

Yes we can → Yes we will!

9. Freitagswerkstatt

26.08.2016

Thema:

„Schön hier – aber nichts los!“

Wie attraktiv ist die Bonner Innenstadt?



IHK Bonn/Rhein-Sieg
Bonner Talweg 17
53113 Bonn

Tel 02 28/22 84-0
Fax 02 28/22 84-170
E-Mail: info@bonn.ihk.de

Diese Dokumentation ist online verfügbar unter:
<http://www.ihk-bonn.de/fachbereiche/standortpolitik/gesellschaftliche-verantwortung-von-unternehmen/csr-freitagswerkstatt.html>

Hintergrund

Als internationale Stadt, Beethovenstadt und ehemalige Hauptstadt hat Bonn viel zu bieten. Doch der strukturelle Wandel der letzten Jahrzehnte hinterlässt seine Spuren auch in der Innenstadt – zum Unmut vieler Einzelhändler und vieler Bürgerinnen und Bürger. Der „Masterplan Innere Stadt Bonn“ beschreibt die Innenstadt als die Visitenkarte Bonns. Sie ist ein Ort der Identifikation mit der Geschichte und Kultur einer Stadt, die sich in der Gestaltung des öffentlichen Raums, von Plätzen, Gebäuden, Einkaufsstraßen, aber auch Veranstaltungen widerspiegelt.

Viele Akteure und Betroffene kritisieren, dass die City der Funktion als Visitenkarte nicht gerecht wird: Das Shoppen in den Einkaufsstraßen wird teilweise eiförmig, die Angebote oftmals austauschbar. Traditionsreiche, inhabergeführte Geschäfte schließen und machen Platz für uniforme Ladenketten. Die Pflege öffentlicher Plätze lässt sichtbar nach. Veranstaltungen, die die City beleben könnten, werden an den Stadtrand gedrängt.

In der 9. Freitagswerkstatt wurde aufgezeigt, was die Bonner Innenstadt für Einwohner und Gäste attraktiv machen kann, woran lokale Vorhaben und Initiativen scheitern und was die Akteure unternehmen können, um die City aufzuwerten.

An der Diskussion beteiligten sich:

Dr. Ingrid Schöll, VHS-Direktorin

Maike Reinhardt, city marketing bonn e.V.

Arnulf Marquardt-Kuron, Amt für Wirtschaftsförderung der Bundesstadt Bonn

Natascha Rohde, Stadtplanungsamt der Bundesstadt Bonn

Adalbert von der Osten, Hauptgeschäftsführer des Einzelhandelsverbandes Bonn Rhein-Sieg Euskirchen e.V.

Roland Goseberg, Vertreter der Immobilien- und Standortgemeinschaft Friedrichstraße Bonn e.V. (ISG)

Johanna Schäfer, Gründerin von BonnLab und angehende Architektin

Prof. Dr. Stephan Wimmers, IHK-Geschäftsführer

Die Veranstaltung fand im Haus der Bildung am Mühlheimer Platz statt. Dr. Ingrid Schöll stellte das Haus vor und betonte, dass dieses Haus erheblich zur Aufwertung der City beiträgt; Haus und Gelände seien darauf angewiesen, dass Rahmenbedingungen geschaffen werden, die dazu beitragen, die Attraktivität zu erhalten. Wie diese für die gesamte Innenstadt aussehen können, wurde in der Diskussion erläutert.

Teilnehmende

Vorname	Name	Organisation
Baum	Daniela	
Barenscheidt	Wolf-Dieter	Arzt/Wissenschaftliche Befragungen
Cox	Peter	Stellvertretender Fraktionsvorsitzender SPD
Donath	Birgit	Moderation Freitagswerkstatt
Frohn	Marion	Unternehmenskommunikation Lebenshilfe Bonn gGmbH
Fuchs	Julia	
Goseberg	Roland	Vertreter der Immobilien- und Standortgemeinschaft Friedrichstraße Bonn e.V. (ISG)
Hein	Gisela	Moderation Freitagswerkstatt
Hein	Jürgen	
Hüttenhain	Eva	
Marquardt-Kuron	Arnulf	Amt für Wirtschaftsförderung der Bundesstadt Bonn
Pieck	Michael	Pressesprecher IHK Bonn/ Rhein-Sieg
Reinhardt	Maike	city marketing bonn e.V.
Rohde	Natascha	Stadtplanungsamt der Bundesstadt Bonn
Rondorf	Marian	gmc ² gerhards multhaupt consulting GmbH
Sajić	Milka	
Schäfer	Johanna	Gründerin von BonnLab/angehende Architektin
Schöll	Ingrid	VHS-Direktorin
Severin	Claudia	Führung und Kommunikation
Stüber	Sabina	CSR-Kompetenzzentrum IHK Bonn/Rhein-Sieg
Thöne	Anja	Moderation Freitagswerkstatt
von der Osten	Adalbert	Hauptgeschäftsführer des Einzelhandelsverbandes Bonn Rhein-Sieg Euskirchen e.V.
Prof. Dr. Wimmers	Stephan	IHK-Geschäftsführer
Wittwer	Frank	WikiCultureCity

