

Miteinander. Mitte. Machen.

Anstoß eines Citymanagements für die Dortmunder City

Quartiersprofilierung | 03.08.2022

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

VERFASSER:INNEN

Dipl.-Ing. Marc Föhler

Jens Nußbaum, M. A.

Dipl.-Geogr. Stefan Postert

Katharina Ruhr, M. Sc.

Jaqueline Suchanek, M. Sc.

Dortmund, 03.08.2022

QUARTIERSPROFILIERUNG

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 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

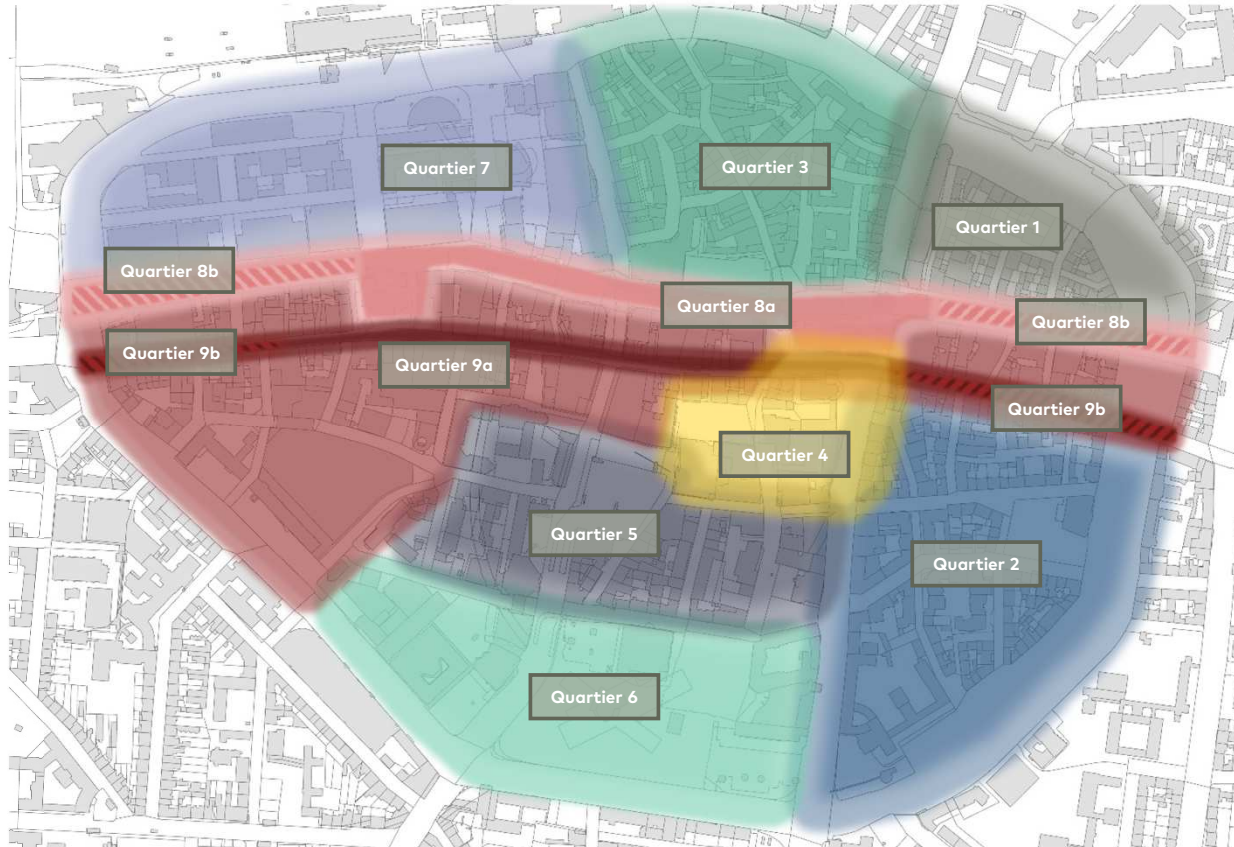
Markt 9
04109 Leipzig
Fon +49 341 92 72 39 42
Fax +49 341 92 72 39 43





Quartiersprofilierung

Identifizierung einzelner Lagebereiche (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

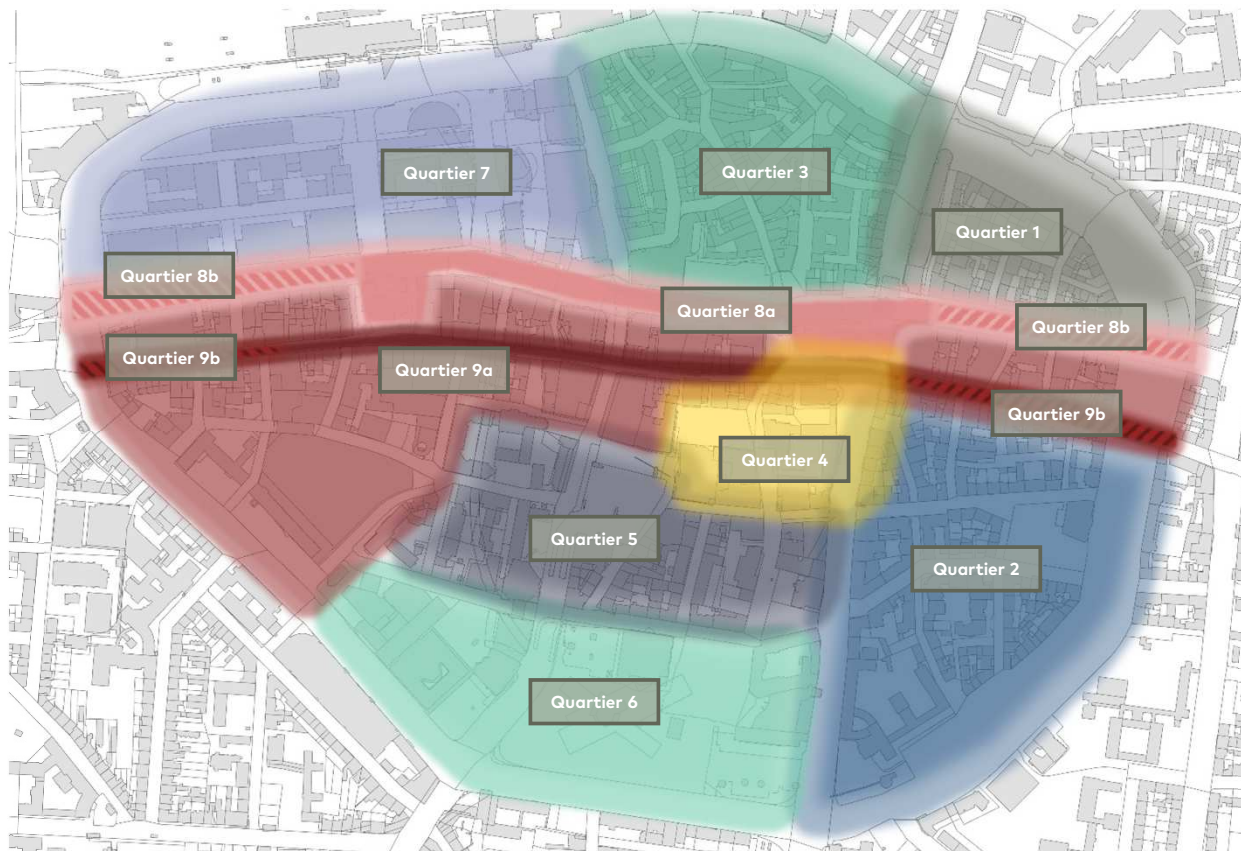
Quartier 9

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



Quartiersprofilierung

Identifizierung einzelner Lagebereiche (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.

Im Folgenden werden die herausgearbeiteten Qualitäten der einzelnen Quartiere 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.

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.

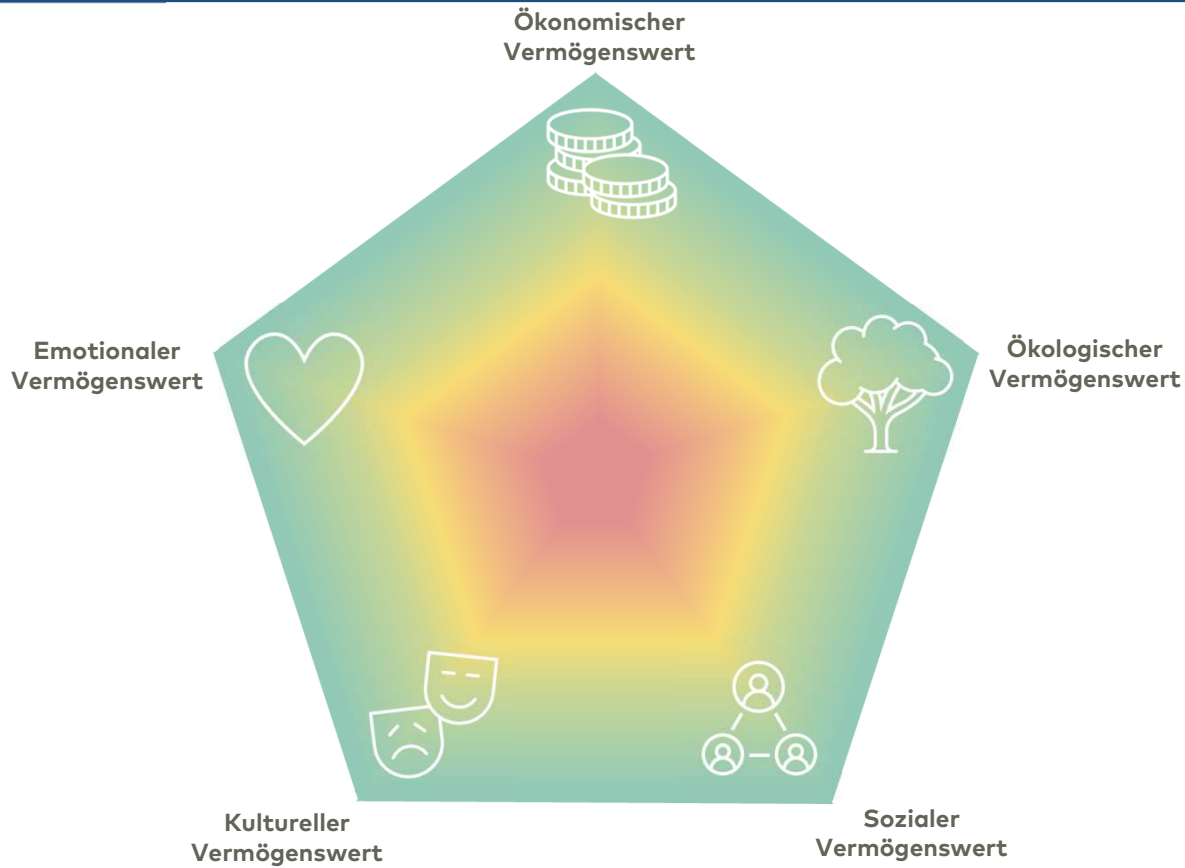
Bei den im Folgenden dargestellten Quartiersprofilen handelt es sich ausschließlich um eine Profilierung der Quartiere zur Verdeutlichung der perspektivischen Zielrichtung, nicht um die Bildung einer Marke zur Vermarktung der Quartiere.

Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Kartengrundlage Stadt Dortmund.



Quartiersprofilierung

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.



Quartiersprofilierung

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.**



Quartiersprofilierung

Quartier 1

Quartier 2

Quartier 3

Quartier 4

Quartier 5

Quartier 6

Quartier 7

Quartier 8

Quartier 9



Klosterviertel -
das lebenswerte Wohnviertel für Innenstadtfans



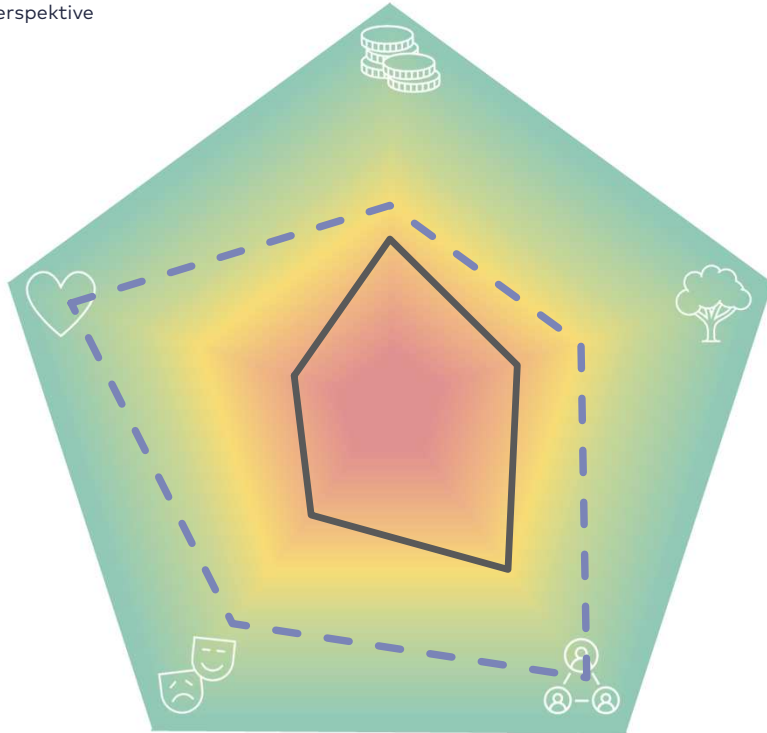


Quartiersprofilierung

Quartier 1



— 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.

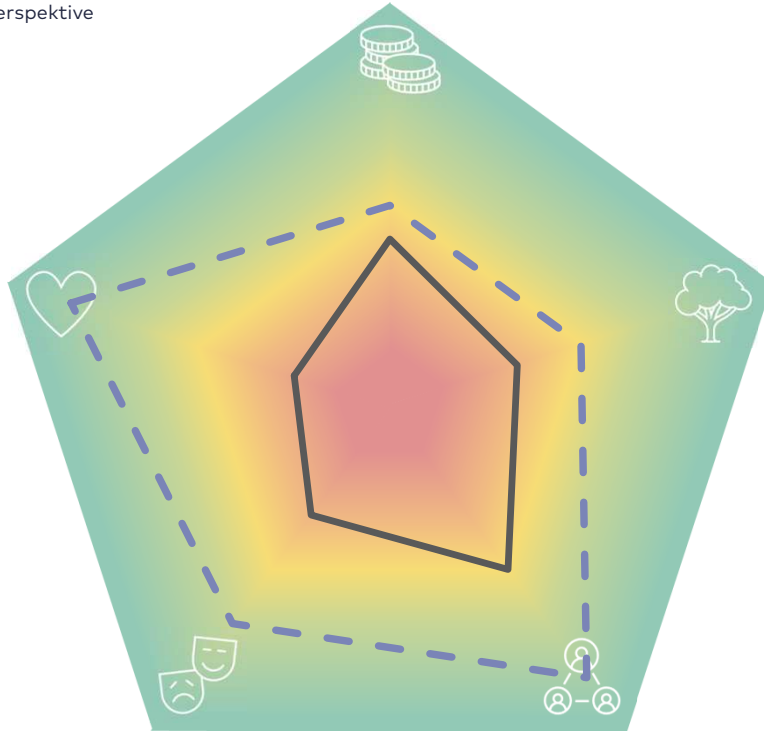


Quartiersprofilierung

Quartier 1



— Status Quo
- - Zielperspektive



Profilierungsziele

Ökonomischer Vermögenswert

- Einzelhandels- und Gastronomienutzungen werden in den Randbereichen (Schwanenwall, Brüderweg und Kuckelke) des Klostersviertels 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 Klostersviertels und sorgen für ein besseres Stadtklima.

Sozialer Vermögenswert

- Wohnen bildet den Nutzungsschwerpunkt des Klostersviertels. 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.

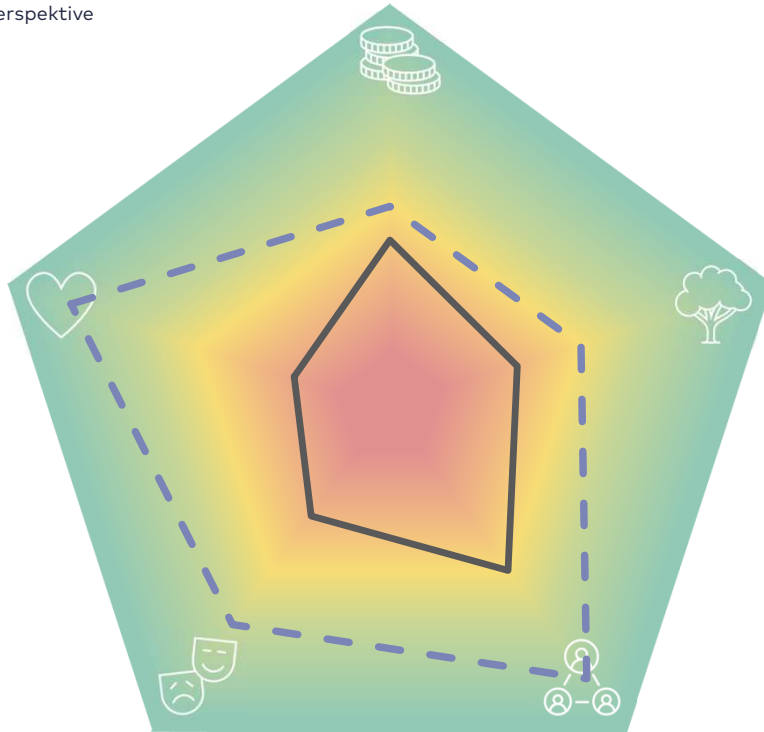


Quartiersprofilierung

Quartier 1



— Status Quo
- - Zielperspektive



Profilierungsziele

Kultureller Vermögenswert

- Das Reinoldinum bildet den kulturellen Schwerpunkt des Klostersviertels. 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 Klostersviertels sichtbar.

Emotionaler Vermögenswert

- Das Klostersviertel identifiziert sich durch seine historische Straßennamensgebung. Der emotionale Vermögenswert wird somit maßgeblich gestärkt.
- Die Anwohner:innen verbinden mit dem Viertel *ihr* Zuhause. Das Klostersviertel 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

Quartier 1

Quartier 2

Quartier 3

Quartier 4

Quartier 5

Quartier 6

Quartier 7

Quartier 8

Quartier 9



Rosenviertel
Einfach liebenswert. Einfach gut beraten.



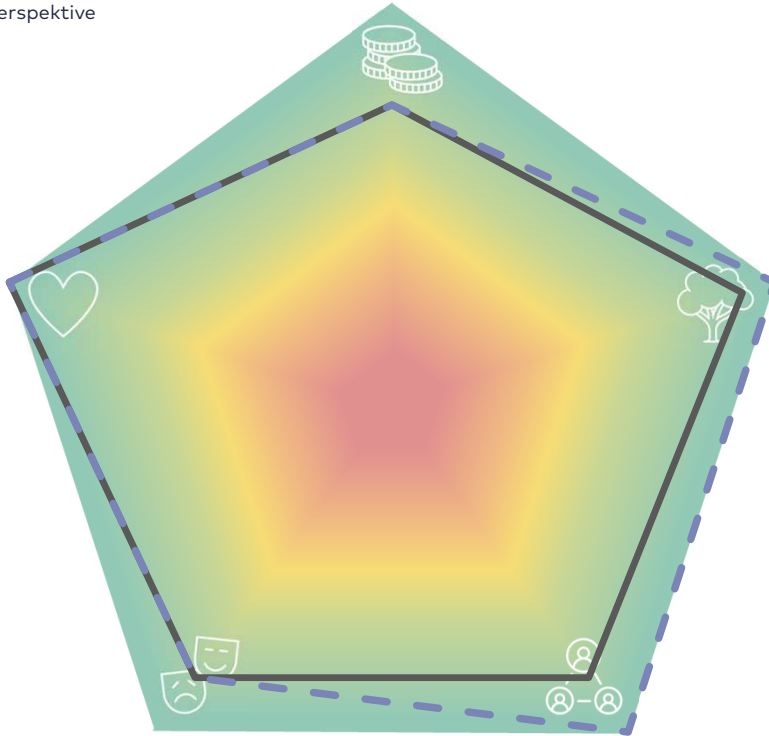


Quartiersprofilierung

Quartier 2



— Status Quo
- - - Zielperspektive



„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.

