



Innenstadtdialog Milspe

Dokumentation

Februar 2014

Auftraggeber:

Stadt Ennepetal

Fachbereich Bürgerdienste und
Stadtentwicklung
Bismarckstr. 21
58256 Ennepetal



erstellt von:

Heinze und Partner

Frank Heinze
Gutenbergstraße 34
44139 Dortmund

tel. 0231 . 39 575 0
fax 0231 . 39 575 20
info@heinze-und-partner.de

Inhalt

1. Zum Innenstadtdialog	4
2. Ausgangssituation	7
2.1 Stadtbild.....	7
2.2 Angebot	8
2.3 Verkehr	9
2.4 Belebung	9
3. Ziele der Innenstadtentwicklung	10
3.1 Zielgruppen.....	10
3.2 Entwicklungsziele.....	11
3.3 Innenstadtprofil und Identifikation.....	12
4. Maßnahmenprogramm	15
4.1 Stadtbild.....	15
4.1.1 Gestaltung des öffentlichen Raums	15
4.1.2 Gebäude	17
4.1.3 Sauberkeit, Ordnung, Sicherheit	18
4.2 Angebot der Innenstadt.....	19
4.2.1 Einzelhandel / Ladenhandwerk, Wochenmarkt.....	19
4.2.2 Freizeit- und Tourismusangebote.....	21
4.2.3 Dienstleistungen	22
4.2.4 Wohnen	23
4.2.5 Kundenorientierung	23
4.2.6 Angebotsentwicklung.....	24
4.3 Verkehr	25
4.3.1 Verkehrslösung für die Voerder Straße.....	25
4.3.2 Vor-Ort-Information.....	27
4.3.3 Weitere Verkehrsthemen.....	28
4.4. Belebung: Werbung und Veranstaltungen.....	29
4.4.1 Innenstadtwerbung	29
4.4.2 Innenstadtveranstaltungen und -aktivitäten.....	31

1. Zum Innenstadtdialog

Zielstellung und Prozessablauf

Auf Seiten der Stadt Ennepetal, unter den Anlieger und in der Bürgerschaft herrscht Einigkeit: Die Ortsmitte der Milspe benötigt **neue Impulse**, die sie **nachhaltig stärken**, um ihre **gesamstädtische Funktion als Zentrum Ennepetals** besser gerecht werden zu können.

Diese Zielstellung hat im vergangenen Jahr ihren Niederschlag in einem Innenstadtdialog gefunden, dessen Aufgabe es war, den Dialog zwischen der Stadt und privaten Innenstadtinteressenten neu in Gang zu setzen und **gemeinsam tragfähige Perspektiven zu entwickeln**. Die Herausforderung dieser Aufgabenstellung lag darin, angesichts der eher rückläufigen Entwicklung der Innenstadt eine Balance zwischen notwendigerweise realistischen und zugleich aber auch motivierenden, ambitionierten Zielsetzungen zu formulieren. Eine „realistische Vision“ war also gefordert.

Die Stadt Ennepetal hat vor diesem Hintergrund unser Büro, Heinze und Partner, beauftragt, gemeinsam mit den Innenstadtanliegern und der Bürgerschaft insgesamt diese Perspektive für die Innenstadtentwicklung zu erarbeiten. Basis für die Diskussion bildete ein **Strategieentwurf**, den wir in 2012 / 2013 entwickelt haben. Dieser wurde zu Beginn in den Dialog eingespeist.

Der offizielle Start des Innenstadtdialogs erfolgte am 17. Juli 2013 mit einer **Auftaktveranstaltung**. Die rund 120 Teilnehmer des gut besuchten Termins erlebten an diesem Abend eine sehr engagierte Diskussion, die von Beginn des Dialogs an zeigte, mit wieviel Leidenschaft die Debatte um die Zukunft der Innenstadt geführt wird.

Dieses Engagement zog sich anschließend als roter Faden durch alle **Themen-Workshops** des Innenstadtdialogs. An jedem Workshop-Termin nahmen rd. 20 bis 25 Teilnehmer teil, in einem waren es sogar rd. 40. Die Workshops zu den Feldern „Stadtbild“, „Angebot“, „Verkehr“ sowie „Belebung“ fanden zwischen September und Dezember 2013 an insgesamt acht Terminen statt. Inhaltlich wurden die Ist-Situation der Innenstadt in Bezug auf die jeweiligen Handlungsfelder reflektiert und Entwicklungsvorschläge zusammengetragen. Für eine genauere räumliche Einordnung wurden bei den Themenfeldern Stadtbild und Verkehr gemeinsame Ortsbegehungen vorgeschaltet.

Die Workshop-Sequenz findet im Februar 2014 ihren Abschluss in einem **Ergebnisforum**, in dessen Rahmen die Ergebnisse der Öffentlichkeit vorgestellt und als Empfehlung zur Umsetzung an den Rat der Stadt übergeben werden.

Aufbau der Dokumentation

In den nachfolgenden Kapiteln sind die zentralen Ergebnisse des Dialogs wiedergegeben. Zunächst wird dabei festgehalten, wie sich die Innenstadt und ihre **Ausgangssituation** aus Sicht der Akteure darstellt. Darauf folgt ein Kapitel mit der Erläuterung der für die Workshop-Teilnehmer empfohlenen **Entwicklungsziele**. In einem weiteren Kapitel werden die gemeinsam formulierten **Strategien und Maßnahmen** dargestellt.

Für Teilnehmer des Workshops ist der redaktionelle Hinweis wichtig, dass sich die **Kapitelgliederung** weitgehend an den vier Themen-Workshops orientiert. Allerdings sind vereinzelt vorhandene Überschneidungen der Workshops in dieser Dokumentation zusammengeführt worden, so dass sich die Auffindbarkeit und Lesbarkeit der einzelnen Aussagen erhöht.

Die in den Zwischenüberschriften platzierten Zahlenwerte dokumentieren die **Prioritätensetzung** der Workshop-Akteure, sie geben die Zahl der vergebenen Prioritätenpunkte wieder. Eine Ausnahme stellt hier der Workshop „Verkehr“ dar, in dem keine Punkte vergeben worden sind, weil es in der Frage der Verkehrsführung vor der Straße eine möglichst breit getragene Empfehlung gefragt war. Diese ist per Handzeichen gegeben worden.

Schließlich ist darauf hinzuweisen, dass die **Verwendung der männlichen Form** im Text aus Gründen der Vereinfachung und des Leseflusses geschieht. Selbstverständlich sind Frauen hier ebenso angesprochen wie Männer.

Empfehlungen zur Fortführung des Prozesses

Die Ergebnisse der Kapitel 2 bis 4 sind als Entwicklungsempfehlungen der Workshops an die handelnden Akteure in der Umsetzungsphase zu verstehen. Sie stellen einen Orientierungsrahmen dar, innerhalb dessen sich die Innenstadtentwicklung aus Sicht der Beteiligten zukünftig bewegen soll. Diese Empfehlungen muss jeder der an der Innenstadtentwicklung Beteiligten für sich werten und entscheiden, inwieweit er sie aufgreift. Eine besondere Rolle spielt hier natürlich der Rat der Stadt Ennepetal. Die Stadt wird im weiteren Fortgang als ein wichtiger – aber nicht alleiniger – Motor für die Innenstadtentwicklung gefragt sein.

In diesem Sinne ist es wünschenswert, wenn die Stadt Ennepetal sich die Empfehlungen im Grundsatz zu Eigen macht und sie im Rahmen der Entwicklung eines **integrierten Handlungskonzepts für die Innenstadt** aufgreift. Dieses Konzept sollte als Basis zur Einwerbung von Fördermitteln des Landes Nordrhein-Westfalen für die Projektumsetzung dienen.

Ein weiterer wichtiger Schritt zur Umsetzung der gewünschten Impulse ist die **Schaffung eines Organisations- und Finanzierungsrahmens** als dauerhafte Arbeitsstruktur der Innenstadtentwicklung. Hier liegen mit der Förderung durch die Nationale Stadtentwicklungspolitik günstige Voraussetzungen für ein Verfolgen der Aufgabe vor.

Schließlich lautet eine klare Empfehlung der Workshops an alle handelnden Akteure, möglichst zügig **konkrete praktische Umsetzungsmaßnahmen** einzuleiten, um damit Zeichen für eine gemeinsame Innenstadtarbeit zu setzen. Der Erfolg dieser Maßnahmen sollte Mut machen, nach und nach möglichst viele der empfohlenen Projekte anzugehen.

2. Ausgangssituation

Die vier Workshops im Dialogprozess haben jeder für sich eine kurze Betrachtung der Stärken und der Schwächen der Milspe an den Anfang der Entwicklungsarbeit gestellt, jeweils bezogen auf ihre Funktion als Zentrum Ennepetals.

Als **grundsätzliche Stärke** wird dabei unisono die Einbettung der Innenstadt in das naturräumliche Umfeld herausgestellt, verbunden mit der unmittelbaren Zentrums- und Klutertöhle als Alleinstellungsmerkmal der Stadt.

