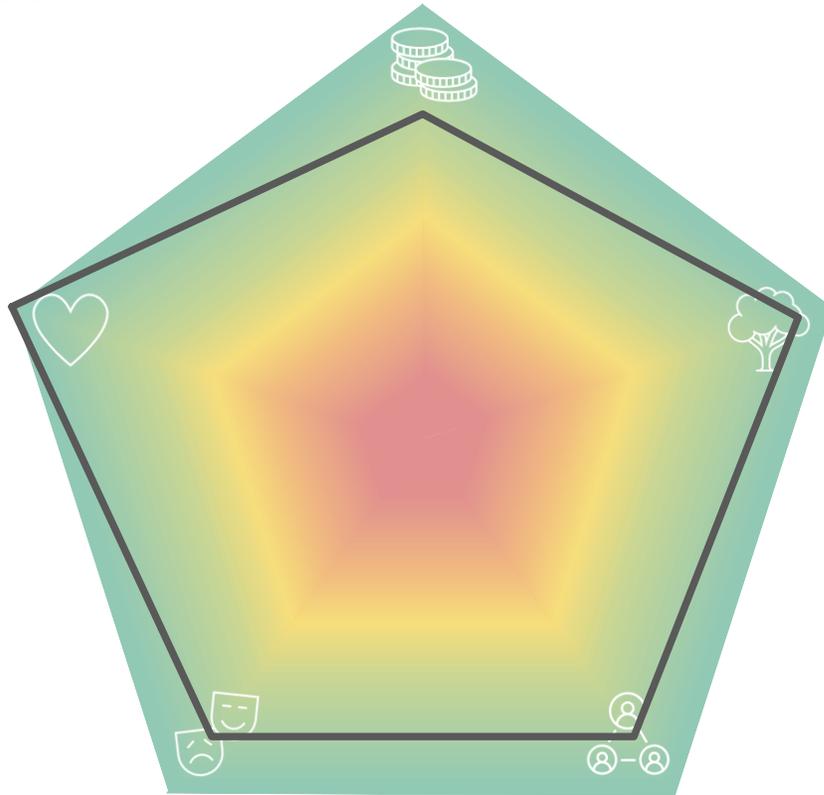




# Quartierspositionierung Rosenviertel



— Status Quo



## Emotionaler Vermögenswert

- hohe emotionale Verbundenheit mit dem Quartier: Erinnerungen aus der Jugend an das „Ostwallviertel“ mit prägender, gastronomischer Nutzung
- liebevolle Schaufenstergestaltung der Ladenlokale durch die Gewerbetreibenden
- nördlicher Bereich des Rosentals als „Schmuckstück“ des Quartiers





# Quartierspositionierung

## Rosenviertel



### Stärken

- attraktive Eingangssituation (Kleppingstraße) in die City und attraktives städtebauliches Erscheinungsbild
- Mischung aus inhaber:innengeführtem Einzelhandel, Gastronomie und Wohnen
- individuelle Einzelhandelskonzepte
- kund:innenfreundlicher Umgang und Beratungsservice in den Fachgeschäften
- Gastronomienutzungen mit attraktiven Außengastronomiebereichen
- ruhiges, innenstadtnahes Wohnviertel
- Grünanlage Ostwall als ökologische Ruheoase in der City und öffentliche Aufenthaltsmöglichkeiten durch Spielplatz am Adlerturm
- Kleppingstraße als einer der beliebtesten Aufenthaltsorte (s. Auswertungsergebnisse der Online-Befragung, S. 74)
- Verortung prägnanter Kunst- und Kultureinrichtungen: Kindermuseum Alderturm und Baukunstarchiv
- DSW21 als großer Arbeitgeber im Quartier verankert

### Schwächen

- unattraktiv gestaltete Eingangssituation im Kreuzungsbereich Kleppingstraße/Rosental
- eingeschränkte Verknüpfung der Einzelhandelslagen rund um die Bereiche Olpe, Rosental und Viktoriastraße mit der Haupteinkaufslage (insb. Nord-Süd-Verbindungen zum Ostenhellweg): Teile des Quartiers werden von Ortsunkundigen nur geringfügig wahrgenommen
- geringe Bekanntheit/Sichtbarkeit des inhaber:innengeführten Einzelhandels (Kunden von außerhalb sind meist Stammkunden), keine einzelhandelsrelevanten (filialisierten) Anker nutzungen mit überregionaler Strahlkraft

### Chancen

- Profilschärfung: Etablierung als Quartier für einen qualitativollen Einkauf mit attraktiven Angeboten jenseits des Handels (u. a. Gastronomie, Kunst- und Kulturangebote, Erholungsmöglichkeiten)
- Kleppingstraße als Gastronomiemeile in der Dortmunder City
- Synergieeffekte und Weiterleitung des Frequenzflusses von der Haupteinkaufslage in das Quartier durch bessere Verknüpfung zur Haupteinkaufslage
- Etablierung weiterer individueller Konzepte (sowohl Einzelhandel als auch Gastronomie)
- Potenzial zur verstärkten Nutzung der Grünanlage „Ostwall“ neben bestehenden Spielmöglichkeiten (z. B. Etablierung von Außengastronomiebereichen, ggfs. im Rahmen der geplanten Aufwertung des Ostwallparks)
- unmittelbare (fußläufige) Nähe zum Stadthaus (u. a. Stadtverwaltung, Bürgerdienste)

### Risiken

- Bedeutungsverlust des Quartiers durch Zunahme der räumlich-funktionalen Segregation von der Haupteinkaufslage
- Frequenzverlust aufgrund fehlender Anker nutzungen im Einzelhandel sowie geringer Sichtbarkeit inhaber:innengeführter Fachgeschäfte
- Nachfolgeproblematiken der inhaber:innengeführten Geschäfte



*Rosenviertel*  
*Einfach liebenswert. Einfach gut beraten.*

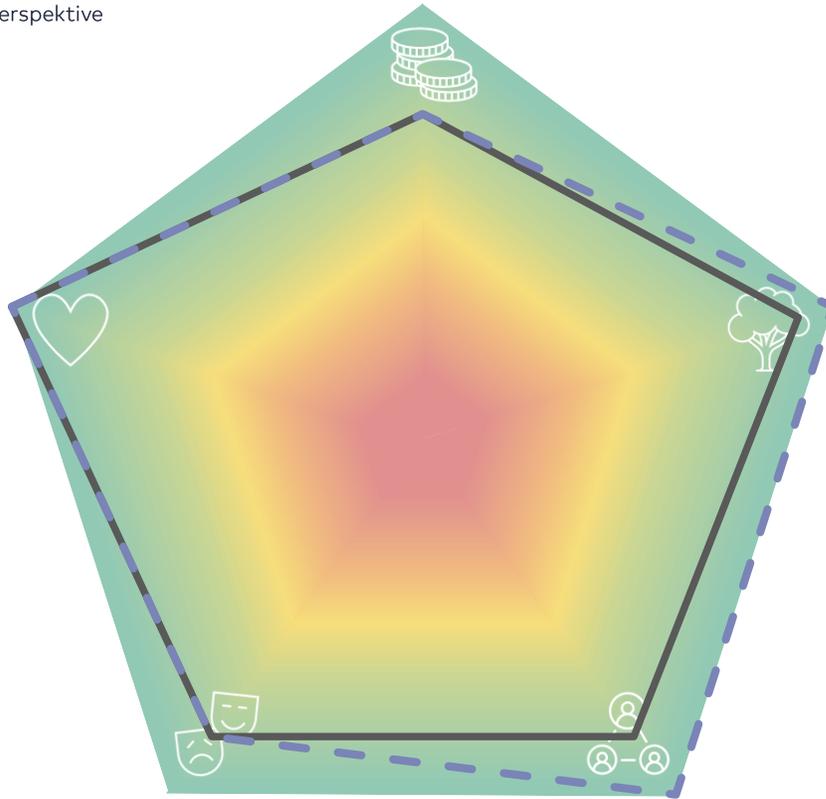




# Quartiersprofilierung Rosenviertel



- Status Quo
- - - Zielperspektive



## „Rosenviertel. Einfach liebenswert. Einfach gut beraten.“

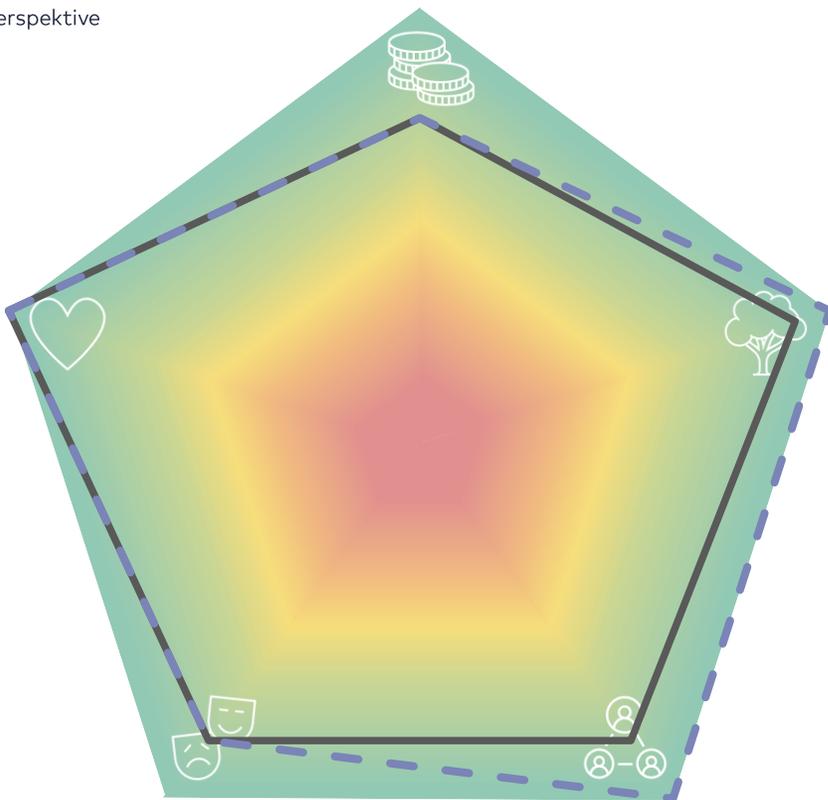
Das Rosenviertel hat ein Auge fürs Detail. Die Mischung aus qualitativem Einkaufen und individuellen Gastronomieangeboten schätzen Liebhaber:innen und Genussmenschen. Die Gewerbetreibenden machen das Viertel zu etwas Besonderem – wobei der Name Programm ist – denn die „Rose“ steht für Liebe, Leidenschaft und Schönheit. Die liebevolle Gestaltung der Ladenlokale sowie ihrer Eingangsbereiche spiegelt die Hingabe der Gewerbetreibenden für das Viertel wider. Auch das Wohnen nimmt hier eine zentrale Rolle ein, Anwohner:innen leben und lieben *ihr* Rosenviertel. Der neu gestaltete Ostwallpark vereint die Anwohner:innen und Besucher:innen des Viertels regelmäßig. Hier trifft man sich, verbringt Zeit miteinander und genießt ein kühles Getränk bis in die späten Abendstunden, wenn die Lichterketten dem Park eine ganz besondere Atmosphäre verleihen.



# Quartiersprofilierung Rosenviertel



— Status Quo  
- - Zielperspektive



## Profilierungsziele

### Ökonomischer Vermögenswert

- Das Rosenviertel steht für den inhaber:innengeführten Einzelhandel. Beratung und Service stehen hier an erster Stelle.
- Neben konventionellen Gastronomiebetrieben, machen auch besondere (hochwertige) Gastronomieangebote den Charakter des Viertels aus. Die Kleppingstraße etabliert sich zur Gastronomiemeile. Ein großer Magnet für Genussmenschen.
- Die bestehende hohe Bedeutung und Qualität des Angebots wird durch gezielte Gestaltungselemente weiter gestärkt und sichtbar gemacht.
- Attraktive Zugänge leiten die Besucher:innen der Haupteinkaufslage in das Rosenviertel. Auch die innere Orientierung ist für Ortsunkundige lesbar.

### Ökologischer Vermögenswert

- Der Ostwallpark erwacht wieder zum Leben. Der Park ist keine langweilige Grünfläche sondern wird durch neue Gestaltungselemente und einer kleinen Gastronomie seiner Funktion als Park gerecht. Er ist Treffpunkt und Veranstaltungsort zugleich. Neben dem Stadtgarten bildet der Ostwallpark die zweitwichtigste Grünfläche der Dortmunder City.
- Grünelemente ziehen sich durch das gesamte Rosenviertel – egal ob an Fassaden, im Straßenraum oder in den Eingangsbereichen der Ladenlokale.

### Sozialer Vermögenswert

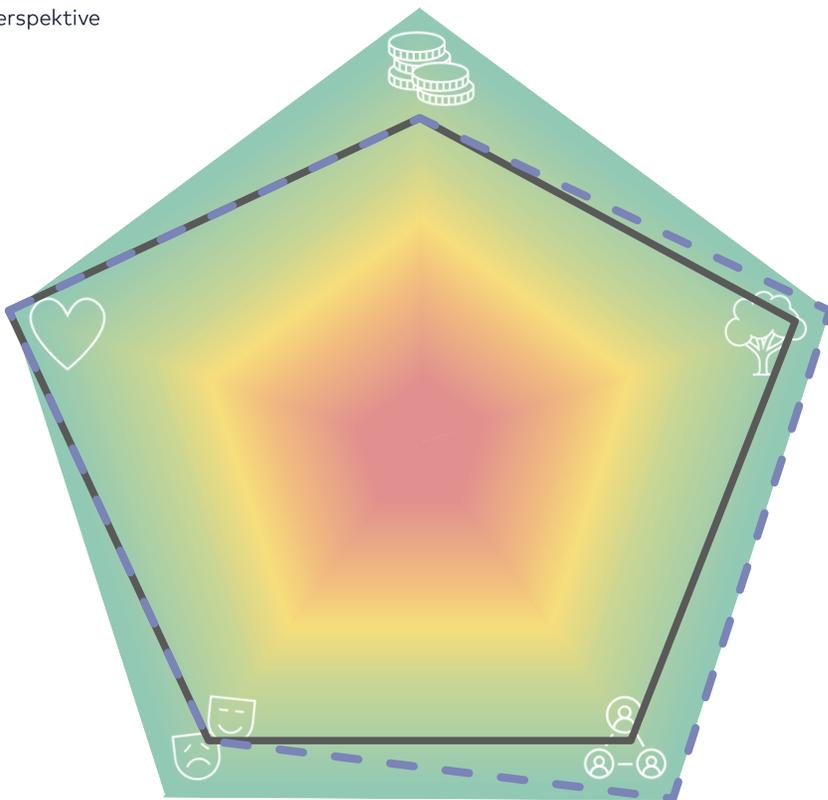
- Die starke Händler:innenschaft findet sich regelmäßig im Gemeinschaftswohnzimmer zusammen. Hier werden neue Ideen zur Stärkung der Marke „Rosenviertel“ geschaffen und aktiv umgesetzt. Der starke Zusammenhalt ist zur Steigerung des sozialen Vermögenswerts des Viertels ausschlaggebend.
- Sitzmöglichkeiten mit integrierten Grünelementen bilden kleine Oasen des Zusammenkommens im öffentlichen Raum.



# Quartiersprofilierung Rosenviertel



- Status Quo
- - - Zielperspektive



## Profilierungsziele

### Kultureller Vermögenswert

- Das Museum Adlerturm (mit angrenzendem Spielplatz) und das Baukunstarchiv NRW sind kulturelle Hotspots des Viertels.
- Kleinteilige Viertelevants im und rund um den Ostwallpark stärken die Gemeinschaft und Sichtbarkeit des Rosenviertels.

### Emotionaler Vermögenswert

- Die Händler:innen und Gastronom:innen stecken viel Herzblut in die Gestaltung ihrer Ladenlokale. Hier spürt man die Hingabe und Einsatzbereitschaft. Auch die Kulturschaffenden werten das Erscheinungsbild des Rosenviertels mit ihrer ganz persönlichen Note auf. Durch das gemeinschaftliche Handeln wird somit nicht nur der soziale, sondern auch der emotionale Vermögenswert gestärkt.
- Anwohner:innen schließen sich dem gemeinschaftlichen Handeln an, Balkone und Hauseingänge werden mit Blumen geschmückt. Das Symbol des Rosenviertels wird im gesamten Viertel sichtbar.



# Quartiersprofilierung

## Rosenviertel



### Umsetzungsempfehlungen

#### Ökonomischer Vermögenswert

- Ansiedlung einzigartiger und hochwertiger Gastronomiebetriebe im Rahmen eines Gründer:innenwettbewerbs, um das Angebot der Kleppingstraße neben konventionellen Betrieben weiter auszubauen und weitere Zielgruppen (u. a. Genussmenschen) anzusprechen
- Bewerbung der Gastronomieangebote über einen digitalen Gastroführer
- städtebauliche Aufwertung der Zugänge Schliepstraße und Auf dem Brand sowie des Durchgangs zwischen Ostenhellweg und Rosental zur Stärkung der Verbindung zwischen Ostenhellweg und Rosenviertel
  - Aufwertung der Fassadengestaltung und des öffentlichen Raums (u. a. Integration von Grünelementen)
  - Steigerung der Sichtbarkeit als Zugänge zum Rosenviertel (Darstellung der Rose als Qualitätssymbol des Rosenviertels, ggfs. Eingangsschild)
- Beratungsangebote für Gewerbetreibende zur Beantwortung fortlaufender Fragen rund um die Themen Digitalisierung, innovative Betriebskonzepte, Schaufenster- und Werbegestaltung usw.

#### Ökologischer Vermögenswert

- Aufwertung des Ostwallparks als zentrale Grünoase des Viertels sowie der gesamten City (s. emotionaler Vermögenswert)
- Einrichtung grüner Sitzoasen, z. B. an Kreuzungsbereichen oder ggfs. Umgestaltung von Parkplätzen; diese laden als unkommerzielle Sitzmöglichkeiten zum Genießen und Verweilen ein; Umgestaltung von Stellplätzen kann in Form von Parklets erfolgen, diese

können bei Bedarf wieder entfernt werden und die Flächen als Parkplätze genutzt werden (s. Best-Practice-Beispiel, S. 135)

- Einrichtung von Grünelementen, wie z. B. Hochbeete, die durch die Gewerbetreibenden und Anwohner:innen selbst bepflanzt und gepflegt werden (s. Best-Practice-Beispiel, S. 135)

#### Sozialer Vermögenswert

- regelmäßiges Akteur:innen-Treffen, um gemeinsam im Viertel Aktionen und Maßnahmen zu verwirklichen (kurzfristig: Treffen finden abwechselnd in Räumlichkeiten der Akteur:innen statt, langfristig: gemeinschaftliche Einrichtung eines Gemeinschaftswohnzimmers/ Quartiersraums)
- Durchführung eines „Rosen-Marktes“ im Ostwallpark mit Fortführung in die Viktoriastraße, Olpe und Rosental (zeitweilige Sperrung für den MIV); lokale Einzelhändler:innen und Gastronom:innen des Rosenviertels haben die Möglichkeit ihre Spezialitäten und Produkte auf dem Markt zu präsentieren und anzubieten; musikalische Begleitung des Marktes auf der Terrasse des Baukunstarchivs

#### Kultureller Vermögenswert

- Kinderfest im Bereich Museum Adlerturm/Spielplatz Kleppingstraße mit Kinderschminken und weiteren Kinder-/Familienattraktionen, um das Museum als kulturellen Hotspot weiter zu stärken
- Lichtinszenierungen am Museum Adlerturm und Baukunstarchiv NRW zur Stärkung der Sichtbarkeit



# Quartiersprofilierung

## Rosenviertel



### Umsetzungsempfehlungen

#### Emotionaler Vermögenswert

- Aufwertung und Bepflanzung des Ostwallparks:
  - Ansiedlung kleiner (mobiler) Gastronomien in Form von Food-Trucks (s. Best-Practice-Beispiel, S. 136); Nutzung von Synergieeffekten zum Baukunstarchiv (z. B. Bepflanzung/Nutzung der Terrasse)
  - Aufwertung der Spiel- und Sitzmöglichkeiten unter Bezugnahme des zu entwickelnden Quartierslogos
  - Gestaltung des Ostwallparks mit Lichterketten unter Einbindung der Bürger:innen, um gleichzeitig auch das Gemeinschaftsgefühl zu stärken
- Maßnahme zur Umsetzung durch die Akteur:innen: die Rose wird als sichtbares Zeichen für Liebe, Leidenschaft und Schönheit als Qualitätssymbol an den Handelsfassaden der Gewerbetreibenden sichtbar und schmückt mit einer neuen Beschilderung den Zugang des Rosenviertels im Bereich Kleppingstraße/Rosental (s. Best-Practice-Beispiel, S. 136)
- Quartierslogo sowie Pflanzkübel mit Rosen werten die weiteren Eingänge ins Rosenviertel auf, um die Sichtbarkeit des Rosenviertels zu erhöhen (insb. Viktoriastraße und Olpe)
- Ladenlokaleneingänge und Außengastronomieflächen werden zudem mit Rosen geschmückt



# Best-Practice-Beispiele

## Rosenviertel



**Begrünte Parklets (San Francisco)**



**Urban Gardening (Bremen)**



# Best-Practice-Beispiele

## Rosenviertel



Foodtruck (Nürnberg)



Schaufenstergestaltung (Ulm)

# Quartiersprofilierung

Klosterviertel

Rosenviertel

Brückviertel

Unser Altstadtviertel

Hansaviertel

Die grüne Stadtbühne

Katharinenviertel

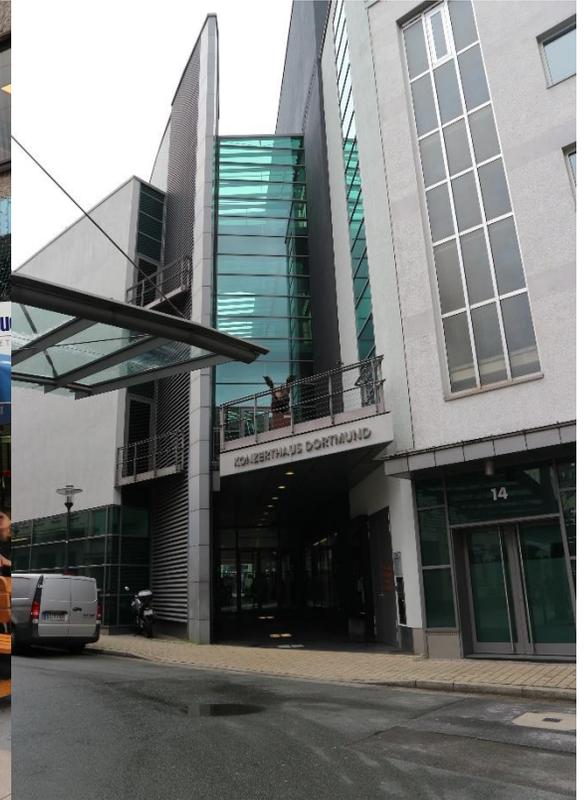
Boulevard der Dortmunder:innen

Einkaufsmeile Hellweg



# Quartierssteckbrief

## Brückviertel

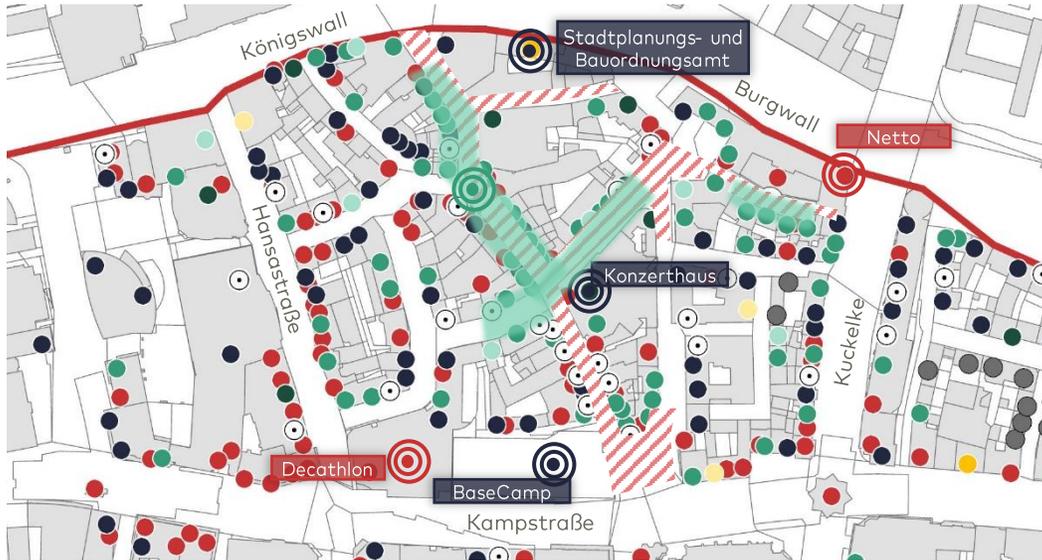


Quelle: Fotos Stadt + Handel.



# Quartierssteckbrief

## Brückviertel



### Bestand nach Nutzung

- Dienstleistung
- Einzelhandel
- Gastronomie
- Leerstand
- Öffentliche und soziale Einrichtungen
- Bildungseinrichtung
- Freizeit und Kultur
- Spielhallen
- medizinische Einrichtungen
- Handwerk und Gewerbe
- Wohnnutzung

### Kristallisationspunkte

- ⊙ Einzelhandel
- ⊙ Gastronomie
- ⊙ zentrenergänzende Funktion

### Funktionale Prägung

- Gastronomie
- ▨ Fußgänger:innenzone

### Abgrenzung

- ▭ Untersuchungsgebiet

### Funktionale Qualitäten

Nebeneinander von Gastronomie und Kultur: Synergieeffekte zwischen Kunst- und Kultureinrichtungen (z. B. Konzerthaus, Orchesterzentrum) und gastronomischen Nutzungen bislang nicht gegeben; ausgeprägte Synergieeffekte zwischen Diskotheken und gastronomischen Nutzungen; hohe Anzahl an Gastronomienutzungen im Bereich der Brückstraße; BaseCamp als neuer Impuls für das Quartier und die gesamte City (s. S. 44); Superraum (Raum für Ausstellungen, Projekte, Beratung und Vernetzung der Dortmunder Kunst- und Kreativwirtschaft) als positiver Impuls für das Quartier; Netto als einziger Discounter im Innenstadtbereich; Decathlon wichtiger Magnetbetrieb; mehrere Spielhallen/Wettbüros im Quartier angesiedelt; untergenutztes Einkaufszentrum Brückcenter im nördlichen Bereich der Brückstraße angesiedelt

### Funktionsstruktur & Ankernutzungen

### Marken- & Angebotsportfolio

Gastronomienutzungen definieren sich durch ein überwiegend preisorientiertes Niveau; Angebote fokussieren sich insb. auf Imbisse und Schnellrestaurants; geringer Anteil an filialisierten Gastronomiebetrieben; Einzelhandelsbetriebe überwiegend im Bereich Bekleidung; bis auf TEDI und Netto keine filialisierten Einzelhandelsbetriebe; starke Angebotsausrichtung auf discount-/preisorientiertes Einkaufen; hochwertiges Kunst- und Kulturangebot (Konzerthaus, Orchesterzentrum, Galerie Anne Voss, Schauburg Dortmund, Superraum)

### Nutzungs- & Immobilienqualitäten

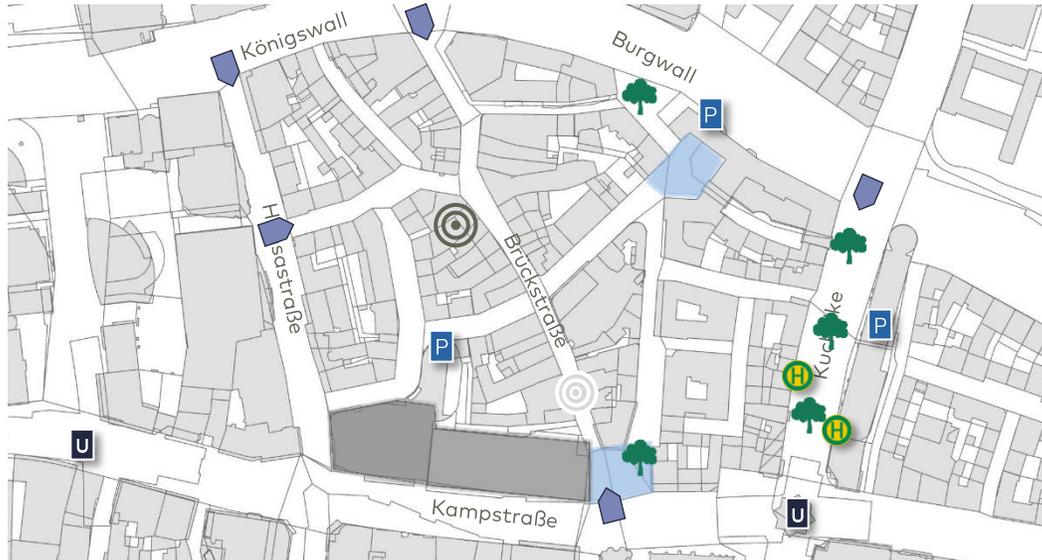
Nebeneinander von hochwertigen und minderwertigen Fassaden- und Werbeanlagengestaltungen; minderwertige Schaufenster- und Werbegestaltung u. a. durch grelle Beleuchtung/Beschilderung und veraltete Gestaltung; z. T. unattraktive Außergastronomiebereiche (u. a. minderwertige Bestuhlung, Schirme mit Werbeaufschrift), Ansiedlung neuerer Betriebe mit moderner Außergastronomiegestaltung

Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Daten: GMA 10/2021, im Auftrag der Stadt Dortmund; Kartengrundlage: Stadt Dortmund.



# Quartierssteckbrief

## Brückviertel



-  Platzsituation
-  attraktiver Baumbestand
-  großflächige Strukturen
-  markante Leerstände
-  zentrale Eingangssituation
-  Schlüsselimmobilie
-  Parkhaus/-platz/Tiefgarage
-  Bushaltestelle
-  Stadtbahnhaltestelle

### Städtebauliche Qualitäten

im Vergleich zu weiteren Straßen engere Straßenraumgestaltung der Brückstraße und Ludwigstraße; Öffnung der überwiegend linearen Struktur im Bereich Platz von Leeds und Platz am Apfelbrunnen; Spielmöglichkeiten auf dem Platz am Apfelbrunnen; uneinheitliche Bebauungsstruktur hinsichtlich Geschossigkeit; Fassadengestaltung des Konzerthauses sticht deutlich heraus; Quartier wird von allen Seiten durch dominierende Verkehrsachsen eingegrenzt (Burg-/Königswall, Kuckelke, Kampstraße, Hansastraße); geringe Anzahl an Begrünungselementen und öffentlichem Grün im Quartier

### Stadtgestaltung & Stadtstruktur

### Erreichbarkeit & Orientierung

MIV-Erreichbarkeit durch Tiefgarage Konzerthaus gesichert, zudem in unmittelbarer Nähe zum Parkhaus Kuckelke und Parkhaus Bissenkamp; fußläufige ÖPNV-Anbindung durch Nähe zur Stadtbahnhaltestelle Reinoldikirche gegeben; mehrere metropolradruhr-Stationen in unmittelbarer Nähe (u. a. Kuckelke, Kampstraße) sichern die Erreichbarkeit mit dem Rad; Querverbindungen Alter Burgwall und Stubengasse nur als Durchgänge genutzt (geringe Attraktivität der Wegeverbindungen); Wegeleitsystem an mehreren Stellen; Eingang von der Münsterstraße in die Brückstraße als wichtige Eingangssituation für Fußgänger:innen aus der Nordstadt (z. T. Zielpublikum); große Teile des Quartiers ausschließlich für Fußgänger:innen zugänglich

### Nutzungs- & Flächenpotenziale

Agglomeration an Leerständen im südlichen Bereich der Brückstraße: Potenzial zur Belebung der Leerstände durch die Etablierung von Pop-Up-Stores; Brückcenter als Schlüsselimmobilie: Bespielung der Leerstände mit attraktiven Einzelhandels- und Gastronomienutzungen im standardisierten Preissegment

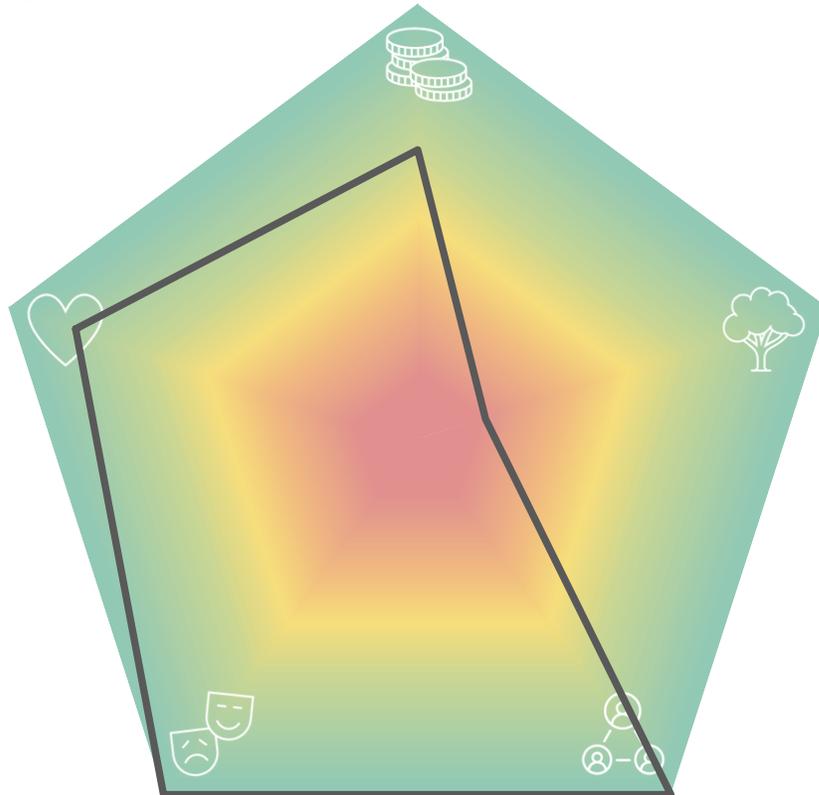
Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Daten: GMA 10/2021; im Auftrag der Stadt Dortmund; Kartengrundlage: Stadt Dortmund.



# Quartierspositionierung Brückviertel



— Status Quo



## Ökonomischer Vermögenswert

- dichter Besatz aus Einzelhandels-, Gastronomie- und Dienstleistungsnutzungen sowie kulturellen Angeboten zahlt auf den ökonomischen Vermögenswert ein
- überwiegend preisorientiertes Einzelhandelsangebot sowie imbissorientierte Ausrichtung der Gastronomie mindern den ökonomischen Vermögenswert



## Ökologischer Vermögenswert

- fehlende Grün- und Wasserelemente mindern den ökologischen Vermögenswert wesentlich: sehr geringfügige Begrünung auf dem Platz von Leeds, keine Grünelemente in der Hauptlage des Quartiers



## Sozialer Vermögenswert

- Eröffnung des BaseCamp hat wesentlichen Einfluss auf den sozialen Vermögenswert
- Angebote im Quartier sprechen verschiedene Zielgruppen an
- insb. am Wochenende: Belebung des Quartiers in den späten Abend- bis Nachtstunden durch geöffnete Gastronomie, Konzerthaus und Diskotheken



## Kultureller Vermögenswert

- Konzerthaus sowie weitere Kunst- und Kulturangebote steigern den kulturellen Vermögenswert maßgeblich
- Veranstaltungen in den Diskotheken sowie die bestehende Kneipenkultur ergänzen das Angebot und haben ebenfalls einen Einfluss auf den kulturellen Vermögenswert

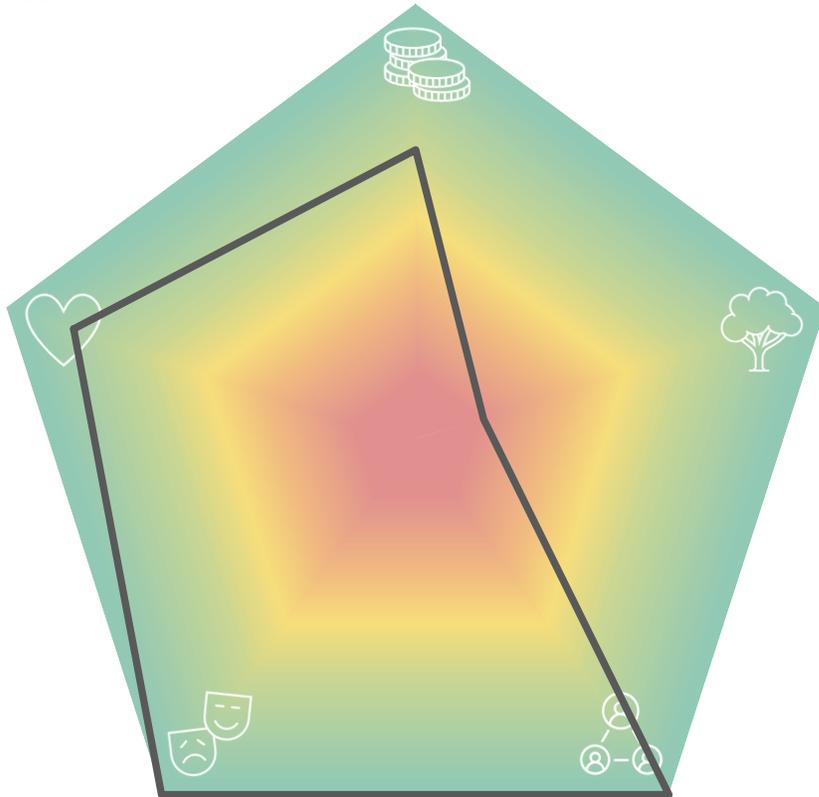




# Quartierspositionierung Brückviertel



— Status Quo



## Emotionaler Vermögenswert

- hohe Identität: Marke „Brückviertel“ bereits vorhanden
- Ausleben des Nachtlebens durch jüngere Zielgruppen
- Besuch einzigartiger Veranstaltungen und Ausstellungen der Kunst- und Kultureinrichtungen
- Ausrichtung der Weihnachtsstadt auf dem Platz von Leeds: u. a. bunt-beleuchtetes Riesenrad (Alleinstellungsmerkmal)
- Brückstraße als einer der unbeliebtesten Aufenthaltsorte der Dortmunder City





# Quartierspositionierung

## Brückviertel



### Stärken

- Belebtheit der Ausgehmeile durch hohe Angebotsvielfalt (Einzelhandel, Gastronomie, Kunst- und Kultur etc.)
- verstärkte Ansiedlung individueller Gastronomiekonzepte (u. a. Cine Bar, Gustav Grün, Burger Brothers) mit Ausrichtung auf eine jüngere Zielgruppe
- vorhandene Synergieeffekte zwischen gastronomischen Nutzungen und Diskotheken
- Konzerthaus und weitere Kultureinrichtungen bilden einen kulturellen Schwerpunkt
- BaseCamp als wichtiger Impuls für das Quartier und die gesamte Dortmunder City: studentisches Wohnen in der Innenstadt; zukünftig zudem Lebensmittelmarkt Rewe als Impulsgeber für das Quartier und die gesamte Dortmunder City
- großzügige Platzsituationen in den Bereichen Platz von Leeds und Platz am Apfelbrunnen
- Nähe zur Stadtbahnhaltestelle Reinoldikirche sowie zum Parkhaus Kuckelke

### Schwächen

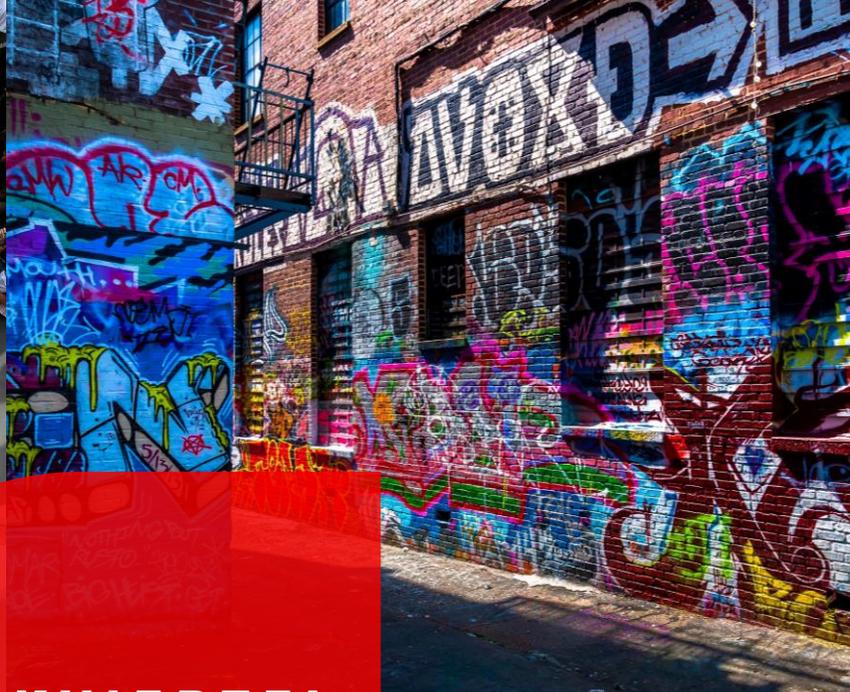
- fehlende Synergieeffekte zwischen Kunst- und Kulturangeboten sowie gastronomischen Nutzungen: gastronomische Angebote werden den Wünschen/Bedürfnissen der Besucher:innen kultureller Einrichtungen nicht gerecht
- Brückstraße als einer der unbeliebtesten Orte (s. Auswertungsergebnisse Online-Befragung, S. 75)
- Plätze werden ihrer Funktion und dem Aufenthaltspotenzial nicht gerecht (geringe Nutzung des Platzes am Apfelbrunnen, Platz von Leeds lädt nicht vollumfänglich zum Verweilen ein und wird eher als „Durchgang“ genutzt)
- starke Ausrichtung der gastronomischen Angebote auf Imbisse und Schnellrestaurants, geringe Anzahl an Schankwirtschaften (die das Nachtleben verstärkt unterstützen würden)

### Chancen

- Profilschärfung: weiterer Ausbau als Szene-, Ausgeh- und Gastronomieviertel und verstärkte Herausstellung der diversen Kultureinrichtungen
- Belebung der City (Erlebnis- und Eventcharakter) abseits der Öffnungszeiten zur weiteren Bindung jüngerer Zielgruppen
- Fokus gastronomischer Nutzungen: Ansiedlung von Betrieben der Schankwirtschaften und Unterhaltungsgastronomie (u. a. Kneipe und Bars) zur Verstärkung der Synergieeffekte mit Diskotheken
- Ansiedlung hochpreisiger Gastronomie kann Synergieeffekte zur Kunst- und Kulturszene herstellen
- stärkere Verbindung des Konzerthauses mit dem Dortmunder Theater als „Kulturroute“

### Risiken

- Verstetigung der geringen Synergieeffekte zwischen Kunst- und Kultureinrichtungen und gastronomischen Nutzungen: Kunst- und Kultureinrichtungen wirken bislang als isolierte Anker, die mit dem Quartier nicht ausreichend vernetzt sind, Konzerthaus als „Besonderheit“ des Quartiers
- Eintritt und Verstetigung von Trading-Down-Prozessen aufgrund geringer Angebotsqualität (überwiegend preisorientierte Gastronomie- und Einzelhandelsbetriebe, Agglomeration an Leerständen)
- Frequenzverlust in der Brückstraße aufgrund geringer Attraktivität außerhalb der preisorientierten Gastronomieangebote und zunehmender Unbeliebtheit als Aufenthaltsort



**BRÜCKVIERTEL**  
**...der bunte Zirkus mit**  
**Aftershowparty**

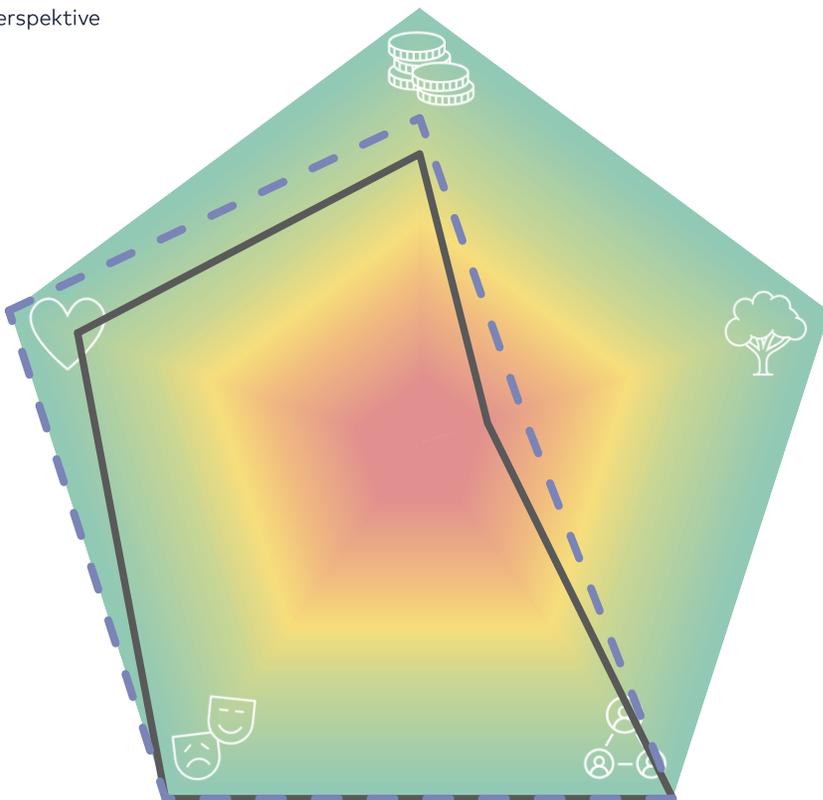




# Quartiersprofilierung Brückviertel



— Status Quo  
- - - Zielperspektive



## „Brückviertel ...der bunte Zirkus mit Aftershowparty“

Das Brückviertel ist *das* Ausgehviertel Dortmunds – bunt, laut und verrückt. Das Viertel schläft nie, Belebung rund um die Uhr. Individualität, Kreativität und Innovation sind hier erlebbar. Das Viertel steht für Vielfalt und Diversität – so vielfältig die Nutzungen, so verschieden auch ihre Nutzer:innen – ein Clash hochwertiger Einrichtungen und einfacher Angebote. Auf kleinstem Raum treffen Gastronomie, Kultur, Kunst und Nachtleben aufeinander. Egal ob jung oder alt, Student:innen, Kulturinteressierte oder Kulturschaffende – hier ist wirklich Jeder willkommen. Das Brückviertel – ein Ort der Überraschungen und Trends, des Ausgehens und der Unterhaltung.

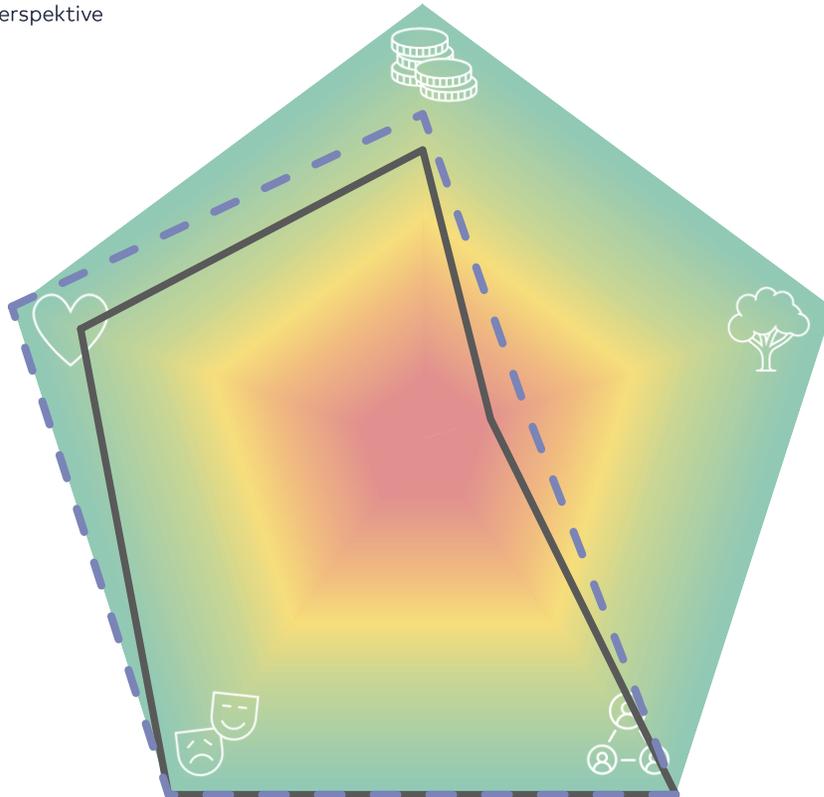


# Quartiersprofilierung

## Brückviertel



— Status Quo  
- - - Zielperspektive



## Profilierungsziele

### Ökonomischer Vermögenswert

- Gastronomienutzungen sowie Kunst- und Kultureinrichtungen bilden den Nutzungsschwerpunkt des Viertels. Die Nutzungen sind nicht getrennt zu betrachten, sondern lösen Synergien aus.
- Außergewöhnliche Gastronomiekonzepte mit Belebungscharakter sprechen die junge Generation an. Die „hippen“ Gastronomielokale funktionieren hier auch in den späten Nachtstunden. Im Brückviertel sind individuellere Gastronomien mit einem Fokus auf Ausgehmöglichkeiten insbesondere im Bereich der Schankwirtschaften erlebbar, die sich von dem Angebot in der weiteren City differenzieren. Besucher:innen kultureller Einrichtungen schätzen vor allem das hochwertige Gastronomieangebot, werden dennoch auf die innovativen Konzepte aufmerksam.
- Innovative und temporäre Nutzungen bilden Experimentierfelder des Viertels. Verschiedenste Start-Ups lassen sich in Lokalen nieder, um ihre Ideen und Konzepte auszuprobieren. Das Thema der Digitalisierung spielt dabei eine zentrale Rolle.

### Ökologischer Vermögenswert

- Der Platz von Leeds und der Platz am Apfelbrunnen sind nicht allein Durchgangsbereiche, sondern werden als attraktive, grüne Aufenthaltsorte wahrgenommen und genutzt. Punktuell verwandeln sie sich zu kleineren Veranstaltungsorten des Viertels.
- Auch das Thema vertikales Grün spielt eine zentrale Rolle und stärkt die Ökologie im Viertel. Gleichzeitig sorgt das Grün für Hingucker an Gebäudefassaden.

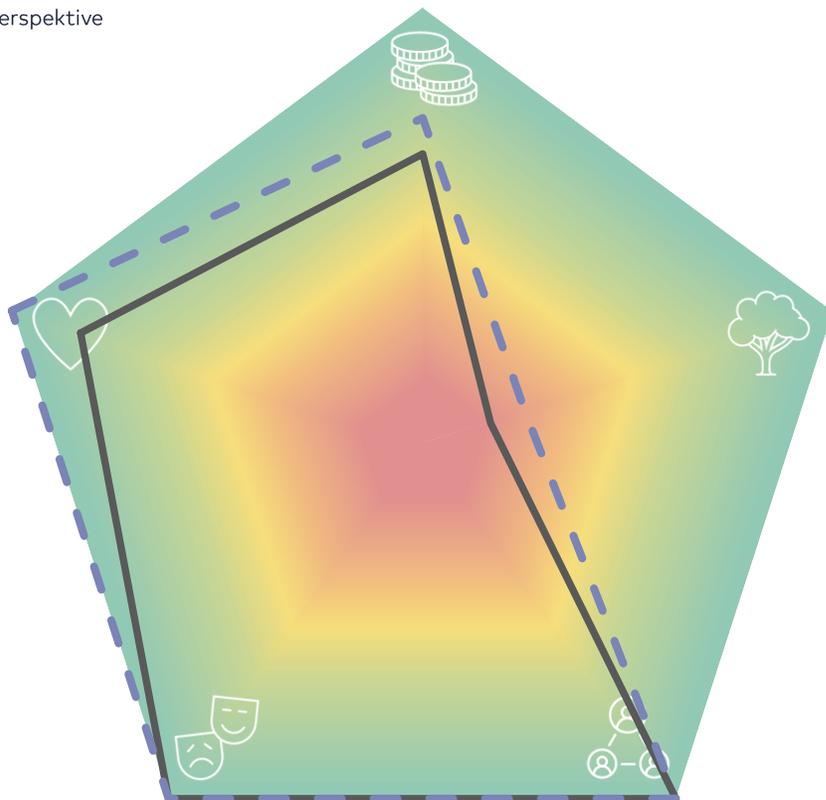


# Quartiersprofilierung

## Brückviertel



— Status Quo  
- - - Zielperspektive



### Profilierungsziele

#### Sozialer Vermögenswert

- Das Brückviertel wird durch verschiedenste Zielgruppen durchgehend belebt – von Dortmunder:innen über Studierende bis hin zu Tourist:innen – Multikulti steht hier an der Tagesordnung.
- Die „bunten Vögel“ sorgen auch im Trubel stets für Recht und Ordnung.
- Das BaseCamp ist ein starker Anker und Einflussfaktor als Wohnstandort und zur Versorgung bis in die späten Abendstunden für das Brückviertel. Junges Leben durchströmt das Viertel.
- Die Akteur:innen des Brückviertels sind gleichzeitig die Macher:innen. Sie gestalten, beleben und leben für das Brückviertel. Dabei wirken Anwohner:innen, Händler:innen, Gastronom:innen, Kulturschaffende und Immobilieneigentümer:innen Hand in Hand.

