



Fotos: Udo Geisler/StandortInnenstadt.NRW

Der Landeswettbewerb StandortInnenstadt.NRW will Ideen und Konzepte initiieren, die aus den Zentren wieder stärker Orte der Kommunikation und Begegnung machen.

Visitenkarten der Kommunen

2010 soll das Ruhrgebiet als „Kulturhauptstadt Europa“ Besucher aus aller Welt mit attraktiven Innenstädten begeistern. Wie das konkret geschehen könnte, zeigt das Ergebnis des mit Landes- und EU-Mitteln geförderten **Wettbewerbs „StandortInnenstadt.NRW“**.

Text: Volker Pieper

Die Metropole Ruhr wird im nächsten Jahr Kulturhauptstadt Europas. „Ziel der Landesregierung ist es, den Gästen aus aller Welt nicht nur herausragende kulturelle Angebote zu unterbreiten, sondern die Region auch als lebenswerten, intakten Standort für Wirtschaft und Handel zu präsentieren“, heißt es von Seiten des NRW-Wirtschaftsministeriums. „Dazu gehören vor allem erlebbare Innenstädte, denn sie sind in den Augen der Gäste aus aller Welt die Visitenkarten der Kommunen.“ Die Städte und Gemeinden des Ruhrgebiets waren deshalb im Rahmen des Wettbewerbs „StandortInnenstadt.NRW“ aufgerufen, ihre Innenstadtlagen attraktiver zu gestalten. „Durch das Zusammenspiel von Handel, Dienstleistung, öffentlichem Leben, Wohnen, Bildung, Kunst, Kultur und Freizeit sollen neue Impulse für Urbanität und Kreativität entstehen“, so das Wirtschaftsministerium, das den Wettbewerb zusammen mit dem NRW-Bauministerium ausgeschrieben hatte. Partner des Wettbewerbs sind die Metro Vermögensverwaltung GmbH & Co. KG, die Karstadt

Warenhaus GmbH, die Galeria Kaufhof GmbH und der Einzelhandelsverband Nordrhein-Westfalen.

Insgesamt beteiligten sich 21 Städte und Gemeinden des Ruhrgebiets mit zusammen 48 Beiträgen. Davon waren schließlich 25 Projekte erfolgreich. Sie können nun die entsprechenden Fördermittel aus dem „NRW-EU Ziel 2-Programm 2007-2013“ beantragen. Dienstleistungen und Lichtkonzepte sind ebenso darunter wie Beiträge zur Platz- und Straßengestaltung und explizit handelsorientierte Projekte. Besonders ideenreich waren die Städte Bochum, Essen, Gelsenkirchen und Witten, wo jeweils drei Vorhaben nun mit den Landes- und EU-Mitteln gefördert werden können. Weitere siegreiche Projekte kommen aus Castrop-Rauxel, Dortmund, Hagen, Hattingen, Lünen, Moers, Oberhausen, Schwerte, Unna und Xanten (siehe Kasten Seite 53). Sieben beispielhaft ausgewählte Vorhaben machen die Bandbreite deutlich: Mit dem „Grafschafter Musenhof“ beteiligte sich Moers erfolgreich am Wett-

„Mitreiter motivieren und mobilisieren.“

Rainer Gallus

bewerb. Über eine kundengerechte und bedarfsbezogene Betreuung von Kindern im Schlossgebäude und in Infrastruktureinrichtungen rund um das Schloss und mit der gleichzeitigen Vermittlung von themenbezogenen Bildungsangeboten soll es zu einer „serviceorientierten Attraktivierung des Wirtschaftsstandortes Innenstadt“ kommen, wie es in dem Konzept heißt. Durch die extrem kurzen Wege zwischen dem Musenhof und der unmittelbar angrenzenden Innenstadt können die Eltern immer wieder bei ihren Kindern vorbeischaun und sich vergewissern, dass es ihnen gut geht. Alle Angebote sind unentgeltlich und bedürfen keiner Voranmeldung.

