

PERSPEKTIVEN FÜR DIE DÜSSELDORFER INNENSTADT 2030



INHALT

HINTERGRUND UND ZIELSETZUNG	3
HANDLUNGSEMPFEHLUNGEN	5
Die City als Marke stärken	5
Stadt und Wirtschaft – Zusammenarbeit und Dialog stärken	9
Innerstädtische Mobilität neu denken	11
Innerstädtische Logistik neu denken	14
Nutzungsdurchmischung als Ziel verfolgen	18
Öffentlichen und privaten Raum als Verweilzone gestalten	23
Daten im urbanen Raum generieren und nutzbar machen	27

HINTERGRUND UND ZIELSETZUNG

In Düsseldorf werden aktuell das Stadtentwicklungskonzept **Raumwerk D** und der **Mobilitätsplan D** (Arbeitstitel bisher „Integriertes Mobilitätskonzept 2030+“) erarbeitet; es entstehen zahlreiche neue Quartiere, der Hauptbahnhof wird umgestaltet und der Quartiersentwicklungsprozess **Zukunft Quartier.Düsseldorf** beginnt.

Die IHK bringt sich in die Erarbeitung dieser Konzepte ein und platziert Wirtschaftsinteressen. Dazu hat sie mit Unternehmern und methodischer Unterstützung des Fraunhofer-Instituts für Arbeitswirtschaft und Organisation in dem workshopbasierten Strategieprozess **Unternehmer gestalten: Perspektiven für die Düsseldorfer Innenstadt 2030** Positionen zur Düsseldorfer City-entwicklung bis zum Jahr 2030 erarbeitet. Im Fokus stand dabei die Frage, wie sich das Stadtleben in den Themenfeldern „Handel und Dienstleistungen“, „Verkehr, Mobilität und Logistik“ sowie „Wohnen, Arbeiten (und Produzieren?)“ im Jahr 2030 darstellen wird und welche Maßnahmen zu treffen sind, um die Düsseldorfer Innenstadt zukunftsfähig zu gestalten.

Um dies zu beantworten, wurden in Experten-Workshops und in Abstimmung mit den IHK-Ausschüssen für Einzelhandel, Tourismus und Verkehr, dem Arbeitskreis Immobilienwirtschaft sowie den Wirtschafts-junioren Düsseldorf Handlungsempfehlungen in den drei genannten Themenfeldern entwickelt, die von der IHK-Vollversammlung am 28. Mai 2018 beschlossen wurden. Die Handlungsempfehlungen sowie daraus abgeleitete Maßnahmenvorschläge sind in der vorliegenden Broschüre dargestellt. Das vollständige Positionspapier umfasst drei Szenarien, sieben Handlungsempfehlungen sowie 38 Maßnahmen und kann unter www.duesseldorf.ihk.de/DUS2030 abgerufen werden. Dabei ist das Positionspapier als lebendiges und offenes Konzept zu verstehen, welches fortgeführt werden und – auch über das Jahr 2030 hinaus – Raum für eine positive Entwicklung der Düsseldorfer Innenstadt schaffen soll.*

* Als Innenstadt gilt dabei – ohne eine parzellenscharfe Abgrenzung vorzunehmen – der Bereich zwischen Hauptbahnhof und Rhein sowie zwischen Graf-Adolf-Straße/Haroldstraße und Insel-/Kaiser-/Jägerhof-/Pempelforter-/Kölner Straße im Norden.



HANDLUNGSEMPFEHLUNGEN Die City als Marke stärken

Relevante Akteure

- Politik
- Verwaltung
- Städtische Tochterfirmen
- Düsseldorf Marketing GmbH
Düsseldorf Tourismus GmbH
- Forum Stadtmarketing
- Werbegemeinschaften
- ISGs
- Einzelhandelsverband
- IHK

Der Rheinboulevard soll von der neu gestalteten Schadowstraße über die Königsallee und die Flinger Straße bis an den Rhein verlaufen.

Für die lokale Wirtschaft ist die Sichtbarkeit und Positionierung der Düsseldorfer Innenstadt von wesentlicher Bedeutung für ihre Zukunftsfähigkeit. Zwar wirbt die Düsseldorf Tourismus GmbH seit 2017 mit dem Slogan **Nähe trifft Freiheit** für die Gesamtstadt, eine speziell auf die Innenstadt bezogene, zentral koordinierte Markenbildung gibt es bisher jedoch nicht. Auch wenn es für eine solche – mangels Verfügbarkeit – nicht den einen, alles überstrahlenden Leuchtturm wie in anderen Städten (Elbphilharmonie, Kölner Dom) gibt, ist Potenzial vorhanden. So ist sich die Wirtschaft einig, dass zahlreiche kleine Puzzlestücke – wie die Internationalität und Exklusivität der Königsallee, die Lage der Altstadt am Rhein, die hohe Lebensqualität oder zahlreiche architektonische Highlights – den Kern der Innenstadt bilden und diese als Ganze ausmachen. Diese Puzzlestücke einerseits für sich und andererseits in der Summe als Gesamtqualität herauszuheben, ist die zentrale Aufgabe für die künftige Vermarktung und Positionierung der City – speziell vor dem Hintergrund des Standortwettbewerbs mit anderen Metropolen. Ein positives Image der Stadt, das (international) vermarktet wird, könnte dabei eine viel-

schichtige Wirkung für Handel, Tourismus, Gastronomie und internationale Firmenansiedlungen entfalten. Dabei sollen folgende Ziele im Fokus stehen:

- **Alleinstellungsmerkmale der Düsseldorfer Innenstadt stärken (zum Beispiel Königsallee, Stadt der kurzen Wege, Aufenthaltsqualität),**
- **weitere Leuchttürme etablieren (zum Beispiel rund um den Kö-Bogen, Schadowstraße),**
- **Erlebnisraum Innenstadt stärken,**
- **Gastronomie als Publikumsmagnet für den Handel stärken.**

Darauf basierend schlägt die lokale Wirtschaft folgende Handlungsempfehlungen vor:

Rheinboulevard als Ost-West-Achse etablieren

Die City umfasst drei Geschäftsbereiche: Die Königsallee bietet ein exklusives, hochpreisiges Angebot, die Schadowstraße ist die hochfilialisierte Einkaufsmeile für Jedermann und die Altstadt der Bereich mit historischem Flair und

kleinteiligem Geschäftsbesatz. Diese Quartiere stehen bisher räumlich, hinsichtlich ihrer Angebote sowie in der Außenwahrnehmung für sich. Insbesondere die Kaufleute wünschen eine stärkere Verzahnung in Form eines „Rheinboulevards“ vom Wehrhahn im Osten über die Schadowstraße, die Königsallee und die Flinger Straße bis zum Rhein. Neben gestalterischen Aspekten soll eine gemeinsame Vermarktungsstrategie im Fokus stehen und zeigen, dass in der City Vielfalt gemeinsam gelebt wird. Impulsgeber kann das Forum Stadtmarketing als Zusammenschluss innerstädtischer Interessengemeinschaften mit kurzem Draht zur Stadtverwaltung sein.

Events, Veranstaltungen, Messeaktivitäten und Kultur in der Innenstadt weiter stärken

Zwar wird der Einzelhandel weiterhin Treiber und Aushängeschild der Düsseldorfer Innenstadtentwicklung sein, allerdings wird ein attraktives „Rundum-Angebot“ an Stellenwert gewinnen. Ein wichtiger Baustein sind dabei Veranstaltungen und Events unterschiedlicher Art: Von regelmäßigen Straßen-

festen (zum Beispiel Hohe Straße-Fest), gegebenenfalls verknüpft mit verkaufsoffenen Sonntagen, über mehrtägige Kulturevents (zum Beispiel *düsseldorf festival!*) bis zu einmalig in der Stadt gastierenden Highlights wie dem Eurovision Song Contest (2011) oder der Tour de France (2017) ist Düsseldorf diesbezüglich zwar gut aufgestellt. Die Wirtschaft fordert jedoch, diese Strategie auszubauen – insbesondere sollen Events mit internationaler Strahlkraft häufiger und regelmäßiger in der Landeshauptstadt stattfinden. Zudem bieten in der Innenstadt platzierte Messe-Aktivitäten Potenzial: Während bisher beispielsweise die Drupa oder die ProWein den Weg in die City suchen, könnte es dort künftig auch spezielle Events zu Mode- bzw. modeaffinen Messen geben. Denkbar wären wie in vergangenen Jahren Modeschauen auf der Königsallee, Pop-Up-Events im öffentlichen Raum oder Pop-Up-stores aus der Modebranche in leerstehenden Ladenlokalen. Ebenfalls wichtig ist aus Unternehmersicht die Rolle der Kultur: Die Düsseldorfer Innenstadt hat ein hervorragendes Angebot, muss dieses allerdings besser – als Innenstadttattraktion – inszenieren, beispielsweise in Form einer bereits von der Politik diskutierten Kulturachse.