Ablauf:

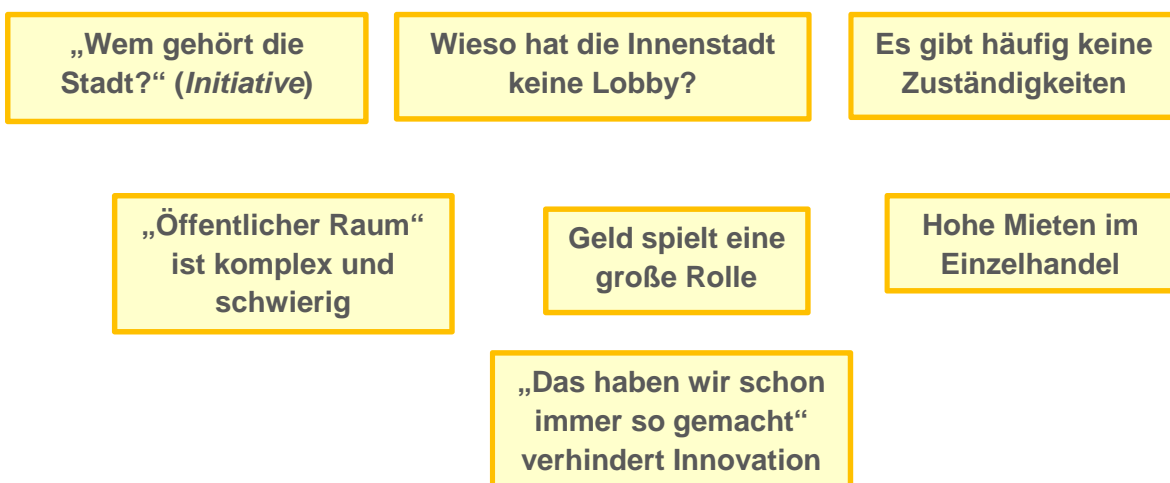
Uhrzeit	was?	wer?
10.00	Begrüßung der Teilnehmenden; Informationen zum Haus der Bildung	Ingrid Schöll
10.30	Ergebnisse der letzten Freitagswerkstatt	Pieck
10.35	Erläuterung des Themas „Schön hier - aber nichts los – wie attraktiv ist die Bonner Innenstadt?“ Vorstellung der CSR-Expertinnen	Thöne
10.40	Statements zum Thema nach Leitfragen: <ul style="list-style-type: none"> • Was fehlt in der Bonner City? • Woran scheitern die Initiativen? • Was können wir tun? • Visionen & Ideen für die Bonner City <p>Dr. Ingrid Schöll, VHS-Direktorin Maïke Reinhardt, , city marketing bonn e.V. Arnulf Marquardt-Kuron, Amt für Wirtschaftsförderung der Bundesstadt Bonn Natascha Rohde, Stadtplanungsamt der Bundesstadt Bonn Adalbert von der Osten, Hauptgeschäftsführer des Einzelhandelsverbandes Bonn Rhein-Sieg Euskirchen e.V. Roland Goseberg, Vertreter der Immobilien- und Standortgemeinschaft Friedrichstraße Bonn e.V. (ISG) Johanna Schäfer, Gründerin von BonnLab und angehende Architektin Prof. Dr. Stephan Wimmers, IHK-Geschäftsführer</p>	Moderation: Hein
11.30	Austausch und Diskussion aller Teilnehmenden anhand der obenstehenden Leitfragen	Moderation: Hein Notizen: Donath
12.15	Zusammenfassung der Ergebnisse	Donath
12.20	Absprachen treffen: wie geht es weiter?	Thöne
12.25	Ausklang/Imbiss	Überleitung: Pieck

Wir danken dem Haus der Bildung für die Gastfreundschaft und die Verpflegung!

