

Miteinander. Mitte. Machen.

Anstoß eines Citymanagements für die Dortmunder Innenstadt – Dokumentation

Impulsveranstaltung | Westfälischer Industrieklub | 4. Oktober 2021

Die Stadt Dortmund gestaltet zusammen mit dem beauftragten Büro Stadt + Handel und weiteren Partnern der Dortmunder City wie dem City Ring, der Industrie- und Handelskammer zu Dortmund und dem Handelsverband NRW Westfalen-Münsterland einen Prozess zum Anstoß eines Citymanagements. Den Akteur*innen der Dortmunder City kommt dabei eine besondere Rolle zu. Denn nur in einem engen Dialog und mit gemeinschaftlichem Handeln kann das Ziel erreicht werden, möglichst breit getragene quartiersbezogene Strategien und konkrete Maßnahmen zu entwickeln.

Daher wurden die Akteur*innen der Dortmunder City am 4. Oktober 2021 zur Impulsveranstaltung in den Westfälischen Industrieklub eingeladen. Unter dem Motto „MITEINANDER. MITTE. MACHEN.“ wurde an diesem Abend ein Impuls zum Dortmunder Weg gegeben: Worum geht es überhaupt? Was passiert in der Dortmunder City? Wie ist unser gemeinsamer Prozess gestaltet?



Zudem traten die Akteur*innen zu den verschiedenen Aspekten einer attraktiven Innenstadt von morgen – ökonomisch, ökologisch, sozial, kulturell und emotional – in einen anregenden Austausch. An unterschiedlichen Dialogstationen fanden nicht nur interessante Diskussionen zum ökonomischen, ökologischen, sozialen, kulturellen und emotionalen Vermögenswert der City statt, die Teilnehmenden hatten ebenfalls die Möglichkeit digital über bestimmte Zukunftsbilder (Thesen) abzustimmen. Im Nachgang der Impulsveranstaltung standen die Thesen der fünf Vermögenswerte noch eine Woche zur Abstimmung über menti.com für alle Teilnehmenden zur Verfügung.

Die zahlreichen Wünsche, Ideen und Anregungen sowie die Ergebnisse der digitalen Umfragen werden im Folgenden dokumentiert.



Auswertung der Online-Abstimmung

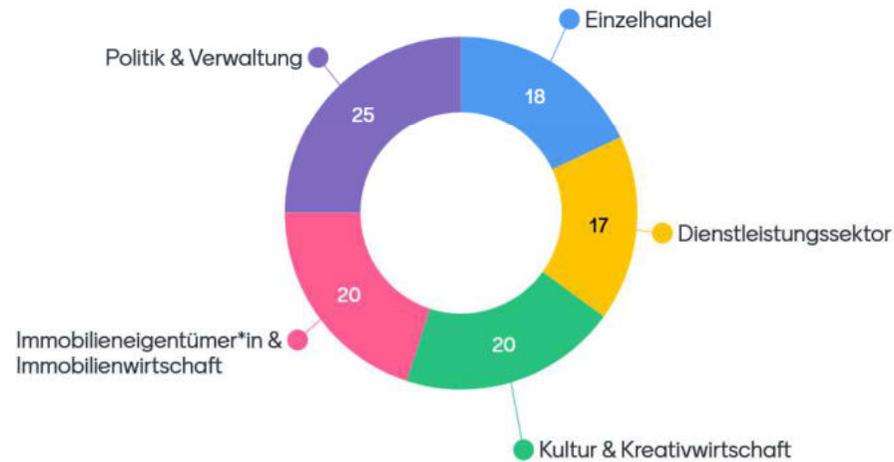
Warum sind Sie heute dabei?



n = 99

Auswertung der Online-Abstimmung

Welche Profession / Kompetenz / Fähigkeit kann ich in den Prozess einbringen?



n = 100

Auswertung der Online-Abstimmung

Was sind die größten Herausforderungen für die Dortmunder Innenstadt?



n = 85

Auswertung der Online-Abstimmung

Was müsste in der Dortmunder City sofort umgesetzt werden?

- Leerständen mit Kultur begegnen
- Verkehr und Mobilität neu gestalten
- Attraktive und vom Fußverkehr separierte Radwegeverbindungen durch die City (West-Ost, v. a. über die Kampstraße, Nord-Süd über Kleppingstraße und Hansastrasse)
- Absturz des Ostenhellwegs verhindern: Wichtigste Maßnahme: Gebäudeentwicklung des ehemaligen Kinos und Vermietung an einen weiteren Anker-Einzelhändler (gegenüber von C&A)
- Wohnungsbau und Quartiersbildung
- Einhaltung geltender Regeln und Gesetze sicherstellen: (Park- & Haltestellensituation, Einbahnstraßen Geschwindigkeit, usw.), Erledigung Baustellen
- Raum für neue Ideen, Zwischennutzungen, studentische Ideen, Arbeits- & Workshopräume, ...
- Umbau der Kampstraße: ein neuer Entwurf mit mehr Grün, Aufenthaltsqualitäten, einem Radweg, keine Autos
- Das Dortmunder Bauamt ist bekanntermaßen eine dysfunktionale Behörde. Hier muss dringend ein Mentalitätswandel von einer No- oder höchstens mal Yes-But-Haltung zu einer Why-Not-Regel stattfinden. Baugenehmigungen müssen drastisch beschleunigt werden.
- Großzügigere Vergabe von Außensitzplätzen für Leitgastronomen, z. B. am Hansaplatz (außerhalb von Markttagen und Festen)
- Öffentlichen Raum sichern für konsumfreies Flanieren. Aufenthaltsqualität verbessern.

wörtliche, unveränderte Zitate der Verfasser*innen

Auswertung der Online-Abstimmung

Was müsste in der Dortmunder City sofort umgesetzt werden?

- mehr und bessere Radwege, mehr Grün in die Stadt, vielleicht auch als Dachbegrünung, so hohe Taktung bei den anderen U-Bahnen wie bei der U 43, damit U-Bahnen eine echte Alternative zum Auto sind/werden
- Das durch die Stadt systematisch abgewürgte Nachtleben wiederbeleben (Beispiel: Ostwall in den 80er Jahren). Straßenmusik auf dem Westenhellweg entweder komplett untersagen oder dB-Obergrenze festlegen. Echte Künstler sind eine Bereicherung; Trommler und Krach verschrecken Besucher und entnerven die Mitarbeiter der Geschäfte.
- Überall Baustellen auf denen kaum was passiert. Wer deshalb gar nicht mehr in City kommt, für den brauchen wir uns kein Konzept mehr ausdenken! Weniger Baustellen und dort entsprechend schneller vorankommen!
- Es sind tatsächlich die viel zu vielen aktuellen Baustellen (im wahrsten Sinne des Wortes), an denen es kaum vorangeht; auch wenn Sie sich damit nur ungern beschäftigen wollen. Viele ehem. Besucher aus dem Umland kommen wg. dieser Zumutung nicht mehr!
- Digitalisierung der Stadtverwaltung: prominentestes Beispiel sind die praktisch nicht mehr funktionierenden Bürgerdienste
- Trainingsgeräte (Muskeln, Balance); sonntags alles offen
- Die vielen guten Veranstaltungen des City-Rings (Weinfest, e-Bike-Festival, Hansemarkt, etc.) wieder aufleben lassen. Wo immer möglich 2G statt 3G durchsetzen.
- Sicherheit und Sauberkeit
- Wir brauchen einen Apple Store. Das wäre ein starkes überregionales Signal.

wörtliche, unveränderte Zitate der Verfasser*innen

Auswertung der Online-Abstimmung

Was müsste in der Dortmunder City sofort umgesetzt werden?

- Konsequente Parkraumüberwachung
- Querungsmöglichkeiten Radverkehr
- Boulevard Kampstraße endlich umsetzen.
- Mehr Grün, mehr Gastronomie, mehr Fahrradverkehr und weniger Autos in der Innenstadt. Mehr kulturelle Angebote und kulturelle Events. Kultur zieht an! Siehe Loveparade.
- Weniger Parksuchverkehr innerhalb des Rings (Autos sollen in die Tiefgarage, also Parkplätze oberhalb stark reduzieren), mehr Fußgängerzonen ohne Autos, mehr Begrünung, mehr konsumfreie Sitzmöglichkeiten, gute Querung mit Rad von Süd nach Nord
- Parksuchverkehr eindämmen durch Abschaffung weniger oberirdischer Stellplätze und Konzentration auf Parkhäuser
- Mehr Grünflächen
- Mehr Bäume
- Weniger Autos
- Alte, nicht mehr genutzte Litfaßsäulen in Kunstobjekte verwandeln (internationaler Wettbewerb)
- Günstigere Mieten für Einzelhandel attraktiver gestalten. Ggfs. Zuschüsse für Existenzgründer.
- Es sind zu viele Scherben auf den Geh- und Radwegen. Das Zigarettenstummelwegwerfproblem muss angegangen werden.