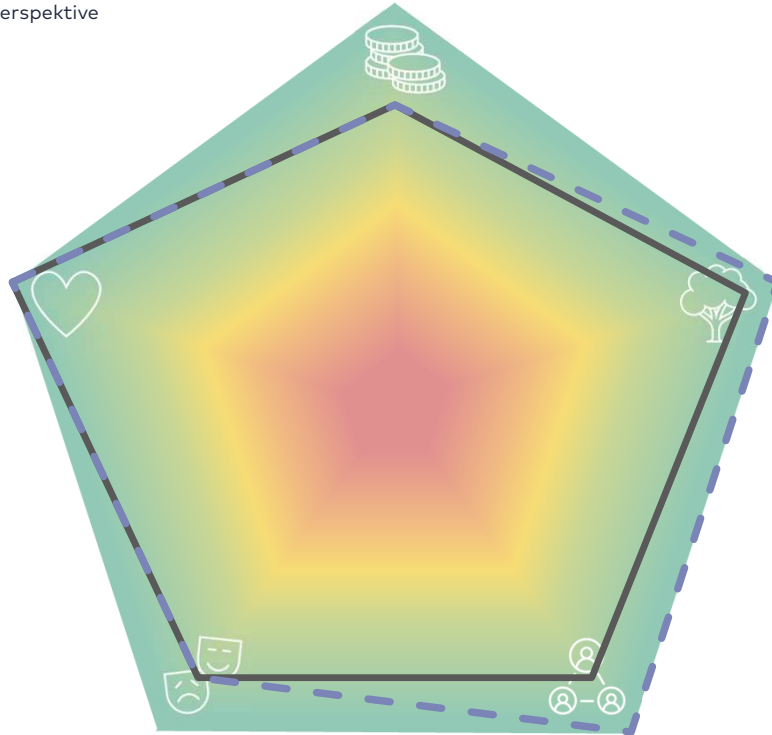


Quartiersprofilierung

Quartier 2



— 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 „Rosen“-viertel 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.

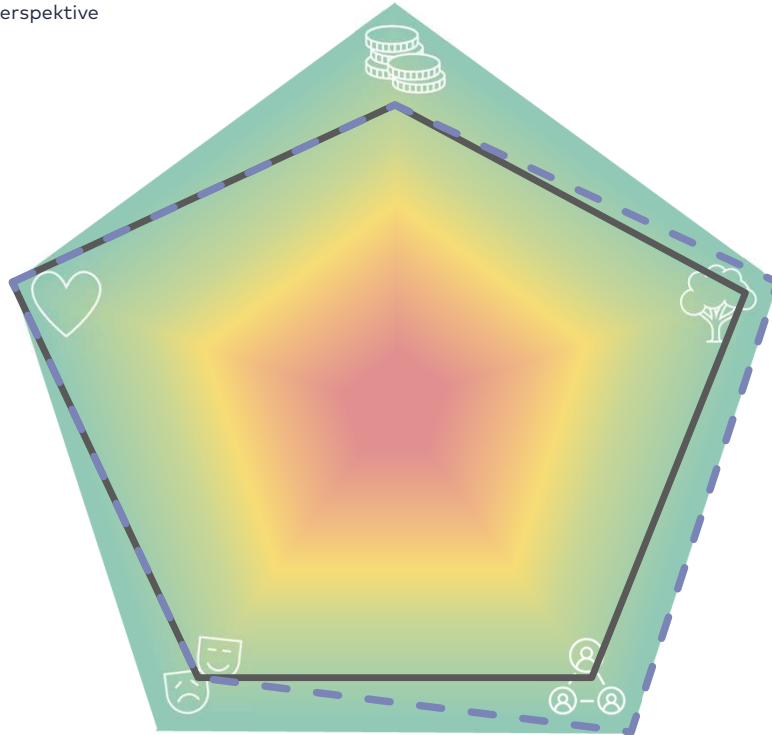


Quartiersprofilierung

Quartier 2



— Status Quo
- - Zielperspektive



Profilierungsziele

Kultureller Vermögenswert

- Das Museum Adlerturm (mit angrenzendem Spielplatz) und das Baukunstarchiv NRW sind kulturelle Hotspots des Viertels.
- Kleinteilige Viertelevents 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

Quartier 1

Quartier 2

Quartier 3

Quartier 4

Quartier 5

Quartier 6

Quartier 7

Quartier 8

Quartier 9



BRÜCKVIERTEL
...der bunte Zirkus mit
Aftershowparty



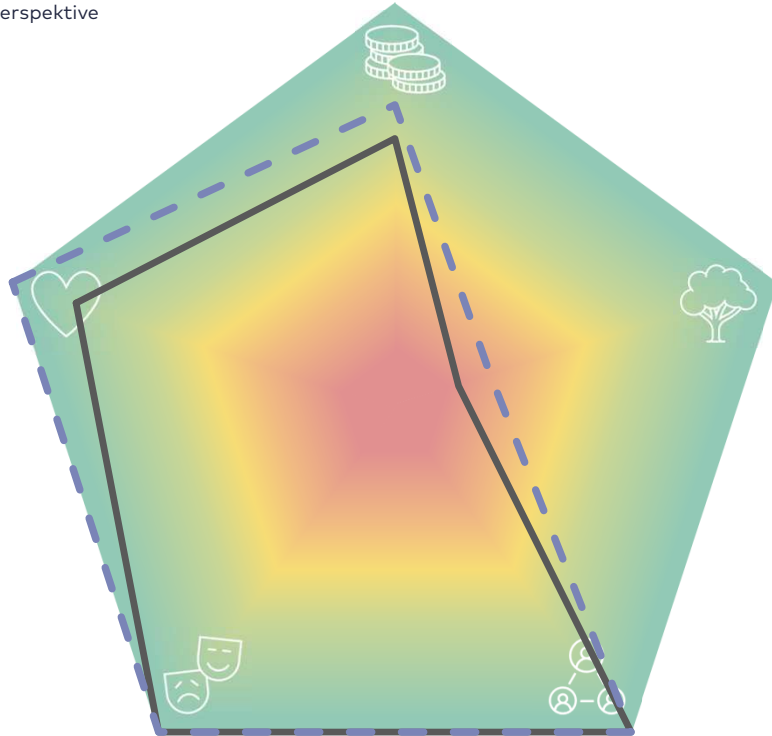


Quartiersprofilierung

Quartier 3



— 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.

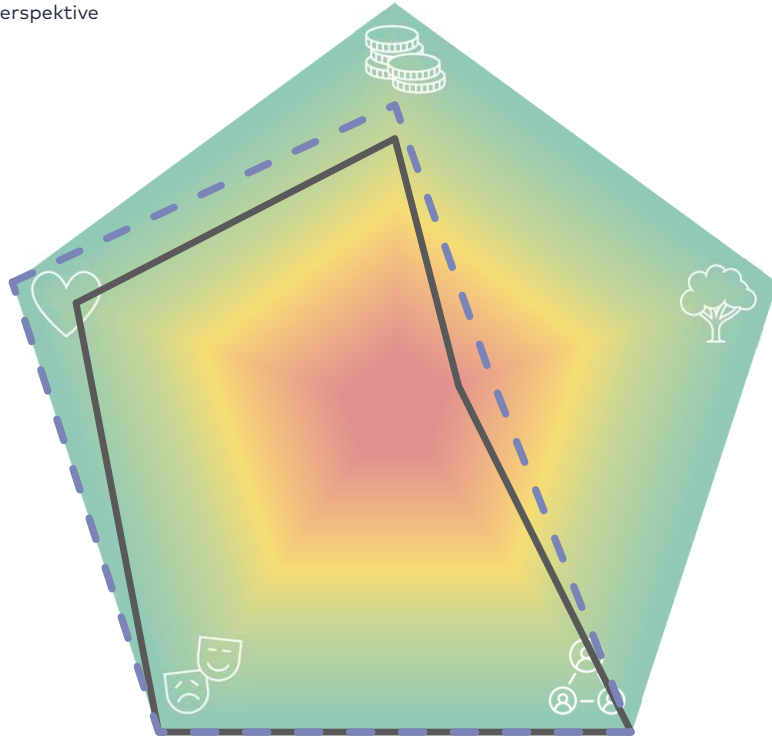


Quartiersprofilierung

Quartier 3



— 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.

