

# Miteinander. Mitte. Machen.

Anstoß eines Citymanagements für die Dortmunder City

Ergebnisbericht (Kurzfassung) | 24.01.2023



**STADT+HANDEL**

Neue Wege. Klare Pläne.

---

## ANBIETER

### Stadt + Handel Beckmann und Föhler Stadtplaner GmbH

info@stadt-handel.de  
www.stadt-handel.de  
Amtsgericht Dortmund  
Handelsregisternummer  
HRB 33826  
Hauptsitz Dortmund

### Standort Dortmund

Hörder Hafestraße 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 46  
Fax +49 40 53 30 96 47

### Standort Karlsruhe

Beierteimer 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

---

## VERFASSER:INNEN

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

---

## AUFTRAGGEBERIN

Stadt Dortmund  
Amt für Stadterneuerung  
stadterneuerung@stadtdo.de

---

## STAND

Dortmund, 24. Januar 2023

## KURZFASSUNG

Der nachfolgende Bericht stellt eine Kurzfassung des Ergebnisberichts zum Anstoß eines Citymanagements für die Dortmunder City dar. Tiefergehende Ergebnisse des Prozesses sind der Langfassung des Ergebnisberichts zu entnehmen.

---

## INHALTSVERZEICHNIS

Einführung	3
Innenstadtanalyse	9
Quartiersprofilierung	10
Innenstadtprofilierung	29
Schlüsselprojekte	31
Leistungsportfolio Citymanagement	35
Fazit & Ausblick	48

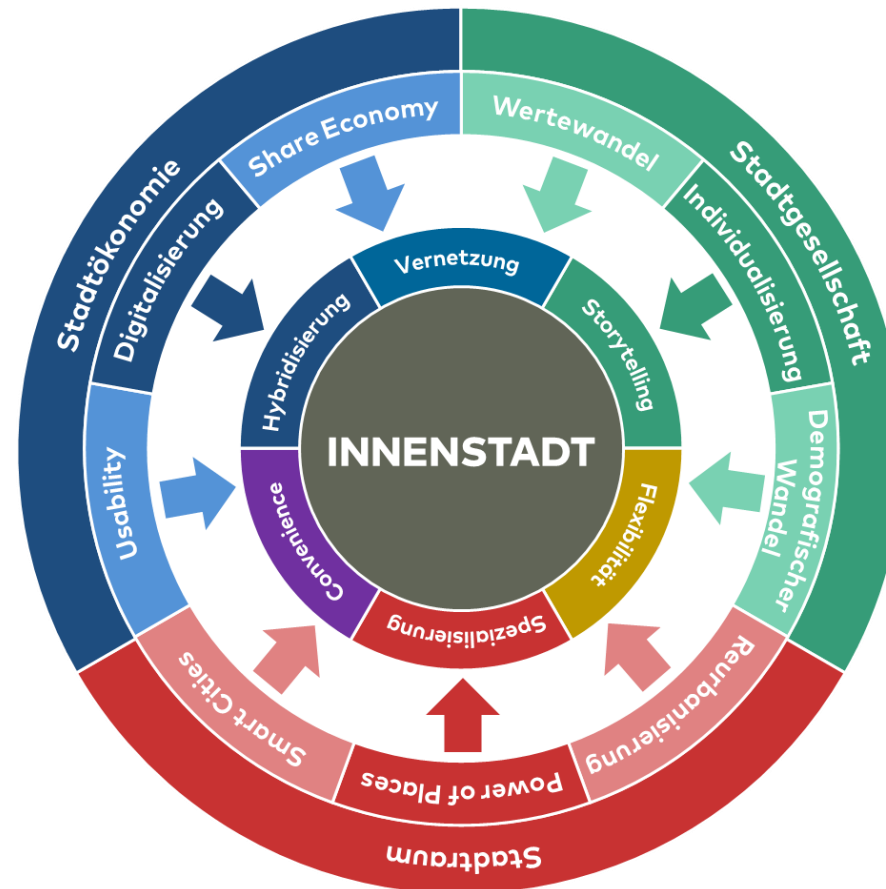
# Einführung

## AUSGANGSSITUATION UND ZIELSETZUNG

Innenstädte sind *die* Orte der gesellschaftlichen, wirtschaftlichen und kulturellen Identität. Doch die aktuellen sozio-ökonomischen, 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 die Anforderungen an die Innenstädte und damit auch an die Haupteinkaufslagen gewandelt und sind an entsprechende Herausforderungen geknüpft.

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. Auch bereits bestehende Entwicklungskonzepte und Planungen, die Bezug zur Dortmunder

Innenstadt haben, fließen als Grundlagen in die Erarbeitung des Berichts ein. 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 getragenen Zielprofils. Für die zukünftige Weiterarbeit gilt es, die große 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.

## MEGATRENDS

Die City stellt einen zentralen Ort der Stadt dar, weshalb Megatrends der Stadtgesellschaft, des Stadtraums und der Stadtökonomie unmittelbar auf sie 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 gesamt-gesellschaftliche 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.

Der vorliegende Ergebnisbericht soll vor dem Hintergrund der aufgeführten Megatrends dazu dienen, die Dortmunder City zu positionieren und zu stärken.

## BETEILIGUNGSTOOLS

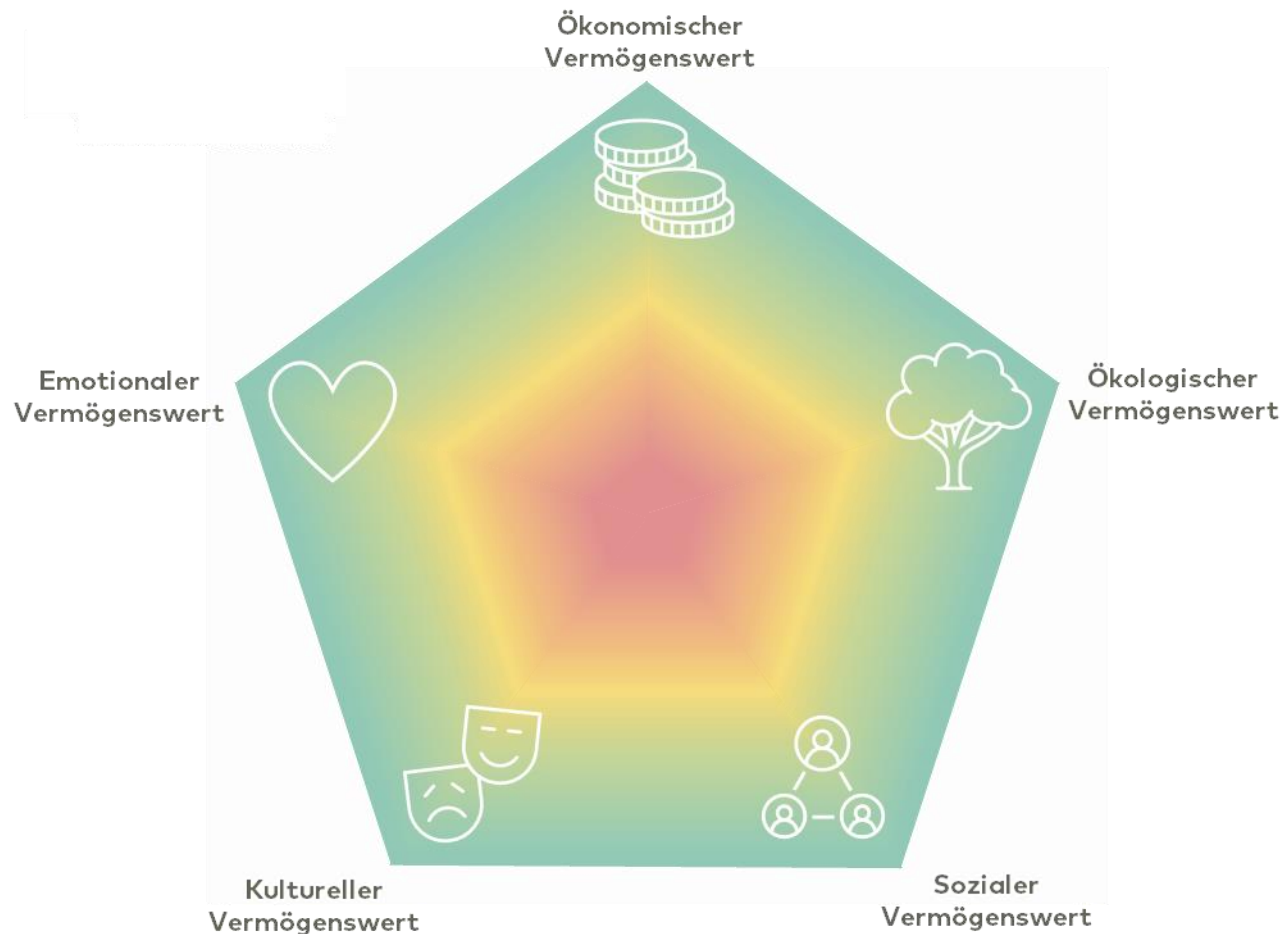
Der Prozess der Erarbeitung des Ergebnisberichts erfolgte in drei Phasen, die aufeinander aufbauen. In der Analysephase wurden durch eine Betrachtung funktionaler und städtebaulicher Qualitäten die Ist-Situation der Dortmunder City untersucht und erste Quartiere identifiziert. Die Ergebnisse dieses Arbeitsschrittes wurden quartiersweise mittels SWOT-Analysen und Darstellungen der individuellen Vermögenswerte zusammengefasst. In der anschließenden Phase der Profilbildung wurden die allgemeinen Ziele für die zuvor ermittelten Quartiere sowie für die Innenstadt als Ganzes herauskristallisiert. Die letzte Phase baute auf den Quartiersprofilen auf, indem auf ihrer Grundlage Umsetzungsempfehlungen für die Quartiere erarbeitet wurden. Ebenso wurden zentrale Schlüsselprojekte aufgezeigt, um die Empfehlungen in konkret realisierbare Maßnahmen zu überführen. Die Beschreibung der Inhalte eines zukünftigen Citymanagements setzt den Rahmen für die Umsetzung von Maßnahmen. Jede der drei Phasen verfügte über eigens zugeschnittene Beteiligungsformate, die im Folgenden aufgeführt werden:



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 Teilnehmenden	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)
<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 zur Struktur und Organisation des Citymanagements; aktuelle Projekte: Feierabendmarkt, Wallpainting Tiefgarage Rathaus, Flyer „Soziales“ und Fotoprojekt Immobilien, Innovationsraum Projektor und Wettbewerb Anstoß 22, Dortmund Guides sowie Verein für Immobilieneigentümer:innen

## DIE FÜNF VERMÖGENSWERTE DER DORTMUNDER CITY

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 City in ihrem Wettbewerbsumfeld zu stärken, 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.