Dem gegenüber steht – nach Einschätzung aller Workshops – eine Reihe von **grundlegenden Schwächen**, die die Ursachen der prekären Lage auf den Punkt bringen: Zu nennen ist zunächst die schwierige Wettbewerbsposition der Innenstadt mit attraktiven Nachbarstandorten und nahen Oberzentren. Mit diesen konkurriert sie um ein sinkendes Kaufkraftpotenzial. Innerhalb der eigenen Stadt führt die polyzentrische Stadtstruktur mit starken Ortsteilen zudem zu einer Geringschätzung der Mitte. In dieser Konstellation kann die Innenstadt derzeit zu wenig in die Waagschale werfen, zumal die langgestreckte, der engen Tallage geschuldete Struktur Entwicklungen erschwert. Die anhaltende Diskussion um die Zukunft der Fußgängerzone führt, so die Einschätzung, zusätzlich dazu, dass die Attraktivität der Innenstadt öffentlich infrage gestellt und deren Image massiv getrübt wird.

2.1 Stadtbild

In Hinblick auf den **öffentlichen Raum** kann die Innenstadt vor allem die zeitgemäße Gestaltung der heutigen Fußgängerzone auf dem „Habenkonto“ verbuchen. Hier liegt nach gemeinsamer Einschätzung der Workshop-Teilnehmer der zentrale Nutzwert der 2008 realisierten Umgestaltungsmaßnahmen.

Dem gegenüber steht in der städtebaulichen Bilanz – lt. Workshop – das Manko fehlender Aufenthalts- bzw. Wohlfühlqualität, die vor allem der mangelnden Besucherfrequenz in der recht breiten und lang gestreckten, überdehnten Innenstadt geschuldet ist. Dieser Effekt wird durch die ungünstige Lage von Ankerimmobilien verstärkt, wobei gerade die Verbindung zwischen Heilenbecke Center und Markt als unattraktiv gilt. Die Innenstadtzugänge gelten als wenig einladend, zudem besteht die Einschätzung, dass die Innenstadt für Vorbeifahrende zu wenig erlebbar ist.

In Hinblick auf Ihren **Gebäudebestand** wird der Innenstadt ein abwechslungsreiches Bild verschiedener Epochen attestiert, z.T. mit attraktiver gestalterischer Qualität.

Allerdings bei weitem nicht durchgängig: Neben unschönen Gebäudeansichten werden insbesondere die Modernisierungsbedürftigkeit von Häusern und Gewerbeflächen sowie eine fehlende Barrierefreiheit genannt. Als zentrale Ursachen gelten die z.T. fehlende Investitionsmöglichkeit oder auch -bereitschaft von Eigentümern und Investoren.

Auch wenn die **Grundsauberkeit** insgesamt gut bewertet wird, wird punktuell eine unzureichende Sauberkeit und an vielen Stellen eine Verunkrautung negativ festgestellt.

2.2 Angebot

Der Workshop Angebot sieht im vorhandenen **gewerblichen Innenstadtangebot** einige Ansatzpunkte, um Schritt für Schritt Maßnahmen zu dessen Stärkung einzuleiten. Zu nennen ist das Vorhandensein eines Grundbesatzes an überwiegend kleinflächigen, persönlichen Geschäften mit lokaler Ausrichtung, ergänzt um Dienstleister, die sich mittlerweile auch in den Erdgeschossen angesiedelt haben. Der Wochenmarkt bietet in dieser Konstellation eine wichtige Stütze für das stationäre Angebot.

Kritisiert werden demgegenüber die oft geringen Angebotsqualitäten und die geringe Angebotsvielfalt. Das Fehlen eines zentral gelegenen Ankerunternehmens wird ebenso für die mangelnde Ausstrahlung verantwortlich gemacht, wie die unzureichende Attraktivität von Läden, Ladengrößen und Schaufenstern. Beim Wochenmarkt wird Vergrößerungsbedarf im „grünen Bereich“ ausgemacht. Als Problem wird eingestuft, dass in einigen Bereichen Wohnbebauung den Lauf unterbricht.

Touristisch wird das offene Industriemuseum als guter Themengeber für die Innenstadt gewertet. Als neu gewonnene Stärke im kulturellen Bereich gilt das Leo-Theater.

Die Ausstrahlung auf potenzielle Gäste wird derzeit jedoch als insgesamt schwach eingestuft.

Die Innenstadt ist **Wohnstandort** und wird damit auch außerhalb der Geschäftszeiten genutzt.

Dieser positiv bewerteten Feststellung stellt der Workshop Angebot aber auch entgegen, dass es in vielen Wohnungen einen Sanierungsstau gebe und, gerade mit Blick auf die demografische Entwicklung, Barrierefreiheit fehlt.

Die Aktivitäten von Stadt und Citymanagement zur **Beseitigung von Leerständen**, u.a. durch das Anschreiben von Filialunternehmen oder die Ansprache von Gastronomie, werden grundsätzlich als richtiger Weg gesehen. Die anlässlich des Innentatdialog neu aufgebaute Flächendatenbank wird positiv bewertet.

Kritisch wird angemerkt, dass der Leerstand nicht zurückgeht.

2.3 Verkehr

Im intensiv diskutierten Handlungsfeld Verkehr wird – bezogen auf den **PKW-Verkehr** – die grundsätzlich ausreichende Verfügbarkeit von innenstadtnahem Parkraum mit relativ kurzen Wegen in die Vorderstraße als Argument für die Milspe gewertet.

Dem gegenüber steht die Kritik an der fehlenden direkten Anfahrt der Geschäfte in der Fußgängerzone für Kunden. Aus Workshop-Sicht ist zudem die Beschilderung verbesserungswürdig.

Viel Anerkennung erntet die Innenstadt in Hinblick auf den **öffentlichen Nahverkehr**. Der ZOB in der Innenstadt ist der stärkste ÖPNV-Knotenpunkt des Südkreises, wobei seine Lage direkt am Zentrum positiv bewertet wird. Das ÖPNV-Angebot profitiert nach Workshop-Einschätzung außerdem von der Ergänzung durch den Bürgerbus.

In Hinblick auf den Busbahnhof, insbesondere seine Gestaltung und die Aufstellung der Busse, wird Verbesserungsbedarf formuliert.

2.4 Belebung

In Hinblick auf die **Innenstadtveranstaltungen** scheiden sich im Workshop die Geister: Es sind demnach durchaus Veranstaltungen, auch größerer Art, vorhanden, die von einzelnen Gruppen für ihre Zielklientel angeboten werden und auf Zuspruch stoßen.

Insgesamt aber wird bemängelt, dass es grundsätzlich zu wenige Veranstaltungen gibt und die wenigen z.T. den Ruf haben, zu wenig attraktiv und nicht professionell genug organisiert zu sein. Darüber hinaus sehen die Teilnehmer die vorhandenen Veranstaltungen zu wenig auf Zielgruppen ausgerichtet und kritisieren deren zu späte Bekanntgabe. Ein weiterer Kritikpunkt sind terminliche Überschneidungen mit Veranstaltungen in Nachbarstädten.

Aus **werblicher Sicht** bewerten die Teilnehmer des Workshops „Belebung“ den Ennepetaler Fuchs als ein funktionierendes Markenzeichen der Gesamtstadt.

Schwachstellen im Bereich der Werbung gibt es – lt. Workshop – aufgrund einer Vielzahl konkurrierender Werbeaussagen und Designs und den daraus resultierenden fehlenden roten Faden. Zu bemängeln sind demnach außerdem eine diffuse Zielgruppenansprache sowie häufig unkomfortable und zum Teil veraltet gestaltete Standort-Websites. Auch der Umfang der Werbung, z.B. zur Kluterthöhle, steht in der Kritik.

3. Ziele der Innenstadtentwicklung

Der Innentadtdialog zielte im Schwerpunkt auf konkrete Maßnahmvorschläge, um konkrete Ansatzpunkte für die gemeinsame öffentlich-private Innentadtarbeit zu definieren. Diese praxisnahe Diskussion wurde in den Workshops immer wieder durch abstrakter angelegte Arbeitssequenzen unterfüttert, über die (weitgehend) **geteilte Leitvorstellungen** zur Innentadtentwicklung herausgeschält wurden. Diese Aussagen bilden – als Empfehlungen zu den zukünftigen Zielgruppen, zu Zielen und Strategien sowie zu Profilinhalten – den „**Kompass**“ für die **praktische Umsetzungsarbeit** an einzelnen Maßnahmen.

3.1 Zielgruppen

Der Frage, für wen die Anstrengungen zur Aufwertung der Innenstadt unternommen werden, haben sich alle Workshop-Gruppen gestellt – ehe implizit, wie der Verkehrs-Workshop, der sie über Verkehrsströme thematisiert hat, oder sehr ausführlich, wie der Workshop Belebungs, der sich mit der Ausstrahlung der (Innen-)Stadt befasst hat.