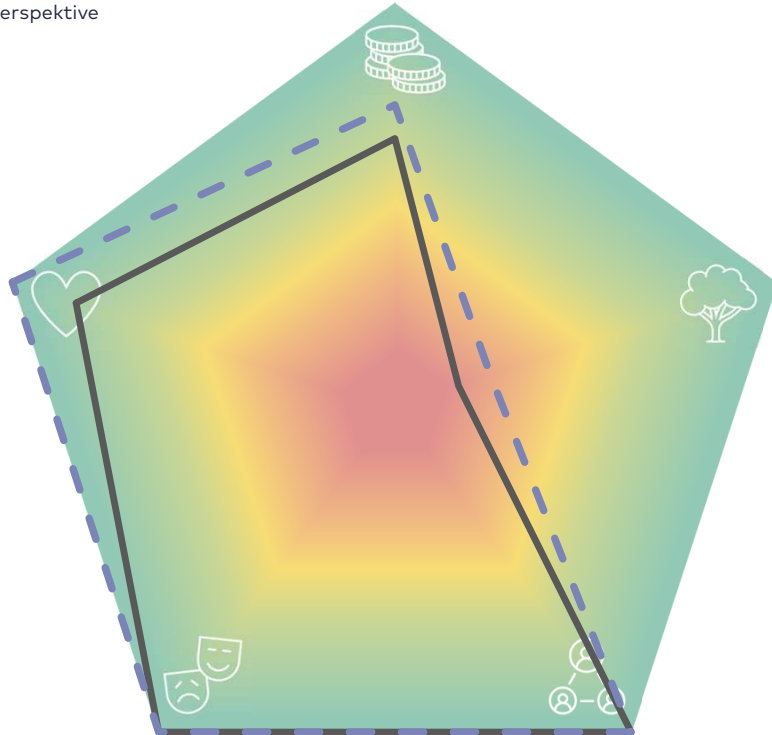


Quartiersprofilierung

Quartier 3



— 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. Als „bunte Vögel“ sorgen sie auch im Trubel stets für Recht und Ordnung. 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.

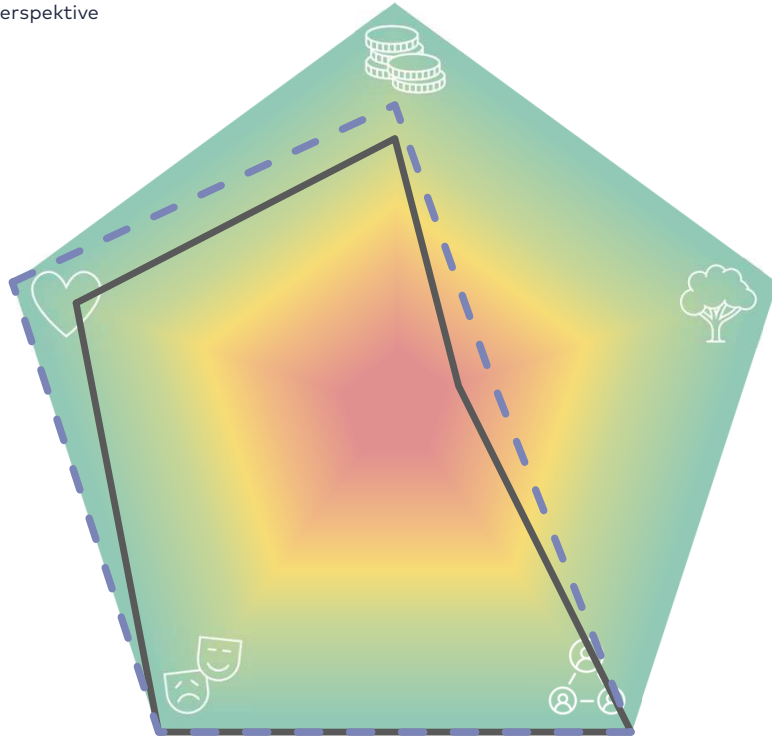


Quartiersprofilierung

Quartier 3



— 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

Quartier 1

Quartier 2

Quartier 3

Quartier 4

Quartier 5

Quartier 6

Quartier 7

Quartier 8

Quartier 9



UNSER ALTSTADTVIERTEL

GENIEßEN IM HERZEN DER DORTMUNDER CITY



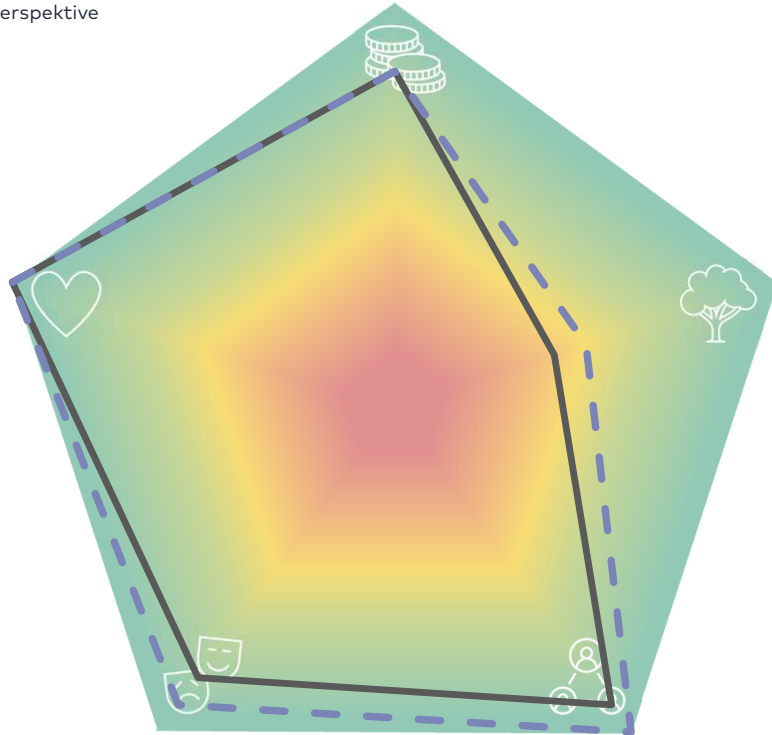


Quartiersprofilierung

Quartier 4



— 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 ein über das ganze Jahr verteilter 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.

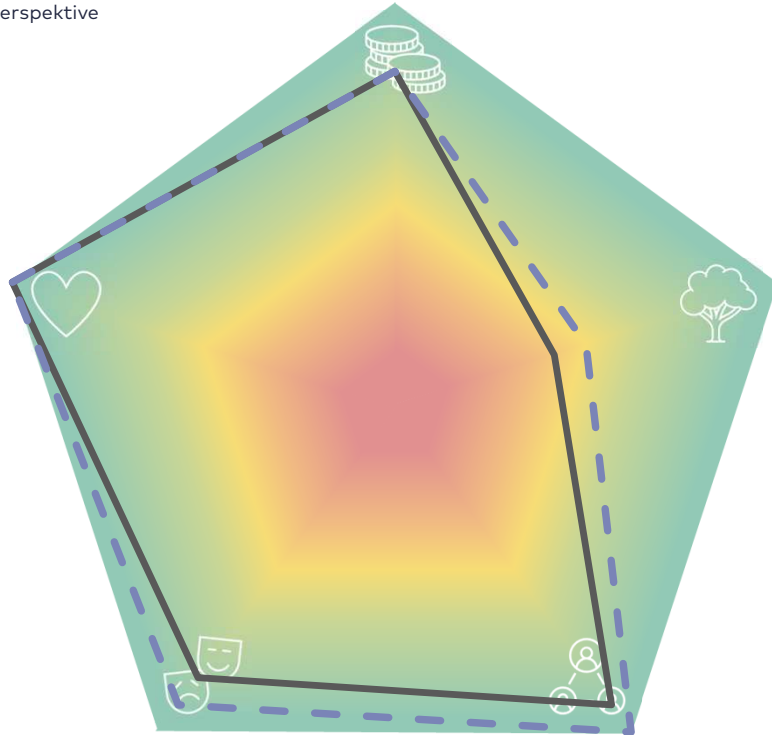


Quartiersprofilierung

Quartier 4



— 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 Mittagsnack 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.

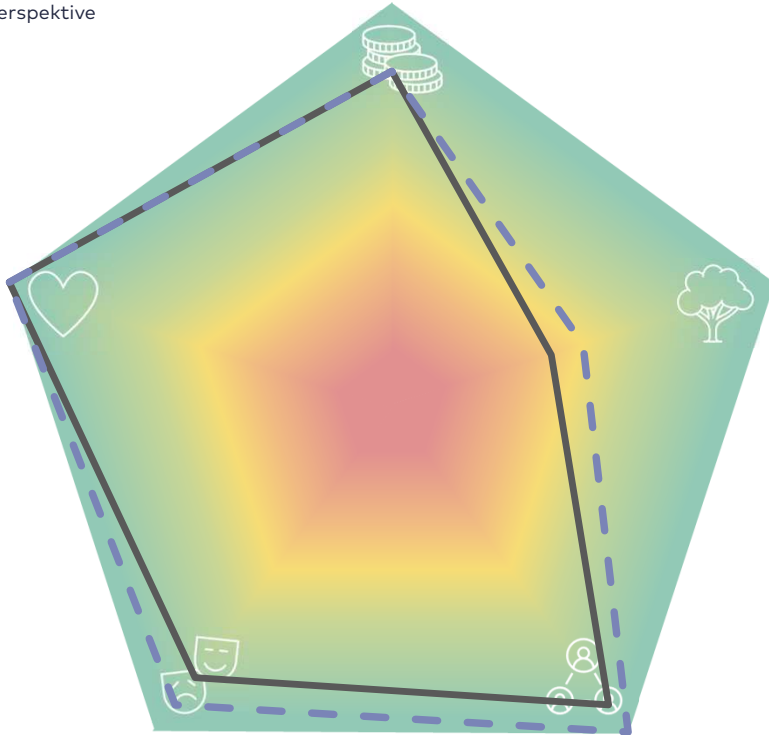


Quartiersprofilierung

Quartier 4



— 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 ruhiger 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