Städtische Eventflächen bereitstellen

Um Veranstaltungen und Events zu ermöglichen, sind geeignete Flächen notwendig. Dass es solche – trotz des bestehenden Flächendrucks – sogar in den zentralsten Lagen der Stadt gibt, zeigen das Riesenrad am Burgplatz sowie die Eisbahn auf dem Corneliusplatz. Politik und Verwaltung schaffen bisher die Rahmenbedingungen für solche Nutzungen, die in die Region ausstrahlen. Die Stadt muss an dieser bewährten Praxis festhalten und weitere Flächen für zeitlich begrenzte Eventnutzungen anbieten sowie diese durch unbürokratische Genehmigungsverfahren nutzbar machen.

Gastronomie außerhalb der Altstadt ausbauen

Neben dem Handel wird verstärkt die Gastronomie zum Magneten für die Innenstadt. In Düsseldorf gibt es gastronomische Hotspots bisher in der Altstadt, entlang der Königsallee und am Kö-Bogen sowie rund um die Immermannstraße; dort geprägt durch asiatische Restaurants. Die Unternehmer halten es für

Neuralgischer Punkt im Verlauf des Rheinboulevards: Die Kreuzung der Heinrich-Heine-Allee. Wie symbolisch dargestellt, muss die Wegebeziehung für Passanten klar ersichtlich sein, zum Beispiel durch Fortführung des Altstadtpflasters über die Heinrich-Heine-Allee.



nötig, die Gastronomie breiter in der City zu streuen. Zwar obliegt die Nutzung von Immobilien grundsätzlich deren Eigentümern. Dennoch können Stadtpolitik und -verwaltung einen Rahmen schaffen, um bestimmte Bereiche für Gastronomie attraktiv zu gestalten, beispielsweise durch die Schaffung entsprechenden Baurechts sowie die Gestaltung des öffentlichen Raums. Jüngste Beispiele dafür finden sich am Martin-Luther-Platz und am Kö-Bogen 1. Künftige Chancen bieten die Umgestaltung der Schadowstraße sowie das Areal um den Kö-Bogen 2, inklusive der dort entstehenden Glaspyramide. Einen Ansatz zur Planung und Umsetzung kann die im Weiteren genannte „Gestaltungskarte“ bieten, die Schwerpunkt-Nutzungen für bestimmte Areale definieren sollte.

Bedeutung des Fachhandels betonen

Ein ausgewogener Betriebstypen- und -formenmix wird weiterhin entscheidend für eine gesunde innerstädtische Einzelhandelsstruktur sein. Eine wichtige Rolle spielt dabei der inhabergeführte Facheinzelhandel. Zwar können weder die Stadt noch die IHK bestimmte

Betriebstypen gezielt finanziell unterstützen und zweifellos müssen Fachhändler sich auch der veränderten Handelslandschaft anpassen. Dennoch regt die Wirtschaft an, Fachhändlern spezielle Vermarktungsmöglichkeiten zu bieten. Das können beispielsweise Werbeflächen an städtischen Immobilien oder in den Bahnen und Haltestellen der Rheinbahn sein. Um dies zu erreichen, ist Eigeninitiative der Unternehmer notwendig; treibende Kräfte können Interessengemeinschaften sowie innerstädtische Immobilien- und Standortgemeinschaften als Vermieter oder Vertragspartner sein.

Innenstadtentwicklung regelmäßig evaluieren

Um Erfolge und Handlungsbedarfe in der Innenstadtentwicklung und -vermarktung sichtbar zu machen, ist ein „Evaluationskonzept“ nötig. Dafür sind zunächst Ziele der Cityentwicklung zu definieren. Darauf aufbauend sind Kriterien zu benennen, mit denen die Zielerreichung messbar ist und die zeigen, ob Konzepte und Maßnahmen greifen beziehungsweise an welchen Stellschrauben korrigiert werden muss. Im Fokus könnten dabei die

Entwicklung von Umsatzkennziffern, Veränderungen im Modal Split, Verschiebungen bei Mietpreisen und Gästezahlen sowie die Zu- oder Abnahme von Passantenfrequenzen in den Innenstadtlagen stehen.

Stadt und Wirtschaft – Zusammenarbeit und Dialog stärken

Relevante Akteure

- Politik
- Verwaltung
- Forum Stadtmarketing
- Werbegemeinschaften
- ISGs
- Immobilieneigentümer
- Einzelhandelsverband
- IHK

Kommunikation ist nicht alles, aber ohne Kommunikation ist alles nichts. Das gilt auch in der Stadtentwicklung. Zwar gibt es in Düsseldorfs City bereits zahlreiche Netzwerke der Wirtschaft (Werbe- und Interessengemeinschaften, Forum Stadtmarketing), anlassbezogene Austauschmöglichkeiten zwischen Verwaltung und Unternehmern (zum Beispiel zur Umgestaltung der Friedrich-, Elisabeth-, Kasernen- und Breite Straße) sowie breit angelegte städtische Beteiligungsprozesse („Raumwerk D“, Neugestaltung Hauptbahnhof). Der Austausch kann aus Wirtschaftsperspektive aber sowohl in der Breite als auch in der Tiefe intensiviert werden – und das auf vielen Ebenen. Gefragt sind dabei nicht ausschließlich Politik und Verwaltung; gefragt sind alle, zumindest aber möglichst viele Cityakteure. Die Unternehmer sind sich einig, dass jegliche Art des Austausches – von locker und informell bis stringent institutionalisiert – die Innenstadtentwicklung voranbringen wird. Deshalb wurden folgende Ziele definiert:

- **Den Dialog zwischen Unternehmern und der Stadt Düsseldorf stärken,**
- **die Vernetzung der Innenstadtakteure institutionalisieren,**
- **Nutzungskonflikte frühzeitig identifizieren und thematisieren.**

Darauf basierend schlägt die lokale Wirtschaft folgende Handlungsempfehlungen vor:

City-Manager zur Koordination der Innenstadtakteure und -aktivitäten etablieren

Um die Unternehmer eng und regelmäßig mit Stadtpolitik und -verwaltung zu verzahnen und um die Aufgaben der Düsseldorfer Innenstadtentwicklung zu bündeln, wird ein professioneller Citymanager gefordert. Im Rahmen seiner praktischen Arbeit soll er alle relevanten Themenfelder – vom Leerstandsmanagement über Citylogistik, Baustellenmanagement und Citymarketing bis zur Pflege und Nutzung des digitalen innerstädtischen Datenbestands – bearbeiten. Dafür ist er in übergeordneter Funktion mit weitreichenden Kompetenzen, eigener Geschäftsstelle und Budget auszustatten.

Unterstützung der Stadt bei der Gründung gesetzlicher Immobilien- und Standortgemeinschaften (ISG)

Verstärkt organisieren sich Immobilieneigentümer eines Quartiers, häufig gemeinsam mit Gewerbetreibenden, in ISGs. Deren

Aktivitäten zielen über Werbegemeinschaftsarbeit hinaus und rücken die Aufwertung der Immobilien und des öffentlichen Raums in den Fokus. Dabei ist das Maßnahmenspektrum breit: Von der einheitlichen Fassadengestaltung und Möblierung von Fußwegen über die gemeinsame Finanzierung von Sicherheits- und Ordnungsdiensten bis zur Standortvermarktung ist vieles denkbar – ohne dabei allerdings kommunale Aufgaben zu übernehmen. In Düsseldorf gibt es ISGs in der Graf-Adolf-Straße und am Worringer Platz, in denen die Vereinsmitgliedschaft freiwillig ist. Laut dem Gesetz über Immobilien- und Standortgemeinschaften gibt es in Nordrhein-Westfalen auch die Möglichkeit, Immobilieneigentümer eines per Satzung abgegrenzten Areals unter bestimmten rechtlichen Voraussetzungen zu einem ISG-Beitritt zu verpflichten. Die lokale Wirtschaft fordert die Stadt auf, die Gründung solcher gesetzlichen ISGs in den innerstädtischen Einkaufsbereichen zu forcieren und zu unterstützen, zum Beispiel an der Schadowstraße. So können bisher brachliegende Ideen der Immobilieneigentümer aufgedeckt und neue, schlagkräftige Akteure in die Stadtentwicklung eingebunden werden.