Gemeinsam ist den Workshops, dass sie zunächst die Ennepetaler selbst ins Blickfeld nehmen. Die **eigene Bevölkerung** – und zwar **aller Ortsteile** – soll wieder verstärkt den Weg in die Innenstadt finden. Dabei sollen letztlich alle Bevölkerungsgruppen angesprochen werden, wobei ein Fokus auf Familien mit Kindern und Jugendlichen sowie Älteren liegt.

Lebhaft diskutiert wurde die Frage, wie weit ins regionale Umland hinein der Zielbereich gesteckt werden soll, was nicht zuletzt für die Werbemaßnahmen der Innenstadt von Relevanz ist. Festzuhalten ist, dass die **Ausstrahlkraft aktuell stark begrenzt** gesehen wird und erst mit neuen Angeboten ein etwas weiter gesteckter Einzugsbereich erschlossen werden kann. Dabei sind es aus Sicht des Workshops Belebungs professionell gemachte Veranstaltungen mit eigenem Profil, die am ehesten dazu führen, dass Besucher wieder den Weg nach Ennepetal finden. Je nach Event-Größenordnung und Art wird das **maximale Einzugsgebiet bei Veranstaltungen** wie folgt gesehen:

- Gevelsberg
- Schwelm
- Wetter-Volmarstein
- Hagen-Haspe
- Breckerfeld
- Sprockhövel-Hasslinghausen
- Radevormwald
- Wuppertal-Oberbarmen

Eine dritte Zielgruppe sind, aus Sicht des Stadtbild-Workshops, **Gäste in der Stadt und in der Nahregion**, bei denen für einen Innenstadtbesuch geworben werden sollte:

- Gäste der Kluterthöhle
- (Rad-)Wanderer
- Patienten und Besucher der LVA-Klinik

3.2 Entwicklungsziele

Komprimiert man die Entwicklungsvorstellungen und -ziele der Workshops, ergibt sich ein recht homogenes Bild mit einer klaren Stoßrichtung. Diese Stoßrichtung ist ein klares **Bekenntnis zur Revitalisierung der Innenstadt**, die verschiedenen Überlegungen zu einem Deinvestment eine eindeutige Absage erteilt. Auch eingedenk der schwierigen Ausgangssituation und des hohen Aufwands, der für eine Stützung der Innenstadt erforderlich sein wird, wird dem Ziel ein **hoher kommunalpolitischer Stellenwert** im Sinne der Gesamtstadt beigemessen.

Vor dem Hintergrund dieser grundlegenden Festlegung unterlegen die Teilnehmer der Begründung der einzelnen Strategien und Maßnahmen die nachfolgenden **Leitziele**:

1. Ennepetal braucht mehr Wir-Gefühl.

Die Einwohner Ennepetals müssen sich über alle Ortsteilgrenzen hinweg als Ennepetalerinnen und Ennepetaler verstehen, nicht zuletzt um die demografischen, gesellschaftlichen und wirtschaftlichen Zukunftsaufgaben weiterhin meistern zu können.

2. Das Zentrum der Milspe ist das Zentrum Ennepetals.

Jede Stadt braucht eine Mitte, in der man sich wohl fühlt und trifft. Diese Mitte kann für Ennepetal nur die Innenstadt in Milspe sein. Das Bekenntnis zur Mitte bedeutet: Kräfte und Angebote sollen dort gebündelt werden.

3. Die Innenstadt lebt durch eine gelungene Mischung.

Die Ennepetaler Innenstadt ist dann attraktiv, wenn sie für die Gesamtstadt ein breites Spektrum an Funktionen übernimmt. Sie soll zugleich Einkaufsziel, Freizeitort, Treffpunkt, Ort für Besorgungen und Wohnort sein.

4. Die Perspektive der Innenstadt ist eine erweiterte Grundversorgung.

Die Innenstadt startet aus einer schwierigen Ausgangslage neu durch. Wirtschaftlich realistisch ist daher eine Entwicklungsperspektive, die auf häufig nachgefragte Waren- und Dienstleistungsangebote sowie Gastronomie setzt.

5. Die Revitalisierung der Innenstadt muss von der Mitte her erfolgen.

Die langgestreckte Innenstadt benötigt eine räumliche Verdichtung, um Angebote attraktiv zu konzentrieren. Die Anstrengungen zu einer Belebung und Stärkung sollen daher in der Mitte einen starken Schwerpunkt setzen.

6. Die Innenstadt braucht Aufenthaltsqualität und Erreichbarkeit.

Die Stadt sollte ihren Frieden mit der Verkehrssituation in der Innenstadt machen. Der Schlüssel liegt darin, gute Anfahrbarkeit und entspannte Wohlfühlatmosphäre bestmöglich zu verbinden. Beides wird von Besuchern erwartet.

7. Innenstadt benötigt mehr Willkommenskultur.

Willkommenskultur drückt sich in einladenden Stadtportalen, Plätzen, Straßen, Immobilien und Geschäften aus. Hier hat die Innenstadt viel an Boden gut zu machen. Kann sie aber auch, denn die Grundanlagen sind vorhanden.

8. Die Innenstadt muss ihre Qualitäten offensiv vermitteln.

Veranstaltungen sind ein gutes Mittel, Menschen zum Besuch zu bewegen. Pfiffige Werbung vermittelt Stadtgefühl und erleichtert die Identifikation. Beide Pfade soll die Innenstadt stärker für sich nutzen.

9. Die Innenstadt benötigt einen integrierten Entwicklungsansatz.

Die Aufgaben, die in der Innenstadt zu bewältigen sind, sind ausgesprochen vielfältig. Verkehrskonzepte ohne Angebotsentwicklung helfen genauso wenig wie Stadtbildpflege ohne Investitionen ins Image. Ganzheitliche Lösungen sind gefragt.

10. Die Innenstadt braucht Zusammenarbeit.

Umfassende Lösungen brauchen viele Köpfe, die auf gemeinsame Ziele hinarbeiten. Die Stadt Ennepetal kann alleine genauso wenig erreichen wie die Hauseigentümer oder die Gewerbetreibenden oder die Bevölkerung. Offene und verlässliche Partnerschaften sind der Schlüssel zu einer positiven Perspektive.

3.3 Innenstadtprofil und Identifikation

Über die Leitlinien der Entwicklungsarbeit hinaus sind in der Workshop-Arbeit auch Aussagen zur **Identität der Innenstadt** entwickelt worden. Angesprochen ist damit ihre Substanz, aus der sich zum einen Ansatzpunkte für ein positives **Innenstadtprofil** ableiten lassen. Zum anderen ist dies der Stoff, aus dem sich mehr **Identifikation** der Ennepetaler Stadtgesellschaft mit ihrer Innenstadt entwickeln soll.

Innenstadtprofil

Was macht die Ennepetaler Innenstadt aus? Was hat sie Positives zu bieten? Zu diesen Fragen ist insbesondere dem Workshop Belebung sehr viel eingefallen, genannt werden insbesondere die unter 2. dargestellten Stärken, an die die Imageentwicklung durchaus anknüpfen kann.

Fasst man die verschiedenen Facetten der Innenstadtidentität zugespitzt zusammen, entsteht das **Profil eines „stressfreien Dienstleistungszentrums“**.

Angesprochen ist damit zunächst die **räumliche Nähe** der Innenstadt für die anvisierten Hauptzielgruppen in der eigenen Stadt, verbunden mit einem **zentral gelegenen Busbahnhof** und einer vergleichsweise **entspannten Parksituation**. Besorgungen sind heute – und möglichst perspektivisch noch stärker – **mit einem Besuch ohne Gedränge zu erledigen**. Als entspanntes Angebot wird auch die **kleinteilige Geschäftsstruktur** mit **persönlichen Ansprechpartnern** gewertet sowie die Möglichkeit, z.B. in der Marktstraße, am Markt oder am Spielplatz **ohne Hektik zu verweilen**. Die **moderne Ausstrahlung** des öffentlichen Raums wird ebenfalls als Kennzeichen eines Dienstleistungszentrums gesehen. Und schließlich heben die Workshop-Teilnehmer die **Einbettung in die Landschaft** – direkt an der Ennepe gelegen mit dem Klutertberg und seiner Höhle gleich nebenan – als „Pfund“ hervor, das die Innenstadt unter dem Stichwort „stressfrei“ in die Waagschale werfen kann. Mit diesem Profil verbindet sich eng die Vorstellung einer **„generationenfreundlichen Innenstadt“ als Treffpunkt** für die gesamte Stadt.

Ganz in diesem Sinne dieses Innenstadtprofils haben die Teilnehmer des Belebungs-Workshops eine Vielzahl erster Slogan-Ideen entwickelt, um es auf den Punkt bringen. Eine Stoßrichtung der Vorschläge zielt auf die **„Lebensqualität“**, die aus der dem Profil erwächst („(i)ebenswert – unsere Stadt“, „gemeinsam auf der Suche nach dem guten Leben“, „Lebensfreude finden“). Eng damit verbunden ist die **Leitaussage „Vitalität“**, die in „da geht (noch) was“ oder „unser Ennepetal lebt“ zum Ausdruck kommt. Ein dritter Strang zielt auf die **Betonung des „Potenzials“** der Innenstadt, neugierig machen ist hier die Stoßrichtung („Da steckt mehr drin“, „überraschend anders!“). Der vierte Strang hebt als **Leitthema „Vielfalt“** hervor, wobei hier auch die Stadt insgesamt angesprochen wird („stark in der Vielfalt“, „vielfältig + bunt“, „für jeden das Richtige“).