Quartier 1

Quartier 2

Quartier 3

Quartier 4

Quartier 5

Quartier 6

Quartier 7

Quartier 8

Quartier 9



Leben und Erleben im Hansaviertel



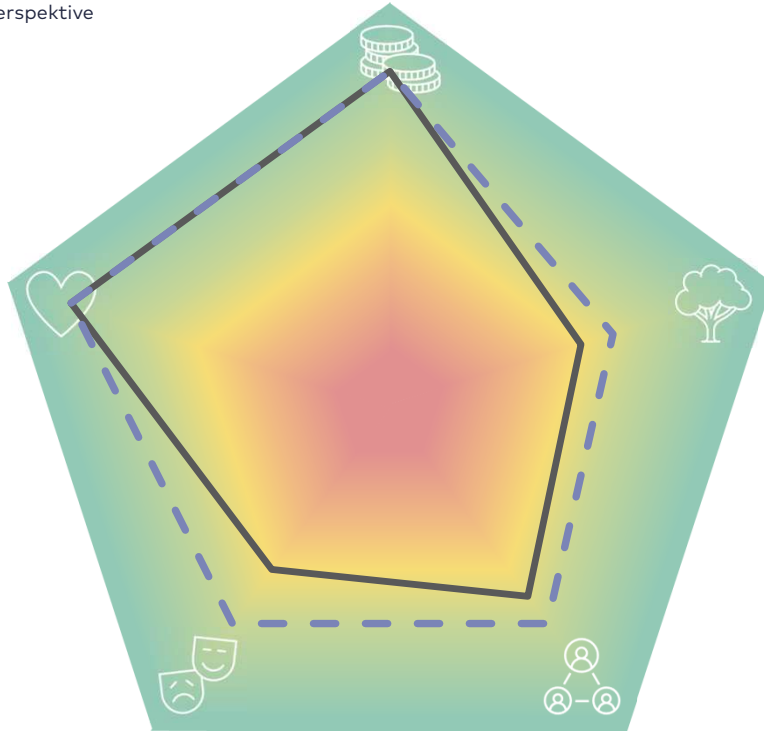


Quartiersprofilierung

Quartier 5



— 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.

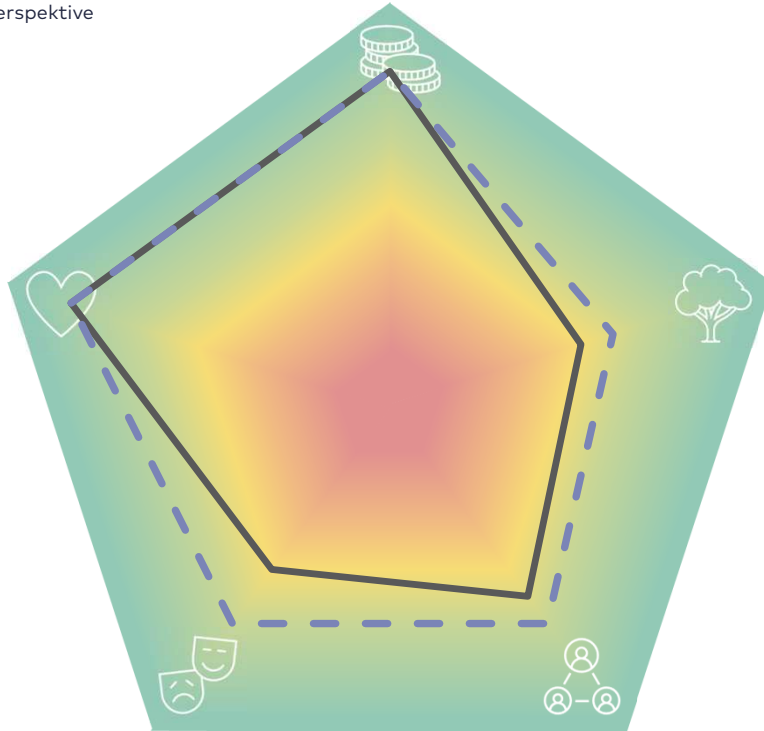


Quartiersprofilierung

Quartier 5



— 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.

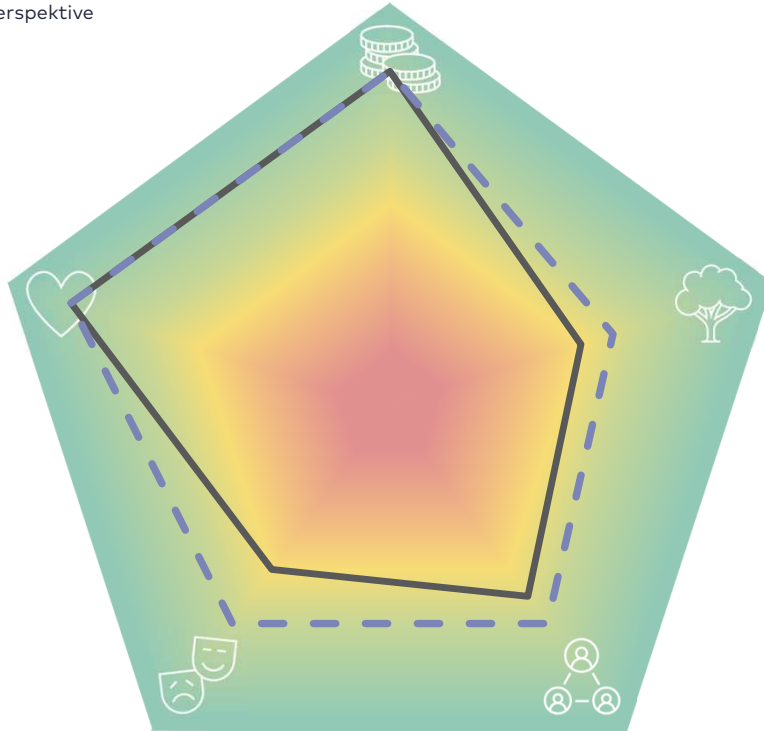


Quartiersprofilierung

Quartier 5



— 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 Innenstadttrubels, genossen.
- Das Quartier schafft als Dreh- und Angelpunkt eine Verbindung zu den weiteren Quartieren der Dortmunder City.

Quartiersprofilierung

Quartier 1

Quartier 2

Quartier 3

Quartier 4

Quartier 5

Quartier 6

Quartier 7

Quartier 8

Quartier 9



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



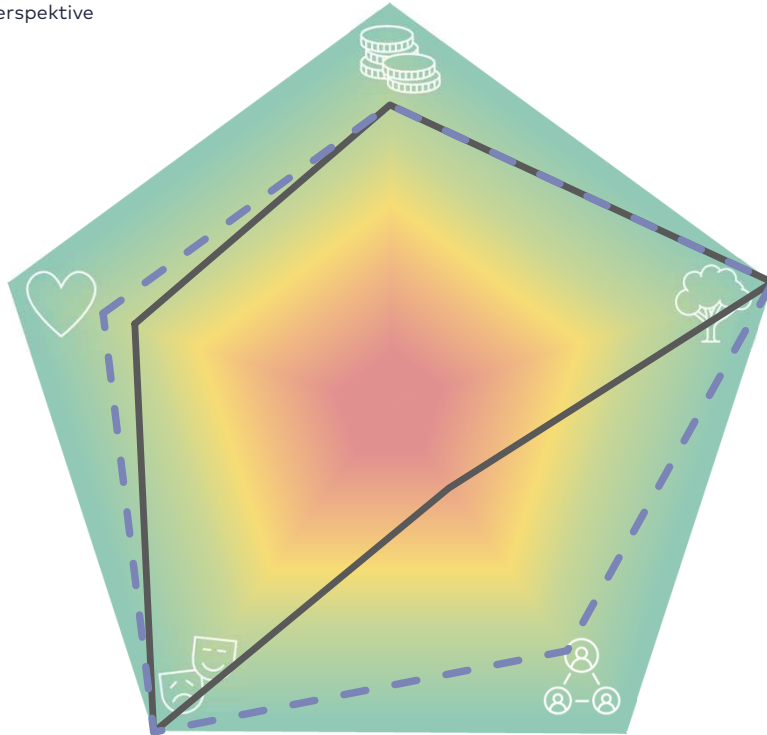


Quartiersprofilierung

Quartier 6



— 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.

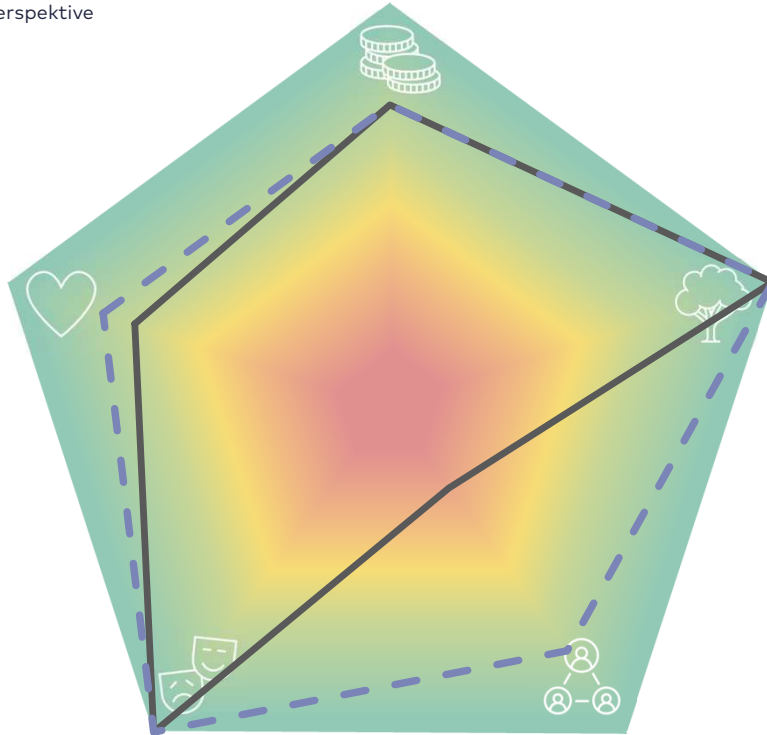


Quartiersprofilierung

Quartier 6



— Status Quo
- - Zielperspektive



Profilierungsziele

Ökonomischer Vermögenswert

- Kultur- und Verwaltungseinrichtungen stellen die wesentlichen Anker nutzungen 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.