## 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 Einkaufsstrubels 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 Festspielplatz 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.**

## GEGENWARTSBILDER

Im Folgenden werden die Ergebnisse diverser Beteiligungsformate aus der Analysephase verdichtet und in kompakten Aussagen zusammengefasst. Diese werden als Gegenwartsbilder bezeichnet. 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

## 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.	
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 und aktiviert, um klare Verantwortung für ihr Quartier zu übernehmen.	



# Innenstadtanalyse

Hervorgehend aus der Analyse der funktionalen, städtebaulichen und Markenqualität sowie der Auswertung diverser Beteiligungsformate können im Folgenden wesentliche **Stärken** und **Schwächen** sowie **Chancen** und **Risiken** für die Dortmunder City identifiziert werden. Neben einer SWOT-Analyse zur gesamten Innenstadt wurden ebenso SWOT-Analysen zu den neun im Prozess identifizierten City-Quartieren erarbeitet (s. Seite 10). Diese sind der Langfassung des Ergebnisberichts zu entnehmen.

## SWOT-ANALYSE

### 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 identitäts- 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 Ausgelmöglichkeiten 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

### Chancen

- Profilschärfung: Herausbildung eines eindeuti-

gen Images/Alleinstellungsmerkmals der Dortmunder City

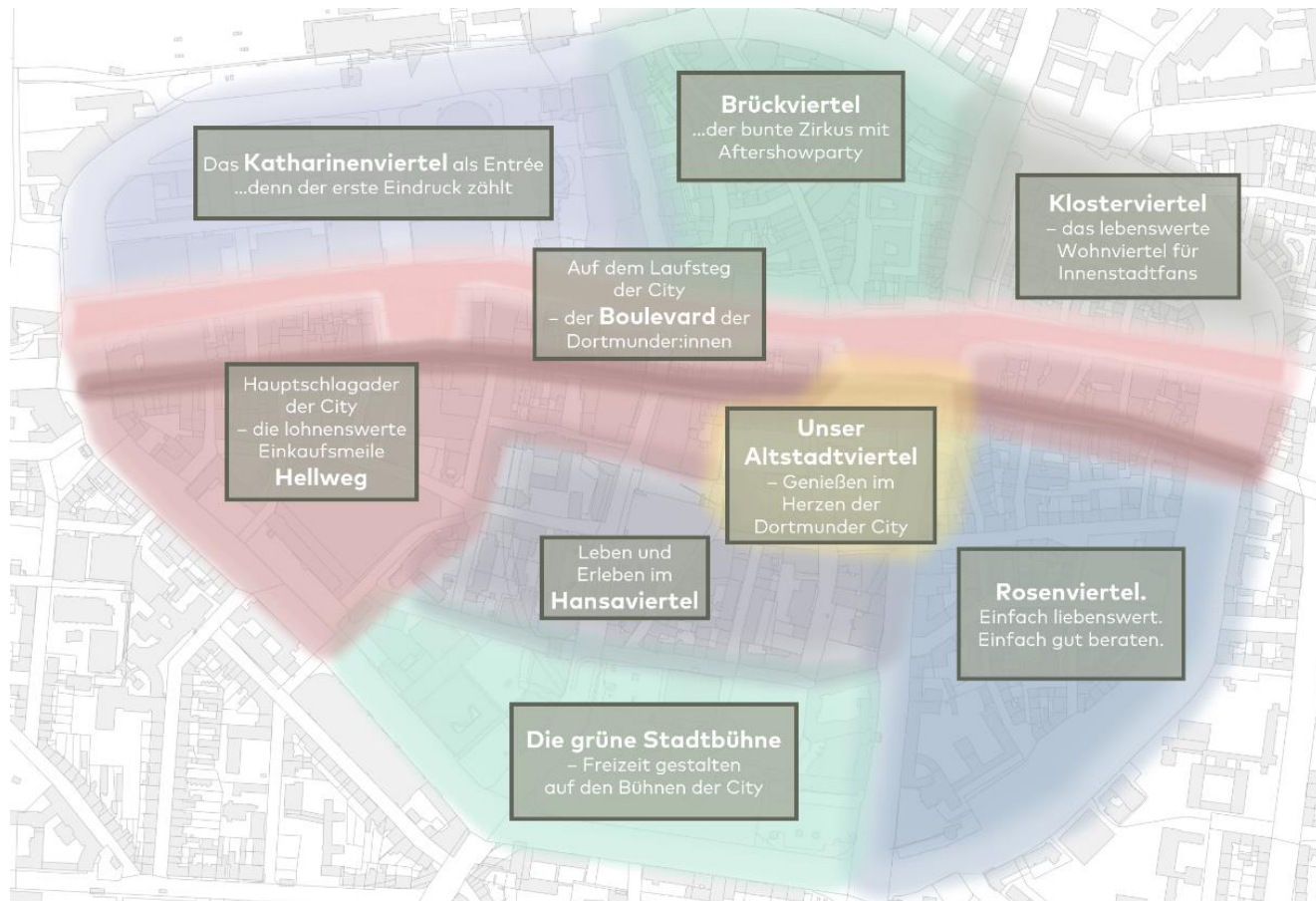
- Vermittlung eines positiven Images nicht nur an Auswärtige sondern insbesondere auch an die eigene Bürgerschaft
- Profilierung einzelner Lagen und Herausbildung individueller Quartiere
- stärkere Wahrnehmung der Dortmunder City als Oberzentrum: Ausschöpfung des Potenzials hinsichtlich der Angebotsstruktur 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 Ankernutzungen
- Frequenzverlust aufgrund der Verstetigung des subjektiven Unsicherheitsempfindens

# Quartiersprofilierung

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. 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:



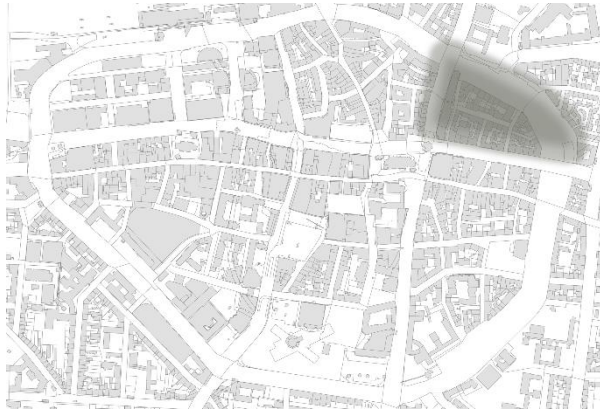
**„Neun Quartiere – eine starke City!“.** Die nachfolgend abgebildeten sog. Moodboards (Fotozusammenstellungen) stellen den Charakter des Quartiers visuell dar und sind damit nicht als fixes Zukunftsbild zu verstehen. Um die Inspiration hinsichtlich der

Quartiersentwicklung bildlich zu untermalen, wurden bewusst keine Dortmunder Motive gewählt.

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.

## KLOSTERVIERTEL



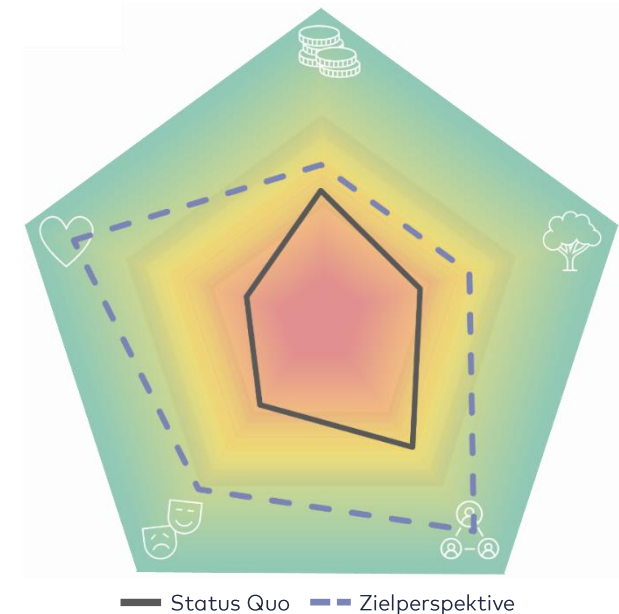
### „Klosterviertel – das lebenswerte Wohnviertel für Innenstadtfans“

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.