Als **Symbol** für die (Innen-)Stadt wird von dem Belebungs-Workshop eindeutig der **Fuchs** favorisiert. Es wird auch die eine Möglichkeit gesehen, ihn in ein **Innenstadtlogo** zu integrieren, ggf. in einer neuen Gestaltung durch einen Ennepetaler Künstler. Eine ebenfalls diskutierte weitere Möglichkeit für ein Erkennungszeichen ist das Aufgreifen der Wortmarke „Mein Ennepetal“ – ggf. abgeändert in **„Unser Ennepetal“** – dann in Verbindung mit einem Zusatz für die Innenstadt.

Identifikation mit der Innenstadt

Die genannten Facetten der Innenstadtidentität werden als belastbare Grundlage für eine Stärkung der Identifikation der Ennepetaler mit ihrer Innenstadt bewertet.

Darüber hinaus wird ein Potenzial zur Verbesserung der Identifikation gesehen, wenn es gelingt, in der Innenstadt Themen anzusprechen, die den **Ennepetaler Stadtstolz** berühren. Angesprochen sind damit zuvorderst:

- **Ennepetaler Wirtschaftskraft:** Historie als Wiege der Industriekultur, Industriegeschichte / historische Persönlichkeiten, heutige Industrieprodukte
- **Qualität der Ennepetaler Infrastruktur:** Kulturvielfalt, Schulen / Bildung, Freizeitvielfalt, familienfreundliche Strukturen
- **Lebensqualität in Ennepetal:** Soziale Bezüge, Vielfalt der Menschen und Ortsteile, Vereinsleben
- **Einbettung Ennepetals in die Landschaft:** Natur, Kluterthöhle, Gemütlichkeit, Entschleunigung

Diese Facetten der Stadtidentität sollen sich, nach den Vorstellungen des Workshops Belebung, zukünftig in der einen oder anderen Weise in der Innenstadt wiederfinden. Sei es in Form von Veranstaltungen mit den o.g. Themen, sei es z.B. über eine Ausstellung zur Stadtgeschichte (s. Kapitel 4.2 und 4.4). Von dieser Verbindung profitieren, so der einhellige Tenor, die Gesamtstadt und die Innenstadt gleichermaßen.

4. Maßnahmenprogramm

Der Schwerpunkt der Workshop-Diskussionen im Innenstadtdialog lag auf der Erarbeitung konkreter Maßnahmenvorschläge für die zukünftige Innenstadtentwicklung.

4.1 Stadtbild

4.1.1 Gestaltung des öffentlichen Raums

Eingangssituationen und Verknüpfungen (25)

Im Rahmen der Aufwertung des Innenstadtraums legen die beteiligten Bürger Wert auf einen **guten Ersteindruck**: Die verschiedenen Eingangssituationen – per PKW, Bus oder zu Fuß – sollen einladender gestaltet werden, als Teil der Willkommenskultur der Stadt. Innerhalb der KernInnenstadt wird die Notwendigkeit gesehen, die einzelnen **Schwerpunkte und Funktionsbereiche attraktiver zu verknüpfen**.

- Attraktive Gestaltung der Eingangssituation am westlichen Zugangsbereich („Stadtportal Milspe“); der geplante Turbokreisel an der Neustraße in diesem Bereich wird als Möglichkeit gesehen, die Innenstadt verkehrlich zu entlasten, besonders favorisiert wird er insbesondere aus Kostengründen nicht
- Modernisierung des Busbahnhofs als modernes, komfortables Fahrgastzentrum (2-stöckiger Bau, HST-Überdachung, besser beleuchtet)
- Aufwertung der Anbindung der Kluterthöhle an die Innenstadt durch 2. Überweg über die Gleise und Ennepe schaffen (Höhe Busbahnhof), ggf. mit Aussichtsplattform über der Ennepe
- Anlegen eines Sinnespfads als Nutzungsanreiz für den 2. Übergang zwischen Innenstadtkern und Kluterthöhle
- Schaffen einer gestalterischen Torsituation an der Sparkasse
- gestalterische Aufwertung sowie Ausleuchtung möglichst aller Verknüpfungen zw. Voerder Straße und Südstraße / Gasstraße über ehem. Durchgänge (ohne Lasten für Eigentümer); wünschenswert ist eine Minderung der Barrierewirkung (Vision: Rolltreppe)
- gestalterisch und baulich optimierte fußläufige Anbindung des Heilenbecke-Centers an die Fußgängerzone (unter Erhalt der Befahrbarkeit)

Neuordnung der Innenstadtstruktur (3)

Hinsichtlich der zukünftigen Innenstadtstruktur äußern sich die Beteiligten vorsichtig, nicht zuletzt, weil es hier um weitreichende Fragen der Stadtentwicklung geht, deren Beurteilung vor dem Hintergrund einer eher geringen Nachfrage nach Gewerbe- oder Wohnflächen schwer fällt. Grundsätzlich unterstützen sie eine **Verdichtung des Innenstadtkerns**, die von

der heutigen Mitte rund um den Markt her angelegt werden muss, sowie eine **Konzentration des Gewerbes** im mittleren und westlichen Teilbereich. Weitergehende Aussagen werden in Abhängigkeit von der zu erwartenden Flächennachfrage gestellt.

- Neugestaltung des Ringkaufsbereichs
- Schaffung einer neuen Raumkante parallel zur Neustraße mit einer aufgelockerten Bebauung
- Neubebauung von Flächen zwischen Marktpassage und Kreuzung Friedrichstraße
- Neubebauung der heutigen Kreuzung Voerder Straße / Friedrichstraße bei Einrichtung eines Turbokreisels am westlichen Stadtportal; die Maßnahme wird ambivalent beurteilt: Bebauung ja, aber es wird als wichtiger und richtiger eingestuft, die Entwicklung von Gewerbeimmobilien in der Innenstadt von der Mitte her anzugehen

Ein nicht abschließend diskutierter weiterer Vorschlag, der auf eine Stärkung der Mitte zielt und im Zusammenhang mit der Verkehrsdiskussion entwickelt worden ist, ist die **Schaffung eines neuen Fußgängerbereichs zwischen Voerder Straße und Südstraße** im Abschnitt Marktstraße bis Sparkasse mit Zugang zu den umliegenden Immobilien und Geschäften („Plattenlösung“).

Freiraumgestaltung, Straßen und Plätze (24)

Ein Maßnahmenbündel zur Aufwertung der Innenstadt wird seitens des Workshops „Stadtbild“ in einer **atmosphärischen Aufwertung der Voerder Straße** gesehen, umgesetzt durch kleinere und größere Eingriffe in das an sich gut beurteilte Stadtbild. Die Marktstraße soll in ihrer Aufenthaltsqualität gesichert werden, was insbesondere bedeutet, sie verkehrsfrei zu halten. Ein weiterer Strang ist das **Erlebbarmachen von Ennepe und Heilenbecke**.

- schmalere Gestaltung der Voerder Straße bzw. der verbleibenden Fußgängerzone durch Möblierung an Stellen ohne Geschäftsbesatz (durch z.B. stabile Pavillons / größere Kuben) unter Beachtung einer klaren Gestaltungslinie
- Schaffen von „Eyecatchern“ für die Voerder Straße / Fußgängerzone (durch z.B. Litfasssäulen oder Segelüberdachungen an Schlüsselstellen)
- Stadtbesonderheiten als „schöne“ Graffities im öffentlichen Raum darstellen
- Erhalt des Spielplatzes in der Fußgängerzone als Anlaufstelle für Familien und Kinder (mit Verlängerung der Laufzeiten der Wasserläufe im Sommer)
- temporäre Aktionsflächen mit immer wieder neuen Angeboten schaffen
- Schachspiel an Sparkasse mit Figuren bestücken
- saisonale Bepflanzung der Baumbestecke sowie „bunte“ florale Gestaltung der zentralen Bereiche (Fensterbänke, Fassaden)
- Reparatur und Pflege der Baumbestückung

- Setzen von Windschutzmöglichkeiten für gastronomische Einrichtungen mit Sitzplätzen im Freien (z.B. durch Stellwände)
- Bereitstellung von attraktiven Sonnenschirmen für die Außengastronomie
- Schaffen eines „Ennepegartens“ mit Erlebnischarakter zwischen Haus Ennepetal, Ennepe und Voerder Straße mit Angebot an Sitz- und Spielmöglichkeiten zum Leitthema Ennepe, dabei Lärmschutz zur Neustraße setzen
- offenes und wertig gestaltetes Ufer am Zusammenfluss der Heilenbecke und der Ennepe als historische Ursprungsstätte der heimischen Industrie (ggfs. attraktiv für Kombination mit Höhlenbesuch)

4.1.2 Gebäude

Neubebauung von Grundstücken (10)

Der Stadtbild-Workshop sieht die Notwendigkeit des **Rückbaus einer Reihe von sanierungsbedürftigen Häusern** in der Innenstadt, weil hier keine wirtschaftlich tragfähige Nutzungsperspektive gesehen wird. Für diese Grundstücke wird zumeist eine **zeitgemäße Neubebauung mit heutigen Ansprüchen** empfohlen (Flächengrößen und –zuschnitte, Barrierefreiheit). Diese Maßnahmen – wie alle anderen mit Relevanz für Privateigentum – sind natürlich nur in Zusammenarbeit mit den jeweiligen Eigentümern möglich. Zudem verbindet der Workshop mit diesen Maßnahmen die Chance, in der Innenstadt **neue Qualitätsstandards und Landmarken** zu setzen. Nachfolgend zwei Beispiele:

- ehemaliges Altenheim Curanum abreißen und Fläche neu bebauen
- Errichtung eines „Spax-Towers“ als Markenwelt der heimischen Industrie

Gebäudequalitäten im Bestand (16)

Auch bei Bestandsimmobilien, sowohl im Gewerbe- als auch im Wohnbereich, wird vielfach die Notwendigkeit gesehen, die **Standards an die heutigen Marktanforderungen anzupassen**.