Das „Unperfekthaus“ in Essen diente als Anknüpfungspunkt für eine Wettbewerbsbeteiligung. Dieses Haus mitten in der City existiert seit vier Jahren und wurde bereits mehrfach ausgezeichnet. Unbekannte Künstler und Existenzgründer haben darin die Möglichkeit, ohne nennenswerte eigene Kosten ein kreatives Projekt zu präsentieren. Rund 400 sind es zurzeit. Bislang fehlt aber noch die deutliche Sichtbarkeit von außen. Nach dem

Vorbild New Yorker Feuerleitern und Balkone soll deshalb von oben nach unten ein Kreativ-Wanderweg entstehen. Besucher dieser „Fassaden-Galerie“ schauen sich im Vorbeigehen Kunstwerke an und werden dabei selbst gesehen. Das Gebäude bekommt auf diese Weise eine vollkommen neue Außenwirkung. – Die Stadt Hattingen besitzt in der Altstadt ein nahezu unverändertes mittelalterliches Straßengefüge. Große Teile der Stadtmauer sind noch erhalten. Die ehemaligen fünf Stadttore sind noch im Straßengrundriss erkennbar, aber für den Besucher nicht mehr konkret erfassbar. Sie sollen nun durch moderne Kunstwerke neu definiert werden. Am ehemaligen Heggetor und Steinhagengtor ist das bereits geschehen – mit breiter und positiver Resonanz, wie aus Hattingen verläutet. Der Künstler Marcello Morandini hat nun Entsprechendes am früheren Bruchtor vor. Das „Stadttor Morandini“ – so der Projekttitel – soll auf einem neuen Platz inmitten des im Bau befindlichen Einkaufszentrums Reschop-Carré entstehen.

Unna setzt auf „Stadt.Licht.Atmosphäre“ und will sich so als Kulturstadt mit klaren historischen Bezügen, regionaler Identität, bürgernaher Atmosphäre und internationalem Flair in Szene setzen. Auf dem Gelände der ehemaligen Lindenbrauerei befindet sich seit einigen Jahren das „Zentrum für internationale Lichtkunst“ – daher die besondere Affinität zum Thema Licht. Das Projekt bezieht sich auf den ersten Umsetzungsraum des Lichtkonzeptes auf der Ost-West-Achse der Innenstadt, von der Lindenbrauerei über die Fußgängerzone Massener Straße zum Marktplatz und weiter bis zur Fußgängerzone Wasserstraße.

Gelsenkirchen reichte insgesamt drei Ideen ein. Eine betraf die Arminstraße. Hier soll ein Mode- und Gastronomiequartier mit besonderer Atmosphäre geschaffen werden. Die Arminstraße ist einer der Zugänge zur Haupteinkaufsachse der Stadt. Traditionell sind dort viele gastronomische Betriebe angesiedelt. Das Projekt will der Straße ein besondere

„Corporate Design“ verleihen, so die Initiatoren. Spezielle Bepflanzungen sollen ebenso dazu beitragen wie ein Lichtkonzept. Dieses Lichtkonzept leitet sich aus dem Masterplan der Stadt Gelsenkirchen ab.

In Hagen weckte der Kunstmäzen Karl Ernst Osthaus zu Beginn des 20. Jahrhunderts das Bewusstsein dafür, dass hochwertige Schaufenstergestaltungen sowohl Kaufanreize als auch ästhetischen Nutzen und Identifikationspotenziale für die Bewohner erzeugen können. Daraus ist das Projekt „Zeitreise - Einzelhandel im Wandel“ entstanden, das im Wettbewerb zu überzeugen wusste. Es zeigt die Geschichte des visuellen Marketings. Historische Warenhaus-Dekorationen der vergangenen 100 Jahre werden in Schaufenstern originalgetreu nachgebaut. Es geht aber zum Beispiel auch um das „Schaufenster der Zukunft“.

„Winterwald“ heißt das Projekt, mit dem Dortmund erfolgreich ins Rennen ging. Es bezieht sich auf die Phase unmittelbar nach Weihnachten. In dieser Zeit wird umgetauscht. Es ist immer noch Winter, dunkel und kalt. Wo eben noch Weihnachtsmarktstände anheimelnde Stimmung verbreiteten, herrscht nun graue Leere. Nicht so in Dortmund: Hier will künftig ein Winterwald die Tristesse in der City verhindern. Große Gruppen duftender Tannen sollen die zentralen Plätze in lauschige Flecken verwandeln. Der Winterwald soll auch als Kulisse für Lesungen und Umwelt-

Jury-Vorsitzender Helmut Falter (Mi), NRW-Wirtschaftsministerin Christa Thoben und Ministerialrat Karl Jasper bei der Auftaktveranstaltung von StandortInnenstadt.NRW.



