



Neues Gymnasium Bochum
- Europaschule in NRW -
Querenburger Straße 45
44789 Bochum

Zukunft Innenstadt

Wie sieht Bochums Innenstadt von morgen aus?

vorgelegt im Fach	<i>Geographie</i>
von	<i>Ayleen Knoop</i>
im Schuljahr 2020/2021	
Abgabetermin	<i>26.02.2021</i>
Betreuungslehrer/in	<i>Frau Wallscheid</i>

Inhaltsverzeichnis

1. Einleitung.....	2
2. Die Bochumer Innenstadt heute.....	3
3. Befragung von Bochumer:innen.....	5
4. Was ist für die Bochumer Innenstadt geplant?	7
4.1 Bochum 2030 Vision Innenstadt.....	7
4.2 Neue Gebäudekomplexe	9
4.3 Gestaltungsrichtlinien	10
5. Stimmen die Pläne mit den Wünschen der Bochumer:innen überein?.....	10
6. Schlussbetrachtung	12
7. Literaturverzeichnis	13
8. Anhang.....	14
9. Schlusserklärung.....	18

1. Einleitung

Die Innenstadt ist ein sehr wichtiger Teil von europäischen Städten. Sie liegt zentral und erfüllt viele Funktionen, wie zum Beispiel die Versorgungsfunktion. Sie ist häufig der meistbesuchte Ort von Städten und daher ist es umso wichtiger, dass sich die Besucher:innen dort wohlfühlen und die Innenstadt ihnen alles bietet, was sie sich wünschen. Dafür ist es wichtig, dass sich die Städte aktiv mit der Planung und Weiterentwicklung ihrer Innenstädte beschäftigen.

Die folgende Arbeit beschäftigt sich dabei speziell mit der Innenstadt der Stadt Bochum und der Frage, ob die Wünsche der Bochumer Bürger:innen mit den Planungen der Stadt Bochum übereinstimmen. Das Ziel dieser Arbeit ist es, Bochumer:innen nach ihrer Meinung zur Bochumer Innenstadt zu befragen, einige Pläne der Stadt vorzustellen und zu überprüfen, inwieweit diese mit den Wünschen der Bochumer:innen übereinstimmen.

Im ersten Kapitel dieser Facharbeit geht es zunächst um die aktuelle Situation der Bochumer Innenstadt, die mit Hilfe der Kartierung eines Bereiches untersucht wurde. Im zweiten Kapitel werden die Ergebnisse einer Umfrage betrachtet, die im Rahmen dieser Facharbeit durchgeführt wurde. Dort sollten die Bürger:innen ihre Meinung zur aktuellen Situation der Bochumer Innenstadt abgeben und Wünsche äußern. Anschließend geht es dann um die verschiedenen Pläne und Ansätze, die es zur Weiterentwicklung der Bochumer Innenstadt gibt. Im letzten Kapitel wird herausgestellt, inwieweit diese Pläne mit den Wünschen der Bochumer:innen übereinstimmen.

2. Die Bochumer Innenstadt heute

Die Stadt Bochum liegt in Deutschland im Bundesland Nordrhein-Westfalen. Sie liegt bei $51,5^\circ$ nördlicher Breite und $7,2^\circ$ östlicher Länge im Ruhrgebiet zwischen Gelsenkirchen (Nordwesten), Herne (Norden) und Dortmund (Westen) (DB City.com). Der Stadtteil Innenstadt liegt im Zentrum von Bochum, wobei mit dem Begriff Bochumer Innenstadt meist nur der Bereich des sogenannten Gleisdreiecks gemeint ist, also der Bereich zwischen drei Bahnlinien, der etwas kleiner ist als der eigentliche Stadtteil Bochum Innenstadt (z. B. die Pläne von Bochum Wirtschaftsentwicklung beziehen sich nur auf diesen Bereich).

Um einen ersten Eindruck davon zu bekommen, wie die Bochumer Innenstadt aufgebaut ist und welche Geschäfte es zum Beispiel gibt, habe ich einen Teil kartiert. Hierzu habe ich einen Teil ausgewählt, in dem es viele Geschäfte gibt und der viel besucht ist, nämlich den Bereich mit Husemannplatz, Kortumstraße (Abschnitt davon), Harmoniestraße und Dr.-Ruer-Platz. Die Nutzung der Gebäude habe ich mit unterschiedlichen Farben und Symbolen markiert (s. Abbildung 1). Symbole, die direkt an einer Straße sind, stehen dabei für die Nutzung des Erdgeschosses und Symbole, die weiter hinten im Gebäude sind, stehen für die Nutzung des Obergeschosses oder des Kellers. Der gesamte folgende Abschnitt bezieht sich auf die Kartierung (Abbildung 1).