- Modernisierung von Ladenlokalen
- Barrierefreiheit bei den Geschäften durch anzubringende Rampen und freie Geschäftszugänge herstellen
- Vergrößerung von Ladenlokalen u.a. durch Zusammenlegung, z.B. in vorhandenen benachbarten Ladenlokalen „Markthalle“ schaffen
- vollständige Sanierung und Neupositionierung der Marktpassage
- Stärkung des Wohnangebots – in der oberen Voerder Straße auch im Erdgeschoss – mit Aufwertung der Hinterhöfe
- Barrierefreiheit im Wohnbereich herstellen

- Wärmedämmung bei Immobilien verbessern
- Aufwertung der Umkleiden für den Höhlenbesuch
- gemütlichere Gestaltung des Eingangsbereichs zur Kluterthöhle

Fassaden (5)

Neben der Substanz der Gebäude wird zur Aufwertung des Erscheinungsbilds Wert auf die **Optik der Fassaden** gelegt. Angeregt werden harmonische, das jeweilige Umfeld berücksichtigende Gestaltungen in freundlichen, warmen und hellen Farben.

- bessere Fassadengestaltung entlang der Voerder Straße
- rückwärtige Fassaden an der Voerder Straße künstlerisch oder mit grüner Kulisse gestalten
- Fassaden – gerade im EG – wieder in altem Stil herrichten
- attraktivere Gestaltung der Rückfassade Fitnessstudio (ehem. Rewe) ggf. mit Illusionsbild
- Aufwertung des Außenbildes des Heilenbecke-Centers

4.1.3 Sauberkeit, Ordnung, Sicherheit

Sauberkeit (28)

Der Schwerpunkt des Feldes „SOS-Maßnahmen“ – auch sichtbar über die Zahl der persönlichen Prioritätensetzungen der Teilnehmer – wird bei einer **Erhöhung der Sauberkeitsstandards** gesetzt. Gerade über die durchgeführte Begehung im Vorfeld des Workshops konnte eine Reihe von z.T. zügig behebbaren Defiziten benannt werden.

- Unkrautbeseitigung im Straßenraum (Fugen, Baumbeete)
- Säuberung im Umfeld des offenen Industriemuseums (u.a. Sockel)
- Graffiti in der Innenstadt sofort nach Entstehen zügig entfernen
- Entfernung der Aufkleber an Eingangsschildern und Laternen
- Neuanstrich der Laternen
- Spielplatz säubern, Sand austauschen (ggfs. als gemeinschaftliche Aktion)
- Müll- und Abfallbehälter aufstellen
- Säuberung des Übergangs Kluterthöhle – Haus Ennepetal
- Sauberkeitsaktion für Klutertberg
- Einrichtung eines Hausmeisterdienstes in der Innenstadt

Ordnung und Sicherheit (3)

Bei Ordnungs- und Sicherheitsfragen wird allein das Feld **Licht / Beleuchtung** als relevant eingestuft.

- Ergänzen von Laternen
- bessere Beleuchtung zur Umgehungsstraße

4.2 Angebot der Innenstadt

4.2.1 Einzelhandel / Ladenhandwerk, Wochenmarkt

Angebote des täglichen Bedarfs (28)

Die Teilnehmer des Workshops „Angebot“ haben sich in ihrer Arbeit die Suche nach sinnvollen und zukunftsfähigen Perspektiven für die Ausrichtung der Innenstadt zum Thema gemacht. In diesem Sinne setzen sie im Bereich Einzelhandel eindeutig auf eine **Stabilisierung und einen Ausbau der Angebote des täglichen Bedarfs**. Im Vordergrund steht der Wunsch nach kleineren (Lebensmittel-)Geschäften mit gehobenem, spezialisiertem Angebot und möglichst regionaler Orientierung.

- Einrichtung regionaler Angebote (Hofladen, Bio-Lebensmittel)
- Bioladen (lokale Anbieter)
- Metzgerei mit Mittagstisch (regional / bio, spezialisiert)
- (Öko)-Bäcker
- Obst- und Gemüseladen (regional / bio, spezialisiert)
- Reformhaus
- Kaffeerösterei mit Kaffee, Kakao und Spezialitäten
- Teeladen
- Käseladen
- Weinhandel
- Delikatessengeschäft
- Errichtung von mobilen Verkaufsständen
- Zeitungskiosk

Weitere Einzelhandelsangebote (9)

In moderatem Umfang werden auch Potenziale für einen Ausbau weiterer Angebotssegmente im Einzelhandel gesehen, hier insbesondere bei **Angeboten des persönlichen Bedarfs**. Diese vorsichtige Einschätzung folgt der Leitidee der „erweiterten Grundversorgung“. Der Idee, Angebote von Kunden für Kunden bereitzustellen, wird nur im geringen Umfang Lösungspotenzial für die Innenstadtentwicklung beigemessen.

- Entwicklungspotenziale im Segment Bekleidung/Wäsche („Labelstores“) nutzen
- Ansiedlung von Geschäften für Damen- und Herrenoberbekleidung, z.B. Street One, Cecil, S.Oliver, Bonita, G.Weber, Engbers, Anbieter analog Tasbier
- Ansiedlung eines Schuhladens (mit Reparatur), z.B. Ara etc. und für junge Leute
- Ansiedlung einer Parfümerie
- Entwicklungspotenziale im Segment Sportartikel/-bekleidung nutzen
- Ansiedlung eines Haushaltswarengeschäfts
- Ansiedlung eines Ladengeschäfts für Kurzwaren / Wolle
- Ansiedlung eines Anbieters von Spielwaren (Holz, Modellbau etc.)
- Ansiedlung einer Tausch-Bücherei
- Ansiedlung eines handwerklichen Angebots (Erlebnisfaktor durch Zuschauen)

Magnetbetriebe und Angebotsschwerpunkte (7)

Seitens der Workshop-Teilnehmer wird die Notwendigkeit gesehen, den zukünftigen **Angebotsbesatz über Schwerpunktsetzungen zu stabilisieren**, die sich zudem möglichst **von den benachbarten Städten abheben**. Präferiert wird die Ansiedlung eines Ankerunternehmens gerade auch in Verbindung mit dem oben beschriebenen **Zielschwerpunkt kleinerer, „speziellerer“, hochwertiger Einzelhandelsgeschäfte**.

- Ansiedlung eines kleinen Kaufhauses (wie ehemals Ring-Kaufhaus)
- Einrichtung einer Art „Markthalle“, ggf. über Bündelung in mehreren (benachbarten) Ladenlokalen

Wochenmarkt (10)

Ein Schlüsselthema wird in der **Stärkung des Wochenmarkts als Frequenzbringer** für die Innenstadt gesehen. Die Überlegungen zielen in erster Linie auf das Angebot und dessen räumlicher und zeitlicher Darbietung – auch auf Kosten des Voerder Markts.

- Ausbau des Angebots auf dem Markt
- Vergrößerung des Donnerstagmarktes mit speziellen Ständen
- neuen attraktiven Standaufbau für den Markt realisieren
- Lösung für Springbrunnen bedenken
- Verlegung des Marktes auf Donnerstagnachmittag (12-18 Uhr)
- Wochenmarkt nur in der Innenstadt durchführen

4.2.2 Freizeit- und Tourismusangebote

Gastronomie (16)

Neben Einzelhandel wird seitens der Workshop-Teilnehmer Gastronomie als weiteres „Standbein“ der Angebotsentwicklung in der Innenstadt gewünscht. Das Spektrum der Vorschläge ist breit, im Vordergrund stehen **Caféangebote in Verbindung mit Außengastronomie**. Interessant ist der Gedanke, dass Gastronomie gleich „im Verbund“ **angesiedelt** werden muss, um die notwendige kritische Masse zu erreichen, die Anziehungskraft bewirkt.