#### Kultureller Vermögenswert

- Das Konzerthaus als isolierter Anker ist Geschichte. Das Konzerthaus braucht das Brückviertel und das Brückviertel braucht das Konzerthaus. Kunst- und Kultureinrichtungen sind fester Bestandteil im Geschehen des Viertels. Der Clash hochwertiger Kultur und „einfacher“ Street Art sowie gediegener Restaurants und innovativer Imbisskonzepte ist kein Gegensatz – ganz im Gegenteil: die Nutzungen profitieren voneinander.
- Experimentierräume, Ateliers und temporäre Projekträume, wie der Superraum, werden von Kulturschaffenden genutzt. Dies sorgt für Kreativität und Innovation sowie Strahl- und Anziehungskraft des Viertels.

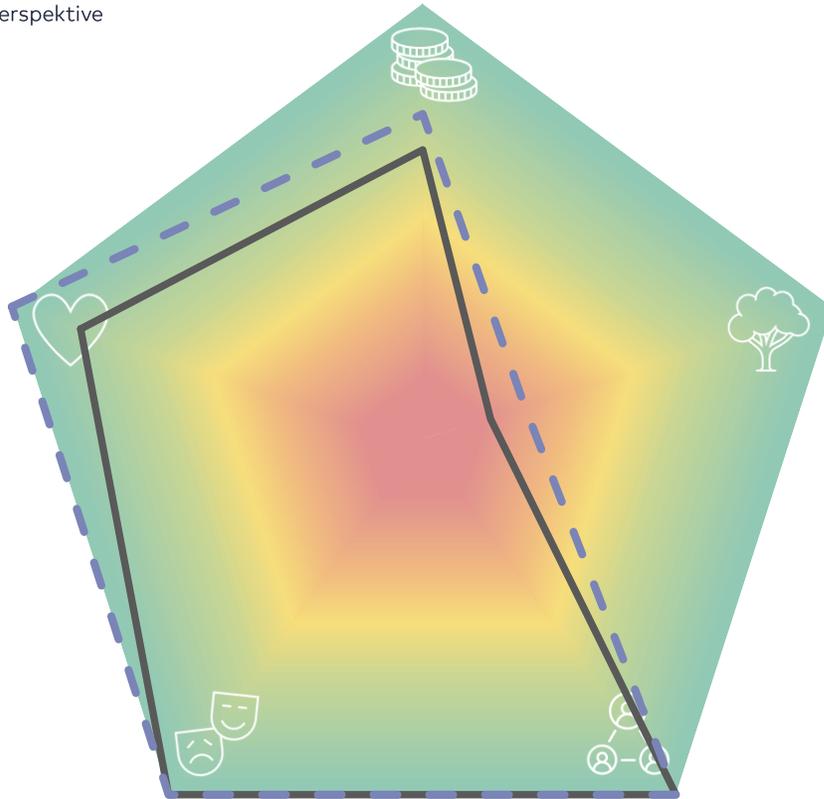


# Quartiersprofilierung

## Brückviertel



— Status Quo  
- - - Zielperspektive



### Profilierungsziele

#### Emotionaler Vermögenswert

- Das Brückviertel ist sichtbar, nicht nur für die Dortmunder:innen, sondern auch über das Stadtgebiet hinaus.
- Die Akteur:innen stecken viel Herzblut und Tränen in ihr Viertel – dies steigert den emotionalen Vermögenswert enorm.
- Bunt, laut und verrückt sind die Schlagworte, die das Brückviertel beschreiben und überall im Viertel wahrgenommen werden können. Street Artist und Straßenmusiker:innen erzeugen eine besondere Atmosphäre im Viertel.



# Quartiersprofilierung

## Brückviertel



### Umsetzungsempfehlungen

#### Ökonomischer Vermögenswert

- Ausschöpfen der planerischen Möglichkeiten zur Genehmigung von Mixed-Use-Konzepten
- Umgang mit leerstehenden Ladenlokalen (Implementierung durch die Stadtverwaltung und private Akteur:innen):
  - Gründer:innenspace: Etablierung von Pop-Up-Konzepten zum Ausprobieren „hipper“ und alternativer Gastronomiekonzepte (s. Best-Practice-Beispiele, S. 151)
  - Experimentierräume für Kulturschaffende; z. B. Werkstätten, in denen Materialien und Werkzeuge zur Verfügung gestellt werden (s. Best-Practice-Beispiele, S. 151)
  - Ausstellungsflächen für Kunst- und Architekturfakultäten der Hochschulen sowie Musikinstitutionen
  - Ansiedlung ausgefallener Beherbergungsbetriebe, um eine Verbindung zur angrenzenden Hotelmeile zu schaffen (s. Best-Practice-Beispiele, S. 152)
- Ansiedlung innovativer Ausgehkonzepte, die die Themen „Kultur“ und „Genuss“ miteinander verbinden (z. B. Musik-Café, Bar mit Live-Musik)
- Etablierung innovativer/individueller Gastronomiekonzepte im hochwertigen Segment
  - zur Verknüpfung von Gastronomienutzungen und Kultureinrichtungen als Nutzungsschwerpunkte des Brückviertels: z. B. Bier-Bar zum Ausprobieren verschiedener (Dortmunder) Biersorten
  - Restaurant ohne Küche, welches von hochwertigen Cateringservices oder Restaurants beliefert wird (s. Best-Practice-Beispiel, S. 153)

- städtebauliche Aufwertung der Verbindungsachsen zum Klostersviertel (Stubengasse und Alter Burgwall) mit alternativer Fassadengestaltung von Straßenkünstler:innen zur Gestaltung der Fassaden/Durchgänge (s. Best-Practice-Beispiel, S. 153)

#### Ökologischer Vermögenswert

- Etablierung der Platzsituationen im Brückviertel als Aufenthaltsorte:
  - Platz von Leeds: Installation mobiler Grün- und Spielelemente sowie Sitzmöglichkeiten in Ergänzung zum vorhandenen Angebot (unter Berücksichtigung der Weihnachtsstadt und ggfs. weiterer Events)
  - Platz am Apfelbrunnen: Aufgreifen des Themas Wassers, Umgestaltung der Spielelemente zu einem Wasserspielplatz (s. Best-Practice-Beispiel, S. 154)
- Aufwertung der Gebäudefassaden mit Grünelementen zur Verbesserung des Stadtklimas

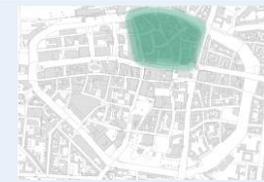
#### Sozialer Vermögenswert

- Quartierakteur:innen organisieren sich und sorgen als „bunte Vögel“ (z. B. in bunten/auffallenden Outfits) insbesondere in den Abendstunden und am Wochenende für ein Sicherheitsempfinden bei allen Besucher:innen; Verbindung/Ausweitung des aktuellen Projekts zum Einsatz von Streetworkern
- Konfliktmanagement Gastronomie/Wohnen: Einrichtung eines „Runden Tisches“ Brückviertel, bestehend aus den Quartiersakteur:innen und der Anwohnerschaft, als Anlaufstelle bei Nutzungskonflikten und zur Prävention von Konfliktsituationen



# Quartiersprofilierung

## Brückviertel



### Umsetzungsempfehlungen

- Erweiterung des Angebotes für Studierende: Studierendenpartys, Happy-Hour in Schankwirtschaften, Silent-Events/Kopfhörer-Partys, Beer-Pong-Abende, Streetball-Turnier im Kreuzungsbereich Brückstraße/Ludwigstraße/Gerberstraße (s. Best-Practice-Beispiel, S. 154)
- Veranstaltungen, die die Themen Gastronomie und Musik zusammenbringen: Streetfood-Festival, Kulinarik-Events z. B. aus den Ländern Ägypten/Marokko/Türkei
- Bühne aufzustellen, mit Fortführung in die Brückstraße und Ausweitung bis zum Platz am Apfelbrunnen, zudem Nutzung bzw. Öffnung der Räumlichkeiten des Konzerthauses für das Festival (z. B. sichtbare und öffentliche Nutzung des Restaurants Stravinski)
- Aufwertung der Eingangssituationen (insb. Brückstraße, Stubengasse und Alter Burgwall) mit auffällig bunten Bannern, um die Sichtbarkeit des Viertels aus allen Himmelsrichtungen zu erhöhen; die Banner können von Street Art-Künstler:innen individuell gestaltet werden

#### Kultureller Vermögenswert

- Wettbewerb für Straßenmusiker:innen und -künstler:innen, die im Brückviertel regelmäßig auftreten dürfen; eine Jury aus Quartiersakteur:innen bewerten die Künstler:innen und entscheiden, wer im Brückviertel auftreten darf; Ausführung des Wettbewerbs in den Räumlichkeiten (z. B. im Foyer) des Konzerthauses, um Gedanken des Clash hochwertiger Kultur und „einfacher“ Street Art aufzugreifen
- niederschwellige Angebote bzw. Outdoor-Aktivitäten, inszeniert durch das Konzerthaus, die außerhalb der eigenen Räumlichkeiten sichtbar im Brückviertel stattfinden (z. B. Klangstraße zum Ausprobieren von Instrumenten, Platzkonzerte, Musikfahrrad als eine Art musikalische Früherziehung für Kinder und Jugendliche)
- Durchführung gemeinsamer Aktionen und Veranstaltungen im „Verbindungsraum“ zwischen Konzerthaus und Theater
- zur Verfügungstellung einer legalen Wand, die durch wechselnde professionelle Künstler:innen gestaltet wird – getreu dem Motto: bunt, laut und verrückt

#### Emotionaler Vermögenswert

- Etablierung des „Brückfestivals“, um die Belebtheit, die Kreativität und das Besondere des Brückviertels sicht- und spürbar zu machen: Nutzung des Platzes von Leeds, um eine



# Best-Practice-Beispiele

## Brückviertel



Laden ein – Das Pop-Up Restaurant (Köln)



Offene Werkstatt (München)



# Best-Practice-Beispiele

## Brückviertel



Das Grätzlhotel (Wien)



# Best-Practice-Beispiele

## Brückviertel



Quelle: <https://digitalstadt-ahaus.de/spots/>  
[https://stock.adobe.com/de/search/imagenes?k=Stylish+young+guy+walking+on+street+near+colorful+graffiti+wall&search\\_type=usertyped&asset\\_id=418251105](https://stock.adobe.com/de/search/imagenes?k=Stylish+young+guy+walking+on+street+near+colorful+graffiti+wall&search_type=usertyped&asset_id=418251105)



Restaurant ohne Küche „La Plaza“ (Ahaus)



Beispiel alternative Fassadengestaltung



# Best-Practice-Beispiele

## Brückviertel



Gestaltungsbeispiel Wasserspielplatz



Kopfhörer-Party (Frankfurt)

# Quartiersprofilierung

Klosterviertel

Rosenviertel

Brückviertel

Unser Altstadtviertel

Hansaviertel

Die grüne Stadtbühne

Katharinenviertel

Boulevard der Dortmunder:innen

Einkaufsmeile Hellweg



# Quartierssteckbrief

## Unser Altstadtviertel



Quelle: Fotos Stadt + Handel.



# Quartierssteckbrief

## Unser Altstadtviertel



### Bestand nach Nutzung

- Dienstleistung
- Einzelhandel
- Gastronomie
- ⊙ Leerstand
- Öffentliche und soziale Einrichtungen
- Bildungseinrichtung
- Freizeit und Kultur
- Spielhallen
- medizinische Einrichtungen
- Handwerk und Gewerbe
- Wohnnutzung

### Kristallisationspunkte

- ⊙ Einzelhandel
- ⊙ Gastronomie
- ⊙ zentrenergänzende Funktion

### Funktionale Prägung

- Gastronomie

### Funktionale Qualitäten

klare gastronomische Ausrichtung des Quartiers: sowohl auf dem Alten Markt als auch im Marienkirchhof und Betenhof/Kleppingstraße dominieren unterschiedliche gastronomische Nutzungen; filialisierte Gastronomiebetriebe wirken als Ankernutzungen (u. a. Maximilian, Café Extrablatt, Starbucks); ergänzt wird das gastronomische Angebot um Ankernutzungen im Einzelhandel (SportScheck und angrenzend an das Quartier Galeria Karstadt Kaufhof) sowie großflächige ZEF, wie die Zentrale der Volksbank und das Fitnessstudio im Dachgeschoss des SportScheck; geringe Bespielung bzw. Nutzung des Hansa-Carrés

### Funktionsstruktur & Ankernutzungen

### Marken- & Angebotsportfolio

Mischung aus einzelbetrieblichen und filialisierten Gastronomienutzungen; ausgeprägter Betriebstypenmix durch Cafés, Bistros, Restaurants und Kneipen; Gastronomieangebot mit standardisiertem bis hochwertigem Preisniveau; Einzelhandelsnutzungen setzen sich aus einer Mischung aus prägenden Warenhäusern (Filialist:innen) und kleinteiligen inhaber:innengeführten Fachgeschäften zusammen; Einzelhandelsangebot wird deutlich durch die Hauptwarensortimente des an das Quartier angrenzenden Karstadt sowie SportScheck geprägt (überwiegend Bekleidung sowie Sportartikel und -bekleidung)

### Nutzungs- & Immobilienqualitäten

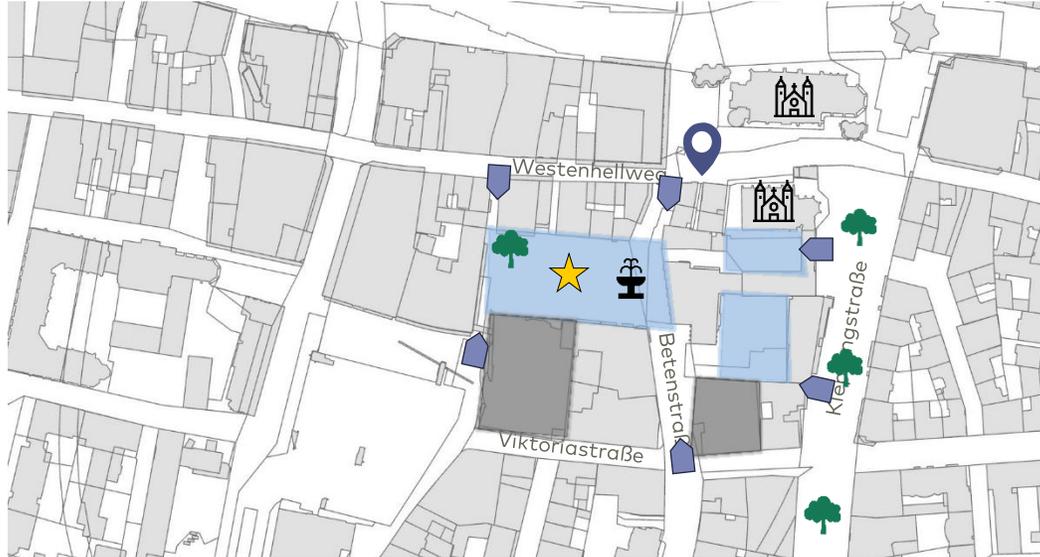
Nebeneinander historischer Fassadengestaltungen und moderner Handelsfassaden der beiden Warenhäuser (großzügige Glasfassaden); liebevolle Schaufenster- und Werbegestaltung der inhaber:innengeführten Fachgeschäfte, standardisierte Schaufenster-gestaltung der Filialist:innen; attraktive Außengastronomiebereiche: wertige Außenbestuhlung und größtenteils Abschirmung der Außengastronomie mit Grünelementen; Schirme mit Werbung wirken auffällig, entsprechen allerdings der Prägung des Alten Marktes (Bier, Fußball)

Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Daten: GMA 10/2021; im Auftrag der Stadt Dortmund; Kartengrundlage: Stadt Dortmund.



# Quartierssteckbrief

## Unser Altstadtviertel



- Platzsituation
- großflächige Strukturen
- Brunnen
- attraktiver Baumbestand
- hohe Aufenthaltsqualität
- Kirche
- historische Mitte der Stadt Dortmund
- zentrale Eingangssituation

### Städtebauliche Qualitäten

großzügige Platzsituation des Alten Marktes; zudem Öffnung der Stadtstruktur durch die Höfe Marienkirchhof und Betenhof; attraktive und helle Gestaltung des Betenhofs; attraktive Fassadengestaltung der angrenzenden Bebauung des Alten Marktes (z. B. Adler-Apotheke) sowie der weiteren Fassaden im Quartier (Nebeneinander historischer und moderner Fassadengestaltung); auffällige Fassadengestaltung des Westfälischen Industrieklubs; Alter Markt als einer der ältesten Plätze Dortmunds, eingefasst von dominanten Baustrukturen; Bläserbrunnen bietet Aufenthalts- und Verweilqualität, zudem beschattete Sitzmöglichkeiten im westlichen Bereich des Alten Marktes; Kirche St. Marien sowie großflächige Strukturen des Karstadt, SportScheck und der Volksbank als städtebauliche Dominanten

### Stadtgestaltung & Stadtstruktur

### Erreichbarkeit & Orientierung

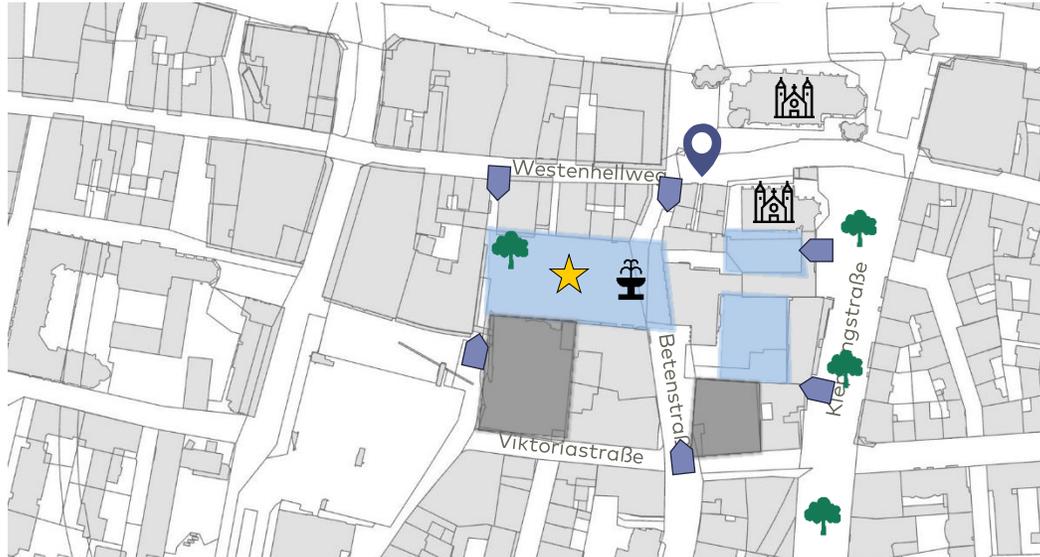
Quartier für den MIV nicht zugänglich; Quartier nahezu vollständig als Fußgängerzone ausgewiesen; metropolradruhr-Station steht in der Betenstraße zur Verfügung; mehrere Zuwegungen in das Quartier; Passage des Hansa-Carrés wird nur in einem geringen Umfang als Zuwegung genutzt (Schließung des Durchgangs in späten Abend-/Nachtstunden); keine Orientierung an den Zugängen über Marienkirchhof und Betenhof (werden vorrangig durch Ortskundige genutzt); unattraktive Verbindung zwischen Marienkirchhof und Betenhof (eingeschränkte Sichtbarkeit, parkende Pkw und Mülltonnen im Durchgang); Ausweisung verschiedener Nutzungen durch Wegeleitsystem auf dem Alten Markt

Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Daten: GMA 10/2021; im Auftrag der Stadt Dortmund; Kartengrundlage: Stadt Dortmund.



# Quartierssteckbrief

## Unser Altstadtviertel



-  Platzsituation
-  zentrale Eingangssituation
-  großflächige Strukturen
-  Brunnen
-  attraktiver Baumbestand
-  hohe Aufenthaltsqualität
-  Kirche
-  historische Mitte der Stadt Dortmund

### Städtebauliche Qualitäten

#### Nutzungs- & Flächenpotenziale

Leerstand der ehem. Burger King-Filiale: Ansiedlung einer attraktiven Ankernutzung, ggfs. Öffnung Richtung St. Marien zur Bespielung des Marienkirchhofs; Marienkirchhof bietet ein großes Potenzial, um die Platzsituation einer neuen Nutzung zuzuführen (bislang wird der Marienkirchhof zu großen Teilen als Parkplatz genutzt)

Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Daten: GMA 10/2021; im Auftrag der Stadt Dortmund; Kartengrundlage: Stadt Dortmund.

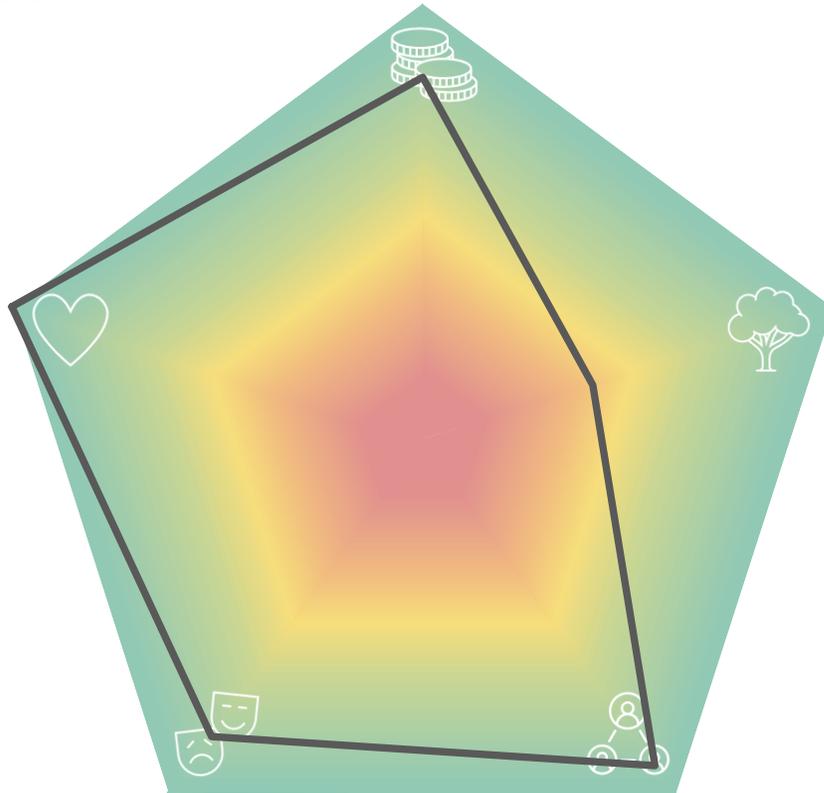


# Quartierspositionierung

## Unser Altstadtviertel



— Status Quo



### Ökonomischer Vermögenswert

- gastronomischer Schwerpunkt der Dortmunder City: Ansiedlung von namenhaften Filialist:innen und inhaber:innengeführten Gastronomiebetrieben
- einzelhandelsrelevante Anker nutzungen haben hohen Einfluss auf das Quartier und dessen ökonomischen Vermögenswert



### Ökologischer Vermögenswert

- begrünte und beschattete Sitzmöglichkeiten im westlichen Bereich des Alten Markts
- Außengastronomiebereiche größtenteils mit Grünelementen geschmückt



### Sozialer Vermögenswert

- zentraler Treffpunkt für Dortmunder Bürger:innen sowie weitere Besucherinnen und Tourist:innen der Dortmunder City
- Zusammenkommen der Besucher:innen zum Essen, Trinken und für Veranstaltungen



### Kultureller Vermögenswert

- historisch geprägte Fassadengestaltung, in Teilen „Altstadtcharme“
- Räumlichkeiten des Westfälischen Industrieklubs können u. a. für Feste und Feiern gemietet werden
- Standort der historischen Kirchen St. Marien und St. Reinoldi
- Austragung des Pfefferpotthastfestes sowie zahlreicher, weiterer Veranstaltungen



### Emotionaler Vermögenswert

- emotionale Bindung zum Fußball und zum Fußballclubverein BVB: wöchentliches Fußballschauen und langjähriger BVB-FanShop Krone
- Ausrichtung der Weihnachtsstadt
- gastronomisches Herzstück der Dortmunder City





# Quartierspositionierung

## Unser Altstadtviertel



### Stärken

- städtebaulich attraktives Erscheinungsbild der Bebauungsstruktur und des öffentlichen Raums
- „Altstadtcharme“: z. T. historisch geprägte Immobilien, Kirche St. Marien, Hofcharakter
- hohe Frequentierung des Alten Marktes aufgrund des (Außen-)Gastronomieangebotes
- urbanes Leben findet hier z. T. auch in den späten Abend-/Nachtstunden statt (u. a. auch im Marienkirch- und Betenhof)
- Vorhandensein einzelhandelsrelevanter Ankernutzungen
- emotional hohe Verbundenheit der Dortmunder:innen mit dem Alten Markt (u. a. Fußball, BVB); Alter Markt als einer der beliebtesten Aufenthaltsorte der Dortmunder City (s. Auswertungsergebnisse der Online-Befragung, S. 74)

### Schwächen

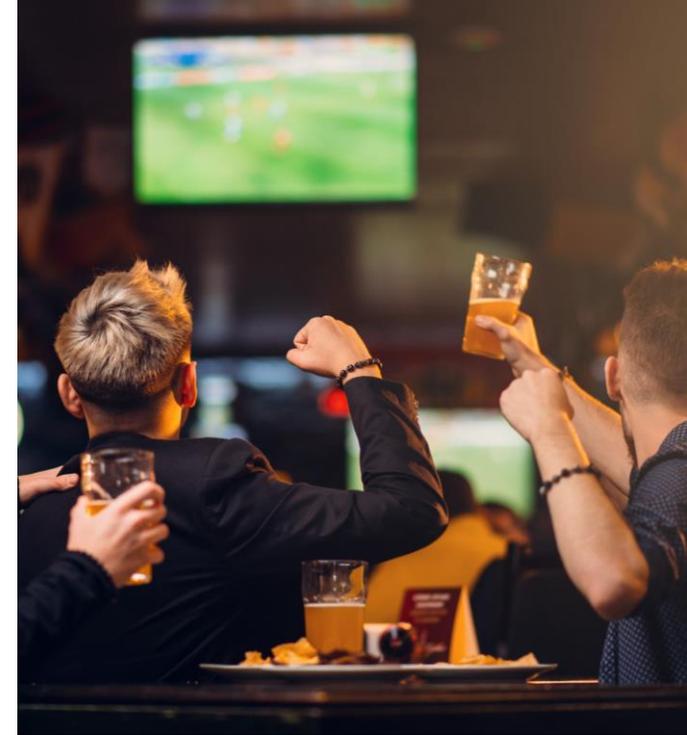
- untergenutzter Marienkirchhof (aktuell größtenteils als Parkplatznutzung)
- unattraktive Wegeverbindung zwischen Betenhof und Marienkirchhof, Kleppingstraße und Betenhof sowie vom Westenhellweg zum Alten Markt über Am Trissel und Salzgasse
- wenig konsumfreie Aufenthaltsorte
- hoher Versiegelungsgrad und wenig Grün im Stadtraum trotz vereinzelter Begrünungselemente der Außengastronomiebereiche und der öffentlichen Sitzmöglichkeiten

### Chancen

- Profilschärfung: Etablierung als gastronomisches Herzstück und „kleinste Altstadt“, die die gesamte City mit Leben füllt
- Ansiedlung innovativer und individueller Konzepte zur Etablierung eines abwechslungsreichen Angebotes (s. Auswertungsergebnisse der Online-Befragung, S. 64)
- Aufgreifen der Historie der Stadt Dortmund im öffentlichen Raum („Herz der City“)
- Inszenierung attraktiver Fassaden und Gebäude
- Potenzial des Marienkirchhofs durch frequenzintensivere Angebote zur Entwicklung und Belebung des Quartiers nutzen
- funktionale Aufwertung und verstärkte Bespielung des Hansa-Carrés

### Risiken

- möglicher Rückzug weiterer größerer Anbieter:innen aus den vorhandenen Schlüsselimmobilien
- Bedeutungsverlust des Marienkirchhofs
- Bedeutungsverlust des Hansa-Carrés, ausschließliche Nutzung als Durchgang
- fortschreitende „Banalisierung“ des Gastronomieangebotes durch Uniformität und geringe Individualität



# UNSER ALTSTADTVIERTEL

GENIEßEN IM HERZEN DER DORTMUNDER CITY



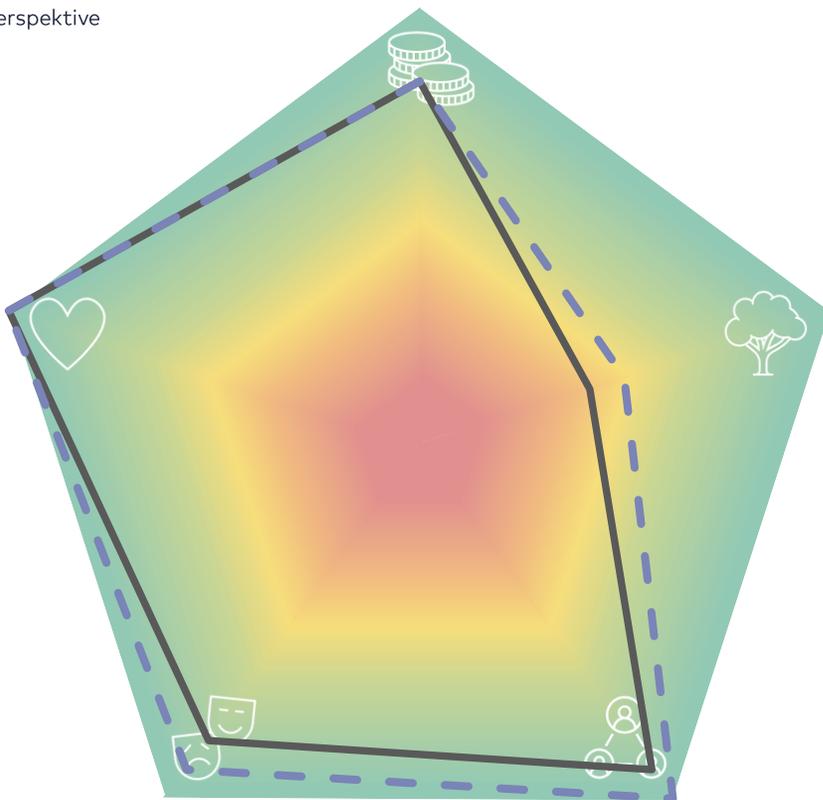


# Quartiersprofilierung

## Unser Altstadtviertel



- Status Quo
- - - Zielperspektive



### „Unser Altstadtviertel – Genießen im Herzen der Dortmunder City“

Das Altstadtviertel ist das Wohnzimmer und die Küche der City. Als kulinarisches Herzstück finden hier City-Besucher:innen, Fußballbegeisterte und Tourist:innen einen Ort zum Wohlfühlen und Verweilen. Egal ob ein leckeres Mittagessen, ein kühles Getränk oder ein aufregendes Fußballspiel – für Jeden ist etwas dabei! Hier weiß man, was Einen erwartet. Das Altstadtviertel ist über das ganze Jahr ein Ort des Zusammenkommens. Nicht nur an lauen Sommertagen ist die Lebensfreude hier spürbar. Veranstaltungen runden das Erlebnis im Altstadtviertel ab – Veranstaltungen und Gastronomie befruchten sich gegenseitig.

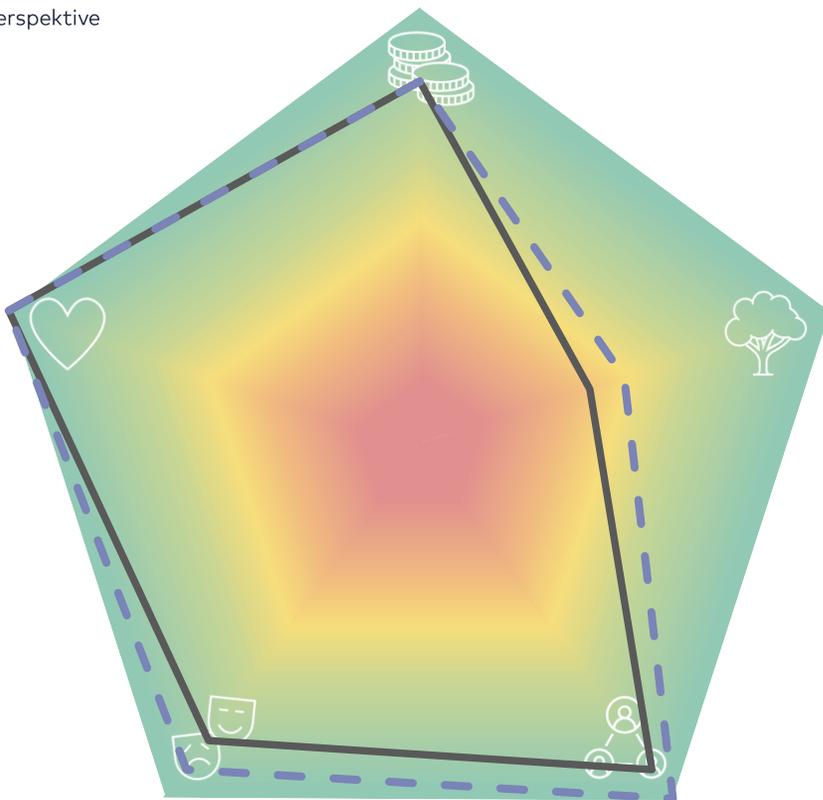


# Quartiersprofilierung

## Unser Altstadtviertel



— Status Quo  
- - - Zielperspektive



### Profilierungsziele

#### Ökonomischer Vermögenswert

- Gastronomienutzungen dominieren die Funktionsstruktur des Viertels. Zudem sind großflächige Einzelhandels- und Dienstleistungsnutzungen (wie SportScheck und Volksbank) Frequenzbringer für das Altstadtviertel.
- Das gastronomische Angebot des Altstadtviertels lädt die Besucher:innen der City zum Verweilen nach einem ausgiebigen Shoppingtag oder für einen Mittagssnack zwischendurch ein. Hier erfüllen klassische Angebote die Erwartungshaltung ihrer Besucher:innen.
- Die Außengastronomie findet ausreichend Platz auf dem Alten Markt sowie im Marienkirchhof und Betenhof.

#### Ökologischer Vermögenswert

- Neben Außengastronomieflächen wird auch der Marienkirchhof mit Wasser- und Grünelementen bespielt.
- Beschattete Sitzmöglichkeiten verringern die Entstehung von Hitzeinseln. Vertikales Grün schmückt die großflächigen Gebäudefassaden.

#### Sozialer Vermögenswert

- Der Alte Markt ist der zentrale Treffpunkt der Dortmunder:innen sowie aller Besucher:innen der Dortmunder City. Vor allem Tourist:innen schätzen das Angebot – „denn hier weiß man, was Einen erwartet“. Der soziale Vermögenswert gewinnt somit an Bedeutung.

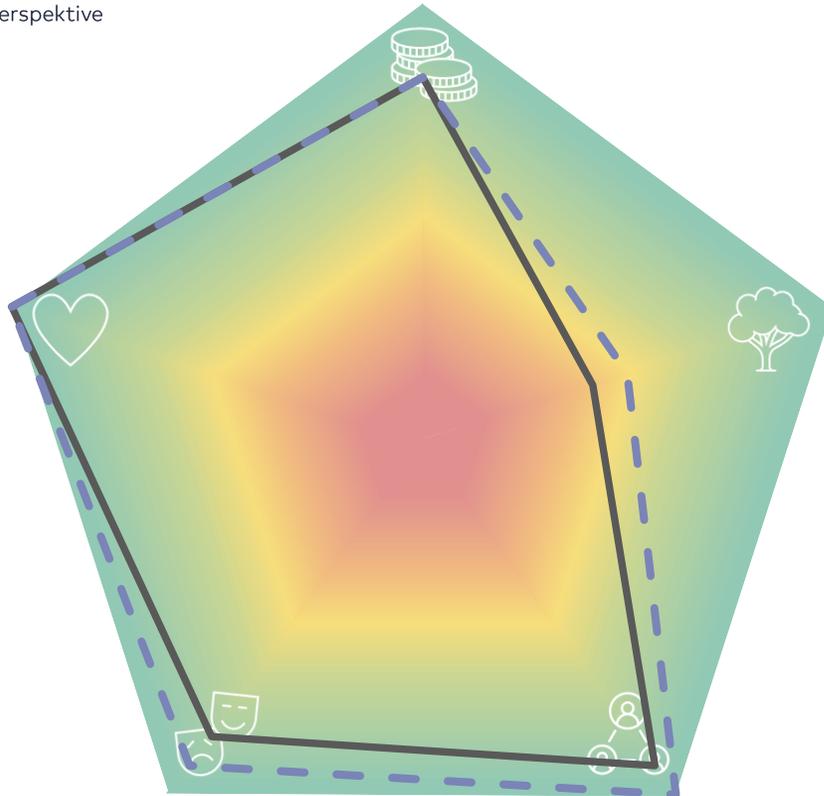


# Quartiersprofilierung

## Unser Altstadtviertel



— Status Quo  
- - - Zielperspektive



### Profilierungsziele

#### Kultureller Vermögenswert

- Feste und Veranstaltungen entsprechen dem Charakter des Viertels. Sie schaffen Synergien zu Gastronom:innen und ihren Lokalen.
- Die Kultur des Bieres und des Fußballs ist spürbar und wird hier zelebriert.

#### Emotionaler Vermögenswert

- Als kulinarisches Herzstück belebt das Altstadtviertel auch gleichzeitig die Hauptschlagader – den Hellweg – der Dortmunder City.
- Der Marienkirchhof etabliert sich als attraktiv gestalteter Verweil- und Rückzugsort.
- Die Inszenierung der großflächigen Fassaden verstärkt den Altstadtcharme des Viertels.
- Die Dortmunder:innen fühlen sich im Altstadtviertel rundum wohl, denn Genuss, Events und das gesellige Miteinander kommen hier zusammen.



# Quartiersprofilierung

## Unser Altstadtviertel



### Umsetzungsempfehlungen

#### Ökonomischer Vermögenswert

- vorrangige Ansiedlung weiterer (klassischer) Gastronomiekonzepte in Erdgeschosslage am Alten Markt; nachrangig Ergänzungen um (Inhaber:innengeführte) Einzelhandelsnutzungen
- Ansiedlung neuer Gastronomiebetriebe, die das Thema der Digitalisierung in ihren Konzepten mitdenken (s. Best-Practice-Beispiel, S. 167)

#### Ökologischer Vermögenswert

- Entwicklung des Marienkirchhofs als ruhigen Rückzugsort in der City:
  - Einrichtung von Grün- und Wasserelementen sowie Sitzmöglichkeiten (s. Best-Practice-Beispiel, S. 168) unter Berücksichtigung des Masterplans Plätze
  - Rücknahme der Parkplätze und Entfernung der Schranke
- Installation von vertikalen Grünelementen an großflächigen Gebäudefassaden sowie Dachbegrünung: insb. im Bereich des Alten Marktes (Karstadt- und SportScheck-Immobilie) (s. Best-Practice-Beispiele, S. 169), entsprechend der Durchgrünungsplanung des Umweltamtes der Stadt Dortmund

#### Sozialer Vermögenswert

- Installation (weiterer) konsumfreier Aufenthaltsmöglichkeiten mit Beschattung, um To-Go-Snacks genießen zu können (u. a. als Ergänzung auf dem Alten Markt sowie im Marienkirchhof)
- Durchführung saisonaler Gastronomieevents mit den angesiedelten Gastronom:innen (u. a. Spargelfest, Kürbiszeit etc.), gemeinsame Vermarktung des Events durch die

Gastronom:innen sowie über die städtischen Kanäle und digitales Angebot (Stadt-App)

- „Gastronomie-Hopping“: Gastronom:innen bieten kleine Häppchen ihrer Spezialitäten an, Besucher:innen können sich durch die Cafés, Restaurants, Bistros und Kneipen am Alten Markt probieren; Kooperation mit bestehenden Anbieter:innen, die bereits kulinarisch-kulturelle Stadtführungen u. a. im Dortmunder Kaiserviertel anbieten

#### Kultureller Vermögenswert

- Einrichtung von Lichtinstallationen mit historischen Motiven zur Inszenierung großflächiger Gebäudefassaden und Verstärkung des Altstadtcharmes (s. Best-Practice-Beispiel, S. 170)

#### Emotionaler Vermögenswert

- Attraktivierung der Passage zwischen Betenhof und Marienkirchhof durch eine mit dem Altstadtcharme korrespondierende Gestaltung der Gebäudefassaden und Freihaltung von Pkw und Mülltonnen
- Gestaltung der Zugänge vom Hellweg zum Alten Markt mit Bezug zum Altstadtcharakter: Auslegung eines roten Teppichs, Installation von Kronleuchtern, Girlanden, Wegweiser auf dem Boden im Altstadtstil (s. Best-Practice-Beispiel, S. 170)
- Sicherstellung einer hohen Nutzungs- und Gestaltungsqualität durch Festlegung von Mindeststandards für Außengastronomiemobiliar und Werbeanlagen; qualitätvolle Gestaltung von Werbeanlagen mit Bezug zum Altstadtcharakter (s. Best-Practice-Beispiele, S. 171)
- konsequente Vermarktung als „Unser Altstadtviertel“ mit den individuellen Qualitäten und Besonderheiten



# Best-Practice-Beispiele

## Unser Altstadtviertel



Sportsbar „offsite“ (Ahaus)



# Best-Practice-Beispiele

## Unser Altstadtviertel



Quelle: <https://www.pinterest.de/pin/3025924740359388/>  
[https://www.dortmund.de/media/p/stadtplanungs\\_und\\_bauordnungsamt/stadtplanung\\_bauordnung\\_downloads/masterplan\\_plaetze\\_1/2022-08-17\\_Bürgerinfo\\_Presentation\\_web.pdf](https://www.dortmund.de/media/p/stadtplanungs_und_bauordnungsamt/stadtplanung_bauordnung_downloads/masterplan_plaetze_1/2022-08-17_Bürgerinfo_Presentation_web.pdf)



Gestaltungsbeispiele zur Attraktivierung des Marienkirchhofs



# Best-Practice-Beispiele

## Unser Altstadtviertel



Vertikales Grün an Gebäude-/Handelsfassaden (Amstetten)



Dachbegrünung (Lausanne, Schweiz)

Quelle: <https://gruenstatigrau.at/projekt/citycenter-amstetten/>  
<https://www.wien.gv.at/stadtentwicklung/studien/pdf/e000037.pdf>



# Best-Practice-Beispiele

## Unser Altstadtviertel



Lichtinstallation (München)



Aktion „Roter Teppich“ (Baden Baden)



# Best-Practice-Beispiele

## Unser Altstadtviertel



Alternative Werbegestaltung

# Quartiersprofilierung

Klosterviertel

Rosenviertel

Brückviertel

Unser Altstadtviertel

Hansaviertel

Die grüne Stadtbühne

Katharinenviertel

Boulevard der Dortmunder:innen

Einkaufsmeile Hellweg



# Quartierssteckbrief

## Hansaviertel

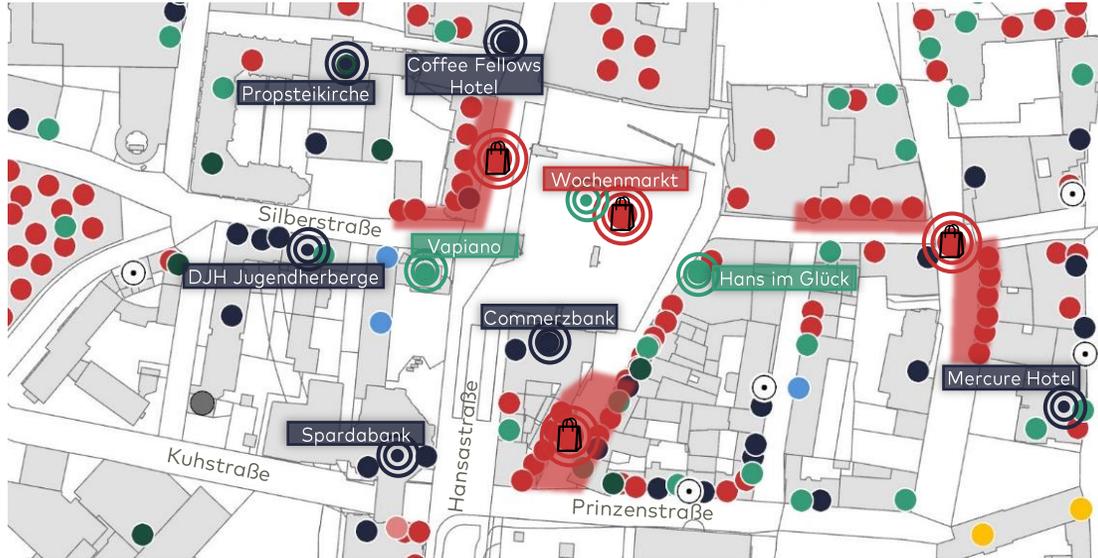


Quelle: Fotos Stadt + Handel.



# Quartierssteckbrief

## Hansaviertel



### Bestand nach Nutzung

- Dienstleistung
- Einzelhandel
- Gastronomie
- Leerstand
- Öffentliche und soziale Einrichtungen
- Bildungseinrichtung
- Freizeit und Kultur
- Spielhallen
- medizinische Einrichtungen
- Handwerk und Gewerbe
- Wohnnutzung

### Kristallisationspunkte

- ⊙ Einzelhandel
- ⊙ Gastronomie
- ⊙ zentrenergänzende Funktion

### Funktionale Prägung

- Einzelhandel

### Funktionale Qualitäten

Konzentration von Einzelhandelsnutzungen insb. im Bereich Hansastraße und Wißstraße sowie teilweise in der Brauhausstraße und im nördlichen Bereich der Betenstraße; Hansaplatz als Standort des Wochenmarktes (findet dreimal wöchentlich mittwochs, freitags und samstags statt); Magnetbetriebe Karstadt und SportScheck wirken trotz Ausrichtung des Haupteingangs zum Westenhellweg bzw. Alter Markt auf das Quartier; gastronomische Ankerfunktion mit Ausrichtung zum Hansaplatz; Geschäftsstelle der Commerzbank sowie mehrere Beherbergungsbetriebe als Ankerfunktionen und Frequenzbringer im Bereich zentrenergänzende Funktionen; zudem beeinflussen Wohnnutzungen (z. B. im Bereich der Betenstraße) die Funktionsstruktur des Quartiers

### Funktionsstruktur & Ankerfunktionen

### Marken- & Angebotsportfolio

Einzelhandelsnutzungen vorwiegend durch inhaber:innengeführte Fachgeschäfte geprägt; qualitativvoller Einkauf; hohe Angebotsvielfalt durch unterschiedliche Warengruppen: u. a. Bekleidung, Möbel, Schuhe/Lederwaren; gastronomische Betriebe überwiegend filialisiert

### Nutzungs- & Immobilienqualitäten

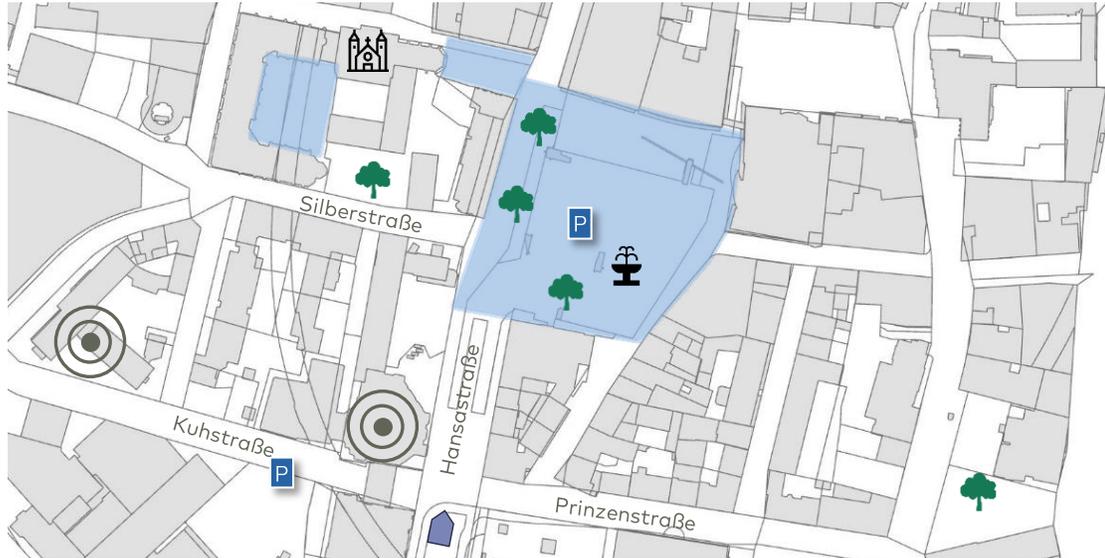
moderne (SportScheck) bzw. historisch sanierte Handelsfassaden (Karstadt) der beiden Warenhäuser; überwiegend ansprechende Schaufenster- und Werbegestaltung, in der Wißstraße vereinzelt etwas überladene Gestaltung der Schaufenster und Werbeaufsteller; attraktive Außengastronomiebereiche durch wertige Außenbestuhlung, z. T. Begrünung, Schirme ohne Werbung; im gesamten Quartier ist die Nutzungsqualität der Einzelhandels- und Gastronomiebetriebe als gut zu bewerten

Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Daten: GMA 10/2021; im Auftrag der Stadt Dortmund; Kartengrundlage: Stadt Dortmund.