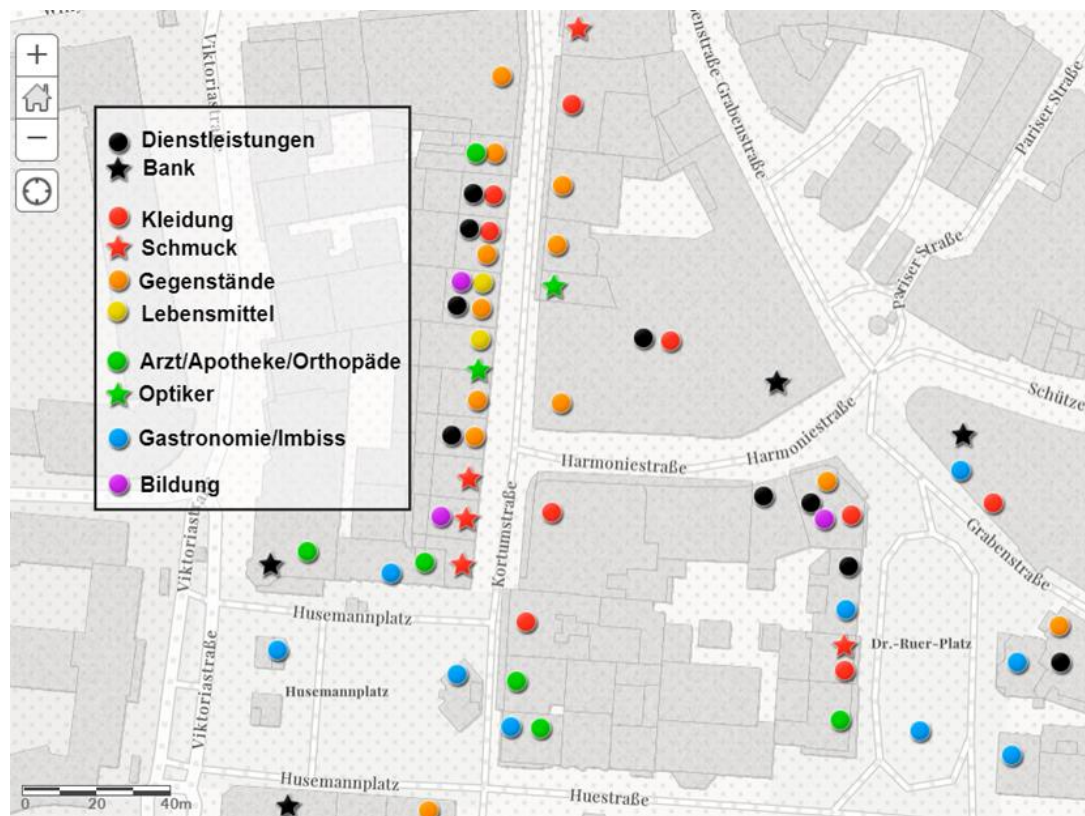


Abbildung 1, Kartierung eines Bereiches der Bochumer Innenstadt (eigene Darstellung, Programm: ArcGIS)

In dem Bereich der Innenstadt gibt es insgesamt 13 Gebäude, die für **Dienstleistungsangebote** genutzt werden, davon sind vier Banken und die anderen neun zum Beispiel Rechtsanwälte oder Reisebüros. Insgesamt gibt es 28 Geschäfte, die dem Bereich **Versorgung** zugeordnet werden können. In neun Gebäuden gibt es Bekleidungsgeschäfte, darunter Modeketten wie C&A, aber auch kleine Fachgeschäfte, wie einen Laden für Brautmode, einen Second-Hand-Laden und Schuhgeschäfte. In fünf Gebäuden gibt es Schmuckgeschäfte. In zwölf Gebäuden gibt es Geschäfte, die Gegenstände irgendeiner Art verkaufen, darunter zum Beispiel Elektronik- und Spielzeuggeschäfte, viele davon gehören Ketten an, wie zum Beispiel Saturn oder TK-Maxx. Geschäfte, die Lebensmittel verkaufen, gibt es in diesem Bereich der Innenstadt nur zwei, einen Bäcker und den Süßwaren-Laden Lecker-Lecker. Angebote im **medizinischen Bereich** gibt es in sechs Gebäuden. Darunter Ärzte, Apotheken oder Orthopäden, wobei oftmals mehrere davon in einem Gebäude sind. Außerdem gibt es zwei Optiker. In neun Gebäuden gibt es Betriebe der **Gastronomie** oder Imbisse und in drei Gebäuden **Bildungseinrichtungen**, wie zum Beispiel Nachhilfe-Studios oder Sprachschulen.

Es gibt einige Auffälligkeiten hinsichtlich der **Verteilung der Geschäfte** über den Bereich. Alle Geschäfte der Versorgung befinden sich hauptsächlich an der Kortumstraße und im Erdgeschoss der Gebäude. Die Dienstleistungsangebote sind über den gesamten Bereich verteilt und meist nicht im Erdgeschoss, die Banken befinden sich alle am Husemannplatz und Dr.-Ruer-Platz. Auch die Bildungseinrichtungen und die meisten der medizinischen Einrichtungen befinden sich nicht im Erdgeschoss. Bei den Gastronomien ist auffällig, dass sie sich alle im Erdgeschoss und an zwei Plätzen befinden. Zu den Plätzen



Abbildung 2, Foto Husemannplatz

ist außerdem zu sagen, dass es auf dem Husemannplatz sehr viele Sitzmöglichkeiten (Bänke) und einen Brunnen gibt (s. Abbildung 2) und der Dr.-Ruer-Platz viel freie Fläche für Veranstaltungen bietet. Insgesamt erfüllt dieser Bereich der Innenstadt hauptsächlich eine Versorgungsfunktion. Geschäfte befinden sich im Erdgeschoss und verschiedene Dienstleister und Ärzte/Orthopäden befinden sich meist im Obergeschoss der Gebäude.

Zur **Gestaltung** des betrachteten Bereiches ist zu sagen, dass er sehr unruhig wirkt und die meisten Gebäude eher praktisch, anstatt optisch

ansprechend designt wurden (s. Abbildung 3). Außerdem gibt es sehr viele große Werbeschilder der Läden, die das Bild der Kortumstraße dominieren (s. Abbildung 4).



Abbildung 3, Foto Harmoniestraße

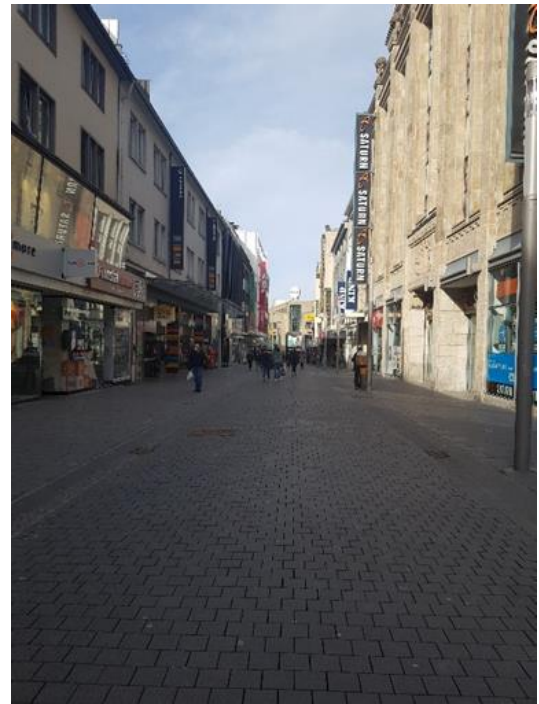


Abbildung 4, Foto Kortumstraße

3. Befragung von Bochumer:innen

Um herauszufinden, wie zufrieden Bochumer:innen mit der aktuellen Situation der Innenstadt sind und was sie sich hinsichtlich der Gestaltung wünschen, habe ich eine Umfrage durchgeführt (online mit Google docs, Fragebogen s. Anhang 1). Dabei haben 71 Bochumer:innen aus verschiedenen Altersgruppen (Jugendliche und Erwachsene bis 60 Jahre) Fragen zur Quantität und Qualität von Wohnraumangebot, Versorgungsangebot und Freizeit- und Erholungsangebot beantwortet und konnten außerdem ihre Wünsche zu diesen Aspekten äußern. Des Weiteren habe ich sie nach ihrer Meinung zu einigen Aspekten der Gestaltung der Bochumer Innenstadt befragt. Auch hier konnten sie ihre Wünsche äußern.