- gezielter Ausbau der Außengastronomie insb. Cafés
- Einrichtung eines gemütlichen Cafés, z.B. am Marktplatz bzw. gegenüber der Marktpassage oder im Immobiliencenter der Sparkasse (Glasvorbau)
- Ansiedlung von Eisdielen
- gezielter Ausbau von Restaurants im benachbarten „Verbund“
- Einrichtung eines Stehimbisses in der Fußgängerzone für den Snack zwischendurch
- Einrichtung einer Stehkneipe in der Fußgängerzone als Treffpunkt
- Ansiedlung eines Kiosks

Freizeit- und Erlebnisangebot (15)

Die Bürgervorschläge zum Freizeit- und Erlebnisangebot zielen im Schwerpunkt auf eine stärkere, möglichst **familienfreundliche Angebotsverzahnung von Innenstadt und Kultur sowie Innenstadt und Natur**, wie z.B. beim bereits angesprochenen Ennepe-Erlebnispark. Neben Gästen der Stadt zielt der Workshop aber auch mindestens gleichgewichtig auf die **Einheimischen und ihre Freizeitbedürfnisse**.

- Regelprüfung, ob touristische Angebote in der Innenstadt angesiedelt werden können
- Stärkung der Kooperationen von Naherholungstourismus, Gesundheitswirtschaft und Einzelhandel unter Ausbau des Kur-Aspektes der Kluterthöhle (Motto „Gesund bleiben – gesund werden“)
- Patienten und Besuchern der LVA-Klinik eine Fahrgelegenheit bieten und zwei Stunden Aufenthalt ermöglichen
- Stadtmuseum in der Innenstadt einrichten
- Showroom mit Ennepetaler „Dingen“ (Firmen, Angebote, ...) entwickeln
- Ansiedlung eines Kinos
- Ansiedlung eines Bowling-Angebots

Freizeit- / Tourismus-Infrastruktur (4)

Infrastrukturell wird für den Freizeitbereich ein buntes Spektrum an Maßnahmen befürwortet. U.a. werden für die Innenstadt eine bessere **Einbettung in touristische Routen** sowie ein **Übernachtungsangebot** empfohlen.

- Entwicklung eines integrierten Wanderwegekonzeptes unter Einbeziehung der Innenstadt
- Errichtung eines Spazier- und Radweges entlang der Bahnlinie von der Milspe bis zum Hülsenbecker Tal / Platsch
- Einrichtung eines E-Bike-Verleihs in der Innenstadt inkl. Aufladestation (ggf. über Fahrradhandel)
- Ansiedlung eines Hotels (Standortprioritäten: 1. Ahlhausen, 2. alte Sparkasse, 3. neben Haus Ennepetal)
- Einrichtung eines Info-Points für Ortsfremde
- Schaffen einer frei zugänglichen W-LAN-Zone

4.2.3 Dienstleistungen

Öffentliche Dienstleistungen, Gesundheit (2)

Eine wiederholt geäußerte Empfehlung in Richtung Stadtverwaltung ist die **Ansiedlung häufig nachgefragter Verwaltungsleistungen in der Innenstadt**, um dort zu einer Erhöhung der Besucherfrequenz beizutragen. Im Gesundheitssektor steht vor allem der Wunsch im Mittelpunkt, **weitere Ärzte in der Innenstadt anzusiedeln** – möglichst in Obergeschossen, um in **Erdgeschossen vor allem Handel und Gastronomie platzieren** zu können.

- Einrichtung eines „Bürgerservice-Büros“ in der Innenstadt mit barrierefreiem Zugang, z.B. in Marktnähe oder als Anbau am Haus Ennepetal
- Ansiedlung von Hausärzten, eines HNO-Arztes sowie eines zweiten Augenarztes
- Errichtung einer Senioren-WG mit „Sozialzone“, Café oder ähnlicher Begegnungsstätte mit Außenwirkung

Kooperationseinrichtungen

Als eine Art „Prüfauftrag“ ist der Gedanke zu verstehen, die Möglichkeit zur **Zusammenführung vorhandener Einrichtungen** in der Innenstadt ins Visier zu nehmen.

- Bündelung von (Fort-)Bildungseinrichtungen Ennepetaler Unternehmen
- Bündelung von sozialen Einrichtungen

4.2.4 Wohnen

Wohnen für einzelne Zielgruppen (18)

Überall dort, wo sich gewerbliche Nutzungen in der Innenstadt rückläufig entwickeln und keine größere Beeinträchtigung des Umfeldes durch Verkehr vorliegt, ist **Wohnen in zentraler Lage** ein Thema für die Innenstadtentwicklung. Ein räumlicher Schwerpunkt kann nach gemeinsamer Einschätzung die obere Voerder Straße werden. Die Workshop-Teilnehmer sehen als Zielgruppen insbesondere **ältere Menschen** und auch **Familien**.

- Schaffung neuer Wohnangebote für junge Alte
- Anpassungsmaßnahmen für das „Wohnen im Alter“ im Bestand
- Schaffung eines zusätzlichen Angebotes an betreuten Wohnanlagen
- Einbeziehung des ehemaligen Altenheimes in der Fußgängerzone, z.B. als Studentenwohnheim oder als generationenübergreifendes Wohnprojekt
- Schaffung familiengerechter Wohn- und Wohnumfeldangebote

4.2.5 Kundenorientierung

Unternehmens- und Angebotspräsentation (2)

Neben der Entwicklung der Innenstadtimmobilien sieht der Angebots-Workshop in nicht wenigen Läden die Notwendigkeit zu einer **Reduzierung des bestehenden Investitionsstaus** bei der Ladeneinrichtung und der Warenpräsentation.

- bessere Gestaltung der Ladeneinrichtung mit Öffnung nach außen
- Einrichtung moderner Schaufenster / Deko
- abends mehr Licht durch die Geschäfte

Beratungs- / Bedienqualität und Kundenservices (12)

Service und Kundenfreundlichkeit sind zwei Stichworte, die für den Ansatz stehen, die Ennepetaler stärker an ihre Innenstadt zu binden. Dieser Ansatz ist im Workshop noch nicht ausgearbeitet worden, zwei stark präferierte Maßnahmen finden sich nachstehend. Ein weiterer Ansatz in diesem Feld zielt auf **attraktivere Öffnungszeiten**.

- gemeinsamer Lieferdienst
- Gemeinschaftsgutscheine
- Einrichtung einheitlicher und längerer Öffnungszeiten der Geschäfte
- Anpassung der Öffnungszeiten an den Wochenmarkt

4.2.6 Angebotsentwicklung

Leerstandsaufwertung (2)

Leerstände haben eine negative Ausstrahlung für ihr räumliches Umfeld. Es wird daher empfohlen, leere Ladenlokale **optisch aufzuwerten**. Ein möglicher Vorschlag ist der nachfolgende.

- Platzierung von Großbildschirmen in leeren Schaufenstern als Alternative zu wilden Plakatierungen an Bäumen und in Geschäften

Bestandssicherung (1)

Die Angebotsentwicklung fängt nach Workshop-Meinung bei der Sicherung der vorhandenen Unternehmen in der Innenstadt an. Neben einer Reihe von Investitionen in die „Hardware“, also attraktive zeitgemäße Ladenlokale, die bereits unter 4.1.2 dokumentiert ist, sind nachfolgend die im Workshop genannten „Software“-Investitionen aufgeführt: **Finanzielle Erleichterungen** und **Knowhow-Transfer**.

- Fortführung des Verzichts auf die Erhebung von Sondernutzungsgebühren
- Unterstützung der Händler (Coaching)

Ansiedlungsunterstützung (13)

„**Leerstandsmanagement**“, d.h. die aktive Anbahnung und Erleichterung von Neuansiedlungen u.a. in innerstädtischen Leerständen bildet den Schwerpunkt der Vorschläge zur Angebotsentwicklung. Dazu sollen Hilfestellungen sowohl für Vermieter als auch künftige Neuansiedlungen erfolgen. Der Fokus liegt in Hinblick auf die Mieter wiederum auf **finanziellen Unterstützungsleistungen**, insbesondere in der Startphase. Zur Frage, wer diese Unterstützung leisten kann, werden sowohl öffentliche als auch private Quellen in die Überlegungen einbezogen.

- Eigentümerberatung zur Vermietbarkeit
- Unterstützung neuer Geschäfte durch kleine Pressemitteilungen oder Blumen seitens der Stadt
- attraktive Mieten für attraktive Geschäfte ermöglichen, z.B. durch Subventionierung eines Einführungsjahres
- Nutzung finanzieller Unterstützung, z.B. durch Förderprogramme
- aktive Eigenentwicklung des Angebots über lokale Investitionen, z.B. durch Aufkauf von Immobilien
- Einbeziehung von Projektentwicklern in die Innenstadtentwicklung
- Übernahme von Patenschaften (auch finanziell) für neue Läden
- Genossenschaften / Bürger AGs für einzelne Läden bilden

4.3 Verkehr

4.3.1 Verkehrslösung für die Voerder Straße

Das alles überstrahlende Thema des Workshops „Verkehr“ war die Frage, wie eine sinnvolle, möglichst allen Ansprüchen und Interessen gerecht werdende Verkehrsregelung für die heutige Fußgängerzone realisiert werden kann. Über mehrere Teilschritte konnte eine Annäherung der Positionen erreicht werden, die in eine mit breiter Mehrheit getragene Kompromisslösung gemündet ist. Die Lösung, die dem Rat der Stadt Ennepetal zur Umsetzung empfohlen wird, verbessert die **verkehrliche Erreichbarkeit / Anfahrbarkeit der Gewerbetreibenden** im östlichen bis mittleren Abschnitt der Voerder Straße. Zugleich wird der **Innenstadtkern** rund um den Markt, die Marktstraße sowie ein Teil der Voerder Straße **als Fußgängerzone erhalten**.