### Umsetzungsempfehlungen (Auswahl)

- Sicherstellung eines durchmischten Wohnviertels: Etablierung von studentischen und altersgerechten Wohnnutzungen neben „konventionellem“ Wohnen
- temporäre Sperrung/Umgestaltung von Parkplätzen und Nutzung als Spielflächen sowie als grüne Oasen mit Sitzbänken und Liegestühlen
- Begrünung des Straßenraums, Einrichtung temporärer Grünelemente und Fassadenbegrünung an Wohngebäuden sowie dem Parkhaus Kuckelke zur Verbesserung des Stadtklimas und Attraktivierung des Quartiers als lebenswertes Wohnviertel
- 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
- Informationsvermittlung zur Geschichte des Klosterviertels (insb. archäologischer Funde im Klosterviertel), z. B. digitale Rekonstruktion des Viertels aus der Vergangenheit, Rekonstruktion wird für Nutzer:innen durch an Straßenbeschilderung angebrachten QR-Codes sichtbar
- gemeinschaftliche Aktion der Anwohner:innen zur Gestaltung von Balkonen

und Eingangsbereichen der Wohnhäuser mit Blumen- und Pflanzelementen





## Klosterviertel -

das lebenswerte Wohnviertel für Innenstadtfans



## ROSENVIERTEL



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

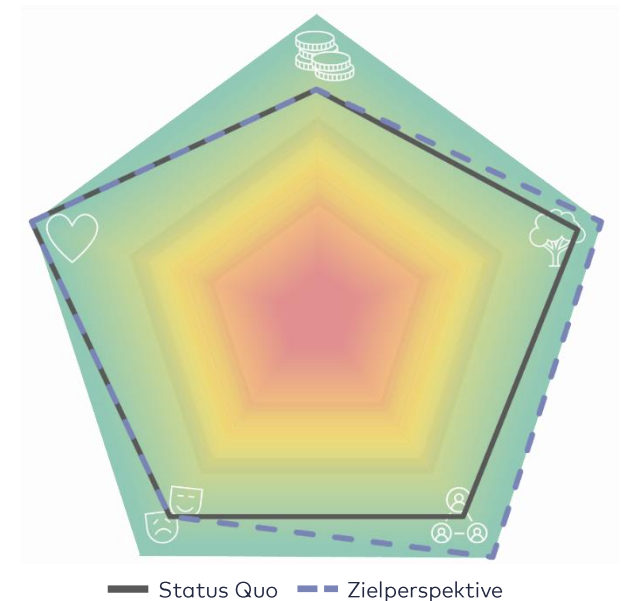
Das Rosenviertel hat ein Auge fürs Detail. Die Mischung aus qualitativem Einkauf und individuellen Gastronomieangeboten schätzen Liebhaber:innen und Genussmenschen. Die Gewerbetreibenden machen das Viertel zu etwas Besonderem – wobei der Name Programm ist – denn die „Rose“ steht für Liebe, Leidenschaft 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.

### Umsetzungsempfehlungen (Auswahl)

- Beratungsangebote für Gewerbetreibende zur Beantwortung fortlaufender Fragen rund um die Themen Digitalisierung, innovative Betriebskonzepte, Schaufenster- und Werbegestaltung usw.
- Aufwertung des Ostwallparks als zentrale Grünoase des Viertels sowie der gesamten City
- 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
- 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)
- 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





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

## BRÜCKVIERTEL



### „Brückviertel...der bunte Zirkus mit After-showparty“

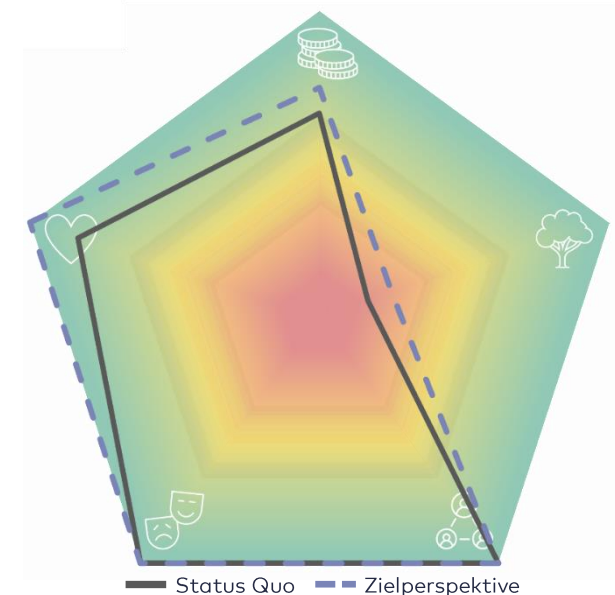
Das Brückviertel ist *das* Ausgehviertel Dortmunds – bunt, laut und verrückt. Das Viertel schläft nie, Belebung rund um die Uhr. Individualität, Kreativität und Innovation sind hier erlebbar. Das Viertel steht für Vielfalt und Diversität – so vielfältig die Nutzungen, so verschieden auch ihre Nutzer:innen – 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.

### Umsetzungsempfehlungen (Auswahl)

- Umgang mit leerstehenden Ladenlokalen: v. a. durch Gründer:innenspaces, Experimentierräume für Kulturschaffende (z. B. Werkstätten, in denen Materialien und Werkzeuge zur Verfügung gestellt werden) oder Ausstellungsflächen für Kunst- und Architekturfakultäten der Hochschulen sowie Musikinstitutionen
- 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
- 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)

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

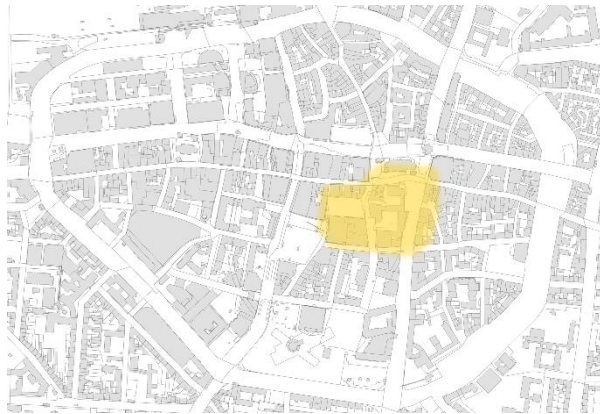




**BRÜCKVIERTEL**  
**...der bunte Zirkus mit**  
**Aftershowparty**



## UNSER ALTSTADTVIERTEL



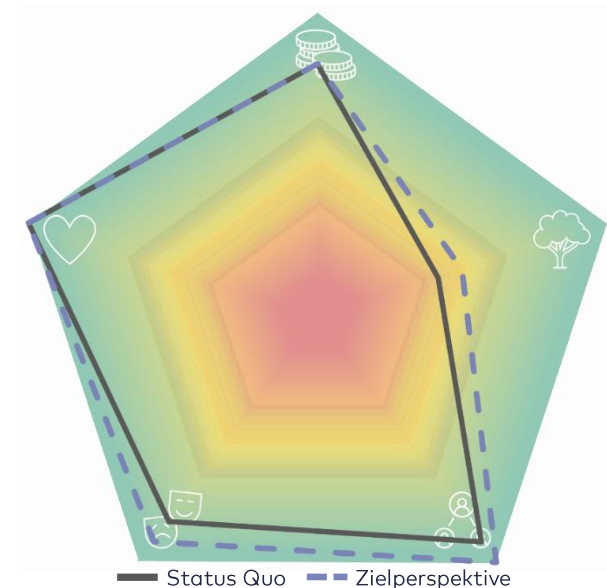
### „Unser Altstadtviertel – Genießen im Herzen der Dortmunder City“

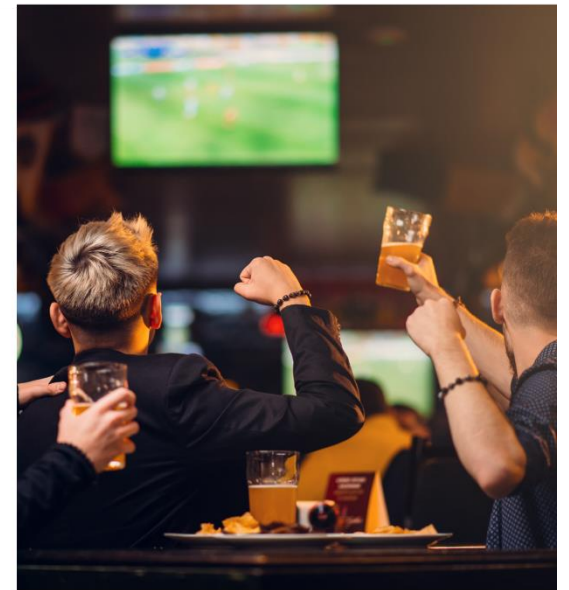
Das Altstadtviertel ist das Wohnzimmer und die Küche der City. Als kulinarisches Herzstück finden hier City-Besucher:innen, Fußballbegeisterte und Tourist:innen einen Ort zum Wohlfühlen und Verweilen. Egal ob ein leckeres Mittagsessen, ein kühles Getränk oder ein aufregendes Fußballspiel – für Jeden 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.