Die erste Kategorie der Umfrage war die Bewertung des **Wohnraumangebotes** in der Bochumer Innenstadt. Die Quantität des Wohnraumangebotes bewertete die Mehrheit (31%) als angemessen. Jedoch bewerteten fast genauso viele Bochumer:innen (28,2%) die Quantität des Wohnraumangebotes als zu niedrig. 35,2% gaben an, die Quantität des Wohnraumangebotes nicht beurteilen zu können (s. Anhang 2.1). Die Qualität des Wohnraumangebotes bewertete die Mehrheit (45,1%) als mittel. 12,7% bewerteten sie als schlecht und 11,3% als gut (s. Anhang 2.2). Die Bochumer:innen wünschen sich vor allem niedrigere Preise, nachhaltigere Wohnungen (z. B. in Bezug auf Energieverbrauch) und

mehr Angebote für unterschiedliche Bevölkerungsgruppen wie Studenten, Familien oder Senioren.

Die zweite Kategorie der Umfrage war die Bewertung des **Versorgungsangebotes** in der Bochumer Innenstadt. Die Quantität des Nahrungsmittelangebotes bewerteten 81,7% als angemessen (s. Anhang 2.3). Die Qualität bewerteten jedoch nur 54,9% als gut, 40,8% bewerteten sie als mittel (s. Anhang 2.4). Die Quantität der Geschäfte für Bekleidung, Haushaltsgegenstände, usw. bewerteten 49,3% als angemessen und 46,5% als zu niedrig (s. Anhang 2.5). Die Qualität dieser Geschäfte bewerteten 56,3% als mittel und nur 35,2% als gut (s. Anhang 2.6). Die Quantität der Gastronomiebetriebe bewertete die Mehrheit (74,6%) als angemessen. (s. Anhang 2.7). Die Qualität der Gastronomiebetriebe bewerteten 53,5% als gut und 42,3% als mittel (s. Anhang 2.8). Die Quantität der Dienstleistungsangebote bewertete die Mehrheit (64,8%) als angemessen (s. Anhang 2.9). Mit Dienstleistungsangeboten, Gastronomiebetrieben und Nahrungsmittelangeboten sind die Bochumer:innen im Großen und Ganzen zufrieden. Einige wünschen sich mehr Bioläden oder Unverpackt-Läden. Mit den Geschäften für Bekleidung, Haushaltsgegenstände, usw. sind die meisten Bochumer:innen nicht zufrieden. Sie wünschen sich mehr kleine Läden und Fachgeschäfte und kritisieren große Kaufhäuser und Modeketten wie Baltz, die sich zu sehr ausbreiten und damit eine zu große Konkurrenz sind für kleine Läden, die hochwertige Produkte anbieten. Vor allem fehlen ihnen Fachgeschäfte für Haushaltsgegenstände. Außerdem kritisieren die Bochumer:innen die ganzen Billigshops und 1€-Läden, sie wünschen sich mehr Qualität, Nachhaltigkeit und Vielfalt.

Die dritte Kategorie der Umfrage war die Bewertung des **Freizeit- und Erholungsangebotes**. Die Quantität der Freizeit- und Erholungsangebote bewerteten 59,2% als angemessen und 39,4% als zu niedrig (s. Anhang 2.10). Die Qualität der Freizeit- und Erholungsangebote bewerteten 56,3% als mittel und 35,2% als gut (s. Anhang 2.11). Die Bochumer:innen wünschen sich mehr kulturelle Angebote, vor allem für Jugendliche. Der mit Abstand am meisten genannte Punkt sind Parks, Grünflächen, Spielplätze und mehr Fahrradwege. Außerdem wünschen sie sich kleine Bars, Clubs und Cafés mit hochwertigen Angeboten und mehr Veranstaltungen. Auch Gebäude wie ein Schwimmbad, eine Eissporthalle und eine Trampolinhalle wurden genannt, wobei diese wahrscheinlich besser etwas außerhalb der Innenstadt umzusetzen sind und teilweise dort schon vorhanden sind. Die vierte Kategorie war die Bewertung der **Gestaltung** der Bochumer Innenstadt. Das Gesamtbild der Bochumer Innenstadt bewerteten 56,3% als mittel und 35,2% als schlecht (s. Anhang 2.12). Ähnlich ist es mit der Gestaltung der Fassaden der Häuser. Diese bewerteten 52,1% als schlecht und 39,4% als mittel (s. Anhang 2.13). Auch die Werbung

der Geschäfte empfinden einige Bochumer:innen als nicht gut. Die Außenwerbung an den Gebäuden bewerteten 54,9% als etwas zu dominant (33,8% bewerteten sie als gut) (s. Anhang 2.14) und die Plakatständer und Warenauslagen vor den Geschäften bewerteten 36,6% als ein wenig störend (59,2% bewerteten sie als nicht störend) (s. Anhang 2.15). In der Bochumer Innenstadt gibt es einige Brunnen und Wasserspiele. Diese bewerteten 53,5% als gut und 36,6% als mittel (s. Anhang 2.16). 60,6% waren der Meinung, dass es davon mehr geben sollte (s. Anhang 2.17). Außerdem waren 88,7% der Bochumer:innen der Meinung, dass es mehr natürliche Elemente, wie Bäume, geben sollte (s. Anhang 2.18) und 73,2% wünschen sich mehr Sitzmöglichkeiten und Orte, um sich zu treffen (s. Anhang 2.19). Die Bochumer:innen wünschen sich eine ansprechendere Gestaltung der Innenstadt mit vielen natürlichen Elementen, schönen Gebäuden und Orten, die dazu einladen, sich mit Leuten zu unterhalten und länger dort zu verweilen. Die Innenstadt sollte ein Aushängeschild der Stadt sein und durch das Engagement aller (Eigentümer, Anwohner, Gewerbetreibende, usw.) verschönert werden.