Die empfohlene Lösung ist der Prinzipdarstellung auf der Folgeseite zu entnehmen. Sie umfasst die folgenden Einzelaussagen, die im Rahmen der weiteren Planung zu prüfen und weiter zu konkretisieren sind:

Verkehrsführung

- Beidrichtungsverkehr im östlichen / mittleren Bereich der Voerder Straße mit Wendemöglichkeit in etwa bei Hausnummer 61 / 62; die westliche Zufahrt wird von diesem Vorschlag nicht berührt

Verkehrs- / Geschwindigkeitsregelung

- verkehrsberuhigter Geschäftsbereich (Tempo 10 km/h)

Zufahrtberechtigte

- Kunden und Besucher
- Lieferverkehr
- Anwohner
- Radfahrer

Park- / Haltebereiche

- Lage der Park- / Haltemöglichkeiten in heute schon markierten Zonen sowie weiteren zu ergänzenden Flächen
- Stellplatzzahl: ca. 28
- Zeitlimit tagsüber: 30 Min. Kurzzeitparken sowie Haltezonen
- Bewirtschaftung: Parkscheiben

Zeitlicher Regelungsumfang

- ganzjährig einheitliche Regelung



Prinzipdarstellung der empfohlenen Verkehrslösung für die Voerder Straße (Quelle Stadt Ennepetal)

Die **Vorteile** der Lösungsempfehlung liegen in der Hereinnahme des Autoverkehrs als belebendes Element für die Voerder Straße. Der vorgeschlagene Gegenrichtungsverkehr bringt dabei in Verbindung mit der Ausweisung als verkehrsberuhiger Geschäftsbereich ein geringeres Tempo und mehr Aufenthaltsqualität mit sich als ein alternativ denkbarer Einrichtungsverkehr. Eine Durchfahrt durch die Innenstadt und damit möglicher Schleichverkehr sind rechtlich ausgeschlossen. Ein weiterer Vorteil gegenüber einer Einbahnstraßenregelung ist die beidseitige Anfahrbarkeit der Innenstadt, für Besucher entfallen aufwändige Umfahrten. Im unmittelbaren Innenstadtkern rund um den Markt, in dem sich die mit der Neugestaltung des öffentlichen Raums gewünschte Aufenthaltsqualität am besten entwickelt hat, bleibt die heutige Situation erhalten. Es besteht die Chance, dass sich hier Nutzungen, die auf eine hohe Verweilqualität angewiesen sind, verdichten.

Aufgaben, die im Zuge der Umsetzung der Empfehlung zu bearbeiten sind, sind die Entwicklung einer konsensfähigen Lösung für die genaue Aufteilung der Flächen für Fußgänger sowie den rollenden und den ruhenden Verkehr einschließlich der genauen Lage des Wendehammers. Dabei ist nach Wunsch der Workshop-Teilnehmer ein Fokus auf die Sicherstellung eines reibungslosen Begegnungsverkehrs zu richten. Ferner sind Lösungen zu entwickeln, die Rechtsverstöße durch unerlaubtes Durchfahren der Fußgängerzone eindämmen.

4.3.2 Vor-Ort-Information

Angesichts der Schwerpunktsetzung des Verkehrs-Workshops bei der Frage der Verkehrsregelung für die Voerder Straße sind eine Reihe weiterer Vorschläge zu verkehrlichen Themen dort nicht mehr angesprochen bzw. ausdiskutiert worden. Hier sind z.T. andere Workshops „eingesprungen“. Optimierungen der Informationsangebote „vor Ort“ in der Innenstadt sind im Workshop Belebungs besprochen worden.

Informationen für PKW-Fahrer (7)

Dem Belebungs-Workshop ist eine bessere Ausschilderung der Innenstadt und ihrer Angebote ein wichtiges Anliegen, um Autofahrer auf deren Vorzüge zu stoßen. Dazu wird die **Überarbeitung und Vereinheitlichung der vorhandenen Beschildung** im Sinne eines Gesamtkonzeptes empfohlen. Veränderungsbedarf wird sowohl bei der **Fernwegweisung** als auch bei Informationen zu **Parkangeboten** gesehen.

- Fernwegweisung Innenstadt-Centrum etablieren
- Aufstellen von Wegweisern zum Zentrum ab der Neustraße
- Entwicklung eines Parkleitsystems
- Aufstellen von Hinweisschildern über Anzahl der kostenlosen Parkplätze in der Innenstadt
- Kluterthöhle besser ausschildern
- bei Events Anbindung an Innenstadt herstellen, z.B. Besucher des Pfingstturniers

Fußgängerinformation (18)

Analog zur Hinführung auf die Innenstadt wird für eine **Erneuerung der Wegweisung** im Zentrum selbst votiert.

- Einführung eines Fußgängerleitsystems im innerstädtischen Einkaufsbereich von Bahnhof bis Berlet
- „Fußstapfen“ als Bodenmarkierungen von Bahnhof bis Industriemuseum anlegen (Straßenmuseum Treffpunkt Innenstadt)
- Hinweise auf touristische Ziele geben
- Info-Point für Orts-Fremde aufstellen
- mehr Schilder zur Stadtgeschichte in der Stadt setzen

4.3.3 Weitere Verkehrsthemen

Über die aufgeführten Verkehrsthemen hinaus hat sich der Workshop Stadtbild mit **Eingangssituationen und Verknüpfungen** befasst (vgl. 4.1.1) sowie der Workshop Angebot mit **touristischen Wegeverbindungen** und **Radinfrastruktur** (vgl. 4.2.2). Auf die entsprechenden Darstellungen sei an dieser Stelle verwiesen.

Verkehrsthemen und -vorschläge, die u.a. seitens der Bürgerinnen und Bürger in der Auftaktveranstaltung am 17.07.2013 aufgeworfen worden, aber in keinem der Workshops abschließend besprochen worden sind, sind nachfolgend nachrichtlich dargestellt:

Parken

- Entwicklung eines Parkraumkonzeptes
- Schaffung breiterer Parkplätze
- Schaffen motorradfreundlicher Parkflächen (u.a. Schließfach)
- besseren Zugang zu Parkplätzen und Parkhäusern ermöglichen (Rückstau Neustraße)
- Wegfall der Parkgebühren im neuen Parkhaus für Besucher der Kluterthöhle
- mehr Stellplätze für Wohnmobile anbieten

ÖPNV

- Anfahrt zum Busbahnhof von Schwelm kommend direkt von B7 ermöglichen (Linksabbieger)
- Verbindungen zum ZOB herstellen
- Einrichtung einer Bürgerbushaltestelle vor der Sparkasse

4.4. Belebung: Werbung und Veranstaltungen

4.4.1 Innenstadtwerbung

Werbegrundlagen (5)

Die strategische Schlüsselaussage des Workshops Belebung in Hinblick auf die Innenstadtwerbung ist „**Professionalisierung**“ in der **täglichen Arbeit**. In vielerlei Hinsicht muss hier, so die Einschätzung der Teilnehmer, das Niveau spürbar und nachhaltig gehoben werden, um im Wettbewerb der Standorte bestehen zu können. Angesprochen sind das Erfordernis eines **Profils bzw. Markenkonzpts** als auch dessen Umsetzung in Gestalt **einer grafischen Linie**. Ansätze dazu sind unter 3.3 beschrieben; daran sollte in der weiteren Arbeit angeknüpft und die Ideen der Workshop-Teilnehmer weiter ausgearbeitet werden. Diese Grundlagen müssen lt. Workshop-Votum genutzt werden, um **kontinuierlich und aus einer Hand** für den Innenstadtbetrieb zu werben. Bei den Werbeinhalten genießt der **Wochenmarkt** einen hohen Stellenwert.

- Ebenen des Marketings (Stadt / Milspe) sauber definieren
- Entwicklung eines Slogans für die Innenstadt
- Auftreten mit einer einheitlichen grafischen Kernmarke
- alle Innenstadtwerbung im gleichen Look anlegen, unabhängig vom „Absender“
- Innenstadt-Werbung muss organisatorisch aus einer Hand erfolgen
- Verbessern der Werbepresenz, mehr und regelmäßige Werbung
- Investitionen in Kampagnen vornehmen

Online-Werbung (10)

Unter den diskutierten Werbemaßnahmen erhält die Online-Werbung durch die Workshop-Teilnehmer einen besonderen Stellenwert zugeschrieben, da sie eine hohe Reichweite mit einer guten Werbeeffizienz verbindet und ein modernes Bild der Innenstadt vermittelt. Im Vordergrund der Überlegungen stehen die Nutzung **sozialer Netzwerke** und des **mobilen Marketings**.