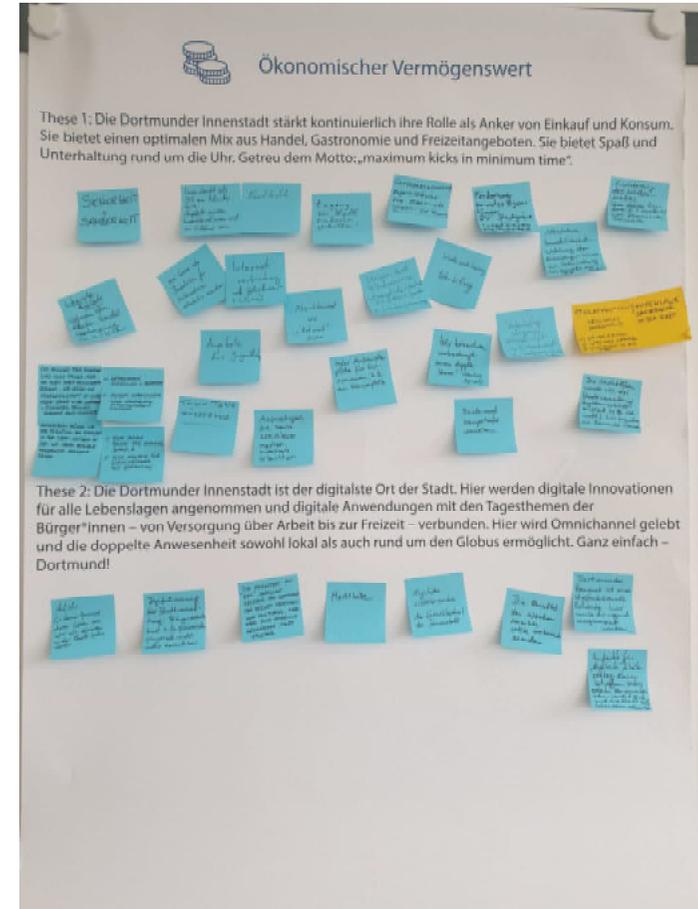
wörtliche, unveränderte Zitate der Verfasser*innen

Dialogstation 1: Der ökonomische Vermögenswert der Dortmunder Innenstadt

These 1: Die Dortmunder Innenstadt stärkt kontinuierlich ihre Rolle als Anker von Einkauf und Konsum. Sie bietet einen optimalen Mix aus Handel, Gastronomie und Freizeitangeboten. Sie bietet Spaß und Unterhaltung rund um die Uhr. Getreu dem Motto: „maximum kicks in minimum time“.

- Sicherheit + Sauberkeit
- Innenstadt als Ort am Puls der Zeit. Angebote müssen emotionalisieren und ein Erlebnis sein.
- Foodhall
- Zugang zur Stadt einfacher gestalten
- Geförderte (kostenlose) Arbeitsräume für Start-ups; Start-up Tower
- Förderung privater Eigentümer; Photovoltaik-, Dachgrün-Investitionen für Umbauten; Wohnraum
- attraktive Immobilienentwicklung des ehemaligen Kinos am Ostenhellweg (als Anker/Magnet für den Ostenhellweg)
- Erweiterung des Wochenmarktes um einen (mobilen) Essbereich als Kommunikationsstätte
- integrierte Angebote: Wohnen, Leben, Arbeiten, Handel, Gastronomie, Freizeit und Kultur
- Wie kann ich Immobilien für Unternehmen attraktiv machen?
- Internetverbindung aus Glasfaser (WLAN)

wörtliche, unveränderte Zitate der Teilnehmer*innen

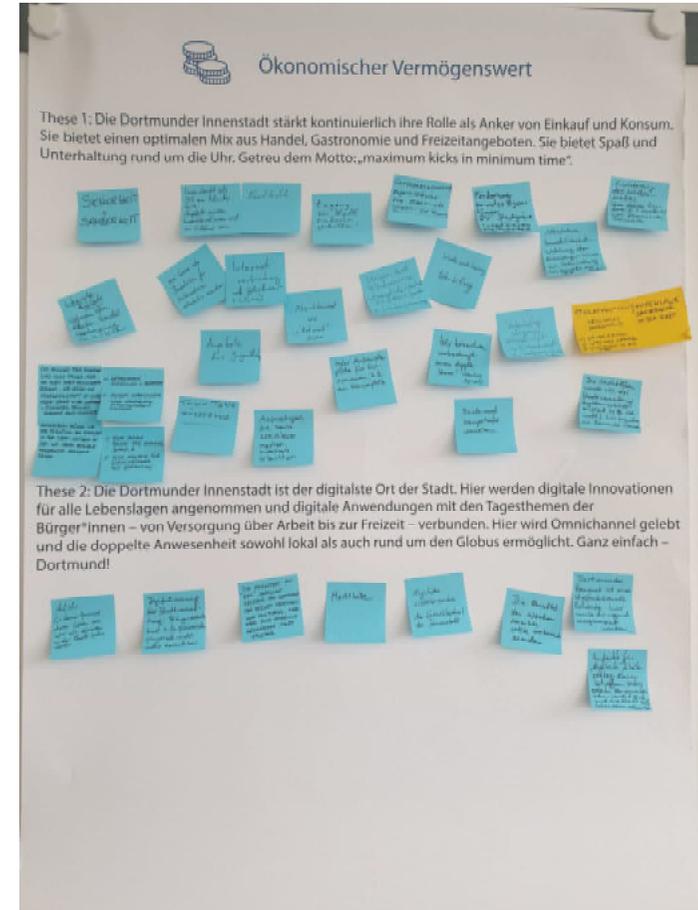


Dialogstation 1: Der ökonomische Vermögenswert der Dortmunder Innenstadt

These 1: Die Dortmunder Innenstadt stärkt kontinuierlich ihre Rolle als Anker von Einkauf und Konsum. Sie bietet einen optimalen Mix aus Handel, Gastronomie und Freizeitangeboten. Sie bietet Spaß und Unterhaltung rund um die Uhr. Getreu dem Motto: „maximum kicks in minimum time“.

- Abendkonzept wie „Ostwall“ früher
- steigern durch Förderanreize
 - 1. Energetische Infrastruktur, Photovoltaik, E-Mobilität, Speicher
 - 2. Substanzerneuerung
- Wiedermobilisierung Ostenthellweg
- Das Angebot der Innenstadt wird durch Macher, aber vor allem durch Konsumenten gemacht – wir müssen die Stadtgesellschaft im Niveau heben, gerade in der Innenstadt → Studenten, Familien, gehobene Arbeitnehmer.
 - ansprechende Immobilien und Quartiere
 - moderne Infrastruktur: Wege, Grünflächen, Aufenthaltsräume, Glasfaser
- andersrum müssen wir das Potential der Menschen in der Stadt nutzen, indem wir ihnen besser angepasste Angebote bieten
 - mehr soziale Räume für Obdachlose, Junkies, etc.
 - mehr Angebote für Geringverdiener und Bedürftige

wörtliche, unveränderte Zitate der Teilnehmer*innen

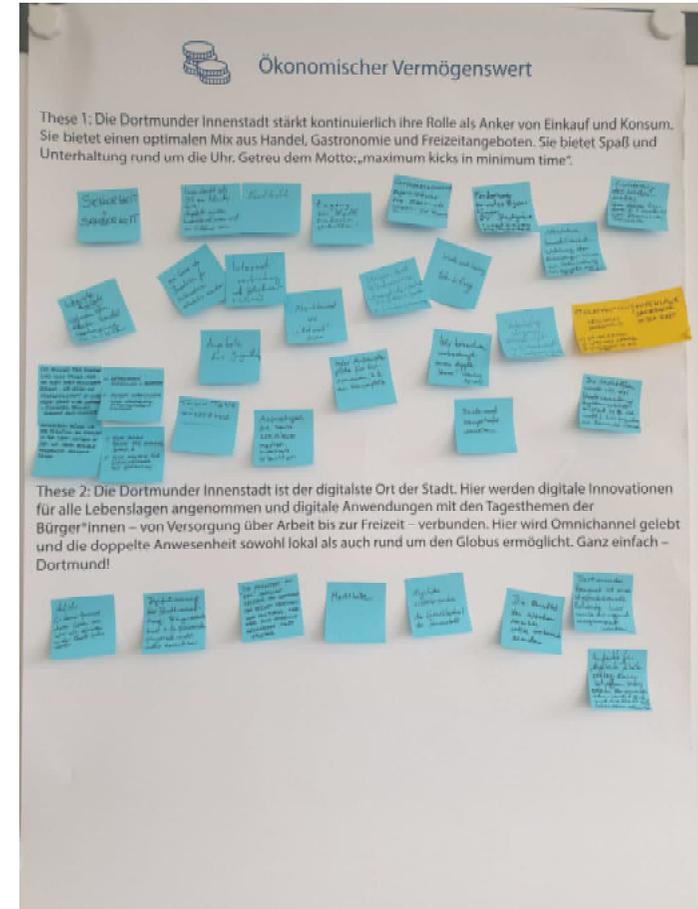


Dialogstation 1: Der ökonomische Vermögenswert der Dortmunder Innenstadt

These 1: Die Dortmunder Innenstadt stärkt kontinuierlich ihre Rolle als Anker von Einkauf und Konsum. Sie bietet einen optimalen Mix aus Handel, Gastronomie und Freizeitangeboten. Sie bietet Spaß und Unterhaltung rund um die Uhr. Getreu dem Motto: „maximum kicks in minimum time“.

