

Innenstadtkonzept „Ruhr Village“

Im Auftrag der Industrie- und Handelskammer Ruhr Mitte

1. Bochum muss in die Offensive gehen

Das Konzept „Ruhr-Village“ versteht sich als Weiterentwicklung der bisherigen Planungsüberlegungen für die Bochumer Innenstadt zu einer offensiven Planungsstrategie für den Standortwettbewerb innerhalb der StadtRegion. Sie geht davon aus, dass regionale Kooperation zwar immer wieder von den umgebenden Oberzentren behauptet, im Ernstfall jedoch nicht oder nur sehr begrenzt durchgehalten wird. Der Stadt Bochum bleibt deswegen nichts anderes übrig als ihre eigenen Ziele und Interessen deutlicher als bisher zu vertreten und durchzusetzen.

Eine solche Strategie hat allerdings nur dann Aussicht auf Erfolg, wenn sie sich

- konsequenter als bisher auf die eigenen Stärken bezieht,
- eine eigene stadtreionale Rolle definiert, die
- im wesentlichen auf Alleinstellungsmerkmalen basiert,
- die von der anderen regionalen Wettbewerbern angenommen werden kann.

2. Das Ruhrgebiet hat mehr Urbanität nötig

Die gesellschaftliche und ökonomische Entwicklung von der Industrie-zur Wissensgesellschaft hat, wie die aktuelle Diskussion über die „Kreative Stadt“ zeigt, die Urbanität wieder an die Spitze der Stadtentwicklungsagenda gesetzt. Genau auf diesem Gebiet hinkt jedoch das Ruhrgebiet den anderen wichtigen Ballungsräumen in Deutschland und Europa hinterher. Das Fehlen einer „vibrierenden“ Mitte, eines insbesondere die dynamischen Menschen anziehendes Cluster aus Kultur, Kunst, Konsum und Entertainment ist zum wichtigsten Hemmschuh für eine nachhaltige und auf längere Sicht auch wieder wachstumsorientiert Zukunft der Region geworden.

Dabei definiert sich in den Zeiten des Internets die „Mitte“ einer Stadtregion eben nicht mehr nur durch die räumliche Verdichtung von Distribution, Konsum und Verwaltung sondern zunehmend auch durch die Reintegration von Arbeit und Leben, von wohnen, werken und sich inspirieren lassen an ein und demselben Ort. Ihr stadtgestalterischer und nutzungsorganisatorischer Kern besteht in der engen sozialräumlichen Verbindung, von Arbeits- u n d Freizeit, von Rückzugsmöglichkeit u n d Treffpunkt, von Kultur u n d Kommerz, von Ausgehen u n d in sich Gehen. Mit einem Satz: In der räumlichen Konzentration und wechselseitigen Verbindung von Spannung u n d Entspannung.

3. Die besonderen urbanen Potentiale der Bochumer Innenstadt

Die Bochumer Innenstadt hat als einzige im Ruhrgebiet die räumlichen Potentiale und Dimensionen, um diese Rolle für die Stadtregion einzunehmen, und zwar egal ob die anderen Oberzentren das akzeptieren oder nicht. Sie maßt sich diese Rolle nicht an sondern sie ist dafür wie geschaffen weil sie

- in der geographischen Mitte der Region liegt,
- von allen anderen Städten mit allen Verkehrsmitteln sehr gut zu erreichen ist,
- die für die Region angemessene (nicht zu große) räumliche Ausdehnung hat,

- die für diese Rolle angemessen vielfältige und übersichtliche städtebauliche Struktur besitzt, und vor a l l e m
- mit dem Viktoriaviertel/Bermuda3Eck einen ausbaufähigen Nukleus für einen kreativen „Hot-Spot“ besitzt.

4. Das Ruhrgebiet braucht einen innerstädtischen Vorreiter für den demographischen Wandel

Die zweite zentrale Problematik nicht nur, aber besonders, des Ruhrgebietes ist der demographische Wandel. Die Umkehrung der Alterspyramide durch den Geburtenrückgang und die Abwanderung der jüngeren Bewohner ist hier erst einmal nicht aufzuhalten. Selbst wenn es gelänge die Abwanderung zu stoppen, und das kann und muss das mittelfristige politische Ziel des gesamten Stadtregion sein, bleibt der in ganz Europa zunehmende demographische Wandel als Stadtentwicklungskonstante für die kommenden Jahrzehnte erhalten. Dies bedeutet, wenn man den bisherigen empirischen Belegen glauben kann, nicht nur ein quantitative sondern vor allem auch eine qualitative Veränderung der Anforderungen an den Stadtraum.