# Quartierssteckbrief

## Hansaviertel



-  Platzsituation
-  zentrale Eingangssituation
-  attraktiver Baumbestand
-  Brunnen
-  Kirche
-  Tiefgarage
-  Nutzungspotenzial

### Städtebauliche Qualitäten

#### Stadtgestaltung & Stadtstruktur

zentrale Platzsituation Hansaplatz; größter Platz der City wird durch größere Gebäude(komplexe) eingefasst; Gestaltung des Hansaplatzes mit Baumreihen und Sitzmöglichkeiten im südlichen Bereich sowie Kunstwerken und modernem Wasserspiel; Propsteihof und Platz von Hiroshima als ruhige, „versteckte“ Plätze abseits des Trubels der Haupteinkaufslage; heterogene Baustruktur: Wechsel von kleinteiliger, dichter Blockrandbebauung und großen, offenen Platz- und Freiflächen

#### Erreichbarkeit & Orientierung

Quartier zu großen Teilen als verkehrsfreie Zone ausgewiesen, trotzdem sehr gute MIV-Erreichbarkeit über die Tiefgarage Hansaplatz; zentraler Taxistand auf dem Hansaplatz; Erreichbarkeit mit dem ÖPNV über die fußläufig erreichbare Stadtbahnhaltestelle Stadtgarten; metropolradruhr-Stationen im Bereich der Einfahrt der Tiefgarage Hansaplatz sowie an der Volksbank stehen zur Verfügung; mehrere Zuwegungen in das Quartier

#### Nutzungs- & Flächenpotenziale

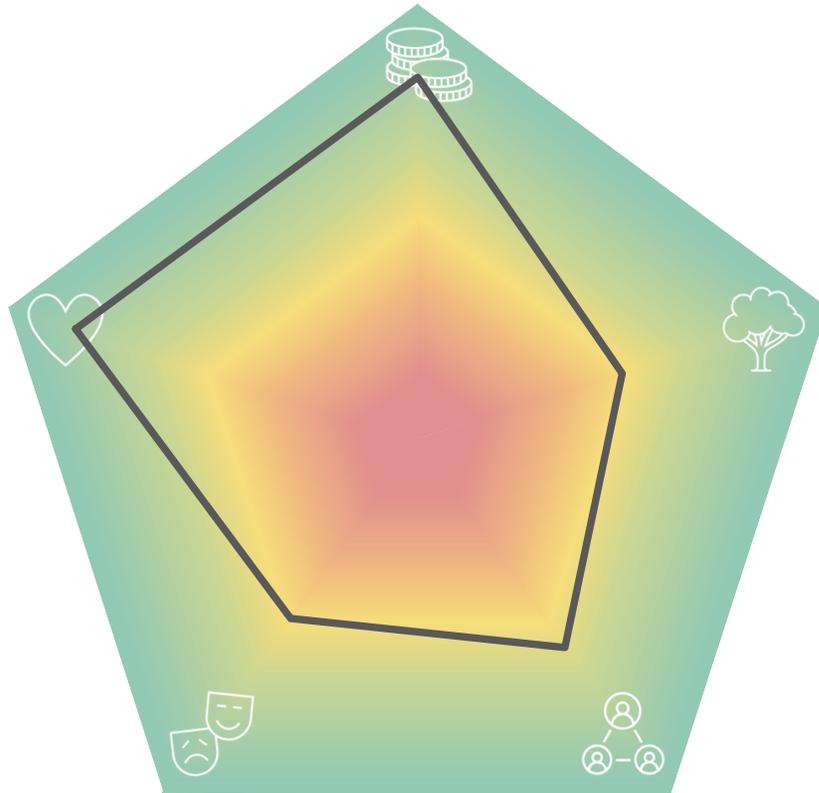
Hansaplatz bietet aufgrund seiner Größe großes Flächenpotenzial für Veranstaltungen (auch in Verbindung mit dem Alten Markt); vereinzelt kleinteilige Leerstände in der Balken- und Prinzenstraße; Leerstände wirken sich allerdings nicht wesentlich negativ auf das Quartier aus; Karstadt-Gebäude als Schlüsselimmobilie; Umbau des ehemaligen Gesundheitsamtes hat großes Potenzial zur Belebung des Quartiers; Immobilie Kuhstraße/Hansastraße als Schlüsselimmobilie



# Quartierspositionierung Hansaviertel



— Status Quo



## Ökonomischer Vermögenswert

- großflächige Anbieter:innen mit überregionaler Strahlkraft
- zwei prägende Gastronom:innen am Hansaplatz
- überwiegend inhaber:innengeführter, qualitätvoller Einzelhandel
- dreimal wöchentlich stattfindender Wochenmarkt



## Ökologischer Vermögenswert

- ausbaufähige Grünelemente
- Grünbereich an der Hansaklinik (allerdings geringe Verweilqualität) sowie Begrünung des Propsteihofs zahlen auf den ökologischen Vermögenswert ein
- beschattete Verweilmöglichkeiten ausschließlich im südlichen Bereich des Hansaplatzes vorzufinden, ansonsten hoher Versiegelungsgrad des Hansaplatzes



## Sozialer Vermögenswert

- Wochenmarkt als sozialer Treffpunkt zum Zusammenkommen, Verweilen und Einkaufen
- Hansaplatz bietet jenseits des Wochenmarktes und Festivitäten/Veranstaltungen wenig Anziehungspotenzial



## Kultureller Vermögenswert

- Kunstwerke auf dem Hansaplatz zahlen nur geringfügig auf den kulturellen Vermögenswert ein
- Ausrichtung der Veranstaltung Dortmund á la carte als kulinarisches Event



## Emotionaler Vermögenswert

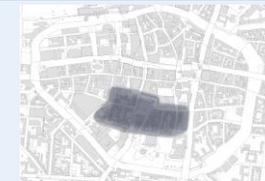
- Hansaplatz und Wochenmarkt als einer der beliebtesten Aufenthaltsorte der Dortmunder City
- Hansaplatz fungiert als Ort der emotionalen Erlebnisse, welche allerdings immer an Veranstaltungen und Events geknüpft sind (somit temporärer Natur)
- Standort der Weihnachtsstadt und gleichzeitig des „größten Weihnachtsbaums der Welt“





# Quartierspositionierung

## Hansaviertel



### Stärken

- Hansaplatz als größter Platz der Dortmunder City; Platz mit dem „größten Weihnachtsbaum der Welt“
- Standort des Wochenmarktes als sozialer Treffpunkt, Veranstaltungsort und Ort zum Einkaufen (hohe Frequentierung zu Marktzeiten)
- ruhigegelegener Propsteikirchhof mit Aufenthaltsqualität
- eine der zentralen Eingangssituation in die City mit dem MIV über Hansastraße und Tiefgarage Hansaplatz
- moderne Gestaltung der Außenbereiche von den Gastronomieankern Hans im Glück und Vapiano
- sehr nutzungsdurchmischtes Quartier mit breiter Angebotsvielfalt hinsichtlich Sortimente und Preisniveau
- zahlreiche inhaber:innengeführte Einzelhandelsbetriebe mit individuellem Angebot
- zum Teil hochwertiges Wohnangebot

### Schwächen

- geringe Bespielung des Hansaplatzes außerhalb von Marktzeiten und Veranstaltungen
- Außengastronomiepotenziale werden nur in einem geringen Umfang genutzt
- eingeschränkte Aufenthaltsqualität auf dem Hansaplatz: Platz wird außerhalb von Veranstaltungen weniger zum Verweilen sondern eher als „Durchgang“ genutzt
- rückwärtige Ausrichtung der Karstadt-Immobilie zum Hansaplatz
- geringe Sichtbarkeit inhaber:innengeführter Einzelhandelsbetriebe im Quartier
- geringe Beschattung des Hansaplatzes

### Chancen

- Außengastronomiepotenzial des Hansaplatzes weiter ausschöpfen
- Nutzung des Potenzials des Hansaplatzes als Aufenthalts- und Verweilort
- stärkere Bespielung und Attraktivierung des Kunstwerks auf dem Hansaplatz
- Etablierung kleinteiliger (mobiler) Grünelemente zur Reduzierung von Hitzeinseln im Quartier
- Hansaplatz weiterhin als Standort des Wochenmarktes nutzen
- Stärkung und Weiterentwicklung des Wochenmarktes als Treffpunkt der City
- Etablierung kleinerer Platzsituationen (u. a. Platz von Hiroshima, Propsteihof) als Orte der Ruhe und des Rückzugs (abseits des Trubels in der Haupteinkaufslage)
- Profilschärfung hinsichtlich der Angebotsausrichtung und Zielgruppenorientierung des Einzelhandels

### Risiken

- möglicher Rückgang großflächiger Anbieter:innen, dadurch Bedeutungsverlust des Quartiers
- Schließung inhaber:innengeführter Fachgeschäfte führt zu einer Schwächung des Nutzungsschwerpunkts im Quartier
- Bildung von Hitzeinseln aufgrund des hohen Versiegelungsgrads und der geringen Beschattung
- Bedeutungsverlust des Hansaplatzes aufgrund geringer Nutzung außerhalb der Zeiten des Wochenmarktes



Leben und Erleben im Hansaviertel

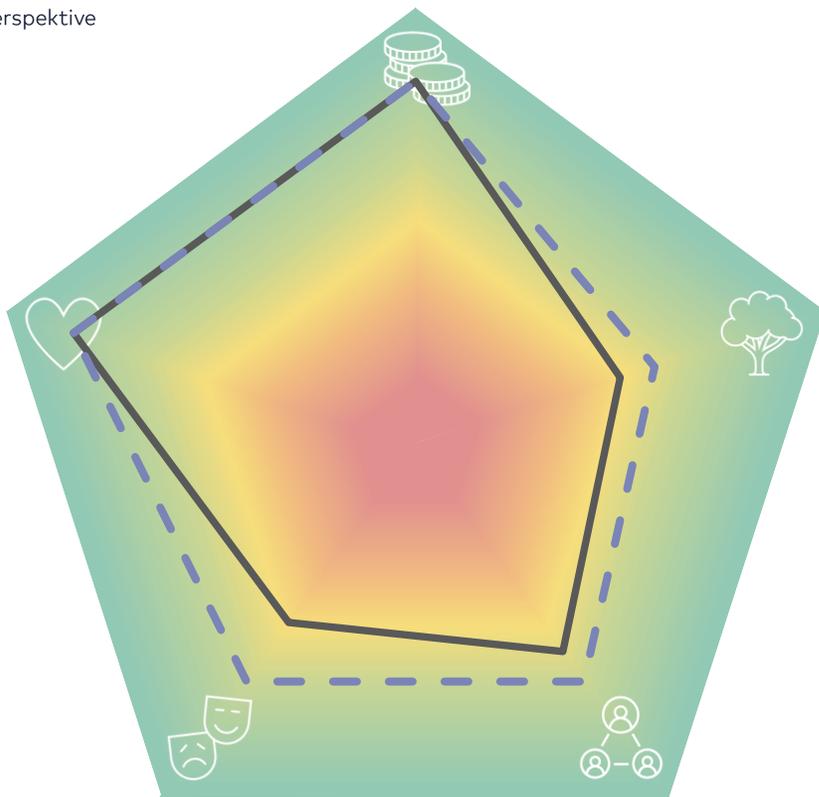




# Quartiersprofilierung Hansaviertel



- Status Quo
- - - Zielperspektive



## „Leben und Erleben im Hansaviertel“

Das Hansaviertel verbindet Versorgung für die Dortmunder:innen mit Erlebnissen für die ganze Welt – frei nach dem Motto „täglich versorgt – gezielt erleben“. Permanent wird der Spagat zwischen dauerhaften Nutzungen und temporären Veranstaltungen bewältigt. Egal ob ein Arztbesuch, Erledigungen bei der Bank oder ein Einkauf auf dem Wochenmarkt, die Dortmunder:innen finden Alles für das tägliche Leben und können von hier aus auch weitere Quartiere besuchen, die mit dem Hansaviertel vernetzt sind. Der Wochenmarkt ist das Aushängeschild des Viertels und der gesamten City, denn hier können die Dortmunder:innen neben einem Einkauf, auch verweilen und genießen. Der Hansaplatz ist ein Ort, an dem Kultur erlebbar wird. Der Platz bietet aufgrund seiner Größe optimale Bedingungen für großflächige Veranstaltungen, von denen nicht nur die City, sondern das gesamte Stadtgebiet profitiert. Jährlich um die Adventszeit herum erstrahlt der Weihnachtsbaum in der Dortmunder Weihnachtsstadt – ein Magnet mit Strahlkraft in die Welt hinaus.

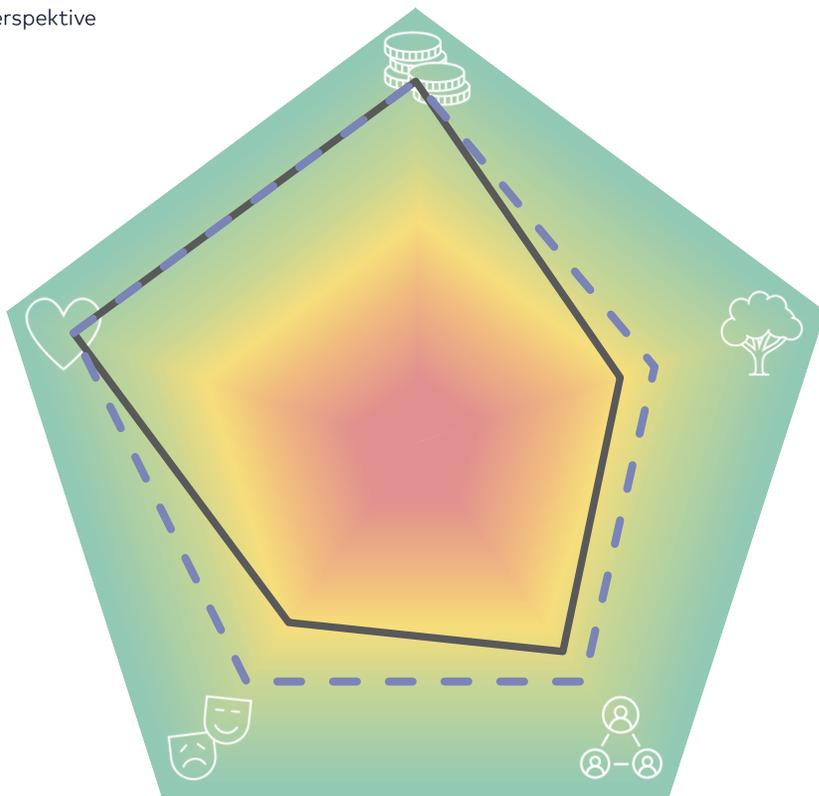


# Quartiersprofilierung

## Hansaviertel



— Status Quo  
- - - Zielperspektive



## Profilierungsziele

### Ökonomischer Vermögenswert

- Die Nutzungen des Hansaviertels sind vielfältig – Einzelhandel, Banken, Beherbergungsbetriebe, weitere Dienstleistungen sowie Gastronomienutzungen sind die Frequenzbringer des Viertels.
- Kleine inhaber:innengeführte Fachgeschäfte laden zum Einkaufen in der Hansa-, Wiß- und Betenstraße ein. Besucher:innen können sich hier auf einen qualitätvollen Einkauf freuen.
- Der Wochenmarkt dient nicht nur zur Versorgung für die Dortmunder:innen sondern bietet auch eine Abwechslung mit kulinarischen Highlights – gerade samstags ist der Markt „the place to be“.
- Weitere Außengastronomieflächen nutzen das Potenzial des größten Platzes der Dortmunder City.

### Ökologischer Vermögenswert

- Mobile Sitzmöglichkeiten und Grünelemente erhöhen nicht nur die Verweilqualität, gerade außerhalb der Marktzeiten des Wochenmarktes, sondern führen ebenfalls zur Reduzierung von Hitzeinseln auf dem Hansaplatz.
- Der Propsteihof und der Platz von Hiroshima wirken als kleine Grünoasen. Hier bespielen Blumen und Pflanzen den öffentlichen Raum.

### Sozialer Vermögenswert

- Das Hansaviertel ist das Viertel für die Dortmunder:innen. Im östlichen Teil bietet das Viertel einen Ort zum Wohnen. Die unterschiedlichen Versorgungsmöglichkeiten lösen ein damit einhergehendes Zusammenkommen der verschiedenen Menschen aus.
- Der multifunktional bespielte Hansaplatz ist nicht nur ein Veranstaltungsort, sondern auch ein beliebter Aufenthaltsort zum konsumfreien Zusammenkommen.

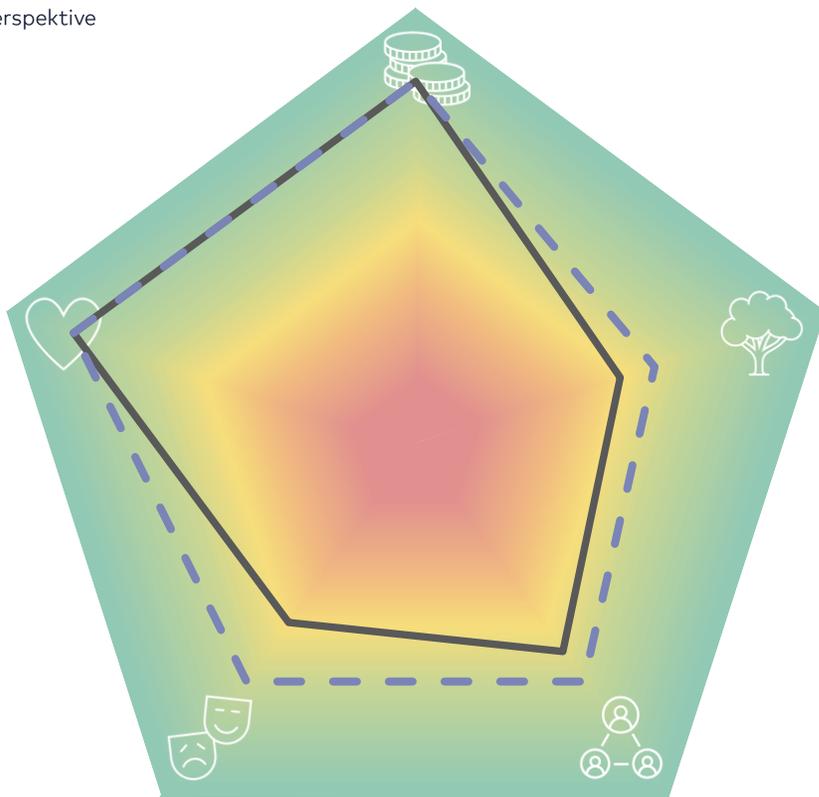


# Quartiersprofilierung

## Hansaviertel



— Status Quo  
- - - Zielperspektive



## Profilierungsziele

### Kultureller Vermögenswert

- Das Viertel ist ein Raum, an dem Kultur stattfindet und erlebbar ist. Veranstaltungen wirken sich nicht nur auf die Dortmunder City, sondern auch auf das Stadtgebiet und über die Stadtgrenzen hinaus aus. Der Hansaplatz hat somit einen überaus großen Stellenwert für den kulturellen Vermögenswert des Viertels.
- Die Weihnachtsstadt und der Wochenmarkt bespielen weiterhin den Hansaplatz.
- Temporär erwecken weitere Veranstaltungen das Viertel zum Leben.

### Emotionaler Vermögenswert

- Emotionale Erlebnisse sind nicht nur an temporäre Ereignisse geknüpft, Besucher:innen schätzen das Aufenthaltspotenzial neben den Veranstaltungen und Events.
- Im Propsteihof und auf dem Platz von Hiroshima finden die Besucher:innen ruhige Rückzugsorte. Ein gutes Buch oder ein leckerer Kaffee werden hier, abseits des Innenstadtturbels, genossen.
- Das Quartier schafft als Dreh- und Angelpunkt eine Verbindung zu den weiteren Quartieren der Dortmunder City.



# Quartiersprofilierung

## Hansaviertel



### Umsetzungsempfehlungen

#### Ökonomischer Vermögenswert

- Ansiedlung weiterer Gastronomiebetriebe in Erdgeschosslage mit Ausrichtung zum Hansaplatz und Einrichtung von Außengastronomieflächen (ggfs. Integration von Gastronomie in Karstadt-/SportScheck-Immobilien)
- Ansiedlung weiterer (inhaber:innengeführter) Einzelhandelsbetriebe im Bereich der Hansastrasse sowie in der Betenstraße, die die Bedürfnisse der alltäglichen Versorgung abdecken (z. B. kleinteiliges Kosmetikfachgeschäft, Apotheken, Bäckerei) – gemäß dem Motto „Leben im Hansaviertel“
- Ansiedlung von Dienstleistungsangeboten (z. B. medizinische Angebote oder Dienstleistungen für den täglichen Gebrauch) in Erdgeschosslagen, um die Versorgung der Dortmunder:innen weiter zu stärken
- „Fitness-Check“ des Wochenmarktes: Prüfung der Qualität und der Angebotsausrichtung
  - Erweiterung der Website des Dortmunder Wochenmarktes um eigenen Online-Shop mit Liefer- und Abholoptionen, Veröffentlichung von Rezeptvorschlägen mit Waren/Produkten, die auf dem Wochenmarkt eingekauft werden können (s. Best-Practice-Beispiele, S. 184); Übertragung des Angebotes/der Website in die Stadt-App
- Erweiterung des Angebotes der Weihnachtsstadt um einen Verkaufsstand für Design- und Fair Trade-Produkte in Kooperation mit Studierenden der Dortmunder Hochschulen

#### Ökologischer Vermögenswert

- Installation eines Sonnensegels auf dem Hansaplatz, um nicht nur den Markthändler:innen Schatten zu spenden, sondern auch Hitzeinseln auf dem Hansaplatz zu reduzieren

- Entwicklung von Fassadengrün und Dachbegrünung (insb. Karstadt und SportScheck) entsprechend der Durchgrünungsplanung des Umweltamtes der Stadt Dortmund
- Einrichtung mobiler Grünelemente, um die Verweilqualität auf dem Hansaplatz außerhalb der Marktzeiten zu erhöhen
- Ausweitung des Angebotes an guten Fahrradabstellmöglichkeiten
- Bespielung der Kunstwerke (insb. Kunstwerk im nordöstlichen Teil des Hansaplatzes) mit Grünelementen
- Platzierung von Grünelementen in Form von Blumen und Pflanzen sowie Aufstellen von Sitzmöglichkeiten und Bücherschränken im Propsteihof (s. Best-Practice-Beispiel, S. 186)

#### Sozialer Vermögenswert

- Ergänzung des Wochenmarktes um weitere Sitz-, Verweil- und Gastronomieangebote, um das Zusammenkommen der Besucher:innen zu intensivieren
- Platz von Hiroshima: Einrichtung weiterer begrünter Sitzgelegenheiten, die den Besucher:innen als unkonventionelle Verweilmöglichkeiten neben der Bestuhlung der Außengastronomie dienen (unter Berücksichtigung des Masterplan Plätze)
- temporär aufgestelltes Beachvolleyballfeld, welches allen Interessierten zur freien Nutzung zur Verfügung steht (s. Best-Practice-Beispiel, S. 184)
- Einrichtung von Serviceangeboten: z. B. Paketstation, Micro-Hubs zur Abholung oder Zwischenlagerung eigener Einkäufe (s. Best-Practice-Beispiele, S. 185)



# Quartiersprofilierung

## Hansaviertel



### Umsetzungsempfehlungen

#### Kultureller Vermögenswert

- Sicherung des Hansaplatzes als größte innerstädtische Platzfläche für städtische, regionale und internationale Veranstaltungen; Durchführung weiterer Veranstaltungen in Abstimmung mit bestehenden Events und Anknüpfung an die Themen „Genuss“ und „Kulinarik“ (in Abgrenzung zu Veranstaltungen auf dem Friedensplatz)
- Etablierung kleinteiliger Aktionen auf dem Hansaplatz: Straßenkunst, Spiele-Aktionen, Freilicht-Spielothek (s. Best-Practice-Beispiele, S. 186)

#### Emotionaler Vermögenswert

- Bespielung des Propsteihofs mit Entspannungs-/Meditationsmusik zur Etablierung als Rückzugsort, abseits des Innenstadtturbels
- Informationen zu Events und Veranstaltungen auf dem Hansaplatz sichtbar im öffentlichen Raum platzieren:
  - digitale Informationsstelen mit Überblick aller Events auf dem Hansaplatz sowie Bewerbung aktueller Veranstaltungen
  - Bespielung der digitalen Stelen mit Informationen zur Weihnachtsstadt mit Vorstellung der jährlichen Standbesitzer:innen
  - Einrichtung einer 3D-Animation „Unser Weihnachtsbaum im Sommer“, welche die Umrisse des Baums auf den Hansaplatz projizieren
  - Weihnachtsstadt außerhalb der Weihnachtszeit mit VR-Brillen erlebbar machen; Ausweitung des Angebots auf die gesamte City getreu dem Motto „Entdecke Dortmund virtuell“



# Best-Practice-Beispiele

## Hansaviertel



### So einfach funktioniert's



Bequem online leckere Schmankerl  
zusammenstellen und bis Dienstag 23:59  
Uhr (wöchentlicher Bestellschluss) bestellen



Deine frisch bestellten Waren werden von  
uns auf dem Münchner Wochen- und  
Bauernmarkt abgeholt & liebevoll für Dich  
verpackt



Wir liefern Deine Waren Donnerstag von  
17-21 Uhr mit unseren Elektro-Fahrrädern  
& unseren Elektro-Autos bis an Deine  
Haustüre

### Online-Lieferdienst Münchner Wochenmarkt



### Temporäres Beachvolleyballfeld (Hannover)



# Best-Practice-Beispiele

## Hansaviertel



Smarte Schließfächer in einer Sparkassen-Filiale (Hamburg)



Posti Box mit Umkleideräumen, Paketschließfach und digitalem Kiosk



# Best-Practice-Beispiele

## Hansaviertel



Gestaltungsbeispiel Propsteihof



L'R de jeux – Freilicht-Spielothek (Frankreich)

# Quartiersprofilierung

Klosterviertel

Rosenviertel

Brückviertel

Unser Altstadtviertel

Hansaviertel

Die grüne Stadtbühne

Katharinenviertel

Boulevard der Dortmunder:innen

Einkaufsmeile Hellweg



# Quartierssteckbrief

## Die grüne Stadtbühne

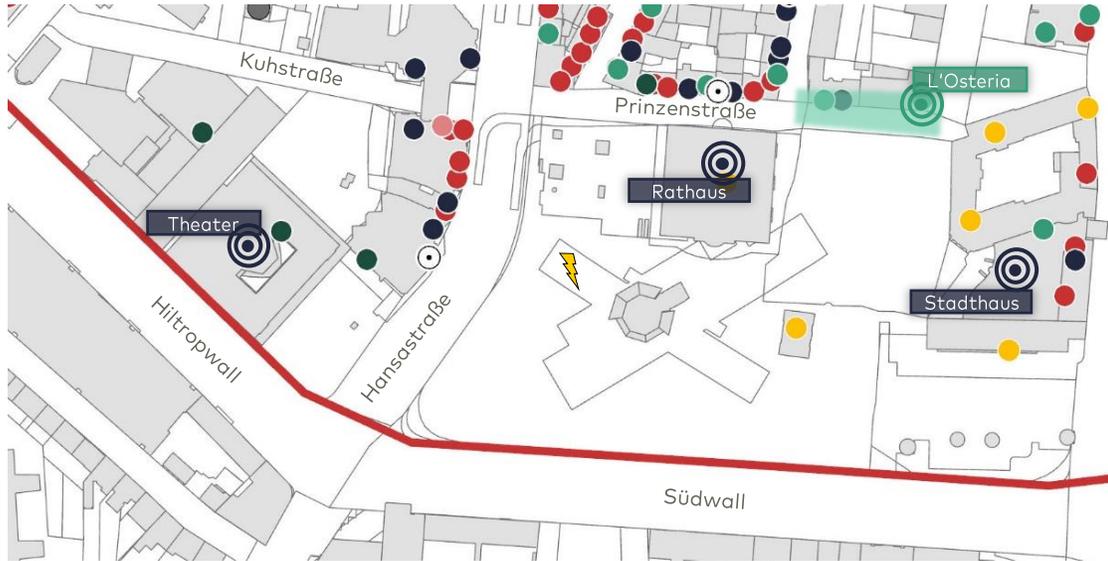


Quelle: Fotos Stadt + Handel.



# Quartierssteckbrief

## Die grüne Stadtbühne



- Bestand nach Nutzung**
- Dienstleistung
  - Einzelhandel
  - Gastronomie
  - ⊙ Leerstand
  - Öffentliche und soziale Einrichtungen
  - Bildungseinrichtung
  - Freizeit und Kultur
  - Spielhallen
  - medizinische Einrichtungen
  - Handwerk und Gewerbe
  - Wohnnutzung
- Kristallisationspunkte**
- ⊙ Gastronomie
  - ⊙ zentrenergänzende Funktion
- Funktionale Prägung**
- Gastronomie
  - ⚡ soziale Problemlage
- Abgrenzung**
- Untersuchungsgebiet

### Funktionale Qualitäten

#### Funktionsstruktur & Anker nutzungen

Einzelhandel übernimmt untergeordnete Funktion; Einzelhandelsnutzungen sind ausschließlich in den südlichen Bereichen der Hansa- und Kleppingstraße vorzufinden; Dortmunder Theater und Schauspielhaus fungieren als wesentliche Anker nutzungen des Quartiers; zudem sind das Dortmunder Rathaus sowie das alte und neue Stadthaus als weitere Anker nutzungen im Quartier angesiedelt; gastronomischer Anker punkt am Friedensplatz; das Quartier übernimmt nur eine geringe Wohnfunktion

#### Marken- & Angebotsportfolio

kleinteilige Fachgeschäfte in unterschiedlichen Sortimentsbereichen (u. a. Nahrungs- und Genussmittel sowie Bekleidung); gastronomische Nutzungen setzen sich insb. aus den Betriebstypen Restaurants und Bars zusammen; ZEF sind zum Teil den Bereichen Gesundheit/Pflege und Banken sowie öffentlichen Einrichtungen zuzuordnen

#### Nutzungs- & Immobilienqualitäten

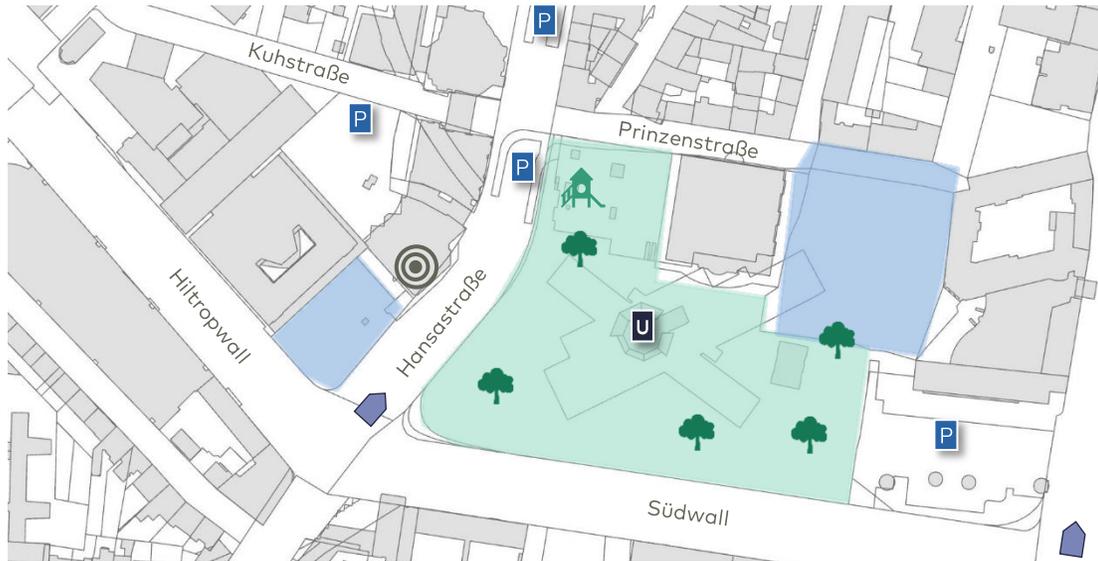
angemessene Schaufenster- und Werbegestaltung der Einzelhandelsnutzungen (aufgrund geringen Anteils der Einzelhandelsbetriebe Bewertung nur geringfügig möglich); z. T. nicht mehr zeitgemäße Fassadengestaltung und Bauweise (insb. RAG-Haus und Immobilie Hansa 101); moderne Gestaltung der Berswordthalle; laufende Sanierung des Rathauses

Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Daten: GMA 10/2021 im Auftrag der Stadt Dortmund; Kartengrundlage: Stadt Dortmund.



# Quartierssteckbrief

## Die grüne Stadtbühne



- Platzsituation
- Grünfläche
- zentrale Eingangssituation
- attraktiver Baumbestand
- Tiefgarage
- U Stadtbahnhaltestelle
- Leerstand
- Spielplatz

### Städtebauliche Qualitäten

zentrale Platzsituation Friedensplatz als Veranstaltungsort; Friedensplatz sowie Platz der Alten Synagoge mit historischer Bedeutung; Stadtgarten als wichtigste Grünanlage der Dortmunder City; Quartier ist durch eine dominante und großflächige Bebauungsstruktur sowie die hervorzuhebende Architektur des Opernhauses/Theaters geprägt; architektonische Besonderheit des alten und neuen Stadthauses, verbunden durch die Berswordthalle; Skateanlage sowie Spielplatz im Stadtgarten für Jugendliche und Kinder

### Stadtgestaltung & Stadtstruktur

### Erreichbarkeit & Orientierung

zentraler Mobilitätsknotenpunkt Stadtbahnhaltestelle Stadtgarten, an der Haltestelle laufen mehrere Stadtbahnlinien aus unterschiedlichen Stadtteilen zusammen; zudem verfügt das Quartier über mehrere Stationen von metropolradruhr; Quartier kann über zentrale Eingangssituation der Hansastraße mit dem MIV erreicht werden; fußläufig erreichbare Parkmöglichkeiten: Tiefgarage Hansaplatz und Tiefgarage Friedensplatz

### Nutzungs- & Flächenpotenziale

Leerstand Hansastraße 101 (EG); Ansiedlung einer Theater-/Kulturbar geplant; Friedensplatz als Hauptveranstaltungsart der Dortmunder City; Stadtgarten hat Potenzial als Verweilort mit Aufenthaltsqualität

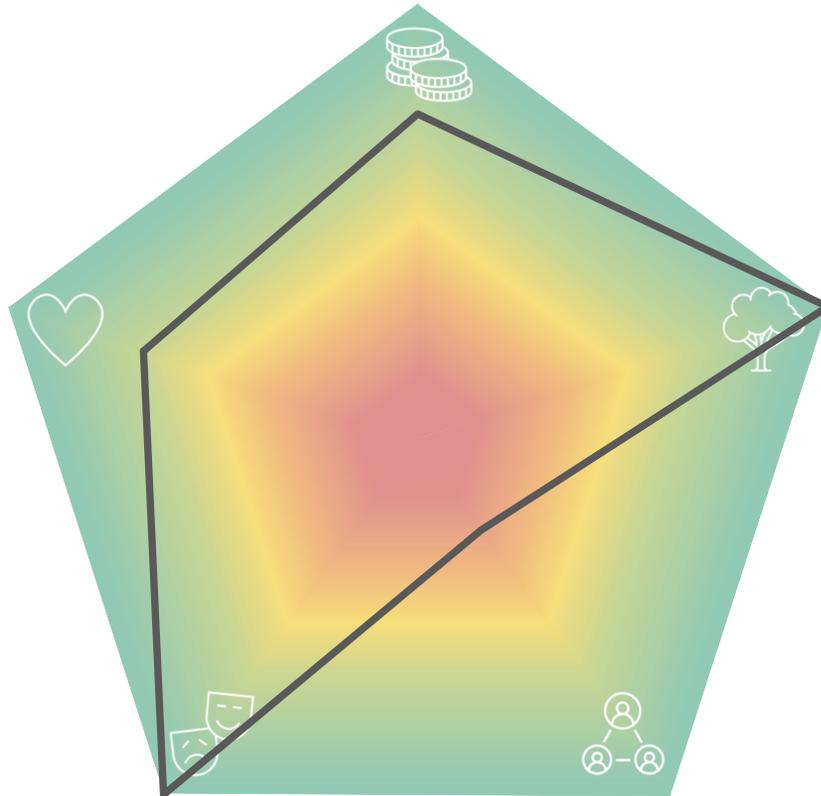


# Quartierspositionierung

## Die grüne Stadtbühne



— Status Quo



### Ökonomischer Vermögenswert

- Zentrum städtischer Verwaltungen
- geringer Anteil an Einzelhandels- und Gastronomienutzungen
- Dortmunder Theater unterhält jährlich mehrere tausend Zuschauer:innen und bringt somit auch Besucher:innen bzw. potenzielle Kund:innen in die Dortmunder City



### Ökologischer Vermögenswert

- Stadtpark als bedeutendste Grünanlage und die grüne Lunge der Dortmunder City prägt den ökologischen Vermögenswert des Quartiers maßgeblich



### Sozialer Vermögenswert

- Ankommensort für Besucher:innen der südlichen angrenzenden Wohngebiete (fußläufige Anbindung) sowie über die Stadtbahnhaltestelle Stadtpark aus anderen Stadtteilen
- Zentrum für Politik, Verwaltung und Versammlungen
- zentraler Treffpunkt für Bettler:innen, Obdachlose und Drogenabhängige
- zugleich Nutzung der Skateanlage und Spielmöglichkeiten durch Familien mit Kindern und Jugendliche



### Kultureller Vermögenswert

- Dortmunder Theater und Schauspielhaus als wichtige kulturelle Einrichtungen mit überregionalem Einzugsgebiet
- geschichtsträger Platz mit Mahmal für die Alte Synagoge
- historisch geprägter Friedensplatz (Friedenssäule) mit zentralen Verwaltungseinrichtungen der Stadt Dortmund
- Veranstaltungsort: u. a. Dortmunder Kultursommer, Cityring-Konzerte, GourmeDo (s. S. 96)



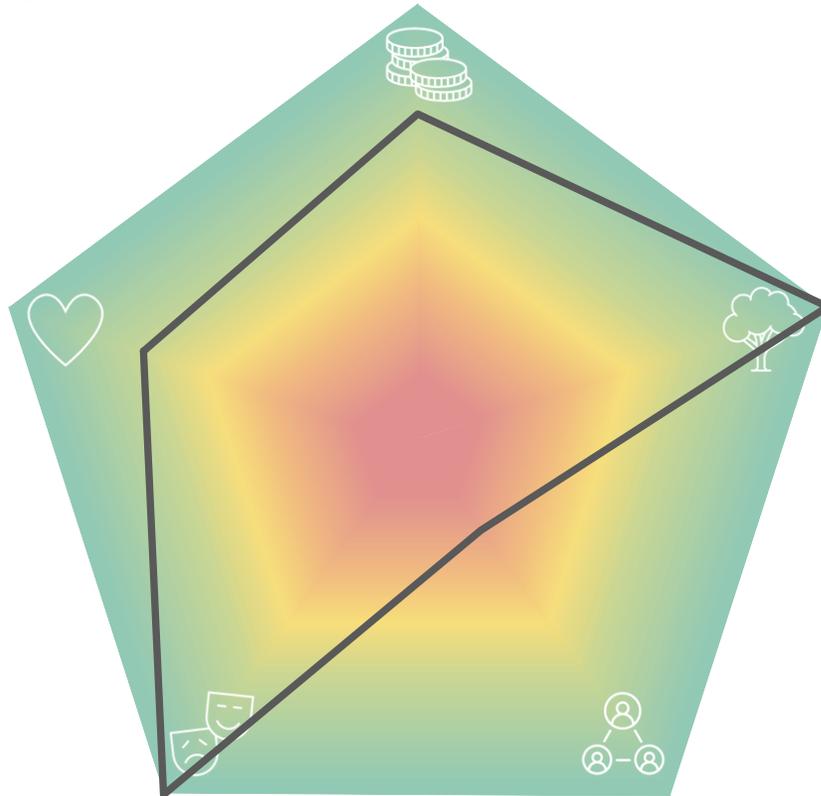


# Quartierspositionierung

## Die grüne Stadtbühne



— Status Quo



### Emotionaler Vermögenswert

- beeindruckende Aufführungen und Veranstaltungen im Theater
- Hochzeiten im Standesamt Dortmund, die auf dem Friedensplatz weiter celebriert werden
- Kinder und Jugendliche verbringen ihre Freizeit im Skatepark des Stadtgartens
- Sichtbarkeit ärmlicher und hilfsbedürftiger Situationen sowie Menschen





# Quartierspositionierung

## Die grüne Stadtbühne



### Stärken

- Stadtgarten als größte Grünanlage der Dortmunder City
- wichtiger Mobilitätsschwerpunkt für alle Verkehrsteilnehmenden
- Friedensplatz als Hauptveranstaltungsort innerhalb der City
- Quartier mit wichtigen, städtischen Verwaltungseinrichtungen
- kultureller Schwerpunkt : Theater und Schauspielhaus Dortmund

### Chancen

- Entwicklung des Stadtgartens als attraktiven Aufenthaltsort (zum Treffen, Verweilen, um die Mittagspause dort zu verbringen)
- Erhöhung der Sicherheit und Sauberkeit (neben bereits umgesetzten Maßnahmen zur Beleuchtungsverbesserung)
- Aufwertung des Spielplatzes Hansastrasse
- fortlaufende Nutzung des Friedensplatzes als Hauptveranstaltungsort
- Herstellung stärkerer Synergien zwischen dem Dortmunder Theater und Schauspielhaus mit dem Quartier
- Dauerhafte Etablierung des Feierabendmarktes auf dem Platz der Alten Synagoge
- Etablierung einer „Kulturroute“ und Vernetzung der kulturellen Angebote mit weiteren Einrichtungen aus dem Bereich Kunst und Kultur in der Dortmunder City
- geplanter Neubau der Jungen Bühne am Hohen Wall/Ecke Hövelstraße zur weiteren Profilierung als Kulturstandort

### Schwächen

- Problematik mit Bettler:innen, Obdachlosen und Drogenabhängigen
- subjektives Unsicherheitsempfinden: sowohl für Dortmunder Bürger:innen als auch für Auswärtige (u. a. Besucher des Theaters)
- mangelnde Sauberkeit
- Stadtgarten als einer der unbeliebtesten Aufenthaltsorte der Dortmunder City (s. Auswertungsergebnisse Online-Befragung, S. 75)
- isolierte Wirkung des Theaters und Schauspielhauses

### Risiken

- Meidung des Quartiers (insb. Stadtgarten) durch Zunahme des Unsicherheitsempfindens und damit einhergehender Frequenzverlust
- Qualitätsverlust des Stadtgartens aufgrund erhöhten Müllaufkommens
- negative Auswirkungen auf die kulturellen Angebote durch zunehmende Imageproblematik des Gesamtquartiers



**Die grüne  
Stadtbühne –  
Freizeit gestalten  
auf den Bühnen  
der City**



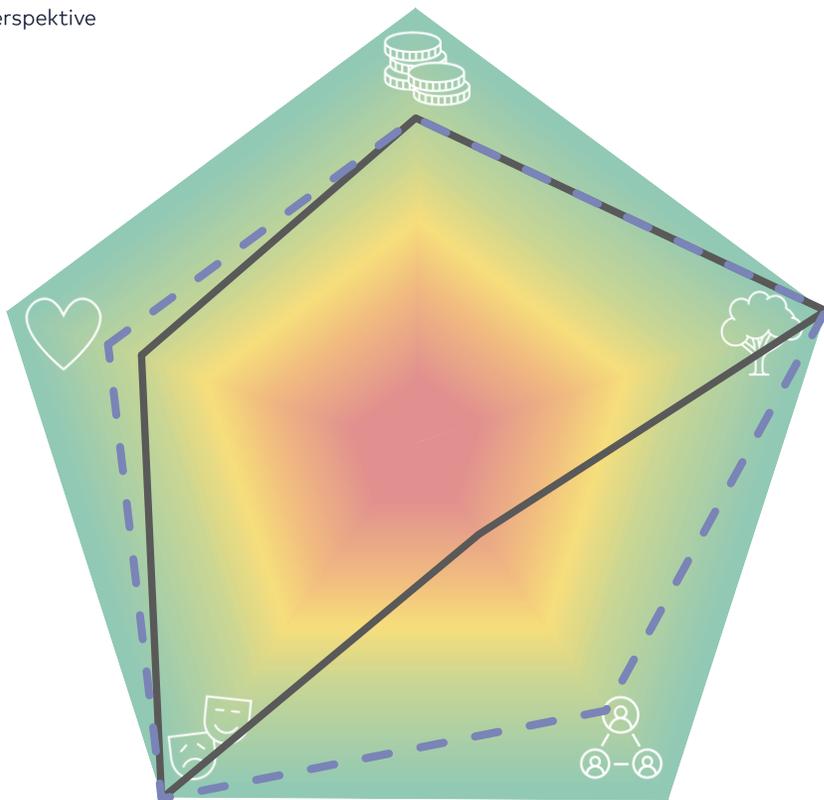


# Quartiersprofilierung

## Die grüne Stadtbühne



- Status Quo
- - - Zielperspektive



### „Die grüne Stadtbühne – Freizeit gestalten auf den Bühnen der City“

Die grüne Stadtbühne der City bietet unterschiedlichen Nutzungen einen Platz zum Glänzen – das Rathaus als politische Bühne, die Stadtverwaltung als administrative Bühne, der Stadtgarten als grüne Bühne, das Theater als kulturelle Bühne und der Friedensplatz als Veranstaltungsbühne. Der Stadtgarten blüht als größte, innerstädtische Grünfläche „die grüne Lunge“ neu auf und bietet Ankommenden einen geschützten Ort. Kinder und Jugendliche erfreuen sich an den Sportaktivitäten im Skatepark. Vor allem emotional hat das Quartier Einiges zu bieten: ob durch den Besuch einer beeindruckenden Aufführung im Theater, dem Anblick einer gerührten Hochzeitsgesellschaft auf dem Friedensplatz oder einem Mittagsimbiss in blühender Atmosphäre des Stadtgartens. Die grüne Stadtbühne mit dem großen Mobilitätsknotenpunkt ist auch ein Ort des Ankommens und der Orientierung. Durch eine verbesserte Wegeführung und Inszenierung ist das Quartier mit den westlich gelegenen Kultureinrichtungen, den nördlich angrenzenden Einkaufsmöglichkeiten sowie den Gastronomie- und Einzelhandelsangeboten im Osten vernetzt.

Quelle: Darstellung Stadt + Handel.

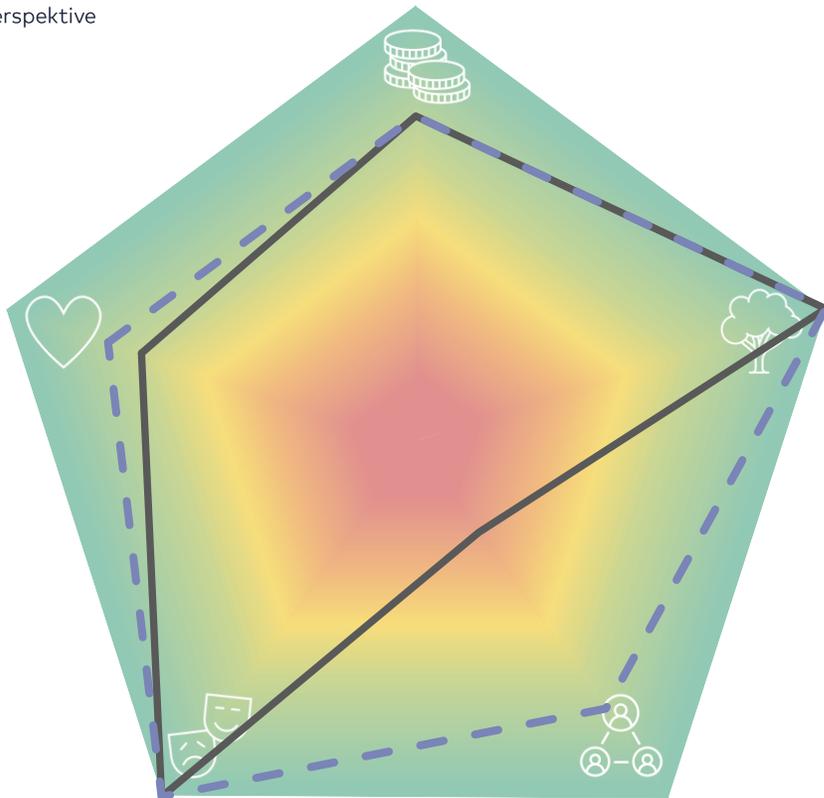


# Quartiersprofilierung

## Die grüne Stadtbühne



— Status Quo  
- - - Zielperspektive



### Profilierungsziele

#### Ökonomischer Vermögenswert

- Kultur- und Verwaltungseinrichtungen stellen die wesentlichen Ankerleistungen des Quartiers dar. Diese gilt es langfristig zu erhalten und zu stärken. Die Bühnen bringen ein vielfältiges Publikum in das Quartier und die gesamte City.

#### Ökologischer Vermögenswert

- Der Stadtgarten ist die grüne Lunge der Dortmunder City. Durch eine weitere qualitätvolle Aufwertung wird der Stadtgarten seiner Funktion als größte Grünfläche der Innenstadt gerecht.
- Von Grau zu Grün: graue Flächen wandeln sich in grüne Räume und ergänzen somit den Stadtgarten.
- Grünelemente verbinden die unterschiedlichen Bühnen des Quartiers, nicht nur horizontal sondern auch vertikal.
- Das Quartier wird allen Verkehrsteilnehmenden gleichermaßen gerecht.

#### Sozialer Vermögenswert

- Als grüne Bühne des Quartiers und der City ist der Stadtgarten ein beliebter Aufenthaltsort. Hier kommt man an, verweilt oder verbringt die Mittagspause. Kinder und Jugendliche nutzen die unterschiedlichen Freizeitmöglichkeiten. Die Probleme der Vergangenheit sind behoben und haben einen maßgeblichen positiven Einfluss auf den sozialen Vermögenswert des Quartiers.
- Der Friedensplatz ist ein Ort der Veranstaltungen, Konzerte, Demonstrationen, Hochzeiten. Die Menschen suchen den Friedensplatz aus unterschiedlichen Gründen auf – doch eines hat das Ganze gemeinsam: der Friedensplatz ist auch ein Ort des Zusammenkommens.
- Der Platz der Alten Synagoge ist nicht nur ein Veranstaltungs- sondern auch einen Aufenthaltsort.

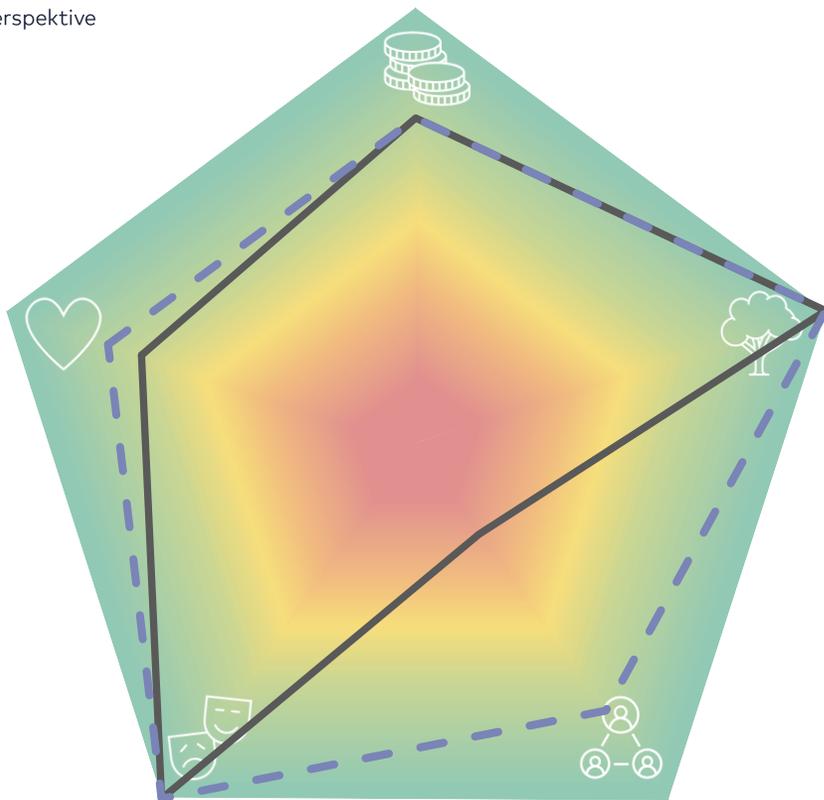


# Quartiersprofilierung

## Die grüne Stadtbühne



— Status Quo  
- - - Zielperspektive



### Profilierungsziele

#### Kultureller Vermögenswert

- Der Friedensplatz ist neben dem Hansaplatz einer der Hauptveranstaltungsorte der Dortmunder City.
- Doch nicht nur der Friedensplatz fungiert als Veranstaltungsort im Quartier. Auch der Platz der Alten Synagoge etabliert sich als kleinteiliger Veranstaltungsort für einen Feierabendmarkt, aber auch kleinere Weihnachtsmarktstände sind zur Advents- und Weihnachtszeit dort vorzufinden.
- Das Theater sowie die weiteren Bühnen bilden Kulturschwerpunkte in Verbindung mit weiteren Kultureinrichtung der City, mit Auswirkung auf ganz Dortmund.

#### Emotionaler Vermögenswert

- Die Veranstaltungen ziehen Besucher:innen in das Quartier, schaffen emotionale Erlebnisse und vernetzen es mit den übrigen Quartieren der City. Auf dem Friedensplatz lösen die verschiedenen Gründe des Zusammenkommens auch gleichzeitig unterschiedlichste Emotionen aus.
- Licht-, Kunst- und Grünelemente sorgen für eine weitere Belebung des Quartiers.