- Think Tank Förderung
- Angebot für Jugendliche
- Auswärtigen die Stadt erreichbarer machen, Aufenthalt erleichtern
- mehr Außensitzplätze für Gastronomen, z. B. am Hansaplatz
- wir brauchen unbedingt einen Apple Store! (starkes Signal)
- Boulevard Kampstraße umsetzen
- Verknüpfung; Steigerung der Attraktivität
 - 1. Einkaufsstadt
 - 2. Gastronomie + Kultur
 - Ziel: Investoren locken
- Das Nachtleben wurde von der Stadtverwaltung systematisch zerstört (z. B. Ostwall). Wir brauchen ein Bermuda-Dreieck!
- Dortmunder Bauamt ist eine dysfunktionale Behörde: hier muss dringend reorganisiert werden
- verstärkt für „Hightech“-Arbeitsplätze Raum schaffen, sodass Konsumenten schon vor Ort sind und die Stadt als Lebensraum wahrnehmen

wörtliche, unveränderte Zitate der Teilnehmer*innen

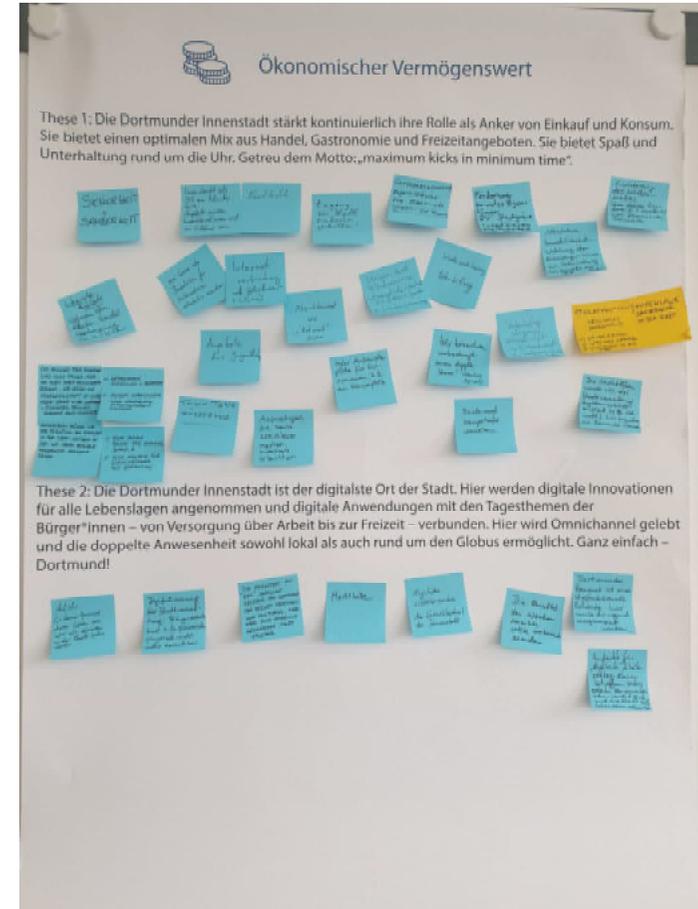


Dialogstation 1: Der ökonomische Vermögenswert der Dortmunder Innenstadt

These 2: Die Dortmunder Innenstadt ist der digitalste Ort der Stadt. Hier werden digitale Innovationen für alle Lebenslagen angenommen und digitale Anwendungen mit den Tagesthemen der Bürger*innen – von Versorgung über Arbeit bis zur Freizeit – verbunden. Hier wird Omnichannel gelebt und die doppelte Anwesenheit sowohl lokal als auch rund um den Globus ermöglicht. Ganz einfach – Dortmund!

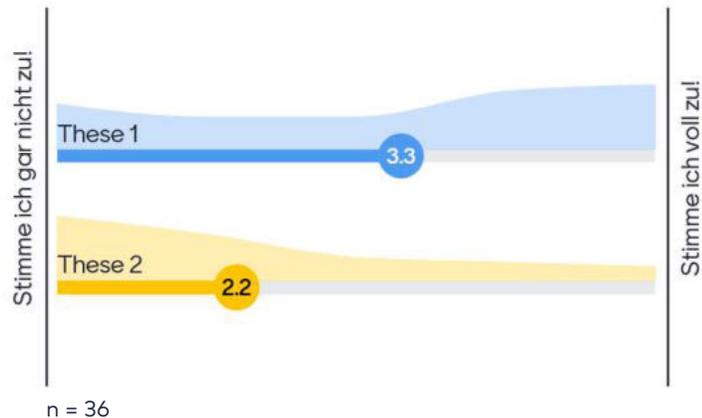
- 1) Themenwochen
 - Grillwoche/Bonbonwoche
- 2) Dauerkirmes
- 3) Offener Sonntag
- 4) Spielplatz in der Stadt
- 5) kostenloser Nahverkehr in der Stadt
- Die Innenstadt ist „DAS“ analoge Erlebnis von Dortmund, man begegnet Menschen und Kulturen, man kann eine historisch gewachsene Stadt erleben!
- Digitalisierung der Stadtverwaltung: Bürgerdienste sind z. B. praktisch physisch nicht mehr erreichbar.
- auf die Customer Journey derer hören, die wir als Kunden in der Stadt haben wollen
- Markthalle
- digitale Sichtbarkeit der Erreichbarkeit der Innenstadt
- Die Qualität des Wochenmarktes sollte verbessert werden.

wörtliche, unveränderte Zitate der Teilnehmer*innen



Abstimmung der Thesen

Ökonomischer Vermögenswert



These 1: Die Dortmunder Innenstadt stärkt kontinuierlich ihre Rolle als Anker von Einkauf und Konsum. Sie bietet einen optimalen Mix aus Handel, Gastronomie und Freizeitangeboten. Sie bietet Spaß und Unterhaltung rund um die Uhr. Getreu dem Motto: „maximum kicks in minimum time“.

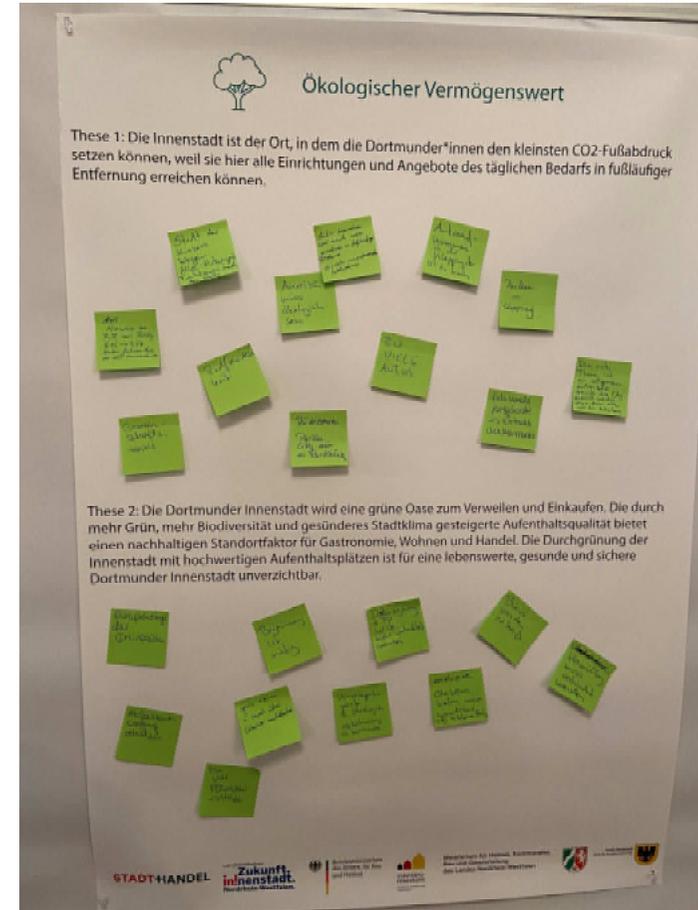
These 2: Die Dortmunder Innenstadt ist der digitalste Ort der Stadt. Hier werden digitale Innovationen für alle Lebenslagen angenommen und digitale Anwendungen mit den Tagesthemen der Bürger*innen – von Versorgung über Arbeit bis zur Freizeit – verbunden. Hier wird Omnichannel gelebt und die doppelte Anwesenheit sowohl lokal als auch rund um den Globus ermöglicht. Ganz einfach – Dortmund!