Aktionen dienen. Für 2010, dem Jahr der Kulturhauptstadt, ist zusätzlich ein Licht- und Soundkonzept geplant. – Die Fachjury von „StandortInnenstadt.NRW“, die über diese und die übrigen Beiträge zu befinden hatte und hohe Maßstäbe anlegte, setzte sich aus Stadtplanern und Unternehmenspraktikern zusammen. „Die siegreichen Vorhaben werden die Aufenthaltsqualität in den Innenstädten deutlich erhöhen“, ist sich Jury-Vorsitzender Helmut Falter, Geschäftsführer der Mayerschen Buchhandlung GmbH in Aachen, sicher. Ähnlich sieht es NRW-Wirtschaftsministerin Christa Thoben. „Ich bin gespannt auf die Umsetzung der zahlreichen Ideen, von denen wir alle als Besucher der Innenstädte profitieren können.“

Rainer Gallus, Geschäftsführer beim Einzelhandelsverband NRW, gefallen besonders die Ansätze, die ein nachhaltiges Zusammenarbeiten verschiedenster Akteure aus Wirtschaft, Politik und Verwaltung versprechen. „Gemeinsam die Attraktivität der Innenstädte und Stadtteilzentren steigern – diesem Motto müssen sich nicht nur Stadtmarketing und Stadtplanung verschreiben“, so seine Ansicht. Gallus hat daher auch ein Lob für diejenigen Beiträge übrig, die letztlich nicht zu Siegern erklärt worden sind: „Die Motivierung und Mobilisierung von Mitstreitern und der Aufbau von Netzwerken sind mindestens ebenso wertvoll wie eine mögliche finanzielle Förderung.“

StandortInnenstadt.NRW: Die siegreichen Projekte

25 Projekte aus 14 Kommunen sind siegreich aus dem Wettbewerb „StandortInnenstadt.NRW“ hervorgegangen. Sie werden jeweils mit 50 bis 80 Prozent aus Landes- und EU-Mitteln gefördert. Die Summe des Investitionsvolumens, inklusive der Eigenanteile der Kommunen, liegt bei 10,7 Mio. Euro. Die Projekte im Einzelnen:

Bochum: IMPULS - Bühne im Bermuda3Eck, Heilige Orte - WortWegFührung, KunstLicht-Tor 9 - Bochumstep; **Castrop-Rauxel:** Leo macht Platz für Kultur, Stadt.Tore; **Dortmund:** Winterwald, Von der Industriestadt zum

K(ult)urort - ein Konzertpavillon für Dortmund; **Essen:** Fassaden-Galerie, Speaker's Corner, Kultur-Parcour; **Gelsenkirchen:** Arminstraße - das Mode- und Gastronomiequartier mit Atmosphäre, Steigerung der Attraktivitätskraft der Gelsenkirchener Innenstadt auf neue Zielgruppen durch dauerhafte Belebung von Innenstadtplätzen mittels neuer gastronomischer Nutzungen und deren Vernetzung mit Initiativen des Handels; **Hagen:** Zeitreise - Einzelhandel im Wandel; **Hattingen:** Licht in der Altstadt, Stadttor Morandini; **Lünen:** Herzlich willkommen! - Neue Empfangsorte für die

Lüner Innenstadt; **Moers:** Grafshafter Munsenhof; **Oberhausen:** Parkstadt Oberhausen: Die soziale Stadt als Gastgeber - Maßnahme Mobile Gärten in der City; **Schwerte:** Wasserlauf am Stadtpark; **Unna:** Stadt.Licht.Atmosphäre; **Witten:** witten inszeniert stadtraum, brücken bauen, Witten zeigt Gesicht!; **Xanten:** Kultur-hoch-X - Kultur erleben im Herzen der Stadt Xanten. – Im kommenden Frühjahr werden die Projekte im Rahmen eines Fachkongresses der Öffentlichkeit präsentiert. Weitere Informationen im Internet unter: www.ziel2-nrw.de