# Quartiersprofilierung

## Die grüne Stadtbühne



### Umsetzungsempfehlungen

#### Ökonomischer Vermögenswert

- Ansiedlung von Mischnutzungen im RAG-Gebäude und Hansa 101: z. B. Büroräume, (Studenten-)Wohnen, nicht-störendes Handwerk, Seminarräume für Studierende der Hochschulen
- Einrichtung einer Aftershow-Lokalität für Theater-Besucher:innen im Hansa 101, ggfs. in Verbindung mit Nutzung der Dachgeschossflächen

#### Ökologischer Vermögenswert

- grünpflegerische Gestaltung des Stadtgartens zur Erhöhung der ökologischen Vielfalt und zur adäquaten Nutzung der größten Grünfläche in der City
- Fassadenbegrünung großformatiger Immobilien an der Hansastraße (insb. RAG-Gebäude und Hansa 101)
- Einrichtung moderner (digitaler) Mobilitätshubs, um allen Verkehrsteilnehmenden gleichermaßen gerecht zu werden und den Stadtgarten als Mobilitätsschwerpunkt weitergehend zu stärken: Radabstellanlagen, Abstellanlagen für Lastenräder und E-Scooter, Car- und Bikesharing, Haltestellen für Shuttle und ÖPNV; Übertragung des Verkehrsangebots (inkl. Parkplatzangebot) in eine entsprechende digitale Plattform

#### Sozialer Vermögenswert

- Aufwertung des Stadtgartens, Umsetzung der Maßnahmen zur Verbesserung der Beleuchtung und Fortführung grünpflegerischer Maßnahmen zur Vermeidung dunkler/unsicherer Ecken und zur Erhöhung des Sicherheitsgefühls
- Erhöhung des Einsatzes von Ordnungs- und Sicherheitspersonal zur Verminderung des (subjektiven) Unsicherheitsempfindens (siehe aktuelles Modellprojekt: mind. einmal pro

Schicht Bestreifung durch den kommunalen Ordnungsdienst (KOD) sowie täglich Mobile Wache (KOD und Polizei) zu unterschiedlichen Zeiten) sowie Erhöhung des Einsatzes eines privaten Sicherheitsdienstes; Ausweitung des aktuellen Projekts zum Einsatz von Streetworkern

- umfassende Neugestaltung des Spielplatzes Hansastrasse mit modernen Spielgeräten (ggfs. Thema Musik/Theater einbinden) zur Steigerung der Attraktivität und Vermeidung nicht-einsehbarer Ecken (s. Best-Practice-Beispiel, S. 200)
- Einrichtung von Serviceangeboten zur weiteren Stärkung des Stadtgartens als Mobilitätsknotenpunkt: z. B. Kinderwagen-/Bollerwagenverleih; Ausweitung der Serviceangebote in der Innenstadt (insb. Katharinenviertel) als abgestimmtes Konzept und umfangreiche Dienstleistung (s. Best-Practice-Beispiel, S. 200)
- Einrichtung eines Hubs zum Ausleihen von Spielgeräten (z. B. Springseil, Badmintonschläger etc.) (s. Best-Practice-Beispiel, S. 201)



# Quartiersprofilierung

## Die grüne Stadtbühne



### Umsetzungsempfehlungen

#### Kultureller Vermögenswert

- dauerhafte Etablierung des Feierabendmarktes auf dem Platz der Alten Synagoge (Synergieeffekte zur geplanten Theaterbar möglich)
- Ausweitung der Weihnachtsstadt auf den Platz der Alten Synagoge
- Einrichtung einer Outdoor-Bühne im Stadtgarten für niederschwellige Kulturangebote, um die Verbindung zwischen Theater und Friedensplatz zu stärken
- Einrichtung eines Freilicht-Kinos im Stadtgarten: Besucher:innen können dieses unkonventionell mit einer eigenen Decke sowie mitgebrachten Speisen und Getränke besuchen
- Fokussierung der Veranstaltungen auf dem Friedensplatz auf Events, die die Themen „Kultur“ und „Musik“ in Form von Stadtfesten und Konzerten aufgreifen; zudem Aufgreifen des Themas „Sport in der Innenstadt“ durch Sportveranstaltungen, wie bspw. Tischtennis-, Boulder-Turnier, Minigolf
- Einbindung des Theaters und Schauspielhauses im Rahmen der „Kulturmeile“:
  - Durchführung als (jährlich) wiederkehrende Veranstaltung
  - für alle in der Kulturmeile integrierten Einrichtungen der Dortmunder City wird eine programmatische Bespielung der Immobilien organisiert
  - Markierung bzw. Inszenierung der Wegeverbindungen zwischen den teilnehmenden Einrichtungen zum Veranstaltungszeitpunkt
- Durchführung gemeinsamer Aktionen und Veranstaltungen im „Verbindungsraum“ zwischen Theater und Konzerthaus

#### Emotionaler Vermögenswert

- qualitätvolle Gestaltung des Friedensplatzes bzw. Standesamtsvorplatzes, um attraktive Verweilmöglichkeiten für Hochzeitsgesellschaften zu etablieren (z. B. Foto-Spots, Hängeschaukel, Sektbar, mobiles Grün) (s. Best-Practice-Beispiele, S. 202)
- Etablierung des Stadtgartens als Ort des Ankommens und der Orientierung:
  - Einsatz von Beleuchtung als Wegweiser und zur Inszenierung bzw. Verbindung der unterschiedlichen Bühnen
  - Durchführung von kleinteiligen Veranstaltungen im Zusammenhang mit Veranstaltungen auf dem Platz der Alten Synagoge und auf dem Friedensplatz
  - Einrichtung eines kleinteiligen (temporären) Gastronomieangebots: z. B. Food-Truck, Pop-Up-Gastronomie oder smarter Kiosk (s. Best-Practice-Beispiele, S. 203)



# Best-Practice-Beispiele

## Die grüne Stadtbühne



Klang-/Musikspielplatz



### Kinderspielbereiche

Viele Innenstadtgeschäfte bieten Spielkisten oder schön gestaltete Kinderspielecken, damit auch die kleinen Besuchern beim Einkaufsbummel ihren Spaß haben.



### Still- und Wickelräume

Auch für den Stadtbummel von Familien mit Nachwuchs ist die Einkaufsstadt Braunschweig ideal ausgestattet. An mehreren Orten in der Innenstadt sind Still- und Wickelräumen zu finden.



### Buggyverleih

Die Kinderfüße sind schwer und der Weg noch weit: Wie gut, dass sich Familien in der Touristinfo einfach und unkompliziert einen Buggy ausleihen können.



### Powerbankverleih

Unterwegs in der Braunschweiger Innenstadt und plötzlich ist der Akku des Smartphones



### Schließfächer: Gut aufgehoben

Schwer gepackt? In der Braunschweiger Innenstadt haben Sie die Möglichkeit, Ihre



### Rollstuhl- und Rollatorenverleih

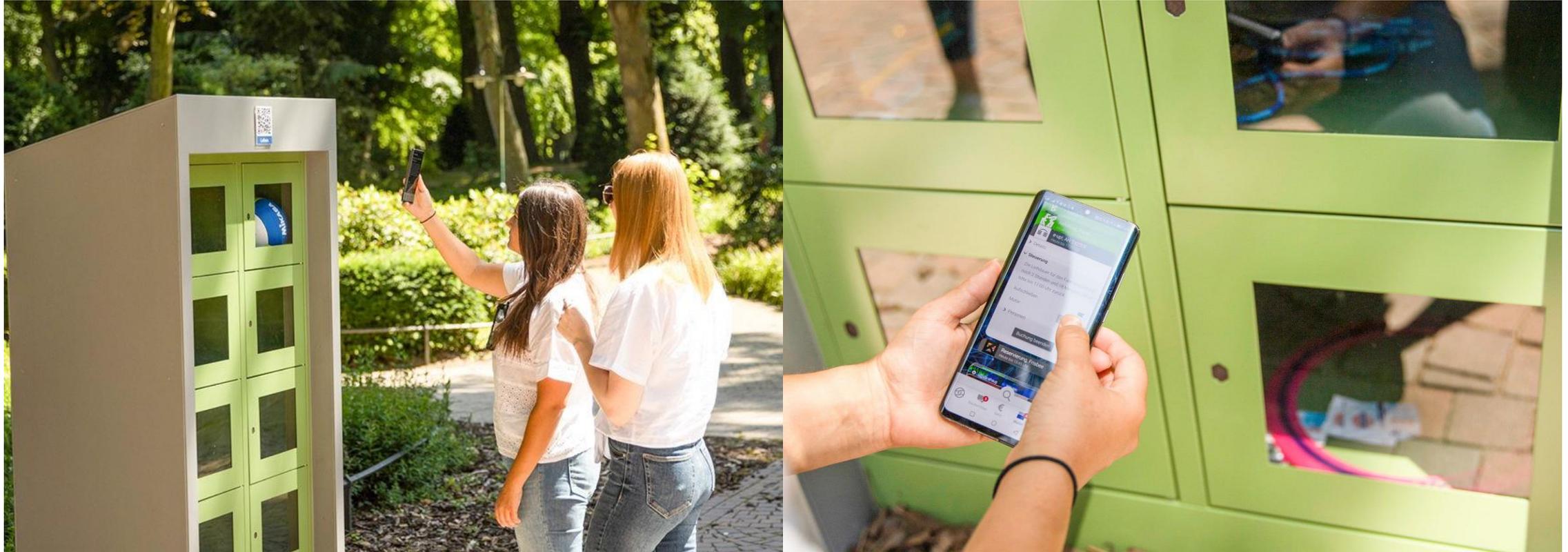
Mobil und ohne Hindernisse die Löwenstadt Braunschweig in jedem Alter erkunden - mit

Serviceangebote in der Innenstadt (Braunschweig)



# Best-Practice-Beispiele

## Die grüne Stadtbühne



Öffentlicher Spielgeräteverleih (Ahaus)

Quelle: <https://digitalstadt-ahaus.de/spots>



# Best-Practice-Beispiele

## Die grüne Stadtbühne



Gestaltungsidee für den Vorplatz des Standesamtes

Quelle: <https://www.pinterest.de/pin/854417360570851133/>  
<https://www.pinterest.de/pin/653655333440241470/>  
<https://www.pinterest.de/pin/777293216957133464/>



# Best-Practice-Beispiele

## Die grüne Stadtbühne



Pop Up-Gastronomie (Düsseldorf)



Smarter Kiosk (Ahaus)

# Quartiersprofilierung

Klosterviertel

Rosenviertel

Brückviertel

Unser Altstadtviertel

Hansaviertel

Die grüne Stadtbühne

Katharinviertel

Boulevard der Dortmunder:innen

Einkaufsmeile Hellweg



# Quartierssteckbrief

## Katharinenviertel

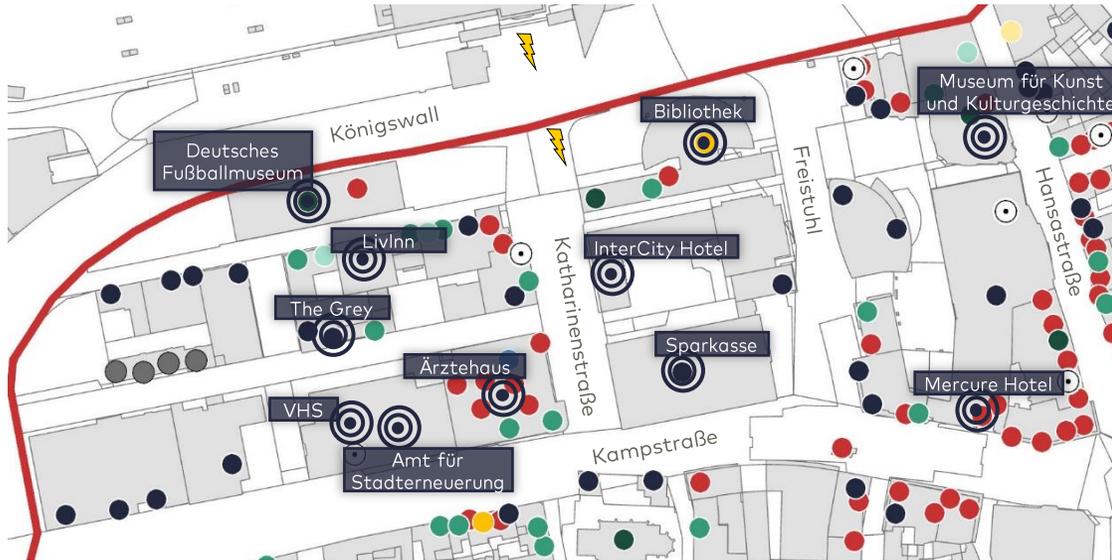


Quelle: Fotos Stadt + Handel.



# Quartierssteckbrief

## Katharinviertel



### Bestand nach Nutzung

- Dienstleistung
- Einzelhandel
- Gastronomie
- Leerstand
- Öffentliche und soziale Einrichtungen
- Bildungseinrichtung
- Freizeit und Kultur
- Spielhallen
- medizinische Einrichtungen
- Handwerk und Gewerbe
- Wohnnutzung

### Kristallisationspunkte

- ⊙ Einzelhandel
- ⊙ Gastronomie
- ⊙ zentrenergänzende Funktion
- ⚡ soziale Problemlage

### Abgrenzung

- ▭ Untersuchungsgebiet

### Funktionale Qualitäten

die Funktionsstruktur lässt sich im Wesentlichen in drei Bereiche einteilen: im westlichen Bereich sind vornehmlich ZEF und Wohnnutzungen vorzufinden, der Bereich rund um die Katharinenstraße setzt sich aus einer Mischung an Einzelhandels- und Gastronomienutzungen sowie ZEF zusammen, im östlichen Bereich bestimmen Einzelhandelsnutzungen die Funktionsstruktur, ergänzt um gastronomische Nutzungen und ZEF; insb. ZEF bilden wichtige Anker Nutzungen des Quartiers: u. a. Deutsches Fußballmuseum, Dortmunder Centrum für Medizin und Gesundheit (DOC), Volkshochschule (VHS) Dortmund, Hauptgeschäftsstelle der Sparkasse, Stadt- und Landesbibliothek, Museum für Kunst- und Kulturgeschichte, Jobcenter sowie mehrere Beherbergungsbetriebe

### Funktionsstruktur & Anker nutzungen

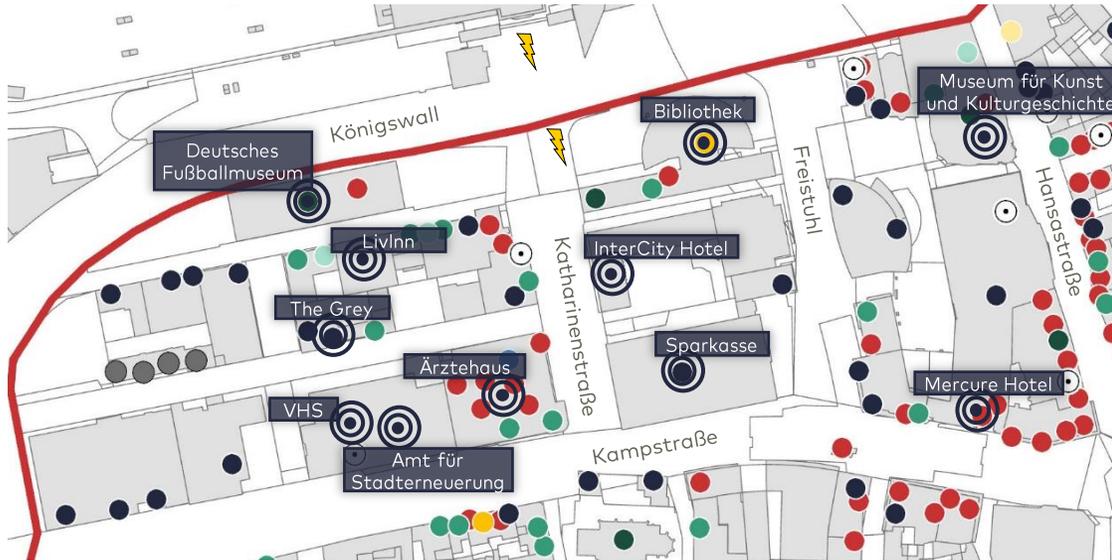
im Bereich Einzelhandel sind keine Markenfilialist:innen vorhanden, das Einzelhandelsangebot wird durch inhaber:innengeführte überwiegend kleinflächige Betriebe abgedeckt; keine klare Preisorientierung erkennbar (Einzelhandelsangebot reicht vom preisorientierten über standardisierten bis hochwertigen Preissegment); ZEF sind im Wesentlichen den Bereich Gesundheit/Medizin, Beherbergungsbetriebe, Sparkasse/Banken, Kunst/Kultur, öffentlichen Einrichtungen sowie Dienstleistungen mit geringerer Frequenzintensität (u. a. Wohnungsbaugesellschaft); der Betriebstypenmix im Bereich Gastronomie setzt sich aus Cafés, Bistros, Restaurants und Kneipen, ergänzt durch eine Diskothek, zusammen

### Marken- & Angebotsportfolio



# Quartierssteckbrief

## Katharinviertel



### Bestand nach Nutzung

- Dienstleistung
- Einzelhandel
- Gastronomie
- Leerstand
- Öffentliche und soziale Einrichtungen
- Bildungseinrichtung
- Freizeit und Kultur
- Spielhallen
- medizinische Einrichtungen
- Handwerk und Gewerbe
- Wohnnutzung

### Kristallisationspunkte

- ⊙ Einzelhandel
- ⊙ Gastronomie
- ⊙ zentrenergänzende Funktion
- ⚡ soziale Problemlage

### Abgrenzung

- ▭ Untersuchungsgebiet

### Funktionale Qualitäten

### Nutzungs- & Immobilienqualitäten

Baustilmix aus historischen (u. a. Museum für Kunst- und Kulturgeschichte) sowie modernen Gebäuden (u.a. Fußballmuseum und RWE-Tower); Fassadensanierungen (u. a. InterCity Hotel (bereits abgeschlossen)) führen zu einer insgesamt hohen Immobilienqualität im Quartier; Gestaltung der Schaufenster- und Werbung überwiegend angemessen; Außengastronomiebereiche teilweise mit Werbeschirmen und veralteter Bestuhlung ausgestattet

Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Daten: GMA 10/2021; im Auftrag der Stadt Dortmund; Kartengrundlage: Stadt Dortmund.



# Quartierssteckbrief

## Katharinenviertel



- Platzsituation
- Grünfläche
- großflächige Strukturen
- zentrale Eingangssituation
- Schlüsselimmobilie
- Tiefgarage
- Stadtbahnhaltestelle
- Hauptbahnhof
- Museum

### Städtebauliche Qualitäten

im Vergleich zur restlichen Dortmunder City zeichnet sich das Quartier durch eine nahezu durchgehend großflächige Bebauungsstruktur aus; dabei stechen insb. das Deutsche Fußballmuseum, die Stadt- und Landesbibliothek, das DOC-Ärztelhaus (ehem. West LB) sowie der RWE Tower als städtebauliche Dominanten heraus; bis auf die Katharinenstraße ist das gesamte Quartier für den MIV zugänglich; die Katharinenstraße ist zusammen mit den Katharinentreppen und dem Platz der Deutschen Einheit als verkehrsfreie Zone ausgewiesen; Platz der Deutschen Einheit und Platz von Amiens bilden zentrale Platzsituationen des Quartiers; geringe Aufenthaltsqualität und mangelnde städtebauliche Qualität des Platzes von Amiens; Gestaltung des Eingangsbereichs bzw. der gesamten Achse zwischen Hbf und Petrikirche verbesserungswürdig; unmittelbare Nähe zum Dortmunder U, Quartier übernimmt Verbindungsfunktion zwischen dem Dortmunder U und dem Innenstadtbereich

### Stadtgestaltung & Stadtstruktur

### Erreichbarkeit & Orientierung

wichtigster Mobilitätsknotenpunkt (Hbf) in räumlicher Nähe; Erreichbarkeit mit dem ÖPNV wird zudem über die Stadtbahnhaltestelle Kampstraße gesichert; mehrere metropolradruhr-Stationen sichern die Erreichbarkeit mit dem Rad (u. a. am Hbf); Katharinenstraße als Hauptverbindungsachse für Fußgänger:innen vom Hbf in die Haupteinkaufslage der Dortmunder City; zahlreiche Pkw-Stellplätze gewährleisten eine angemessene Erreichbarkeit mit dem MIV; diverse Zuwegungen in das Quartier

Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Daten: GMA 10/2021; im Auftrag der Stadt Dortmund; Kartengrundlage: Stadt Dortmund.



# Quartierssteckbrief

## Katharinenviertel



- Platzsituation
- Grünfläche
- großflächige Strukturen
- zentrale Eingangssituation
- Schlüsselimmobilie
- Museum
- Tiefgarage
- Stadtbahnhaltestelle
- Hauptbahnhof

### Städtebauliche Qualitäten

#### Nutzungs- & Flächenpotenziale

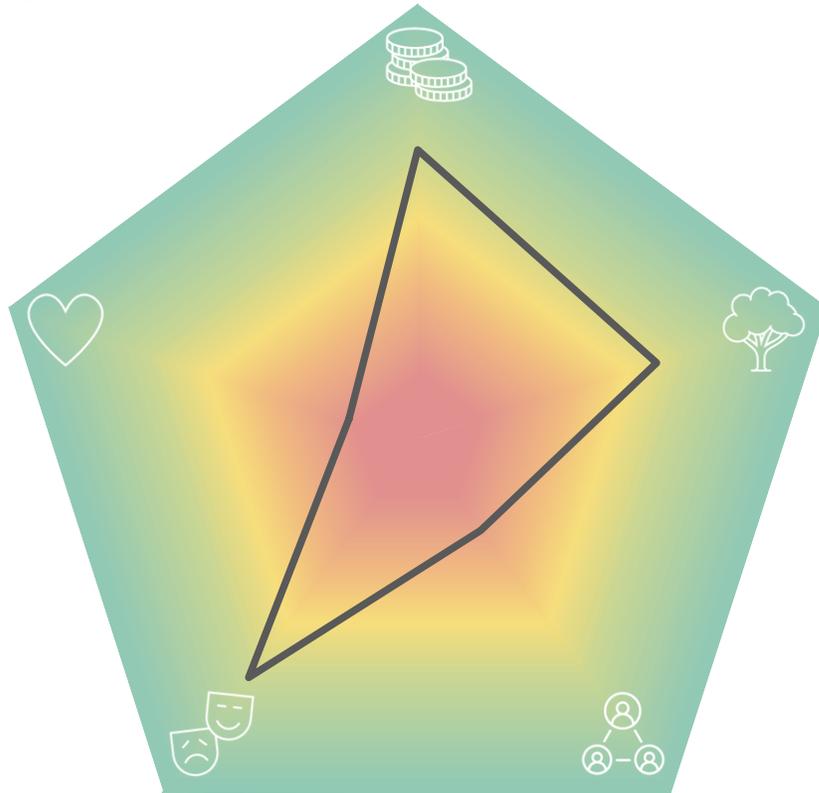
langjährige und teilweise großflächige Leerstände des Westfalenforums wirken sich, insbesondere aufgrund der großflächigen Schaufensterfassade an der Museumsgasse, negativ auf das Quartier aus, Westfalenforum bietet als Schlüsselimmobilie allerdings gleichzeitig Flächenpotenziale für neue Nutzungen



# Quartierspositionierung Katharinviertel



— Status Quo



## Ökonomischer Vermögenswert

- Umbau des Hauptbahnhofs zahlt auf den ökonomischen Vermögenswert ein
- überwiegend durch ZEF geprägtes Quartier
- insb. die angesiedelten Beherbergungsbetriebe, die Zentrale der Sparkasse sowie weitere ZEF (u. a. Ärzte) zahlen auf den ökonomischen Vermögenswert ein



## Ökologischer Vermögenswert

- Baumalleen entlang der Katharinenstraße und am Königswall
- Grünfläche rund um die Stadt- und Landesbibliothek
- großflächige Gebäudestrukturen bieten noch Potenzial für Fassaden- und Dachbegrünung



## Sozialer Vermögenswert

- zahlreiche zentrenergänzende Nutzungen (insb. VHS)
- Hauptankommensort insb. für Auswärtige; Katharinenstraße als wichtige Verbindungachse zur Haupteinkaufslage
- Problematik mit Obdachlosen, Bettler:innen und Drogenabhängigen (Nutzung des Vorplatzes als Treffpunkt)
- Kriminalität und Unsicherheitsgefühl wirken sich negativ auf den sozialen Vermögenswert aus



## Kultureller Vermögenswert

- das Museum für Kunst- und Kulturgeschichte, das Deutsche Fußballmuseum, die Stadt- und Landesbibliothek sowie die unmittelbare Nähe zum Dortmunder U zahlen auf den kulturellen Vermögenswert ein
- Kunst- und Kulturangebote bestehen bislang allerdings isoliert und wirken nicht identitätsstiftend für das Quartier

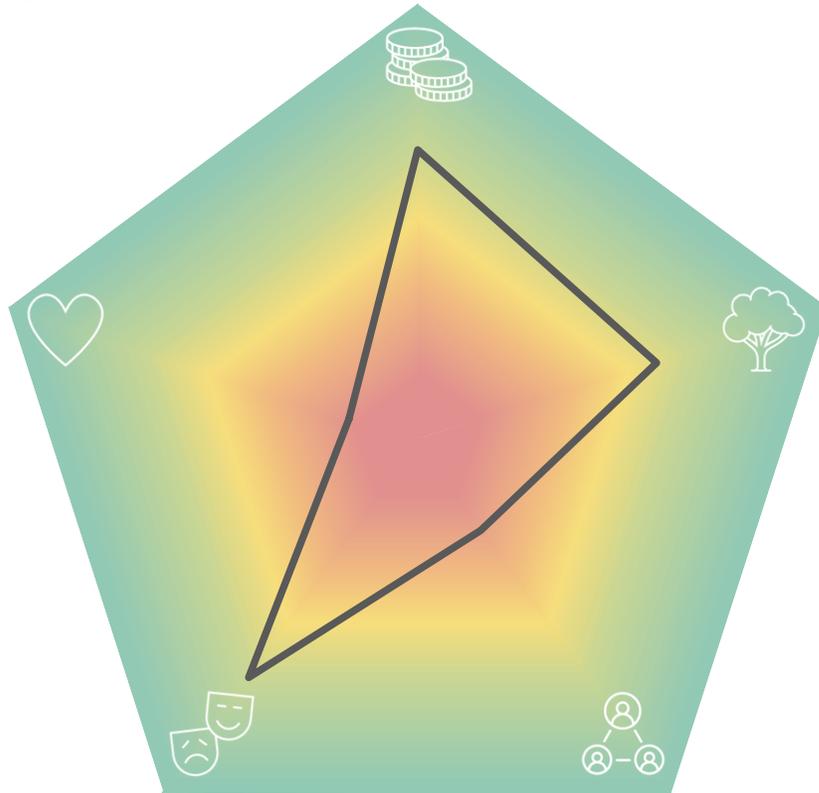




# Quartierspositionierung Katharinviertel



— Status Quo



## Emotionaler Vermögenswert

- subjektives Unsicherheitsempfinden
- unattraktive/abschreckende Eingangssituation insb. für Auswärtige
- Hauptbahnhof sowie die Katharinentreppen als einer der unbeliebtesten Aufenthaltsorte der Dortmunder City





# Quartierspositionierung

## Katharinviertel



### Stärken

- hohe Passant:innenfrequenzen aufgrund der Nähe zum Hbf
- Katharinenstraße als zentrale Laufachse zwischen Bahnhof und City
- Quartier stellt aufgrund des Hbf ein Ankommensquartier für auswärtige Innenstadtbesuchende und viele Dortmunder Bürger:innen dar
- neben ÖPNV zudem sehr gute Erreichbarkeit mit MIV durch zahlreiche Pkw-Stellplätze
- diverse Anker nutzungen im Dienstleistungssektor erzeugen zusätzliche Frequenzen (u. a. Ärzte und Hotels)
- attraktives kulturelles Angebot durch mehrere im Quartier verortete Museen

### Schwächen

- soziale Problemlage am Platz der Deutschen Einheit, welche die Aufenthaltsqualität des Platzes stark beeinträchtigt, dadurch ist der Platz untergenutzt
- negative Eingangssituation beginnt auf dem Vorplatz des Hbf und setzt sich über die Katharinentreppen in die Katharinenstraße fort (sowohl städtebauliche Gestaltung als auch Unsicherheitsempfinden)
- Leerstände im Westfalenforum beeinträchtigen die Qualität des Quartiers

### Chancen

- Profilschärfung als Quartier des „Ankommens“
- Verbesserung der Sicherheit und Sauberkeit, um das Sicherheitsempfinden insb. auswärtiger Besucher:innen zu steigern und diese langfristig als Besuchende und Kund:innen der Dortmunder City zu binden
- Grünfläche der Stadt- und Landesbibliothek und Platz der Deutschen Einheit bieten Aufenthaltspotenzial
- Potenzial zur Imagebildung aufgrund des Deutschen Fußballmuseums
- Ausrichtung auf frequenzintensive Dienstleistungen im Gesundheitssektor
- Herausbilden einer Kulturroute durch die Verknüpfung der vorhandenen Kunst- und Kulturangebote sowie der Sichtachse zum Dortmunder U
- Nutzung des Potenzials des Westfalenforums als Schlüsselimmobilie

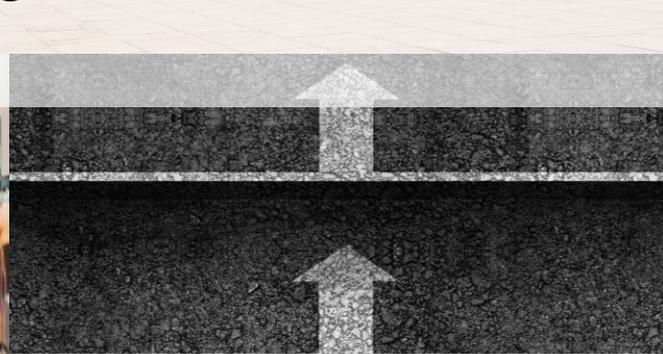
### Risiken

- Rückgang der Frequenzen aufgrund eines unsicheren und unsauberen Ankommensortes
- Bedeutungsverlust des Platzes der Deutschen Einheit
- Rückgang der Besucher:innenzahlen im Deutschen Fußballmuseum sowie im Museum für Kunst- und Kulturgeschichte
- Meidung eines erneuten Besuchs der Dortmunder City aufgrund negativer Erfahrungen beim unmittelbaren Ankommen in der City



# Das Katharinenviertel als Entrée

...denn der erste Eindruck zählt



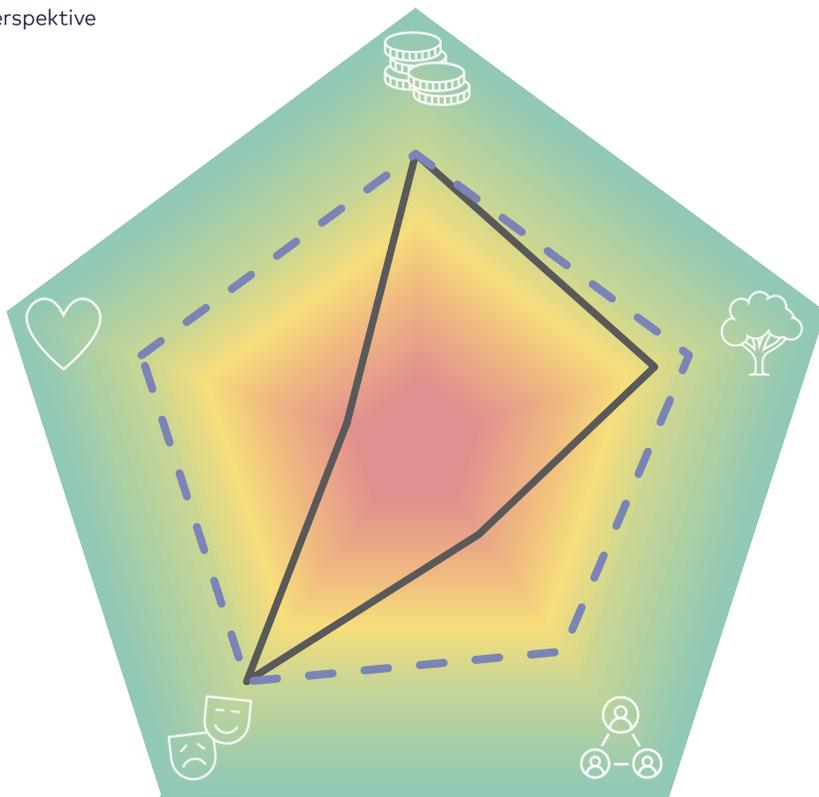


# Quartiersprofilierung

## Katharinviertel



— Status Quo  
- - - Zielperspektive



### „Das Katharinviertel als Entrée ...denn der erste Eindruck zählt“

Das Katharinviertel ist Ort des Ankommens, der Begegnung, der Entscheidung. Als Entrée der City werden den Ankommenden direkt zu Beginn die vielfältigen Möglichkeiten der Dortmunder City vorgestellt und das nicht nur analog, sondern auch digital! Das Bild Dortmunds als Großstadt wird hier deutlich. Das Katharinviertel bietet jedoch nicht nur Zugang in die City, vielmehr ist hier urbanes Leben wahrnehmbar – egal ob auf der Katharinentreppe, dem Platz der Deutschen Einheit oder in der Stadt- und Landesbibliothek. Die Museen laden Ankommende direkt zu Beginn zu einem Erlebnis ein und sind mit weiteren Kultureinrichtungen vernetzt. Auswärtige, Besucher:innen der City, Berufstätige und Anwohner:innen sowie ihre individuellen Bedürfnisse treffen im Katharinviertel aufeinander.

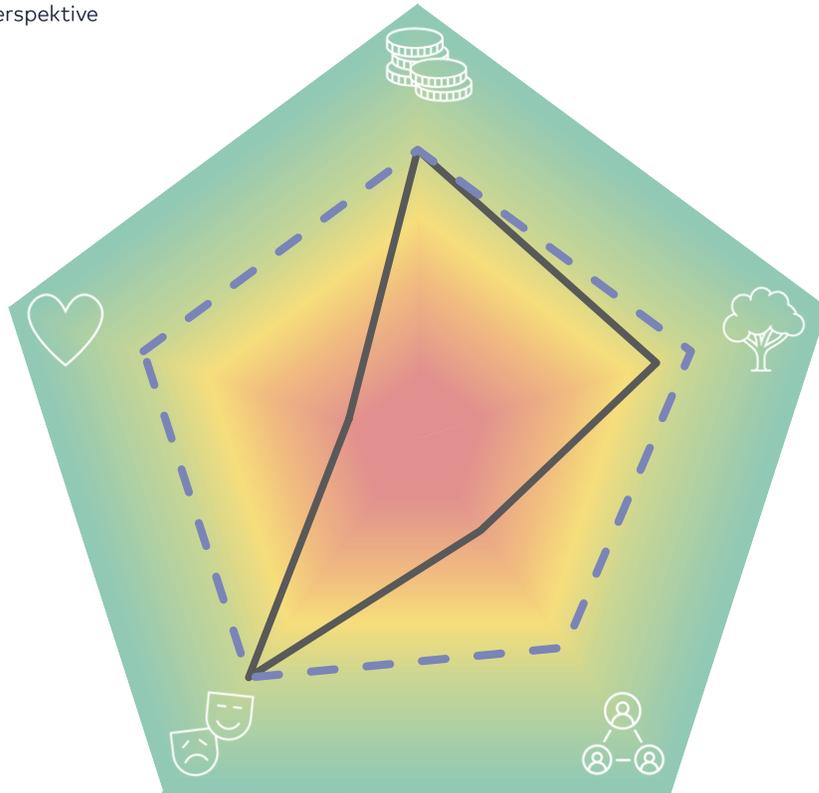


# Quartiersprofilierung

## Katharinenviertel



- Status Quo
- - - Zielperspektive



### Profilierungsziele

#### Ökonomischer Vermögenswert

- Das Katharinenviertel lebt durch die Mischung unterschiedlicher Nutzungen. Großflächige Dienstleistungen funktionieren neben kleinteiligen, spezialisierten Ladenlokalen. Die Hotels beherbergen zahlreiche Tourist:innen.
- Innovative Konzepte laden zum Entdecken ein und machen neugierig auf die weiteren Quartiere der City.

#### Ökologischer Vermögenswert

- Der öffentliche Raum wird nicht nur als Durchgang genutzt, sondern lädt auch zum Verweilen ein. Der „Hinterhofcharakter“ des Platzes von Amiens schwindet und wandelt sich zu einem geschützten Aufenthaltsort als grüne Ruheoase. Der Platz der Deutschen Einheit und die Katharinentreppe, geschmückt mit mobilen Pflanzelementen, runden das Erscheinungsbild eines attraktiven Entrées in die Innenstadt ab.
- Graue Gebäudefassaden sind in vertikale Grünelemente gehüllt, verbessern das kleinräumige Stadtklima und werten den Stadtraum auf.

#### Sozialer Vermögenswert

- Die Stadt- und Landesbibliothek wird verstärkt zu einem Dritten Ort ausgebaut: Es geht um mehr als Bücher.
- Auf der Katharinentreppe verweilen die Ankommenden und genießen das Großstadtflair.

#### Kultureller Vermögenswert

- Museen sind als kulturelle Hotspots des Katharinenviertels wahrnehmbar. So unterschiedlich ihre Ausrichtung, so verschieden auch die Besucher:innen, die die Einrichtungen aufsuchen.
- Kunstinstallationen im öffentlichen Raum schaffen Verbindungen zu verschiedenen Orten und Institutionen.

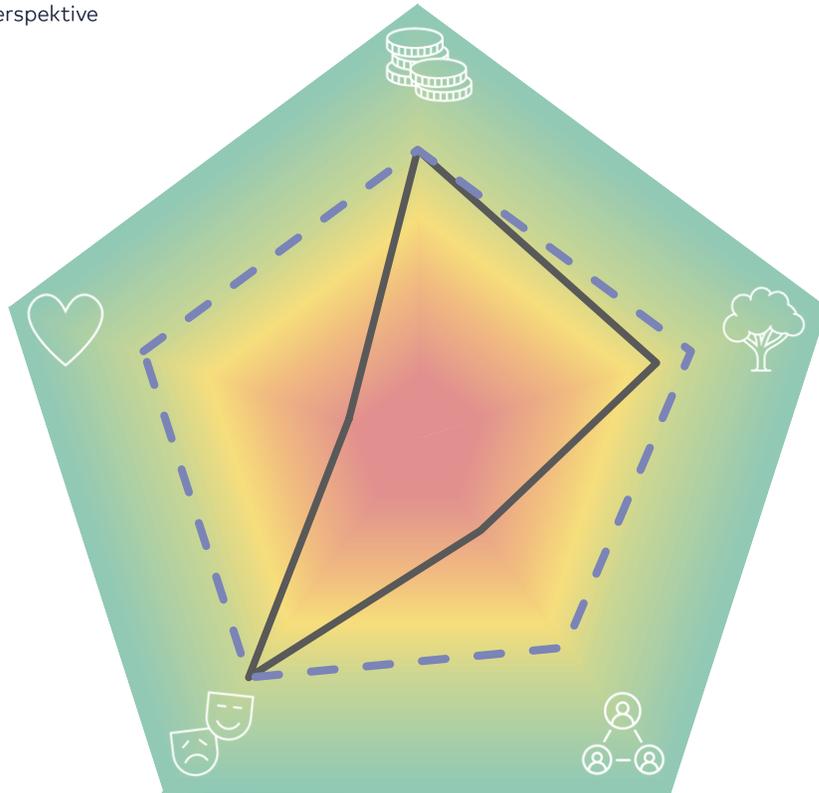


# Quartiersprofilierung

## Katharinenviertel



— Status Quo  
- - - Zielperspektive



### Profilierungsziele

#### Emotionaler Vermögenswert

- Am Hauptbahnhof angekommen, fühlen sich die Besucher:innen der City rundum wohl und sicher. Dadurch erhöhen sich sowohl der soziale als auch der emotionale Vermögenswert des Quartiers.
- Die architektonische Identität in Form herausragender Solitäre vermittelt das Gefühl von „Dortmund als Großstadt“ und wirkt als einladendes Eingangstor in die City.
- Als Ankommensort führt das Katharinenviertel in seiner Scharnierfunktion die Ankommenden vom Hauptbahnhof über die Katharinentreppe und -straße in die Haupteinkaufslage sowie die Kampstraße und ermöglicht somit eine gute Orientierung. Auch der Petrikirchhof füllt sich als Knotenpunkt mit Leben.



# Quartiersprofilierung

## Katharinenviertel



### Umsetzungsempfehlungen

#### Ökonomischer Vermögenswert

- Bespielung leerstehender Ladenlokale (u. a. im Bereich der Kampstraße und Umfeld Petrikerkirche) als „Schaufenster der City“: Qualitäten der City und der einzelnen Quartiere werden in den Schaufenstern inszeniert und den Ankommenden vorgestellt
- Übertragung der „Schaufenster der City“ durch QR-Codes in ein digitales Angebot der Stadt-App: Imagefilm, Vorstellung von Macher:innen der City, etc.
- Einrichtung interaktiver digitaler Informationsstelen mit Stadtplan und Informationen zu wichtigen Ankerleistungen in der City (s. Best-Practice-Beispiele, S. 219)
- „Öffnung“ der Hotels für alle Besucher:innen der City zur Schaffung weiterer Begegnungsräume: Einrichtung von Außengastronomiebereichen, die neben den eigenen Hotelgästen auch durch die City-Besucher:innen genutzt werden
- Nachnutzung und Umgestaltung des Westfalenforums durch Ansiedlung weiterer Nutzungen abseits des Einzelhandels (u. a. aus den Bereichen Wohnen, Gastronomie sowie Sport/Freizeit)

#### Ökologischer Vermögenswert

- Ergänzung bzw. Erweiterung bestehender Sitzmöglichkeiten und Grünelemente auf dem Platz der Deutschen Einheit mit Fortführung über die Katharinentreppe in die Katharinenstraße
- Platz von Amiens: Ergänzung bzw. Erweiterung bestehender Sitzmöglichkeiten und Grünelemente sowie Begrünung der Fassaden in Abstimmung mit angrenzenden Immobilieneigentümer:innen
- Einrichtung eines Trinkwasserbrunnens auf dem Platz der Deutschen Einheit

#### Sozialer Vermögenswert

- Erhöhung des Einsatzes von Ordnungs- und Sicherheitspersonal zur Verminderung des (subjektiven) Unsicherheitsempfindens
- Einrichtung von Schließfächern zur Gepäckaufbewahrung in weiteren/zentralen Lagen; um den Ankommenden den Aufenthalt in der City so angenehm wie möglich zu machen, sollte ein derartiges Angebot im Eingangsbereich der City zur Verfügung stehen (s. Best-Practice-Beispiel, S. 220)
- Einrichtung von Serviceangeboten (z. B. Kinderwagen-/Bollerwagenverleih) am Hbf in Abstimmung mit Angeboten am Stadtgarten
- Etablierung „Dritter Orte“ (u. a. in der Stadt- und Landesbibliothek und im Museum für Kunst und Kulturgeschichte) (s. Best-Practice-Beispiel, S. 221)
  - Nutzung der Räumlichkeiten der Einrichtungen als Veranstaltungsorte
  - Öffnung der Erdgeschosslagen zur Nutzung des öffentlichen Raums
  - Integration von Co-Working-Spaces, Kreativräumen und „Maker-Spaces“ mit z. B. 3D-Drucker, Foto- und Filmstudio, interaktiven Großbildschirm für die Erarbeitung von großflächigen Grafiken oder Animationen in Kooperation mit den Dortmunder Hochschulen
- „Fest der Quartiere“: vom Bahnhofsvorplatz über die Katharinentreppe bis zur Kampstraße stellen die einzelnen Quartiers-Akteur:innen ihre Quartiere vor



# Quartiersprofilierung

## Katharinviertel



### Umsetzungsempfehlungen

#### Kultureller Vermögenswert

S. 219)

- Kunst der umliegenden Museen und Kultureinrichtungen spiegelt sich durch temporäre und dauerhafte Ausstellungen im öffentlichen Raum und in den Schaufenstern wider: Schaukästen, bemalte Mülleimer, Skulpturen/Kunstinstallationen etc.
- Sichtbarkeit der Fußballkultur auf dem Platz der Deutschen Einheit: regelmäßige Ausstellung des Deutschen Fußballmuseums auf dem Platz der Deutschen Einheit in Kooperation mit dem BVB
- fortlaufende Einbindung des Museums für Kunst- und Kulturgeschichte, des Deutschen Fußballmuseums, des schauraums comic + cartoon, der VHS sowie der Stadt- und Landesbibliothek in die Kulturmeile

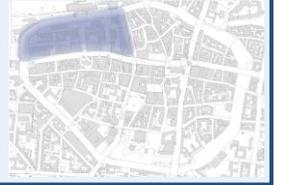
#### Emotionaler Vermögenswert

- Aufwertung der Eingangssituation in die City (Achse zwischen Hbf und Petrikirche) mit Licht- und Kunstinstallationen, Grünelementen, Oberflächengestaltung sowie Möblierung
  - intuitive Wegeführung der Besucher:innen zur Hauptschlagader Hellweg sowie weiteren Quartieren der City: bspw. durch Pflasterung und Gestaltung des öffentlichen Raums mit Grünelementen und Kunstinstallationen, ergänzt durch digitale Angebote (z. B. Stadt-App)
- Einrichtung eines analogen Veranstaltungskalenders „Was ist heute in der City los?“ zur Bewerbung tagesaktueller Events, Aktionen und Highlights in der City (im Bereich des Platzes der Deutschen Einheit vor der Katharinentreppe)
- Einrichtung von Selfie-Points/Instagram-Spots mit attraktivem Hintergrund mit Dortmund-Bezug, um das Großstadtflair erlebbar zu machen (s. Best-Practice-Beispiel,



# Best-Practice-Beispiele

## Katharinenviertel



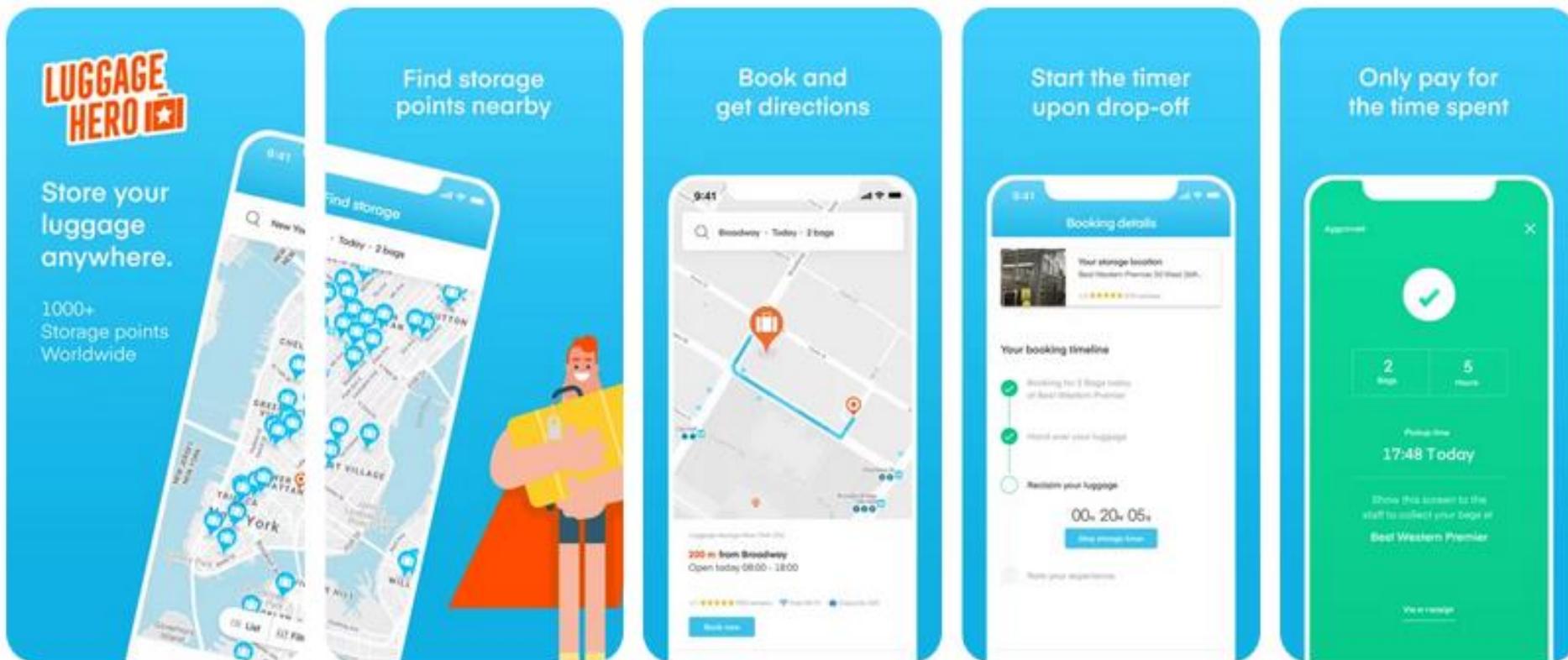
Interaktive digitale Informationsstele

Gestaltungsbeispiel Instagram-Spots



# Best-Practice-Beispiele

## Katharinenviertel



LuggageHero (z. B. in Hamburg)

Quelle: <https://luggagehero.com/de/hamburg/>



# Best-Practice-Beispiele

## Katharinenviertel



Stadtteilbibliothek Kalk (Köln)

# Quartiersprofilierung

Klosterviertel

Rosenviertel

Brückviertel

Unser Altstadtviertel

Hansaviertel

Die grüne Stadtbühne

Katharinenviertel

Boulevard der Dortmunder:innen

Einkaufsmeile Hellweg



# Quartierssteckbrief

## Boulevard der Dortmunder:innen



Quelle: Fotos Stadt + Handel.



# Quartierssteckbrief

## Boulevard der Dortmunder:innen



Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Daten: GMA 10/2021 im Auftrag der Stadt Dortmund; Kartengrundlage: Stadt Dortmund.



### Bestand nach Nutzung

- Dienstleistung
- Einzelhandel
- Gastronomie
- ⊙ Leerstand
- Öffentliche und soziale Einrichtungen
- Bildungseinrichtung
- Freizeit und Kultur
- Spielhallen
- medizinische Einrichtungen
- Handwerk und Gewerbe
- Wohnnutzung

### Kristallisationspunkte

- ⊙ Einzelhandel
- ⊙ Gastronomie
- ⊙ zentrenergänzende Funktion
- ⊙ Wohnen

### Funktionale Prägung

- Einzelhandel
- Gastronomie

### Abgrenzung

- Untersuchungsgebiet

## Funktionale Qualitäten

### Funktionsstruktur & Ankernutzungen

Einzelhandelsnutzungen konzentrieren sich insbesondere auf den mittleren Bereich der Kampstraße sowie teilw. im Bereich des Bruderwegs; im westlichen Bereich der Kampstraße sind nur sehr vereinzelt Einzelhandelsnutzungen vorzufinden; einzelne Gastronomienutzungen sind in den Randlagen des Quartiers verortet; Decathlon ist als einziger einzelhandelsrelevanter Ankerbetrieb im mittleren Bereich der Kampstraße verortet; BaseCamp als neuer Impuls für das Quartier (s. S. 44); mehrere großflächige ZEF (u. a. VHS, Sparkasse) wirken zudem auf die Funktionsstruktur des Quartiers

### Marken- & Angebotsportfolio

Einzelhandelsbetriebe zeichnen sich in allen drei Teilbereichen durch inhaber:innengeführte Fachgeschäfte aus; Ausrichtung auf unterschiedliche Sortimentsbereiche (u. a. Nahrungs- und Genussmittel, Sport und Freizeit sowie Bekleidung); eröffneter Rewe-Markt im BaseCamp; individuelle Gastronomiekonzepte (u. a. Eiscafé, Nachtclub/Bar, Bistro); der westliche Bereich der Kampstraße ist durch großflächige ZEF (u. a. Spar- und Bauverein) geprägt

### Nutzungs- & Immobilienqualitäten

geringe Öffnung der Fassaden im westlichen Bereich der Kampstraße aufgrund Ausrichtung auf Nutzungen mit geringer Kund:innenorientierung; im Bruderweg zeichnet sich insb. die nördliche Bebauungsstruktur durch Schaufensterfronten in Erdgeschosslage aus, der südliche Bereich ist ebenfalls mit überwiegend geschlossenen (z. T. rückwärtigen) Fassaden gestaltet



# Quartierssteckbrief

## Boulevard der Dortmunder:innen



-  Platzsituation
-  großflächige Strukturen
-  zentrale Eingangssituation
-  attraktiver Baumbestand
-  Kirche
-  Tiefgarage
-  Stadtbahnhaltestelle

### Städtebauliche Qualitäten

attraktive Neugestaltung (u. a. Pflasterung, Baumallee) des Brüderwegs sowie des westlichen Bereichs der Kampstraße; die bandartige Struktur zieht sich durch das gesamte Quartier; die zentrale Achse Kampstraße – Brüderweg wird durch die umliegenden Bereiche der St. Petri Kirche sowie der Reinoldikirche (Willy-Brandt-Platz) aufgeweitet; der westliche Bereich der Kampstraße öffnet sich in der Randlage Richtung Wall durch den Platz von Buffalo; das gesamte Quartier ist durch überwiegend großflächige Bebauungsstrukturen geprägt; Umsetzung der Maßnahme „Boulevard Kampstraße“ (s. S. 43): im April 2021 begann der Baustart für den Bereich am Reinoldi Pylon; z. T. unattraktive Rückseiten und ungenutzte Eingänge der Einzelhandelsnutzungen vom Hellweg

### Stadtgestaltung & Stadtstruktur

### Erreichbarkeit & Orientierung

Stadtbahnhaltestelle Kampstraße und Reinoldikirche im zentralen Teil der Kampstraße verortet; fußläufige Erreichbarkeit der Stadtbahnhaltestelle Westentor im westlichen Bereich der Kampstraße; wichtige Verbindungsachse für den Radverkehr; zwei Standorte von metropolradruhr im mittleren Bereich der Kampstraße verortet; die Randlagen des Quartier sind für den MIV zugänglich sowie Teile des mittleren Bereichs der Kampstraße; zwei Tiefgaragen im westlichen Bereich sowie straßenbegleitende Parkmöglichkeiten in den Randlagen des Quartiers; Brüderweg und westlicher Bereich der Kampstraße fungieren als attraktive Eingangssituationen (insb. für den MIV); unübersichtliche Verkehrssituation im mittleren Bereich der Kampstraße; Bereich zwischen der Katharinenstraße und Petrikirchhof wird nur unzureichend als einer der zentralen Zugänge zur Haupteinkaufslage wahrgenommen

Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Daten: GMA 10/2021 im Auftrag der Stadt Dortmund; Kartengrundlage: Stadt Dortmund.