Vorbilder sind die Business Improvement Districts in den Innenstädten von Hamburg und Gießen. Die Unterstützung der Stadt ist notwendig, um rechtliche Rahmenbedingungen zu schaffen.

Vorhandene Gremien oder Institutionen regelmäßig mit Verwaltung verzahnen

Zahlreiche Innenstadtakteure vernetzen sich auf eigene Initiative untereinander (Werbegemeinschaften, Forum Stadtmarketing, Hoteliers im Bahnhofsumfeld). Bemängelt wird der zumeist nur sporadische Austausch mit der Verwaltung. Diese gilt es, regelmäßig in bestehende Kreise einzubinden. Zudem regen die Unternehmer an, gemeinsam Formate zu entwickeln, um einen regelmäßigen Austausch und kurze Wege sicherzustellen. Ziel muss es sein, sich zu aktuellen Themen, Sorgen und Herausforderungen sowie zu anstehenden Projekten, Bauvorhaben oder Baustellen auszutauschen und mögliche (Nutzungs-)Konflikte früh auszuräumen. Denkbar sind auch themenbezogene Formate, wie einst der Runde Tisch zur Wehrhahn-Linie.

Neue Akteure der Innenstadtentwicklung in bestehende Strukturen einbinden beziehungsweise entsprechende Strukturen aufbauen

Neben den etablierten Akteuren gibt es aufgrund von Neuansiedlungen und durch die übliche Fluktuation in der Unternehmenslandschaft stets neue Gesichter in der Geschäftswelt. Um diese früh in die Innenstadtentwicklung einzubinden, müssen sie mit anderen Unternehmern, Politik und Verwaltung verzahnt werden. Neben der Eigeninitiative der „Neuankömmlinge“ ist dafür die Offenheit aller bisher präsenten City-Akteure notwendig. Wenn alle Beteiligten unvoreingenommen und interessiert aufeinander zugehen, kann die Innenstadt profitieren, indem neue Impulse in bestehende Netzwerke eingespeist oder neue Kreise aufgebaut werden. Aufgrund der Expansion des Lebensmitteleinzelhandels in der City bietet sich beispielsweise ein entsprechender Branchentreff an. Auch Konsultationskreise für ansiedlungswillige Unternehmen sind denkbar, um schon vor Genehmigungsverfahren mögliche Probleme und Konflikte zu diskutieren.

Innerstädtische Mobilität neu denken

Relevante Akteure

- Politik
- Verwaltung
- Unternehmen
- Rheinbahn & Eisenbahn-/Verkehrsunternehmen
- Carsharing-Anbieter
- Stadtwerke
- Smart-City Manager
- IHK

Als wachsende Stadt muss Düsseldorf immer mehr Verkehr bewältigen. Neben den Einwohnern wollen tausende Pendler, Kunden und Touristen täglich in die Innenstadt. Vor allem der Pkw-Verkehr erzeugt Probleme durch Stau, Emissionen und bisweilen Parkplatznot. Da aber in Düsseldorf nicht immer neue Straßen gebaut werden können, muss die vorhandene Infrastruktur aus Sicht der Wirtschaft effizienter als bisher genutzt werden. Zukunftsfähige Mobilität bedeutet daher in der Düsseldorfer Innenstadt, die „Stadt der kurzen Wege“ zu leben. Gute Entwicklungen sind mit der Wehrhahn-Linie, dem Kö-Bogen-Tunnel, dem Radhauptnetz und der damit verbundenen Oberflächengestaltung bereits eingeleitet. Der **Mobilitätsplan D** soll die weitere Entwicklung aufzeigen. Aus Wirtschaftsperspektive ist zukunftsfähige Mobilität vielfältig und setzt im Kern auf ÖPNV und emissionsarme Antriebe (zum Beispiel durch Rad- und Fußverkehr, Elektromobilität, Bio-kraftstoffe und Power-to-X in Pkw mit Verbrennungsmotor), gewährleistet dabei aber die Erreichbarkeit mit allen Verkehrsmitteln. Mit Blick auf diese Ambitionen ergeben sich folgende strategischen Zielsetzungen:

- Die „Stadt der kurzen Wege“ erhalten und ausbauen,
- den Straßenraum entlasten,
- vorhandene Verkehrsflächen effizienter nutzen,
- die Verkehrsträger miteinander verknüpfen,
- emissionsarme Mobilität voranbringen.

Darauf basierend schlägt die lokale Wirtschaft folgende Handlungsempfehlungen vor:

ÖPNV stärken

Der ÖPNV bildet das Rückgrat der innerstädtischen Mobilität und ist der zentrale Verkehrsträger für die Anbindung an das Umland. Damit er in Düsseldorf noch attraktiver wird, muss der ÖPNV aus Sicht der Wirtschaft einfach, bequem, sauber und sicher sein. Dazu braucht es in Spitzenzeiten mehr Kapazität durch längere Bahnen, größere Busse oder eine höhere Taktung. Auch in den Abendstunden ist ein engerer Takt wichtig, um Kunden und Mitarbeitern die Fahrt mit dem ÖPNV zu erleichtern. Dazu ist

auch eine enge Abstimmung mit den Kommunen im Düsseldorfer Umland wichtig. Für spontan Reisende und Pendler aus den anderen Verkehrsverbänden (vor allem mit dem VRS-Gebiet gibt es intensive Pendlerbeziehungen) ist das Tarifsystem zu vereinfachen und verbundübergreifend zu vereinheitlichen.

Park-and-Ride-System ausbauen

Um Pendlern die „letzte Meile“ mit dem ÖPNV in die Innenstadt zu erleichtern, sollten weitere P+R-Stationen gebaut und die vorhandenen ausgebaut werden. Dazu sind Kooperationen mit den Umlandkommunen zu suchen, da häufig nur dort noch freie Flächen vorhanden sind. Darüber hinaus sollten Nutzer dort vorab Parkplätze (beispielsweise über eine App) buchen können.

Mobilitätsstationen im Stadtgebiet verankern

Neben den P+R-Stationen außerhalb des Stadtkerns, können aus Sicht der lokalen Wirtschaft Mobilitätsstationen zum Wechsel zwischen verschiedenen Verkehrsmitteln (ÖPNV, Auto, Car-Sharing, Rad) den Umstieg vom Auto

erleichtern. Besonders bieten sich dafür die Bahnhöfe und Wohngebiete mit hohem Parkdruck an. Bei zukünftigen Baumaßnahmen (Glashüttengelände, Grand Central, Hauptbahnhof, Regionalhalt Bilk) sollten Mobilstationen grundsätzlich berücksichtigt werden.

Neugestaltung des Hauptbahnhofs als multimodalen Knotenpunkt voranbringen

Der Hauptbahnhof ist Tor zur Stadt und gleichzeitig ihre Visitenkarte. Nachdem es bereits zahlreiche Planungen zur Umgestaltung gab, hofft die lokale Wirtschaft, dass die vor kurzem vorgestellten Pläne zum Bahnhofumfeld in die Realität umgesetzt werden. Dabei ist den Unternehmen ein städtebaulich ansprechender Umbau des Konrad-Adenauer-Platzes und des Bertha-von-Suttner-Platzes ebenso wichtig wie klare Wegebeziehungen vom Hauptbahnhof in die Innenstadt und die multimodale Knotenfunktion des Hauptbahnhofs. Besuchern muss bei der Ankunft am Bahnhof direkt ersichtlich sein, wie sie in die Innenstadt und die Stadtteile kommen, sei es per Stadtbahn, Taxi, mit dem Rad oder zu Fuß. Darüber hinaus soll der

Hauptbahnhof für alle Verkehrsmittel erreichbar sein und den Umstieg zwischen ihnen möglichst einfach gestalten. Dazu gehört der Fernbusbahnhof ebenso wie ein Parkhaus, eine Radstation, ein Fahrrad-Parkhaus (bevorzugt auf der Westseite), Taxistände und Car-Sharing-Parkplätze.