- Was fehlt in der Bonner City?



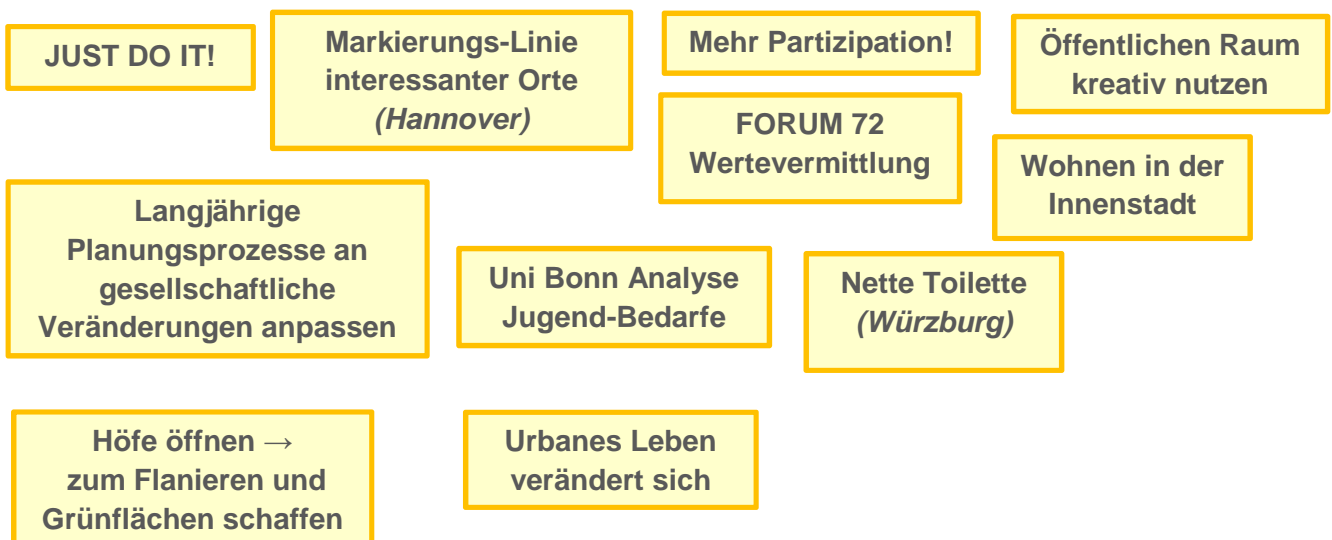
- Woran scheitern die Initiativen?