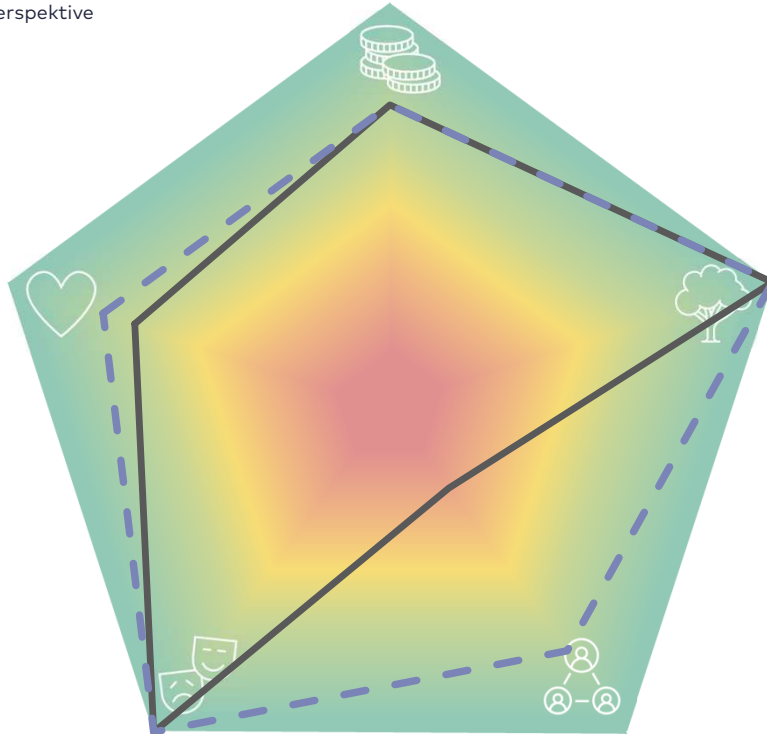


Quartiersprofilierung

Quartier 6



— 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

Quartier 1

Quartier 2

Quartier 3

Quartier 4

Quartier 5

Quartier 6

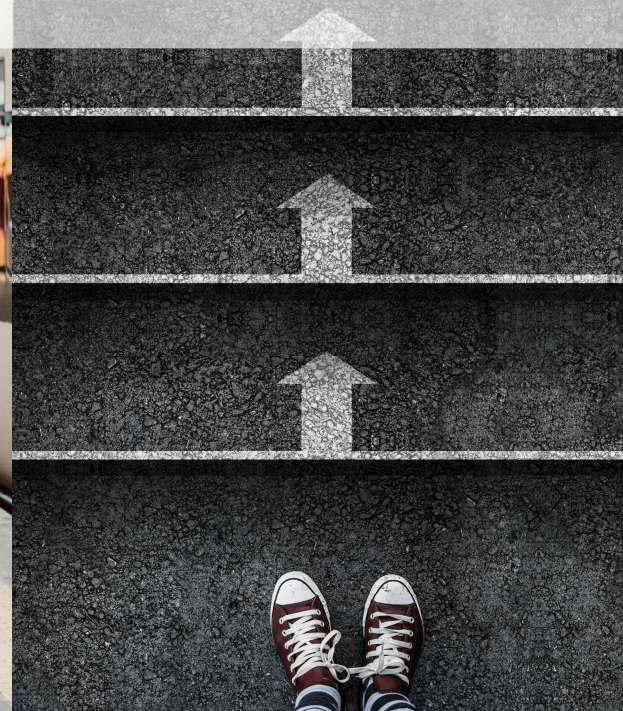
Quartier 7

Quartier 8

Quartier 9



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



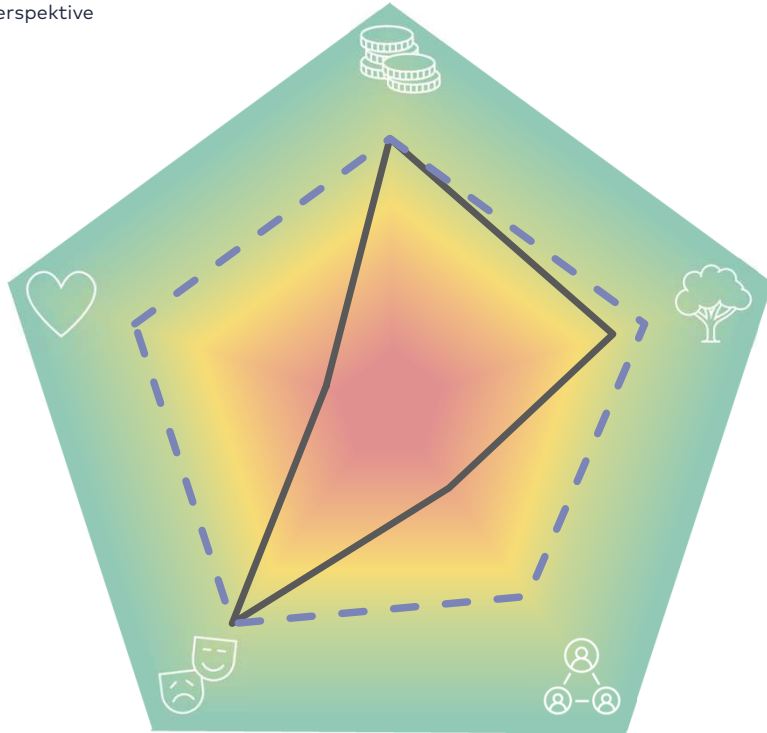


Quartiersprofilierung

Quartier 7



— Status Quo
- - - Zielperspektive



„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.

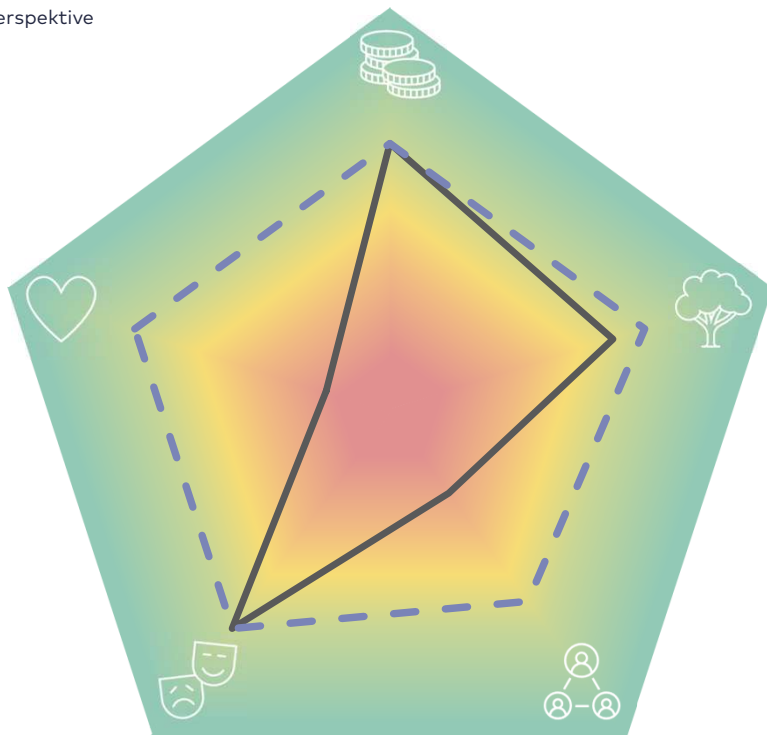


Quartiersprofilierung

Quartier 7



— 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.