Anreize für nachhaltige Verkehrsträger schaffen

Ergänzend zum ÖPNV werden emissionsarme und emissionsfreie Fahrzeuge wie Fahrräder, Elektroautos und weitere alternative Antriebe nachhaltige Mobilität in Düsseldorf gewährleisten. Dafür müssen die notwendigen Rahmenbedingungen geschaffen werden. Dazu gehören ein Masterplan Ladeinfrastruktur und bevorzugte Parkmöglichkeiten für Car-Sharing (zum Beispiel an der Liesegangstraße in der Nähe zur umgestalteten Schadowstraße) ebenso wie Radwege – letztere primär im nachgelagerten Straßennetz parallel zu den Hauptverkehrsstraßen (zum Beispiel Talstraße als Fahrradstraße anstelle des Hauptradwegs auf der Friedrichstraße), um Konflikte zu verringern und die Sicherheit zu verbessern.

Flexible Arbeitszeiten und Home-Office anbieten

Nicht nur Stadtverwaltung und Politik sind beim Thema Mobilität gefragt, sondern auch die Unternehmen selbst. Flexible Arbeitszeiten und Home-Office-Angebote können helfen, Verkehr zeitlich zu verlagern oder zu vermeiden. Pendler verteilen sich so besser in den vorhandenen Bahnen und nur ein Tag Home-Office pro Woche bedeutet vereinfacht gerechnet 20 Prozent weniger Verkehr auf Düsseldorfs Straßen. Die Unternehmen sind aber nicht nur gefordert, flexible Arbeitszeiten und Home-Office anzubieten, sie müssen auch Anreize zur Nutzung setzen, damit Mitarbeiter das Angebot in Anspruch nehmen und sich eine Wirkung auf den Verkehr in Düsseldorf einstellt.

Reallabore für innovative Verkehrskonzepte ermöglichen

Mut und Innovationsfreude seitens der städtischen Politik und der lokalen Verkehrsunternehmen sind Voraussetzungen für eine neue Mobilität in der Düsseldorfer Innenstadt. Ein guter erster Aufschlag ist das Projekt für automatisiertes Fahren „Kooperative Mobilität im digitalen Testfeld Düsseldorf (KoMoD)“. Die lokale Wirtschaft wünscht sich weitere innovative Testfelder in Düsseldorf, um Ideen für neue Mobilität in der Praxis – unter Beteiligung von Unternehmen und Wissenschaft – zu erproben (zum Beispiel autonomes Fahren in ganz Düsseldorf oder automatisierte Busse nach dem Beispiel Monheims). Dort, wo Gesetze sinnvollen Tests entgegenstehen, erwartet die Wirtschaft flexible Regelungen, beispielsweise in Form von Sondergenehmigungen durch die Bezirksregierung oder kurzfristige Gesetzesänderungen, um mit der technischen Entwicklung Schritt zu halten.

Keine zweckgebundenen Gebühren für öffentliche Verkehrsinfrastrukturen erheben

Besonders intensiv wurde durch die Wirtschaft eine mögliche Einführung von Gebühren für die Einfahrt in die Innenstadt diskutiert. Im Ergebnis wird eine Zwangsabgabe als äußerst schädlich für die Innenstadt angesehen. Um über finanzielle Anreize einen Umstieg auf den ÖPNV zu erzielen, wäre allenfalls der Kauf eines ÖPNV-Tickets denkbar, um mit dem Pkw in die Innenstadt einfahren zu dürfen. Essenzielle Voraussetzung ist dabei aber ein geschlossener Finanzierungskreislauf, der die von Pkw-Fahrern erhobenen Gebühren direkt dem ÖPNV zusätzlich zu den ohnehin gezahlten öffentlichen Mitteln zur Verfügung stellt.

Nachts könnten U-Bahnstationen – hier exemplarisch an der Heinrich-Heine-Allee – zur Versorgung der Innenstadt mit Gütern genutzt werden. Den Transport übernimmt eine Cargo-Tram.

Innerstädtische Logistik neu denken

Relevante Akteure

- Politik
- Verwaltung
- Unternehmen
- KEP-Dienstleister/
Spediteure
- Rheinbahn
- Stadtwerke
- IHK

Die Düsseldorfer Innenstadt ist als Standort für Handel, Gastronomie und viele Arbeitgeber auf eine funktionierende Innenstadtlogistik angewiesen, denn Unternehmen müssen ver- und entsorgt werden, Kunden wollen beliefert werden und auch der Arbeitsplatz wird für Lieferungen an die Mitarbeiter immer attraktiver. Damit das innerstädtische Versorgungssystem funktionsfähig bleibt, muss die innerstädtische Logistik zukunftsfähig werden. Dies geschieht insbesondere durch die weitere Elektrifizierung des Wirtschaftsverkehrs und die Optimierung und Bündelung von Lieferungen auf der sogenannten „letzten Meile“, also bei der direkten Zustellung zum Endkunden. Als übergeordnete strategische Handlungsempfehlungen ergeben sich daraus folgende Punkte:

- **Die Versorgung der innerstädtischen Handels- und Dienstleistungsunternehmen sichern,**
- **die innerstädtische Produktion sicherstellen,**
- **die Logistik nachhaltiger und effizienter gestalten,**
- **die letzte Meile optimieren,**
- **die Elektrifizierung des Wirtschaftsverkehrs voranbringen.**

Darauf basierend schlägt die lokale Wirtschaft folgende Handlungsempfehlungen vor:

Nachgelagerte Lieferdienstleistungen durch den Handel

Der Handel kann durch neue Dienstleistungen einen Anreiz zur Nutzung des ÖPNV bieten. Wenn die Händler der Düsseldorfer Innenstadt ihren Kunden die Ware nach dem Einkauf – bestenfalls abgestimmt, gebündelt und elektrisch oder per Lastenrad – nach Hause liefern, werden die Kunden vom Transport entlastet und können den ÖPNV für die Fahrt in die Innenstadt nutzen. Die Lieferung kann auch von außerhalb der Innenstadt erfolgen (zum Beispiel aus dem Düsseldorfer Hafen), sodass innerstädtische Lagerfläche zur Verkaufsfläche umgewandelt werden kann. Darüber hinaus bieten stationäre Händler damit einen Service, der ihre Wettbewerbsposition gegenüber dem Onlinehandel stärkt.



Ausrichtung des Handels auf emissionsmindernde Logistikdienstleistungen erzeugen

Auch bei der Belieferung von Unternehmensstandorten sollte der Handel umdenken. Bisher wird üblicherweise „frei Haus“ bestellt – ohne, dass der Besteller den Logistikprozess beeinflusst. Das kann dazu führen, dass mehrfach täglich durch unterschiedliche Dienstleister geliefert wird – mit entsprechenden Wirkungen für den innerstädtischen Verkehr. Hier kann der innerstädtische Handel ansetzen, um Emissionen und Verkehr zu vermeiden. Die Besteller können mehr Einfluss auf die Lieferkette nehmen, beispielsweise feste Lieferzeiten oder Dienstleister wählen und auf umweltschonende Verkehrsmittel Wert legen, um Lieferungen zu bündeln. Dadurch kann Verkehr eingespart und der Komfort für die belieferten Unternehmen erhöht werden. Erste Angebote für alternative Logistikdienstleistungen in Düsseldorf gibt es bereits.

Private Kooperationen zur Bündelung des Verkehrs auf der letzten Meile fördern

Häufig befahren Fahrzeuge unterschiedlicher Logistikdienstleister die gleichen Straßen und beliefern die gleichen Kunden. Durch Kooperationen zwischen den Logistikdienstleistern kann Effizienz gesteigert und Verkehr eingespart werden. Dass solche Kooperationen funktionieren, zeigt sich seit Jahren im Stückgutbereich. Darüber hinaus kann die Belieferung über sogenannte Mikro-Depots an zentralen Standorten (beispielsweise Container oder ungenutzte Ladenflächen im Bahnhofumfeld) Verkehr vermeiden, wenn von dort mit Lastenrädern zugestellt wird. Die Stadt kann dies zum Beispiel durch die Bereitstellung von (öffentlichen) Flächen für Mikro-Depots unterstützen.

