

Neugestaltung der WAT-Innenstadt

Mehr Flair, Ambiente und Aufenthaltsqualität für die Wattenscheider Innenstadt



WAT-Marketing - Wattenscheid benötigt eine professionell arbeitende Gesellschaft, die die Modernisierung und Entrümpelung der Innenstadt organisiert.

Weitere Aufgaben sind ein professionelles Leerstandsmanagement, die Umsetzung von Maßnahmen für ein gutes Branchenmix wie zur sinnvollen Zwischennutzung oder Umwandlung nicht mehr benötigter Flächen etwa in Wohnraum.

Weitere Aufgabe von WAT-Marketing sollte das innerstädtische Veranstaltungsmanagement sein (u.a. die Organisation eines Weihnachtsmarktes) sowie ein eigenständiges Marketing für die Stadt Wattenscheid.



Aufgabenfelder

- Entwicklung und Umsetzung des Konzepts zur Neugestaltung der Wattenscheider Innenstadt
- Leerstandsmanagement
- Stadtmarketing Wattenscheid
- Digitalisierung der Wattenscheider Innenstadt
- Veranstaltungsmanagement
- Koordinierung der Aktivitäten von Akteuren in der Wattenscheider Innenstadt

Auch Angebote wie kostenfreies WLAN, Click and Collect und online Informationen über die Unternehmen in der Innenstadt, sollte WAT-Marketing bereits stellen und betreuen.

Die Hälfte der Gesellschaftsanteile von WAT-Marketing sollte der Stadt gehören, die andere Hälfte mindestens 30 in Wattenscheid engagierten und aktiven Unternehmen, Geschäftsbetreibern, Gastronomen, Immobilienbesitzern sowie Vereinen und Initiativen.

Die Idee - Mit den interessanten Gründerzeitgebäuden ließe sich in der Wattenscheider Innenstadt ein einzigartiges Ambiente schaffen. Leider wurde bei den meisten Gebäuden im Laufe der Jahrzehnte die Erdgeschoss etage baulich verunstaltet und mit überdimensionierten Werbeanbauten unansehnlich gemacht.

Die Gestaltung der Gebäude insbesondere im Erdgeschoss soll wieder der Architektur der Gründerzeit angepasst werden.

Mit den Geschäftsleuten soll eine Vereinbarung getroffen werden wie überdimensionierte Werbeanbauten zurück gebaut werden können. Für die Zukunft soll in einer Satzung festgelegt werden, welche Werbeanbauten in der Innenstadt zulässig sind.



Weiterhin soll die Pflasterung der Fußgängerzone der gründerzeitlichen Bebauung angepasst werden. Ansehnliche Beete, Bäume, viele Bänke und vielleicht ein Bachlauf sollen in der Fußgängerzone für neues Flair und Ambiente sowie eine hohe Aufenthaltsqualität sorgen.

Daten zur Innenstadt WAT

Einwohner: Innenstadt für 72.500 Einwohner

Verkaufsfläche: 21.190 qm (fast 50% im Gertrudiscenter)

Umsatz/ Jahr: 80 Mio.

Betriebe: 120 Einzelhandel, 210 Dienstleistung, 25 Leerstände (2012)

Probleme: Leerstände, schlechte Außendarstellung

Länge Fußgängerzone: 450 m

Flair und Ambiente einer Stadt haben den größten Einfluss auf die Bewertung der Gesamtattraktivität durch die Passanten. Das Einzelhandelsangebot folgt auf Platz zwei.

Wichtigster Einzelaspekt für das Ambiente und Flair einer Innenstadt sind, aus Sicht der Befragten, die Gebäude der Innenstadt. Den zweiten Rang belegen Plätze und Grünflächen. (Quelle: Vitale Innenstädte" 2016, IFH Köln).

Fehlt es an Flair und Ambiente, bleiben die Kunden aus. Einzelhandelsunternehmen meiden Innenstädte, in denen die Aufenthaltsqualität gering ist. Dort ist es nicht attraktiv ein Geschäft zu eröffnen,



DIE STADTGESTALTER

politisch aber parteilos

Projektort



Urheber der Idee

Die STADTGESTALTER

Jahr der Idee

2016

Status der Realisierung

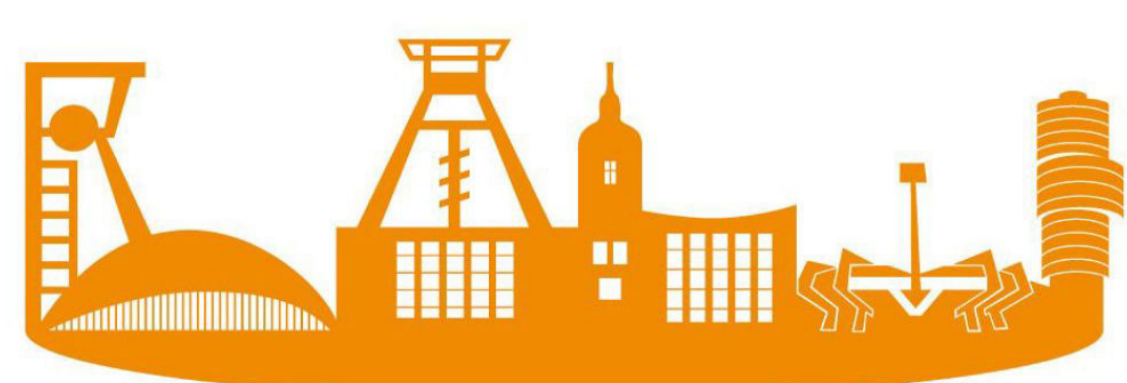
Im Rahmen des Stadtumbaus Wattenscheid kann die Sanierung von Fassaden gefördert werden

Finanzierung

Förderprogramme, Investition der Stadt, Immobilienbesitzer

Bürgerbeteiligung

Die Bürger machen Vorschläge zur Umgestaltung und diskutieren diese



DIE STADTGESTALTER

politisch aber parteilos

Die STADTGESTALTER sind politisch aber parteilose Bürger, die Ideen und Vorschläge für Bochum und Wattenscheid entwickeln. In den politischen Gremien der Stadt setzen wir uns insbesondere ein für eine attraktiver Stadt, mehr Bürgerbeteiligung und die Sanierung der Stadtfinanzen.

Weitere Informationen im Internet: die-stadtgestalter.de