Die letzte Frage der Umfrage war, in welchen Bereichen der größte **Handlungsbedarf** besteht. 77,5% nannten dabei die Gestaltung, 53,5% das Freizeit- und Erholungsangebot, 33,8% das Wohnraumangebot und 16,9% das Versorgungsangebot (s. Anhang 2.20). Es muss sich also in allen Bereichen etwas ändern, vor allem aber muss die Gestaltung ansprechender werden und es muss mehr Freizeit- und Erholungsangebote geben. Beides würde dafür sorgen, dass die Bochumer Innenstadt attraktiver und einladender wird.

4. Was ist für die Bochumer Innenstadt geplant?

4.1 Bochum 2030 Vision Innenstadt

Der wohl größte Plan für die Bochumer Innenstadt ist die „Bochum 2030 Vision Innenstadt“. Diese wurde 2016 und 2017 von 19 Personen aus Bochum gemeinsam mit einigen Experten entwickelt (Bochum Wirtschaftsentwicklung 2017, S.20,21) und enthält drei einzelne Visionen und verschiedene Ansätze zur Umsetzung dieser.

Die erste Vision für die Bochumer Innenstadt sieht Bochum als „**Die Stadt des produktiven Wissens**“. Bei dieser Vision werde „das Produzieren [...] in die Mitte der Stadt zurück[ge]hol[t]“. Das bedeute, dass in der Bochumer Innenstadt viel hergestellt werde, und zwar nicht von irgendwelchen Firmen, sondern von den Bürger:innen. Dabei sei die sogenannte „FabTown“ im Südwesten der Stadt entstanden und der Satz „Made in FabTown“ sei „ein Synonym für Bochums neue Produktivität geworden“. In diesem „Wissens-Ökosystem“ gehe es um „Spaß, Forschen und Machen“. Es gebe „Projektbüros,

Lernlabore, Bildungszentren, Lesesalons und Pop-up-Stores“, in den Nebenstraßen seien „öffentliche Labore und Arbeitsräume [und] Treffpunkte und Cafés“ entstanden und die Innenstadt sei eine „Mischung aus Lernort, Produktionsstätte und Treffpunkt für Menschen unterschiedlichster sozialer Herkunft“. In dieser Vision werde die Bochumer Innenstadt zu einem attraktiven „Cool Place“ der einen Fokus auf Produktion, Austausch und Gemeinschaft lege und „nicht mehr still steht“ (Bochum Wirtschaftsentwicklung 2017, S.6,7).

Die zweite Vision für die Bochumer Innenstadt ist die Vision „**Neue Heimaten**“, denn die Bochumer Innenstadt soll der Heimatort für viele Menschen sein. In dieser Vision soll es viele kleine familiäre Wohnviertel mit Entspannungsorten und Rückzugsorten geben. Die Gestaltung sei bunt und abwechslungsreich, denn „Studenten, Senioren und junge Familien haben sich die Fünfziger-Jahre-Bauten erobert“ und diese umgestaltet. Im Vordergrund stehe die Gemeinschaft unter den Nachbarn ganz verschiedener Herkunft, sie würden häufig eine „digital vernetzte Nachbarschaft“ bilden. Die Nachbarn schlössen Genossenschaften und Baugruppen und würden Dinge und Ideen miteinander teilen. Außerdem würden sie Rituale wie die „Juliusstraßentafel“ (gemeinsames Essen) oder die „Kortlandtaufe“ (Begrüßung neuer Einwohner) einführen (Bochum Wirtschaftsentwicklung 2017, S.8,9). In dieser Vision geht es also darum, dass in der Bochumer Innenstadt Wohnviertel entstehen, in der viele unterschiedliche Menschen in einer guten Gemeinschaft zusammen leben.

Die dritte Vision für die Bochumer Innenstadt ist „**Vernetztes Stadtleben**“. In dieser Vision sei die Innenstadt die „größte[] begehbare Online-Plattform Westdeutschlands“ und es gebe eine „Verschmelzung von physischem und digitalem Raum“. Das bedeute, dass die Menschen eine spezielle Brille oder Datenlinse tragen würden und dadurch bestimmen könnten, wie ihre Welt aussehe und Infos wie den kürzesten Weg zu einem Ort/Produkt und Shopping-Tipps auf die Häuser projizieren könnten. Außerdem habe sich auch ohne Datenlinse das Bild der Stadt verbessert und die Obergeschosse der Gebäude würden genutzt, z. B. für Etagengärten oder Leselounges, und die Häuser seien über Stege miteinander verbunden (Bochum Wirtschaftsentwicklung 2017, S.10). Auf dem Husemann-Platz gäbe es einen „400-Quadratmeter-Screenfloor“ und es gebe auch Orte, an denen „das Digitale bewusst außen vor“ gelassen werde, wie auf dem Dr.-Ruer-Platz (Bochum Wirtschaftsentwicklung 2017, S.11). In dieser Vision der Bochumer Innenstadt stehen Digitalisierung und Innovation im Vordergrund und sollen den Besucher:innen der Innenstadt den Aufenthalt so angenehm und einfach wie möglich machen.

Um diese drei Visionen auch wirklich umzusetzen, gibt es auf drei verschiedenen Ebenen

Ansatzpunkte. Die erste dieser Ebenen sei die „**Ebene der ‚Quick Wins‘ – Schnelle Erfolgsprojekte**“ in der es darum gehe, kleine Projekte durchzusetzen, die schnelle Erfolge bringen und die Menschen begeistern sollen (Bochum Wirtschaftsentwicklung 2017, S.13). Ein Beispiel für ein solches Projekt ist die Initiative „Smart Square“, bei der öffentliche Räume wie der Husemannplatz „unter Einbeziehung digitaler Angebote“ von Arbeitskreisen bestehend aus Eigentümern, Einzelhändlern und Weiteren umgestaltet werden würden, oder die „BO.MAKE“, eine Freiluftmesse um „Anbieter und Abnehmer urbaner Produktion zusammen[z]ubringen“ (Bochum Wirtschaftsentwicklung 2017, S.15).

Die zweite Ebene, auf der etwas verändert werden soll, sei die „**Ebene der Entscheidungs- und Steuerungsstrukturen**“, bei der es um die Einführung neuer „Akteurskonstellationen“ gehe, wie zum Beispiel dem „Heimatparlament“, das aus Menschen von unterschiedlichen „nachbarschaftlichen Meinungsbildungskreisen“ bestehe, die Entscheidungen diskutieren und treffen würden (Bochum Wirtschaftsentwicklung 2017, S.13,17).