### Umsetzungsempfehlungen (Auswahl)

- Entwicklung des Marienkirchhofs als ruhigen Rückzugsort in der City, bspw. durch die Einrichtung von Grün- und Wasserelementen sowie unter Berücksichtigung des Masterplans Plätze
- Installation (weiterer) konsumfreier Aufenthaltsmöglichkeiten mit Beschattung, um To-Go-Snacks genießen zu können (u. a. als Ergänzung auf dem Alten Markt sowie im Marienkirchhof)
- „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
- 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
- Sicherstellung einer hohen Nutzungs- und Gestaltungsqualität durch Festlegung von Mindeststandards für Außen-gastronomiemobiliar und Werbeanlagen; qualitätvolle Gestaltung von Wer-

beanlagen mit Bezug zum Altstadtcharakter



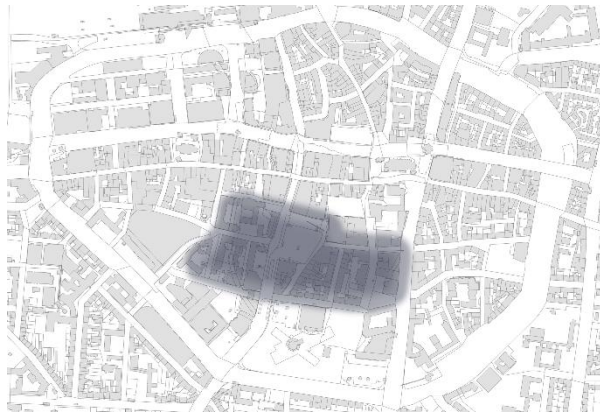


# UNSER ALTSTADTVIERTEL

GENIEßEN IM HERZEN DER DORTMUNDER CITY



## HANSAVIERTEL



### „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

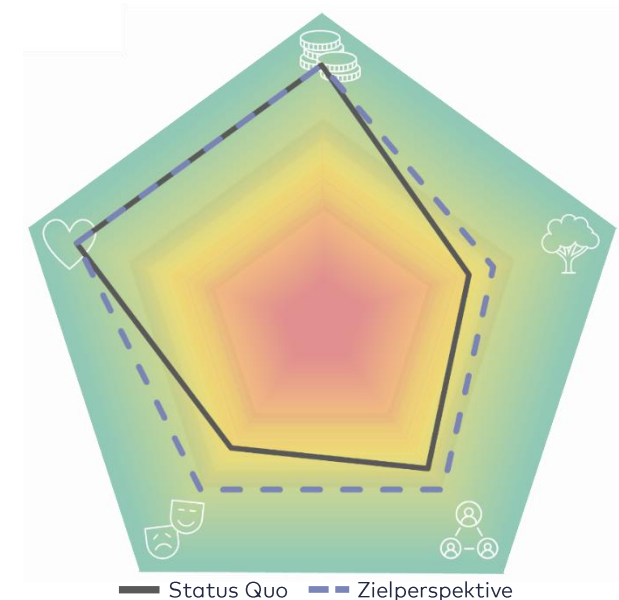
für großflächige Veranstaltungen, von denen nicht nur die City, sondern das gesamte Stadtgebiet profitiert. Jährlich um die Adventszeit herum erstrahlt der Weihnachtsbaum in der Dortmunder Weihnachtsstadt – ein Magnet mit Strahlkraft in die Welt hinaus.

### Umsetzungsempfehlungen (Auswahl)

- „Fitness-Check“ des Wochenmarktes: Prüfung der Qualität und der Angebotsausrichtung. Zudem 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; Übertragung des Angebotes/der Website in die Stadt-App
- Installation eines Sonnensegels auf dem Hansaplatz, um nicht nur den Markthändler:innen Schatten zu spenden, sondern auch Hitzeinseln auf dem Hansaplatz zu reduzieren
- Ausweitung des Angebotes an guten Fahrradabstellmöglichkeiten
- Platzierung von Grünelementen in Form von Blumen und Pflanzen sowie Aufstellen von Sitzmöglichkeiten und Bücherschränken im Propsteihof zur Etablie-

rung als Rückzugsort, abseits des Innenstadttrubels

- Einrichtung von Serviceangeboten: z. B. Paketstation, Micro-Hubs zur Abholung oder Zwischenlagerung eigener Einkäufe
- Sicherung des Hansaplatzes als größte innerstädtische Platzfläche für städtische, regionale und internationale Veranstaltungen
- Etablierung kleinteiliger Aktionen auf dem Hansaplatz: Straßenkunst, Spieleaktionen, Freilicht-Spielothek





Leben und Erleben im Hansaviertel

## DIE GRÜNE STADTBÜHNE



### „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

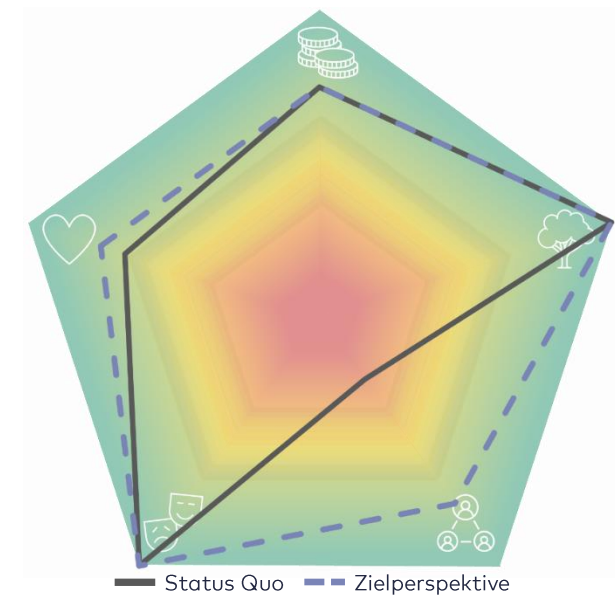
dem großen Mobilitätsknotenpunkt ist auch ein Ort des Ankommens und der Orientierung. Durch eine verbesserte Wegeführung und Inszenierung ist das Quartier mit den westlich gelegenen Kultureinrichtungen, den nördlich angrenzenden Einkaufsmöglichkeiten sowie den Gastronomie- und Einzelhandelsangeboten im Osten vernetzt.

### Umsetzungsempfehlungen (Auswahl)

- Ansiedlung von Mischnutzungen im RAG-Gebäude: z. B. Büroräume, (Studenten-) Wohnen, nicht-störendes Handwerk, Seminarräume für Studierende der Hochschulen
- Einrichtung eines Mobilitätshubs, um den Stadtgarten als multimodalen Mobilitätsschwerpunkt weiter zu stärken: Radabstellanlagen, Abstellanlagen für Lastenräder und E-Scooter, Car- und Bikesharing; Übertragung des Verkehrsangebots in eine entsprechende digitale Plattform
- Aufwertung des Stadtgartens, Umsetzung der Maßnahmen zur Verbesserung der Beleuchtung und Fortführung grünpflegerischer Maßnahmen zur Vermeidung dunkler/unsicherer Ecken und zur Erhöhung des Sicherheitsgefühls
- Einrichtung eines Hubs zum Ausleihen von Spielgeräten im Stadtgarten (z. B.

Springseil, Badmintonschläger, Bollerwagenverleih)

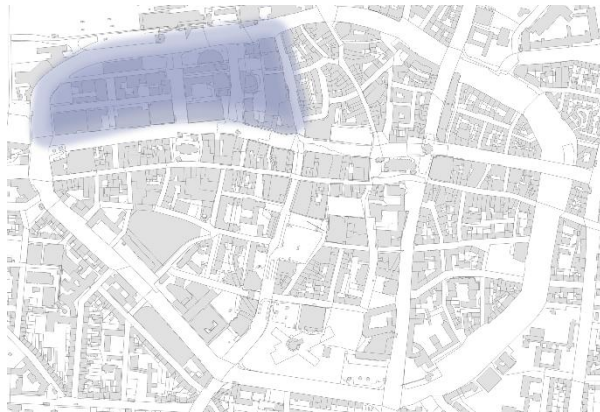
- dauerhafte Etablierung des Feierabendmarktes auf dem Platz der Alten Synagoge (Synergieeffekte zur geplanten Theaterbar möglich)
- qualitätvolle Gestaltung des Friedensplatzes, um attraktive Verweilmöglichkeiten für Hochzeitsgesellschaften zu etablieren (z. B. Foto-Spots, Hängeschaukel, Sektbar, mobiles Grün)





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

## KATHARINENVIERTEL

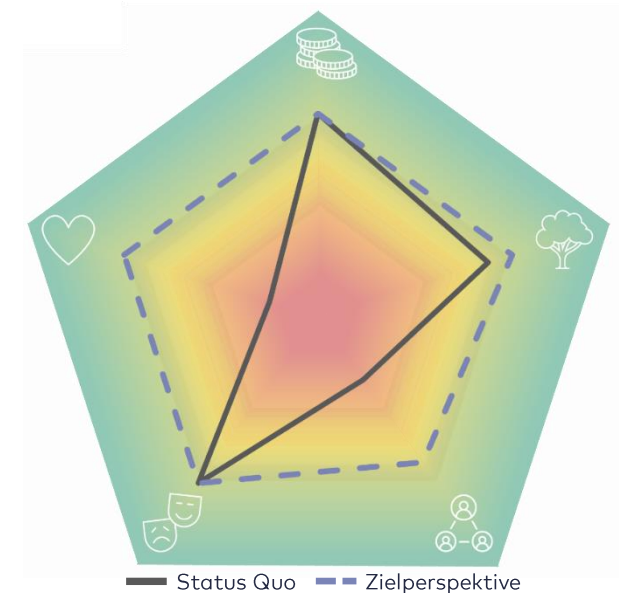


### „Das Katharinenviertel als Entrée...denn der erste Eindruck zählt“

Das Katharinenviertel 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 Katharinenviertel 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 Katharinenviertel aufeinander.