Dialogstation 2: Der ökologische Vermögenswert der Dortmunder Innenstadt.

These 1: Die Innenstadt ist der Ort, in dem die Dortmunder*innen den kleinsten CO₂-Fußabdruck setzen können, weil sie hier alle Einrichtungen und Angebote des täglichen Bedarfs in fußläufiger Entfernung erreichen können.

- Stadt der kurzen Wege – alle Nutzungen und Funktionen innerhalb des Walls
- null Hinweise zu P+R aus Richtung A45 → B54; Autos fahren bis in die Innenstadt
- Radfreundlichkeit
- Gemeinschaftstaxis
- Anreise muss ökologisch sein
- Dafür brauchen wir auch mehr Anwohner in fußläufiger Distanz → mehr innerstädtischer Wohnraum
- Autozonen; Parken in der City nur in Parkhäusern
- zu viele Autos
- Autoaufkommen in der Kleppingstraße ist zu hoch
- Parken – Sharing
- fehlende Angebote → Erhalt Wochenmarkt
- Die erste These ist zu allgemein; anders: Wie könnte die City errichtet werden, ohne dass alle mit dem Auto kommen?

wörtliche, unveränderte Zitate der Teilnehmer*innen

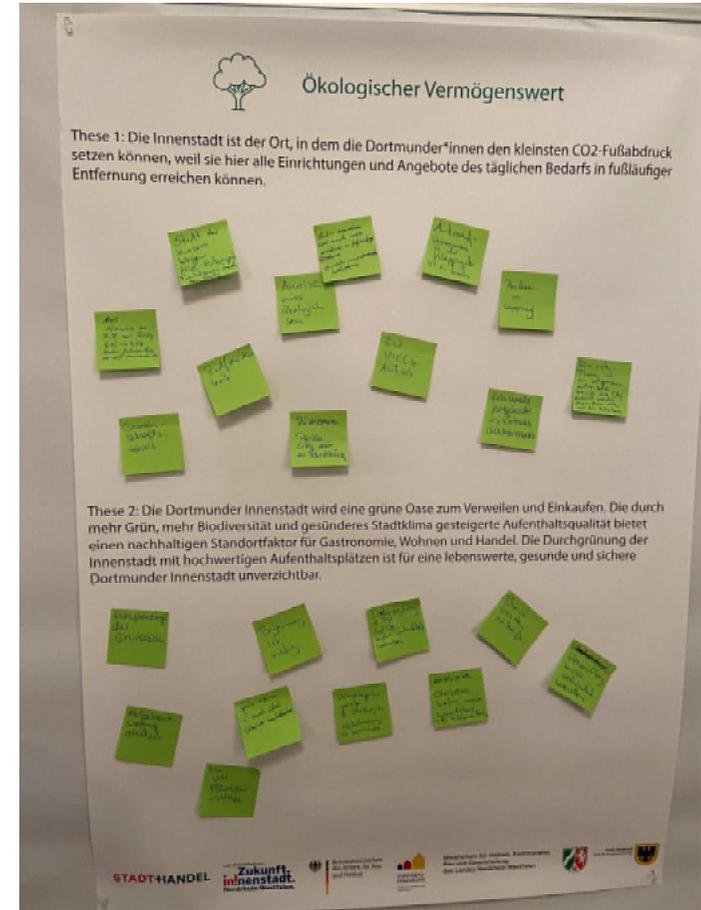


Dialogstation 2: Der ökologische Vermögenswert der Dortmunder Innenstadt.

These 2: Die Dortmunder Innenstadt wird eine grüne Oase zum Verweilen und Einkaufen. Die durch mehr grün, mehr Biodiversität und gesünderes Stadtklima gesteigerte Aufenthaltsqualität bietet einen nachhaltigen Standortfaktor der Gastronomie, Wohnen und Handel. Die Durchgrünung der Innenstadt mit hochwertigen Aufenthaltsplätzen ist für eine lebenswerte, gesunde und sichere Dortmunder Innenstadt unverzichtbar.

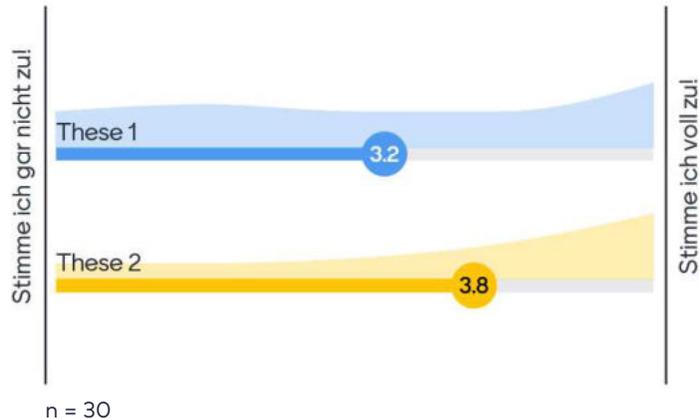
- Abfallentsorgung ahnden
- Respektierung der Grünflächen
- Begrünung ist nötig
- grün + blau = auch über Wasser nachdenken
- Vermögenswert und Ökologie → schwierig zu kombinieren
- Dachbegrünung + Photovoltaik sollte mehr unterstützt werden
- mehrere Oasen wären wunderbar (z. B. vier kleine Parks)
- Büros werden zu heiß
- zu viel Pflaster → Hitze
- Vermüllung muss verhindert werden

wörtliche, unveränderte Zitate der Teilnehmer*innen



Abstimmung der Thesen

Ökologischer Vermögenswert



These 1: Die Innenstadt ist der Ort, in dem die Dortmunder*innen den kleinsten CO₂-Fußabdruck setzen können, weil sie hier alle Einrichtungen und Angebote des täglichen Bedarfs in fußläufiger Entfernung erreichen können.

These 2: Die Dortmunder Innenstadt wird eine grüne Oase zum Verweilen und Einkaufen. Die durch mehr Grün, mehr Biodiversität und gesünderem Stadtklima gesteigerte Aufenthaltsqualität bietet einen nachhaltigen Standortfaktor für Gastronomie, Wohnen und Handel. Die Durchgrünung der Innenstadt mit hochwertigen Aufenthaltsplätzen ist für eine lebenswerte, gesunde und sichere Dortmunder Innenstadt unverzichtbar.

Dialogstation 3: Der kulturelle Vermögenswert der Dortmunder Innenstadt

These 1: Die Dortmunder Innenstadt eine Renaissance als Kultur- und Sozialraum. Sie löst ihre funktionale Schiefelage auf: Die vormals vom Einzelhandel dominierten Bereiche rund um den Osten- und Westenhellweg erfahren eine Blütezeit als inspirierender, freundlicher Ort, der seine vielfältigen Quartiere feiert und in dem das Miteinander und nicht der Kommerz im Vordergrund steht.

- 80er Jahre Brückstraßen-Revival! Ein Traum!
- Die Geschichte unserer Stadt ist nicht mehr sichtbar.
- Experimentierräume schaffen, ohne ökonomische Ziele
- Die Stadt soll wieder dem Menschen dienen und nicht umgekehrt.
- Musikstudenten in die Stadt bringen (öffentliche Plätze)
- Live-Musik in Kneipen/Cafés; Festivals; weniger Demos
- Kultur ist mehr als Theater & Co.; Kultur auch als Begegnung verstehen
- Kultur ist Verständnis
- Pop-up Stores für Erlebnisangebote
- Vielfalt Musik, Kunst, Mitmachen, organisiert und spontan
- kostenlose Angebote fehlen (Sportplätze)
- Konsumkommerz und Kultur – können auch zusammen

wörtliche, unveränderte Zitate der Teilnehmer*innen



Dialogstation 3: Der kulturelle Vermögenswert der Dortmunder Innenstadt

These 1: Die Dortmunder Innenstadt eine Renaissance als Kultur- und Sozialraum. Sie löst ihre funktionale Schiefelage auf: Die vormals vom Einzelhandel dominierten Bereiche rund um den Osten- und Westenhellweg erfahren eine Blütezeit als inspirierender, freundlicher Ort, der seine vielfältigen Quartiere feiert und in dem das Miteinander und nicht der Kommerz im Vordergrund steht.

- kulturelle Erlebnisräume für unterschiedliche Zielgruppen → Alter, Ansprüche, etc.
 - zielorientierte Kommunikation dieser Erlebnisangebote
- Veranstaltungen à la Museumsnacht intensivieren
- mehr Angebot schafft mehr Nachfrage
- es werden mehr Räume für Musik und Events benötigt
- eine Regelung der Lautstärke der Betreiber
- Kultur ist Austausch
- Es muss ein Miteinander von Kultur und Kommerz geben → die Mischung macht's!
- Ausstellungsraum neben der Schauburg sollte Vereinen und Künstlern für Projektionen verfügbar gemacht werden
- „... Kommerz nicht im Vordergrund“ WIE?
- Dialog-Kultur, Begegnungs-Kultur

wörtliche, unveränderte Zitate der Teilnehmer*innen



Dialogstation 3: Der kulturelle Vermögenswert der Dortmunder Innenstadt

These 1: Die Dortmunder Innenstadt eine Renaissance als Kultur- und Sozialraum. Sie löst ihre funktionale Schiefelage auf: Die vormals vom Einzelhandel dominierten Bereiche rund um den Osten- und Westenhellweg erfahren eine Blütezeit als inspirierender, freundlicher Ort, der seine vielfältigen Quartiere feiert und in dem das Miteinander und nicht der Kommerz im Vordergrund steht.