Die dritte Ebene sei die „**Ebene der Konzepte und Planwerke**“. In dieser gehe es darum, Pläne zur Umsetzung der drei Visionen zu haben, die Eckpunkte setzen, aber auch noch genügend Freiraum lassen würden (Bochum Wirtschaftsentwicklung 2017, S.13,19).

Die Bochum 2030 Vision Innenstadt ist also eine sehr umfassende Idee, die viele innovative Ansätze zur Weiterentwicklung der Bochumer Innenstadt beinhaltet.

4.2 Neue Gebäudekomplexe

Neben der Vision, die die gesamte Innenstadt umfasst und vermutlich für große Änderungen sorgen wird, gibt es noch ein paar andere Pläne, wie einige Gebäude. Eines dieser ist das sogenannte **Viktoria-Karree**. Es liegt an der Viktoriastraße direkt am Husemannplatz. Das Viktoria-Karree bestehe aus einem dreiteiligen Gebäudekomplex und sei kein Shopping-Center im klassischen Sinne, denn die „Geschäfte [sind] allesamt von außen betretbar“ (Daniele Giustolisi 2019). Durch die offene Struktur bette sich das Gebäudeensemble mit 37.000m² Mietfläche sensibel in die Umgebung ein und lade Innenstadtbesucher ein (HBB 2021). Außerdem würden 85% der Verkaufsfläche nur an Unternehmen vermietet, die bis jetzt nicht in der Bochumer Innenstadt seien (Daniele Giustolisi 2019). Durch diese Aspekte wird dafür gesorgt, dass das Viktoria-Karree nicht in Konkurrenz zum Rest der Innenstadt steht, da es sich integriert und Geschäfte nicht die Möglichkeit haben, von anderen Teilen der Innenstadt ins Viktoria-Karree zu ziehen. Neben Geschäften seien „Büros, Gastronomie, ein Fitnessstudio[,] Dienstleistungen“, ein Hotel und eine Tiefgarage mit 500 Stellplätzen für das Viktoria-Karree geplant (Daniele Giustolisi 2019).

Die geplante Eröffnung sei im Herbst 2022 (HBB 2021).

Ein weiteres geplantes Projekt ist das „**Haus des Wissens**“ mit Markthalle, das gegenüber des Rathauses im „Telekomblock“ bis 2023 entstehen soll. Das Gebäude werde saniert und umgebaut, besonders der Innenhof, der heute nur als Parkplatz benutzt wird. Dieser werde teilweise überdacht, bleibe aber trotzdem sehr offen und großzügig und biete viele einladende Sitzgelegenheiten und Verweilmöglichkeiten. In den Gebäuden entstehe eine ca. 2000m² große Markthalle, ein „vielfältig nutzbares Forum für diverse Veranstaltungen [...] und Ausstellungen, daneben Räume für Tagungen, Seminare, Workshops und diverse Kurse“. Des Weiteren würden die Stadtbücherei und die Volkshochschule in das Gebäude ziehen, wodurch auch der Name „Haus des Wissens“ zustande komme. Die Bücherei werde im Zuge des Umzugs deutlich aufgewertet und modernisiert, es werde dort unter anderem Videostudios, Virtual-Reality-Labore und Ateliers geben. Außerdem biete das Gebäude Platz für Gastronomie, eventuell ein Café und einen Garten auf dem Dach und es würden einige Solaranlagen installiert werden, um einen Teil des Energiebedarfs nachhaltig zu decken. Insgesamt „soll ein kommunikativer, urbaner Raum entstehen, an dem sich Menschen in Bochum treffen, Wissen erleben und Zukunft gestalten.“ (Dr. Volker Steude 2019).

4.3 Gestaltungsrichtlinien

Neben einigen geplanten Gebäuden gibt es seit 2020 auch Gestaltungsrichtlinien, die heute schon teilweise umgesetzt wurden. Die Richtlinien sollen einen „klar definierten Rahmen setzen für [die] Gebäudegestaltung“ und die „ausufernde[] Gestaltungsvielfalt“ reduzieren (Pressekonferenz 2020, S.2). Die Richtlinien würden für den Stadtring, wichtige Zufahrtsstraßen und den gesamten Bereich innerhalb des Rings gelten, für alle Neu- und Umbauten (bereits genehmigte Werbeanlagen dürften bestehen bleiben) (Pressekonferenz 2020, S.5). Man wolle insgesamt harmonisch wirkende Straßenzüge, in denen sich die Außenwerbung der Geschäfte den Fassaden gestalterisch einordne und nicht zu groß und bunt sei. Auch bewegliche Außenwerbung (z.B. LED-Screens) sei unzulässig, ebenso wie mobile Werbeträger und Warenauslagen vor den Geschäften, da sie Fußgänger behindern und das Stadtbild stören würden (Bochum Pressekonferenz 2020, S.6-8).

5. Stimmen die Pläne mit den Wünschen der Bochumer:innen überein?

Es gibt viele Pläne für die Bochumer Innenstadt, die größten davon wurden im vorherigen Kapitel vorgestellt. Aber stimmen diese auch mit den Wünschen überein, die in Kapitel

drei von den Bürger:innen bei der Umfrage angegeben wurden?

Der Aspekt, den die Befragten mit Abstand am schlechtesten bewerteten, war die **Gestaltung** der Bochumer Innenstadt. Hier werden die Gestaltungsrichtlinien Abhilfe schaffen, denn sie sorgen für ein einheitlicheres Stadtbild ohne zu auffällige Werbung, wie es sich viele der Befragten wünschten. Gebäude mit ansprechender Architektur, welche sich viele wünschten, werden erfüllt durch Neubauten wie dem Viktoria-Karree. Auch bei der Vision 2030 wird einiges an der Gestaltung geändert, in der dritten Vision (Vernetztes Stadtleben) können die Besucher:innen die Innenstadt durch die Brille sogar individuell gestalten. Allerdings war ein weiterer wichtiger Punkt für die Bochumer:innen, dass mehr natürliche Elemente und Brunnen oder Wasserspiele eingebaut werden. Hierzu ist aktuell wenig geplant, nur eventuelle Dachgärten und Elemente im Innenhof des Haus des Wissens. Was im Haus des Wissens jedoch auf jeden Fall mit den Wünschen übereinstimmt, ist das vermehrte Angebot von Sitz- und Verweilmöglichkeiten. Der Wunsch, dass Bürger:innen und andere in die Gestaltung mit einbezogen werden wird erfüllt durch die Vision 2030, dort werden vor allem in der zweiten Vision (Neue Heimaten) und in der zweiten Ebene der Umsetzung (Ebene der Entscheidungs- und Steuerungsstrukturen) Bürger:innen mit einbezogen (vgl. Kapitel 3, 4).