### Umsetzungsempfehlungen (Auswahl)

- Einrichtung interaktiver digitaler Informationsstelen mit Stadtplan und Informationen zu wichtigen Ankernutzungen in der City
- Etablierung „Dritter Orte“ (u. a. in der Stadt- und Landesbibliothek und im Museum für Kunst und Kulturgeschichte), beispielsweise durch Nutzung der Räumlichkeiten als Veranstaltungsorte, Öffnung der Erdgeschosslagen zur Nutzung des öffentlichen Raums oder Integration von Co-Working-Spaces, Kreativräumen und „Maker-Spaces“
- 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.
- Aufwertung der Eingangssituation in die City (Achse zwischen Hbf. und Petrikirche) und Verbesserung der intuitiven Wegführung zur Hauptschlagader Hellweg sowie zu weiteren Quartieren der City mittels Licht- und Kunstinstallationen, Grünelementen, Oberflächengestaltung sowie Möblierung
- Einrichtung von Selfie-Points/Instagram-Spots mit attraktivem Hintergrund mit Dortmund-Bezug, um das Großstadtflair erlebbar zu machen

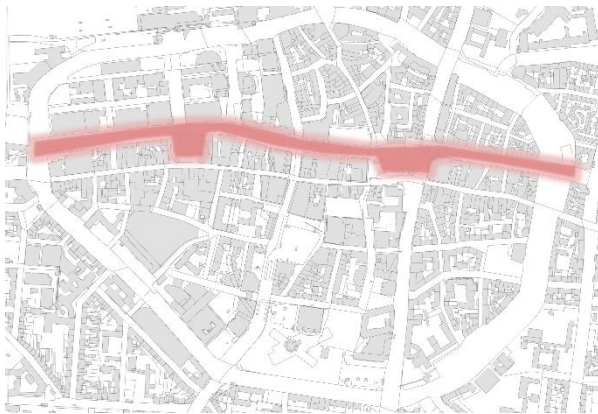




**Das Katharinviertel als Entrée**  
**...denn der erste Eindruck zählt**



## BOULEVARD DER DORTMUNDER:INNEN



### „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’

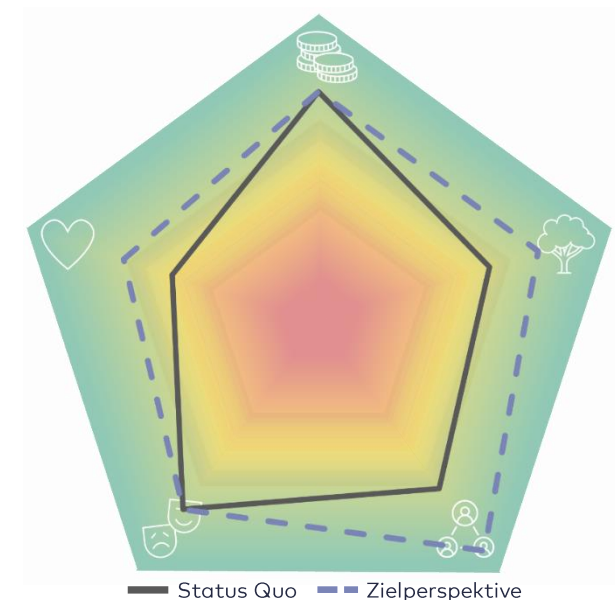
k(c)ampen!“. Die Plätze um die Petrikirche und Reinoldikirche bieten nochmals kleinere Rückzugsorte. Zugleich sind sie die zentralen Knotenpunkte, wodurch alle Quartiere für die Besucher:innen der City erreichbar sind.

### Umsetzungsempfehlungen (Auswahl)

- konsequente Umgestaltung des mittleren Bereiches der Kampstraße zur Verbesserung der städtebaulichen Gestaltung, Orientierung und Aufenthaltsqualität sowie Etablierung von Einzelhandelnutzungen mit Bezug zur Lokalität und Regionalität (z. B. Konzepte des Vertical Farming sowie des Handwerks)
- 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
- Aufwertung der Platzsituation rund um

die Petrikirche: 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 (Spielplatz mit zielgruppenspezifischen Sitzmöbeln und neuen Baumpflanzungen)  
Baustellenmarketing durch permanente (sichtbare) Vermittlung von Informationen an die Stadtgesellschaft und insb. an Anlieger:innen, z. B. durch Aufdrucke an Bauzäunen

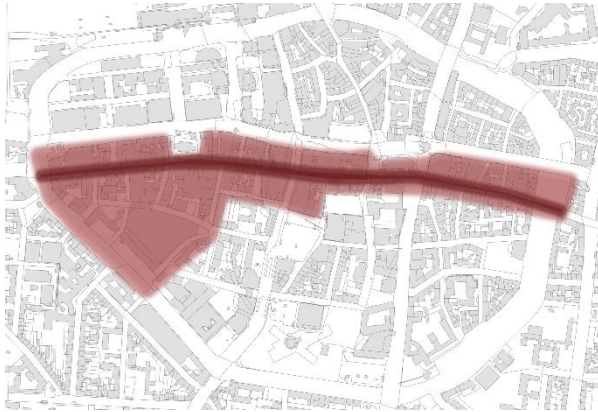




**Auf dem Laufsteg  
der City  
– der Boulevard der  
Dortmunder:innen**



## EINKAUFSMEILE HELLWEG



### „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

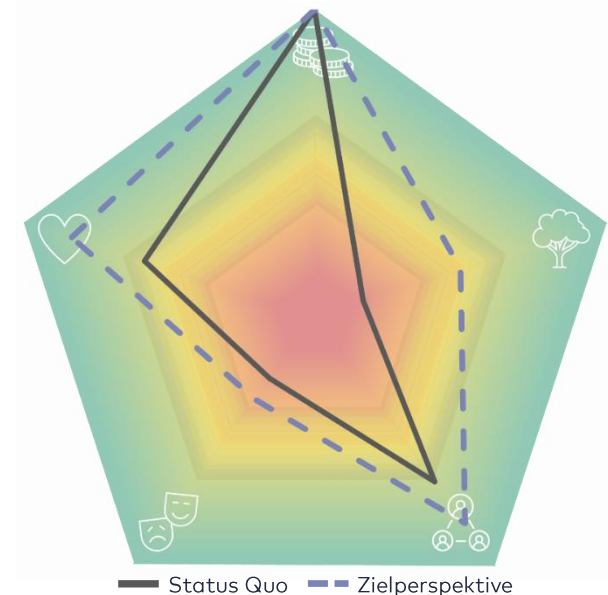
City – von hier aus sind alle Quartiere erreichbar und sichtbar.

### Umsetzungsempfehlungen (Auswahl)

- Umgestaltung und Attraktivierung der Platzsituation rund um die Reinoldikirche: Umgestaltung hinsichtlich einer attraktiven Pflasterung, modernen Gestaltungselementen und grünen Sitzmöglichkeiten
- Einrichtung anderweitiger Nutzungen (neben dem Einzelhandel) in der Thier-Galerie, um das Einkaufszentrum wieder verstärkt als beliebten Aufenthaltsort zu etablieren: z.B. Indoor-Sport-/Erlebnisaktivitäten (z. B. Escape Room, Indoor-Minigolf, Indoor-Playground), Social-Media-Playground/-Museum, Co-Working-Spaces, studentische Arbeitsplätze
- Belebung großflächiger Handelsimmobilien durch Ansiedlung anderweitiger Nutzungen abseits des Handels, zu denen beispielhaft folgende zählen können: studentisches Wohnen, Seminarräume und/oder Vorlesungssaal, innovative Gastronomienutzungen, z. B. Food Court, „Digitalisierungs-Showrooms“, E-Sports-Center mit Gaming-Lounge und Sitzgelegenheiten für ein Live-Studio zur Übertragung von E-Sports-Spielen
- 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

- 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





# 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 Innenstadtanalyse sowie der SWOT-Analyse und des Chancen-Mängel-Plans (vgl. Langfassung des Ergebnisberichts) werden nachfolgend Profilierungsziele für die Dortmunder City formuliert und im Rahmen eines räumlich-funktionalen Leitbilds veranschaulicht.

## 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 Innenstadtrubels, 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 Zusammenkommens treffen 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!

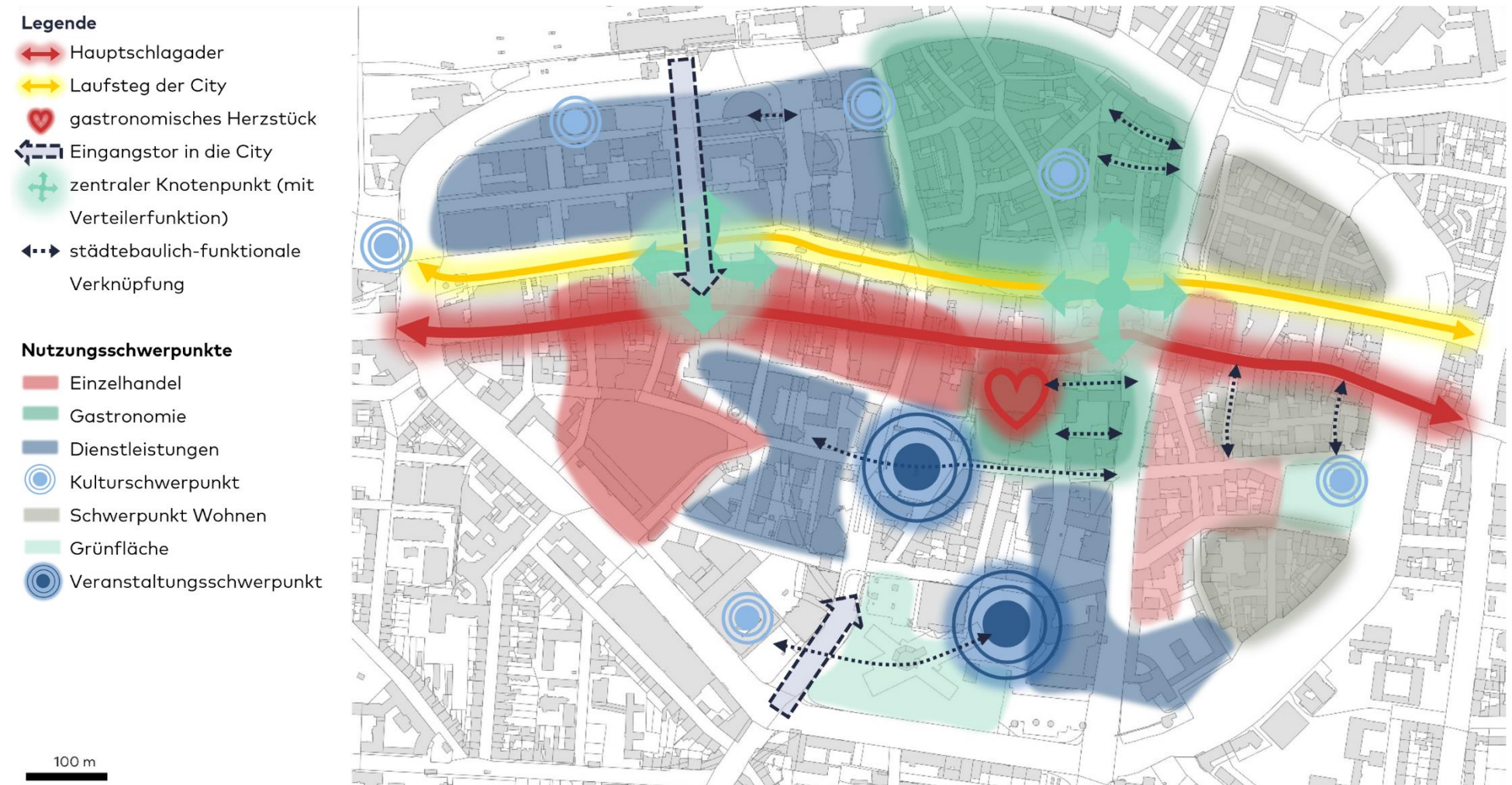
## RÄUMLICH-FUNKTIONALES LEITBILD (ENTWURF)