Nachlieferungen durch Technik- und Prozessinnovationen ermöglichen

Aus Befragungen in Düsseldorf ist bekannt, dass Lieferfahrzeuge in der Regel zu den üblichen Berufsverkehrszeiten in die Innenstadt fahren, weil die Zusteller dann Mitarbeiter in den Unternehmen für die Annahme antreffen. Dies erhöht allerdings die Verkehrsbelastung während der Rush-Hour. Eine Lösung kann die Belieferung in der Nacht sein. Für die praktische Umsetzung sind allerdings große Hürden zu überwinden. Dies beginnt bei den rechtlichen Rahmenbedingungen, reicht über das Vorhandensein eines für den Zusteller zugänglichen Lieferbereichs im Unternehmen bis hin zu Prozessinnovationen, um die Nachtruhe zu gewährleisten. Ideen zur Umsetzung kann das Forschungsvorhaben „GeNaLog – Potenziale einer Geräuscharmen Nachtlogistik“ liefern. Auch Düsseldorf sollte solche Projekte im Rahmen von Reallaboren unterstützen.

Mehrfachnutzung bestehender Infrastrukturen realisieren

Nachts und am Wochenende werden bestehende Infrastrukturen wie Straßen, Stadtbahngleise oder Parkhäuser nicht effizient genutzt. Dabei können beispielsweise Parkhäuser von Unternehmen oder der Messe für Großveranstaltungen oder am einkaufsstarken Samstag (gegen Gebühr) genutzt werden. An der Messe bietet sich auch temporäres P+R an. Darüber hinaus können Parkhäuser auch nachts als Logistikfläche dienen. Zudem könnte eine Cargo-Tram, wie sie in Dresden durch Volkswagen genutzt wird, vor allem nachts und am Wochenende Güter, beispielsweise vom Hafen in die Innenstadt, transportieren. Verbunden mit einem unterirdischen Lager, zum Beispiel entlang der Wehrhahn-Linie, kann die Stadt auf der letzten Meile emissionsfrei mit Gütern versorgt werden.

Logistikkonzepte bei Neubauprojekten stärker berücksichtigen

Was bei der Wehrhahn-Linie noch nicht bedacht wurde, sollte aber bei zukünftigen Bauprojekten in Düsseldorf Standard werden. Nicht nur der Personenverkehr muss bei Neubauprojekten berücksichtigt werden, sondern auch der Güterverkehr. Bei privaten Wohngebäuden und bei gewerblich genutzten Immobilien spielt vor allem die Paketbelieferung von Bewohnern und Mitarbeitern eine Rolle. Dazu kann unter anderem eine anbieterübergreifende Paketstation im Foyer beitragen, um die Auslieferungsquote beim ersten Versuch zu steigern.

Gebündelte Annahme von Privatpaketen am Arbeitsplatz bewerben

Da Arbeitnehmer häufig tagsüber nicht zu Hause sind, braucht es oft mehrere Versuche, ein Paket zuzustellen. Wenn Arbeitgeber ihren Mitarbeitern die Zustellung privater Sendungen am Arbeitsplatz ermöglichen, kann Verkehr eingespart werden. Optimal ist die gebündelte Lieferung über einen Dienstleister und die Verwendung von anbieterübergreifenden Paketstationen. Dies führt in der Regel zu geringeren Störungen des Betriebsablaufs und entlastet die Poststelle.

Nutzungsdurchmischung par excellence: Im Untergeschoss ÖPNV und Parkhaus mit Ladesäulen; im Erdgeschoss Gastronomie und Handel; darüber Büros und Praxen; in den oberen Etagen Wohnen und ein Hotel, gekrönt von einer Dachterrasse mit Gastronomie.

Nutzungsdurchmischung als Ziel verfolgen

Relevante Akteure

- Politik
- Verwaltung
- Wirtschaftsförderung
- Immobilienwirtschaft
- Unternehmen weiterer Branchen
- IHK

Räumliche Dichte kann zu höherer Lebensqualität, aber auch zu steigenden Nutzungskonflikten führen. Wenn Düsseldorf auch künftig für seine Einwohner, Unternehmen und Besucher gleichermaßen attraktiv bleiben will, muss eine weitere intelligente Nutzungsdurchmischung in der Innenstadt oberstes Ziel sein, die diese Konflikte minimiert. Denn in ihrer Vielfalt auf engem Raum liegt die Anziehungskraft der Düsseldorfer City:

- Hochwertiges Wohnen in der Altstadt und am Hofgarten, zentrale Wohnquartiere etwa im japanischen Viertel oder im Bahnhofsumfeld;
- Ausgeh-, Amüsier- und Genussmöglichkeiten vom Rheinufer über die Altstadt, den Kö-Bogen bis zum japanischen Viertel und künftig der Schadowstraße;
- Shopping-Gelegenheiten von junger und von exklusiver Mode in der Altstadt, auf der Kö, am Kö-Bogen und in der Schadowstraße bis zur Lebensmittelversorgung in den Altstadtgassen, auf und um den Carlsplatz oder jüngst an der Berliner Allee;

- und schließlich Kultur- und Unterhaltungsstätten mit modernen und klassischen Museen, Oper und Schauspiel, Komödie und Puppentheater, Musikkneipen und Varieté;
- finden sich zusammen mit den verbliebenen (kleineren) Produktionsbetrieben wie Hausbrauereien, (Altstadt-)Bäckereien und Handwerksbetrieben in bemerkenswerter Vielfalt und räumlicher Dichte in der Düsseldorfer Innenstadt.

Das schätzen die Besucher der Düsseldorfer Innenstadt ebenso wie die alten und neuen Einwohner der City. Gleichwohl nehmen dadurch potenzielle Spannungen zu. Eine räumliche Durchmischung unterschiedlicher Nutzungsarten kann deshalb nur Bestand haben und noch weiter ausgebaut werden, wenn alle Beteiligten zeitig in die entsprechenden Planungen eingebunden werden. Letztlich müssen sie die Durchmischung auch wertschätzen, weil für sie die persönlichen Vorteile mögliche Nachteile überwiegen. Intelligenten gemischten Nutzungsformen von Flächen, Gebäuden und Infrastrukturen kommt daher eine hohe strategische Bedeutung für die Düsseldorfer Innenstadtentwicklung zu.



Dabei sollten folgende Zielsetzungen im Fokus stehen:

- **Den verbliebenen innerstädtischen Produktionsbetrieben Entwicklungsmöglichkeiten einräumen,**
- **Durchmischung von Quartieren und Gebäuden bereits in frühen Phasen der Stadtentwicklung planerisch berücksichtigen,**
- **eine höhere Dichte fordert noch mehr Toleranz: Gemeinschaftsinteressen stärker Vorrang vor Individualinteressen einräumen,**
- **Segregation und Gentrifizierung planerisch und gestalterisch von vornherein vermeiden.**

Darauf basierend schlägt die lokale Wirtschaft folgende Handlungsempfehlungen vor:

Best Practices als Anregung allgemeiner Entwicklungsprozesse berücksichtigen

Alle streben in die Düsseldorfer Innenstadt: Es ist wieder in, zentral und mitten im Geschehen zu wohnen. Nicht nur Modegeschäfte jeglicher

Couleur sowie Schmuck- und Souvenir-Shops siedeln sich hier an. Auch große Lebensmittelgeschäfte, Automobilmarken, IT-, Elektronik- und Technologie-Shops bevorzugen immer häufiger die zentralen Lagen. Hinzu kommen Büro-Nutzungen großer und kleiner Dienstleister aus der Finanz-, der Rechts- und der Beraterbranche, die bei Mitarbeitern und Kunden mit Adressen in der Düsseldorfer City punkten wollen – und nicht zu vergessen natürlich die vielen Restaurants und Gaststätten, die Besucher abseits ihrer Arbeitstage Ausgeherlebnisse vermitteln. Schließlich muss für all diese Nutzer die innerstädtische Mobilität gewährleistet sein. Wer diese Durchmischung als strategisches Ziel noch weiter ausbauen will, muss bereit sein, Dinge anders als bislang zu machen. Dazu zählt, sich gezielt mit Best-Practice-Beispielen in anderen deutschen und europäischen Metropolen auseinanderzusetzen. Gute und erfolgreiche Beispiele eines engen räumlichen Miteinanders von Wohnen und Arbeiten, von Wohnen und Ausgeh-/Eventkultur, von Stadterlebnis und innerstädtischer Mobilität sowie von öffentlichen und privaten Nutzungen sollten dann hier aufgenommen werden. Ein Anfang dafür

war im Bereich der Mobilität der Düsseldorfer Radkongress im Mai 2018, bei dem über die Beispiele Kopenhagen und Amsterdam sowie die Anwendbarkeit auf Düsseldorf diskutiert wurde. Auch Düsseldorf Tourismus ist dabei in ihrem Markenprozess bereits auf dem richtigen Weg. Düsseldorf soll gezielt als erste deutsche Großstadt mit dem gemeinsamen Verständnis seiner Urbanität positioniert werden („Nähe trifft Freiheit“).