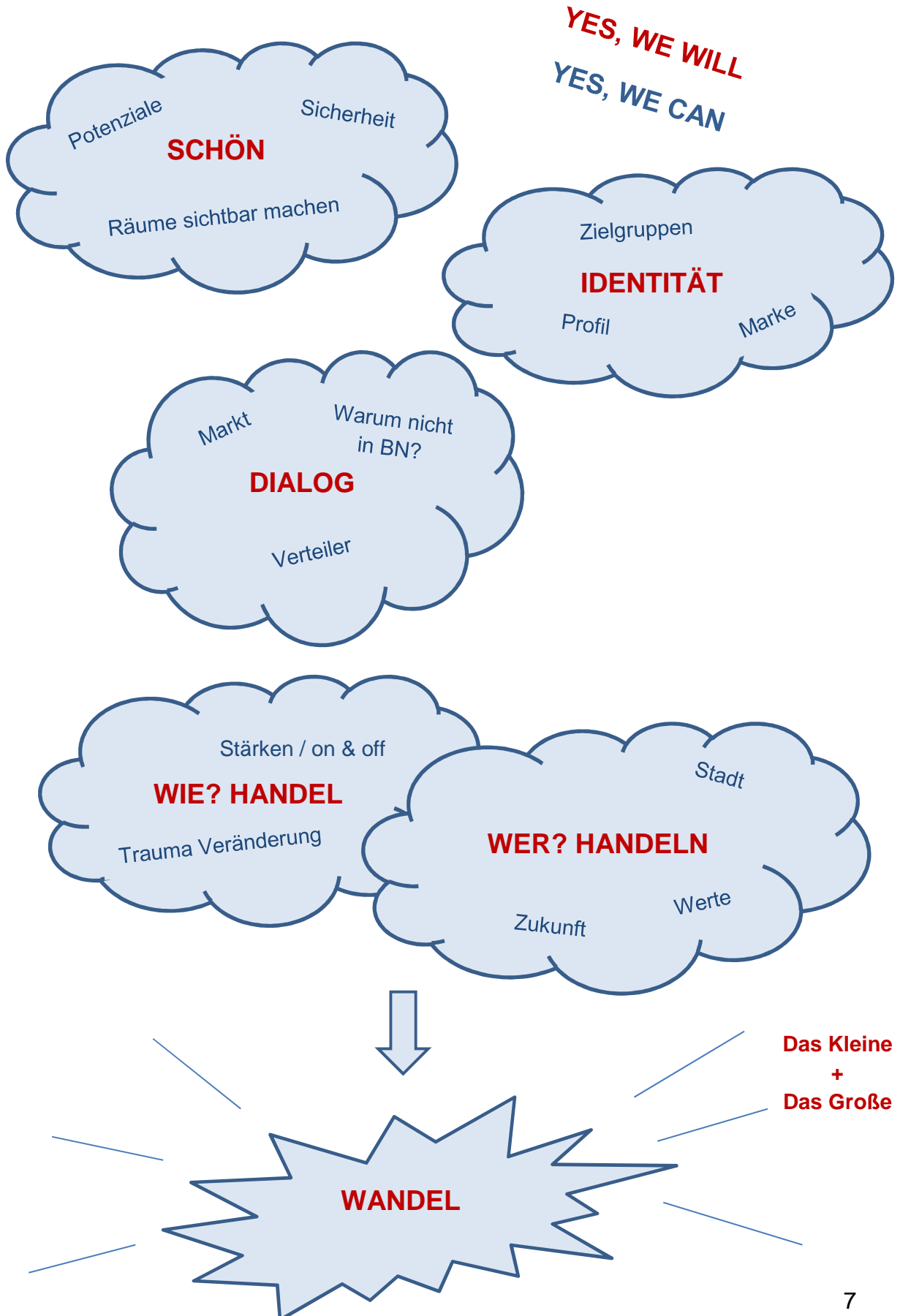
• Was können wir tun?



• Visionen & Ideen



- Aufträge



Fazit

Die Diskutanten waren sich einig: Ja, es ist schön in Bonn. Aber es mangelt der Innenstadt an Attraktivität und Lebendigkeit. Trotz zahlreicher Initiativen und bereits durchgeführter Bürgerforen gelingt es in Bonn nur selten, neue Ideen umzusetzen, Potentiale zu heben und den Wandel des nächsten Jahrzehnts erfolgreich einzuleiten. Bonn ist Oberzentrum für eine Million Menschen. Will Bonn im Wettbewerb mit dem Umland und dem zunehmenden Online-Shopping bestehen, muss die Stadt – und alle betroffenen Akteure mit ihr – handeln.

Doch was kann getan werden, um Bonn fit zu machen für eine **nachhaltige Entwicklung, für eine attraktive Innenstadt, für eine gesunde Struktur des Einzelhandels, der Gastronomie und der Kultur** in der City? Die VHS Bonn hat es vorgemacht: Trotz erheblicher Widerstände ist das Haus der Bildung im Herzen der Stadt entstanden, ist zu einem Ort der Begegnung geworden.

Bonn sollte seine Wirtschaftskraft bündeln, um das Shoppen attraktiv zu erhalten. Der Einzelhandel ist das Zugpferd der Innenstadt. Doch dieser ist zu wenig vernetzt, um gemeinsam zu handeln. **Mangelnde Information und Kommunikation** ist die erste Hürde, die es zu überwinden gilt. Von den rund 420 Einzelhändlern sind beispielsweise nur rund 100 Mitglieder in der City Marketing Initiative. Viele Einzelhändler verlassen die Innenstadt aufgrund zu hoher Mieten. Der Einzelhandel benötigt **mehr bezahlbare Fläche** in der Innenstadt, um gegen die Konkurrenz des Umlandes zu bestehen. Perspektivisch wird höchstwahrscheinlich das Wachstum des Online-Handels das Gesicht der Innenstadt verändern. In zehn Jahren wird Bonn voraussichtlich ein ganz anderes, sehr viel mehr online-gestütztes Einkaufsverhalten erleben. Wie kann sich der Einzelhandel darauf vorbereiten? Gerade die jüngere Generation hat dazu andere Antworten, die gehört werden sollten. Uniforme Billiganbieter werden teilweise abgelehnt; nachhaltig denkende und handelnde Unternehmen sollten gewonnen werden.