Der Hellweg sowie die Thier-Galerie dienen als zentrale Einzelhandelslagen. Zudem bildet das Rosenviertel einen Einzelhandelschwerpunkt 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 Lauflagen 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 Wegführung erreicht. Die Bereiche um die Petrikirche 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.



# Schlüsselprojekte

Zur Überführung der Umsetzungsempfehlungen in konkrete, anwendbare Maßnahmen werden nachfolgend Schlüsselprojekte vom Fachgutachter vorgeschlagen, die sich maßgeblich aus den Handlungs-

bedarfen 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. Nachfolgend werden die Schlüsselprojekte nach ihrer Dringlichkeit (zeitliche Priorität) und Komplexität (in Bezug auf rechtliche Rahmenbedingungen, Akteursstrukturen etc.) sortiert aufgeführt.

Schlüsselprojekt	Dringlichkeit	Komplexität	Kurzbeschreibung
Umgestaltung der Platzsituation im Bereich der Kirche St. Reinoldi	■■■	■■■	Der bisher überwiegend als Durchgangsraum genutzte und wenig strukturierte Bereich um die Reinoldikirche soll durch städtebauliche Maßnahmen einen Platzcharakter erhalten und gestalterisch wie funktional aufgewertet werden. 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“ können Wegweiser eingerichtet werden, um die Verbindung zwischen den angrenzenden Quartieren zu stärken und die Orientierung für die Besucher:innen zu verbessern. Die Durchführung von Veranstaltungen (z.B. Freilichtgottesdienst) und kleinteiligen Aktionen (z.B. Hängematten, Slacklines) soll den Bereich mit Leben füllen.
Nutzungsstrukturelle und städtebauliche Aufwertung der Randbereiche Hellweg	■■■	■■■	Die Nutzungen im Randbereich des Ostenhellwegs sollen perspektivisch einen Übergang zum angrenzenden Kaiserviertel herstellen. Im Sinne einer Nutzungsmischung sollen Gesundheits-, Dienstleistungs- und Freizeitangebote gestärkt und um innovative Gastronomiekonzepte ergänzt werden. Das Thema Digitalisierung kann an bestehende Nutzungen angeknüpft werden. Mit einer nutzungsstrukturellen Aufwertung im westlichen Bereich des Westenhellwegs 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. Beide Teilbereiche können zudem durch stadtgestalterische und städtebauliche Aufwertungen gestärkt und attraktiviert werden.
Boulevard Kampstraße	■■■	■■■	Die Ost-West-Verbindung Kampstraße – Brüderweg soll sich zu einem attraktiven Aufenthaltsort in der City entwickeln. Während der westliche und der östliche Bereich auch für den motorisierten Verkehr Eingangsbereiche in die City darstellen, soll der mittlere Abschnitt zwischen Petri- und Reinoldikirche im Wesentlichen Fußgänger:innen und Radfahrer:innen vorbehalten sein. Im Kernbereich des Boulevards sollen der Straßenraum und angrenzende Plätze durch eine neue Bepflasterung aufgewertet und mittels neuer Bäume, Sitzgelegenheiten und Wasserelemente in einen konsumfreien Ort des Flanierens und des längeren Verweilens verwandelt werden. Veranstaltungen und temporäre Aktionen können zukünftig dazu beitragen, den innerstädtischen Bereich zu beleben. Während der Bauphase wird der öffentliche Raum kurzfristig mit grünen Elementen, mobilen Sitzmöbeln und einigen Spielpunkten ausgestattet.

Schlüsselprojekt	Dringlichkeit	Komplexität	Kurzbeschreibung
Umgang mit der Drogen- und Obdachlosenszene	■■■	■■■	Der Umgang mit der Drogen- und Obdachlosenszene in der City stellt eine zukünftige Basisaufgabe dar. Um den öffentlichen Drogenkonsum und das „aggressive Betteln“ zu reduzieren, sollen im Austausch zwischen Betroffenen und Helfenden individuelle Hilfsangebote zur nachhaltigen Unterstützung geschaffen und die Drogen- und Obdachlosenszene somit behutsam eingedämmt werden. Eine Verdrängung bzw. Verlagerung des Problems ist nicht zielführend. Gestaltungselemente wie eine freundliche Beleuchtung und die Ausweitung des Einsatzes von Musik können unterstützend wirken. Orte, wie der Dortmunder Hauptbahnhof und auch der Stadtgarten, müssen sich perspektivisch wieder zu (subjektiv) sicheren Orten wandeln, an denen Kinder spielen können und Besucher:innen der City einen positiven Eindruck der City erhalten.
Nachnutzung (ehem.) großflächiger Handels- und Gewerbeimmobilien	■■■	■■■	Großflächige Handels- und Gewerbeimmobilien hinterlassen im Falle ihrer Schließung oder eines Umzugs Leerstände, die das innerstädtische Erscheinungsbild nachhaltig prägen und die City funktional schwächen. Um auch perspektivisch den Besucher:innen der City ein umfassendes Innenstadterlebnis zu bieten, ist die Ansiedlung anderweitiger Nutzungen abseits des Einzelhandels vorzusehen. Aktuell von Leerstand betroffene großflächige Immobilien können ergänzend zu kleinteiligeren Handelsangeboten zukünftig mit unterschiedlichen Nutzungen aus den Bereichen Wohnen, Bildung, Gastronomie sowie Sport/Freizeit bespielt werden. Zudem sollten die Entwicklungen aktuell genutzter Handels- und Gewerbeimmobilien perspektivisch verfolgt werden, um zeitnah reagieren zu können und langfristig großflächige Leerstände in der City zu vermeiden.
Eingangssituation in die City	■■■	■■□	Der Bereich zwischen Hauptbahnhof und Petrikirche stellt für Bahnreisende den ersten Eindruck der Stadt dar. Eine angemessene, aufeinander abgestimmte Gestaltung des öffentlichen Raumes (z.B. Materialitäten, Begrünung, Möblierung) soll in Kombination mit dem vorhandenen Baumbestand dazu beitragen, die klare Wegeführung in die Innenstadt zu betonen. Die Sanierung und Gestaltung der Katharinentreppe inkl. Rampe kann den gesamten Entréebereich aufwerten und für eine bessere Verbindung in die City sorgen, v.a. für mobilitätseingeschränkte Personen. Ankommenden soll die Möglichkeit gegeben werden, sich einen Überblick über die Hotspots, Aktionen und Events in den Quartieren der City zu verschaffen. Kunst- und Kulturangebote im öffentlichen Raum können das Potenzial beinhalten, den identitätsstiftenden Charakter des Quartiers aufzugreifen und die Verbindungen zu und zwischen den umliegenden Institutionen zu stärken.
Mobile grüne Möbel	■■■	■■□	Stadtmobiliar und Stadtgrün beinhalten das Potenzial, die Aufenthaltsqualität des öffentlichen Raums zu steigern und als konsumfreie Verweilorte einen sozialräumlichen Mehrwert zu schaffen. Da die Umsetzung eines Konzeptes für eine dauerhafte Gestaltung der Straßen und Plätze eine längerfristige Maßnahme darstellt, sollen zunächst temporär an verschiedenen Orten der City grüne Pflanz- und Möblierungselemente positioniert werden. Die Möblierung soll nach einigen Monaten ihren Standort wechseln, sodass nacheinander verschiedene Straßen und Plätze der City eine Aufwertung erfahren. Neben der kurzfristig realisierbaren Attraktivierung der City kann das Projekt auf die vielfältige und alternative Nutzbarkeit des öffentlichen Raums hinweisen.