Dabei ist das oft gefordert sogenannte Altengerechtigkeit nicht zielführend, weil Stadtentwicklung und Städtebau sich nie nur an einer Gruppe der Gesellschaft orientieren darf, selbst wenn sie zahlenmäßig den größten Anteil der Bevölkerung ausmacht. Es muss deswegen um ein altersgerechte Stadt gehen, das heißt um ein Stadterneuerung/Veränderung die anderen Alterskohorten mit integriert. Mir erscheint deswegen, auch um den absehbaren Schrumpfungstendenzen der Region einen möglichen Umkehr-bzw. Stabilisierungspunkt zu geben, die Familiengerechtigkeit die angemessene und zugleich nachhaltige Zielbestimmung für die Stadtentwicklung der Region zu sein.

In diesem Zusammenhang bekommen gerade die Innenstädte eine besondere Bedeutung, denn sie bieten, gerade im dispersen Ruhrgebiet die bauliche Kompaktheit und Versorgungsdichte, die sowohl ältere und weniger mobile Bürger als auch Familien/Alleinerziehende mit Kindern bevorzugen. Der überall sichtbare Trend zurück in die Stadt ist für diese beiden gesellschaftsgruppen einer der sich tendenziell zur Stadtmitte orientiert, sofern sie dort die Mieten bezahlen können.

5. Demographischer Wandel und Stärkung der Urbanität gehören zusammen

Die Bochumer Innenstadt kann gerade auf Grund ihrer besonderen urbanen Potentiale, und sofern man sie nicht nur auf das Gleisdreieck begrenzt, eine Vorreiterrolle für den regionalen emographischen Wandel übernehmen, wenn sie

- das innerstädtische Wohnen stärker fördert und räumlich bis ins unmittelbare Zentrum ausweitet
- den innerstädtischen Einzelhandel und die publikumsbezogenen, öffentlichen und privaten Dienstleitungen stärker an die Bedürfnisse und Handicaps älter Menschen anpasst
- im öffentlichen Raum sowohl die (Spiel)Bedürfnisse von Kindern als auch die Mobilitätseinschränkungen von Senioren in dern Vordergrund der Stadtgestaltung stellt
- den öffentlichen Nahverkehr bzw. die Haltestellen altengerecht gestaltet
- zusätzliche innerstädtische Mobilitätsangebote für Senioren entwickelt bzw. anbietet.

6. „Urban Village“ als Leitbild

Die angelsächsische Bezeichnung „Urban Village“ für eine andere Art der Stadtmitte entspricht insofern der städtebauliche Tradition des Ruhrgebietes als das hier die übliche europäische Stadtentwicklung von vorne herein einen starken amerikanischen Einschlag hatte und die disperse/multizentrale städtebauliche Struktur durch das mittlerweile darüber gelegte fast flächendeckende automobilen Vier-Sechsspurraster eher mit Los Angeles als mit einer europäischen Metropole zu vergleichen ist.

„Urban Village“ bedeutet in der amerikanischen Stadt trotz seiner auch dort zentralen Lage, weniger die Übernahme zentraler Funktionen Geschäftsfunktionen (Central Business District) sondern vor allem das zentrale Angebot des verdichteten städtischen Lebens, der Kultur, der Kunst und des sozialen Treffpunktes. Ein Zentrum das vom kommunikativen und sozialen Zusammenhang her gesehen wie ein Dorf funktioniert ohne dabei wie ein Dorf auszusehen .

Für Bochum und seinen Innenstadt wäre es vermessen, sich als geschäftliche und/oder kulturelle Mitte für die gesamte sogenannte Metropole Ruhr zu verstehen. Auch die anderen großen Ruhrstädte haben eine City die alle darin üblichen Angebote vorhält. Die Aufgabe und Rolle der Bochumer Innenstadt ist es vielmehr Urbanität als solche, d.h. eine besonders intensive und kommunikative Mischung verschiedener urbaner Funktionen zu „produzieren“ und systematisch auszubauen.

7. Ruhr-Village als Innenstadtkonzept für Jung und Alt

Bedenkt man obendrein das mit dem demografischen Wandel zugleich eine Generation älter wird, die im Verhältnis zur früheren insgesamt gesundheitlich fitter und geistig kreativer und aktiver ist, wird innerstädtische Urbanität in Zukunft aus sich heraus zu einem generationenübergreifenden soziokulturellen Bedürfnis und bei entsprechender räumlicher Gestaltung zu einem gemeinsamen Lebensgefühl für Jung und Alt. Nicht zuletzt weil junge Familien auch die praktische Hilfe von zeitlich flexibleren aber nichts desto trotz mitten im Leben stehenden Senioren zumindest sporadisch gut gebrauchen können.