Rechtsrahmen progressiv auslegen – Reallabore als Experimentierräume einrichten

Dinge anders zu machen heißt auch, mutig zu sein. Politik und Verwaltung sollten sich nicht von vornherein aus Angst vor möglichen Widerständen Einzelner oder einzelner Gruppen bestehender Gestaltungsmöglichkeiten berauben. Der gegebene rechtliche Rahmen etwa in Planungsangelegenheiten, im Baurecht, aber auch bei der Nutzung von Gebäuden und Anlagen (etwa Emissionsschutz, Gestaltungs- und andere Bausatzungen oder Denkmalschutz) muss selbstverständlich ausgeschöpft werden. Die Stadt sollte Normen bei der Überarbeitung

oder Schaffung von Satzungen weit auslegen. Darüber hinaus sollten – wenn der Erfolg neuer Ideen nicht absehbar ist oder der Widerstand gegen ihre Umsetzung anders nicht überwindbar scheint – sogenannte Reallabore geschaffen werden. Dies heißt, zunächst zeitlich, räumlich und inhaltlich begrenzt gesetzliche Öffnungsklauseln konsequent zu nutzen. Dies kann durch städtische Satzungen oder im Rahmen privatrechtlicher Vereinbarungen zwischen den betroffenen Nutzern geschehen. So bestünde in einzelnen Quartieren oder auch nur einzelnen Objekten die Möglichkeit, neue Nutzungsformen zu erproben und sie nach einer zeitnahen Überprüfung verbreitet zu übernehmen oder bei Misserfolg auch wieder zu verwerfen. Beispielsweise besteht in den Richtlinien zur Berechnung von notwendigen Stellplätzen im Wohnungsbau bereits heute die Möglichkeit, abweichende Berechnungen von den allgemeinen Stellplatzregeln vorzunehmen (etwa bei unverhältnismäßig hohem Herstellungsaufwand oder der Nutzung von Car-Sharing beziehungsweise von ÖPNV-Tickets).

Einfluss auf Regulierung/ Gesetzgebung nehmen

Generell gilt: Wenn eine stärkere Nutzungsdurchmischung an Vorschriften und Regelungen scheitert, dann müssen diese auch zur Diskussion und gegebenenfalls zur Disposition gestellt werden dürfen. Hier ist letztlich der Gesetzgeber gefragt, sei es auf Landes-, Bundes- oder Europaebene. Allerdings können und müssen auch die Stadt selbst und die Wirtschaft in der Stadt das ihre tun, um notwendige Anpassungen und Weiterentwicklungen zu erreichen. Für sie gilt, konkret Einfluss auf die übergeordnete Gesetzgebung zu nehmen (etwa über den Deutschen Städtetag), um den kommunalen Entscheidungsspielraum zu stärken. Leitlinie dabei muss sein, Individualrechten nicht den alleinigen Vorrang einzuräumen. Denn Dichte bedeutet schließlich Vielfalt. Und Vielfalt auf begrenztem Raum erfordert Toleranz von allen Beteiligten.

Handlungskonzept »Zukunft Wohnen. Düsseldorf« für das Jahr 2030 weiterentwickeln

Düsseldorf hat sich bei der Realisierung von neuen (größeren) Wohnungsbauprojekten Mitte 2013 ein Handlungskonzept gegeben. Demzufolge sind grundsätzlich bei Neubauvorhaben ab 100 Wohneinheiten 40 Prozent im geförderten und im preisgedämpften Wohnungsbau zu realisieren. Im Bereich des Mietwohnungsbaus funktioniert dieses Konzept bislang, im Bereich des Wohneigentums dagegen überhaupt nicht. Bislang ist keine einzige Eigentumswohnung im preisgedämpften Segment realisiert worden und wird nach einhelliger Experteneinschätzung unter den gegebenen Bedingungen auch zukünftig nicht realisiert werden. Um eine soziale Durchmischung der Einwohner auch in innerstädtischen Wohnquartieren sicherzustellen, muss das Handlungskonzept Wohnen in Düsseldorf deshalb weiterentwickelt werden. Dies gilt nicht nur für eine bereits im Konzept angelegte inflationsgerechte Anpassung der reduzierten Miethöhen, sondern auch für die längst fällige Festlegung und Dynamisierung kostengerechter Preise für preisgedämpftes Wohneigentum.

Nutzungsdurchmischung auf der vertikalen Schiene stärken – Auch im gewerblichen Bereich für mehrgeschossige Lösungen werben.

Nutzungsdurchmischung heißt auch, verschiedene Nutzungen innerhalb einer Immobilie in der vertikalen Schiene zu ermöglichen. Zwar ist dies bereits traditionell häufig der Fall – aber etwa mit Einzelhandels- oder Dienstleistungsnutzungen im Erdgeschoss und Büronutzungen darüber eher im konventionellen Mehrgeschossbau und nicht in Hochhäusern. Für letztere ist dies erst in letzter Zeit bei Sanierungen oder Neubauten verstärkt ins Gespräch gekommen. Soll auch Wohnen in die Nutzungsmischung aufgenommen werden, trifft dies auf Hindernisse bei der Projektentwicklung, vor allem im Steuerrecht. Denn privates Wohneigentum ist Mehrwertsteuerbefreit, während für gewerbliche Nutzungen meist die Mehrwertsteuer anfällt. Die komplexe Auseinanderrechnung des Vorsteuerabzugs ist eine Herausforderung und hemmt Investitionen. Dies ändert aber nicht die Notwendigkeit, im verdichteten Innenstadtbereich auch in Hochhäusern zu einer vertikalen Nutzungsmischung zu kommen.

Die Flächenknappheit in der Innenstadt erfordert darüber hinaus, auch im gewerblichen Bereich verstärkt mehrgeschossige Lösungen anzustreben. Neben Einzelhandel und Wohnen gilt dies etwa auch für Hotelnutzungen (Beispiel: Carat-Hotel oberhalb des Crown an der Berliner Allee) oder Logistikdienstleister (Beispiel: GLS-Paketshop in der Tiefgarage des Karstadt-Warenhauses an der Schadowstraße) in der Düsseldorfer Innenstadt. Diese Mischung zu ermöglichen sowie für mehrgeschossige gewerbliche Nutzung und die gegenseitige Toleranz der unterschiedlichen Nutzer zu werben, ist die Aufgabe von Politik, Verwaltung und Wirtschaft.

Das Carat-Hotel auf dem Crown-Komplex einschließlich der dortigen umfangreichen Dachbegrünung, die Dachterrasse des neuen Gastronomie-Pavillons auf dem Martin-Luther-Platz, die Dach-Lounge auf dem me and all hotel an der Immermannstraße, die Dachterrasse zwischen IHK- und Börsengebäude und künftig auch die Pyramide im Ingenhoven-Tal sind gute Beispiele dafür, auch Dächer bestehender oder neuer Gebäude in der Düsseldorfer Innenstadt zu nutzen. Hier gibt es noch viel Potenzial, das

die Immobilieneigner mit Unterstützung der Stadt stärker nutzen sollten, und zwar sowohl zur privaten als auch zur öffentlichen Nutzung. Damit könnte die Düsseldorfer Innenstadt ein weiteres Alleinstellungsmerkmal erhalten.

Öffentlichen und privaten Raum als Verweilzone gestalten

Relevante Akteure

- Politik
- Verwaltung
- Gastronomie
- Hotellerie
- Kultur- und Eventschaffende
- Immobilienwirtschaft
- IHK

Die Szenarien für die Düsseldorfer Innenstadt 2030 lassen erkennen, dass nicht nur private Gebäude und Gelände, sondern auch der öffentliche Raum selbst künftig anders und vielfältiger als bislang genutzt werden. Eine der wesentlichen Ursachen dafür ist die wachsende Entgrenzung von Lebens- und Arbeitswelten, aber auch die Integration von Aufenthalt, Arbeit und Konsum. Das führt dazu, dass künftig noch stärker als heute integrierte Angebote den innerstädtischen Raum prägen werden: Privater Raum wird stärker auch öffentlich nutzbar gemacht, sei es als einfache Verbindung von Straßenzügen wie durch die Shadow-Arkaden oder durch das Andreas Quartier, sei es etwa in der Deutschen Bundesbank bei der Jazz Rally oder bei der Firma Sipgate bei der Nacht der Museen für Musik, Kunst und Kultur. Umgekehrt wird auch öffentlicher Raum stärker privat nutzbar, wie demnächst auf der Rasenfläche der Pyramide im Ingenhoven-Tal oder den erheblich erweiterten Arbeitsplätzen in der künftigen neuen Zentralbibliothek.