# Quartierssteckbrief

## Boulevard der Dortmunder:innen



Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Daten: GMA 10/2021 im Auftrag der Stadt Dortmund; Kartengrundlage: Stadt Dortmund.



- Platzsituation
- großflächige Strukturen
- zentrale Eingangssituation
- attraktiver Baumbestand
- Kirche
- Tiefgarage
- Stadtbahnhaltestelle

### Städtebauliche Qualitäten

### Nutzungs- & Flächenpotenziale

BaseCamp als Schlüsselimmobilie: studentisches Wohnen mitten in der Dortmunder City, positiver Einfluss für das Quartier sowie für das Brückviertel; Nutzungspotenzial durch leerstehende Immobilie der ehem. Conrad-Filiale; zudem Wirkung des Westfalenforums als Schlüsselimmobilie; Willy-Brandt-Platz als Flächenpotenzial: untergenutzte Platzsituation; Petrikirchhof bietet zudem Aufenthaltspotenzial, welches weiter gestärkt werden könnte

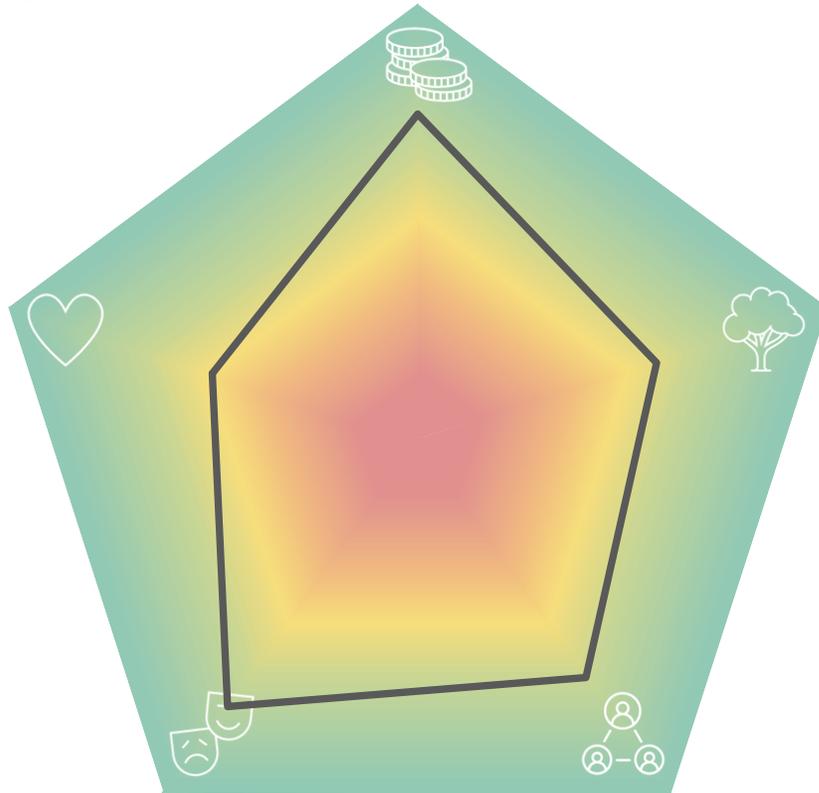


# Quartierspositionierung

## Boulevard der Dortmunder:innen



— Status Quo



### Ökonomischer Vermögenswert

- Ansiedlung einer einzelhandelsrelevanten Ankernutzung (Decathlon)
- ansonsten zahlen überwiegend inhaber:innengeführte Fachgeschäfte auf den ökonomischen Vermögenswert ein
- zudem wirken sich weitere Ankernutzungen (wie BaseCamp, DSW21 Kundencenter, DOC für Medizin und Gesundheit) positiv auf den ökonomischen Vermögenswert aus



### Ökologischer Vermögenswert

- der attraktive Baumbestand im Brüderweg und im westlichen Bereich der Kampstraße nimmt wesentlichen Einfluss auf den ökologischen Vermögenswert
- zentraler Bereich bislang noch nicht gestaltet, Realisierung der Baumreihen und Wasserflächen als Potenzial für die Stärkung des ökologischen Vermögenswerts



### Sozialer Vermögenswert

- Dortmund Tourismus (westlicher Bereich Kampstraße) trägt zum sozialen Vermögenswert bei
- der mittlere Bereich der Kampstraße führt die Funktion des Ankommens für Dortmunder Bürger:innen und Auswärtige aus dem Katharinenviertel fort
- Engagement der Aktion Boulevard Kampstraße für den Standort



### Kultureller Vermögenswert

- Kulturbüro der Stadt Dortmund im westlichen Bereich der Kampstraße angesiedelt
- die zwei Stadtkirchen St. Petri und Reinoldikirche prägen den kulturellen Vermögenswert maßgeblich
- Ausrichtung der Weihnachtsstadt im Bereich Katharinenstraße/Kampstraße
- Nähe zum Dortmunder U



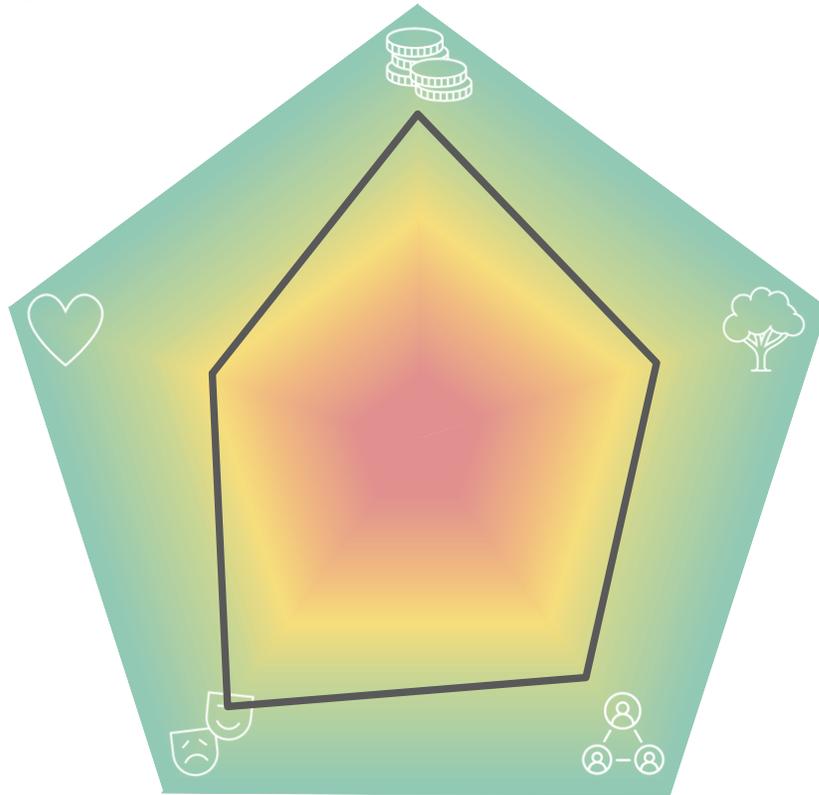


# Quartierspositionierung

## Boulevard der Dortmunder:innen



— Status Quo



### Emotionaler Vermögenswert

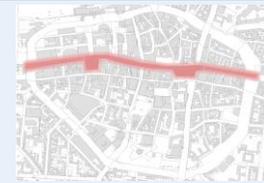
- ruhige Alternative, um die Dortmunder City in Ost-West-Richtung abseits des Trubels der Haupteinkaufslage zu passieren (angenehmes und erholsames Schlendern), gleichzeitig in Teilen Charakter einer Rückseite durch rückwärtige Ausrichtung der Immobilien vom Hellweg
- langjährige Realisierung und Umsetzung der Maßnahme „Boulevard Kampstraße“ als impulsives Thema der Cityakteur:innen





# Quartierspositionierung

## Boulevard der Dortmunder:innen



### Stärken

- Vorhandensein von inhaber:innengeführtem Facheinzelhandel und dem Einzelhandelsfilialist:innen Decathlon
- attraktive städtebauliche Neugestaltung der Randlagen des Quartiers
- Engagement des Vereins AG Kampstraße
- historisch geprägte Stadtkirchen St. Petri und Reinoldikirche
- bandartige Struktur vereinfacht die Orientierung zwischen den drei Teilbereichen und fungiert als „Band“ von Ost nach West in der City, in der eine Querung jenseits des Trubels möglich ist
- räumliche Nähe zum Dortmunder U

### Schwächen

- unattraktive Gestaltung des öffentlichen Raums im mittleren Bereich der Kampstraße, somit keine durchgehend attraktive Gestaltung als Verbindung der drei Teilbereiche
- Autoverkehr reduziert und behindert die Aufenthaltsqualität im öffentlichen Raum
- überwiegend geschlossene (z. T. rückwärtige Fassadengestaltung) vermindert die Aufenthaltsqualität
- unübersichtliche Verkehrssituation insb. für den Radverkehr
- untergenutzte Platzsituationen der St. Petri Kirche und Reinoldikirche
- mangelnde Orientierung zwischen Katharinenstraße und der Haupteinkaufslage des Westenhellwegs

### Chancen

- Potenzial zur Etablierung der Kampstraße und Brüderweg als ruhige Lauflage mit Aufenthaltsqualität und ergänzenden Einzelhandelsnutzungen als Pendant zur Haupteinkaufslage
- Fortführung der Gestaltung der Randlagen in den mittleren Bereich der Kampstraße für eine durchgehend attraktive Gestaltung
- Potenzial zur Ansiedlung kleinteiliger Gastronomienutzungen im öffentlichen Raum (im mittleren Bereich der Kampstraße)
- Aufgreifen der Potenziale der Platzsituationen rund um die beiden Stadtkirchen und Verbesserung der Aufenthaltsqualität
- Synergieeffekte zwischen dem westlichen Bereich und dem Dortmunder U
- Nutzung des Potenzials des Westfalenforums als Schlüsselimmobilie

### Risiken

- Bedeutungsverlust des mittleren Bereichs aufgrund der unattraktiven städtebaulichen Gestaltung und fehlender Anker nutzungen
- Verschlechterung der unübersichtlichen Verkehrssituation im mittleren Bereich der Kampstraße
- undefiniertes Profil des mittleren Bereichs aufgrund z. T. mangelnder Orientierung, geringer Aufenthaltsqualität und der unübersichtlichen Verkehrssituation: für Besuchende und Kund:innen der Dortmunder City
- Unverständnis und Rückgang des Engagements seitens der Cityakteur:innen und Bürger:innen aufgrund langjähriger Umsetzung des Boulevards Kampstraße
- Bedeutungsverlust des Willy-Brandt-Platzes sowie des Petrikirchhofs aufgrund geringer Nutzung der Platzsituationen zum konsumfreien Aufenthalt



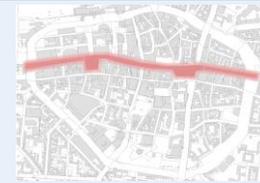
**Auf dem Laufsteg  
der City  
– der Boulevard der  
Dortmunder:innen**



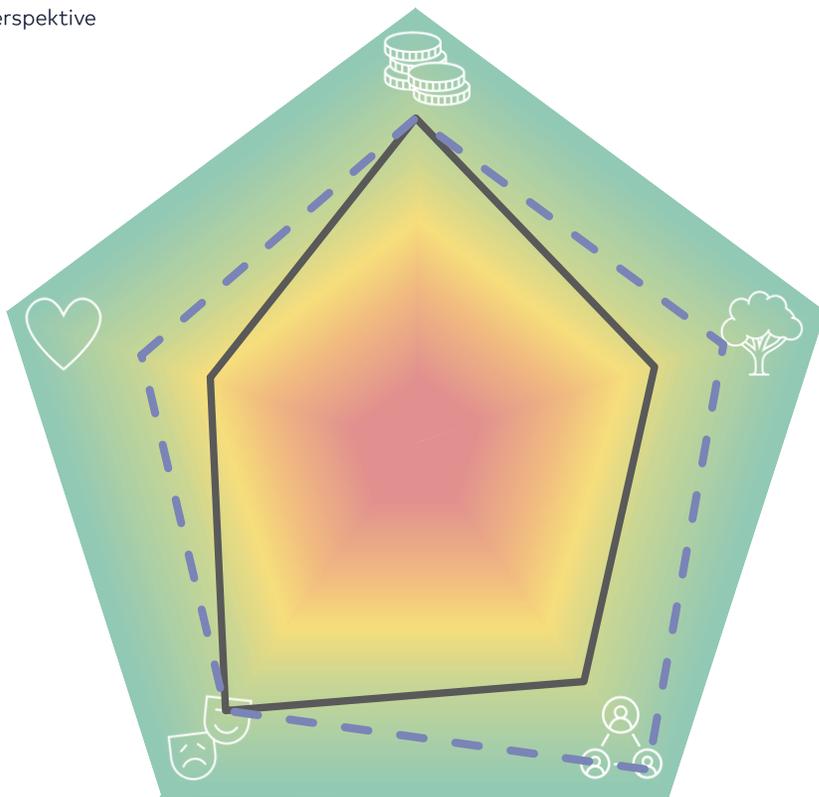


# Quartiersprofilierung

## Boulevard der Dortmunder:innen



— Status Quo  
- - Zielperspektive



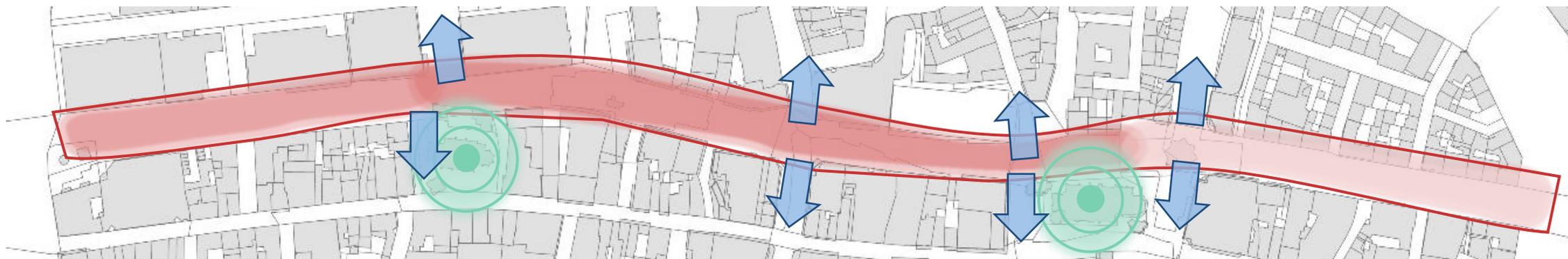
### „Auf dem Laufsteg der City – der Boulevard der Dortmunder:innen“

Der Boulevard entlang der Kampstraße und des Brüderwegs ist ein attraktiver Aufenthalts- und Verweilort für die Dortmunder:innen, dabei weisen die drei Bereiche zwischen Brüderweg sowie der mittleren und westlichen Kampstraße unterschiedliche Qualitäten auf. Als Laufsteg der Innenstadt genießen die Dortmunder:innen, begleitet durch Bäume, mobiles Grün, einladende Sitzgelegenheiten und Wasserelemente, ihre Ruhe – abseits des Trubels des Hellwegs – und ziehen vermehrt auch neugierige Besucher:innen und Tourist:innen an. Die Dortmunder:innen bespielen den öffentlichen Raum und beleben ihn mit urbanem Leben. Studierende machen den Wohlfühlboulevard zu einem ungezwungenen Ort, fernab des Konsums, denn ab jetzt heißt es hier „lass ma' k(c)ampen!“. Die Plätze um die Petrikerche und Reinoldikirche bieten nochmals kleinere Rückzugsorte. Zugleich sind sie die zentralen Knotenpunkte, wodurch alle Quartiere für die Besucher:innen der City erreichbar sind.



# Quartiersprofilierung

## Boulevard der Dortmunder:innen



Im **westlichen Bereich der Kampstraße** komplettieren großflächige Dienstleistungseinrichtungen den Nutzungsmix der Kampstraße. Außengastronomieflächen bespielen verstärkt den öffentlichen Raum. Der Boulevard fungiert als wichtige Ost-West-Achse innerhalb der City. Die Randbereiche bilden in Kombination mit Parkmöglichkeiten und den Stadtbahn-haltestellen wesentliche Eingangsbereiche der Dortmunder City.

Der Boulevard erstreckt sich maßgeblich entlang der **Kampstraße**. Die ruhige Laufanlage punktet durch ihre attraktive Gestaltung und einen abwechslungsreichen Nutzungsmix. Spezialisierte und inhaber:innengeführte Geschäfte bestimmen das Angebot. Themen wie Regionalität und Nachhaltigkeit werden von den Gewerbetreibenden verstärkt aufgegriffen. Decathlon, Basecamp und die beiden Kirchen stellen die Hauptankerpunkte des Quartiers dar. Durch attraktive Zugänge in Nord-Süd-Ausrichtung sind die weiteren Lagen, wie die Haupteinkaufslage Hellweg oder das Brück-viertel, schnell und einfach erreichbar. Die Platzsituationen rund um die Petrikirche und die Reinoldikirche fungieren als wichtige Knotenpunkte in der City und füllen sich mit Leben. Dortmunder:innen, Besucher:innen und Tourist:innen kreuzen nicht nur in diesen Bereichen, sondern finden ebenso Platz zum Verweilen.

Entlang des **Brüderwegs** spielen Einzelhandelsnutzungen eine untergeordnete Rolle. Der Brüderweg ist ein Ort des „schnellen Ankommens“. Die Besucher:innen können hier parken oder ihre Angehörigen aussteigen lassen. Die Durchlässigkeit der aufgebrochenen Blockrandbebauung erhellt den öffentlichen Raum. Nun kommen die „Gesichter“ der Gebäude zum Vorschein und schauen auf die Menschen, die entlang des Brüderwegs verweilen.

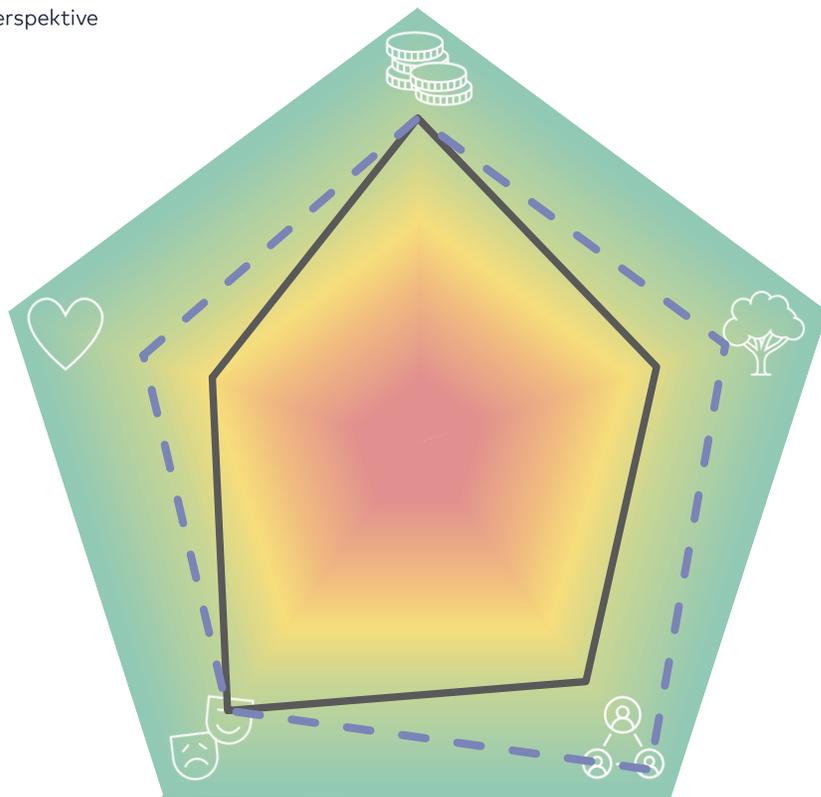


# Quartiersprofilierung

## Boulevard der Dortmunder:innen



- Status Quo
- - - Zielperspektive



### Profilierungsziele

#### Ökonomischer Vermögenswert

- Innovative Konzepte finden sich in den Erdgeschosslagen des Quartiers. Die Konzepte fokussieren sich auf lokale und regionale Angebote. Auch das Thema Nachhaltigkeit spielt eine zentrale Rolle. Der Einzelhandel stellt keine Kopie des Hellwegs dar, sondern bildet das Pendant zur Haupteinkaufslage ab – spezialisiert und inhaber:innengeführt.
- Der Einzelhandel fokussiert sich vorrangig auf den mittleren Bereich der Kampstraße. Punktuell bespielen Außengastronomieflächen den öffentlichen Raum.

#### Ökologischer Vermögenswert

- Großflächige (Rück-) Fassaden verwandeln sich zu hängenden Gärten.
- Temporäre Grünelemente werten den öffentlichen Raum bis zur vollständigen Realisierung des Boulevards auf.

#### Sozialer Vermögenswert

- Der Boulevard ist der alltägliche Aufenthaltsort für die Dortmunder:innen – mit attraktiven Angeboten für einen konsumfreien Aufenthalt innerhalb der City. Das Leben findet hier wortwörtlich „auf der Straße“ statt.
- Den Bereichen der Petrikirche und Reinoldikirche kommt eine stärkere Rolle zu. Besucher:innen verweilen hier und orientieren sich.
- Das BaseCamp hat eine starke Strahlwirkung. Studierende nutzen und beleben den Boulevard.

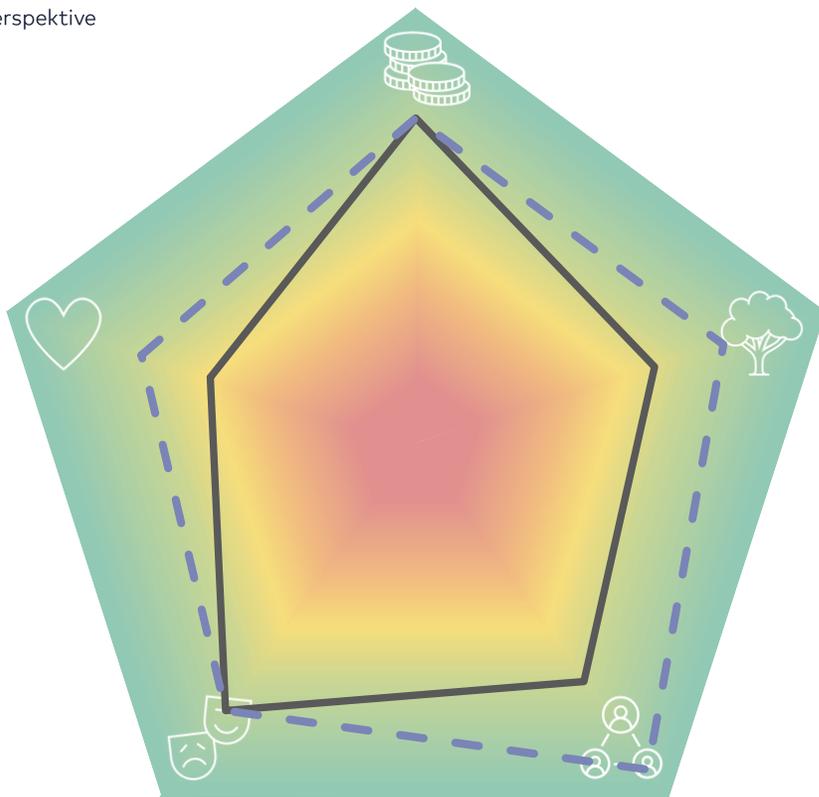


# Quartiersprofilierung

## Boulevard der Dortmunder:innen



— Status Quo  
- - - Zielperspektive



### Profilierungsziele

#### Kultureller Vermögenswert

- Kultureinrichtungen, wie das Kulturbüro der Stadt Dortmund und der Dortmunder Kulturverein, funktionieren als Bindeglieder zwischen Kampstraße und dem Dortmunder U. Sie machen Kunst und Kultur im öffentlichen Raum sowie in leerstehenden Ladenlokalen sichtbar.
- Der neu gestaltete Straßenraum bietet kleinere „Inseln“ für Veranstaltungen und Events.

#### Emotionaler Vermögenswert

- Der Boulevard vermittelt ein Wohlfühlgefühl – abseits des Trubels des Hellwegs. Ruhiges Flanieren und Bummeln stehen hier im Vordergrund.
- Die Dortmunder:innen erfreuen sich an der Neugestaltung des Boulevards. Wasser- und Grünelemente sowie die Straßenraumgestaltungen formen sich zu einem harmonischen Gesamtbild des Boulevards.



# Quartiersprofilierung

## Boulevard der Dortmunder:innen



### Umsetzungsempfehlungen

#### Ökonomischer Vermögenswert

- westlicher Bereich der Kampstraße: Einrichtung kleinteiliger (temporärer) Gastronomienutzungen, z. B. Coffee-Bike oder Foodtrucks mit kleinteiligen Außengastronomiebereichen zur verstärkten Nutzung von Außengastronomiepotenzialen (aufgrund der Breite der Bürgersteige)
- mittlerer Bereich der Kampstraße:
  - konsequente Umgestaltung des Bereiches (angepasst an die bereits fertiggestellten Randbereiche), um die Kampstraße in Verbindung mit dem Brüderweg vollumfänglich als Boulevard zu etablieren (somit Verbesserung der städtebaulichen Gestaltung, Orientierung und Aufenthaltsqualität)
  - Etablierung von Einzelhandelsnutzungen mit Bezug zur Lokalität und Regionalität, um die Versorgung der Dortmunder:innen zu sichern (z. B. Unverpackt-Laden, Konzepte des Vertical Farming) (s. Best-Practice-Beispiele, S. 237-238)
  - zusätzliche Etablierung von spezialisierten Einzelhandelsnutzungen im Bereich innenstadttypischer Sortimente (in Verbindung mit bereits etablierten Einzelhandelsnutzungen im mittleren Bereich der Kampstraße und dem Brüderweg)
  - Etablierung neuer Nutzungskonzepte, die den Gedanken „Handwerk zurück in die Innenstadt“ verfolgen (s. Best-Practice-Beispiel, S. 239)
  - Einrichtung eines Sandstrand-Cafés im Bereich Kampstraße/Hansastraße
- gesamter Boulevard: Nutzung von „rückwärtigen“ Schaufensterflächen, auch wenn der Haupteingang der Nutzung zum Hellweg ausgerichtet ist: eigenständige Nutzung durch den ansässigen Betrieb oder zur Verfügungstellung der Fläche für Kulturschaffende, um die umlaufende Fassaden- und Schaufenstergestaltung der Immobilie „lebendig“ wirken

zu lassen

- Nachnutzung und Umgestaltung des nahezu leerstehenden Westfalenforums durch Ansiedlung weiterer Nutzungen, die Synergieeffekte mit den Nutzungen in der Kampstraße erzeugen

#### Ökologischer Vermögenswert

- Brüderweg: Öffnung großflächiger Gebäudefassaden und Fassadenbegrünung zur Wandlung von „Rückseiten“ zu attraktiven Ansichten (insb. C&A-Immobilie) (s. Best-Practice-Beispiel, S. 240)
- mittlerer Bereich der Kampstraße:
  - Einrichtung mobiler Grünelemente und Blumenampeln zur Steigerung der Aufenthaltsqualität
  - Einrichtung urbaner Gärten, welche interessierten Hobbygärtner:innen die Möglichkeit bieten, Blumen und Pflanzen selbst einzupflanzen (s. Best-Practice-Beispiele, S. 241)



# Quartiersprofilierung

## Boulevard der Dortmunder:innen



### Umsetzungsempfehlungen

#### Sozialer Vermögenswert

- vollumfängliche Umgestaltung und Attraktivierung der Platzsituation rund um die Reinoldikirche: Umgestaltung hinsichtlich einer attraktiven Pflasterung, modernen Gestaltungselementen und grünen Sitzmöglichkeiten (ggfs. ergänzt um vertikale Wasserelemente)
- Aufwertung der Platzsituation rund um die Petrikerche: Stärkung der Verteilerfunktion in den zentralen Achsen (insb. in Richtung Katharinenstraße bzw. Hbf); Einrichtung weiterer Grünelemente; „Aufräumen“ der Gastronomiebetriebe bzw. der Außengastronomiebereiche
- Zukünftige Nutzung des Platzes von Netanya als Bindeglied zum Hellweg (Spielpunkt mit zielgruppenspezifischen Sitzmöbeln und neuen Baumpflanzungen)
- Platzsituationen sollen nach der Umgestaltung bzw. Attraktivierung als „richtige“ Plätze wahrnehm- und nutzbar sein: z. B. temporäre Besejelung als Eisbahn während der Wintermonate, Einrichtung von Slacklines und Hängematten im Sommer
- Outdoor-Lernbereich (insb. für Studierende): Einrichtung von Stühlen und Tischen sowie WLAN-Zugang ermöglichen in Kooperation mit Dortmunder Hochschulen
- „Boulevard-Wochenende“: Dialogrunde mit Oberbürgermeister und Vertreter:innen der Stadtverwaltung zum Thema „Entwicklungen des Boulevard Kampstraße“; geplante Entwicklungen werden für Zuschauer:innen durch die Nutzung von VR-Brillen sichtbar; Informationen werden zusätzlich digital (z. B. über die Stadt-App) veröffentlicht
- Einbindung der Dortmunder Hochschulen in Verbindung mit Studierenden des BaseCamps: Nutzung von leerstehenden Ladenlokalen als Seminarräume, Arbeitsplätze und weitere Räumlichkeiten für die Studierenden der Hochschulen

#### Kultureller Vermögenswert

- Etablierung von Veranstaltungen insb. in den Bereichen der beiden Kirchen (Willy-Brandt-Platz und Vorplatz Ev. Stadtkirche St. Petri), z. B. Platzkonzerte, besondere Märkte (auch in Absprache mit angrenzenden Kultureinrichtungen)
  - eigene Veranstaltungen, die durch die Kirche St. Petri und/oder St. Reinoldi inszeniert werden: „Kirche Outdoor erlebbar machen“, z. B. durch Freilicht-Gottesdienste etc.
- Etablierung von gemeinsam organisierten Veranstaltungen/Aktionen durch das Dortmunder U und das Kulturbüro der Stadt, um Synergieeffekte zwischen dem westlichen Bereich des Viertels und dem Dortmunder U weiter zu stärken
- leerstehende Räumlichkeiten Kulturschaffenden zur Verfügung stellen, hat wiederum Mehrwert für das Erscheinungsbild des Quartiers

#### Emotionaler Vermögenswert

- Baustellenmarketing:
  - permanente (sichtbare) Vermittlung von Informationen an die Stadtgesellschaft und insb. an Anlieger:innen, z. B. Aufdrucke an Bauzäunen mit Informationen und perspektivischen Entwicklungen der Baustelle (Zeitstrahl zur Entwicklung des Boulevard Kampstraße: Was wurde bereits erreicht? Welche Planungen müssen noch umgesetzt werden?) sowie in digitaler Form über QR-Codes an den Bauzäunen (zudem Integration in die Stadt-App denkbar)
  - Aufwertung langfristiger Baustellen durch Begrünung der Bauzäune (s. Best-Practice-Beispiel, S. 240)



# Best-Practice-Beispiele

## Boulevard der Dortmunder:innen



Füllbar – Verpackungsfrei einkaufen (Witten, Dortmund)



# Best-Practice-Beispiele

## Boulevard der Dortmunder:innen



### Good Bank – Das „Farm-to-Table“-Restaurant (Berlin)

- setzt das Konzept des **Vertical Farming** um, das eine tragfähige Landwirtschaft in Städten ermöglichen soll
- Nahrungsmittel, aus denen die Gerichte bestehen, werden direkt vor Ort angebaut, aus genfreiem Saatgut, ohne Pestizide → wachsen direkt vor den Augen der Gäste
- zudem ist Good Bank unabhängig von Jahreszeiten und Lieferanten und hat die Qualität seiner Zutaten selbst unter Kontrolle
- vom „Beet“ auf den Teller in nur 30 min
- ausgezeichnet mit dem Gastro-Gründerpreis 2017 auf der Berlin Food Night
- Fast-Casual-Dining: ungezwungenes Ambiente und schnelle Zubereitung, die den Kunden jedoch nicht an klassische Fast-Food-Konzepte erinnert



Quelle: <https://www.rollingpin.at/a/regionalitaet-2-0>  
<https://berlin-ick-liebe-dir.de/good-bank-restaurants-berlin-mitte/>



# Best-Practice-Beispiele

## Boulevard der Dortmunder:innen



### „Horst“ – Der DIY-Baumarkt (Hamburg)

- **Kleinflächen-Baumarkt** mit **DIY-Schwerpunkt**
- Zielgruppe: **junge, urbane und umweltbewusste Klientel** und ihre Bedürfnisse → reduziertes Offline-Angebot
- inkl. gemütlichem Aufenthaltsbereich mit Getränkeangebot und Lesecke
- mit eigenem Online-Shop auch digital sichtbar
- vom HDE zum Store of the Year 2019 (Bereich Home/Living) gekürt
- wöchentliche **Workshops**, bei denen gemeinsam kreativ gewerkelt wird, somit Steigerung der Eventisierung und Kund:innenbindung
- Individualisierung: in der hauseigenen Werkstatt verziert ein Laser Holzoberflächen mit Gravuren oder Motiven



Quelle: ganz-hamburg.de; stores-shops.de.



# Best-Practice-Beispiele

## Boulevard der Dortmunder:innen



Begrünung von Gebäude-/Handelsfassaden (Basel)

Begrünung von Bauzäunen



# Best-Practice-Beispiele

## Boulevard der Dortmunder:innen



Stadtgarten (Zürich)

# Quartiersprofilierung

Klosterviertel

Rosenviertel

Brückviertel

Unser Altstadtviertel

Hansaviertel

Die grüne Stadtbühne

Katharinenviertel

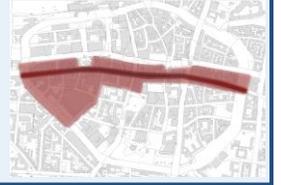
Boulevard der Dortmunder:innen

Einkaufsmeile Hellweg



# Quartierssteckbrief

## Einkaufsmeile Hellweg

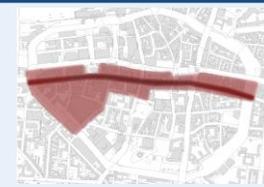


Quelle: Fotos Stadt + Handel.



# Quartierssteckbrief

## Einkaufsmeile Hellweg



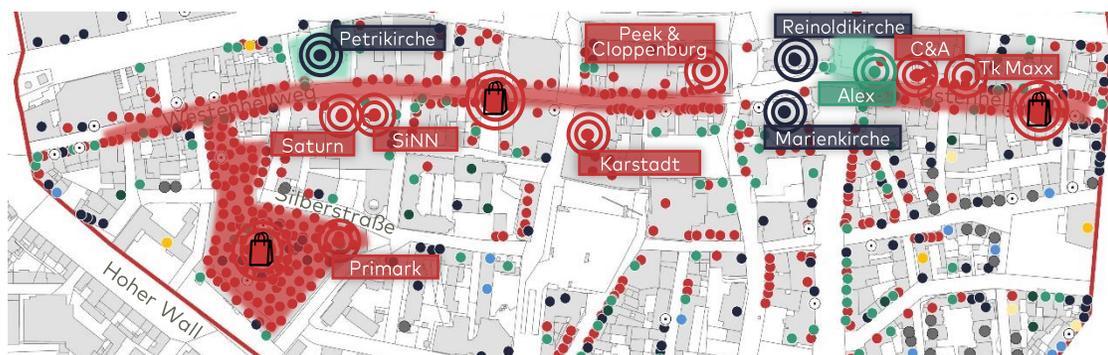
### Funktionale Qualitäten

alle drei Teilbereiche sind nahezu ausschließlich durch Einzelhandelsnutzungen geprägt; Randlagen weisen zudem vermehrt Gastronomienutzungen sowie vereinzelt angesiedelte Dienstleistungen auf; Thier-Galerie als Einzelhandelsschwerpunkt des mittleren Westenhellwegs sowie der gesamten City (s. auch S. 42); Fokus an Dienstleistungen des Gesundheitswesens im Ostenhellweg; Agglomeration an großflächigen Betriebsstrukturen (sowohl in der Thier-Galerie als auch auf dem Hellweg); Großflächigkeit nimmt in den Randlagen des Hellwegs ab; zahlreiche Anker nutzungen des Einzelhandels konzentrieren sich im mittleren Bereich entlang des Westenhellwegs sowie in der Thier-Galerie; Ostenhellweg verfügt im Gegensatz zum westlichen Bereich des Hellwegs ebenfalls über einige Anker nutzungen (u. a. C&A, dm)

### Funktionsstruktur & Anker nutzungen

hoher Anteil an Einzelhandelsnutzungen hebt sich deutlich von weiteren Quartieren der City ab; Bekleidung als Leitsortiment des Westenhellwegs; im Ostenhellweg ist neben Angebot im Bekleidungssegment auch ein hoher Anteil an Anbieter:innen im Bereich GPK/Hausrat/Einrichtungszubehör vorzufinden; ausgeprägter Filialisierungsgrad im mittleren Bereich des Westenhellwegs; die Randlagen weisen eine Mischung aus discountorientierten/standardisierten Filialist:innen und inhaber:innengeführten Fach-geschäften auf; standardisiertes bis hochwertiges Preisniveau der Angebote im mittleren Bereich, vereinzelt exklusive Anbieter:innen (u. a. Hallhuber, Marc O'Polo); Preis- und Qualitätsniveau der Filialisten nimmt in den Randlagen deutlich ab; inhaber:innengeführte Fachgeschäfte weisen hingegen ein größtenteils hochpreisiges Angebot auf; discountorientierte Anbieter:innen konzentrieren sich im Ostenhellweg überwiegend in Randlage ab Stefanstraße

### Marken- & Angebotsportfolio



#### Bestand nach Nutzung

- Dienstleistung
- Einzelhandel
- Gastronomie
- Leerstand
- Öffentliche und soziale Einrichtungen
- Bildungseinrichtung
- Freizeit und Kultur
- Spielhallen
- medizinische Einrichtungen
- Handwerk und Gewerbe
- Wohnnutzung

#### Kristallisationspunkte

- ⊙ Einzelhandel
- ⊙ Gastronomie
- ⊙ zentrenergänzende Funktion

#### Funktionale Prägung

- Einzelhandel
- Gastronomie

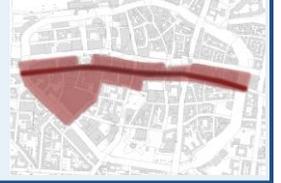
#### Abgrenzung

- Untersuchungsgebiet



# Quartierssteckbrief

## Einkaufsmeile Hellweg



### Funktionale Qualitäten

### Nutzungs- & Immobilienqualitäten

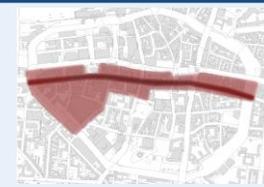
Schaufenster- und Werbegestaltung aufgrund des hohen Anteils filialisierter Betriebe überwiegend standardisiert: Schaufenster in der Regel eher reduziert gestaltet, v. a. Bekleidungsanbieter:innen stellen ihre Ware ausschließlich an Schaufensterpuppen aus; vereinzelt ist eine ansprechende Schaufenstergestaltung und Warenauslage vorzufinden; konsequente Schaufensterbeklebung leerstehender Ladenlokale in der Thier-Galerie; moderne Gestaltung der Handelsfassaden (hohe Schaufensterfronten) mehrerer Immobilien sowie der Thier-Galerie; Thier-Galerie aufgrund des Glasdaches freundlich und hell gestaltet

Quelle: Fotos Stadt + Handel.

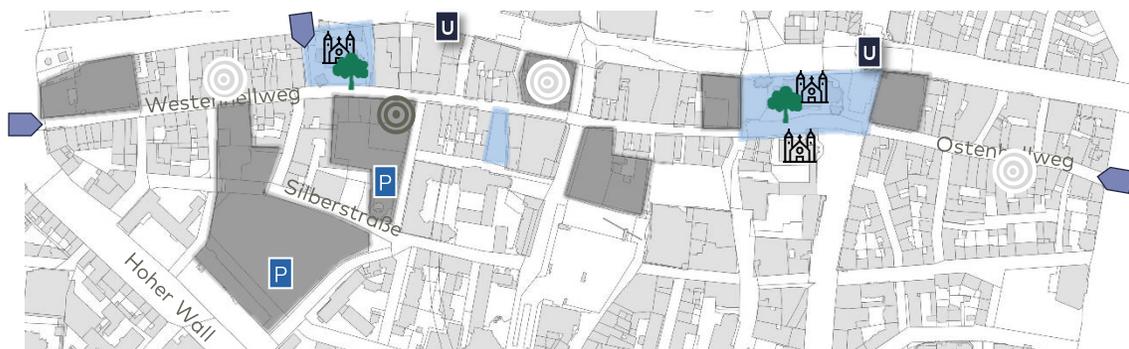


# Quartierssteckbrief

## Einkaufsmeile Hellweg



Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Daten: Stadt Dortmund 10/2021; Kartengrundlage: Stadt Dortmund.



-  Platzsituation
-  großflächige Strukturen
-  zentrale Eingangssituation
-  attraktiver Baumbestand
-  Kirche
-  Tiefgarage/Parkhaus
-  Stadtbahnhaltestelle
-  markante Leerstände
-  Schlüsselimmobilie

### Städtebauliche Qualitäten

bandartige Struktur des Osten- und Westenhellwegs, die sich von Ost nach West zieht; gesamter Hellweg als Fußgänger:innenzone ausgewiesen; die bandartige Struktur wird maßgeblich durch die Platzsituation um die Stadtkirche St. Petri, den Platz von Netanya und die Platzsituation südlich der Reinoldikirche aufgeweitet; qualitätvolle Umgestaltung der Bereiche Martinstraße/Potgasse und westliche Silberstraße im Rahmen des City-Konzeptes (s. S. 40); konsequente, geschlossene Bauweise entlang des Hellwegs (beidseitig); Fassaden in den Obergeschossen aufgrund dominanter EG-Nutzungen kaum wahrnehmbar; 4- bis 5-geschossige Bebauung; kleinteiligere Bebauungsstruktur in den Randlagen des Quartiers vorzufinden; deutliche Abnahme der Frequenzen im Übergang vom mittleren in den westlichen Bereich des Westenhellwegs; Wahrnehmung unterschiedlicher Frequenzen im Ostenhellweg; aufgrund der Ankernutzungen ist die Frequenz im Bereich bis zur Stefanstraße als hoch zu bewerten, diese nimmt im Verlauf des Ostenhellwegs Richtung Ostwall jedoch deutlich ab

### Stadtgestaltung & Stadtstruktur

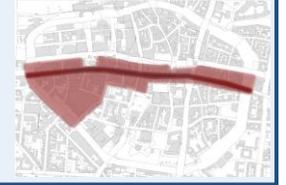
### Erreichbarkeit & Orientierung

Besuchende und Kund:innen der Dortmunder City werden aufgrund der bandartigen Struktur „automatisch“ durch die gesamte Einkaufslage des Hellwegs geführt; allerdings stellt insb. der Bereich um die Reinoldikirche einen Bruch der bandartigen Struktur dar und schränkt somit die Orientierung (insb. für Auswärtige) ein; an mehreren Stellen des Hellwegs weisen Hinweisschilder (rote Beschilderung) auf weitere Nutzungen und Orte in der Dortmunder City hin; Thier-Galerie mit eigenem Wegeleitsystem innerhalb des Einkaufszentrums; Erreichbarkeit der Thier-Galerie durch sechs Ein- und Ausgänge sowie ein eigenes Parkhaus gesichert; aufgrund der kompakten Struktur der City können Parkmöglichkeiten in wenigen Minuten fußläufig erreicht werden; ÖPNV-Erreichbarkeit durch die fußläufig erreichbaren Stadtbahnhaltestellen Kampstraße und Reinoldikirche gesichert sowie die Stadtbahnhaltestelle Stadtgarten in fußläufiger Entfernung zur Thier-Galerie



# Quartierssteckbrief

## Einkaufsmeile Hellweg



### Städtebauliche Qualitäten

die Anzahl leerstehender Ladenlokale nimmt in der Thier-Galerie, insb. im hinteren Bereich (Richtung Ein-/Ausgang Wall) in den Obergeschossen, vermehrt zu; Einrichtung von Pop-Up-Stores werden in der Thier-Galerie gezielt angeboten, zudem werden Leerstände durch Schaufensterbeklebungen kaschiert; in weiteren Bereichen des Westenhellwegs sind insbesondere der Leerstand der ehem. Buchhandlung Mayersche sowie die Handelsimmobilien ehem. Galeria Kaufhof und Karstadt aufgrund ihrer Größe und Lage als Schlüsselimmobilien zu identifizieren; trotz des aktuellen Besatzes durch SINN und Karstadt, stehen die Betriebe als auch die Nutzung der Immobilien im Kontext aktueller Trends der Einzelhandelsentwicklung vor großen Herausforderungen; die Schlüsselimmobilien entsprechen nicht mehr den Anforderungen marktgängiger Handelsimmobilien, weshalb eine zielgerichtete Umnutzung (außerhalb des Einzelhandels) zu empfehlen ist; ein weiteres Nutzungspotenzial ergibt sich durch die inzwischen leerstehende Immobilie des ehem. Elektronikfachmarktes Conrad Electronics; weitere Leerstände sind vermehrt in den Randlagen des Hellwegs vorzufinden; im Zusammenhang mit dem discountorientierten Angebot wird die Einkaufsqualität deutlich verringert; Flächenpotenzial bietet insb. der Übergangsbereich Westen-/ Ostenhellweg südlich der Reinoldikirche: der Platz wird bislang nur als Durchgang sowohl von Ost nach West als auch von Süd nach Nord genutzt, bietet allerdings großes Potenzial als ein attraktiver Platz mit Verweil- und Aufenthaltsqualität

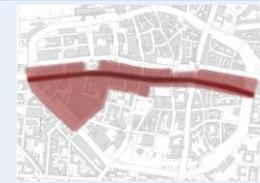
### Nutzungs- & Flächenpotenziale

Quelle: Fotos Stadt + Handel.