Doch welche Konzepte gibt es für eine grüne, soziale, ökonomisch nachhaltige Innenstadtentwicklung? Zur Nachhaltigkeit und Attraktivität der Bonner Innenstadt gehört in diesem Zusammenhang auch eine **Mobilität**, die sich jeder leisten kann. Denn der öffentliche Nahverkehr ist vergleichsweise teuer, die Fahrradwege sind zu unsicher, um Menschen in die City zu ziehen. Ungelöst ist auch das Thema Sicherheit. Wohnungslose und Drogen – **Bonn muss seine Räume schützen**, ohne sozial auszugrenzen.

Bonn hat sehr viele schöne Plätze und Ecken, die es zu nutzen gilt. Eine Öffnung hin zum Rhein würde die Innenstadt attraktiver machen. Die Umgebung des Bahnhofs wurde in der Diskussion als äußerst unattraktiv beschrieben. Das wenig einladende Portal der Stadt macht keinen Appetit auf Bonn. Ein Hemmnis für Tourismus, ältere Mitbewohner, Menschen mit körperlichen Einschränkungen und Familien mit kleinen Kindern ist ganz praktisch der Mangel an Toiletten. Die Initiative „Die nette Toilette“ macht es in Würzburg vor, wie Lösungen gefunden werden können. In Bonn ist die Umsetzung gescheitert.

In der Diskussion wurde deutlich, dass die Stadt kein Analysedefizit hat, sondern ein **Handlungsdefizit**. Es scheint, Bonn fehlte es an Mut zu Veränderung. Die Haltung „wir haben es schon immer so gemacht“, könnte eine tiefe Krankheit der Stadt sein.

Neues zu schaffen, und bereits neu Geschaffenes gut zu bewerben und sich darüber kreativ zu positionieren, ist eine zentrale Aufgabe. Die aktuelle Herausforderung liegt in der **Stärkung der Identität**. Bonn sollte sich in seinem Profil klar abheben von dem Profil anderer Städte. Die Innenstadt könnte zu einem Ort werden, an dem alle Menschen, von jung bis alt, sich gerne aufhalten. Dazu muss öffentlicher Begegnungsraum für die Menschen geschaffen werden. Als ein genanntes Beispiel verfügt der Markt über ein hohes, ungenutztes Potential. Die Städte Mainz und Bordeaux zeigen, wie ein Markt zu solch einem Treffpunkt werden kann.

Ein Fazit der Runde war, dass sich alle **Akteure besser vernetzen** sollten, um ins Handeln zu kommen. Die IHK Bonn/Rhein-Sieg wird daher gebeten – unter Beachtung des Datenschutzes –, zunächst einen Verteiler der Einzelhändler der Bonner Innenstadt auf den Weg zu bringen. Der Einzelhandel könnte eingeladen werden, über nächste Schritte und Herausforderungen gemeinsam zu diskutieren. Auch die Verbindung zwischen Stadt und Einzelhandel könnte mit Unterstützung der IHK gestärkt werden. Es gibt bereits eine „AG Innenstadtgestaltung“, die rund 14 verschiedene Ämter der Stadt an einen Tisch bringt. Es bietet sich eine Verknüpfung mit der Wirtschaft an.

Als weitere wichtige Aufgabe könnte die IHK Bonn/Rhein-Sieg die Themen Online-Shopping und nachhaltige Entwicklung der City aufgreifen und weiterbearbeiten. Welche Informationen benötigt der Einzelhandel, welche Auswirkungen können für die City vorhergesehen werden, welche Untersuchungen und Konzepte können rechtzeitig angedacht werden? Sowohl der Einzelhandel als auch Investoren sollten darüber hinaus die Frage des Wertewandels in ihre Planungen integrieren – was wollen die Käufer und Besucher von morgen? Sind Einzelhändler und Gastronomie auf die Säulen Ökonomie, Ökologie und Soziales eingestellt, in der Vision einer Bonner Innenstadt von morgen? Welche Mischung zwischen Shopping, Erleben und Begegnung bietet die Innenstadt in zehn Jahren?

Die größte Herausforderung besteht in dem Abbau von Hemmnissen und im **Mut zum Umdenken**. Bonns Profil schärfen und ins Handeln kommen - in kleinen wie in großen Schritten kann die IHK den Wandel begleiten und die Bonner Innenstadt leben lassen. Genug Potential, da waren sich die Diskutanten einig, steht Bonn zur Verfügung.