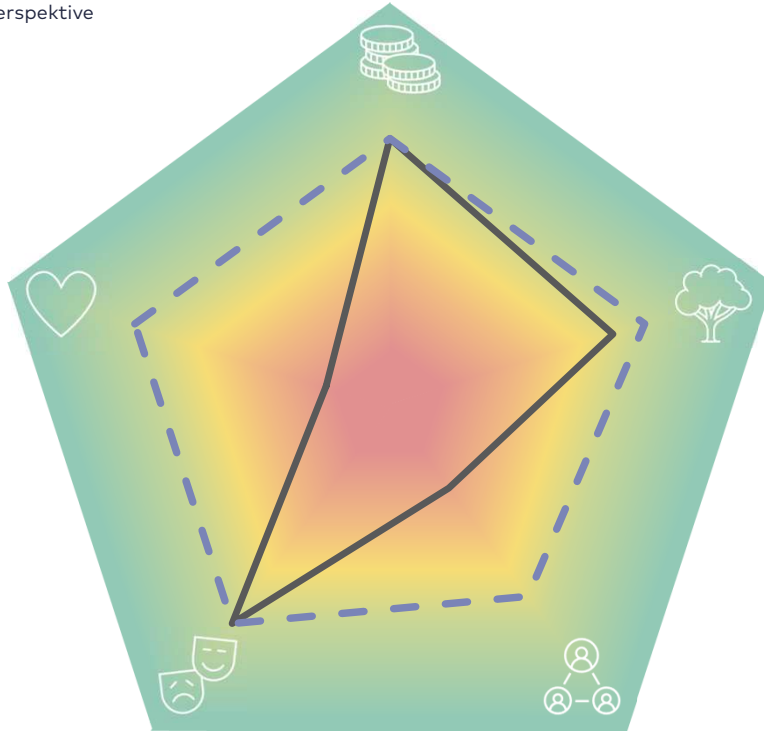


Quartiersprofilierung

Quartier 7



— 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

Quartier 1

Quartier 2

Quartier 3

Quartier 4

Quartier 5

Quartier 6

Quartier 7

Quartier 8

Quartier 9



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



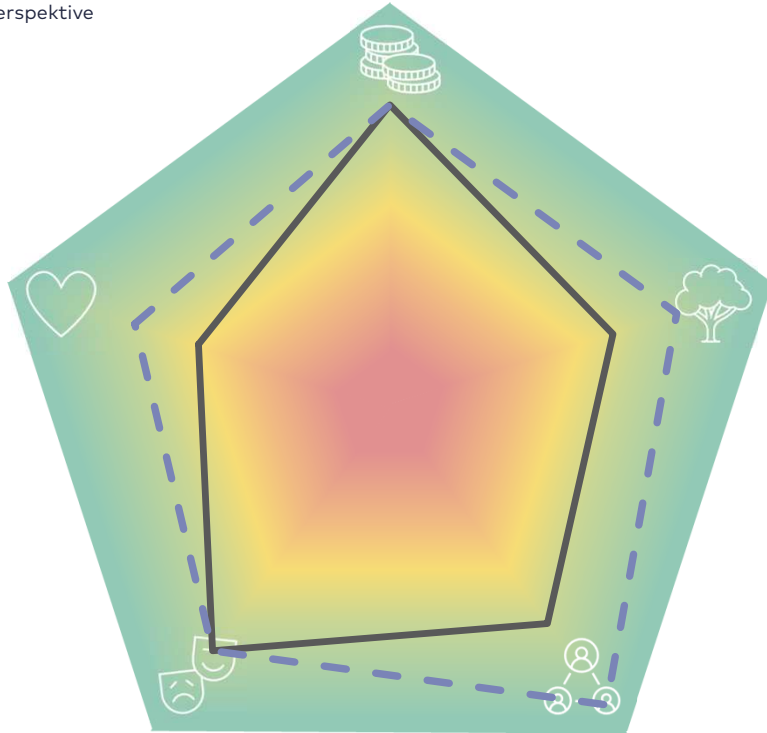


Quartiersprofilierung

Quartier 8



— 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 Petrikirche und Reinoldikirche bieten nochmals kleinere Rückzugsorte. Zugleich sind sie die zentralen Knotenpunkte, wodurch alle Quartiere für die Besucher:innen der City erreichbar sind.



Quartiersprofilierung

Quartier 8



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 Stadtbahnhaltestellen wesentliche Eingangsbereiche der Dortmunder City.

Der Boulevard erstreckt sich maßgeblich entlang der **Kampstraße**. Die ruhige Laufage 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 Brückviertel, schnell und einfach erreichbar. Die Platzsituationen rund um die Petrikerche 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.

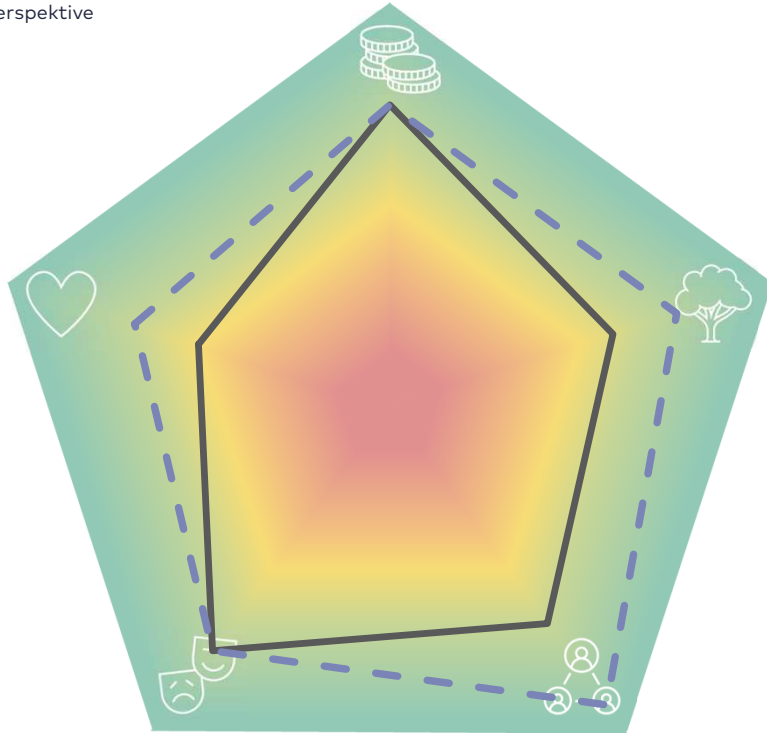


Quartiersprofilierung

Quartier 8



— 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.

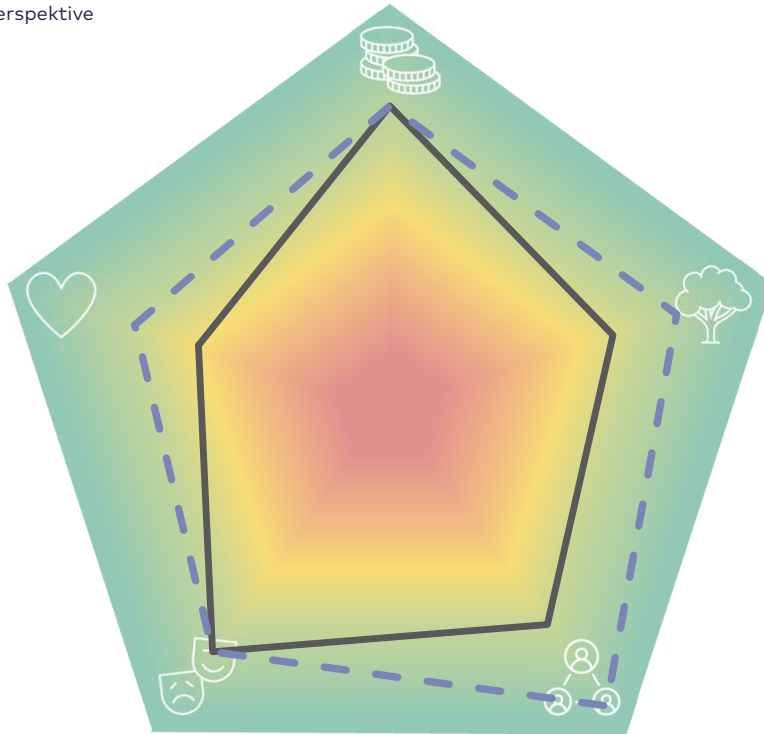


Quartiersprofilierung

Quartier 8



— 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

Quartier 1

Quartier 2

Quartier 3

Quartier 4

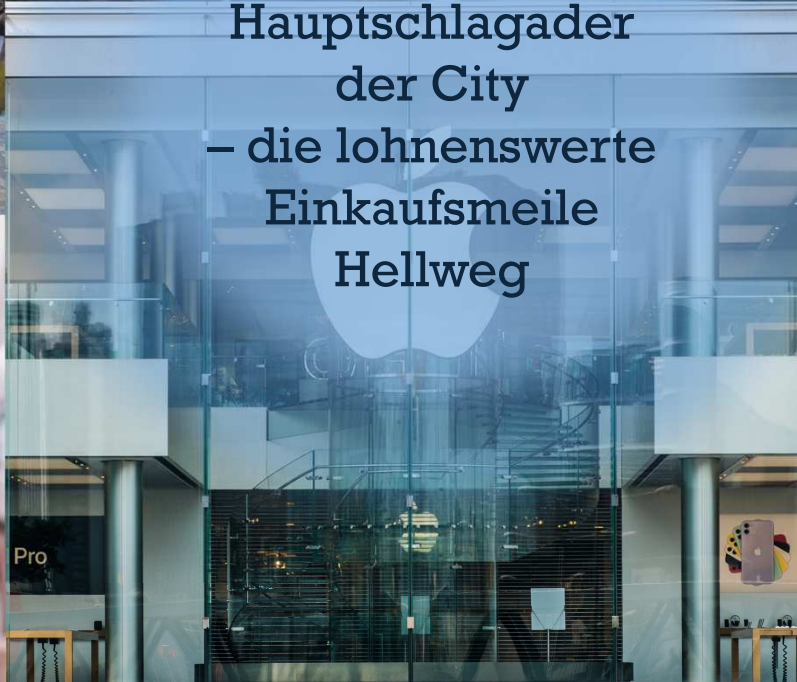
Quartier 5

Quartier 6

Quartier 7

Quartier 8

Quartier 9

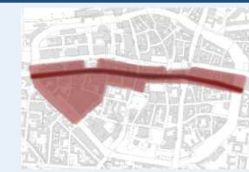


Hauptschlagader
der City
– die lohnenswerte
Einkaufsmeile
Hellweg

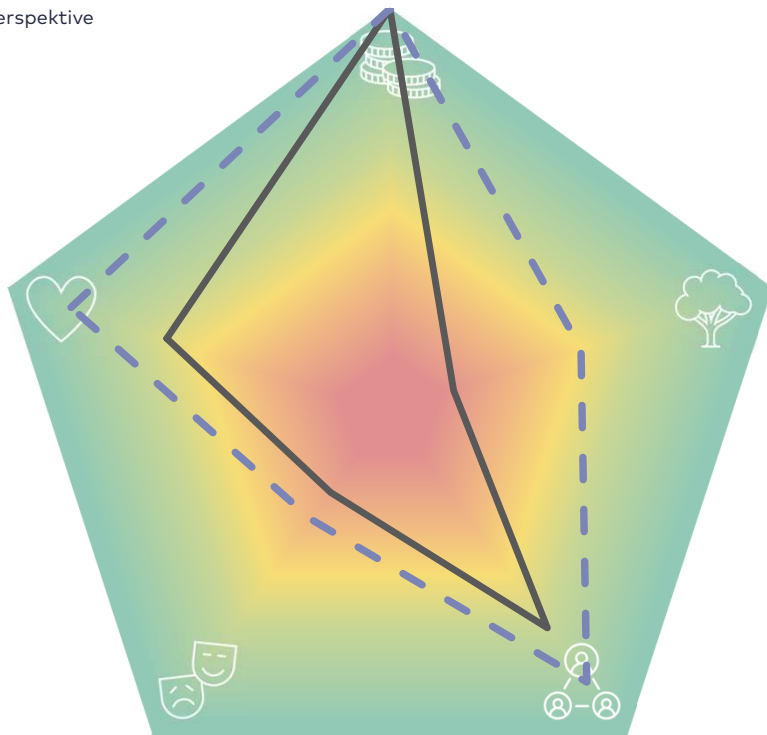


Quartiersprofilierung

Quartier 9



— Status Quo
- - Zielperspektive



„Hauptschlagader der City – die lohnenswerte Einkaufsmeile Hellweg“

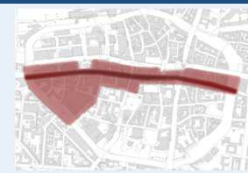
Die Hauptschlagader der Dortmunder City: der Hellweg. Durch den Hellweg erwacht die gesamte City zum Leben. Funktioniert der Hellweg nicht, funktioniert auch die Innenstadt nicht. Der Hellweg zieht Besucher:innen von überall an, wovon alle weiteren Quartiere profitieren können. Innovative Konzepte bieten 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 Auflage verbindet den Hellweg mit den weiteren Quartieren der City – von hier aus sind alle Quartiere erreichbar und sichtbar.