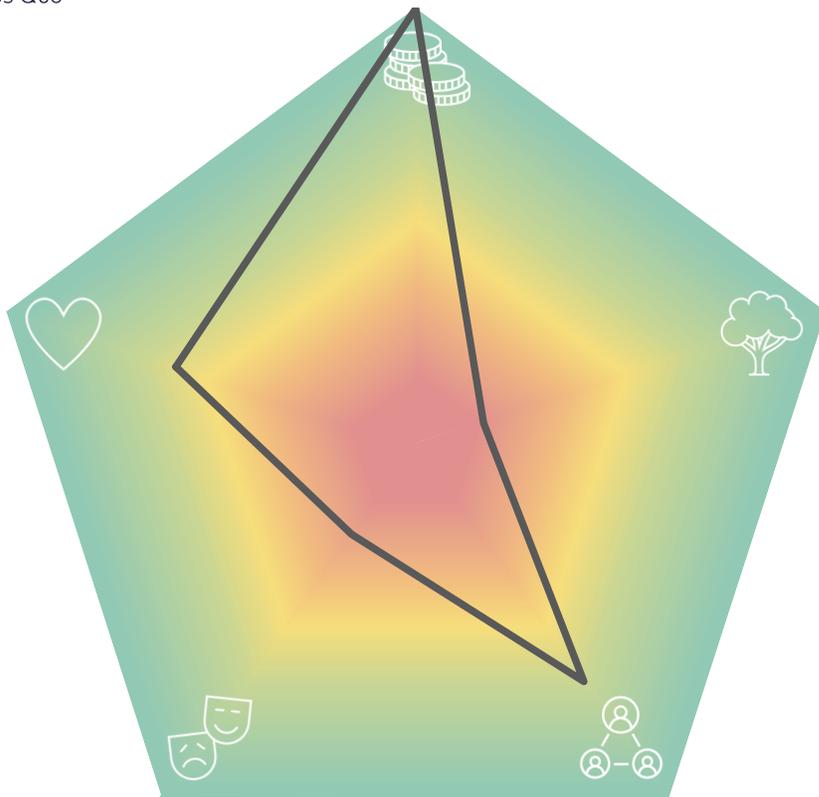


# Quartierspositionierung

## Einkaufsmeile Hellweg



— Status Quo



### Ökonomischer Vermögenswert

- filialisierte Anbieter:innen und Ankernutzungen zahlen maßgeblich auf den ökonomischen Vermögenswert ein
- aufgrund der überregionalen Strahlkraft und Bekanntheit der Anbieter:innen verringern Mindernutzungen in den Randlagen des Hellwegs den ökonomischen Vermögenswert nicht wesentlich



### Ökologischer Vermögenswert

- das gesamte Quartier ist deutlich durch eine kompakte Blockrandbebauung sowie den versiegelten öffentlichen Raum des Hellwegs geprägt
- Grünelemente sind nur in einem sehr geringen Umfang vorzufinden



### Sozialer Vermögenswert

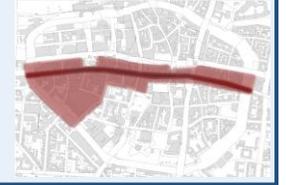
- der mittlere Bereich lädt zum Bummeln und Shoppen ein und steigert somit den sozialen Vermögenswert durch das Zusammenkommen unterschiedlicher Zielgruppen
- v. a. die Tier-Galerie ist Anlaufpunkt für Besuchende umliegender Kommunen
- inhaber:innengeführte Fachgeschäfte in den Randlagen des Hellwegs empfangen regelmäßig ihre Stammkund:innen
- Problematik mit Drogenabhängigen und Kriminalität (insb. rund um die Tier-Galerie) wirken sich negativ auf den sozialen Vermögenswert des Quartiers aus



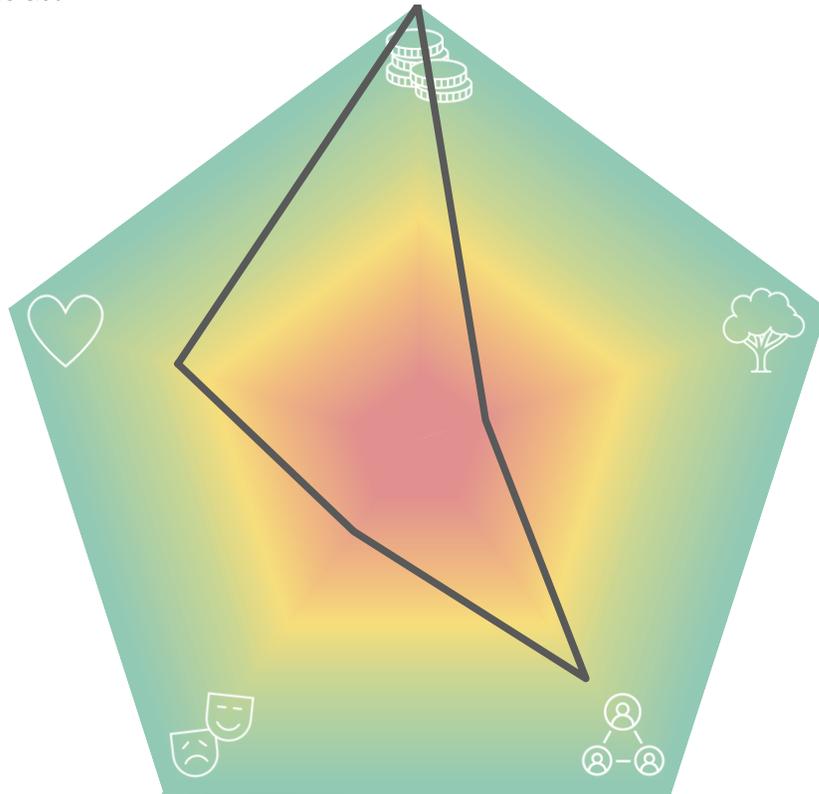


# Quartierspositionierung

## Einkaufsmeile Hellweg



— Status Quo



### Kultureller Vermögenswert

- Thier-Galerie auf dem ehem. Gelände der Thier-Brauerei
- historisch geprägte Handelsstraße Westenhellweg weist kaum Bezüge zur Historie auf
- Ausführung der Veranstaltungen DO-City bewegt sich und eBike Festival im Bereich der Reinoldikirche (s. S. 96)
- im Vergleich zu weiteren Quartieren bestehen, neben der historischen Bedeutungen, keine prägenden Kunst- und Kulturangebote, die auf das Quartier einzahlen



### Emotionaler Vermögenswert

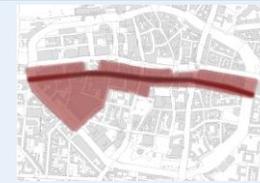
- der mittlere Bereich des Westenhellwegs bietet Besuchenden und Kund:innen der Dortmunder ein umfangreiches Einkaufserlebnis
- Hellweg stellt die Hauptschlagader der Dortmunder City dar
- zugleich allerdings Monofunktionalität des Quartiers und Fehlen spannender Räume und Angebote





# Quartierspositionierung

## Einkaufsmeile Hellweg



### Stärken

- hohe Anzahl an Ankernutzungen im Einzelhandel
- vielfältiges und dichtes Angebot des filialisierten Einzelhandels
- großflächige Kaufhäuser mit überregionaler Strahlkraft (u. a. Peek & Cloppenburg, Ansons)
- bandartige Struktur vereinfacht die Orientierung innerhalb des Hellwegs (aufgrund städtebaulicher Gegebenheiten)
- gute Erreichbarkeit der drei Teilbereiche für alle Verkehrsteilnehmenden
- überwiegend attraktive Fassadengestaltung und Handelsfassaden prägender Einzelhandelsbetriebe (keine wesentlichen Baumängel ersichtlich)

### Schwächen

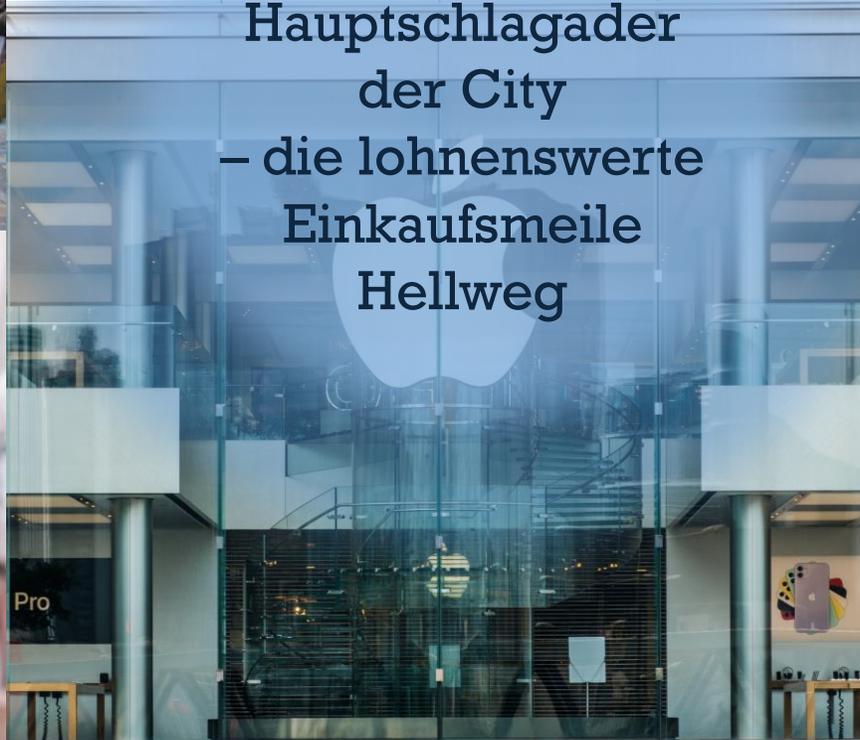
- starke Ausrichtung auf das Bekleidungssegment
- deutliche Abschwächung des Preis- und Qualitätsniveaus in den Randlagen des Hellwegs, somit funktionaler Bruch der Lauflage in den Randlagen
- Reduzierung der Frequenz in den Randlagen des Hellwegs
- standardisiertes Einzelhandelsangebot (vergleichbar mit weiteren Oberzentren im Wettbewerbsumfeld)
- großflächige Schlüsselimmobilien entsprechen nicht mehr den Anforderungen marktgängiger Handelsimmobilien
- monofunktionale Gestaltung durch überwiegende Ausrichtung auf Einzelhandel

### Chancen

- Profilschärfung: Etablierung des Hellwegs als *die* Haupteinkaufsmeile
- Stärkung der Randlagen des Quartiers hinsichtlich einer attraktiven Nutzungsmischung
- Ansiedlung und bewusste Auswahl weiterer Modeanbieter:innen zur Diversifizierung des Angebots im Bekleidungssegment
- Ansiedlung von Flagship-Stores zur Stärkung der überregionalen Strahlkraft
- Etablierung anderweitiger Nutzungen (außerhalb des Handels) in großflächigen Schlüsselimmobilien
- Ansiedlung hybrider, flexibler Handesformen mit identitätsstiftendem Potenzial

### Risiken

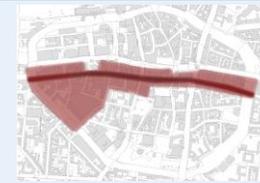
- zunehmende Betriebsschließungen und Leerstände aufgrund des Strukturwandels (u. a. Ausdünnung des Filialnetzes) und Auswirkungen der Corona-Pandemie
- möglicher Rückzug weiterer größerer Anbieter:innen aus den Schlüsselimmobilien
- Dominanz und Auswirkungen des Online-Handels (insb. in den Sortimenten Bekleidung sowie Schuhe/Lederwaren)
- verstärkte Schwächung der Leitfunktion Einzelhandel
- fortschreitende „Banalisierung“ der Einkaufslage durch Angebotsüberschneidungen und Uniformität
- Bedeutungsverlust der Randlagen sowie Schrumpfung der Haupteinkaufslage auf den Westenhellweg zwischen Reinoldikirche und Martinstraße
- Trading-Down-Prozess (insb. Leerstände) in den Randlagen des Hellwegs



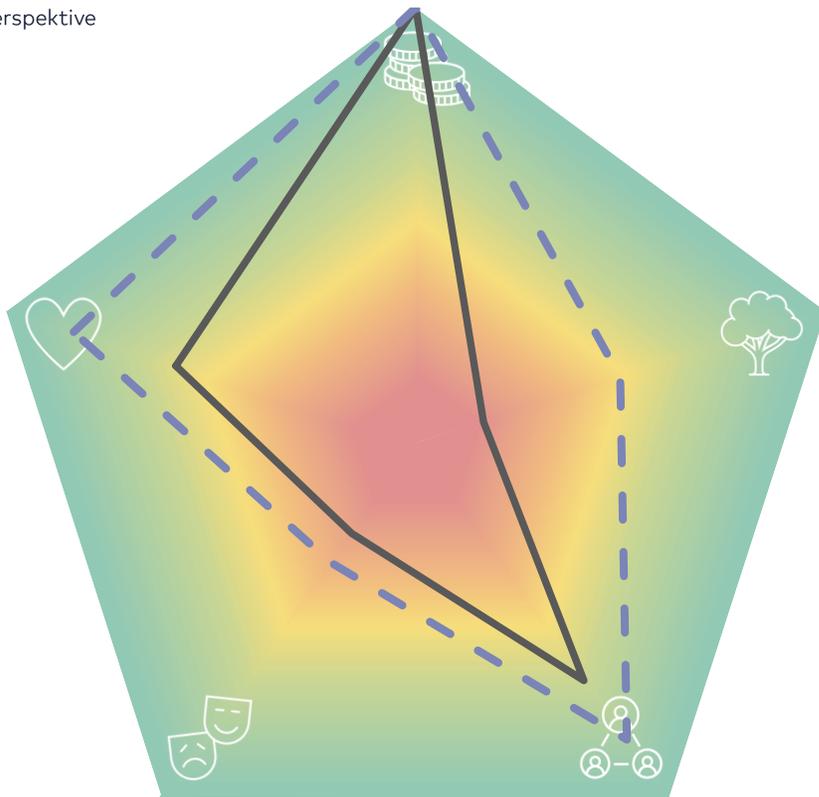


# Quartiersprofilierung

## Einkaufsmeile Hellweg



— Status Quo  
- - Zielperspektive



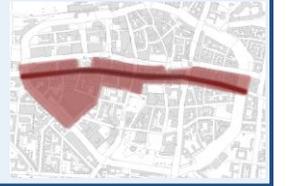
### „Hauptschlagader der City – die lohnenswerte Einkaufsmeile Hellweg“

Die Hauptschlagader der Dortmunder City: der Hellweg. Durch den Hellweg erwacht die gesamte City zum Leben. Funktioniert der Hellweg nicht, funktioniert auch die Innenstadt nicht. Der Hellweg zieht Besucher:innen von überall an, wovon alle weiteren Quartiere profitieren können. Innovative Konzepte bieten eine Abwechslung zum standardisierten Einkauf. Als lohnenswerte Einkaufsstraße macht der Hellweg wieder Lust aufs Einkaufen – dabei haben die Teile des Ostenhellwegs, des westlichen und mittleren Westenhellwegs ihren ganz eigenen Charme. Der Bereich der Reinoldikirche funktioniert als attraktiver Aufenthaltsort und Bindeglied zwischen den übrigen Quartieren. Die zentrale Lauflage verbindet den Hellweg mit den weiteren Quartieren der City – von hier aus sind alle Quartiere erreichbar und sichtbar.



# Quartiersprofilierung

## Einkaufsmeile Hellweg



Im **westlichen Bereich des Westenhellwegs** schaffen innovative Konzepte einen Übergang zum Unionviertel und dem weit bekannten Bergmannkiosk. Pop-Up-Stores und Hybrid-Konzepte machen den westlichen Bereich „hinter“ der Thier-Galerie wieder interessant und laden zum Weiterstöbern entlang des Hellwegs ein. Der Hellweg profitiert von den großflächigen Umbaumaßnahmen am Dortmunder U als Impulsgeber für die gesamte City.

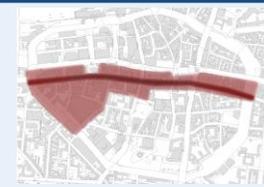
Der **mittlere Westenhellweg**, von der Reinoldikirche bis zur Thier-Galerie, ist der Inbegriff der klassischen Shoppingmeile. Hier reihen sich standardisierte Angebote an großflächige Flagship-Stores. Weltweit bekannte Marken und großflächige Stores ziehen Kund:innen von überall an. Dominante Gebäudefassaden werden durch großzügige Schaufensterfronten und vertikales Grün aufgebrochen. Kleinteilige Grünoasen im Bereich der Kirchen laden Besucher:innen der Einkaufsmeile zu einer kurzen Zwischenpause ein. Ehemalige großflächige Handelsimmobilien strahlen mit innovativen Nutzungskonzepten aus, die neben dem Handel weitere Funktionen unterbringen. Von Osten kommend bildet die Thier-Galerie abschließend ein umfassendes Einkaufsangebot für Shoppingbegeisterte. Auch hier befinden sich bereits neue Konzepte, um ein abwechslungsreiches Einkaufserlebnis zu bieten. Wer sich nicht nur an den klassischen Marken erfreuen möchte, lässt sich weiter in Richtung Westen von innovativen Konzepten überraschen. Die Bereiche um die Petrikirche und Reinoldikirche sind *die* bedeutenden Knotenpunkte der City. Die beiden Bereiche machen sämtliche Quartiere der Dortmunder City erreichbar. Besucher:innen können z. B. zwischen einem Shopperlebnis auf dem mittleren Westenhellweg und in der Thier-Galerie, einem klassischen Mittagessen im Altstadtviertel oder einem „hippen“ Gastronomiebesuch im Brückviertel wählen.

Die Vielfalt an Nutzungen bespielt den **Ostenhellweg**. Einzelhandelsnutzungen in Kombination mit Gesundheitsdienstleistungen reihen sich an Gastronomieangebote. Die Dichte an Magnetbetrieben nimmt im Vergleich zum mittleren Westenhellweg ab. Insbesondere in Richtung des Kaiserviertels bieten verschiedenste Länderküchen eine Abwechslung zum Einkaufen. Gleichzeitig profitiert der Hellweg von den Qualitäten des Kaiserviertels. Attraktiv gestaltete Wegeverbindungen bieten Zugang zum Rosenviertel sowie zum Boulevard der City.

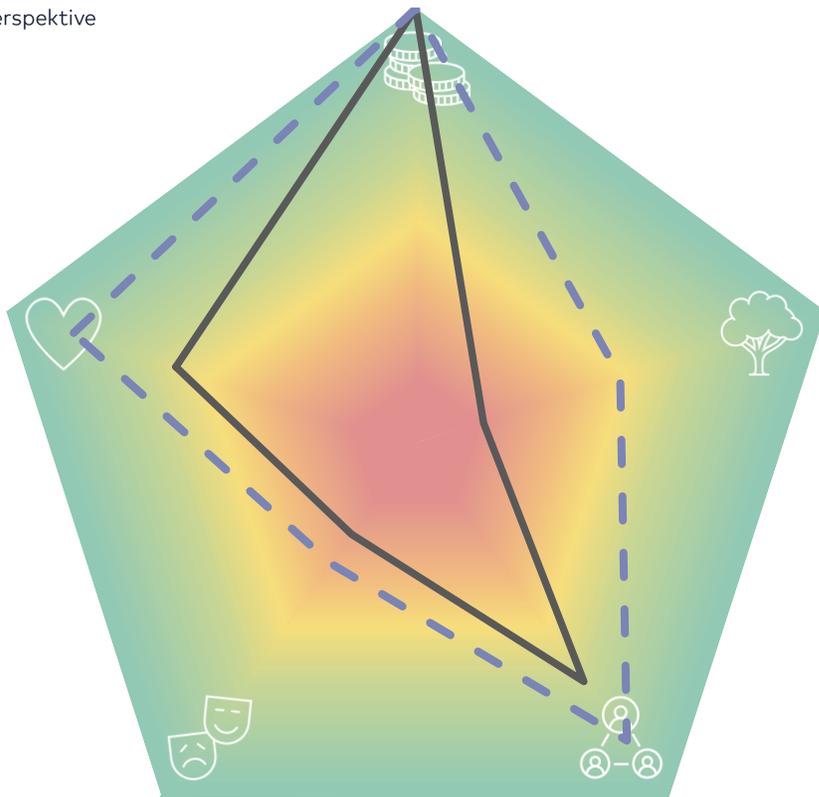


# Quartiersprofilierung

## Einkaufsmeile Hellweg



— Status Quo  
- - - Zielperspektive



### Profilierungsziele

#### Ökonomischer Vermögenswert

- Der Einzelhandel bildet weiterhin die Leitfunktion der Haupteinkaufsstraße.
- Um den ökonomischen Vermögenswert langfristig zu sichern, muss das Quartier in den Bereichen Ökologie, Soziales, Kultur und Emotionen verbessert werden. Synergien mit weiteren Quartieren verstärken diesen Effekt.
- Der Hellweg ist keine uniforme Einkaufsstraße. Einzelhandels- sowie auch Gastronomienutzungen passen sich den funktionalen und städtebaulichen Qualitäten des Hellwegs an.
- Großflächige Handelsimmobilien erleben eine funktionale Renaissance, indem sich neben dem Handel auch weitere Nutzungskonzepte etablieren.

#### Ökologischer Vermögenswert

- Die Verbesserung des ökologischen Vermögenswerts spielt eine wesentliche Rolle für die Attraktivität des Hellwegs.
- Punktuell inszenierte Grünelemente im Bereich der Petrikirche und Reinoldikirche sowie hängende Gärten entlang des Hellwegs werten die Einkaufsmeile gestalterisch und ökologisch auf.

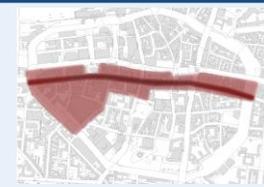
#### Sozialer Vermögenswert

- Das Angebot des Hellwegs spricht die breite Masse an. Hier bündeln sich die meisten Frequenzen und stärken den sozialen Vermögenswert maßgeblich.
- Neben dem Einzelhandel finden Co-Working-Spaces oder auch studentische Arbeitsplätze hier ihren Raum.

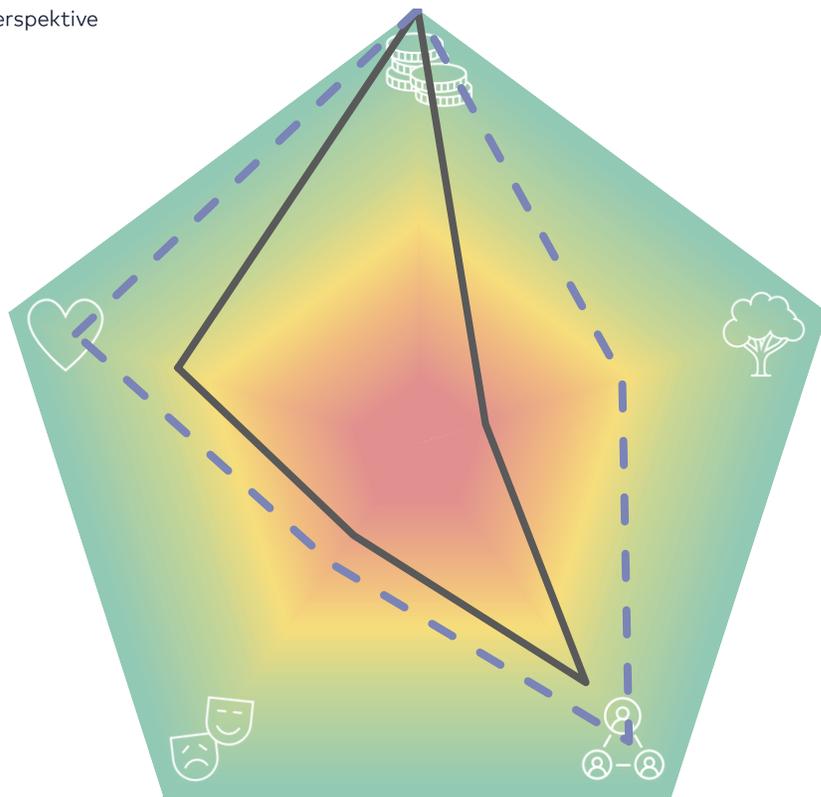


# Quartiersprofilierung

## Einkaufsmeile Hellweg



— Status Quo  
- - Zielperspektive



### Profilierungsziele

#### Kultureller Vermögenswert

- Kulturelle Events stärken und unterstützen den Einzelhandel. Besucher:innen der Events werden zu Kund:innen der Geschäfte.
- Durch die Umgestaltung des Bereiches an der Reinoldikirche kann dieser als attraktiver Veranstaltungsort genutzt werden.
- Kulturelle Elemente bespielen Schaufenster, Leerstände, Gebäudefassaden und den öffentlichen Raum und stellen somit Bezug zum Einzelhandel her.

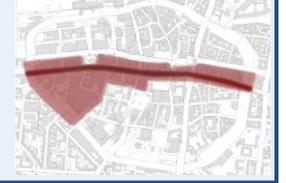
#### Emotionaler Vermögenswert

- Das Shoppen auf dem Hellweg bereitet Freude und bietet abwechslungsreiche Angebote.
- Der Hellweg ist die Hauptschlagader der City. Durch die Belebung der Einkaufsstraße profitieren alle weiteren Quartiere der Dortmunder City. Gleichzeitig beeinflussen die Viertel den Hellweg.
- Die Haupteinkaufslage übernimmt eine Verteilerfunktion. Von hier aus gelangen die Besucher:innen in die Quartiere und lernen die unterschiedlichen Qualitäten der Dortmunder City kennen und schätzen.



# Quartiersprofilierung

## Einkaufsmeile Hellweg



### Umsetzungsempfehlungen

#### Ökonomischer Vermögenswert

- Schaffung eines neuen, modernen Einkaufserlebnisses im mittleren Bereich des Westenhellwegs, um den Hellweg weiterhin als die Einkaufsmeile und Hauptschlagader der City zu stärken:
  - großflächige Flagship-Stores und Einzelhandelskonzepte, die zudem das Thema der Digitalisierung aufgreifen (s. Best-Practice-Beispiele, S. 258-259)
  - Etablierung von Einzelhandelsnutzungen, dessen Konzepte i. d. R. darauf ausgerichtet sind, sich nicht in der Innenstadt sondern in alternativen Lagen anzusiedeln (s. Best-Practice-Beispiel, S. 260)
- Einrichtung innovativer Nutzungen im westlichen Bereich des Westenhellwegs: Hybridkonzepte, die eine Mischung aus Einzelhandel und Gastronomie bieten und somit einen Übergang zum Bergmannkiosk/Unionviertel schaffen
- Ostenhellweg:
  - Etablierung weiterer Landesküchen sowie Gastronomiekonzepte, die das Thema der Digitalisierung aufgreifen, um bspw. auch Berufstätige aus dem Kaiserviertel in den Ostenhellweg zu locken (s. Best-Practice-Beispiel, S. 261)
  - zudem Stärkung und Ausbau des Angebotes im Gesundheits- und Dienstleistungssektor (u. a. Etablierung weiterer (spezialisierter) Ärzt:innen)
  - ggfs. Anknüpfung an das bestehende Freizeitangebot und Ausbau entsprechender Nutzungen

#### Ökologischer Vermögenswert

- ökologische Aufwertung des Hellwegs durch die Einrichtung punktuell inszenierter Grünelemente, Begrünung der Fassaden und Einrichtung von Grünelementen in den Eingangsbereichen der Ladenlokale
- Einrichtung von Abstellmöglichkeiten für nachhaltige Formen der Mobilität: insb. in den Randbereichen des Hellwegs sollten (weitere) Fahrradabstellmöglichkeiten sowie Spots zum Ausleihen/Abstellen von E-Scootern zur Verfügung stehen

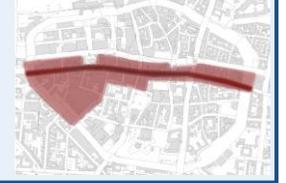
#### Sozialer Vermögenswert

- Belebung der Krüger Passage insb. in den späten Abend- und Nachtstunden mit kleinteiligen Events und Partys, z. B. Studierendenpartys
- vollumfängliche Umgestaltung der Platzsituation Reinoldikirche und Attraktivierung der Platzsituation Petrikirche, um diese als unkommerzielle Aufenthaltsorte zu etablieren
- Einsatz von Streetworkern zur Verbesserung des Umgangs mit Obdachlosen und Drogenabhängigen (z. B. Vermeidung von „aggressivem Betteln“, um das (subjektive) Wohlbefinden der Besucher:innen auf dem Hellweg zu erhöhen); Ausweitung des aktuellen Projekts zum Einsatz von Streetworkern auf den Hellweg
- Einrichtung anderweitiger Nutzungen (neben dem Einzelhandel) in der Thier-Galerie (insb. in den Obergeschossen), um das Einkaufszentrum wieder verstärkt als beliebten Aufenthaltsort zu etablieren:
  - Indoor-Sport-/Erlebnisaktivitäten (z. B. Escape Room, Indoor-Minigolf, Indoor-Playground)
  - Social-Media-Playground/-Museum (s. Best-Practice-Beispiel, S. 262)
  - Co-Working-Spaces, studentische Arbeitsplätze



# Quartiersprofilierung

## Einkaufsmeile Hellweg



### Umsetzungsempfehlungen

#### Kultureller Vermögenswert

- Einrichtung (weiterer) Shopping-Events: z. B. Late-Night-Shopping
- Umgestaltung des Bereiches rund um die Reinoldikirche (insb. mit Ausrichtung zum Westenhellweg) als bedeutender Knotenpunkt: neben der Funktion als Aufenthaltsort verstärkt als kleinteilige Veranstaltungsfläche etablieren, die regelmäßig bespielt wird und somit einen zusätzlich belebenden Charakter für den Hellweg hat

#### Emotionaler Vermögenswert

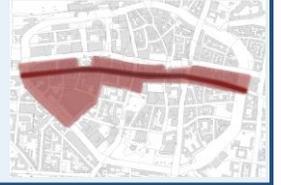
- Einrichtung eines „Digitalisierungs-Showrooms“ (im mittleren oder westlichen Bereich des Westenhellwegs), der den Handel der Zukunft inszeniert und nicht nur die Besucher:innen, sondern auch die Händler:innen der City informiert
- Belegung großflächiger Handelsimmobilien durch Ansiedlung anderweitiger Nutzungen abseits des Handels:
  - studentisches Wohnen, Seminarräume und/oder Vorlesungssaal (s. Best-Practice-Beispiele, S. 263)
  - innovative Gastronomienutzungen, z. B. Food Court (s. Best-Practice-Beispiel, S. 264)
  - E-Sports-Center mit Gaming-Lounge und Sitzgelegenheiten für ein Live-Studio zur Übertragung von E-Sports-Spielen (in Kooperation mit BVB und weiteren Dortmunder Sportclubs) (s. Best-Practice-Beispiel, S. 265)
  - ggfs. weiterhin Ansiedlung von Einzelhandelsnutzungen in Form moderner Nutzungskonzept für großflächige Handelsimmobilien (s. Best-Practice-Beispiel, S. 266)

- Einrichtung von Wegweisern zu den angrenzenden Quartieren des Hellwegs: insb. im Bereich der beiden Kirchen sowie in den Querverbindungen (u. a. Petergasse, Salzgasse, Stefanstraße, Moritzgasse) sind Hinweisschilder im bestehenden Wegeleitsystem einzurichten, um die Besucher:innen von der zentralen Lauflage der City auch in die weiteren Quartiere (u. a. Boulevard, Altstadtviertel, Rosenviertel) zu leiten
- Attraktivierung der Zugänge zum Rosenviertel durch eine verbesserte Fassadengestaltung und Erhöhung der Sichtbarkeit zum Rosenviertel (z. B. Nutzung des Qualitätssymbols „Rose“)



# Best-Practice-Beispiele

## Einkaufsmeile Hellweg

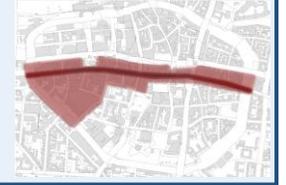


Görtz Flagship-Store (Düsseldorf)



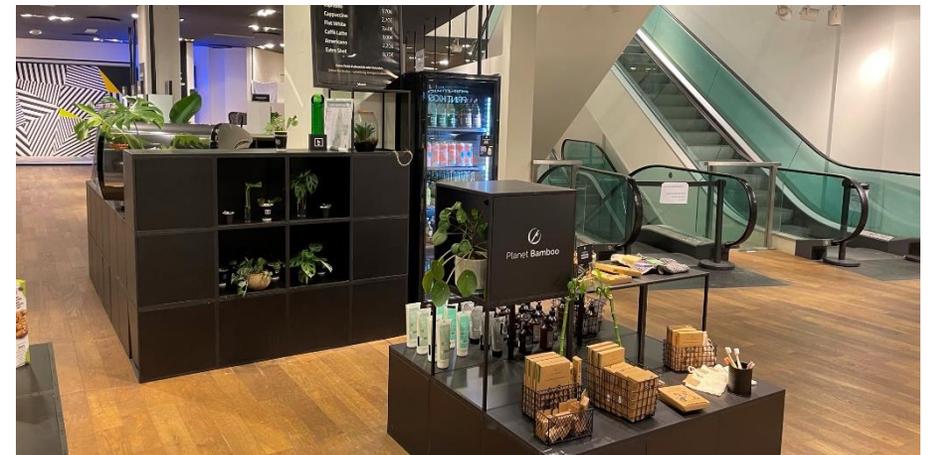
# Best-Practice-Beispiele

## Einkaufsmeile Hellweg



### blaenk Concept-Store (Köln)

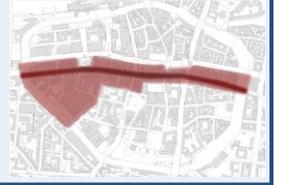
- Store ist einem **Appartement** nachempfunden und macht **Produkte „erlebbar“**
- *blaenk* kuratiert Produkte, die in einen modernen, urbanen Lifestyle passen
- **Retail-as-a-Service:** Händler:innen können sich mit ihren Produkten in die *blaenk*-Stores einmieten
  - Sammeln von Kundendaten über die eigene *blaenk*-Web-App, über die auch der Einkauf abgewickelt werden kann
    - individuelle Kundenansprache möglich
  - anonymisiertes Kundentracking mit KI
    - wertvolle Informationen für Hersteller:innen
  - Abrufen von Produktinformationen über QR-Codes möglich (Implementierung digitaler Service-Tools)
- Kund:innen können Produkte **vor Ort** zu sich **nach Hause bestellen**





# Best-Practice-Beispiele

## Einkaufsmeile Hellweg



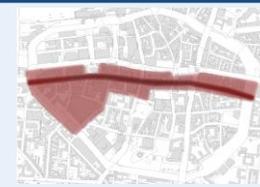
Ikea-Planungsstudio (Potsdam, Berlin)

Quelle: <https://www.ikea.com/de/de/newsroom/corporate-news/neue-touchpoints-in-der-hauptstadt-ikea-eroeffnet-zwei-planungsstudios-in-berlin-pubcc8b48d7>



# Best-Practice-Beispiele

## Einkaufsmeile Hellweg



### „Data Kitchen Berlin“ (Berlin)

- nahezu vollständig **digitalisiertes Gastronomiekonzept** in Kooperation mit Softwarehersteller SAP
- Reservierung, Bestellprozess und Bezahlung werden online abgewickelt und befördern somit eine große **Zeitersparnis**
- Besucher:innen öffnen ihre Box in der Food Wall über einen Link auf ihrem Smartphone und erhalten dann ihr Essen → hohes Maß an **Self Service**
- es gibt auch Servicepersonal, dass während des Aufenthalts unterstützend zur Seite steht sowie Getränke und Desserts serviert
- durch den geringen Personalaufwand entstehen Preisvorteile für die Kund:innen
- Gerichte sind häufig vegetarisch und Zutaten stammen aus regionalem Anbau

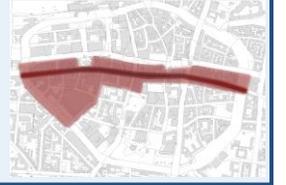


Quelle: <https://www.sueddeutsche.de/stil/restaurant-berlin-data-kitchen-kritik-1.4330280>  
<https://www.businessinsider.de/gruenderszene/allgemein/data-kitchen-digitales-restaurant-berlin/>



# Best-Practice-Beispiele

## Einkaufsmeile Hellweg



### Youseum (Amsterdam)

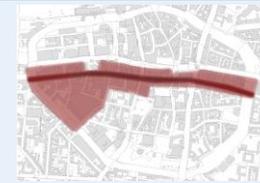
- Einrichtung eines „Social-Media-Playground“ in der Innenstadt von Amsterdam
- Besucher:innen sollen sich als Teil der Kunstwerke bzw. als Künstler:innen verstehen
- ihnen stehen rund 30 Installationen zur Verfügung, welche als Fotomotiv verwendet werden können
- Fotos können später durch die Besucher:innen über die eigenen Social-Media-Kanäle gepostet werden
- durch die Veröffentlichung der Fotos und die Nutzung verschiedener Hashtags wird die Innenstadt durch die Nutzer:innen indirekt vermarktet, somit können perspektivisch Frequenzen in der Innenstadt erhöht werden
- Konzept spricht insbesondere jüngere Zielgruppen an





# Best-Practice-Beispiele

## Einkaufsmeile Hellweg



### Campus Unteres Schloss (Siegen)

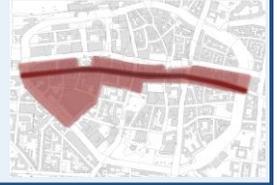
- Umnutzung der obersten Etage eines ehemaligen Galeria-Karstadt/Kaufhof-Standortes zum Hörsaalzentrum
- Mischnutzung: Hörsaal- und Seminarzentrum mit Platz für bis zu 1.350 Studierende
- Nicht genutzte Räume bzw. Lagerflächen des Warenhauses wurden für den Umbau zur Verfügung gestellt.
- Die drei unteren Etagen des Gebäudes werden weiterhin von Karstadt genutzt.
- Das Warenhaus blieb während der Umbauphase durchgehend geöffnet.
- Auch Karstadt profitiert und gewinnt eine neue Kund:innengruppe, stellt das Sortiment entsprechend darauf ein.
- Maßnahme der Initiative „Uni (kommt) in die Stadt“ der Stadt Siegen
- wurde zu großen Teilen aus Mitteln der Städtebauförderung finanziert (Land und Bund haben die Maßnahmen mit knapp 40 Mio. € gefördert)
- soll positive Synergien für die Siegener Innenstadt bewirken





# Best-Practice-Beispiele

## Einkaufsmeile Hellweg



Quelle: <https://www.tagesspiegel.de/berlin/berlin-charlottenburg-bikini-mit-kantini-passage-am-zoo-setzt-auf-kulinarisches/20556870.html>; <https://www.top10berlin.de/de/cat/essen-267/street-food-maerkte-und-food-trucks-2376/kantini-im-bikini-5465>

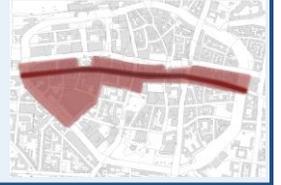


**Kantini – Food Court im Bikini Berlin (Berlin)**



# Best-Practice-Beispiele

## Einkaufsmeile Hellweg

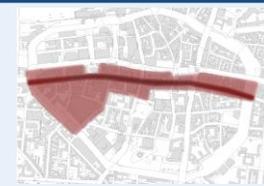


Xperion – Die Saturn E-Arena (Köln)



# Best-Practice-Beispiele

## Einkaufsmeile Hellweg



### aufHaus (Ahaus)

- **Umnutzung eines ehem. innerstädtischen Kaufhauses** im Bereich des Eingangs zur Fußgänger:innenzone
- Leerstand wurde Mitte 2021 mit einem Konzept aus einer **Zusammenführung aus Online-Handel und stationärem Handel** neu eröffnet
- **Großfläche wird zum Showroom:** interessierte Händler:innen erhalten eine Regelfläche zur Ausstellung ihrer Produkte im aufHaus
- alle Produkte sind mit **QR-Codes** versehen, Kund:innen können diese scannen und das Produkt im Online-Shop der Händler:innen aufrufen
- Preis und Produktinformationen stehen **ausschließlich online** zur Verfügung, die Produkte können auch nur online erworben werden
- aufHaus kommt **fast komplett ohne Personal** aus: keine Beratung und kein Verkauf vor Ort, es gibt keine Kassen (nur Security-Mitarbeitende im Einsatz)



# Innenstadtprofilierung



# Innenstadtprofilierung

## Zielvision: Neun Quartiere – eine starke City



Neben der Profilierung der neun Quartiere, sind des Weiteren übergeordnete Zielaussagen abzuleiten, die die City als Ganzes profilieren und die einzelnen Bereiche zu einem Gesamtbild zusammenfügen. Unter Berücksichtigung der formulierten Gegenwartsbilder, der Innenstadtdiagnose sowie der SWOT-Analyse und des Chancen-Mängel-Plans werden nachfolgend Profilierungsziele für die Dortmunder City formuliert und in Rahmen eines räumlich-funktionalen Leitbilds veranschaulicht.

Quelle: stock.adobe.com



# Innenstadtprofilierung

## Zielvision: Neun Quartiere – eine starke City

### Profilierungsziele

---

- Die Dortmunder City funktioniert als multifunktionales Gerüst. Nicht nur Einzelhandel, sondern auch Gastronomie, Dienstleistungen, Sport, Freizeit, Kunst und Kultur bestimmen die Angebotsstruktur der Innenstadt. Zudem ist die Innenstadt ein beliebter und zentraler Wohnstandort, welcher die City zusätzlich belebt. Die einzelnen Quartiere zeichnen sich durch individuelle Nutzungsschwerpunkte aus. Im Gesamtbild funktionieren und harmonisieren sie miteinander.
  - Begrünte Sitzmöglichkeiten verteilen sich über die gesamte City und bieten in Verbindung mit attraktiven Grünflächen, wie dem Stadtgarten und Ostwallpark, zahlreiche Möglichkeiten zum Aufhalten und Verweilen. Auch ruhige Rückzugsorte, wie der Propsteihof oder der Marienkirchhof, laden die Besucher:innen zum Erholen, abseits des Innenstadttrubels, ein. Weitere Grünelemente schmücken den öffentlichen Raum sowie Gebäudefassaden in den unterschiedlichsten Formen. Das Stadtklima verbessert sich stetig.
  - Die Dortmunder City ist ein Ort für Jedermann! Die Menschen machen das urbane Leben der City aus. Als Ort des Zusammenkommenstreffen unterschiedliche Generationen, Gruppen und Kulturen in der City aufeinander. Die City hat für Alle etwas bieten: sei es zum Einkaufen, Ausgehen oder Feiern.
  - Sauberkeit und Sicherheit gehören zu den Basics des alltäglichen Lebens in der Dortmunder City. Stadtgarten und Hauptbahnhof sind als beliebte Ankommensorte in den Köpfen der Besucher:innen verankert.
  - Die Akteur:innen der City arbeiten Hand in Hand für eine positive Weiterentwicklung der Innenstadt – getreu dem Motto: „Miteinander. Mitte. Machen.“. Das Citymanagement etabliert sich als neue Instanz zwischen der privaten und öffentlichen Hand. Die Funktion des zentralen Ansprechpartners rund um das Thema City wird dem Citymanagement zugesprochen.
  - Die Zielvision wird gemeinsam mit den Cityakteur:innen weiterentwickelt. Durch die Überführung in ein Logo und einen Slogan kann die Zielvision der City überregional kommuniziert werden. Mit ihren neun Quartieren erzählt die Dortmunder City eine neue und ganz eigene Geschichte!
-



# Innenstadtprofilierung

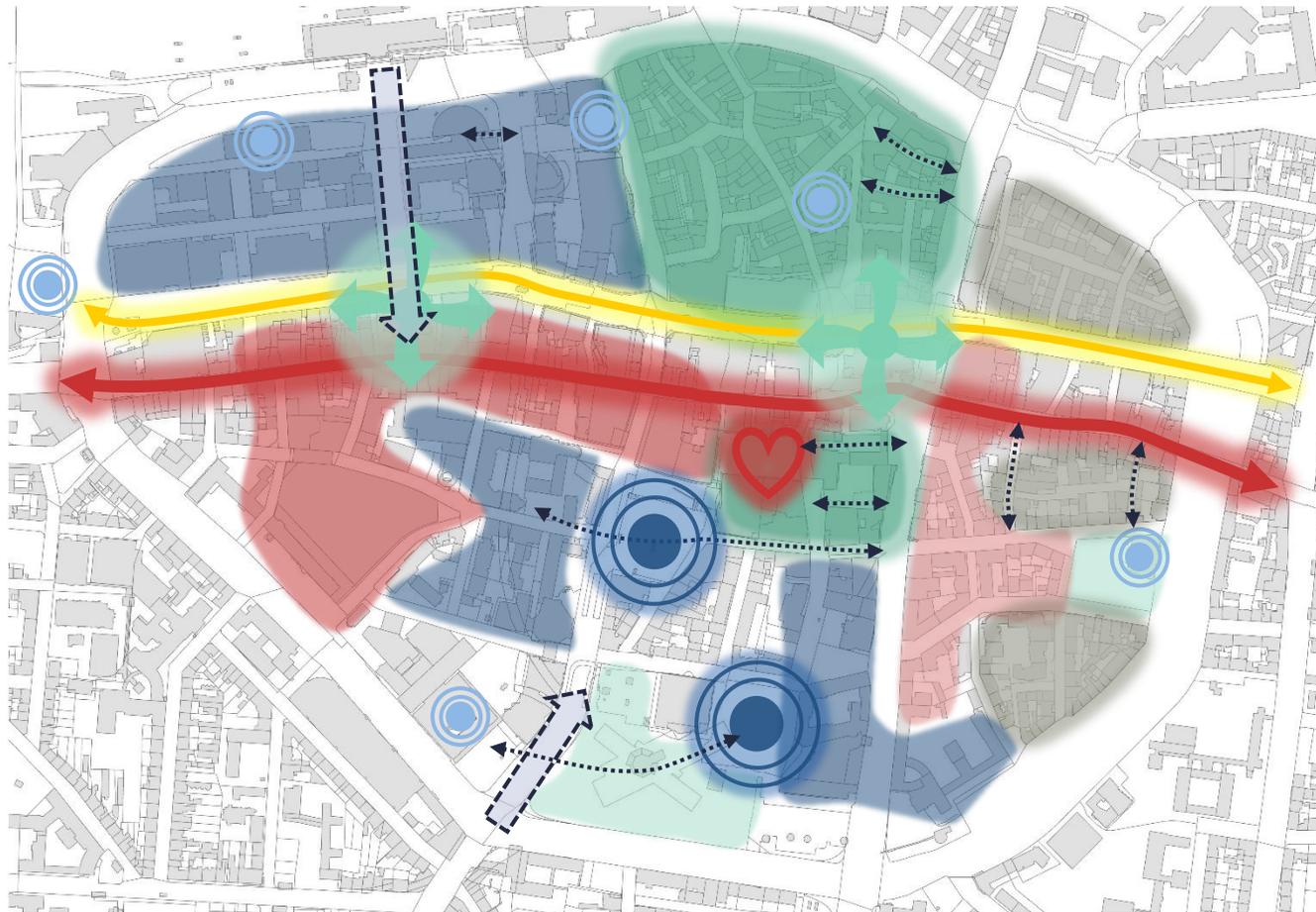
## Räumlich-funktionales Leitbild (Entwurf)

### Legende

- ↔ Hauptschlagader
- Laufsteg der City
- ♥ gastronomisches Herzstück
- ⚡ Eingangstor in die City
- ⊕ zentraler Knotenpunkt (mit Verteilerfunktion)
- ↔ städtebaulich-funktionale Verknüpfung

### Nutzungsschwerpunkte

- Einzelhandel
- Gastronomie
- Dienstleistungen
- Kulturschwerpunkt
- Schwerpunkt Wohnen
- Grünfläche
- Veranstaltungsschwerpunkt



Der Hellweg sowie die Thier-Galerie dienen als zentrale Einzelhandelslagen. Zudem bildet das Rosenviertel einen Einzelhandelsschwerpunkt der City. Das Brück- und Altstadtviertel richten ihr Angebot insb. auf gastronomische Nutzungen und sprechen mit ihrem Angebot unterschiedliche Zielgruppen an. Im Katharinenviertel sind vorwiegend Dienstleistungen vorzufinden.

Zwei zentrale Laufstegen bilden die Kampstraße/Brüderweg sowie der Hellweg. Der Hellweg ist als Hauptschlagader unmittelbar an das Herzstück der City – dem Altstadtviertel – angeschlossen. Die Kampstraße gestaltet sich als Laufsteg der City bzw. Boulevard der Dortmunder:innen. Ein Aufenthalt abseits des Trubels des Hellwegs wird den Besucher:innen hier ermöglicht.

Zur Schaffung eines Gesamtbildes der City ist die Verbindung der einzelnen Quartiere, insb. zwischen Kloster- und Brückviertel, Ostenhellweg und Rosenviertel sowie Kleppingstraße und Altstadtviertel, und die Verbindung zu den wesentlichen Anschlusspunkten außerhalb des Wallrings (Hbf, Dortmunder U und Kaiserviertel) zu verbessern. Dies wird durch eine städtebauliche Aufwertung und eine klare Wegeführung erreicht.

Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Kartengrundlage Stadt Dortmund.



# Innenstadtprofilierung

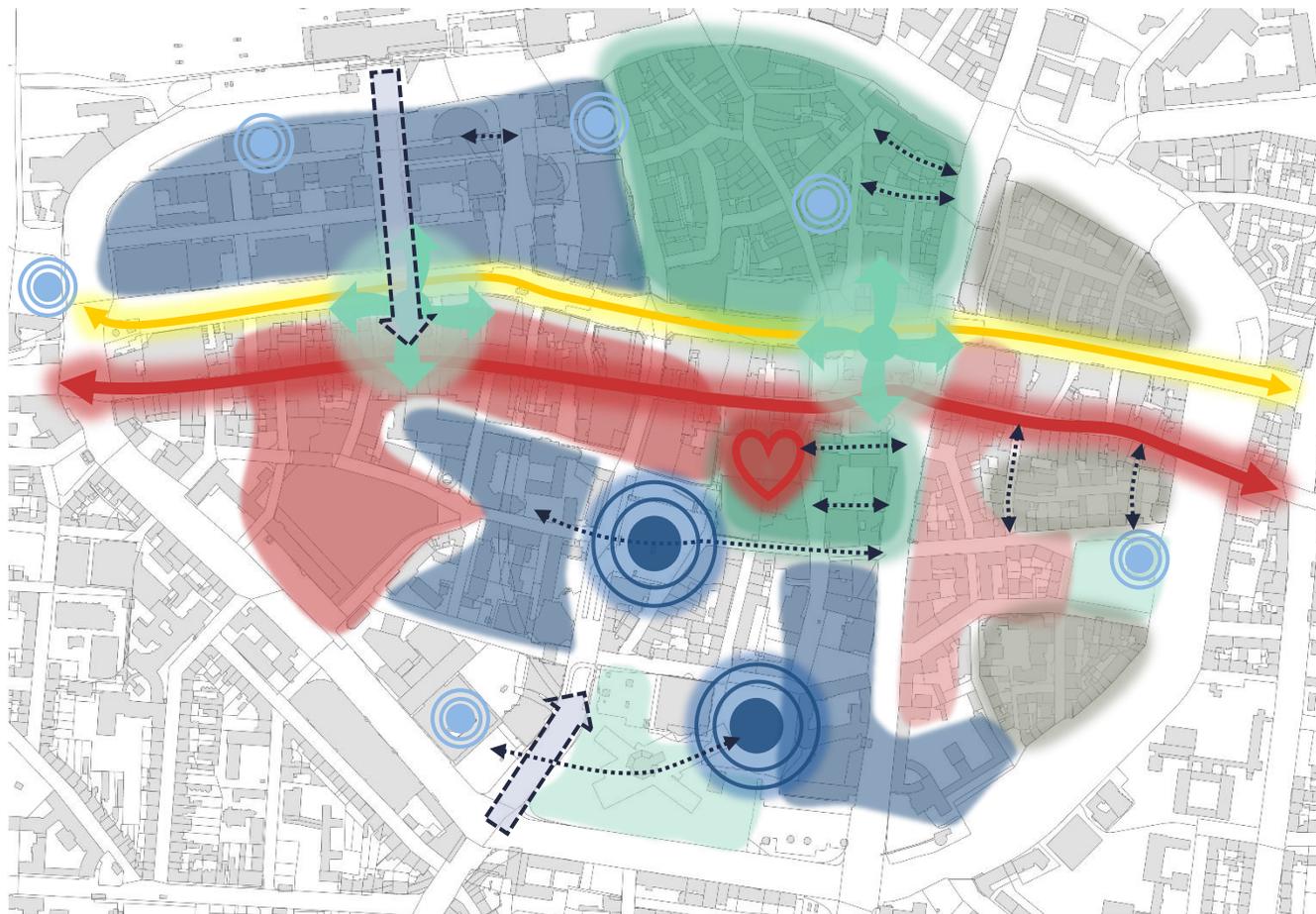
## Räumlich-funktionales Leitbild (Entwurf)

### Legende

- ↔ Hauptschlagader
- Laufsteg der City
- ♥ gastronomisches Herzstück
- ↔ Eingangstor in die City
- ⊕ zentraler Knotenpunkt (mit Verteilerfunktion)
- ↔ städtebaulich-funktionale Verknüpfung

### Nutzungsschwerpunkte

- Einzelhandel
- Gastronomie
- Dienstleistungen
- Kulturschwerpunkt
- Schwerpunkt Wohnen
- Grünfläche
- Veranstaltungsschwerpunkt



Die Bereiche um die Petrikerche und Reinoldikirche haben sich als wesentliche Knotenpunkte herauskristallisiert. In ihrer „Verteilerfunktion“ verbinden sie die Quartiere untereinander. Deshalb gilt es zukünftig diese Bereiche städtebaulich sowie auch funktional in ihrer Bedeutung zu stärken.

Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Kartengrundlage Stadt Dortmund.

# Schlüsselprojekte

# Schlüsselprojekte

Zur Überführung der Umsetzungsempfehlungen in konkrete, anwendbare Maßnahmen werden nachfolgend Schlüsselprojekte vom Fachgutachter vorgeschlagen, die sich maßgeblich aus den Handlungsbedarfen in den Quartieren sowie übergeordnet auch für die gesamte City ergeben. Diese sollen perspektivisch auf die verschiedenen Vermögenswerte sowohl auf Quartiersebene als auch auf Cityebene einzahlen. Die Schlüsselprojekte unterscheiden sich hinsichtlich ihrer Handlungsfelder und zeitlichen Priorität (Dringlichkeit). Nachfolgend werden die Schlüsselprojekte nach ihrer Dringlichkeit sortiert.

Schlüsselprojekt	Handlungsfeld	Dringlichkeit	Komplexität	Akteur:innen
Umgestaltung der Platzsituation im Bereich der Kirche St. Reinoldi	Städtebauliche Qualität	■■■	■■■	Stadt Dortmund (insb. Stadtplanungs- und Bauordnungsamt, Amt für Stadterneuerung sowie Tiefbauamt); Kirche St. Reinoldi
Nutzungsstrukturelle und städtebauliche Aufwertung der Randbereiche Hellweg	Funktionale Qualität	■■■	■■■	Stadt Dortmund (insb. Wirtschaftsförderung sowie Planungs- und Bauordnungsamt), zukünftiges Citymanagement, Immobilieneigentümer:innen, Cityring, weitere Gewerbetreibende der City
Boulevard Kampstraße	Städtebauliche Qualität	■■■	■■■	Stadt Dortmund (diverse Fachbereiche, insb. Tiefbauamt); Immobilieneigentümer:innen
Umgang mit der Drogen- und Obdachlosenszene	Management	■■■	■■■	Stadt Dortmund (insb. Sozialamt, Gesundheitsamt, Ordnungsamt); Polizei Dortmund, soziale Einrichtungen (u. a. Bodo e. V., Drogenhilfeeinrichtung kick), Cityring, Qualitätsroute, Kirchen der City
Nachnutzung (ehem.) großflächiger Handels- und Gewerbeimmobilien	Funktionale Qualität	■■■	■■■	Immobilieneigentümer:innen, Stadt Dortmund (insb. Wirtschaftsförderung sowie Stadtplanungs- und Bauordnungsamt); neue Gewerbetreibende, Projektentwickler:innen
Eingangssituation in die City	Städtebauliche Qualität	■■■	■■□	Stadt Dortmund (diverse Fachbereiche); Kunst- und Kultureinrichtungen; Immobilieneigentümer:innen; zukünftiges Citymanagement; zukünftige Quartiersgemeinschaften
Mobile grüne Möbel	Städtebauliche Qualität	■■■	■■□	Stadt Dortmund (insb. Grünflächenamt); Grundstückseigentümer:innen
Aufbau von Quartiersgemeinschaften	Management	■■■	■■□	zukünftiges Citymanagement, Quartiers-Akteur:innen, Cityring

Quelle: Darstellung Stadt + Handel.