- ... auch „Kultur des Ausgehens“ (Gastronomie & Co.)
- Der krampfhafteste Versuch des Modernismus kannibalisiert die Kultur und Geschichte
- Das von der Stadtverwaltung zerstörte Nachtleben wieder beleben (z. B. Ostwall), wir brauchen wieder ein Bermuda-Dreieck.



wörtliche, unveränderte Zitate der Teilnehmer*innen

Dialogstation 3: Der kulturelle Vermögenswert der Dortmunder Innenstadt

These 2: Die Dortmunder Innenstadt ist der Festspielplatz seiner Bürger*innen und Besucher*innen. Alle Genres, Sujets und Milieus finden hier ihre Angebote und ihren Platz. In den Häusern, auf den Plätzen und in den Straßen der Innenstadt. Sie füllen die Stadt mit Leben, Vielfalt und Kreativität.

- Mischkonzepte für den Hellweg (Gastro & Event + Kunst)
- mehr offene Räume für Kulturschaffende
- öffentliche Gebäude der Öffentlichkeit zurückgeben (z. B. Kirchen)
- Open-Air Summer Stage über den Sommer
- THESE 2 MUSS DAS ZIEL SEIN!
- Open-Air Ausstellungen über den Westen- und Ostenhellweg!
- Die Polis war in der Antike der Ort für Meinungen, Kultur und Zusammenkunft.
- Sauberkeit und Sicherheit durch Belegung von Plätzen, die lost places geworden sind. Ausgehmeile kann Scharnierfunktion haben zwischen Hauptbahnhof und Einkaufsmeile
- kleinteilige/quartiersbezogene Kultur + offene Angebote statt großer Events
- Projekträume und Co...
- es ist eine strukturierte „künstlerische“ Belegung der Plätze notwendig

wörtliche, unveränderte Zitate der Teilnehmer*innen

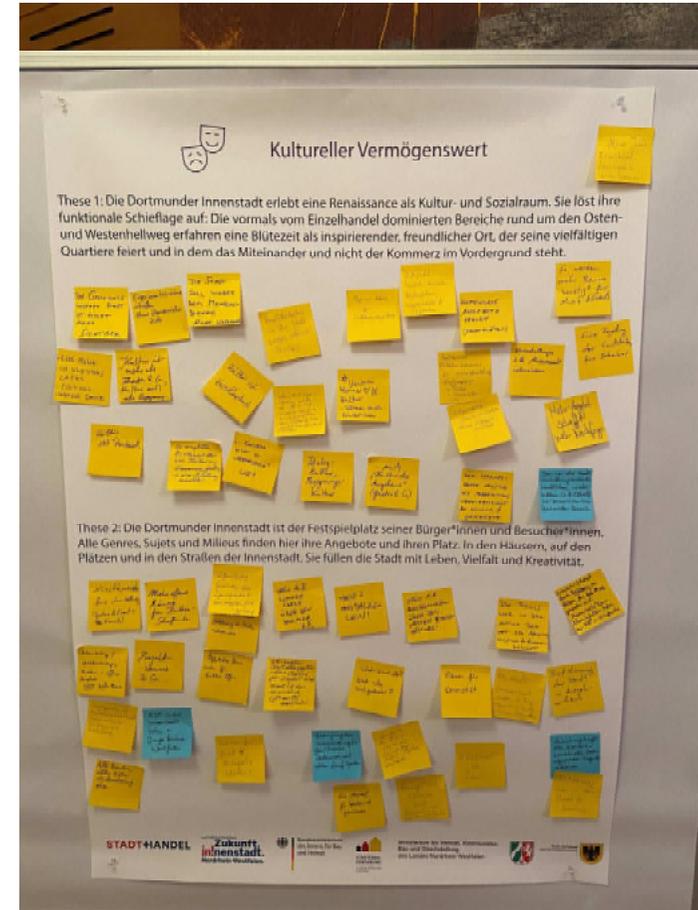


Dialogstation 3: Der kulturelle Vermögenswert der Dortmunder Innenstadt

These 2: Die Dortmunder Innenstadt ist der Festspielplatz seiner Bürger*innen und Besucher*innen. Alle Genres, Sujets und Milieus finden hier ihre Angebote und ihren Platz. In den Häusern, auf den Plätzen und in den Straßen der Innenstadt. Sie füllen die Stadt mit Leben, Vielfalt und Kreativität.

- öffentlichen Raum mehr für Kultur öffnen
- Sicher gut für das Lebensgefühl und eine Chance für Vielfalt und so, doch ist das so wirklich (finanziell) realisierbar?
- Wer sind alle? Sind alle mitgedacht?
- Raum für Diversität
- Es muss „convenient“ werden → Sitzgelegenheiten, Trinkbrunnen, WC
- Profilierung der Stadt in Ausgeh-Milieus
- Sitzgelegenheiten auf dem Hellweg (Ost und West) wären attraktiv für Bürger mit Einschränkungen
- KJT in die Innenstadt holen + Junge Bühne Westfalen
- Räume für Kunst und Fotografie schaffen
- bedingungslose Unterstützung für das Theater Dortmund mit allen fünf Sparten

wörtliche, unveränderte Zitate der Teilnehmer*innen



Dialogstation 3: Der kulturelle Vermögenswert der Dortmunder Innenstadt

These 2: Die Dortmunder Innenstadt ist der Festspielplatz seiner Bürger*innen und Besucher*innen. Alle Genres, Sujets und Milieus finden hier ihre Angebote und ihren Platz. In den Häusern, auf den Plätzen und in den Straßen der Innenstadt. Sie füllen die Stadt mit Leben, Vielfalt und Kreativität.

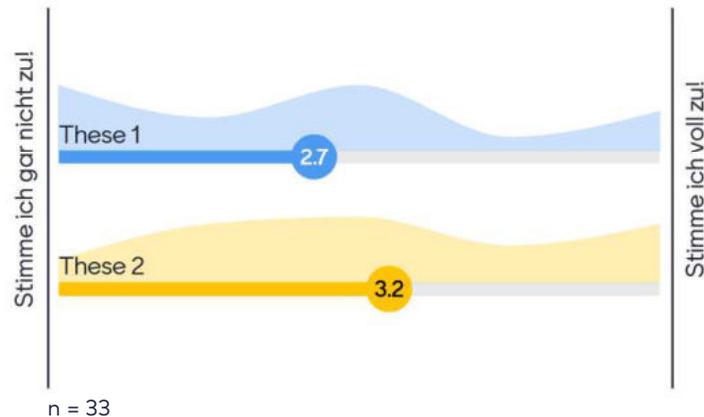
- ein Musical für Dortmund gewinnen
- Studenten der Musikakademie können auf kleineren Flächen auftreten
- Bürger*innen nehmen sich Raum! – Ist erlaubt!
- kuratiert und frei
- Anziehungskraft des Konzerthauses als überregionaler Magnet erhöhen
- Anziehung, um in die Stadt zu kommen
- Alle Branchen sollten Kultur als Bereicherung sehen.

wörtliche, unveränderte Zitate der Teilnehmer*innen



Abstimmung der Thesen

Kultureller Vermögenswert



These 1: Die Dortmunder Innenstadt erlebt eine Renaissance als Kultur- und Sozialraum. Sie löst ihre funktionale Schiefelage auf: Die vormals vom Einzelhandel dominierten Bereiche rund um den Osten- und Westenhellweg erfahren eine Blütezeit als inspirierender, freundlicher Ort, der seine vielfältigen Quartiere feiert und in dem das Miteinander und nicht der Kommerz im Vordergrund steht.