Der Aspekt, der den Befragten am zweitwichtigsten war, ist das **Freizeit- und Erholungsangebot**. Sie wünschten sich mehr Angebote, vor allem für Jugendliche, Parks, Radwege, Veranstaltungen und Bars oder Cafés. Parks und Radwege sind aktuell keine geplant, jedoch werden die anderen Wünsche erfüllt, sowohl durch die Vision 2030, als auch durch den Bau von Viktoria-Karree und Haus des Wissens. Dort gibt es zum Beispiel durch die Bücherei und Räumlichkeiten für Veranstaltungen viele Möglichkeiten. Auch die Stadt des Produktiven Wissens (1. Vision) und das Vernetzte Stadtleben (3. Vision) bieten viele Freizeitmöglichkeiten und auch zum Beispiel Cafés (vgl. Kapitel 3, 4.1, 4.2). In Bezug auf das **Wohnraumangebot** wünschten sich die Bochumer:innen niedrigere Preise, nachhaltige und schöne Wohnungen und vor allem Angebote für Menschen unterschiedlicher Herkunft und sozialer Gruppen. Dieser Aspekt wird durch die Vision Neue Heimaten sehr gut erfüllt, da dort die Gemeinschaft im Vordergrund steht. Zu Preisen und Nachhaltigkeit wird dort keine genaue Angabe gemacht, aber die Möglichkeiten für Menschen niedriger sozialer Gruppen sprechen für relativ geringe Preise und zum Beispiel das organisierte Teilen von Gegenständen unter den Nachbarn spricht für Nachhaltigkeit (vgl. Kapitel 3, 4.1).

Der vierte Aspekt, zu dem die Bochumer:innen befragt wurden, war das **Versorgungsangebot**. Hier sahen sie zwar die geringste Dringlichkeit, etwas zu ändern, hatten aber

trotzdem einige Wünsche und Anregungen. Sie wünschten sich mehr kleinere Läden, die hochwertige Produkte verkaufen, statt Ketten und Billigshops. Alle bestehenden Läden werden zwar bleiben, aber das Viktoria-Karree und das Haus des Wissens bieten viele Möglichkeiten für neue Läden. Das nachhaltige Lebensmittelangebot, das sich oft gewünscht wurde, wird durch die Markthalle erfüllt. Auch durch die Stadt des Produktiven Wissens (1. Vision) wird es einige Läden geben, die nachhaltige Produkte anbieten, da diese „Made in FabTown“ sind und häufig aus recycelten Materialien bestehen. Bei der Gastronomie wünschten sich viele hochwertigere Angebote, die durch die Vision 2030, Viktoria-Karree und Haus des Wissens mit Markthalle erfüllt werden können. (vgl. Kapitel 3, 4.1, 4.2)

Insgesamt entsprechen alle vorgestellten Pläne den Wünschen der Bürger:innen und können viele davon erfüllen, besonders in Bezug auf Wohnraum- und Versorgungsangebot. In Bezug auf Gestaltung und Freizeit- und Erholungsangebot werden auch viele Wünsche erfüllt, aber ein Aspekt, der den Bochumer:innen sehr wichtig war, nämlich die Einbindung von natürlichen Elementen, Radwegen und Parks, ist nicht ausreichend erfüllt.

6. Schlussbetrachtung

Die vorliegende Facharbeit hat sich mit der Zukunft der Bochumer Innenstadt beschäftigt und die Frage beantwortet, inwieweit die Pläne der Stadt mit den Wünschen der Bochumer:innen übereinstimmen. Dies wurde mit Hilfe einer Kartierung und einer Befragung von Bürger:innen zur aktuellen Situation der Bochumer Innenstadt und zu ihren Wünschen erreicht, die mit einigen Zukunftsplänen verglichen wurden.

Es wurde herausgestellt, dass die aktuelle Bochumer Innenstadt einige Mängel aufweist. Vor allem in den Bereichen Gestaltung und Freizeit- und Erholungsangebot, aber auch in Bezug auf Wohnraum und Versorgung gibt es großes Verbesserungspotenzial. Für die Zukunft der Bochumer Innenstadt gibt es zahlreiche Pläne, von denen einige vorgestellt wurden. Die Pläne umfassen sowohl eine Entwicklung der gesamten Innenstadt, als auch den Bau von vielseitig nutzbaren Gebäuden.

Die Zukunft der Bochumer Innenstadt ist insgesamt sehr vielversprechend. Die Pläne entsprechen den Wünschen der Bochumer:innen größtenteils und die verschiedenen Projekte und Gebäude werden die Innenstadt deutlich attraktiver machen. Lediglich die Einbindung von natürlichen Elementen und Radwegen, die den Bochumer:innen sehr wichtig war, ist in den aktuellen Plänen nicht umfassend genug einbegriffen.

7. Literaturverzeichnis

- „Bochum“, DB City.com, <https://de.db-city.com/Deutschland--Nordrhein-Westfalen--Bochum--Bochum> Zugang 21.02.2021
- „Bochum 2030 Vision Innenstadt“, Bochum Wirtschaftsentwicklung 20.3.2017, https://www.bochum-wirtschaft.de/fileadmin/downloads/Bochum_Vision_2030_Dokumentation_Digital.pdf Zugang 16.2.2021
- Daniele Giustolisi, „Bochum: Viktoria-Karree bringt viele neue Geschäfte in die City - und das ist längst nicht alles“, RUHR 24, 12.03.2021, <https://www.ruhr24.de/bochum/bochum-viktoria-karree-soll-2021-city-aufwerten-sind-plaene-13146235.html> Zugang 22.02.2021
- „VIKTORIA-KARREE BOCHUM“, Hanseatische Betreuungs- und Beteiligungsgesellschaft (HBB) 2021, <https://www.hbb.de/projekte/viktoria-karree-bochum/> Zugang 22.02.2021
- Dr. Volker Steude, „Im Telekomblock entsteht der spannendste Ort der Stadt“, Stadt Spiegel, 23.02.2019, https://www.lokalkompass.de/bochum/c-politik/im-telekomblock-entsteht-der-spannendste-ort-der-stadt_a1081440#gallery=null Zugang 22.02.2021
- „Pressekonferenz Gestaltungsleitlinien Innenstadt Bochum“, Bochum.de, 13.01.2020, [https://www.bochum.de/C125830C0042AB74/vwContentByKey/W2BKTDJX620BOCMDE/\\$File/Praesentation_Pressekonferenz_Gestaltungsleitlinien.pdf](https://www.bochum.de/C125830C0042AB74/vwContentByKey/W2BKTDJX620BOCMDE/$File/Praesentation_Pressekonferenz_Gestaltungsleitlinien.pdf) Zugang 22.02.2021