Die Nachfrage nach mehr Urbanität lässt sich beim der Leitbildidee „Ruhr-Village“ deswegen geradezu ideal mit dem demographischen Wandel verknüpfen. Der quasi natürliche Trend jüngerer Menschen in die Innenstadt bietet trifft dabei -gerade in Bochum auf Grund der Universität und Hochschulen -auf eine überdurchschnittlich große Gruppe der Bevölkerung und der regelmäßigen Besucher.

Nimmt man den im Leitbild „Ruhr-Village“ mit enthaltenen Aspekt der „Kreativen Stadt“ hinzu, so ergibt sich damit für die Bochumer Innenstadt zusammen mit der demographischen Vorreiterrolle insgesamt eine regionale Rollenbestimmung, die keine der anderen Oberzentren in dieser umfänglichen Weise einzunehmen in der Lage ist.

8. Positive und neutrale Rahmenbedingungen

Sowohl die anstehenden und absehbaren innerstädtischen Leerstände als auch der insgesamt eher entspannte Immobilienmarkt bieten zusätzliche Potentiale zur räumlichen Umsetzung dieses Leitbildes. Hinzu kommt, dass ein großer Teil der baulichen Innenstadterneuerung im Bereich des

öffentlichen Raums und der Verkehrsachsen abgeschlossen ist und durch die damit insgesamt erhöhte Fahrradfreundlichkeit dieses Konzept auch städtebaulich unterstützt.

Gegenüber der möglichen Ansiedlung eines Einkaufszentrums im Bereich „TelekomBlock/Justizgelände“ ist dieses Entwicklungskonzept obendrein neutral. Mögliche zusätzliche Leerstände könnten im Ernstfall sogar nützlich sein, weil sie die Ansiedlung kreativer junger wie alter Leute im Stadtzentrum bei entsprechender Unterstützung der Immobilienbesitzer eher erleichtern.

Das Kulturhauptstadtjahr hat zwar nicht in allen geplanten Bereichen zum Erfolg geführt, aber nichtsdestotrotz einen Teil der Potentiale aufgezeigt, die im Konzept „Ruhr-Village“ weiter forciert werden können. Das sogenannte Viktoriaquartier mit dem angestrebten neuen Musikzentrum und die sich um die umgenutzte Kirche und den ehemaligen Katholikenbahnhof konzentrierende Street-Art-Szene sind dabei von besonderer Bedeutung.

9. Eine Paradigmenwechsel ist notwendig

Die kommenden „10 Jahre des Wandels“ sind für die Bochumer Innenstadt die entscheidenden im neuen Jahrhundert. Mit der hier skizzierten urban-kreativen und zugleich demographischen Vorreiterrolle müsste jedoch zugleich ein Paradigmenwechsel eingeleitet werden. Das Hauptziel ist dabei, die Bochumer Innenstadt als Ganze für alle Altersgruppen zum interessantesten Stadtviertel des Ruhrgebietes zu machen.

Dies bedeutet jedoch nicht, dass der Einzelhandel im Stadtzentrum zurück gedrängt werden soll. Er soll sich vielmehr selbst einer solchen Strategie entsprechend der ersten Handlungsleitlinie anschließen, um sich neu und dauerhaft in der Innenstadt zu positionieren. Auch und gerade für den Fall, dass dort ein neues Einkaufszentrum entsteht. Insgesamt muss aber nicht nur in dieser Situation von einem Flächenüberhang ausgegangen werden, den es auf Dauer anders als bisher zu nutzen gilt.

Das kann nur funktionieren, wenn die Innenstadt von Bochum sich in Zukunft als ein räumliches, soziales und kulturelles Experimentierfeld für jede Art von Um-Nutzung und Um-Gestaltung auf-und angefasst werden, die das Leben in der Innenstadt für alle Bürger spannender und damit attraktiver macht. Dazu gehört der Bereich des Konsums genauso wie der der Kunst, der Kultur, des Wohnens und Arbeitens, des Entertainments, der Gastronomie und sonstiger Dienstleistungsangebote sowie der Stadtgestaltung selbst. Es geht dabei weniger um neue Bauten, sondern um eine neuen Nutzungsmix und ein neu Art des Zusammenlebens und des Erlebens von Jung und Alt.