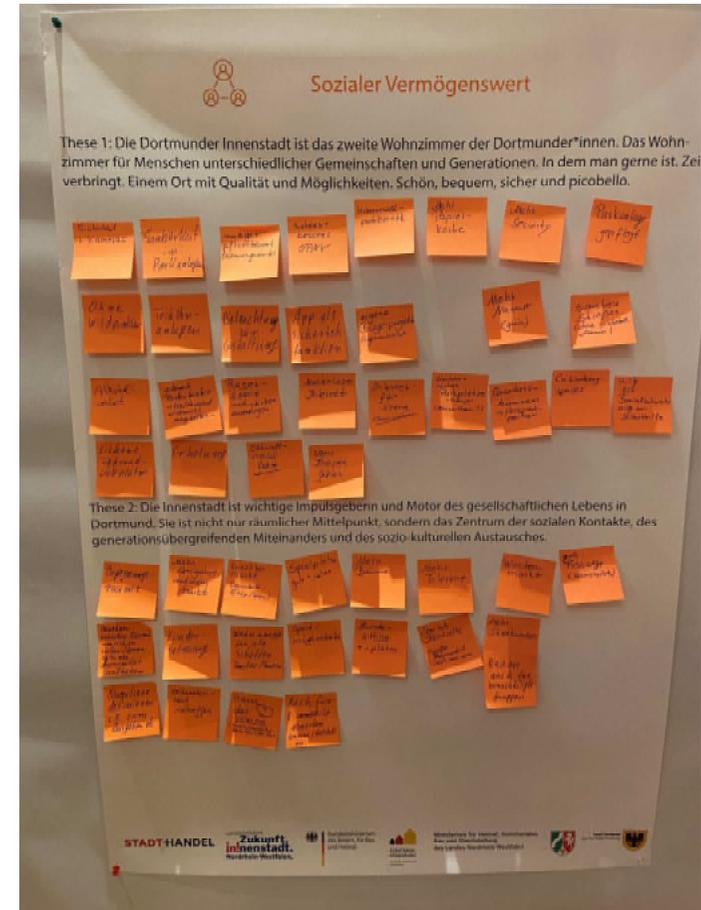
These 2: Die Dortmunder Innenstadt ist der Festspielplatz seiner Bürger*innen und Besucher*innen. Alle Genres, Sujets und Milieus finden hier ihre Angebote und ihren Platz. In den Häusern, auf den Plätzen und in den Straßen der Innenstadt. Sie füllen die Stadt mit Leben, Vielfalt und Kreativität.

Dialogstation 4: Der soziale Vermögenswert der Dortmunder Innenstadt

These 1: Die Dortmunder Innenstadt ist das zweite Wohnzimmer der Dortmunder*innen. Das Wohnzimmer für Menschen unterschiedlicher Gemeinschaften und Generationen. In dem man gerne ist. Zeit verbringt. Einem Ort mit Qualität und Möglichkeiten. Schön, bequem, sicher und picobello.

- Sicherheit + Kameras
- Sauberkeit in Parkanlagen
- mutige + pflichtbewusste Ordnungsämter
- sicheres + besseres ÖPNV
- Hausmüllproblematik
- mehr Papierkörbe
- mehr Security
- Parkanlage gepflegt
- ohne Wildpinkler
- Toilettenanlagen
- Beleuchtung zur Gestaltung
- App als Sicherheitsfunktion
- eigene Bürgerprojekte – Eigeninitiative
- mehr Natur (grün)
- saubere Straßen (ohne pinkelnde Männer)

wörtliche, unveränderte Zitate der Teilnehmer*innen

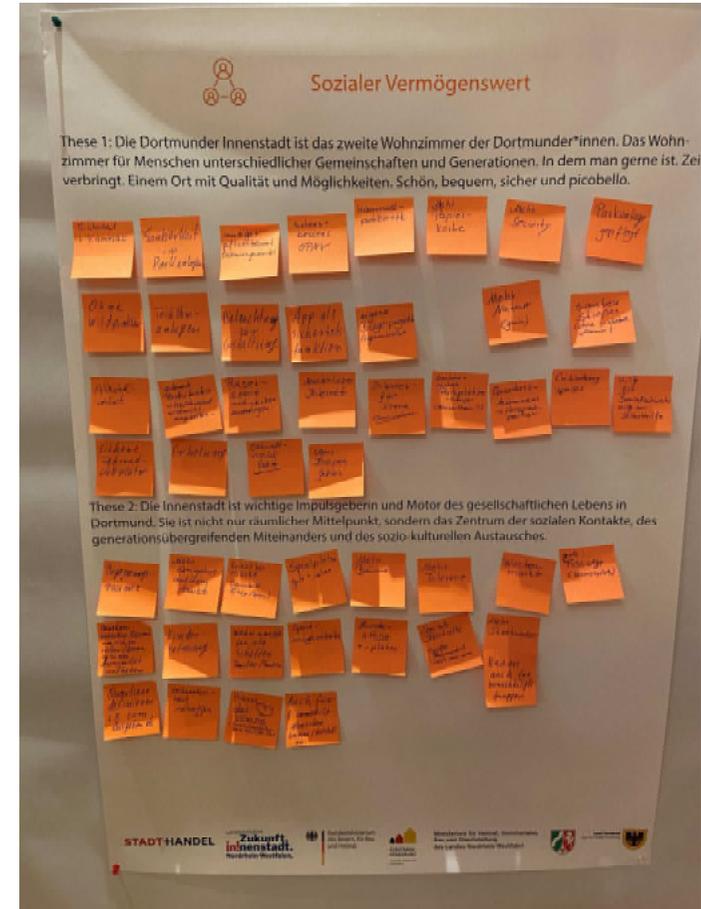


Dialogstation 4: Der soziale Vermögenswert der Dortmunder Innenstadt

These 1: Die Dortmunder Innenstadt ist das zweite Wohnzimmer der Dortmunder*innen. Das Wohnzimmer für Menschen unterschiedlicher Gemeinschaften und Generationen. In dem man gerne ist. Zeit verbringt. Einem Ort mit Qualität und Möglichkeiten. Schön, bequem, sicher und picobello.

- Alkoholverbot
- verheerende Parksituation → Halteverbot wird nicht eingehalten
- Raser-Szene noch stärker eindringen
- kostenloses Internet
- internetfreie Szene
- saubere + sichere Parkplätze und -häuser (Konzerthaus)
- Quartierskümmerer → Ansprechpartner
- Co-Working Spaces
- Hilfe für Sozialschwache; Hilfe zur Selbsthilfe
- sichere Fahrradstellplätze
- Erholung
- Ostwallviertel fehlt
- kleinere Kneipen fehlen

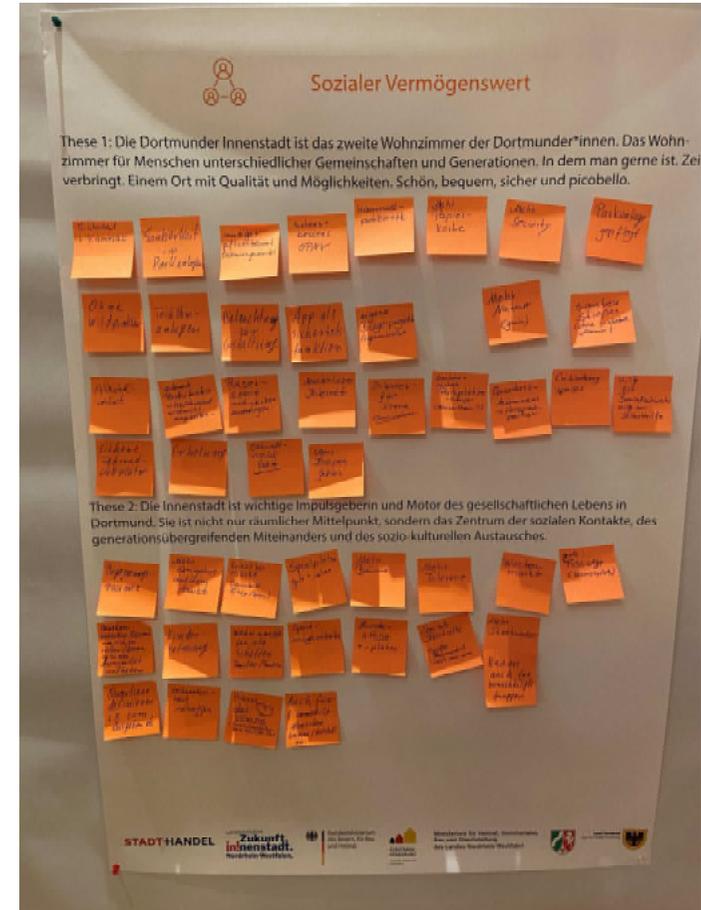
wörtliche, unveränderte Zitate der Teilnehmer*innen



Dialogstation 4: Der soziale Vermögenswert der Dortmunder Innenstadt

These 2: Die Innenstadt ist wichtige Impulsgeberin und Motor des gesellschaftlichen Lebens in Dortmund. Sie ist nicht nur räumlicher Mittelpunkt, sondern das Zentrum der sozialen Kontakte, des generationsübergreifenden Miteinanders und des sozio-kulturellen Austausches.