Schlüsselprojekt	Dringlichkeit	Komplexität	Kurzbeschreibung
Aufbau von Quartiersgemeinschaften	■ ■ ■	■ ■ □	Durch die Stärkung bereits bestehender und die Etablierung neuer Quartiersgemeinschaften kann das zukünftige Citymanagement gemeinsam mit den jeweiligen City-Akteur:innen Maßnahmen, Projekte und Aktionen in deren Quartieren umsetzen. Dabei ist der Aufbau fester (Organisations-)Strukturen essenziell. Engagement und Selbstorganisation müssen als Voraussetzungen für eine erfolgreiche Arbeit aus den Gemeinschaften heraus entstehen, wobei das zukünftige Citymanagement unterstützend als Ansprechpartner und übergeordneter Gesamtkoordinator operieren soll. Je nach Expertise und bestehender Akteur:innenstruktur sollen die Quartiere in ihrem Handeln durch das Citymanagement unterschiedlich stark unterstützt werden.
Umgestaltung des Marienkirchhofs	■ ■ □	■ ■ ■	Um den Marienkirchhof zukünftig als ruhigen Rückzugsort und Kirchplatz im Altstadtviertel zu etablieren, bedarf es insb. einer Umgestaltung des öffentlichen Raums. Sitzmöglichkeiten sowie Wasserelemente sollen die bestehenden Parkplätze ersetzen und in Kombination mit Grünelementen die Aufenthaltsqualität steigern. Die Gestaltung des Marienkirchhofs soll den Altstadtcharakter des Quartiers aufgreifen. Die Passage zwischen Marienkirch- und Betenhof kann durch eine mit dem Altstadtcharme korrespondierende Gestaltung der Gebäudefassaden sowie der Freihaltung von Pkw und Mülltonnen attraktiviert werden. Weiter sollten die Wegebeziehungen Richtung Kleppingstraße und Alter Markt durch entsprechende Gestaltungselemente gestärkt werden. Bei Bedarf kann zudem die bestehende Außengastronomie ausgeweitet werden.
Aufwertung der Platzsituation im Bereich der Kirche St. Petri	■ ■ □	■ ■ □	Die Platzsituation im Bereich der Petrikerkirche ist in seiner „Verteilerfunktion“ als zentraler Knotenpunkt zu stärken. Insbesondere die Verbindung zur Achse Katharinenstraße / Hauptbahnhof soll durch Gestaltungselemente aufgewertet und die Orientierung für die Besucher:innen verbessert werden. Durch ein „Aufräumen“ der Gastronomiebereiche soll die Orientierung auch in Richtung der Einkaufsmeile Hellweg verbessert werden. Die bereits umgesetzte Umgestaltung des nördlichen Umfeldes der Petrikerkirche kann durch weitere Grünelemente in Szene gesetzt werden. Entsprechend der Empfehlungen zur Umgestaltung des Bereiches um die Reinoldikirche sollen auch im Bereich der Petrikerkirche Veranstaltungen und kleinteilige Aktionen die Platzsituation weiter beleben.
Aufwertung des Stadtgartens	■ ■ □	■ ■ □	Um den Stadtgarten als Ort des Ankommens und der Orientierung zu stärken und seiner Funktion als größte Grünfläche innerhalb des Wallrings gerecht zu werden, bedarf es einer Aufwertung. Die verbesserte Beleuchtung sowie die Fortführung grünpflegerischer Maßnahmen sollen zur Vermeidung dunkler Ecken und zur Erhöhung des Sicherheitsempfindens beitragen. Eine Umgestaltung des Spielplatzes Hansastraße kann die Frequenz positiv beeinflussen. Zur Ausweitung des Freizeitangebotes kann ein Verleih, z.B. von Bollerwagen oder Spielgeräten, eingerichtet werden. Um eine Verbindung zwischen Friedensplatz und Theater zu schaffen, kann eine Outdoor-Bühne und/oder ein Freilicht-Kino aufgebaut werden, welches Besucher:innen mit einer eigenen Decke und mitgebrachten Speisen/ Getränken besuchen können. Darüber hinaus soll das aktuelle Modellprojekt zur Erhöhung des Einsatzes von Ordnungs- und Sicherheitspersonal nach Möglichkeit verstetigt werden.
Einrichtung einer „Stadt-App“	■ ■ □	■ ■ □	Die „Stadt-App“ soll allen Besucher:innen und Interessierten der Dortmunder Innenstadt als umfassendes digitales Informations- und Service-Tool zur Verfügung stehen. Funktionen, wie der „Mängelmelder“ und „Nachrichten“, können die Möglichkeit bieten, eigene Anregungen ganz einfach zu kommunizieren und über tagesaktuelle Themen in der City auf dem neusten Stand zu sein. Ebenso soll die Option bestehen, mittels der App Veranstaltungen/Events zu bewerben und die Angebote des Wochenmarktes darzustellen. Eine interaktive Karte kann dazu dienen, Informationen über die Qualitäten der City und ihrer neun Quartiere zu präsentieren.

Schlüsselprojekt	Dringlichkeit	Komplexität	Kurzbeschreibung
Überregionale Imagekampagne der Dortmunder City			Besucher:innen und Dortmunder:innen gilt es zu verdeutlichen, dass die City mehr als den Westenhellweg als Einkaufsstraße zu bieten hat. Dafür soll ein einheitlicher Slogan bzw. ein einheitliches Zielprofil in Verbindung mit einem unverwechselbaren Logo herausgearbeitet und überregional platziert werden. Im Rahmen der Imagekampagne können die Quartiere sowie ihre Qualitäten in die Schärfung des Gesamtprofils einbezogen werden. Über die Website der Stadt, sämtliche Social-Media-Kanäle sowie perspektivisch die Stadt-App sollte das „neue“ Image der Dortmunder City kommuniziert werden. Vor Ort können Events und Aktionen sichtbare Zeichen in der City setzen – und das vor allem an bislang kritischen Orten, die bisher als unsicher und unsauber empfunden werden.
Fortführung bestehender Wettbewerbe			Die Wirtschaftsförderung der Stadt Dortmund führt zur Stärkung der Unternehmensvielfalt in der City diverse Wettbewerbe wie „Geschmackstalente“ und „Anstoß 2022“ durch. Die Fortführung dieser Wettbewerbe sowie weiterer Unterstützungsangebote wird empfohlen, um neue Unternehmer:innen unterschiedlichster Branchen bei der Anmietung eines Leerstands in der City zu unterstützen. Im Rahmen der Auslobung des/der Gewinner:in sollten die Profilierungsziele und Umsetzungsempfehlungen der entsprechenden Quartiere Berücksichtigung finden. Somit kann ein zielgerichtetes Belegungsmanagement für die Leerstände in den einzelnen Quartieren erreicht werden.
Etablierung von „Dritten Orten“			Durch die Einrichtung von „Dritten Orten“ kann die Möglichkeit geschaffen werden, 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 potenzielle Räumlichkeiten für (v.a. kreative) Angebote, die über ihre eigentliche Nutzung hinausgehen. Co-Working-Spaces sollten mit modernster Technik ausgestattet werden, um das Lernen und Studieren für alle zugänglich zu machen. In sogenannten „Maker-Spaces“ können u. a. 3D-Drucker oder interaktive Großbildschirme für die Erarbeitung von großflächigen Grafiken oder Animationen zur Verfügung stehen. Durch flexible Raumkonzepte können die Räumlichkeiten ebenfalls für Veranstaltungen genutzt werden.
Attraktivierung des Propsteihofs			Um das Potenzial des Propsteihofs als ruhigem Rückzugsort abseits des Innenstadtturbels entfalten zu können, sollen perspektivisch Sitzmöglichkeiten und Grünelemente in Form von Blumen und Pflanzen zum Verweilen einladen. Zudem können Bücherschränke eingerichtet werden, die durch die angrenzende Buchhandlung gepflegt werden, um das Angebot auf dem Platz weiter auszubauen. Auch kleinere Aktionen wie Yoga- und Meditationskurse sowie Lesungen können zu einer Attraktivierung des Propsteihofs beitragen. Somit soll der Propsteihof perspektivisch bewusst aufgesucht werden, um Besucher:innen eine grüne Rückzugsoase zu bieten.
Kulturmeile			Zur Vernetzung und besseren Bewerbung der einzelnen Kultureinrichtungen, wird die Etablierung einer „Kulturmeile“ als (jährlich) wiederkehrende Veranstaltung im Stadtraum angestrebt. Um die Hotspots der City zu vernetzen, soll eine programmatische Bespielung der in der Kulturmeile integrierten Einrichtungen stattfinden. Zum Veranstaltungszeitpunkt können zudem Wegeverbindungen zwischen den beteiligten Institutionen (zunächst temporär) markiert bzw. inszeniert werden. 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.

# Leistungsportfolio Citymanagement

Um nach Maßgabe der zuvor aufgezeigten Maßnahmen die City zukunftsfähig weiterzuentwickeln, soll ein Citymanagement als Ansprechpartner und übergeordneter Gesamtkoordinator Entwicklungen zum gemeinsamen Engagement anstoßen und proaktiv begleiten. Die Ausschreibung eines externen Citymanagements für zunächst vier Jahre soll dazu beitragen, kurzfristig in die Maßnahmenumsetzung überzugehen. Langfristig besteht 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 langfristig eine finanzielle Tragbarkeit zu ermöglichen. Im Folgenden werden Ziele, Organisation und Aufgaben des Citymanagements aufgezeigt.