Quelle: Darstellung Stadt + Handel.



Quartiersprofilierung

Quartier 9



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.

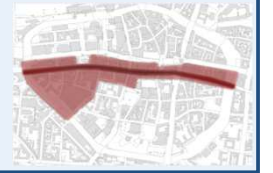
Der **mittlere Westenhellweg**, von der Reinoldikirche bis zur Thier-Galerie, ist der Inbegriff der klassischen Shoppingmeile. Hier reihen sich standardisierte Angebote an großflächige Flagship-Stores. Weltweit bekannte Marken und großflächige Stores ziehen Kund:innen von überall an. Dominante Gebäudefassaden 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 Petrikerche 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.

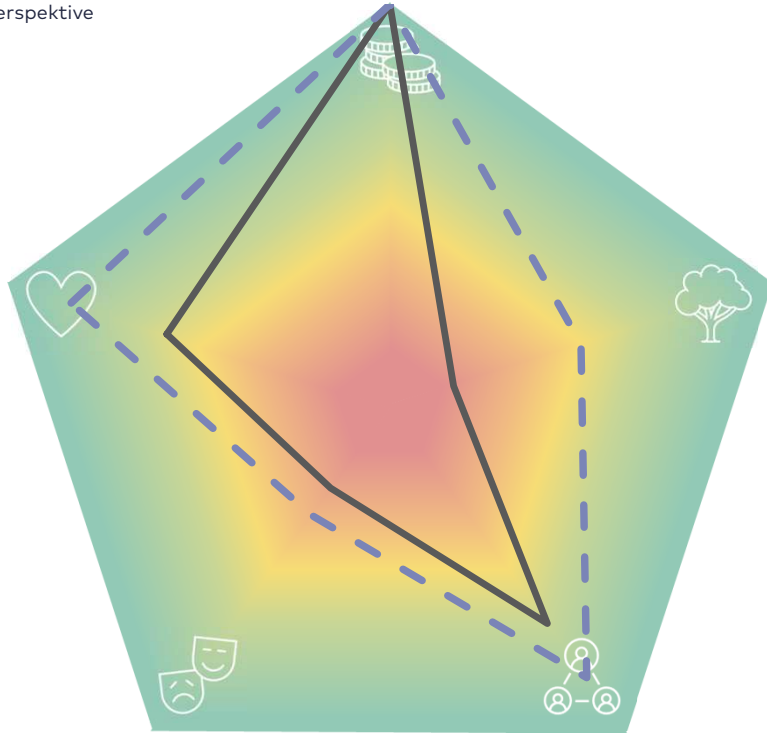


Quartiersprofilierung

Quartier 9



— 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.

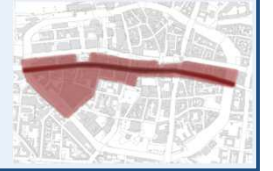
Sozialer Vermögenswert

- 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.

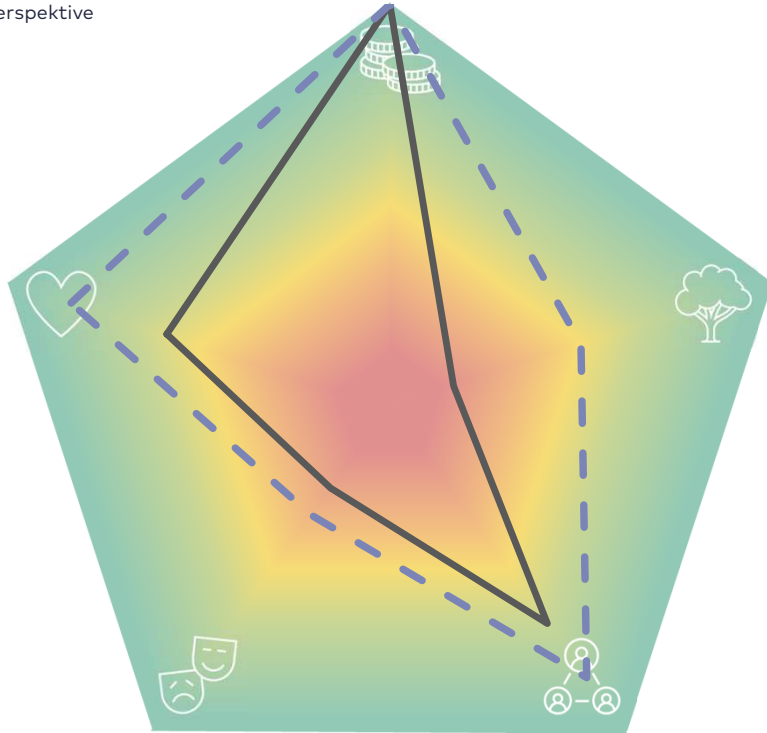


Quartiersprofilierung

Quartier 9



— 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.

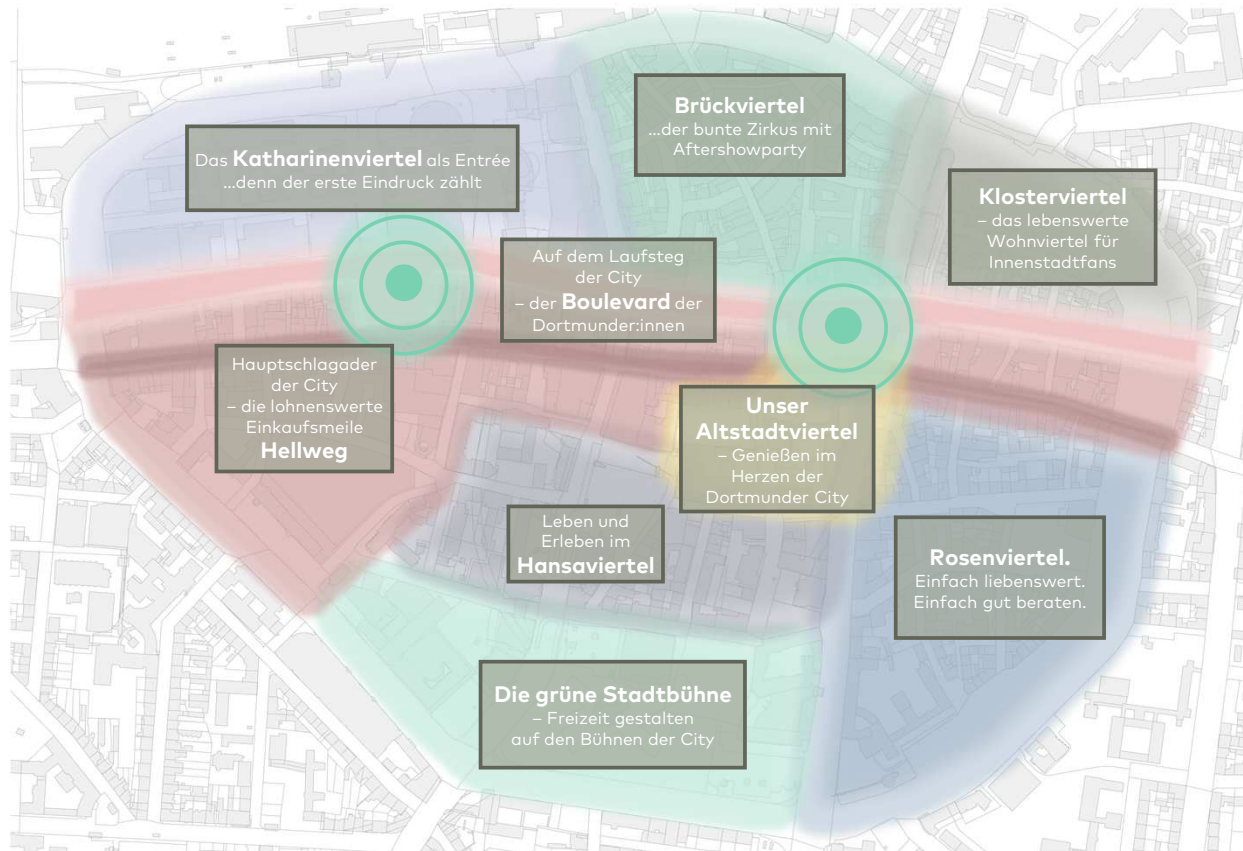
Emotionaler Vermögenswert

- 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

Quartiere der Dortmunder City



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.

100 m

Bildnachweise

Moodboard Klosterviertel (Seite 8):

- 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 13):

- 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 18):

- 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 24):

- 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 29):

- 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 34):

- Links oben: Agata Kadar - stock.adobe.com
- Mitte oben: Marcio - stock.adobe.com
- Rechts oben: bilderstoekchen - 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 39):

- 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 44):

- 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 „Einkaufsstraße Hellweg“ (Seite 50):

- 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

Neue Wege.
Klare Pläne.

STADT+HANDEL



www.linkedin.com/company/stadt-und-handel



www.instagram.com/stadtundhandel/

**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 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