- Begegnungsräume
- mehr Angebot auf dem Markt
- Künstlermarkt (anstatt Etsy-App)
- gute und sichere Spielplätze
- mehr Bäume
- mehr Toleranz
- Wochenmarkt
- gute Fußwege (Hansaplatz)
- Bewohner brauchen Räume, um sich zu treffen/kennen zu lernen; Anonymität aufheben



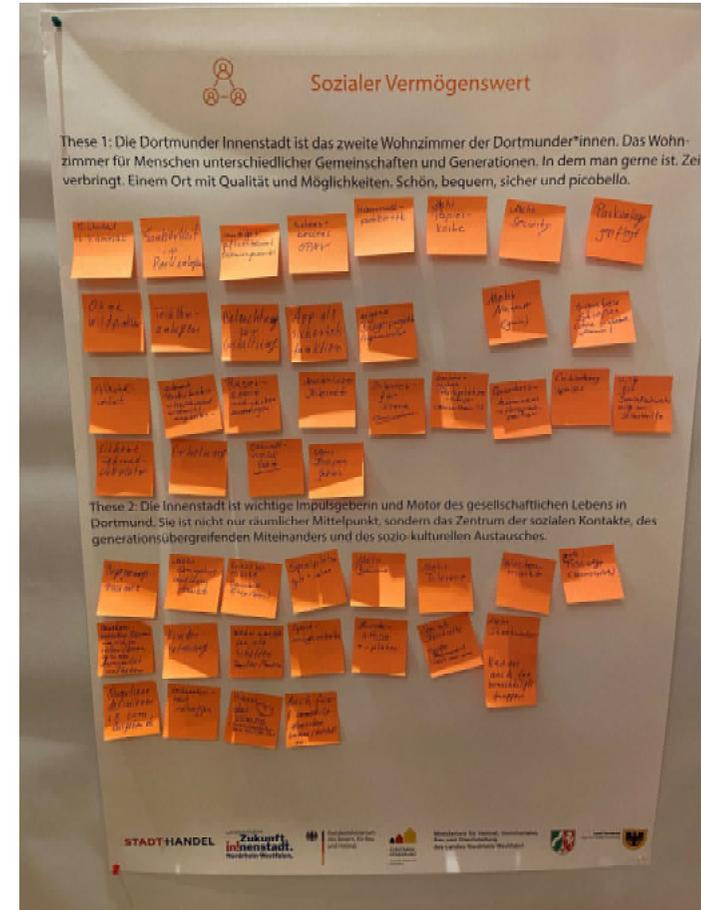
wörtliche, unveränderte Zitate der Teilnehmer*innen

Dialogstation 4: Der soziale Vermögenswert der Dortmunder Innenstadt

These 2: Die Innenstadt ist wichtige Impulsgeberin und Motor des gesellschaftlichen Lebens in Dortmund. Sie ist nicht nur räumlicher Mittelpunkt, sondern das Zentrum der sozialen Kontakte, des generationsübergreifenden Miteinanders und des sozio-kulturellen Austausches.

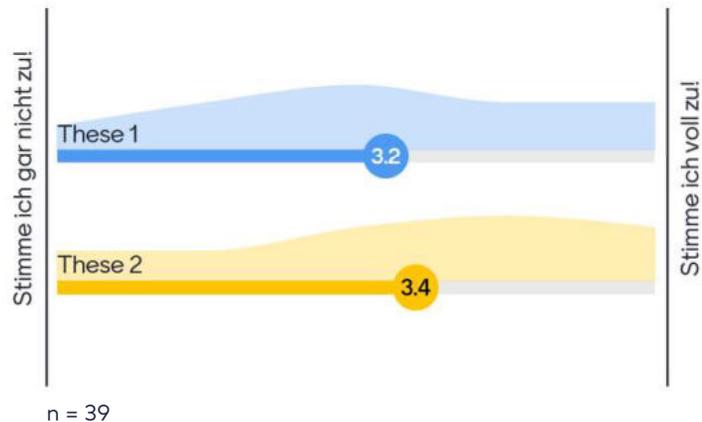
- Kinderbetreuung
- Wohnumfeld für alle schaffen → Familien/Senioren ...
- Sportmöglichkeiten
- Hundesitting, -plätze
- soziale Kontrolle → jeder kümmert sich um uns
- mehr Streetworker
- Raum auch für benachteiligte Gruppen
- Quartiere definieren z. B. zum Ausgehen etc.
- Verbundenheit schaffen
- Haus der Vereine (Kunst, Nachhaltigkeit, Sport, Senioren)
- auch für immobile Menschen Senioren/Rollstuhlfahrer/etc.

wörtliche, unveränderte Zitate der Teilnehmer*innen



Abstimmung der Thesen

Sozialer Vermögenswert



These 1: Die Dortmunder Innenstadt ist das zweite Wohnzimmer der Dortmunder*innen. Das Wohnzimmer für Menschen unterschiedlicher Gemeinschaften und Generationen. In dem man gerne ist. Zeit verbringt. Einem Ort mit Qualität und Möglichkeiten. Schön, bequem, sicher und picobello.

These 2: Die Innenstadt ist wichtige Impulsgeberin und Motor des gesellschaftlichen Lebens in Dortmund. Sie ist nicht nur räumlicher Mittelpunkt, sondern das Zentrum der sozialen Kontakte, des generationsübergreifenden Miteinanders und des sozio-kulturellen Austausches.

Dialogstation 5: Der emotionale Vermögenswert der Dortmunder Innenstadt

Positive Emotionen

- gute Straßenmusiker
- der Klavierspieler am Café Rosa in der Olpe
- Live-Musik
- Musik im Brückviertel
- Tag des Liedes
- Spiel-mich Aktionen; Spiel-mich Klaviere
- Pop-up-Garten Reinoldikirche
- Das Leben auf dem Wochenmarkt.
- Waffeln essen auf dem Markt
- Pokemon-Festival mit jungen Leuten ohne Hetze
- Botschaften am U
- Weihnachtszeit, Duft & Licht
- Weihnachtsmarkt – größter Weihnachtsbaum
- Überraschungs-Adventskalender an der Petri-Kirche
- Weihnachtssingen auf dem Hansaplatz
- Weihnachtsoratorium
- Besuch des Fußballmuseums und weiterer Museen
- Besuch der Ausstellung im HMKV
- Museumsbesuche

wörtliche, unveränderte Zitate der Teilnehmer*innen



Dialogstation 5: Der emotionale Vermögenswert der Dortmunder Innenstadt

Positive Emotionen

- spontanes Picknick auf dem Markt bei geschlossener Gastronomie während des Lockdowns
- historische Fassaden in den Obergeschossen
- Kirchentag-Eröffnungsgottesdienst
- Feiern mit Menschen
- Treffen mit der Familie; Familienbesuche, z. B. zum Hansamarkt



wörtliche, unveränderte Zitate der Teilnehmer*innen

Dialogstation 5: Der emotionale Vermögenswert der Dortmunder Innenstadt

Negative Emotionen

- Morgens viele Obdachlose in den Passagen der Innenstadt
- leere City; Obdachlose
- Aggression der Autofahrer auf dem Wall
- Beim Fahren in die Stadt ärgere ich mich total: Überall Baustellen auf denen oft nicht gearbeitet wird... dann aber, wenn ich erstmal am Alten Markt „in meinem Wohnzimmer“ bin, ist alles fast wieder gut.
- Graffiti mit Strafe versehen, haben hohe Kosten bei der Reinigung
- Notdurft im öffentlichen Raum sowie an/in Immobilien
- Sicherheit in den Abend- und Nachtstunden



wörtliche, unveränderte Zitate der Teilnehmer*innen

Dialogstation 5: Der emotionale Vermögenswert der Dortmunder Innenstadt

Potenziale

- Park hinter Galerie Utermann – leider nicht zugänglich
- Klostergarten Propsteikirche
- Manufaktur-Produkte
- Geschichte sichtbar machen
- Hanse + Mittelalter als Potential für emotionale Geschichten
- Stolz auf die Vergangenheit emotional transportieren
- Wir brauchen eine gute und überregionale Imagekampagne!
- Grünelemente – temporär oder längerfristig – sind einfach umzusetzen
- gepflegte, öffentliche, ruhige Orte, wie Gärten, die Aufenthaltsqualität abseits von Konsum ermöglichen
- Frauen in die Stadt!
- mehr Wohnen in der Innenstadt zur Belebung
- zu Hause sein: Wohnen und Familien in der Innenstadt
- Wohnumfeld in der Innenstadt berücksichtigen: Parks als lebenswerte Privaträume
- kleine private Erlebnisorte: Urban Gardening
- Museumsmeile
- Licht an, belebte Orte schaffen, insbesondere auf Museumsmeile als Scharnierfunktion zwischen HBF und Einkaufsmeile

wörtliche, unveränderte Zitate der Teilnehmer*innen



Dialogstation 5: Der emotionale Vermögenswert der Dortmunder Innenstadt

Potenziale

- Alte Fassaden erhalten bzw. wieder rausarbeiten.
- Weihnachtsbeleuchtung räumlich ausweiten
- lange Straßen durch Objekte / Kunst + Kultur unterbrechen und markieren
- Kreativwirtschaft in Veranstaltungen einbeziehen, insb. Hansemarkt und Weihnachtsmarkt
- Individuelle Veranstaltungen; kleinteilige „Pop-Up“ Veranstaltungen, Musik & Verweilen
- Street Food Festival
- Feiern! Disco! Party! Und Sicherheit



wörtliche, unveränderte Zitate der Teilnehmer*innen

Dialogstation 5: Der emotionale Vermögenswert der Dortmunder Innenstadt

Sonstiges

- Eine City lebt von den Menschen!
- Zu Hause in der Innenstadt!
- Innenstadt funktioniert nicht ohne Emotionen
- weil Emotionen unterbewusst Verhalten beeinflussen
- Emotionen als Pfund der Innenstadt
- Ohne City ist eine Stadt wertlos!
- Emotionales muss definiert werden, um es zu transportieren
- Kleinteiligkeit in der Bebauung herstellen
- freie Architektenwettbewerbe wünschenswert
- Brügmann-Park beleben
- Sichtbar machen: Wie kann man stolz sein auf die Stadt?