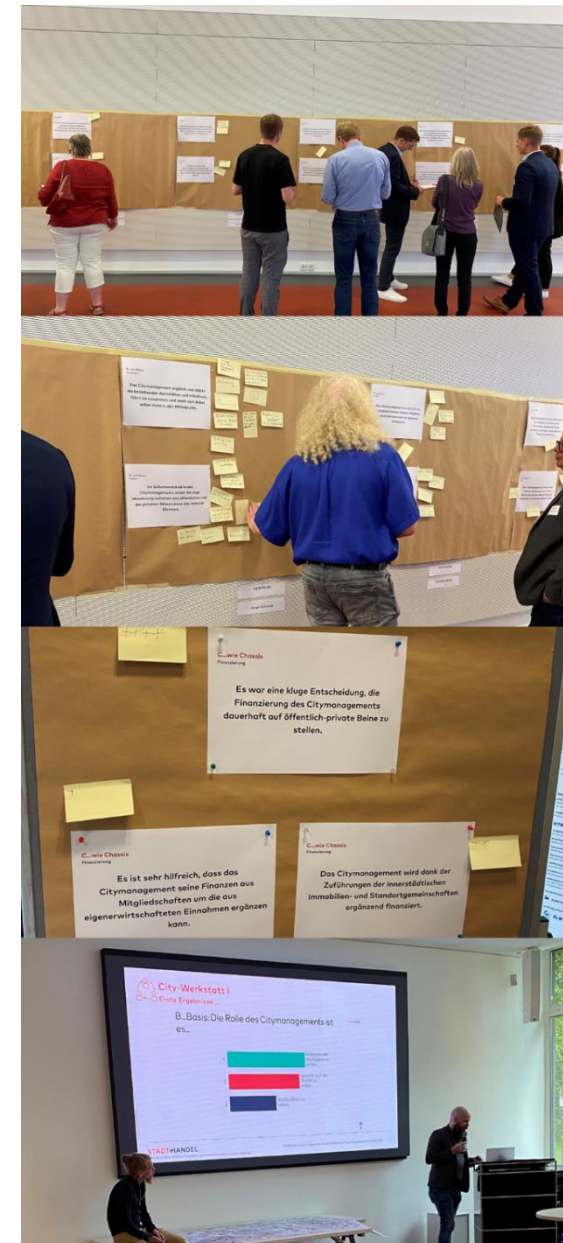
## ANSPRÜCHE AN EIN CITYMANAGEMENT

In den im Mai und Juni 2022 stattgefundenen Citywerkstätten, zu denen Vertreter:innen der für die City tätigen Institutionen, Vereine und Verbände, der beteiligten Fachbereiche der Stadtverwaltung sowie der im Rat der Stadt Dortmund vertretenen Frak-

tionen eingeladen wurden, wurden u. a. folgende Ansprüche an ein Citymanagement identifiziert:

- Das Citymanagement agiert als **zentraler Ansprechpartner** für die Citythemen.
- Das Hauptmotiv des Citymanagements ist die Verwirklichung einer **multifunktionalen Innenstadt**.
- Zu den Leitthemen zählen der Erhalt und die Stärkung des **emotionalen Vermögenswertes** der City.
- Das Handeln des Citymanagements zahlt auf die **Weiterentwicklung der City auf Basis der Quartiersprofile** ein.
- Das Citymanagement wirkt **konzeptuell-strategisch** und **operativ**.
- Das Citymanagement **verzahnt öffentliche und private Akteur:innen**.
- Auch in der Finanzierung und der Organisation findet sich der Gedanke einer **öffentlich-privaten Zusammenarbeit** wieder.

Die Ansprüche nehmen gegenüber den zu erfüllenden Aufgaben des zukünftigen Citymanagements die Funktion einer übergeordneten Zielstellung ein.



## ORGANISATION

Für die langfristige Implementierung des zukünftigen Citymanagements wird anknüpfend an die vier Jahre der externen Beauftragung eine **eigenständige Gesellschaft** angestrebt. Die Art der Organisationsform wurde hervorgehend aus den Citywerkstätten 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.

## AUFGABEN

Die Tätigkeitsfelder des Citymanagements decken eine große, aber zugleich abgegrenzte Bandbreite an Aufgaben ab. Im Folgenden wird ein Teil von ihnen aufgezeigt. Die gesamte Bandbreite der zukünftigen Tätigkeiten lässt sich der Langfassung des Ergebnisberichts entnehmen.

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 (z. B. zur Aufwertung des öffentlichen Raums). Dabei soll es auf die Realisierung der Quartiersprofile hinarbeiten und die Erarbeitung einer Marke für die Dortmunder City mitgestalten. Ziel ist es, die sektoralen Kompetenzen der Fachverwaltungen auf das komplexe Feld der Cityentwicklung zu fokussieren und zu einem integrierten, strategischen Handlungsansatz zu formen. Bei der Umsetzung von Aktivitäten im Rahmen des Verfügungsfonds zur Soforthilfe in der City übernimmt das Citymanagement eine initiiierende sowie unterstützende Funktion und hat die Geschäftsführung inne. Es unterstützt bei der Ansiedlung

von innovativen Konzepten und Nutzungen, um diese langfristig an den Standorten in der City zu binden und leistet einen Beitrag zum aktiven Leerstandsmanagement. 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 vermittelt für unterschiedliche Innenstadtbelange die entsprechenden Anlaufstellen innerhalb der Stadtverwaltung. Durch die Stärkung bereits bestehender und die Etablierung neuer Quartiersgemeinschaften realisiert es gemeinsam mit den jeweiligen Cityakteur:innen Maßnahmen, Projekte und Aktionen in den Quartieren. 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. Daran anknüpfend wird als Räumlichkeit vor Ort eine „City-Base“ eingerichtet, die, ausgestattet mit einem zentralen Ansprechpartner, eine direkte Anlaufstelle für City-Anlieger:innen und -Nutzer:innen darstellt.

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

Das Citymanagement bindet zudem im Zuge des **Wissensmanagements** themenbezogen Expert:innen ein und ist selbst Impulsgeber, um einen Erfahrungsaustausch im Prozess zu gewährleisten. So berät es u. a. private Immobilieneigentümer:innen hin-

sichtlich der Nutzung, Gestaltung und Außenwirkung ihrer Objekte (z. B. Fassadengestaltung und -begrünung).

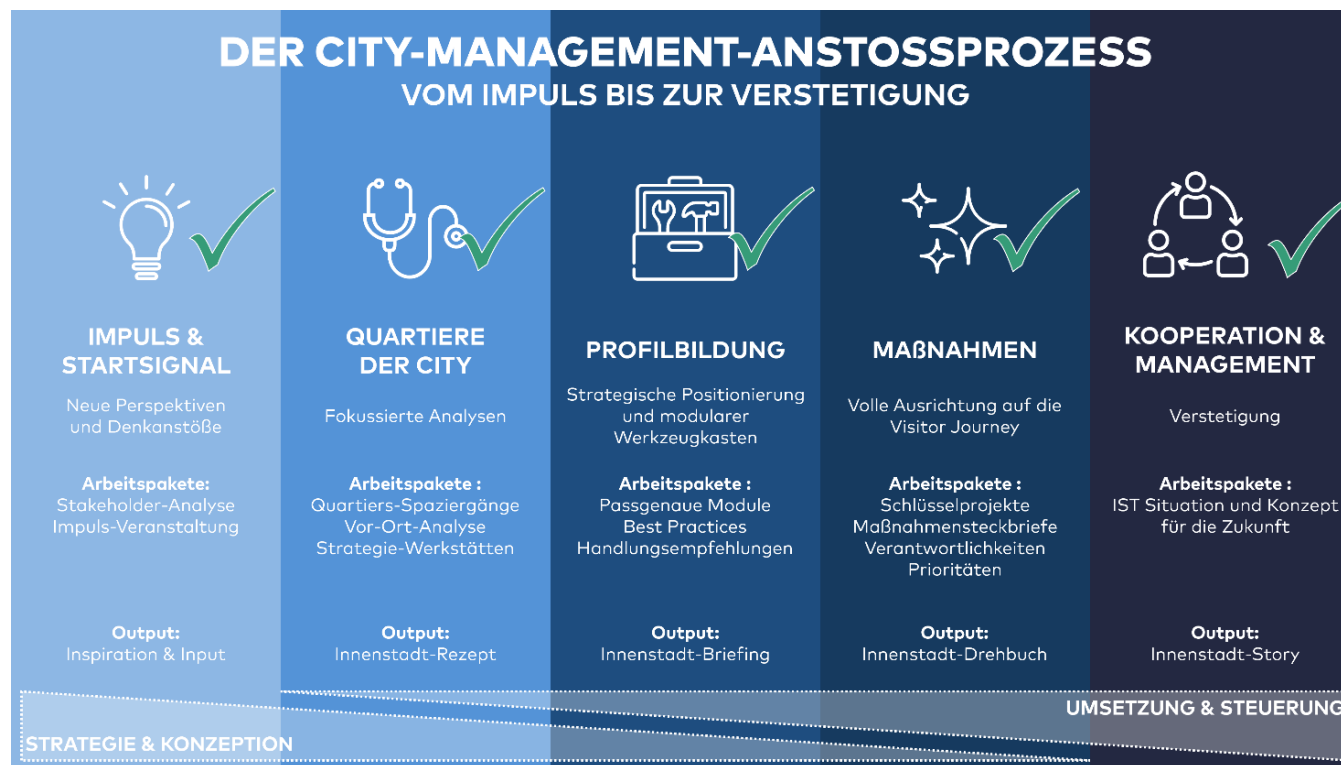
Da das Citymanagement perspektivisch mitunter Aufgaben übernehmen wird, die heute durch bestehende Fachämter und sonstige Institutionen übernommen werden, gilt es, die **Schnittstellen zu identifizieren** und **klare Zuständigkeitsbereiche auszutariieren**.

# 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 Citymana-

gements, 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 Bil-

dung 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 Kloosterviertel (S. 12)

- 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 (S. 14)

- 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 (S. 16)

- 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 (S. 18)

- 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 (S. 20)

- 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“ (S. 22)

- 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 (S. 24)

- 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

### Moodboard „Boulevard der Dortmunder:innen“ (S. 26)

- 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“ (S. 28)

- 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

## QUELLENHINWEISE

Fotos (Titelseite) © Roland Gorecki, Stadt Dortmund; Darstellungen und Fotos Stadt + Handel; Kartengrundlagen Stadt Dortmund

---

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

info@stadt-handel.de

www.stadt-handel.de

Amtsgericht Dortmund

Handelsregisternummer

HRB 33826

Hauptsitz Dortmund

**Standort Dortmund**

Hörder Hafestraße 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 46

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