Die zumindest tendenzielle Vermischung von öffentlichen und privaten Räumen schreitet voran. Dies ist auch dringend notwendig,

kann sich so die Düsseldorfer Innenstadt noch attraktiver für (auswärtige) Besucher machen und gleichzeitig ihren Einwohnern den Freiraum bieten, den City-Wohnungen mit ihren oft begrenzten Flächen nicht aufweisen. Die Düsseldorfer City hat dafür eine hervorragende Ausgangsposition, denn mit dem Hofgarten, der Promenade am Rhein sowie zahlreichen Altstadt-Plätzen und den neu gestalteten Plätzen (Jan-Wellem-, Joachim-Erwin-, Gustaf-Gründgens- und Martin-Luther-Platz) bestehen schon heute beziehungsweise in naher Zukunft attraktive öffentliche Verweilzonen. Um dies auszubauen, sollten folgende Zielsetzungen im Fokus stehen:

- **Neue Arrangements zwischen öffentlichem und privatem Raum ermöglichen,**
- **integriertes Leben und Arbeiten stadträumlich abbilden,**
- **Aufenthaltsqualität im öffentlichen Raum verbessern,**
- **Sicherheit im öffentlichen Raum gewährleisten.**

Darauf basierend schlägt die lokale Wirtschaft folgende Handlungsempfehlungen vor:

Verweilzonen weiterentwickeln

Die Düsseldorfer Innenstadt bietet bereits attraktive Verweilzonen im öffentlichen Raum, was sich bei gutem Wetter etwa auf der und um die Freitreppe am Burgplatz oder auf der Wiese zwischen KIT und Apollo-Theater gut beobachten lässt. In den nächsten Jahren hinzukommen wird das begrünte Schrägdach der Pyramide im Ingenhoven-Tal. Auch außerhalb der Innenstadt existieren vergleichbare größere Verweilzonen im öffentlichen Raum. Aktuell wird angestrebt, zumindest in Innenstadtnähe einen Stadtstrand einzurichten.

Aufgefordert ist die Stadt, die bestehenden Verweilzonen im öffentlichen Raum zu sichern und noch attraktiver zu gestalten (etwa durch bequeme Sitzgelegenheiten und ein die ganze Innenstadt abdeckendes kostenloses und leistungsfähiges WLAN-Netz). Dabei sollte noch kleinteiliger gedacht werden, und an allen Ecken und Enden der Innenstadt sollten Verweilzonen

geschaffen werden. Die anstehende Neugestaltung der Schadowstraße bietet dazu ebenso eine willkommene Gelegenheit, wie es etwa in der Sommerzeit mit den grünen Sitzbänken Enzis auf dem Schadowplatz oder der etablierten Boule-Szene auf dem Anna-Maria-Luisa-Medici-Platz in der Altstadt bereits der Fall ist.

Attraktiver öffentlicher Raum entsteht aber auch zunehmend in Gebäuden, in Passagen, Museen oder als semiöffentlicher Raum in Lokalen und Gaststätten. Auch die Betreiber dieser Lokationen sind im ureigenen betriebswirtschaftlichen Interesse aufgefordert, sich den wandelnden Nutzungstrends anzupassen. Beispielsweise können sich Gastronomiebetriebe für weitere Nutzungen wie Computerarbeiten, Arbeitsbesprechungen oder Zeitungs- und Buchlektüre öffnen und ähnlich wie der Food-Court in den Düsseldorf Arcaden so für eine höhere Kundenfrequenz sorgen. Eine weitergehende Öffnung für die Öffentlichkeit macht sowohl ihre Angebote wie gleichzeitig auch die Düsseldorfer Innenstadt interessanter und attraktiver. Das sorgt anhaltend für mehr Frequenz, zum Nutzen aller.

Gestaltungskarte für Erlebnis-, Konsum- und Eventangebote erarbeiten

Der öffentliche Raum ist aber nicht allein Aufenthaltsraum, sondern wird künftig noch mehr Raum sein für öffentliche Ereignisse, Events und Veranstaltungen. So nutzt Düsseldorf schon heute sehr erfolgreich den Burgplatz oder die Rhein-Promenade für Veranstaltungen, die ein Publikum weit über die Stadtgrenzen hinaus anziehen. Mit der Fertigstellung des Kö-Bogen-Umfeldes, der Neugestaltung der Schadowstraße, des Umbaus von Konrad-Adenauer-Platz und Bahnhofs-Umfeld sowie der Anbindung des künftigen Quartiers Grand Central ergeben sich weitere attraktive öffentliche Räume, die die Stadt offensiv bespielen (lassen) sollte. Die Stadt sollte dabei eine Leitidee entwickeln, was wie und wo möglich sein soll. Mit anderen Worten, anhand einer Gestaltungskarte sollte definiert werden, welche Areale für Event- und Unterhaltungsangebote genutzt werden können und welche im Umkehrschluss eher als „Ruhezonen“ reserviert werden sollten.

Sauberkeit und Sicherheit im öffentlichen Raum gewährleisten

Die Nutzung des öffentlichen Raums ist untrennbar mit der Frage nach Sauberkeit und Sicherheit verbunden. Nur wenn beides gewährleistet ist, kommen die Menschen zahlreich und gerne zusammen. In diesem Jahr hat die Stadt Düsseldorf unter dem Motto „Unsere Stadt. Unsere Ufer. Unsere Verantwortung“ eine neue Imagekampagne für ein sauberes Düsseldorf gestartet, mit zusätzlichen Müllbehältern entlang des Rheinufer. Diese auf das Sommerhalbjahr begrenzte Aktion sollte fortgesetzt und auf weitere öffentliche Plätze in der Innenstadt ausgedehnt werden. An den Zugangswegen zur Altstadt sind zunächst provisorische Betonsperren zur Verhinderung von Anschlägen mit Kraftfahrzeugen aufgestellt. Derzeit laufen die Überlegungen, wie dort dauerhaft wirksame Sperren installiert werden können. Die Wirtschaft begrüßt dies und regt an, zu gleichermaßen wirksamen wie stadtbildverträglichen Lösungen zu kommen. Und die Maßnahmen sollten sich nicht nur auf die Altstadt als Ganzes beschränken, sondern

für alle (größeren) öffentlichen Plätze in Düsseldorf getroffen werden, auch über die Innenstadt hinaus.

Neben solchen physikalischen Sicherheitsmaßnahmen ist Sicherheit immer auch ein subjektives Gefühl. Dazu trägt die Sichtbarkeit und Präsenz von Sicherheitspersonal bei. Hier sollte die Stadt ebenfalls über die in der Altstadt bereits gezeigte Präsenz von Polizei und Ordnungsdienst hinaus das Sicherheitsgefühl der Nutzer des öffentlichen Raums verbessern. Ob dabei auch eine stärkere Video-Überwachung auf den öffentlichen Plätzen in der Innenstadt zielführend sein kann, schließt die Wirtschaft nicht von vornherein aus. Dies sollte die Stadt ergebnisoffen prüfen und gegebenenfalls umsetzen.

Freiwerdende (Verkehrs-)Flächen zur Verbesserung der Aufenthaltsqualität nutzen – Weitere Tunnellösungen an Hauptverkehrsachsen prüfen

Durch die vor rund zwei Jahren abgeschlossenen großen Infrastrukturprojekte Wehrhahnlinie und Autotunnel Kö-Bogen sind große Flächen in der Innenstadt für andere Nutzungen frei geworden. Diese stehen überwiegend dem öffentlichen Raum zur Verfügung. Die durchweg positiven Erfahrungen der Entwicklung am Rheinufer nach Fertigstellung des Rheinufertunnels Ende des Jahres 1993 stützen die hohen Erwartungen an die künftigen Aufenthaltsräume am Kö-Bogen, Martin-Luther- und Gustaf-Gründgens-Platz. Ebenfalls nimmt nach jahrelangem Stillstand nun endlich die Neugestaltung des Bahnhofs-Umfelds Formen an.