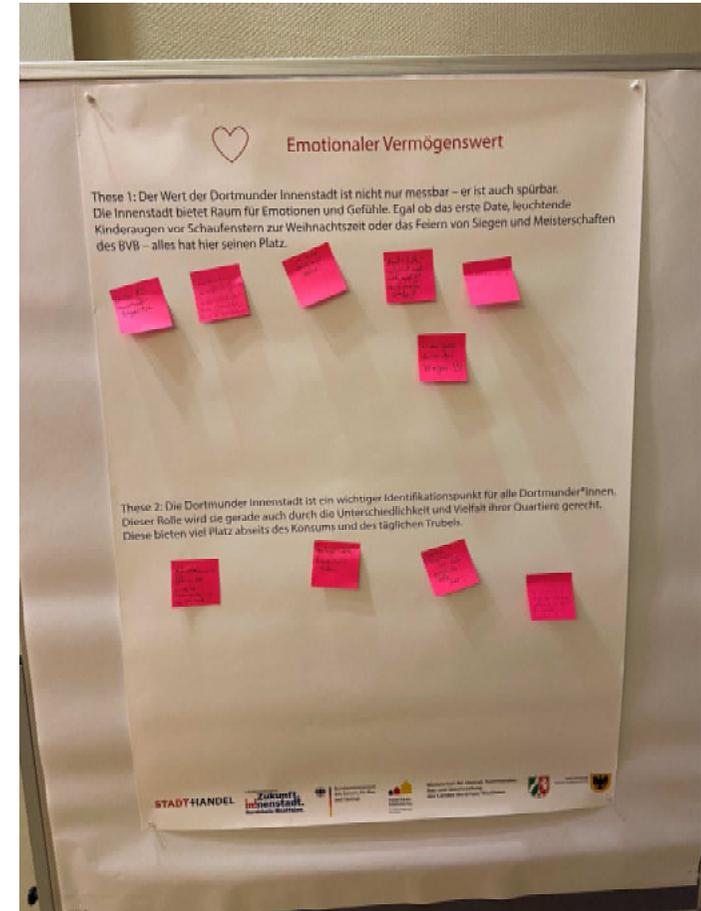


wörtliche, unveränderte Zitate der Teilnehmer*innen

Dialogstation 5: Der emotionale Vermögenswert der Dortmunder Innenstadt

These 1: Der Wert der Dortmunder Innenstadt ist nicht nur messbar – er ist auch spürbar. Die Innenstadt bietet Raum für Emotionen und Gefühle. Egal ob das erste Date, leuchtende Kinderaugen vor Schaufenstern zur Weihnachtszeit oder das Feiern von Siegen und Meisterschaften des BVB – alles hat hier seinen Platz.

- Kinder für die Innenstadt begeistern!
- Rahmen einfach gestalten, Mobilität dorthin, Toiletten, Mix für ganze Familien
- ... nur leider wohnt hier keiner.
- Musik + Kultur mit viel mehr Potential! Mehr darüber sprechen!
- So sollte es sein!
- Liebe geht durch den Magen!

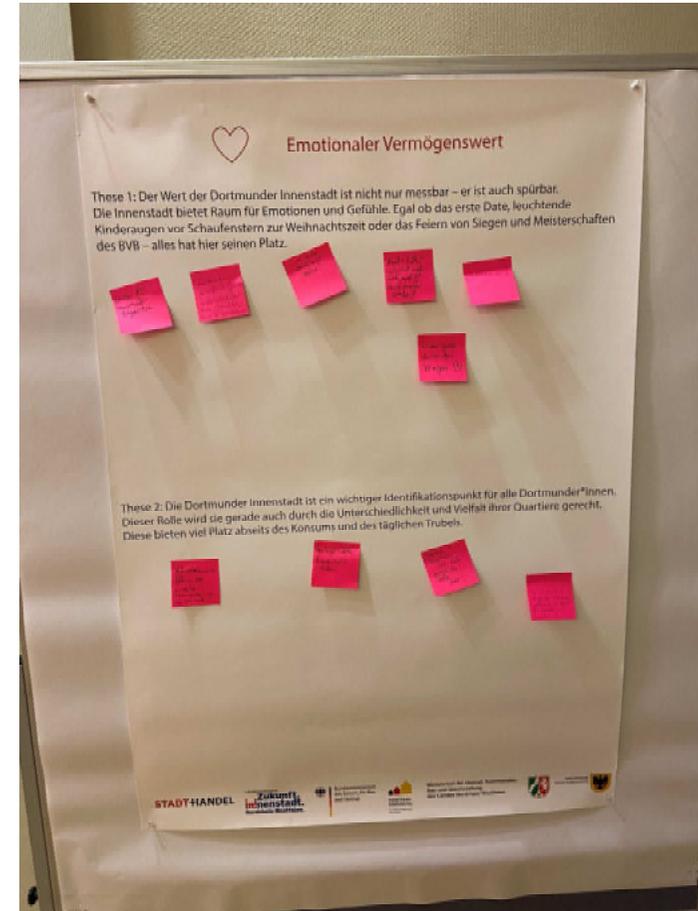


wörtliche, unveränderte Zitate der Teilnehmer*innen

Dialogstation 5: Der emotionale Vermögenswert der Dortmunder Innenstadt

These 2: Die Dortmunder Innenstadt ist ein wichtiger Identifikationspunkt für alle Dortmunder*innen. Dieser Rolle wird sie gerade auch durch die Unterschiedlichkeit und Vielfalt ihrer Quartiere gerecht. Diese bieten viel Platz abseits des Konsums und des täglichen Trubels.

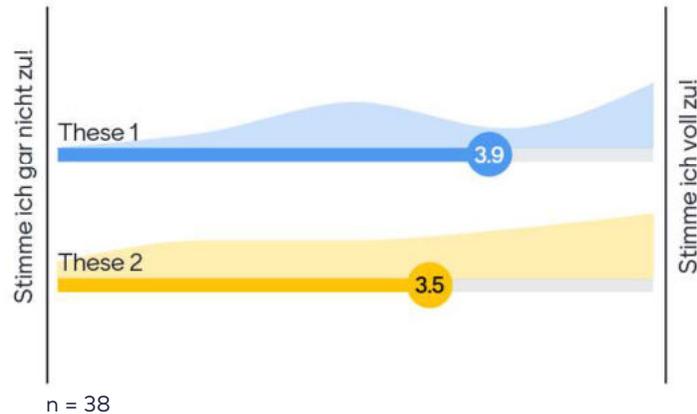
- Aufenthaltsqualität fehlt in der Innenstadt
- Idee: Wiese für Freizeit- und Fitness-Angebote in der City zum Mieten.
- Ruhige Orte können mehr werden!
- Denken in Quartieren ist noch nicht da, sollte aber!
- Das müssen auch Diejenigen erkennen und erfahren, die derzeit die Innenstadt nicht besuchen.



wörtliche, unveränderte Zitate der Teilnehmer*innen

Abstimmung der Thesen

Emotionaler Vermögenswert



These 1: Der Wert der Dortmunder Innenstadt ist nicht nur messbar – er ist auch spürbar. Die Innenstadt bietet Raum für Emotionen und Gefühle. Egal ob das erste Date, leuchtende Kinderaugen vor Schaufenstern zur Weihnachtszeit oder das Feiern von Siegen und Meisterschaften des BVB – alles hat hier seinen Platz.

These 2: Die Dortmunder Innenstadt ist ein wichtiger Identifikationspunkt für alle Dortmunder*innen. Dieser Rolle wird sie gerade auch durch die Unterschiedlichkeit und Vielfalt ihrer Quartiere gerecht. Diese bieten viel Platz abseits des Konsums und des täglichen Trubels.

Weitere Impressionen des Abends



Weitere Impressionen des Abends



Fotos: © Roland Gorecki.

Neue Wege.
Klare Pläne.

STADT+HANDEL

**Stadt + Handel Beckmann und
Führer Stadtplaner PartGmbB**

info@stadt-handel.de

www.stadt-handel.de

Amtsgericht Essen
Partnerschaftsregister-
nummer PR 3496
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