8. Anhang

1. Fragebogen

Funktion der Bochumer Innenstadt

1. Wohnraumfunktion

Wie bewerten Sie die Quantität des Wohnraumangebotes? (angemessen/zu hoch/zu niedrig/kann ich nicht beurteilen)

Wie bewerten Sie die Qualität der Wohnraumangebote? (gut/mittel/schlecht/kann ich nicht beurteilen)

Was wünschen Sie sich hinsichtlich des Wohnraumangebotes?

2. Versorgungsfunktion

Wie bewerten Sie die Quantität der Nahrungsmittelangebote? (angemessen/zu hoch/zu niedrig/kann ich nicht beurteilen)

Wie bewerten Sie die Qualität der Nahrungsmittelangebote? (gut/mittel/schlecht/kann ich nicht beurteilen)

Wie bewerten Sie die Quantität der Geschäfte für Bekleidung, Haushaltsgegenstände, usw.? (angemessen/zu hoch/zu niedrig/kann ich nicht beurteilen)

Wie bewerten Sie die Qualität der Geschäfte für Bekleidung, Haushaltsgegenstände, usw.? (gut/mittel/schlecht/kann ich nicht beurteilen)

Wie bewerten Sie die Quantität der Gastronomiebetriebe? (angemessen/zu hoch/zu niedrig/kann ich nicht beurteilen)

Wie bewerten Sie die Qualität der Gastronomiebetriebe? (gut/mittel/schlecht/kann ich nicht beurteilen)

Wie bewerten Sie die Quantität der und Dienstleistungsangebote? (z. B. Reisebüros, Banken) (angemessen/zu hoch/zu niedrig/kann ich nicht beurteilen)

Möchten Sie noch etwas zur Versorgung anmerken? Fehlt Ihnen etwas?

3. Freizeit und Erholung

Wie bewerten Sie die Quantität der Freizeit- und Erholungsangebote? (Kinos, Museen, Konzerte, usw.) (angemessen/zu hoch/zu niedrig/kann ich nicht beurteilen)

Wie bewerten Sie die Vielseitigkeit der Freizeit- und Erholungsangebote? (gut/mittel/schlecht/kann ich nicht beurteilen)

Was wünschen Sie sich hinsichtlich des Freizeit- und Erholungsangebotes? Fehlt Ihnen etwas?

- Haben Sie noch weitere Anmerkungen oder Wünsche zur Funktion der Bochumer Innenstadt?

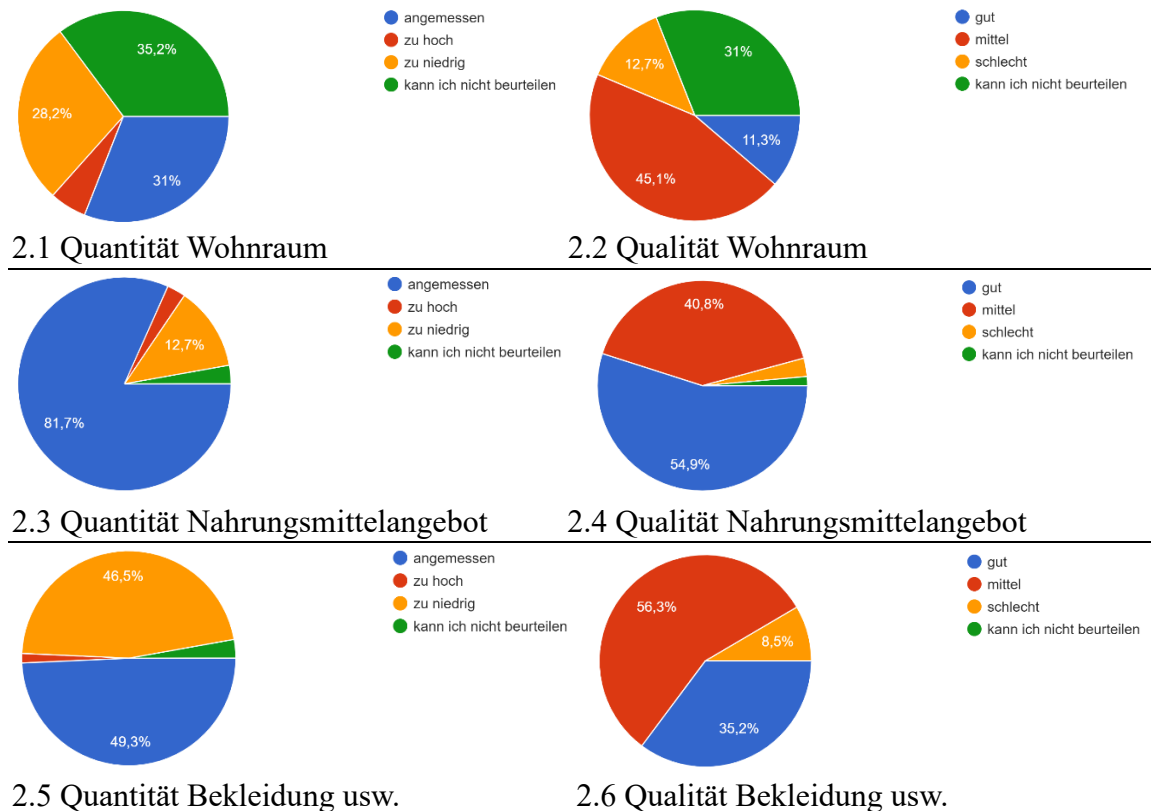
Aussehen der Bochumer Innenstadt

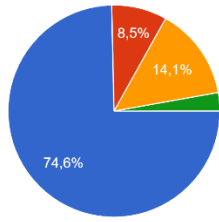
- Wie gefällt Ihnen das Gesamtbild der Bochumer Innenstadt? (gut/mittel/schlecht)
- Wie gefällt Ihnen die Gestaltung der Fassaden der Häuser? (gut/mittel/schlecht)
- Wie gefällt Ihnen die Außenwerbung der Geschäfte? (Schilder an Gebäuden) (gut so wie sie jetzt ist/teilweise etwas zu dominant/stört das Aussehen der Gebäude total)
- Empfinden Sie Plakatständer und Warenauslagen vor den Geschäften als störend? (ja total/ein wenig/nein)
- Wie gefallen Ihnen die Brunnen und anderen Wasserspiele? (gut/mittel/schlecht/ sind mir egal)
Sollte es davon mehr geben? (ja/nein/ist mir egal)
- Wie gefällt Ihnen die Einbindung von natürlichen Elementen wie Bäumen? (gefällt mir so wie sie ist/es sollte mehr geben/es sollte weniger geben)
- Wie bewerten Sie die Menge der Sitzmöglichkeiten und Orte um sich zu treffen? (gut/mittel/schlecht)
- Haben Sie sonst noch Anmerkungen oder Wünsche zur Gestaltung der Bochumer Innenstadt?