10. Urbane und demographische Vorreiterrolle als offensive Selbstdefinition

Das Entwicklungskonzept „Ruhr-Village“ ist in diesem Zusammenhang im Rahmen des regionalen Standortwettbewerbs erst einmal eine bewusste und kalkulierte Herausforderung, gehen doch zumindest Essen und Dortmund davon aus, dass sie allein schon wegen ihrer räumlichen und einwohnermäßigen Größe und ihrer ökonomischen und kulturellen „Potenz“ diesbezüglich Bochum strukturell überlegen sind und aus ihrer Stadttradition heraus auch eher ein „Anrecht“ auf eine solche urbane Führungsrolle haben.

Davon dürfen sich die Verantwortlichen in Bochum jedoch nicht verunsichern lassen. Im Gegenteil müssen sie endlich begreifen, dass in dieser Rolle ihre einzige Überlebenschance im Wettbewerb der „Big Four“ des Ruhrgebietes liegt. Ansonsten werden sie sich nämlich nicht nur mit einer dauerhaft

untergeordneten Rolle sondern tendenziell mit ihre Auflösung im Spannungs- und Attraktionsfeld zwischen Essen und Dortmund auseinandersetzen respektive diese akzeptieren zu haben.

Da die regionalen Konkurrenten aber sehr schnell einsehen werden, dass sie einerseits auf diesem Gebiet mit Bochum nicht mithalten und andererseits im Rahmen der regionalen räumlichen Arbeitsteilung davon profitieren können, ergibt sich sehr wahrscheinlich über kurz oder lang eine vertiefte zwischenstädtische Kooperationskultur die in den kommenden Jahren durch den zunehmenden Sparzwang sowieso und dringender denn ja auf der Tagesordnung steht.

Dabei können die andere Ruhrgebietsstädte, aber nicht nur die, was die Generationengerechtigkeit von Innenstädten betrifft, auch jenseits der dann anerkannten urbanen Führungsrolle von den diesbezüglichen Erfolgen und natürlich auch von den unvermeidlichen Fehlern Bochums lernen.

11. Der Masterplan als Bündnisschmiede

Zentrale Voraussetzungen für den Erfolg sind nicht nur ein starker innerer politischen Konsens („Der Bochumer Weg“), sondern vor allem die Bereitschaft aller ökonomisch und politisch Beteiligten einen solchen Umwandlungsprozess auch durch Eigeninitiative fördern. Nur so kann der jetzt schon bestehende Urbanitätsvorteil innerhalb des Ruhrgebiets zu einem Sogeffekt in Richtung „Ruhr-Village“ führen.

Die Bündelung aller notwendigen ökonomischen, politischen und sozialen Kräfte kann dabei nur über einen Masterplan Innenstadt hergestellt werden, der sich selbst nicht nur als Plan sondern als systematische und konsensorientierte Bündnisschmiede versteht. Das setzt zum einen eine enge Zusammenarbeit mit der städtischen Verwaltung voraus, verlangt aber zum anderen eine systematische partizipative Einbindung der wichtigen Nutzergruppen und vor allem der innerstädtischen Grundstückseigentümer und Gewerbetreibenden.

12. Die nächsten Schritte

Die Grenzziehung des Plangebietes muss dabei über das Gleisdreieck hinausgehen bzw. die zur Umsetzung der hier skizzierten Leitidee notwendigen angrenzenden Stadtgebiete einbeziehen. Welche Areale genau dazu gehören, kann nur Ergebnis einer weiterführenden Analyse/Vorstudie und einer damit verbunden Konkretisierung des damit angedachten Entwicklungskonzeptes sein. Als Bestimmung dessen, was der entsprechende Masterplan zu leisten hat, ist sie zugleich die Voraussetzung für eine Auftragsvergabe.

Voraussetzung einer sinnvollen und produktiven Beteiligung der Öffentlichkeit an der Masterplanung ist eine weitere und zugleich auf Diskussion ausgerichtete Konkretisierungsstufe, die zu allen Bereichen klare Ziele und Handlungsleitlinien formuliert. Diese können sehr wohl Alternativen aufzeigen, ja müssen es sogar! Wobei diese allerdings selbst den Grad an Klarheit und Begründbarkeit erreichen

müssen, die die diesbezügliche Entscheidungsfindung sowohl für Experten als auch Laien nachvollziehbar macht.

Am Ende sollte ein Masterplan stehen, der die Schlüsselareale als auch die Schlüsselprojekte für die Umsetzung des Leitbildes ausreichend differenziert darstellt und für die anderen Aktivitätsfelder

zumindest klare Handlungsleitlinien und -konzepte enthält. Eine entsprechende visuelle und bildliche animierende Aufbereitung ist dabei unerlässlich, um eine entsprechende medial Wirkung zu erzielen.