Weitere freiwerdende Flächen sollten konsequent zur zusätzlichen Verbesserung der Aufenthaltsqualität in der Innenstadt genutzt werden. Auch wenn nicht damit zu rechnen ist, dass

der Mobilitätsbedarf in der Innenstadt bis zum Jahr 2030 zurückgehen wird, dürfte sich der Verkehrsmix gerade in der Innenstadt deutlich ändern. Dieser Wandel sollte vorangetrieben werden, indem an geeigneten Stellen der Fuß- und Fahrradverkehr sowie der öffentliche Nahverkehr stärker Vorrang vor dem Pkw-Verkehr erlangen. Dabei muss die Innenstadt aber weiter gut und bequem erreichbar bleiben. Insofern regt die Wirtschaft an, weitere Tunnellösungen zu prüfen, sowohl an Hauptverkehrsachsen als auch für den Parkverkehr. So könnten der fließende und der stehende motorisierte Individualverkehr stärker aus dem Stadtbild verschwinden, ohne ihn zu verdrängen.

Daten im urbanen Raum generieren und nutzbar machen

Relevante Akteure

- Politik
- Verwaltung
- Unternehmen
- Städtische Tochterunternehmen
- Smart-City-Manager
- Bürger
- IHK

Die Digitalisierung betrifft alle. Dabei treibt sie nicht nur global Blüten, sondern wird auch den Handel, die Mobilität, die Produktion und die Kommunikation in Düsseldorf verändern. Infolge dessen ist die Digitalisierung bei allem, was in der Landeshauptstadt geplant, entwickelt und produziert wird, mitzudenken – auch bei der Innenstadtentwicklung. Zwar gibt es mit dem Netzwerk Digitale Stadt Düsseldorf e.V., dem Konzept der Smart City Düsseldorf, dem digihub Düsseldorf/Rheinland oder dem verstärkten Einsatz digitaler Bürgerservices schon ein breites Engagement in diesem Bereich. Unter den Unternehmern herrscht dennoch Konsens darüber, dass viele digitale Spielwiesen noch brachliegen. Insbesondere die Nutzung der unzähligen, größtenteils unentdeckten Daten, die in der Innenstadt generiert werden, bieten in Verbindung mit neuen Technologien Chancen. Die Wirtschaft fordert daher, dass eine zukunftsgerichtete Stadt wie Düsseldorf in diesem Bereich am Ball bleibt, um nicht von der rasanten digitalen Entwicklung überholt zu werden. Dafür wurden folgende Ziele definiert:

- **Gestaltungshoheit bewahren: Strukturen schaffen, bevor externe Unternehmen dies übernehmen,**
- **neue Mehrwertdienste durch Datenanalyse und -nutzung entwickeln,**
- **aufgrund leichter Datenverfügbarkeit neue Geschäftsmodelle schaffen.**

Darauf basierend schlägt die lokale Wirtschaft folgende Handlungsempfehlungen vor:

Innenstadt-Digitalisierungsstrategie entwickeln

Die Digitalisierung geht alle an. Dementsprechend muss man sich in Düsseldorf institutionenübergreifend damit beschäftigen und in Zusammenarbeit von Stadt und Wirtschaft eine „Innenstadt-Digitalisierungsstrategie“ entwickeln, um digitale Innenstadtentwicklung zu betreiben. Verantwortlich für die Erarbeitung und Umsetzung sollte eine Koordinierungsstelle für Digitales (Digitalamt) sein. Diese ist mit Kompetenzen und Budget auszustatten und muss Ansprechpartner für alle Innenstadtakteure bei digitalen Fragen sein.

Die Digitalisierung betrifft auch die Innenstädte. Im öffentlichen Raum vorhandene Daten müssen genutzt werden. Unter anderem von Unternehmen, zum Beispiel für Augmented Reality-Angebote oder Kundenbindungsprogramme.

Bestandsaufnahme vorhandener Daten und weitere Daten erheben

Im Zuge der Digitalisierungsstrategie ist zunächst eine Bestandsaufnahme der in der City verfügbaren digitalen Daten wichtig. Dabei rücken sowohl die Verwaltung als auch die Unternehmer in den Fokus, die über umfangreiche Daten verfügen; auch wenn diese zumeist kaum systematisiert sind. Darüber hinaus sind weitere Daten mit geringem Aufwand zu erheben. Im Verkehrsbereich können beispielsweise Sensoren an Straßen oder Parkplätzen Frequenzen und Auslastungen messen. Im Handel können Kassen sowie laser- oder WLAN-basierte Frequenzmessungen das generelle Kundenverhalten und Kundenbewegungen analysieren ohne dabei datenschutzrechtlich kritische Personenbezüge herzustellen.

Externe Daten beschaffen

Neben etablierten City-Akteuren verfügen weitere Akteure – häufig ohne Standortbezug – über umfangreiche lokale Daten. So erfasst

beispielsweise Google Verkehrsdaten in Echtzeit und kennt die Stoßzeiten in Geschäften und Restaurants. Die Wirtschaft wünscht, dass die Stadt auf solche Dateninhaber zugeht und auslotet, ob ein – datenschutzrechtlich unbedenklicher – Datenaustausch mit diesen denkbar ist, um durch Datenverknüpfungen Mehrwerte für beide Seiten zu schaffen. Alternativ könnte ein Datenerwerb durch die Stadt geprüft werden.

Daten nutzen und verknüpfen

Erst wenn Daten zielgerichtet genutzt und verknüpft werden, bieten sich neue Mehrwerte für die City-Akteure. So können Gastronomen und Händler durch Loyalty-Programme Kunden binden oder gewinnen. Beispielsweise können digitale Punkte für den Einkauf auf Kundenkarten oder Apps geladen werden, die dann Vergünstigungen beim Parken oder der Nutzung von Bus und Bahnen bieten. City- oder Einkaufscenter-Apps können per Bluetooth zudem Sonderangebote an Passanten senden, die sich an deren bisherigem Einkaufsverhalten orien-

tieren. Darüber hinaus könnten Passantenfrequenzen mit Wetterprognosen verknüpft werden, um den Waren- und Personalbedarf zu kalkulieren oder ideale Zeitpunkte für Sonderangebote auszumachen. Solche optimierten Werbeangebote könnten dann auf städtischen Werbeflächen gezeigt werden, die der lokale Fachhandel vergünstigt nutzen könnte. Im Verkehrsbereich könnten in Echtzeit erhobene Verkehrsströme mit Baustellendaten verknüpft werden, um Routenplanungen zu optimieren. Weiterhin könnten Daten über eine städtische „Verwaltungsplattform“ verknüpft werden, wovon Bürger profitieren könnten. Beispielsweise indem sie daran erinnert werden, dass ihr Ausweis abläuft und sie direkt einen Termin im Bürgerbüro vorgeschlagen bekommen.

Ansprechpartner bei der IHK Düsseldorf

Dr. Ulrich Biedendorf
0211 3557-231
biedendorf@duesseldorf.ihk.de

Gerd Diestler
0211 3557-210
diestler@duesseldorf.ihk.de

Sven Schulte
0211 3557-234
schulte@duesseldorf.ihk.de

Thomas Vieten
0211 3557-270
vieten@duesseldorf.ihk.de

Impressum

Herausgeber

Industrie- und Handelskammer zu Düsseldorf
Ernst-Schneider-Platz 1
40212 Düsseldorf
Telefon 0211 35 57-0
Telefax 0211 35 57-400
ihkdus@duesseldorf.ihk.de
www.duesseldorf.ihk.de

Redaktion

Sven Schulte, Thomas Vieten

Autoren

IHK Düsseldorf: Dr. Ulrich Biedendorf,
Gerd Diestler, Sven Schulte, Thomas Vieten
Fraunhofer IAO: Dr. Bernd Bienzeisler,
Martin Feldwieser, Anne-Kathrin Gahle

Gestaltung

co/zwo.design, Düsseldorf

Bildnachweis

© FORMTOOL

Druck:

Druckstudio Gruppe, Düsseldorf

Stand:

Juli 2018

www.duesseldorf.ihk.de/DUS2030





Industrie- und Handelskammer
zu Düsseldorf

Industrie- und Handelskammer zu Düsseldorf
Ernst-Schneider-Platz 1
40212 Düsseldorf
www.duesseldorf.ihk.de