# Schlüsselprojekte

Schlüsselprojekt	Handlungsfeld	Dringlichkeit	Komplexität	Akteur:innen
Umgestaltung des Marienkirchhofs	Städtebauliche Qualität	■ ■ □	■ ■ ■	Stadt Dortmund, Ev. Stadtkirche St. Marien, Immobilieneigentümer:innen, ansässige Gewerbetreibende
Aufwertung der Platzsituation im Bereich der Kirche St. Petri	Städtebauliche Qualität	■ ■ □	■ ■ □	Stadt Dortmund (insb. Stadtplanungs- und Bauordnungsamt, Amt für Stadterneuerung); Kirche St. Petri
Aufwertung des Stadtgartens	Städtebauliche Qualität	■ ■ □	■ ■ □	Stadt Dortmund (insb. Ordnungsamt, Grünflächenamt, Tiefbauamt); Polizei Dortmund, soziale und kulturelle Einrichtungen (u. a. Bodo e. V., Drogenhilfeeinrichtung kick)
Einrichtung einer „Stadt-App“	Markenqualität	■ ■ □	■ ■ □	Stadt Dortmund (insb. Amt für Angelegenheiten des Oberbürgermeisters und des Rates, Chief Information   Innovation Office, Wirtschaftsförderung, Tiefbauamt hinsichtlich mobilitätsrelevanter Fragestellungen); Cityring, weitere Gewerbetreibende der City, Kulturschaffende
Überregionale Imagekampagne der Dortmunder City	Markenqualität	■ ■ □	■ □ □	Stadt Dortmund (insb. zukünftiges Amt für Marketing und Stadtkommunikation); zukünftiges Citymanagement); Cityring, weitere Gewerbetreibende der City, Akteur:innen aus dem Touristikbereich; Streetworker
Fortführung bestehender Wettbewerbe	Funktionale Qualität	■ ■ □	■ □ □	Stadt Dortmund (insb. Wirtschaftsförderung), zukünftiges Citymanagement, IHK zu Dortmund, Handelsverband, Cityring sowie weitere lokale Akteur:innen (z. B. Sparkasse, Commerzbank)
Etablierung von „Dritten Orten“	Funktionale Qualität	■ □ □	■ ■ □	Kulturbetriebe Stadt Dortmund; entsprechende Einrichtungen, die zur Etablierung als Dritter Ort in Frage kommen; Bildungseinrichtungen (Hochschulen, Schulen, Akademien)
Attraktivierung des Propsteihofs	Städtebauliche Qualität	■ □ □	■ □ □	Katholische Propstei-Kirchengemeinde, Stadt Dortmund, angrenzende Gewerbetreibende
Kulturmeile	Markenqualität	■ □ □	■ □ □	alle Kunst- und Kultureinrichtungen, die sich an der Kulturmeile beteiligen möchten; Kulturbetriebe Stadt Dortmund; Cityring, Sponsoren, zukünftiges Citymanagement

Quelle: Darstellung Stadt + Handel.

# Schlüsselprojekte

## Umgestaltung der Platzsituation im Bereich der Kirche St. Reinoldi

<b>Beschreibung</b>	<p>Die Platzsituation im Bereich der Reinoldikirche wird ihrer Funktion als zentraler Knotenpunkt (mit Verteilerfunktion) nicht vollumfänglich gerecht. Besucher:innen der City nutzen diesen vorrangig als Durchgangsbereich, als „richtiger“ Platz wird dieser Bereich bislang nicht wahrgenommen. Städtebauliche Maßnahmen sind notwendig, um den Bereich als „richtigen“ Platz wahrnehm- und nutzbar zu gestalten. Dafür ist eine Umgestaltung hinsichtlich einer attraktiven und einheitlichen Pflasterung sowie die Einrichtung moderner Gestaltungselemente und grüner Sitzmöglichkeiten notwendig, um auch konsumfreie Aufenthaltsmöglichkeiten zu schaffen. In seiner „Verteilerfunktion“ sind Wegweiser einzurichten, um die Verbindung zwischen den angrenzenden Quartieren zu stärken und die Orientierung für die Besucher:innen zu verbessern. Funktionale Maßnahmen, die die Aufenthaltsqualität zusätzlich stärken, sind im Bereich der Reinoldikirche ebenfalls zu empfehlen (z.B. Etablierung von Nutzungen in angrenzenden Immobilien mit positiver Ausstrahlungswirkung auf den öffentlichen Raum). Mit der Etablierung von Veranstaltungen soll sich der Bereich mit Leben füllen. Diese können u. a. auch durch die ansässige Kirche selbst organisiert und veranstaltet werden (bspw. Freilicht-Gottesdienste). Kleinteilige Aktionen, wie Slacklines und Hängematten oder eine Eisbahn während der Wintermonate sollen den Platz weiter beleben. Im Rahmen des Projekts ist die Maßnahme Boulevard Kampstraße (s. S. 278) in jedem Fall zu beachten.</p>
<b>Verortung</b>	<p>Platzsituation St. Reinoldi, Brück- und Kloosterviertel, Boulevard der Dortmunder:innen, Einkaufsmeile Hellweg, Altstadtviertel</p>
<b>Verantwortlichkeit</b>	<p>Stadt Dortmund (insb. Stadtplanungs- und Bauordnungsamt, Amt für Stadterneuerung sowie Tiefbauamt)</p>
<b>Kooperationspartner:innen</b>	<p>Kirche St. Reinoldi</p>
<b>Finanzielle und personelle Ressourcen</b>	<p>Bau- und Planungskosten zur Umgestaltung der Platzsituation; Personalkosten zur Begleitung der Maßnahmen zur Aufwertung; Personalkosten zur Durchführung von Veranstaltungen und Aktionen</p>
<b>Komplexität</b>	<p>■ ■ ■</p>
<b>Dringlichkeit</b>	<p>■ ■ ■</p>



Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Foto Stadt + Handel.

# Schlüsselprojekte

## Nutzungsstrukturelle und städtebauliche Aufwertung der Randbereiche Hellweg

<b>Beschreibung</b>	<p>Der Hellweg muss in seiner Gänze mit allen Teilbereichen funktionieren, um auch perspektivisch die Hauptschlagader der City abzubilden – funktioniert der Hellweg nicht, so funktioniert auch die gesamte Innenstadt nicht. Besonders die Randbereiche – der Ostenhellweg sowie der westliche Bereich des Westenhellwegs (westlich der Thier Galerie) – werden dieser Funktion nicht vollumfänglich gerecht. Daher gilt es beide Bereiche entsprechend den Profilierungszielen zu stärken. Dabei haben beide Randbereiche ganz unterschiedliche Qualitäten:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>▪ Die Nutzungen im <b>Ostenhellweg</b> sollen perspektivisch einen Übergang zum angrenzenden Kaiserviertel herstellen. Innovative Gastronomiekonzepte sollen das Thema der Digitalisierung aufgreifen, um ergänzende Nutzungen zu etablieren (insb. für die Nutzer:innen und Anwohner:innen der City). Auch für Berufstätige im Kaiserviertel soll das Angebot für ein einfaches und schnelles Mittagessen somit ausgebaut werden. Des Weiteren ist die Nutzungsstruktur im Bereich Kaiserstraße zwischen Weißenburger Straße und Ostwall zu stärken, um den Besucher:innen ein durchgehend attraktives Angebot zwischen Ostenhellweg und Kaiserviertel zu bieten. Eine Ausrichtung auf verschiedene Landesküchen kann zudem an das bestehende Angebot anknüpfen. Neben der Ausweitung des Gastronomieangebotes, soll im Ostenhellweg das Angebot an Gesundheits- und Dienstleistungsangeboten gestärkt werden. Auch im Bereich Freizeitangebote bestehen Potenziale und Anknüpfungspunkte dieses entsprechend auszubauen.</li><li>▪ Mit einer nutzungsstrukturellen Aufwertung im <b>westlichen Bereich des Westenhellwegs</b> soll ein Übergang zum Bergmannkiosk bzw. dem angrenzenden Unionviertel geschaffen werden. Hybridkonzepte, die Einzelhandelsnutzungen mit Gastronomiekonzepten verbinden, sollen in diesem Bereich zunehmend angesiedelt werden. Auch der Gedanke „Handwerk zurück in die Innenstadt“ kann mit entsprechenden Nutzungskonzepten in diesem Randbereich aufgegriffen werden. Insgesamt sollen die Neuansiedlungen für eine Steigerung der Frequenzen sorgen, um einen Frequenzabbruch nach der Thier Galerie zu verhindern.</li></ul> <p>Durch stadtgestalterische und städtebauliche Aufwertungen sind beide Teilbereiche zudem zu stärken und zu attraktiveren.</p>
<b>Verortung</b>	Ostenhellweg und westlicher Bereich Westenhellweg (Einkaufsmeile Hellweg)
<b>Verantwortlichkeit</b>	Stadt Dortmund (insb. Wirtschaftsförderung sowie Planungs- und Bauordnungsamt), zukünftiges Citymanagement
<b>Kooperationspartner:innen</b>	Immobilien Eigentümer:innen, Cityring, weitere Gewerbetreibende der City
<b>Finanzielle und personelle Ressourcen</b>	Kosten zur Akquirierung von neuen Gewerbetreibenden mit entsprechenden Nutzungskonzepten
<b>Komplexität</b>	■■■
<b>Dringlichkeit</b>	■■■



Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Fotos: Stadt + Handel.

# Schlüsselprojekte

## Boulevard Kampstraße

<b>Beschreibung</b>	<p>Die Ost-West-Verbindung Kampstraße – Brüderweg soll sich zu einem attraktiven Aufenthaltsort in der City entwickeln. Während der westliche und östliche Bereich auch für den motorisierten Verkehr Eingangsbereiche in die City darstellen, soll der mittlere Abschnitt zwischen Petri- und Reinoldikirche (Lichtpromenade) im Wesentlichen Fußgänger:innen und Radfahrer:innen vorbehalten sein. Im Kernbereich des Boulevards soll der Straßenraum durch eine neue Bepflasterung aufgewertet und mittels neuer Bäume, Sitzgelegenheiten und Wasserelemente in einen konsumfreien Ort des Flanierens und des längeren Verweilens verwandelt werden. Nach der räumlichen Umgestaltung sollen die Platzsituationen entlang der Kampstraße als Plätze wahrnehmbar und erlebbar sein. Der Platz von Netanya als Bindeglied zum Westenhellweg soll zukünftig als Spielpunkt genutzt werden, und lädt durch zielgruppenspezifische Sitzmöbel und neue Baumpflanzungen zum Aufenthalt ein. Eine Aufwertung von bislang z.T. als Rückseiten gestalteten Fassaden entlang des Boulevards soll die städtebauliche Aufwertung des Umfelds im Zuge von baulichen Maßnahmen ergänzen (z. B. Fassadenbegrünung im Kontext der Durchgrünungsplanung). Veranstaltungen und temporäre Aktionen können zukünftig dazu beitragen, den innerstädtischen Bereich zu beleben (z. B. durch Platzkonzerte, Sandstrand-Cafés, Spiel- und Verweilelemente). Um die Kampstraße bereits während der Bauphase neu erlebbar zu machen, soll der öffentliche Raum kurzfristig mit grünen Elementen, mobilen Sitzmöbeln und einigen Spielpunkten ausgestattet werden. Aufgrund der verschiedenen Bauzeiten ist die temporäre Belegung/Bespielung in den drei Abschnitten Freistuhl/Hansastraße, Platz von Netanya/Platz von Leeds und Platz von Leeds/Pylon vorgesehen.</p>
<b>Verortung</b>	Boulevard der Dortmunder:innen (Kampstraße)
<b>Verantwortlichkeit</b>	Stadt Dortmund (diverse Fachbereiche, insb. Tiefbauamt)
<b>Kooperationspartner:innen</b>	Immobilien Eigentümer:innen (Fassadengestaltung)
<b>Finanzielle und personelle Ressourcen</b>	Bau- und Planungskosten zur Umgestaltung sowie zur Zwischennutzung und Begrünung der Kampstraße, Kosten für Fassadengestaltung/-begrünung
<b>Komplexität</b>	■ ■ ■
<b>Dringlichkeit</b>	■ ■ ■



Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Foto: Anja Cord

# Schlüsselprojekte

## Umgang mit der Drogen- und Obdachlosenszene

<b>Beschreibung</b>	<p>Die Dortmunder City hat in den vergangenen Jahren zunehmend mit Problemen der Drogen- und Obdachlosenszene zu kämpfen und auch die City-Akteur:innen machten im Rahmen des Prozesses mehrmals auf das Problem aufmerksam. Der Umgang mit der Drogen- und Obdachlosenszene muss als Basisaufgabe gesehen werden, da die Behebung des Problems eine Voraussetzung für die Verbesserung vieler, weiterer Aspekte in der City ist. Um die Präsenz im öffentlichen Raum, v. a. den öffentlichen Drogenkonsum und das „aggressive Betteln“, zu reduzieren, muss das Hilfsangebot vor Ort stärker ausgebaut werden. In Kooperation mit sozialen Einrichtungen, wie Bodo e. V., Drogenberatungsstellen und Obdachloseneinrichtungen sowie den Kirchen in der City muss ein gemeinsamer Weg gefunden werden, den betroffenen Menschen nachhaltig zu helfen und die Drogen- und Obdachlosenszene somit behutsam einzudämmen. Eine Verdrängung bzw. Verlagerung des Problems ist in jedem Fall zu vermeiden. Durch den Austausch zwischen den Hilfsbedürftigen und den Helfenden sollen Probleme konkret identifiziert und die Hilfsangebote individuell auf die Bedürfnisse der Drogenabhängigen und Obdachlosen angepasst werden. Zudem sollte über weitere Gestaltungselemente, wie eine freundliche Beleuchtung und die Ausweitung des Einsatzes von Musik (wird z. T. bereits in den Einfahrten bzw. Eingängen zu verschiedenen Tiefgaragen und Parkhäusern umgesetzt), nachgedacht werden. Orte, wie der Dortmunder Hbf und auch der Stadtgarten, müssen sich perspektivisch wieder zu (subjektiv) sicheren Orten wandeln, an denen Kinder spielen können Besucher:innen der City keinen negativen Eindruck der City erhalten.</p>
<b>Verortung</b>	gesamte City (insb. Stadtgarten, Hbf, Kampstraße, mittlerer Bereich des Westenhellwegs)
<b>Verantwortlichkeit</b>	Stadt Dortmund (insb. Sozialamt, Gesundheitsamt, Ordnungsamt)
<b>Kooperationspartner:innen</b>	Polizei Dortmund, soziale Einrichtungen (u. a. Bodo e. V., Drogenhilfeeinrichtung kick), Cityring, Qualitätsroute, Kirchen der City
<b>Finanzielle und personelle Ressourcen</b>	Personalkosten und Projektmittel (u. a. für Räumlichkeiten, Gestaltungselemente etc.)
<b>Komplexität</b>	■■■
<b>Dringlichkeit</b>	■■■



Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Foto: <https://bodoev.org/>

# Schlüsselprojekte

## Nachnutzung (ehem.) großflächiger Handels- und Gewerbeimmobilien

<b>Beschreibung</b>	<p>Großflächige Handels- und Gewerbeimmobilien stehen vor dem Hintergrund aktueller Trends im Einzelhandel und in den Innenstädten vermehrt vor schwerwiegenden Herausforderungen. So mussten in der Vergangenheit bereits mehrere Betriebe in verschiedenen Lagen der City schließen (bzw. sind umgezogen) und hinterlassen großflächige Leerstände. Immobilien im Bereich der Haupteinkaufslage, wie die ehemals durch die Mayersche genutzte Immobilie, der ehemalige Conrad-Markt im westlichen Bereich des Hellwegs und das Filmcasino am Ostenhellweg, prägen das Erscheinungsbild der Einkaufsmeile Hellweg nachhaltig. Das nahezu leerstehende Westfalenforum sowie das ehemalige RAG-Gebäude an der Hansastrasse sind im Rahmen des Projekts ebenfalls miteinzubeziehen. Um auch perspektivisch den Besucher:innen der City ein umfassendes Innenstadterlebnis zu bieten, ist die Ansiedlung anderweitiger Nutzungen abseits des Einzelhandels für die großflächigen Handels- und Gewerbeimmobilien vorzusehen. Die großflächigen Immobilien können zukünftig mit unterschiedlichen Nutzungen aus den Bereichen Wohnen, Bildung, Gastronomie sowie Sport/Freizeit bespielt werden. Eine Auswahl an Beispielen kann den Umsetzungsempfehlungen für die Einkaufsmeile Hellweg entnommen werden (s. S. 256-257).</p> <p>Zudem sollten die Entwicklungen weiterer Handels- und Gewerbeimmobilien (u. a. Karstadt) perspektivisch verfolgt werden, um zeitnah reagieren zu können und langfristig großflächige Leerstände in der City zu vermeiden. Zur Realisierung des Schlüsselprojekts sind neben aktuellen Entwicklungen (u. a. Umbau Mayersche-Immobilie) auch parallel laufende Prozesse (Machbarkeitsstudien für Einzelhandelsgroßimmobilien) zu berücksichtigen.</p>
<b>Verortung</b>	gesamte City
<b>Verantwortlichkeit</b>	Immobilien Eigentümer:innen, Stadt Dortmund (insb. Wirtschaftsförderung sowie Stadtplanungs- und Bauordnungsamt)
<b>Kooperationspartner:innen</b>	neue Gewerbetreibende, Projektentwickler:innen
<b>Finanzielle und personelle Ressourcen</b>	Planungskosten zur Umgestaltung und Nachnutzung der Handels- und Gewerbeimmobilien
<b>Komplexität</b>	■■■
<b>Dringlichkeit</b>	■■■



Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Foto: Stadt + Handel.

# Schlüsselprojekte

## Eingangssituation in die City

<b>Beschreibung</b>	<p>Der Bereich zwischen Hbf und Petrikirche stellt für Bahnreisende den ersten Eindruck der Stadt dar. Die Blickachse wird über die großzügigen Platzflächen und die Katharinentreppe bis zur dahinter liegenden Petrikirche in Richtung City gelenkt und muss entsprechend einer Visitenkarte gestaltet werden. Eine angemessene, aufeinander abgestimmte Gestaltung des öffentlichen Raumes (z.B. Materialitäten, Begrünung, Möblierung) soll dazu beitragen, die klare Wegeführung in Verbindung mit dem vorhandenen Baumbestand in die City zu betonen und die Verbindungsfunktion des Bereichs weiter zu festigen. Die Sanierung und Gestaltung der Katharinentreppe inklusive Rampe wertet den gesamten Entréebereich auf und sorgt für eine bessere Verbindung in die City v.a. für mobilitätseingeschränkte Personen. Neben einer ersten räumlichen Orientierung soll der Bereich Ankommenden die Möglichkeit geben, sich einen Überblick über die Hotspots, Aktionen und Events in den Quartieren der City zu verschaffen (z.B. durch Informationsstelen, Bespielung von Schaufenstern etc.). Kunst- und Kulturangebote im öffentlichen Raum beinhalten das Potenzial, den identitätsstiftenden Charakter des Quartiers aufzugreifen und im Eingangsbereich zur City widerzuspiegeln. Darüber hinaus tragen sie dazu bei, die Verbindungen zu und zwischen den verschiedenen umliegenden Institutionen zu stärken.</p>
<b>Verortung</b>	<p>Katharinenviertel (Katharinenstraße, Platz der Deutschen Einheit, Max-von-der-Grün-Platz)</p>
<b>Verantwortlichkeit</b>	<p>Stadt Dortmund (diverse Fachbereiche)</p>
<b>Kooperationspartner:innen</b>	<p>Kunst- und Kultureinrichtungen; Immobilieneigentümer:innen; zukünftiges Citymanagement; zukünftige Quartiersgemeinschaften</p>
<b>Finanzielle und personelle Ressourcen</b>	<p>Bau- und Planungskosten zur Umgestaltung und Bespielung der Eingangssituation</p>
<b>Komplexität</b>	<p>■ ■ □</p>
<b>Dringlichkeit</b>	<p>■ ■ ■</p>



Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Foto: Amt für Stadterneuerung, Stadt Dortmund.

# Schlüsselprojekte

## Mobile grüne Möbel

<b>Beschreibung</b>	<p>Das Stadtbild und die Straßenraumgestaltung stellen für die Dortmunder:innen den wichtigsten Aspekt ihrer City dar (s. Auswertungsergebnisse der Online-Befragung). Um den öffentlichen Raum als Ort des Lebens und Verweilens erlebbar zu machen, kommt den Themen Stadtgrün und Stadtmobiliar eine besondere Funktion zu. Insbesondere die Kombination dieser beiden Elemente beinhaltet das Potenzial, konsumfreie Verweilmöglichkeiten und somit Aufenthaltsqualitäten sowie einen sozialräumlichen Mehrwert zu schaffen. Da die Umsetzung eines Konzeptes für eine dauerhafte Gestaltung der Straßen und Plätze eine längerfristige Maßnahme darstellt (s. auch Masterplan Plätze), werden zunächst temporär an verschiedenen Orten der City grüne Pflanz- und Möblierungselemente positioniert. Die Möblierung wechselt nach einigen Monaten ihren Standort, sodass verschiedene Straßen und Plätze der City der Reihe nach eine Aufwertung erfahren. Von Ende Januar bis Anfang März 2022 konnten die Dortmunder:innen in der City Muster für Baum- und Pflanzkübel anschauen und ausprobieren. In Kombination mit der Ausstellung hatten sie die Möglichkeit, im Rahmen einer Beteiligungsaktion einzubringen, welche Möbel und Standorte der City sie für die wandernde, grüne Möblierung bevorzugen. Neben der hiermit verbundenen kurzfristig realisierbaren Attraktivierung der City kann das Projekt auf die vielfältige und alternative Nutzbarkeit des öffentlichen Raums hinweisen.</p>
<b>Verortung</b>	gesamte City
<b>Verantwortlichkeit</b>	Stadt Dortmund (insb. Grünflächenamt)
<b>Kooperationspartner:innen</b>	Grundstückseigentümer:innen
<b>Finanzielle und personelle Ressourcen</b>	Kosten für die grünen Möblierungselemente; Personalkosten zur dauerhaften Pflege der Bepflanzung und zum fortlaufenden Transport der Möbel; Förderung über „Sofortprogramm Innenstadt NRW“
<b>Komplexität</b>	■ ■ □
<b>Dringlichkeit</b>	■ ■ ■



Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Foto: Grünflächenamt, Stadt Dortmund.

# Schlüsselprojekte

## Aufbau von Quartiersgemeinschaften

<b>Beschreibung</b>	<p>Im Laufe des Anstoßprozesses und der Arbeit an neun City-Quartieren im Rahmen der Quartiers-Werkstätten haben sich einige Quartiersnetzwerke/-gemeinschaften bereits herauskristallisiert, die zukünftig weiter gestärkt und durch das zukünftige Citymanagement unterstützt werden sollten. Insbesondere das Rosen- und Brückviertel sowie der Boulevard der Dortmunder:innen weisen bereits Netzwerke auf, die sich aus einem Kreis an engagierten und aktiven Gewerbetreibenden zusammensetzen. Gleichwohl sollten für die weiteren Quartiere, wie u. a. das Kloster- und Altstadtviertel sowie die Einkaufsmeile Hellweg, Quartiersgemeinschaften gebildet werden. Durch die Stärkung und Etablierung der (neuen) Quartiersgemeinschaften kann das zukünftige Citymanagement gemeinsam mit und durch die Quartiersgemeinschaften Maßnahmen, Projekte und Aktionen in ihren eigenen Quartieren umsetzen. Dabei ist der Aufbau fester (Organisations-)Strukturen essenziell: das zukünftige Citymanagement kann bei der Organisation regelmäßiger Treffen unterstützen. Auch eine feste Location, im Sinne eines Gemeinschaftswohnzimmers, kann gemeinsam mit dem Citymanagement gefunden und etabliert werden. Das zukünftige Citymanagement übernimmt allerdings nicht die Rolle eines aktiven Quartiers-Akteurs, sondern operiert unterstützend als Ansprechpartner und übergeordneter Gesamtkoordinator. Das Engagement und die Selbstorganisation muss aus den Gemeinschaften heraus entstehen und wird vorausgesetzt. Je nach Expertise und bestehender Akteur:innenstruktur sind die Quartiere in ihrem Handeln durch das Citymanagement stärker zu unterstützen. Inwiefern jedes der neun Quartiere eine Quartiersgemeinschaft aufbauen muss/kann, ist durch das zukünftige Citymanagement intensiver zu erörtern.</p>
<b>Verortung</b>	<p>gesamte City</p> 
<b>Verantwortlichkeit</b>	<p>zukünftiges Citymanagement, Quartiers-Akteur:innen</p>
<b>Kooperationspartner:innen</b>	<p>Cityring</p> 
<b>Finanzielle und personelle Ressourcen</b>	<p>Personalkosten des Citymanagements, Projektmittel der Quartiersgemeinschaften</p>
<b>Komplexität</b>	 
<b>Dringlichkeit</b>	

Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Fotos: stock.adobe.com

# Schlüsselprojekte

## Umgestaltung des Marienkirchhofs

<b>Beschreibung</b>	<p>Um den Marienkirchhof zukünftig als ruhigen Rückzugsort und Kirchplatz im Altstadtviertel zu etablieren, bedarf es insb. städtebaulicher Maßnahmen. Der Fokus sollte insbesondere auf der Umgestaltung des öffentlichen Raums (derzeit als Parkplatz genutzter Kirchhof) liegen. Sitzmöglichkeiten sowie Wasserelemente sollen die bestehenden Parkplätze ersetzen und als grüne Oase wirken. Somit erfolgt auch die Entfernung der Schranke und begünstigt zudem, dass Besucher:innen den Ort vermehrt aufsuchen. Zudem soll die Aufenthaltsqualität durch Grünelemente gesteigert werden. Hierbei sind die Empfehlungen der Durchgrünungsplanung des Umweltamtes der Stadt Dortmund sowie des Masterplans Plätze zu berücksichtigen. Die Gestaltung des Marienkirchhofs soll den Altstadtcharakter des umgebenden Quartiers widerspiegeln. Die Passage zwischen Marienkirch- und Betenhof wird durch eine mit dem Altstadtcharme korrespondierende Gestaltung der Gebäudefassaden sowie der Freihaltung von Pkw und Mülltonnen attraktiviert. Somit ist eine intuitive Wegeführung zwischen beiden Höfen möglich. Weiter sollten die Wegebeziehungen Richtung Kleppingstraße und Alter Markt durch entsprechende Gestaltungselemente gestärkt werden. Insbesondere die Umwandlung/Wegnahme der Parkplätze ist in Abstimmung mit der Stadtkirche zu treffen. Bei Bedarf kann zudem die bestehende Außengastronomie der angrenzenden Gastronom:innen ausgeweitet werden.</p>
<b>Verortung</b>	Marienkirchhof (Altstadtviertel)
<b>Verantwortlichkeit</b>	Stadt Dortmund, Ev. Stadtkirche St. Marien
<b>Kooperationspartner:innen</b>	Immobilien Eigentümer:innen, ansässige Gewerbetreibende
<b>Finanzielle und personelle Ressourcen</b>	Kosten zur Umgestaltung des Marienkirchhofs
<b>Komplexität</b>	■■■
<b>Dringlichkeit</b>	■■□



Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Foto: Stadt + Handel.

# Schlüsselprojekte

## Aufwertung der Platzsituation im Bereich der Kirche St. Petri

<b>Beschreibung</b>	<p>Die Platzsituation im Bereich der Petrikirche wird ihrer Funktion als zentraler Knotenpunkt nicht vollumfänglich gerecht. Der Bereich ist in seiner „Verteilerfunktion“ in die zentralen Achsen zu stärken. Insbesondere die Verbindung zur Achse Katharinenstraße bzw. Hbf soll durch Gestaltungselemente aufgewertet und die Orientierung für die Besucher:innen verbessert werden. Durch ein „Aufräumen“ der Gastronomiebetriebe bzw. der Außengastronomiebereiche soll die Orientierung auch in Richtung der Einkaufsmeile Hellweg weitergehend gestärkt werden. Die bereits umgesetzte Umgestaltung des nördlichen Umfeldes der Petrikirche ist durch weitere Grünelemente in Szene zu setzen. Somit soll der Bereich perspektivisch noch stärker als „richtiger“ Platz und unkommerzielle Aufenthaltsmöglichkeit wahrgenommen werden. Entsprechend der Empfehlungen zur Umgestaltung des Bereiches um die Reinoldikirche, sollen auch im Bereich der Petrikirche weitere Veranstaltungen (ggfs. ausgerichtet durch die Petrikirche selbst) und kleinteilige Aktionen die Platzsituation weiter beleben.</p>
<b>Verortung</b>	<p>Platzsituation St. Petri, Katharinenstraße, Boulevard der Dortmunder:innen, Einkaufsmeile Hellweg</p>
<b>Verantwortlichkeit</b>	<p>Stadt Dortmund (insb. Stadtplanungs- und Bauordnungsamt, Amt für Stadterneuerung)</p>
<b>Kooperationspartner:innen</b>	<p>Kirche St. Petri</p>
<b>Finanzielle und personelle Ressourcen</b>	<p>Planungs- und Personalkosten zur Aufwertung der Platzsituation; Personalkosten zur Durchführung von Veranstaltungen und Aktionen</p>
<b>Komplexität</b>	<p>■ ■ □</p>
<b>Dringlichkeit</b>	<p>■ ■ □</p>



# Schlüsselprojekte

## Aufwertung des Stadtgartens

<b>Beschreibung</b>	<p>Der Stadtgarten erfuhr in der Online-Befragung eine unterschiedliche Bewertung seiner Beliebtheit. Einerseits wird er neben dem Hbf und der Brückstraße als einer der unbeliebtesten Orte der City wahrgenommen. Dass der andere Teil der Befragten ihn als beliebten Aufenthaltsort nennt, zeigt, dass der Bereich Potenzial bietet. Der Stadtgarten ist die größte Grünfläche und der zweitgrößte Mobilitätsknotenpunkt innerhalb des Wallrings. Um den Ort des Ankommens und der Orientierung perspektivisch zu weiter stärken und der Funktion als größte Grünfläche gerecht zu werden, bedarf es einer Aufwertung des Stadtgartens. Zum einen sind baulich-gestalterische Vorkehrungen zu treffen: Die Umsetzung zur Verbesserung der Beleuchtung sowie die Fortführung grünpflegerischer Maßnahmen sollen stetig zur Vermeidung dunkler/unsicherer Ecken und zur Erhöhung des Sicherheitsempfinden beitragen. Eine umfassende Neugestaltung des Spielplatzes Hansastraße, z. B. als eine Art Klang-/Musik-Spielplatz, kann die Frequenz positiv beeinflussen und gleichzeitig eine Verbindung zum Dortmunder Theater herstellen. Durch die Einrichtung von Hubs zum Ausleihen von Spielgeräten (z. B. Springseil) wird das Freizeitangebot im Stadtgarten erweitert. Zur weiteren Stärkung des Stadtgartens als Mobilitätsknotenpunkt können Serviceangebote, wie ein Kinderwagen- oder Bollerwagenverleih, eingerichtet werden. Um auch den Aspekt der Kultur und Veranstaltungen aufzugreifen und eine Verbindung zwischen Friedensplatz und Theater zu schaffen, kann eine Outdoor-Bühne und/oder ein Freilicht-Kino eingerichtet werden, welches Besucher:innen ganz unkonventionell mit einer eigenen Decke und mitgebrachten Speisen und Getränken besuchen können. Auch ein (temporäres) Gastronomieangebot ist in diesem Zusammenhang denkbar. Zum anderen sollte das aktuelle Modellprojekt zur Erhöhung des Einsatzes von Ordnungs- und Sicherheitspersonal verstärkt werden. Auch die bereits tätigen Streetworker:innen sollen zur Verbesserung der Situation beitragen und Drogen-/Alkoholabhängigen ein direktes Angebot vor Ort bieten (s. Schlüsselprojekt „Umgang mit der Drogen- und Obdachlosenszene“). Im Rahmen des Projekts sind die Ideen des Masterplan Plätze zu berücksichtigen.</p>
<b>Verortung</b>	Stadtgarten (Die grüne Stadtbühne)
<b>Verantwortlichkeit</b>	Stadt Dortmund
<b>Kooperationspartner:innen</b>	Ordnungsamt, Grünflächenamt, Tiefbauamt, Polizei Dortmund, soziale und kulturelle Einrichtungen (u. a. Bodo e. V., Drogenhilfeeinrichtung kick)
<b>Finanzielle und personelle Ressourcen</b>	Planungskosten zur Aufwertung des Stadtgartens und zur Einrichtung von Gestaltungselementen; Personalkosten zur dauerhaften Pflege und Einsatz von Ordnungs-/Sicherheitspersonal
<b>Komplexität</b>	■ ■ □
<b>Dringlichkeit</b>	■ ■ □



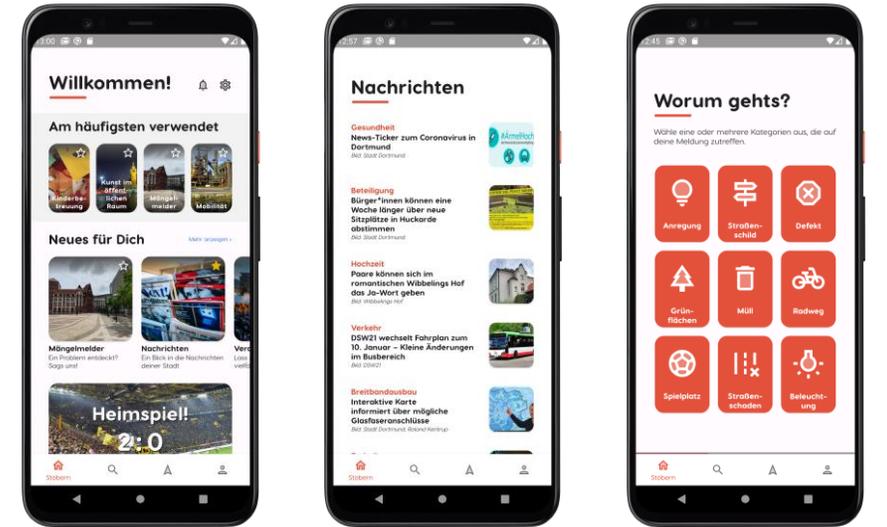
Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Foto: Stadt + Handel.

# Schlüsselprojekte

## Einrichtung einer „Stadt-App“

Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Fotos: Amt für Angelegenheiten des Oberbürgermeisters und des Rates, Stadt Dortmund.

<b>Beschreibung</b>	<p>Die „Stadt-App“ steht allen Besucher:innen und Interessierten der Dortmunder Innenstadt als umfassendes, digitales Informations- und Service-Tool zur Verfügung. Die App deckt eine Reihe an Funktionen ab, um die Hotspots der City optimal und vor allem einfach und digital in Szene zu setzen. Schon im Vorfeld eines Besuchs können sich die Besucher:innen ganz bequem über die verschiedenen Besonderheiten der City informieren. Auch das Reservieren eines Parkplatzes ist über die Stadt-App möglich. Die zahlreichen Veranstaltungen und Events werden selbstverständlich ebenfalls über die App beworben. Analoge Angebote der City werden konsequent in die Stadt-App übertragen. Auch die Qualitäten der neun City-Quartiere können abgerufen werden: über eine interaktive Karte können die Nutzer:innen in die jeweiligen Quartiere „reinzoomen“, um das Quartier zunächst digital zu entdecken und Lust auf mehr zu bekommen. Zudem stehen den Nutzer:innen die Funktionen „Mängelmelder“ und „Nachrichten“, um eigene Anregungen ganz einfach zu kommunizieren und über tagesaktuelle Themen in der City auf dem neusten Stand zu sein.</p> <p>Zusammenfassend sollte die Stadt-App folgende Funktionen umfassen:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Darstellung aktueller Informationen (Funktion „Nachrichten“) zu allen relevanten Themen</li> <li>▪ Funktion „Mängelmelder“: Meldung von Anregungen zu unterschiedlichen Themen (u. a. Grünflächen, Müll, Radwege)</li> <li>▪ Darstellung der Angebote des Wochenmarktes mit Weiterleitung auf die eigene Website des Wochenmarktes</li> <li>▪ Veranstaltungskalender und Bewerbung tagesaktueller Veranstaltungen auf der Startseite der App</li> <li>▪ Übertragung der „Schaufenster der City“ (Katharinenviertel) in die Stadt-App: Imagefilm zur Dortmunder City, Vorstellung der Macher:innen der City, etc.</li> <li>▪ Vorstellung der neun Quartiere und ihrer Qualitäten (interaktive Karte, um Quartiere und die gesamte City digital kennenzulernen)</li> <li>▪ Informationen über Service- und Mobilitätsangebot (Ausweisung von Parkplätzen, digitale Buchung von Stellplätzen im Voraus, Ausweisung von Verleih-Stationen und Micro Hubs)</li> </ul>
<b>Verortung</b>	gesamte City
<b>Verantwortlichkeit</b>	Stadt Dortmund (insb. Amt für Angelegenheiten des Oberbürgermeisters und des Rates, Chief Information   Innovation Office)
<b>Kooperationspartner:innen</b>	Cityring, weitere Gewerbetreibende der City, Kulturschaffende, Stadt Dortmund (insb. Wirtschaftsförderung, Tiefbauamt hinsichtlich mobilitätsrelevanter Fragestellungen)
<b>Finanzielle und personelle Ressourcen</b>	Budget zur Einrichtung der App; Personalkosten zur Einrichtung und fortlaufenden Pflege der App (aktuelle Informationsvermittlung, Einrichtung weiterer Funktionen etc.)
<b>Komplexität</b>	■ ■ ■ □
<b>Dringlichkeit</b>	■ ■ ■ □



# Schlüsselprojekte

## Überregionale Imagekampagne der Dortmunder City

Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Foto: <https://www.augsburger-allgemeine.de/augsburg/imagekampagne-Wie-sich-Augsburg-in-Zukunft-besser-verkaufen-moechte-id39881252.html>

<b>Beschreibung</b>	<p>Die Dortmunder City hat mehr als den Westenhellweg als Einkaufsstraße zu bieten – und das muss nicht nur den Besucher:innen der City, sondern auch den eigenen Bürger:innen deutlich gemacht werden. Dafür ist zunächst ein einheitlicher Slogan bzw. ein klares Zielprofil durch die Verantwortlichen herauszuarbeiten. Hierbei sollte auch ein Bezug zur aktuellen Kampagne der Stadt Dortmund „Aufbruch City“ hergestellt werden. In Verbindung mit einem Logo/einer bildlichen Darstellung kann das Zielprofil sichtbar im öffentlichen Raum dargestellt werden. Unter Einbindung der Gewerbetreibenden können zudem Handelsfassaden und Schaufenster mit dem Logo gestaltet werden. Im Rahmen der Imagebildung ist die Einbindung der Bürger:innen elementar, denn der Imagewandel muss in den Köpfen der Dortmunder:innen beginnen. Hierbei sind die Quartiere sowie ihre Qualitäten in die Schärfung des Gesamtprofils einzubeziehen – getreu dem Motto: „Neun Quartiere – eine starke City“. Die Imagekampagne sollte über die Stadtgrenzen hinaus gestreut werden, um sich im starken Wettbewerbsumfeld des Ruhrgebietes eindeutig zu positionieren. Der Einsatz digitaler Kanäle spielt selbstverständlich ebenfalls eine Rolle. Über die Website der Stadt, sämtliche Social-Media-Kanäle sowie perspektivisch die Stadt-App sollte das „neue“ Image der Dortmunder City kommuniziert werden. Aber nicht nur digital soll die Imageverbesserung vorangetrieben werden: Events und Aktionen können sichtbare Zeichen in der City setzen – und das vor allem an bislang kritischen Orten, die als unsicher und unsauber empfunden werden (u. a. Stadtgarten, Hbf, Brückviertel). Die Besucher:innen werden aktiv an die Orte geführt, die sie sonst eher gemieden hätten.</p>
<b>Verortung</b>	<p>gesamte City</p>
<b>Verantwortlichkeit</b>	<p>Stadt Dortmund (insb. zukünftiges Amt für Marketing und Stadtkommunikation); zukünftiges Citymanagement</p>
<b>Kooperationspartner:innen</b>	<p>Cityring, weitere Gewerbetreibende der City, Akteur:innen aus dem Touristikbereich; Streetworker:innen</p>
<b>Finanzielle und personelle Ressourcen</b>	<p>Kosten zum Aufbau und Bewerbung der Imagekampagne</p>
<b>Komplexität</b>	<p>■ □ □</p>
<b>Dringlichkeit</b>	<p>■ ■ □</p>



# Schlüsselprojekte

## Fortführung bestehender Wettbewerbe

<b>Beschreibung</b>	<p>Die Wirtschaftsförderung der Stadt Dortmund führt zur Stärkung der Geschäftsvielfalt in der City diverse Wettbewerbe, wie „Geschmackstalente“ und „Anstoß 2022“, durch, um neue Unternehmer:innen unterschiedlichster Branchen als Betreiber:innen für die City zu gewinnen. Vor dem Hintergrund der Corona-Pandemie und den damit einhergehenden Einschränkungen, kam es in den letzten zwei Jahren zu einem deutlichen Kund:innenrückgang in der Dortmunder City. Die Wirtschaftsförderung möchte insbesondere mit dem Wettbewerb Anstoß 2022 neue Unternehmer:innen bei der Anmietung eines Leerstands in der City unterstützen. Daher werden bis zum Ende des Jahres 2022 Start-Ups, Einzelhändler:innen, kleine Unternehmen, (Kunst-)Handwerker:innen, Künstler:innen, Selbstständige und Angehörige der freien Berufe gesucht, die innerhalb des Wallrings einen Leerstand beziehen möchten. Die Fortführung des Wettbewerbs sowie weiterer Unterstützungsangebote wird zur weiteren Stärkung der City aus fachgutachterlicher Sicht empfohlen. Im Rahmen der Auslobung des/der Gewinner:in sollten die Profilierungsziele und Umsetzungsempfehlungen der entsprechenden Quartiere Berücksichtigung finden (z. B. Brückviertel mit (hochwertigen) alternativen Gastronomiekonzepten, innovative Hybridkonzepte für den westlichen Bereich des Westenhellwegs). Somit wird ein zielgerichtetes Belegungsmanagement für die Leerständen in den einzelnen Quartieren erreicht.</p>
<b>Verortung</b>	gesamte City
<b>Verantwortlichkeit</b>	Stadt Dortmund (insb. Wirtschaftsförderung), zukünftiges Citymanagement
<b>Kooperationspartner:innen</b>	IHK zu Dortmund, Handelsverband, Cityring sowie weitere lokale Akteur:innen (z. B. Sparkasse, Commerzbank)
<b>Finanzielle und personelle Ressourcen</b>	Preiskosten, Veranstaltungskosten, Jurymitglieder, Organisator:in
<b>Komplexität</b>	■ □ □
<b>Dringlichkeit</b>	■ ■ □



Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Foto: <https://www.wirtschaftsfoerderung-dortmund.de/anstoss-2022>

# Schlüsselprojekte

## Etablierung von „Dritten Orten“

<b>Beschreibung</b>	<p>Durch die Einrichtung von „Dritten Orten“ besteht die Möglichkeit konsumfreie Orte in der City zu etablieren. Einrichtungen, wie die Stadt- und Landesbibliothek, das Museum für Kunst- und Kulturgeschichte, das Baukunstarchiv NRW sowie das Dortmunder U bilden dafür potenzielle Räumlichkeiten. Multifunktionale Raumkonzepte sollen moderne Prozesse und kreatives Arbeiten sowohl analog als auch digital möglich machen. Somit entwickeln sich die genannten Einrichtungen zu vielfältigen Ankerpunkten, die über die eigentliche Nutzung hinausgehen. Mit neuen Konzepten können kreative Menschen, Studierende sowie Schüler:innen gezielt angesprochen werden. Co-Working-Spaces und Kreativräume sollten mit modernster Technik ausgestattet werden, um das Lernen und Studieren allen sozialen Schichten zugänglich zu machen. In sog. „Maker-Spaces“ können u. a. 3D-Drucker, Foto- und Filmstudios sowie interaktive Großbildschirme für die Erarbeitung von großflächigen Grafiken oder Animationen zur Verfügung stehen. In Kooperation mit den Dortmunder Hochschulen können in den Einrichtungen auch regelmäßig Workshops zu den Themen Design, Grafik und Digitalisierung stattfinden, die nicht nur von Studierenden sondern auch von kreativ-interessierten Menschen besucht werden können. Aufgrund der Flexibilität der Raumkonzepte, können die Räumlichkeiten ebenfalls für Veranstaltungen, Lesungen und weitere Events in den Abendstunden genutzt bzw. gemietet werden. Dabei können auch Verknüpfungen zum Projekt „Kulturmeile“ hergestellt werden. Synergien zwischen dem BaseCamp können sich aufgrund der gemeinsamen Lage in der City stetig verstärken. Gleichzeitig sollten die Einrichtungen Wirkung nach außen haben und entsprechend offen gestaltet sein, um auch den angrenzend öffentlichen Raum als Dritter Ort erleb- und nutzbar zu machen.</p>
<b>Verortung</b>	Katharinentviertel, Rosenviertel, Dortmunder U
<b>Verantwortlichkeit</b>	Kulturbetriebe Stadt Dortmund; entsprechende Einrichtungen, die zur Etablierung als Dritter Ort in Frage kommen
<b>Kooperationspartner:innen</b>	Bildungseinrichtungen (Hochschulen, Schulen, Akademien)
<b>Finanzielle und personelle Ressourcen</b>	Kosten zur Umgestaltung der Räumlichkeiten, Kosten für die (technische) Ausstattung
<b>Komplexität</b>	■ ■ □
<b>Dringlichkeit</b>	■ □ □



# Schlüsselprojekte

## Attraktivierung des Propsteihofs

<b>Beschreibung</b>	<p>Der Propsteihof bietet aufgrund seiner eingrenzenden Bebauungsstruktur bereits gute Ansätze, um sich als ruhiger Rückzugsort, abseits des Innenstadtrubels, zu etablieren. Um die Qualitäten allerdings vollumfänglich genießen zu können, fehlen bislang Möglichkeiten zum Verweilen sowie eine ansprechende Aufenthaltsqualität. Sitzmöglichkeiten und Grünelemente in Form von Blumen und Pflanzen sollen perspektivisch die Besucher:innen zum Verweilen einladen. Zudem können Bücherschränke eingerichtet werden, die durch die angrenzende Buchhandlung gepflegt werden, um das Angebot weiter zu auszubauen. Durch die Bespielung mit Entspannungs-/Meditationsmusik wird der Propsteihof seiner Funktion als Rückzugsort noch stärker gerecht. Auch kleinere Aktionen wie Yoga- und Meditationskurse sowie Lesungen tragen zu einer Attraktivierung des Propsteihofs bei. Somit soll der Propsteihof perspektivisch bewusst aufgesucht werden, um Besucher:innen eine grüne Rückzugsoase zu bieten.</p>
<b>Verortung</b>	Propsteihof (Hansaviertel)
<b>Verantwortlichkeit</b>	Katholische Propstei-Kirchengemeinde
<b>Kooperationspartner:innen</b>	Stadt Dortmund, angrenzende Gewerbetreibende
<b>Finanzielle und personelle Ressourcen</b>	Kosten zur Einrichtung von Gestaltungselementen
<b>Komplexität</b>	■ □ □
<b>Dringlichkeit</b>	■ □ □

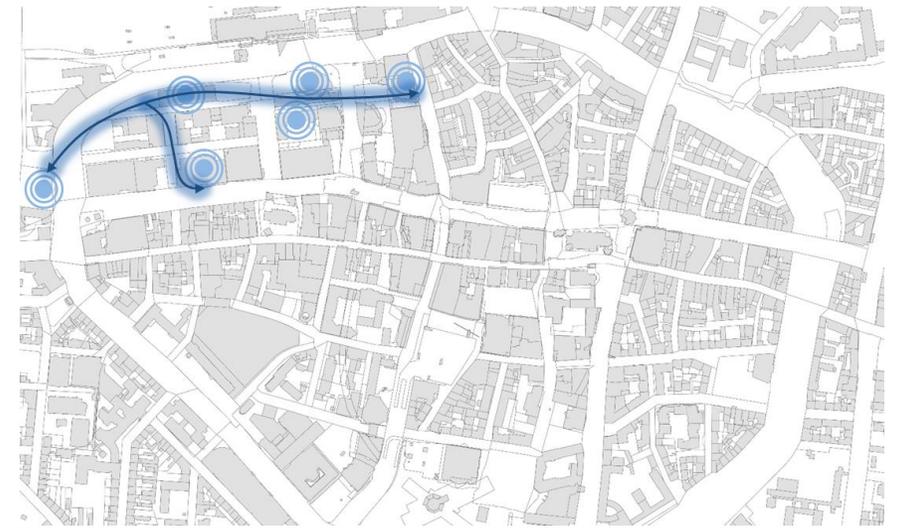


Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Foto: Stadt + Handel.

# Schlüsselprojekte

## Kulturmeile

<b>Beschreibung</b>	<p>Aufgrund der unterschiedlichen Ausrichtungen und Besucher:innenansprache der einzelnen Kultureinrichtungen, wird die Etablierung einer „Kulturmeile“ als (jährlich) wiederkehrende Veranstaltung angestrebt, welche temporär im Stadtraum ausgewiesen wird. Um die Hotspots der City zu vernetzen, wird eine programmatische Bespielung der in der Kulturmeile integrierten Einrichtung organisiert. Perspektivisch ist auch eine gegenseitige Bespielung der teilnehmenden Einrichtungen möglich. Zum Veranstaltungszeitpunkt werden zudem Wegeverbindungen zwischen den beteiligten Institutionen (zunächst temporär) markiert bzw. inszeniert. Die Veranstaltung könnte des Weiteren um temporäre Hinweisschilder und Informationstafeln ausgeweitet werden, welche die Besucher:innen des Events von Hotspot zu Hotspot leiten. Um das Angebot auch nachhaltig zu bewerben und Interessierten ganzjährig zur Verfügung zu stehen, sollte die Kulturmeile in ein digitales Format im Rahmen der Stadt-App übertragen werden. Somit können sich die Besucher:innen der City auch außerhalb der Veranstaltung über die unterschiedlichen Einrichtungen informieren und digital Tickets erwerben. Zum Start im September 2022 waren bereits folgende Institutionen beteiligt:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>▪ Dortmunder U</li><li>▪ VHS</li><li>▪ Deutsches Fußballmuseum</li><li>▪ schauraum comic + cartoon</li><li>▪ Stadt- und Landesbibliothek</li><li>▪ Museum für Kunst- und Kulturgeschichte</li></ul> <p>Die Kulturmeile könnte des Weiteren um Einrichtungen, wie das Domicil und das Konzerthaus, erweitert werden.</p>
<b>Verortung</b>	gesamte City
<b>Verantwortlichkeit</b>	alle Kunst- und Kultureinrichtungen, die sich an der Kulturmeile beteiligen möchten; Kulturbetriebe Stadt Dortmund
<b>Kooperationspartner:innen</b>	Cityring, Sponsoren, zukünftiges Citymanagement
<b>Finanzielle und personelle Ressourcen</b>	Kosten für Programmgestaltung; Kosten zur Einrichtung eines digitalen Angebots; Kosten für Öffentlichkeitsarbeit
<b>Komplexität</b>	■ □ □
<b>Dringlichkeit</b>	■ □ □



Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Kartengrundlage Stadt Dortmund.

# Leistungsportfolio Citymanagement

Ausgangslage

Zielstellung

Organisation

Aufgaben

# Ausgangslage

Im Sommer 2021 wurde das Büro Stadt + Handel aus Dortmund mit einem **Anstoßprozess eines Citymanagements für die Dortmunder City** beauftragt. Gemeinsam mit Vertreter:innen des Amtes für Stadterneuerung und unter Beteiligung der Akteur:innen der Dortmunder City werden mit praxisnahen, realisierbaren Handlungsempfehlungen Impulse für die Fortentwicklung der Dortmunder Innenstadt gesetzt, wobei sowohl die übergreifenden Megatrends als auch die individuellen Standortqualitäten der Dortmunder City berücksichtigt wurden. Neben einer übergeordneten Entwicklungsperspektive für die City wurden zusätzlich Quartiere identifiziert, positioniert und profiliert, um der Dortmunder City ein ganzheitlich attraktives Gesicht zu verleihen – getreu dem Motto: **„Neun Quartiere – eine starke City“**.

Im gesamten Prozess stand Eines stets an erster Stelle: Gute Innenstadtentwicklung kann nicht nur durch Einzelakteur:innen gelingen. Aufgaben können nur dann zielgerichtet bearbeitet werden und zum Erfolg führen, wenn ein gemeinsames Bewusstsein der handelnden Akteur:innen geschaffen wird. Die relevanten Cityakteur:innen wurden in mehreren Formaten – sowohl digital als auch analog – zielführend eingebunden und die Ergebnisse im weiteren Verlauf des Prozesses eingearbeitet. Dabei wurde vermehrt auch die Erwartungshaltung an ein zukünftiges Citymanagement und der Handlungsdruck eindeutig kommuniziert.

Im Rahmen von zwei Citywerkstätten setzten sich die Cityakteur:innen gemeinsam mit Vertreter:innen der Fraktionen des Dortmunder Stadtrates mit den Anforderungen und Basisaufgaben sowie dem organisatorischen Gewand des

zukünftigen Citymanagements auseinander. Die Ergebnisse beider Werkstätten finden im folgenden Leistungsportfolio stets Berücksichtigung. Das Leistungsportfolio beinhaltet Empfehlungen zur strategischen Ausrichtung (Zielstellung), der Organisationsform sowie den möglichen Aufgabenbereichen des zukünftigen Citymanagements.

Vor dem Hintergrund des spürbaren Handlungsdrucks ist das zukünftige Citymanagement dazu angehalten, den (An-)Forderungen gerecht zu werden, die Herausforderungen in der Dortmunder City zu meistern und die City unter konsequenter Einbindung der innerstädtischen Akteur:innen zukunftsfähig zu stärken und weiterzuentwickeln. Mit einem gewissen Standing soll es zukünftig engagiert und motiviert eine Aktivierungsfunktion zur Entwicklung der City übernehmen.