In welchen Bereichen muss sich Ihrer Meinung nach etwas an der Bochumer Innenstadt ändern? (Wohnraumfunktion/Versorgungsfunktion/Freizeit und Erholung/Gestaltung/in keinem/sonstige)

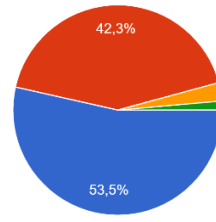
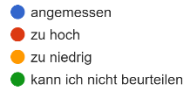
2. Diagramme der Umfrage

(Beschriftung jeweils unter dem Diagramm)

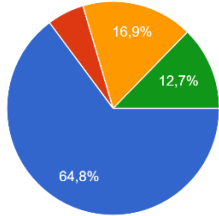
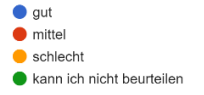




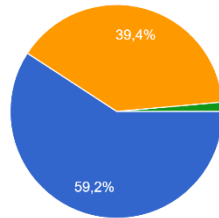
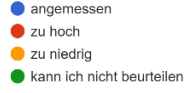
2.8 Quantität Gastronomie



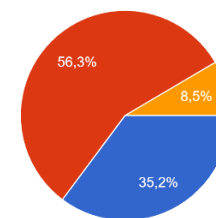
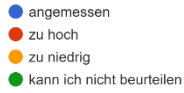
2.9 Qualität Gastronomie



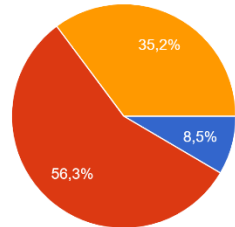
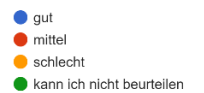
2.10 Quantität Dienstleistungsangebot



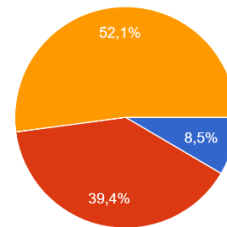
2.11 Quantität Freizeit/Erholung



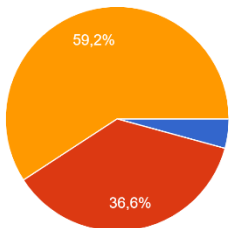
2.12 Vielseitigkeit Freizeit/Erholung



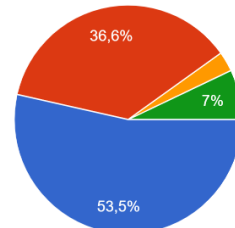
2.13 Gesamtbild



2.14 Fassaden der Häuser

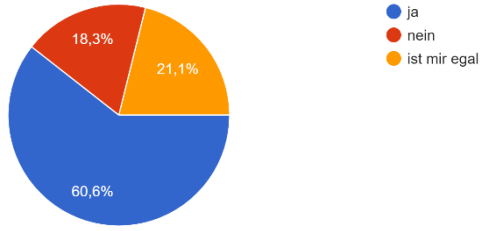


2.15 stören Plakatständer?

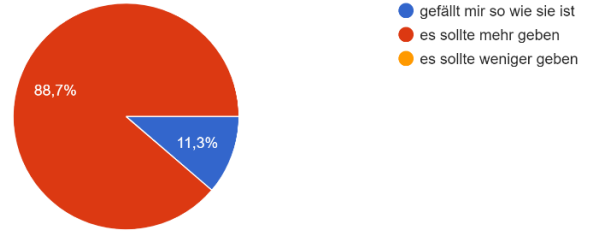


2.16 Brunnen und Wasserspiele

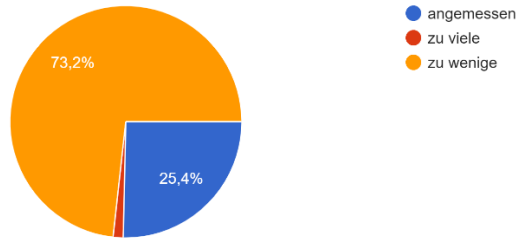




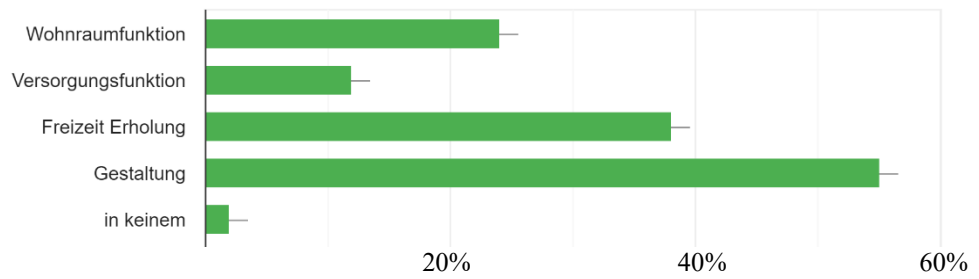
2.17 mehr Brunnen?



2.18 natürliche Elemente/Bäume



2.19 Sitzmöglichkeiten/Treffpunkte



2.20 Wo besteht der größte Handlungsbedarf?

9. Schlusserklärung

Hiermit erkläre ich, dass ich die vorliegende Arbeit selbstständig und ohne fremde Hilfe verfasst und keine anderen als die im Literaturverzeichnis angegebenen Hilfsmittel verwendet habe.

Insbesondere versichere ich, dass ich alle wörtlichen und sinngemäßen Übernahmen aus anderen Werken als solche kenntlich gemacht habe.

(Ort; Datum)

(Unterschrift)