Um dem zeitlichen Druck daher schnellstmöglich entgegenzuwirken, ist durch die Stadt Dortmund die Ausschreibung eines externen Citymanagements für vier Jahre vorgesehen, um kurzfristig in die Maßnahmenumsetzung überzugehen. Langfristig besteht seitens der Stadtverwaltung sowie der Cityakteur:innen das Ziel, das Dortmunder Citymanagement in eine öffentlich-private Trägerschaft zu überführen.

Dies bedarf einer intensiven Ansprache von Akteur:innen der Privatwirtschaft und der öffentlichen Hand. Zudem müssen Finanzierungsstrukturen aufgebaut werden, um das Citymanagement langfristig finanziell tragen zu können.

# Ausgangslage

## Das ABC des Citymanagements

A	B	C
...wie Agenda	...wie Basis	...wie Chassis
<b>Leitthemen</b> Die 5 Vermögenswerte	<b>Hauptmotiv</b> Leitgedanken. Antrieb. Zuständigkeiten.	<b>Mitgliedschaft</b> Wer. Wie. Wofür.
<b>Handlungsfelder</b> Funktionale, Stadtraum- und Markenprofilierung.	<b>Funktion</b> Sprachrohr. Interessenvertreter. Koordinator.	<b>Finanzierung</b> Privat. Öffentlich. PPP.
<b>Kernaufgaben</b> Moderation. Motivation. Mediation.	<b>Rolle</b> Politisch. Systemisch. Strategisch.	<b>Organisation</b> Geschäftsführung. Organe. Workflow.
<b>Sonderaufgaben</b> Jährliche Innenstadtkonferenz u.a.	<b>Legitimation</b> Kompetenzen. Befugnisse. Laufzeit.	<b>Controlling</b> Steuerung. Planung. Zielkontrolle.

Das ABC des Citymanagements ist als Spielregel des zukünftigen Citymanagements zu verstehen und bildet die Grundstruktur für eine Umsetzungsbasis der erarbeiteten Zukunftsvisionen, Profilierungsziele und Umsetzungsempfehlungen. Zunächst ging es darum, gemeinsam mit den Akteur:innen der Dortmunder City, die **A**genda für ein Citymanagement zu ermitteln. Hierfür wurden konkrete Handlungsfelder und Kernaufgaben des zukünftigen Citymanagements definiert. Aus der Agenda leitet sich die **B**asis ab. Hierzu zählt bspw. das Rollenverständnis und die Funktion des Citymanagements. Darauf baut das **C**hassis auf, welches die zentralen Fragen klären sollte, wie das Citymanagement zukünftig finanziert wird und welche Akteur:innen sich dabei auch inhaltlich beteiligen.

# Leistungsportfolio Citymanagement

Ausgangslage

Zielstellung

Organisation

Aufgaben

# Zielstellung

Der Aufgabenbewältigung des zukünftigen Citymanagements sollten folgende Zielstellungen übergeordnet werden:

- Das Citymanagement agiert als **zentraler Ansprechpartner** rund um das Thema der City und ist **Manager** innerstädtischer Aktionen und Aktivitäten. Je nach zugewiesener Aufgabenwahrnehmung (s. Aufgaben) agiert das Citymanagement in einem unterschiedlichen Detailgrad in den einzelnen Aufgabenbereichen. Es ist **Moderator** und **Aktivator** (analog wie digital) von Netzwerken und Initiativen in der City und agiert als Vermittler in die entsprechenden Fachämtern der Dortmunder Stadtverwaltung. Dabei erfährt das Citymanagement eine **hohe Akzeptanz** bei den innerstädtischen Akteur:innen und innerhalb der Stadtverwaltung.
- Das Citymanagement ist **Interessensvertreter** für City-Anlieger:innen und Nutzer:innen. Das Citymanagement vertritt darüber hinaus die Interessen der City in allen Stadtentwicklungsprozessen.
- Das Citymanagement **stärkt die Aktivitäten und Initiativen** der City und übernimmt die übergeordnete **Gesamtkoordination** für Citymanagement-Projekte in öffentlich-privater Partnerschaft in den Quartieren. Als Gesamtkoordinator hat es alle neun Quartiere der Dortmunder City im Blick und ist Ansprechpartner für die Quartiersakteur:innen. Eine Selbstorganisation der Quartiere wird dabei allerdings vorausgesetzt. Je nach Expertise und bestehender Akteur:innenstruktur sind die Quartiere in ihrem Handeln durch das Citymanagement zu unterstützen.
- Das Hauptmotiv des Citymanagements ist explizit die **Verwirklichung einer multifunktionalen Innenstadt**. Die unterschiedlichen Nutzungen tragen in ihrer Gänze zu einer fortlaufenden Profilbildung der Dortmunder City bei. Das Handeln des Citymanagements zielt verstärkt auf die **funktionale, nutzungsstrukturelle und stadtgestalterische Aufwertung** der City ein. Dabei sind Dienstleistungs- und Gastronomienutzungen, kulturelle und soziale Einrichtungen, das Thema Wohnen und Gewerbe, Grün- und Freiflächen sowie der öffentliche Raum in Gänze zu berücksichtigen.
- Bei der **Umsetzung von Maßnahmen und Aktionen zur Identitätsbildung** nimmt das Citymanagement eine aktive Rolle ein.
- Zu den Leitthemen zählen der **Erhalt und die Stärkung des emotionalen Vermögenswertes** der City. Jedes der neun Quartiere zielt dabei unterschiedlich stark auf den emotionalen Vermögenswert der Dortmunder City ein.
- Das Citymanagement wirkt **konzeptionell strategisch** und **handelt operativ** bei der Maßnahmenumsetzung.
- Das Citymanagement verfügt über eine gute **Fachexpertise**, um in den Bereichen Städtebau/Stadtentwicklung, ökologische Transformation, Digitalisierung, Stadtökonomie, Stadtmarketing und Immobilienwirtschaft tätig zu sein und als adäquater Ansprechpartner zu agieren.

# Leistungsportfolio Citymanagement

Ausgangslage

Zielstellung

Organisation

Aufgaben

# Organisation

Für die Implementierung des zukünftigen Citymanagements ist hervorgehend aus den Citywerkstätten eine **eigenständige Gesellschaft** als Organisationsform seitens der Akteur:innen gewünscht. Dabei sollen sowohl private als auch öffentliche Akteur:innen im Rahmen eines **50:50-Modells** eingebunden werden. Eine Aufteilung der Finanzierung zwischen privaten und öffentlichen Akteur:innen bedingt den Vorteil bzw. die Möglichkeit einer Bewerbung für Fördermittel auf Bundes- und Landesebene für das zukünftige Citymanagement. Die Rechtsform (u. a. GmbH oder GmbH & Co. KG) ist von der Stadt Dortmund zu bestimmen. Folgende Kompetenzen sollten dem Citymanagement übertragen werden:

- Die Organisation Citymanagement steht allen **(innerstädtischen) Stakeholdern** offen. Wichtige Stakeholder, außerhalb der City, können zudem als „Big Player“ in die Organisationsstruktur des Citymanagements eingebunden werden.
- Im Rahmen der Gesellschaftsstruktur entscheidet ein **Aufsichtsrat** (als Entscheidungsgremium) über die finanziellen und inhaltlichen Rahmenbedingungen für das Citymanagement.
- Das Citymanagement kann (auf Grundlage der durch die Gesellschafter:innen und den Aufsichtsrat gesetzten Rahmenbedingungen) **eigenverantwortlich** Handeln, agiert **unpolitisch** und **überparteilich**. Es erfolgt eine regelmäßige Berichtserstattung durch das Citymanagement im Rat. Das Handeln des Citymanagements wird durch einen **privat-öffentlichen Beirat**, der alle

gesellschaftlich relevanten Gruppen abbildet, reflektiert. Der Beirat agiert als inhaltlicher Input- bzw. Impulsgeber.

- Das Citymanagement verfügt über die notwendige **Handlungsfähigkeit** in allen zugewiesenen Aufgabenbereichen und ein entsprechendes **Budget zur Umsetzung zu definierender Projekte und Maßnahmen**. Die Grundlage für die Projekte und Maßnahmen bilden sowohl die Ergebnisse des Anstoßprozesses für ein Citymanagement als auch die durch das vorgesehene externe Citymanagement gewonnenen Erkenntnisse und Fortschreibungen.
- Das Citymanagement wird über ein **privat-öffentliches Modell** finanziert.
- Im Rahmen des 50:50-Modells soll der verwaltungsstrukturelle Teil des Citymanagements einem Bereich mit hoher Durchsetzungskraft zugeordnet werden. Es könnte beispielsweise auf der gleichen Ebene wie die Wirtschaftsförderung oder das Amt für Marketing und Stadtkommunikation agieren.

# Organisation

## Organigramm (innerhalb der Organisation Citymanagement)



# Aufsichtsrat/Gesellschafter:innenversammlung

## Mitgliedervorschlag

Der Aufsichtsrat innerhalb der Organisation Citymanagement sollte folgende Mitglieder umfassen:

- Oberbürgermeister:in, Dezernat 1
- Stadtrat/Stadträtin, Dezernat 6
- Geschäftsführung der Wirtschaftsförderung
- Amtsleitung des Amtes für Stadterneuerung
- Amtsleitung des neu aufgestellten Amtes für Marketing und Stadtkommunikation
- Geschäftsführung der Gesellschaft für City-Marketing Dortmund mbH (für die Stadt Dortmund)
- Geschäftsführung der Gesellschaft für City-Marketing Dortmund mbH (für den Cityring)

Zudem könnten z. B. weitere folgende Mitglieder dem Aufsichtsrat beitreten:

- Vorsitzende:r des Cityrings Dortmund e.V.
- Vertreter:innen der Industrie- und Handelskammer zu Dortmund
- Vertreter:innen des Handelsverbandes Nordrhein-Westfalen/Westfalen-Münsterland

# Beirat

## Mitgliedervorschlag

Zur Zusammensetzung des Beirats wird eine Mischung aus privaten und öffentlichen Akteur:innen empfohlen, die mit ihrer Expertise als Inputgeber:innen des Citymanagements agieren. Der Beirat sollte vorrangig aus Expert:innen bestehen, die einen lokalen und/oder inhaltlichen Bezug zur Dortmunder City haben:

- Vertreter:innen der Fraktionen
- Bezirksbürgermeister:in Innenstadt-West
- innerstädtische Vertreter:innen aus Einzelhandel, Gastronomie und Dienstleistungen
- Amt für Angelegenheiten des Oberbürgermeisters und des Rates, Leitung Richtlinien der Stadtpolitik/CIIO
- Schaustellerverein „Rote Erde“
- Ausgehen in Dortmund e.V.
- Stabstelle Kreativquartiere
- Aktion Boulevard Kampstraße e.V.
- Dortmunder Kunstverein
- Kulturbetriebe Dortmund
- Qualitätsroute e.V.
- ggfs. weitere Vertreter:innen der IHK zu Dortmund
- ggfs. weitere Vertreter:innen des Handelsverbandes Nordrhein-Westfalen/Westfalen-Münsterland
- Citymanagement (ggfs. mit nicht-stimmberechtigter Teilnahme)

# Leistungsportfolio Citymanagement

Ausgangslage

Zielstellung

Organisation

Aufgaben

# Aufgaben

## Welche inhaltliche Bandbreite kann ein Citymanagement abbilden?

Die Tätigkeitsfelder des Citymanagements decken eine große, aber zugleich abgegrenzte Bandbreite an Aufgaben ab. Im Rahmen der **Strategieweiterentwicklung und Maßnahmenumsetzung**, ist das Citymanagement je nach zugewiesener Rolle sowohl für die eigene operative Umsetzung innerstädtischer Projekte zuständig als auch in die Umsetzung von Projekten in der Innenstadt eingebunden. Ziel ist es, die sektoralen Kompetenzen der Fachverwaltungen auf das komplexe Feld der Cityentwicklung zu fokussieren und zu einem integrierten, strategischen Handlungsansatz zu formen. Das Citymanagement unterstützt bei der Ansiedlung von innovativen Konzepten und Nutzungen, um diese langfristig an den Standorten in der City zu binden. Die enge Zusammenarbeit mit der Wirtschaftsförderung Dortmund und dem Amt für Marketing und Stadtkommunikation wird für die Aufgaben des **Standortmarketings** vorausgesetzt. Weitere Voraussetzung ist die enge Zusammenarbeit mit dem Amt für Stadterneuerung für die strategische Stadtentwicklung und die Umsetzung von (Städtebau-)Förderprojekten.

Im Rahmen des **Netzwerkmanagements** organisiert und unterstützt das Citymanagement die Weiterentwicklung und den Aufbau von Netzwerken in der Innenstadt. Vernetzt werden sollen Vereine und Institutionen, Einrichtungen, Stadtverwaltung, Politik, Privatwirtschaft und Bürgerschaft mit klarem innerstädtischem Bezug. Das Citymanagement veranlasst und setzt vielfältige

Aktivitäten, wie bspw. Netzwerkveranstaltungen oder Newsletter, um.

Das Citymanagement übernimmt für seine Projekte in Abstimmung mit Fachbereich 1 die öffentlichkeitswirksame Kommunikation bzgl. der Innenstadt in die Stadtgesellschaft. Die Inhalte für die **Kommunikation** werden durch das Citymanagement erarbeitet und aufbereitet. Die **Öffentlichkeitsarbeit** (Print, Internetauftritt, Social Media o.Ä.) wird vom Citymanagement durchgeführt, um die Interessen am Projekt zu bündeln und die Erfolge in die Stadtgesellschaft hineinzutragen.

Auch Aufgaben zur **Kund:innenbindung und Neukund:innengewinnung** gehören zu den Tätigkeitsfeldern des Citymanagements. Das Citymanagement trägt mittels besuchs-, verkaufs- und imagefördernden Aktionen zur Steigerung der Wahrnehmbarkeit und Verbesserung der Außenwirkung der Dortmunder City-Lagen bei.

Das Citymanagement bindet zudem themenbezogenen Expert:innen ein und ist selbst Impulsgeber, um einen Erfahrungsaustausch im Prozess zu gewährleisten. Dafür veranstaltet das Citymanagement im Zuge des **Wissensmanagements** u. a. immobilienwirtschaftliche Dialoge, Fachexkursionen zu den Themen Sicherheit, Sauberkeit und Ordnung oder Schaufenster-Workshops. Zudem kooperiert das Citymanagement mit der Universität sowie weiteren Hochschulen.

# Aufgaben

## Leistungskatalog

Abgeleitet aus den Tätigkeitsfeldern lassen sich verschiedene Aufgaben im Rahmen eines Leistungskatalogs für ein Citymanagement definieren. Der Leistungskatalog bildet einen Vorschlag für Aufgaben eines Citymanagements (keine abschließende Liste). In weiten Teilen sind die vorgeschlagenen Aufgaben in enger Zusammenarbeit mit der Stadtverwaltung umzusetzen. Weitere Aufgaben können durch die Stadt Dortmund fortlaufend definiert werden:

### Strategieentwicklung & Maßnahmenumsetzung

- Erarbeitung eines ganzheitlichen Profils/einer Marke für die Dortmunder City (die die City sowohl nach innen als auch außen über ihre Alleinstellungsmerkmale weiterentwickelt); Ansätze/Anknüpfungspunkte bilden dafür Ergebnisse des Anstoßprozesses eines Citymanagements
- Umsetzung der Profilierungsstrategie für die Quartiere aus dem Prozess zum Anstoß eines Citymanagements
- Anstoß zur Initiierung städtebaulicher Großprojekte in der City (die z. B. eine Strahlkraft für die gesamte City entfalten und als wesentliche Ankernutzungen fungieren)
- Entwicklung und Umsetzung kleinerer, baulicher Maßnahmen zur Aufwertung des öffentlichen Raums hinsichtlich Aufenthaltsqualität und Erlebnischarakter (z. B. durch Einrichtung von Grünelementen und Stadtmobiliar)
- Fördermittelakquise als ergänzende Leistung des Citymanagements (z. B. von

Bundes- oder Landesmitteln zur finanziellen Förderung von Projekten, die auf die Weiterentwicklung der City einzahlen)

- aktive Entwicklung von (Nach- und Um-)Nutzungsideen für leerstehende Ladenlokale und Suche nach Betreiber:innen
- Geschäftsführung und Initiierung sowie Unterstützung bei der Umsetzung von Aktivitäten im Rahmen des Verfügungsfonds Anmietung zur Soforthilfe in der City

### Standortmarketing

- Ansiedlungsservice/-management (u. a. Erstellung von Standortexposés, Beratung von Ansiedlungsinteressenten, um sinnvolle Angebotsergänzungen in der City zu etablieren)
- Gründer:innenberatung und Schulungsangebote für Unternehmen (um z. B. eine angemessene Nutzungsqualität in den Lagen der City herzustellen und zu sichern)
- temporäre Anmietung und Bespielung leerstehender Ladenlokale (u. a. zur gezielten Aktivierung von Schlüsselimmobilien und Flächenpotenzialen)

# Aufgaben

## Leistungskatalog

### Kommunikation & Öffentlichkeitsarbeit

- Aufbau und Bespielung einer Website und Social-Media-Plattformen (u. a. zur Vermarktung von Themen und Aktivitäten rund um die City)
- Durchführung einer Imagekampagne zur Vermarktung der Dortmunder City (um die Qualitäten auch über die Stadtgrenzen hinaus zu vermitteln)
- Einrichtung und Besetzung einer „City-Base“ als Räumlichkeit zur Bündelung von Cityaktivitäten (u. a. als Sitz des Citymanagements, Tourist-Info, Ort von Kulturveranstaltung etc.)
- Berichterstattung für das Info-Heft „Aufbruch City“ (u. a. um fortlaufende Aktivitäten des Citymanagements in die Stadtgesellschaft zu kommunizieren)
- Einrichtung und Pflege einer digitalen Dialogplattform zum Austausch innerstädtischer Themen und Belange (um den Informationsfluss der innerstädtischen Akteur:innen zu gewährleisten)
- Mitwirkung bei der Einrichtung einer Stadt-App (u. a. Vorstellung von Angeboten, Gewerbetreibenden, Veranstaltung, u. a. zur Erhöhung der digitalen Sichtbarkeit der vorhandenen Angebote)

### Kund:innenbindung und Neukund:innengewinnung

- Konzeption des Veranstaltungskalenders für die City (unter Berücksichtigung kleinteiliger Events in den Quartieren zur Erhöhung der

Vermarktungsaktivitäten von Veranstaltungen)

- Durchführung von Informationsveranstaltungen, Workshops und Beratungen für Immobilieneigentümer:innen, Mietinteressent:innen und Gewerbetreibende
- Durchführung von besuchs-, verkaufs- und imagefördernden Aktionen:
  - Entwicklung und Durchführung von Projekten und Aktivitäten, die zu einer positiven Imagebildung und Vermarktung der Innenstadt beitragen und darüber hinaus verkaufsfördernde Wirkung entfalten (z. B. Veranstaltungen, Werbemaßnahmen)
- Unterstützung bei der Durchführung kleinerer Events, die unmittelbar auf die Quartiersprofilierungen einzahlen (z. B. Late-Night-Shopping-Events); die Intensität der Unterstützung seitens des Citymanagements ist dabei stark von der Ausprägung der bestehenden Akteursstrukturen in den Quartieren abhängig

# Aufgaben

## Leistungskatalog

### Netzwerkmanagement

- Koordinierung einer Task Force „City“ durch das Zusammenbringen unterschiedlichster Innenstadt-Akteur:innen (u. a. Cityring, Qualitätsroute) für einen regelmäßigen Austausch (u. a. um Netzwerke innerhalb der Quartiere und der City herauszubilden)
- Gründung, Begleitung und Coaching von Quartiersgemeinschaften in der Dortmunder City
- Information der Politik über innerstädtische Aktivitäten (u. a. zur Legitimierung und um die Transparenz über innerstädtische Aktivitäten zu gewährleisten)
- Anstoß von politischen Beschlüssen/Prozessen (u. a. um stetig neue Impulse zu setzen, die auf eine zielgerichtete Cityentwicklung einzahlen)
- Vermittlung von Anlaufstellen (innerhalb der Stadtverwaltung) für unterschiedliche Innenstadtbelange (u. a. um Abstimmungsprozesse und Verfahren zu beschleunigen)
- aufsuchende Gespräche zur Aktivierung und Einbindung privaten / privatwirtschaftlichen Engagements, insbesondere in Bezug auf die Immobilieneigentümer:innen
- Konzipierung und Durchführung von Kommunikations-, Moderations- und

Beteiligungsprozessen mit der Stadtgesellschaft

### Wissensmanagement

- interkommunaler Austausch zur Innenstadtentwicklung über Fachexkursionen und Veranstaltungen (u. a. zum Erfahrungsaustausch)
- innerstädtische Kooperation mit Dortmunder Hochschulen bei die City betreffenden Themen (u. a. Verleihung von Stipendien für integrative Innenstadtentwicklung)
- Schaffung von Beratungsangeboten für Gewerbetreibende (z. B. Schaufensterworkshops, Seminare zur Digitalisierung, um eine stetige Weiterentwicklung der Nutzungs- und Angebotsqualität anzustoßen)
- Beratung privater Immobilieneigentümer:innen hinsichtlich Nutzung, Gestaltung und Außenwirkung der Objekte (u. a. Fassadengestaltung und -begrünung)

# Aufgaben

## Mögliche Funktionen des Citymanagements

Das Citymanagement kann in den vorgestellten Tätigkeitsfeldern und Aufgabenbereichen unterschiedliche Funktionen bzw. Rollen einnehmen. Nachfolgend lassen sich fünf Funktionen unterscheiden.

### **Federführende Umsetzungsfunktion:**

- Dem Citymanagement wird eine Umsetzungshoheit im Rahmen des zu vereinbarenden Aufgabenspektrums zugewiesen. Maßnahmen können eigenverantwortlich unter eigener Federführung umgesetzt werden. Dabei verfügt das Citymanagement über ein entsprechendes Budget und kann (in Abstimmung) auf Ressourcen bzw. Expertise aus Fachabteilungen der Stadtverwaltung zurückgreifen.

### **Mitwirkende Gestaltungsfunktion:**

- Als Mitgestalter ist das Citymanagement legimitiert an innerstädtischen Prozessen und Projekten mitzuwirken. Die Federführung wird dabei durch andere Instanzen übernommen.

### **Koordinations-/Schnittstellenfunktion:**

- Das Citymanagement kennt sich in der Verwaltungsstruktur der Stadt Dortmund aus und wird partizipativ in innerstädtische Prozesse und Projekte eingebunden. Somit behält es zum einen den Überblick über aktuelle Innenstadt-Projekte anderer Instanzen der Stadtverwaltung. Zum anderen kann das Citymanagement über eigene Cityaktivitäten in den Instanzen

berichten.

### **Interessensvertretung/Sprachrohrfunktion:**

- Das Citymanagement behält aufgrund des regelmäßigen Austausches mit den Akteur:innen alle innenstadtrelevanten Belange im Blick. Als Sprachrohr lässt das Citymanagement diese Interessen projektbezogen in innerstädtische Prozesse einfließen.

### **Impulsfunktion:**

- Das Citymanagement bereichert als Fachexperte in den Bereichen Städtebau/Stadtentwicklung, ökologische Transformation, Digitalisierung, Stadtökonomie, Stadtmarketing und Immobilienwirtschaft innerstädtische Prozesse und Projekte anderer Institutionen und leistet in diesem Rahmen einen inhaltlichen Input.

Im Folgenden werden mögliche (Kern-)Aufgaben vorgestellt sowie eine Zuordnung und Gewichtung (primäre, sekundäre und tertiäre Aufgabenwahrnehmung) hinsichtlich der zu übernehmenden Funktion(en) vorgenommen.

# Aufgaben

= Primäre Aufgabenwahrnehmung  
 = Sekundäre Aufgabenwahrnehmung  
 = Tertiäre Aufgabenwahrnehmung

	STRATEGIEWEITERENTWICKLUNG & MAßNAHMENUMSETZUNG						
	Profil-/ Markenent- wicklung für die City	Umsetzung Quartiers- Profilierungs- strategie	Anstoß städtebaulicher Großprojekte	Aufwertung öffentlicher Raum	Fördermittel- akquise	Nutzungsideen für leerstehende Ladenlokale	Umsetzung Verfügungsfond
Federführende Umsetzung							
Mitwirkende Gestaltung							
Koordination/ Schnittstelle							
Interessensver- tretung/ Sprachrohr							
Impulsfunktion							
Weitere Akteur:innen	Amt für Marketing und Stadtkommunikation	Amt für Stadterneuerung, weitere Akteur:innen je nach Projekt/ Maßnahme	Liegenschaften, Stadtplanungs- und Bauordnungsamt, Amt für Stadterneuerung, Tiefbauamt, Städt. Immobilienwirtschaft	Grünflächenamt, Tiefbauamt, Amt für Stadterneuerung, Stadtplanungs- und Bauordnungsamt, CMG	Amt für Stadterneuerung	Amt für Stadterneuerung, Wirtschaftsförderung, Stadtplanungs- und Bauordnungsamt, Vermessungs- und Katasteramt	Amt für Stadterneuerung, weitere Akteur:innen je nach Projekt/ Maßnahme

Quelle: Darstellung Stadt + Handel.

# Aufgaben

- = Primäre Aufgabenwahrnehmung
- = Sekundäre Aufgabenwahrnehmung
- = Tertiäre Aufgabenwahrnehmung

	STANDORTMARKETING						
	Ansiedlungs- service/- management	Gründer:innen- beratung/ Schulungs- angebote	temporäre Anmietung/ Bespielung Leerstände				
Federführende Umsetzung							
Mitwirkende Gestaltung							
Koordination/ Schnittstelle							
Interessensver- tretung/ Sprachrohr							
Impulsfunktion							
Weitere Akteur:innen	Wirtschaftsförderung	Wirtschaftsförderung	Stabstelle Kreativquartiere, Amt für Stadterneuerung, Wirtschaftsförderung				

Quelle: Darstellung Stadt + Handel.

# Aufgaben

= Primäre Aufgabenwahrnehmung  
 = Sekundäre Aufgabenwahrnehmung  
 = Tertiäre Aufgabenwahrnehmung

	KOMMUNIKATION & ÖFFENTLICHKEITSARBEIT						
	Website/ Social-Media	Imagekampagne für die City	„City-Base“*	Berichterstattung für Info-Heft „Aufbruch City“	digitale Dialog- plattform	Stadt-App	
Federführende Umsetzung							
Mitwirkende Gestaltung							
Koordination/ Schnittstelle							
Interessensver- tretung/ Sprachrohr							
Impulsfunktion							
Weitere Akteur:innen	Amt für Marketing und Stadtkommunikation	Amt für Marketing und Stadtkommunikation, CMG	Amt für Stadterneuerung, Wirtschaftsförderung; *Funktion des Citymanagements je nach Ausstattung/ Budget	Pressestelle Dortmund, Amt für Marketing und Stadtkommunikation, Amt für Stadterneuerung	FB 1/II – Richtlinien der Stadtpolitik/CIIO/ Smart City, Amt für Marketing und Stadtkommunikation, Amt für Stadterneuerung	FB 1/II – Richtlinien der Stadtpolitik/CIIO/ Smart City	

Quelle: Darstellung Stadt + Handel.

# Aufgaben

- = Primäre Aufgabenwahrnehmung
- = Sekundäre Aufgabenwahrnehmung
- = Tertiäre Aufgabenwahrnehmung

	KUND:INNENBINDUNG & NEUKUND:INNENGEWINNUNG						
	Veranstaltungskalender	Business-/Wirtschafts-Events/Workshops	imagefördernde Aktionen	Unterstützung Quartiers-Events			
Federführende Umsetzung							
Mitwirkende Gestaltung							
Koordination/Schnittstelle							
Interessensvertretung/Sprachrohr							
Impulsfunktion							
Weitere Akteur:innen	CMG, Amt für Marketing und Stadtkommunikation, Ordnungsamt	Wirtschaftsförderung	Amt für Marketing und Stadtkommunikation	Quartiersgemeinschaften, Amt für Stadterneuerung, Wirtschaftsförderung, CMG			

Quelle: Darstellung Stadt + Handel.

# Aufgaben

= Primäre Aufgabenwahrnehmung  
 = Sekundäre Aufgabenwahrnehmung  
 = Tertiäre Aufgabenwahrnehmung

	NETZWERKMANAGEMENT						
	Task Force „City“	Quartiers- gemeinschaften	Information der Politik	Anstoß von politischen Beschlüssen	Anlaufstellen Innenstadt- belange	aktive Ansprache der Immobilien eigen- tümer:innen	Kommunikation mit der Stadtgesellschaft
Federführende Umsetzung							
Mitwirkende Gestaltung							
Koordination/ Schnittstelle							
Interessensver- tretung/ Sprachrohr							
Impulsfunktion							
Weitere Akteur:innen	private Cityakteur:innen, Amt für Stadterneuerung, Wirtschaftsförderung, weitere Akteur:innen nach Bedarf	Quartiersgemein- schaften, Amt für Stadterneuerung, Wirtschaftsförderung				Wirtschaftsförderung, Amt für Stadterneuerung	

Quelle: Darstellung Stadt + Handel.

# Aufgaben

- = Primäre Aufgabenwahrnehmung
- = Sekundäre Aufgabenwahrnehmung
- = Tertiäre Aufgabenwahrnehmung

	WISSENSMANAGEMENT						
	Austausch zur Innenstadt- entwicklung	Kooperation mit Dortmunder Hochschulen	Beratungsange- bote für Gewerbetreibende	Eigentümer:innen- Beratung			
Federführende Umsetzung							
Mitwirkende Gestaltung							
Koordination/ Schnittstelle							
Interessensver- tretung/ Sprachrohr							
Impulsfunktion							
Weitere Akteur:innen	Amt für Stadterneuerung	FB 1/II – Richtlinien der Stadtpolitik/CIOO, Dortmunder Hochschulten	Wirtschaftsförderung, Amt für Stadterneuerung	Wirtschaftsförderung, Amt für Stadterneuerung			

Quelle: Darstellung Stadt + Handel.

# Aufgaben

## Schnittstellen zu bestehenden Strukturen

Das Citymanagement wird perspektivisch verschiedene Aufgaben übernehmen, die heute zum Teil durch bestehende Dezernate, Fachämter und sonstige Institutionen übernommen werden. Im Zuge der Aufstellung des Citymanagements gilt es, die Schnittstellen zu identifizieren und klare Zuständigkeitsbereiche auszutarieren, um ggfs. neue Aufgabenzuteilungen festzulegen. Nachfolgend sind bestehende Dezernate, Fachämter und weitere Institutionen aufgeführt, mit denen potenzielle Überschneidungen der Aufgabenbereiche bestehen können. Die Aufgaben werden beispielhaft (nicht abschließend) dargestellt und geben einen groben Rahmen der Aufgabenspektren der einzelnen Dezernate, Fachämter und weiterer Institutionen wieder.

# Aufgaben

## Schnittstellen zu bestehenden Strukturen

### Dezernat 1

#### FB 1/II – Richtlinien der Stadtpolitik/CIIO

- Koordination und Steuerung ganzheitlicher stadtpolitischer Strategemaßnahmen
- effiziente Gestaltung des Change Prozesses unter Mitnahme aller Interessensgruppen
- beinhaltet u. a. folgende Funktionseinheiten: Digitale Großstadt, Internationale Beziehungen, Großstadtentwicklung

#### Wirtschaftsförderung Dortmund

- Unternehmensservice, u. a.
  - Ansiedlung, Erweiterung und Verlagerung des Betriebes
  - Suche nach Grundstücken und Immobilien
  - Informationen zu öffentlichen Förderprogrammen
- „Wir im Bezirk“, u. a.
  - Firmenberatung Innenstadt-West (feste Ansprechpartnerin ist mit Strukturen im Bezirk vertraut)
- Ansiedlungsservice, u. a.
  - individuelle Unterstützung bei der Standortwahl
- Netzwerke
  - Unterstützung bei der Kontaktaufnahme von Unternehmen an öffentliche und private Akteur:innen der Dortmunder Wirtschaft
- Beratungsprogramme
  - u. a. zu den Themen familienbewusste sowie ökonomisch und ökologische Unternehmen, Digitalisierung
- Wettbewerbe
  - Verleihung Dortmunder Wirtschaftspreis und Dortmunder Unternehmenspreis
  - Geschmackstalente
  - Anstoß 2022 (Start-Ups in der City)
- Nachtbeauftragte:r

# Aufgaben

## Schnittstellen zu bestehenden Strukturen

### Dezernat 1

#### Dortmund Agentur

- Bereich Online-Kommunikation
  - Gestaltung der Website dortmund.de
  - Serviceanbieter für Fachämter mit jeweiligem Internetauftritt
- Bereich Eventmanagement
  - Konzeption, Organisation und Durchführung von Veranstaltungen
- Bereich Design & Print
  - Erstellung von Printmedien
  - verwaltungsinterne Beratung hinsichtlich Öffentlichkeitsarbeit
- Bereich Verwaltung & interner Service
  - Vertrieb städtischer Souvenirs
- Bereich Dortmund-Redaktion
  - vertiefende, journalistische Berichterstattung zu Themen rund um Dortmund

# Aufgaben

## Schnittstellen zu bestehenden Strukturen

### Dezernat 2

#### Fachbereich Liegenschaften

- zentraler Ansprechpartner für alle städtischen Immobilien
- übernimmt Eigentümerfunktion für städtische Immobilien
- Immobilienmanagement Innenstadt (u.a. Eigentümerfunktion, Veräußerung und Erwerb von Immobilien)
- Steuerung eines wesentlichen Teils der städtischen Hochbauinvestitionen
- Entwicklung von Immobilienprojekten
- Entwicklung und Vermarktung von Grundstücken für Wohnungsbau und Gewerbe

#### Kulturbetriebe Dortmund

- Bündelung kultureller Angebote sowie Weiterbildungsangebote
- Förderung etablierter Kultureinrichtungen und der freien Kulturarbeit
- Förderung zentraler Angebote in der Stadtmitte
- umfasst u. a. die Geschäftsbereiche Kulturbüro, Dortmunder U, Bibliotheken und Museen

#### Stabstelle Kreativquartiere

- agiert unter dem Namen „DORMTUND KREATIV“ als zentraler Ansprechpartner für die Dortmunder Kultur- und Kreativwirtschaft
- Unterstützung kultur- und kreativwirtschaftlicher Entwicklungen in Dortmund sowie Stärkung verschiedener Akteur:innen und Projekte durch Vernetzung
- Durchführung vielfältiger Aktivitäten (z. B. Ausstellungen, Workshops, Vortragsreihen, Beratungen, Stammtische und Pop-Up-Büros)

# Aufgaben

## Schnittstellen zu bestehenden Strukturen

### Dezernat 3

#### Ordnungsamt

- Zusammenarbeit mit der Polizei hinsichtlich der Themen Sicherheit und Ordnung, um das subjektive Sicherheitsgefühl der Bürger:innen zu erhöhen
- zudem übernimmt das Ordnungsamt u. a. folgende Aufgaben:  
Verkehrsüberwachung,  
Geschwindigkeitskontrollen, Gewerbe- und Gaststättenangelegenheiten
- Sicherstellung/Kontrolle der Spielregeln für Straßenmusik in Dortmund

# Aufgaben

## Schnittstellen zu bestehenden Strukturen

### Dezernat 4

#### Schulverwaltungsamt

- Soziale Arbeit an Schulen (u. a. kommunale Koordinierungsstelle Schulsozialarbeit, „Starke Bildung in Dortmund“)
- Schülerbeförderung (u. a. Schulwegsicherung)
- Gestaltung von Übergängen (Übergang Schule – Arbeitswelt/Hochschule)

#### Jugendamt

- u. a. Kampagne „Mit uns ist Dortmund BUNT!“: mit der Kampagne erhalten Kinder und Jugendliche die Möglichkeit, ihre Ideen, Anliegen und Gedanken für ein buntes, vielfältiges und respektvolles Dortmund in eigenen Kunstwerken darzustellen
- Beteiligungsprojekte bei der Planung und Umsetzung von Spiel- und Freizeitflächen

#### FABIDO

- umfasst ein Angebot von rd. 100 Tageseinrichtungen für Kinder vom städtischen Eigenbetrieb FABIDO
- Angebot an Betreuungsplätzen bzw. Tageseinrichtungen für Kinder und Kindertagespflege

# Aufgaben

## Schnittstellen zu bestehenden Strukturen

### Dezernat 5

#### Sozialamt

- Informationen rund um soziale Leistungen in Dortmund (u. a. Grundsicherung im Alter und bei Erwerbsminderung, Hilfe zum Lebensunterhalt)
- Hilfen für Zuwanderer
- Hilfen bei (drohender) Wohnungslosigkeit
- Hilfen für suchtkranke und suchtabhängige Menschen

#### Sport- und Freizeitbetriebe Dortmund

- umfasst folgende, wesentliche Geschäftsbereiche:
  - Sport (u. a. Hallenbäder, Sporthallen- und anlagen, Hoeschpark)
  - Dortmunder Zoo
  - Parkanlagen (u. a. Westfalenpark und Botanischen Garten Rombergpark)

#### Gesundheitsamt

- sozialpsychiatrischer Dienst (u. a. Beratung und Hilfe für psychisch Erkrankte und Suchtkranke, Substitutionsprogramm für Drogenabhängige)

# Aufgaben

## Schnittstellen zu bestehenden Strukturen

### Dezernat 6

#### Umweltamt

- ökologisch sinnvolle und nachhaltige Entwicklung der Stadt vorantreiben und gestalten
- Landschafts-, Gewässer- und Bodenschutz
- Klimaschutz sowie Schutz vor Luftverunreinigungen und Lärm
- intensive Beteiligung an der Stadtplanung, im Baugenehmigungsverfahren und bei besonderen Einzelprojekten
- Durchgrünungskonzept für die City
- Förderprogramm zur Begrünung von Dächern und Fassaden sowie zur Flächenentsiegelung

#### Stadtplanungs- und Bauordnungsamt

- Stadtentwicklung (u. a. Einzelhandelssteuerung, systematische Raumbewertung, integrierte Stadtbezirkentwicklungskonzepte, Denkmalschutz und -pflege)
- Mobilitätsplanung (u. a. Emissionsfreie Innenstadt, Masterplan Mobilität, Rad- und Fußverkehrsplanung)
- Städtebau/Bauleitplanung (u. a. Städtebauliche Rahmen- und Bebauungsplanung, Stadtgestaltung, Projektmanagement, Masterplan Plätze)
- Bauaufsicht (u. a. Genehmigungsverfahren, Bauüberwachung, Nutzungsänderungen)

#### Vermessungs- und Katasteramt

- Unterstützung bei der Erfassung und Darstellung raumbezogener Daten (z.B. Leerstandskataster)

#### Amt für Wohnen

- Beratungsleistungen zu geförderten Mietwohnungen oder Fördermöglichkeiten bei Erwerb eines Eigenheims
- Wohnraumvermittlung
- Wohnraumförderung und Wohnprojekte
- Zweckentfremdung von Wohnraum
- regelmäßige Berichterstattung über aktuelle Daten und Fakten des Dortmunder Wohnungsmarktes

# Aufgaben

## Schnittstellen zu bestehenden Strukturen

### Dezernat 6

#### Amt für Stadterneuerung

- Attraktivierung von Orts- und Stadtteilzentren
- Erarbeitung eines Integrierten Handlungskonzeptes für die City und anschließende Akquise von Fördermitteln zur Umsetzung von Maßnahmen und Projekten der Quartiers- und Stadtentwicklung
- Vorbereitung und Durchführung von Maßnahmen des besonderen Städtebaurechts
- klassische Handlungsfelder der Stadterneuerung sind u. a.:
  - Steigerung der Wohn- und Aufenthaltsqualität
  - Stärkung lokaler Ökonomie
- Unterstützung des bürgerschaftlichen Engagements und Imageförderung
- Ausbau von Freizeit- und Erholungsmöglichkeiten
- Städtebauliche Aufwertung
- Inwertsetzung von Immobilien
- **Fokusthema: Cityentwicklung (u. a. Anstoßprozess Citymanagement)**

# Aufgaben

## Schnittstellen zu bestehenden Strukturen

### Dezernat 7

#### Grünflächenamt

- ist zuständig für Grün- und Parkanlagen, Kinderspielplätze, Außenanlagen von Schulen und Kindertagesstätten sowie Sportanlagen
- kümmert sich um Bäume im Straßenraum, in Parks und Anlagen
- Erhalt und Entwicklung öffentlicher Freiflächen und Grünelemente unter dem Motto „STADT.MENSCH.GRÜN“

#### Städtische Immobilienwirtschaft

- städtische Hochbauprojekte

#### Tiefbauamt

- ist für die Planung, den Bau und den Betrieb sowie die Unterhaltung der Infrastruktur in Dortmund verantwortlich
- dazu zählen u. a. Straßen, Fußwege, Radwege, Plätze und Boulevards inkl. Straßenbegleitgrün sowie Markierungen, Beschilderungen und Beleuchtung

# Aufgaben

## Schnittstellen zu bestehenden Strukturen

### Amt für Marketing und Stadtkommunikation

- Imageaufbau und Profilschärfung der Stadt Dortmund
- Vermarktung der Stadt Dortmund
- Austausch mit Akteur:innen und Initiativen in Handel, Unternehmen, Verbänden und Institutionen, die sich dem Imageaufbau und der Profilschärfung der Stadt Dortmund widmen

# Aufgaben

## Schnittstellen zu bestehenden Strukturen

### Weitere Institutionen

#### City-Marketing Dortmund mbH (CMG)

- zentrales Ziel: mit gebündelten und gezielten Marketing-Aktivitäten die Kaufkraftbindung und die Besucher:innenfrequenz in der Dortmunder City erhöhen
- Realisierung von City-Veranstaltungen (u.a. Cityring-Konzerte) und einer breit gefächerten regionalen Imagekampagne für die Dortmunder City

#### Cityring Dortmund e.V.

- Initiativkreis für eine attraktive City
- ausgedehntes Netzwerk mit hohem Einfluss, der bei der Frage, wie die Attraktivität der Innenstadt gewahrt oder sogar gesteigert werden kann, eingesetzt wird
- Qualität des Einzelhandelsstandortes und Oberzentrums Dortmund zu steigern und zu festigen
- Zusammenarbeit mit weiteren Stakeholdern, u. a. TU Dortmund, Ruhr Nachrichten

#### Qualitätsroute Dortmund e.V.

- Zusammenschluss inhaber:innengeführter Geschäfte
- Kooperation mit unterschiedlichen Akteur:innen: u. a. Radio 91.2, Cityring, Wirtschaftsförderung
- Initiierung und Durchführung diverser Aktionen zur Stärkung der teilnehmenden Ladenlokale: u. a. Aktion „Dortmund Vibes“, Weihnachtmemory, Qualitätsroute-Gutschein

# Aufgaben

## Schnittstellen zu bestehenden Strukturen

### Weitere Institutionen

#### IHK zu Dortmund

- Vertretung der Interessen der gewerblichen Wirtschaft in der Stadt Dortmund
- agiert als Dienstleister für die Partner:innen
- Zusammenarbeit von Wirtschaft, Verwaltung und Unternehmen
- Unterstützung und Beratung von Mitgliedsunternehmen sowie Beratung von Existenzgründer:innen

#### Handelsverband

- vertritt als Arbeitgeber-, Berufs- und Wirtschaftsverband die Interessen seiner Mitgliedsfirmen
- umfangreiches Beratungs-, Betreuungs- und Dienstleistungsangebot
- beschäftigt sich u. a. mit den Themen Stadtmarketing sowie Standort, Stadtentwicklung und Verkehr
- Durchführung verschiedenster Fachtagungen, z. B. Ausbildungspreis der Dortmunder Wirtschaft, Branchenforum Einzelhandel, Handel im Gespräch

# Fazit & Ausblick

# Fazit & Ausblick

Die im vorangegangenen Prozess erarbeiteten Quartiersprofile und das räumlich-funktionale Leitbild dienen dem zukünftigen Citymanagement als Orientierung ihrer Arbeit, im Rahmen derer sie u. a. die Realisierung der Umsetzungsempfehlungen und Schlüsselprojekte fördern. Die Einrichtung des Citymanagements wird aktuell durch das Amt für Stadterneuerung vorbereitet. Stadt + Handel liefert dafür Empfehlungen zur Zielstellung, Organisation und möglichen Kernaufgaben des zukünftigen Citymanagements, die zuvor dargestellt wurden. Grundlegende Voraussetzung für eine erfolgreiche Entwicklung der City und ihrer Quartiere entsprechend der Umsetzungsempfehlungen und Schlüsselprojekte ist eine enge Zusammenarbeit zwischen dem zukünftigen Citymanagement und den (zu bildenden) Quartiersgemeinschaften, die in beide Richtungen verläuft. Dies bedeutet, dass neben der aktivierenden Arbeit des Citymanagements, das Engagement zur Bildung und weiteren Stärkung der Quartiersgemeinschaften auch aus den Netzwerken heraus entstehen muss. Die Initiative und der Umsetzungswille seitens der City-Akteur:innen zur Entwicklung des eigenen Quartiers ist damit unabdingbar. Das zukünftige Citymanagement soll als zentraler Ansprechpartner und übergeordneter Gesamtkoordinator Entwicklungen zum gemeinsamen Engagement für die City anstoßen und proaktiv begleiten.



# Verzeichnisse

# Bildnachweise

## **Moodboard Klosterviertel (Seite 112):**

- Links oben: Tatyana Nazatin - stock.adobe.com
- Mitte oben: Irina Schmidt - stock.adobe.com
- Rechts oben: Designsprache - stock.adobe.com
- Links unten: Kara - stock.adobe.com
- Mitte unten: missizio01 - stock.adobe.com
- Rechts unten: ArTo - stock.adobe.com

## **Moodboard Rosenviertel (Seite 129):**

- Links oben: kite\_rin - stock.adobe.com
- Rechts oben: rh2010 - stock.adobe.com
- Links unten: Wirestock - stock.adobe.com
- Mitte unten: Igor Link - stock.adobe.com
- Rechts unten: mavoimages - stock.adobe.com

## **Moodboard Brückviertel (Seite 144):**

- Mitte rechts: Karen Hogan - stock.adobe.com
- Rechts unten: Viktoriia - stock.adobe.com
- Mitte unten: Pavel Losevsky - stock.adobe.com
- Links oben: Jean-Paul Bounine - stock.adobe.com

- Mitte oben: jonbilous - stock.adobe.com
- Rechts oben: oneinchpunch - stock.adobe.com
- Mitte links: Andrey Popov - stock.adobe.com
- Links unten: Mediteraneo - stock.adobe.com

## **Moodboard Altstadtviertel (Seite 162):**

- Links oben: rh2010 - stock.adobe.com
- Mitte oben: Sergey Kelin - stock.adobe.com
- Rechts oben: Nomad\_Soul - stock.adobe.com
- Links unten: bernardbodo - stock.adobe.com
- Rechts unten: traveldia - stock.adobe.com
- Mitte unten: André Franke - stock.adobe.com

## **Moodboard Hansaviertel (Seite 178):**

- Links oben: NDABCREATIVITY - stock.adobe.com
- Mitte oben: Michal - stpck.adobe.com
- Rechts oben: milanmarkovic78 - stock.adobe.com
- Links unten: Robert Poorten - stock.adobe.com
- Mitte unten: mkrberlin - stock.adobe.com
- Rechts unten: Syda Productions - stock.adobe.com

## **Moodboard „Die grüne Stadtbühne“ (Seite 194):**

- Links oben: Agata Kadar - stock.adobe.com
- Mitte oben: Marcio - stock.adobe.com
- Rechts oben: bilderstoeckchen - stock.adobe.com
- Mitte unten: guruXOX - stock.adobe.com
- Links unten: Bits and Splits - stock.adobe.com
- Rechts unten: Chekunov Alexandr - stock.adobe.com

## **Moodboard Katharinenviertel (Seite 213):**

- Links oben: Petair - stock.adobe.com
- Mitte oben: onlyyouqj - stock.adobe.com
- Rechts oben: Mistervlad - stock.adobe.com
- Rechts unten: mirsad - stock.adobe.com
- Mitte unten: lubero - stock.adobe.com
- Links unten: Shi - stock.adobe.com
- Mitte links: pxl.store - stock.adobe.com

# Bildnachweise

## **Moodboard „Boulevard der Dortmunder:innen“ (Seite 230):**

- Links oben: Monkey Business - stock.adobe.com
- Mitte oben: MNStudio - stock.adobe.com
- Rechts oben: Iakov Kalinin - stock.adobe.com
- Links unten: Maridav - stock.adobe.com
- Mitte unten: 7maru - stock.adobe.com
- Rechts unten: sonyachny - stock.adobe.com

## **Moodboard „Einkaufsmeile Hellweg“ (Seite 251):**

- Links oben: Kaspars Grinvalds - stock.adobe.com
- Mitte links: William - stock.adobe.com
- Links unten: Prostock-studio - stock.adobe.com
- Mitte oben: Seventyfour - stock.adobe.com
- Rechts oben: Yingyaipumi - stock.adobe.com
- Mitte rechts: Syda Productions - stock.adobe.com
- Mitte unten: hanohiki - stock.adobe.com
- Rechts unten: William - stock.adobe.com

# Abkürzungsverzeichnis

<b>AWO</b>	Arbeiterwohlfahrt	<b>Pkw</b>	Personenkraftwagen
<b>CMG</b>	Gesellschaft für City-Marketing Dortmund	<b>Q</b>	Quartal
<b>dobeq</b>	Dortmunder Bildungs-, Entwicklungs- und Qualifizierungsgesellschaft	<b>TK</b>	Teilkonzept
<b>DOC</b>	Dortmunder Centrum für Medizin und Gesundheit	<b>TU</b>	Technische Universität
<b>EDG</b>	Entsorgung Dortmund GmbH	<b>VHS</b>	Volkshochschule
<b>FB</b>	Fachbereich	<b>VKF</b>	Verkaufsfläche
<b>GPK</b>	Glas/Porzellan/Keramik	<b>VU</b>	Verkehrsuntersuchung
<b>HBF</b>	Hauptbahnhof	<b>ZEF</b>	zentrenergänzende Funktionen
<b>ISSK</b>	Integriertes Stadtsauberkeitskonzept		
<b>KOD</b>	Kommunaler Ordnungsdienst		
<b>MIV</b>	motorisierter Individualverkehr		
<b>ÖPNV</b>	öffentlicher Personennahverkehr		
<b>PBS</b>	Papier, Bürobedarf, Schreibwaren		

# Literatur- und Quellenverzeichnis

## LITERATUR

**EDG (Hrsg.) (2020):** Integriertes Stadtsauberkeitskonzept (ISSK) der Stadt Dortmund. Dortmund.

**Junker + Kruse (Hrsg.) (2013):** Masterplan Einzelhandel – Einzelhandels- und Zentrenkonzept der Stadt Dortmund. Dortmund.

**Stadt Dortmund (Hrsg.) (2014):** City2030. Dortmund.

**Stadt Dortmund (Hrsg.) (2019):** Masterplan Kommunale Sicherheit. Dortmund.

**Stadt Dortmund (Hrsg.) (2019):** Masterplan Plätze – Betrachtung der Plätze der Innenstadt. Dortmund.

**Stadt Dortmund (Hrsg.) (2021):** Sammlung Cityprojekte (Stand: 03/2021). Dortmund.

## DATENBANKEN

**Landesbetrieb Information und Technik Nordrhein-Westfalen (IT.NRW) (Hrsg.):** [it.nrw.de](http://it.nrw.de)

**Statistisches Bundesamt (Hrsg.):** [destatis.de](http://destatis.de)

**Neue Wege.**  
**Klare Pläne.**

# STADT+HANDEL



[www.linkedin.com/company/stadt-und-handel](https://www.linkedin.com/company/stadt-und-handel)



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

**Stadt + Handel Beckmann und  
Föhler Stadtplaner GmbH**

[info@stadt-handel.de](mailto:info@stadt-handel.de)

[www.stadt-handel.de](http://www.stadt-handel.de)

Amtsgericht Dortmund,

Handelsregisternummer HRB 33826,

Hauptsitz: Dortmund

**Standort Dortmund**

Hörder Hafenstraße 11

44263 Dortmund

Fon +49 231 86 26 890

Fax +49 231 86 26 891

**Standort Hamburg**

Tibarg 21

22459 Hamburg

Fon +49 40 53 30 96 49

Fax +49 40 53 30 96 47

**Standort Karlsruhe**

Beiertheimer Allee 22

76137 Karlsruhe

Fon +49 721 14 51 22 62

Fax +49 721 14 51 22 63

**Standort Leipzig**

Markt 9

04109 Leipzig

Fon +49 341 92 72 39 42

Fax +49 341 92 72 39 43