- Facebook-Seite auflegen
- Stadt in App darstellen, nutzbar für mobile Endgeräte
- Produkt-Fotos mit QR-Code versehen
- Multi-Channel-Strategie für Gewerbetreibende entwickeln
- „Kauf-da.de“-Prinzip übernehmen: direkte Empfehlung von Laden zu Laden
- gemeinsame Online-Händler-Plattform etablieren
- Neugestaltung der Web-Site(s)

Kundenbindungsmaßnahmen (6)

Ein zweiter präferierter Werbeansatz ist die Stärkung der Kundenbindung durch **regionale Geldkreisläufe** sowie **Anreizsysteme**.

- Ennepe-Taler als „Regionalgeld“ einführen
- Tickets für Kluterthöhle zusätzlich mit Reklame oder Gutscheinen für Gastronomie versehen
- Auflegen eines Coupon-Hefts
- Auflegen von Rabatt-Aktionen

Vor-Ort-Werbung (5)

Neben der medialen Werbepresenz wird für die weitere Arbeit auch eine **werblich attraktive Präsenz im Stadtraum** selbst empfohlen.

- kleine Grünanlage am Strohmeyer als Werbefläche nutzen
- neugierig machen mit virtuellen Schaufenstern und Plakatwänden
- Schaffung von Werbeanlagen für Events
- Aufstellen von Sponsorentafeln, -wänden und –plakaten
- bessere Info zur Innenstadt an Kluterthöhle geben
- Klutert-Werbung im öffentlichen Raum platzieren
- „Erlebnis-Info“ zur Kluterthöhle an der Höhle bieten

„Fan-Artikel“ (4)

Ein Ansatz des Workshops, der in besonderem Maße auf die Identifikation mit der Innenstadt zielt, ist die Entwicklung von Materialien, die als **Merchandising-Artikel** eingesetzt werden.

- Ennepetal Fan-Hymne verbreiten bzw. ein (neues) Lied für alle komponieren
- Auflegen einer Innenstadtpostkarte
- Entwickeln einer „Ennepetal-Skyline“
- Entwickeln von „Giveaways“

PR-Arbeit (1)

Zwar mit wenigen Prioritätenpunkten ausgestattet, aber dennoch im Workshop lebhaft und mit Nachdruck diskutiert, ist der Versuch, als Innenstadt mit den lokalen Medien in einen Dialog darüber einzutreten, wie die **eigene Medienarbeit verbessert** werden kann. Daneben soll ein **eigener Informationskanal** entwickelt werden, der ausführlichere Darstellungen der (zukünftig positiven) Entwicklung in Richtung Bürgerschaft ermöglicht.

- PR-Arbeit überprüfen im Dialog mit Presse
- regelmäßige positive Berichterstattung über Einzelhändler
- Erstellen eines Newsletters für Ennepetaler Bürger in regelmäßigen Abständen

Printwerbung

Überraschend wenig Resonanz findet im Workshop ein **Ausbau klassischer Printwerbung** als Werbepfad.

- Auflegen eines Veranstaltungskalenders
- Entwicklung eines Seniorenratgebers mit Hinweisen zu Einkaufs- und Liefermöglichkeiten
- Auflegen von Aktions-Flyern und Platzierung an parkenden Autos

Verkaufsförderung

Verkaufsfördermaßnahmen sind in der Workshop-Diskussion ein Randaspekt.

- Durchführen von Losaktionen

4.4.2 Innenstadtveranstaltungen und -aktivitäten

Veranstaltungsgrundlagen (4)

Analog zum Handlungsfeld Werbung sind, so der Workshop Belegung, auch für den Veranstaltungsbereich die Grundlagen der Arbeit neu zu legen. Empfohlen wird hier, die Überlegungen des Workshops zu möglichen Innenstadt-Events durch **Analysen** zu unterfüttern. Zudem sollte konzeptionell vertiefend ausgearbeitet werden, wie mittels Veranstaltungen das **Wir-Gefühl** in der Stadt gestärkt und die **Profilierung** voran getrieben werden können. Ein strategischer Ansatz für ersteres ist der **gemeinsame Einbezug der Ennepetaler Stadtteile sowie von Vereinen und Gruppen** in der Stadt in die Durchführung von Innenstadtveranstaltungen. Als grundlegende Maßnahme wird eine **bessere terminliche Event-Koordination** als notwendig eingestuft.

- Durchführung einer Bürgerbefragung
- Wettbewerbsanalyse zu Events durchführen
- Events zur Stärkung des Wir-Gefühls / Stadtgefühls umsetzen
- Durchführung von Events mit identitätsstiftendem Charakter zur Profilierung
- Events entwickeln, die im Nahumfeld Alleinstellungspotenzial haben
- Vereine sollten Patenschaften für Feste übernehmen
- Stadtteile sollen in der Innenstadt feiern und sich vorstellen
- Haus Ennepetal sollte mehr von Ortsteilvereinen genutzt werden
- feste Termine für Veranstaltungen wählen

Fuchs-Veranstaltungen (13)

Dem Klutertberg und dem Ennepetaler Fuchs schreiben die Workshop-Teilnehmer ein hohes Identifikation stiftendes **naturräumliches Potenzial** zu, das durch Veranstaltungen gehoben werden soll.

- Durchführung eines „Fuchs-Festes“ mit Fuchs-Sagen-Festspiel, Spielen und Präsentationen am Nachmittag und Musik am Abend
- Klutertbergfest mit Fuchsjagd durchführen

Gemeinschaftsaktivitäten (9)

Gemeinsam Herausforderungen bestehen – so könnte das Motto eines weiteren Ansatzes lauten, um Identifikation mit der Stadt und das Wir-Gefühl untereinander zu stärken.

- Teilnahme an Wettbewerben (z.B. „WDR II für eine Stadt“, „AB in die Mitte!“)
- „Spiel ohne Grenzen“ durchführen
- Aktion „eine Stadt schreibt ein Buch“ durchführen
- Schulprojekt „Gestaltung der Durchgänge“ umsetzen

Brauchtum und Geschichte (8)

Ein Strang an Veranstaltungen soll, so der Workshop, **gemeinsame Traditionen** und die **geteilte Stadtgeschichte** betonen. Gerade geschichtliche Bezugnahmen schaffen einen sehr guten Rahmen für Stadtstolz – der in der Innenstadt erlebbar gemacht werden soll.

- St.-Martinszüge in der Innenstadt zusammenbringen
- Durchführung des Weihnachtsmarkts in der gesamten Fußgängerzone
- Durchführung von Weihnachtsaktionen
- Durchführung von Osteraktionen
- Ennepetaler Geschichtstag veranstalten mit Ennepetaler Geschichten, zu Persönlichkeiten ...

Kunst- und Kulturveranstaltungen (5)

Der **Einbezug lokaler Künstler** – solchen, die in der Ausbildung sind und solchen, die sich etabliert haben – ist eine weitere Empfehlung des Workshops. Auch bei diesen Auftritten schwingt ein Stück **Gemeinschaftsaktivität** mit.

- Durchführung eines Musikschulfestes
- Tag der Kultur mit örtlichen kunst- und kulturschaffenden Künstlern durchführen
- Einbringen von Kunst durch Ausstellungen, Aktionen und Vernissagen in der Innenstadt
- gemeinsame Stadttheateraufführung (z.B. AIDA)
- Wettbewerb von Theatergruppen durchführen

Messen und Märkte (5)

An die Wirtschaft – die Gewerbetreibenden der Innenstadt und die lokalen Industriebetriebe – richtet sich die Erwartung mit eigenen durchaus **ökonomisch ausgerichteten Aktivitäten** zu einer Belebung der Innenstadt beizutragen.

- mehr eigene Veranstaltungen der Geschäftsleute (monatliche Durchführung)
- Sondermärkte durchführen, z.B. einen bäuerlichen Wochenmarkt mit Landfrauenverband
- Spezialitätenmarkt Waren + Speisen (auch aus Ennepetal) durchführen
- Durchführung einer „Kindermesse“ mit allem rund um Schwangere, Babys und Kinder
- Handwerkermesse durchführen
- Einbeziehung der ortsansässigen Großunternehmen durch Werbeveranstaltungen

Entdeckertouren (4)

„Die Innenstadt (neu) entdecken“ ist die Überschrift für ein Ideenbündel, um sich die vielen interessanten Facetten der Innenstadt anzueignen und sie **mit neuen Augen zu sehen**.

- Stadtführungen für eigene Bürger anbieten
- Stadtrallye durchführen
- Geo-Caching in der Innenstadt veranstalten

Innenstadtinszenierung (4)

Die Teilnehmer des Belebungs-Workshops befürworten einen **anlassbezogenen Stadtschmuck**, der Atmosphäre schafft.

- weihnachtliche Gestaltung der Innenstadt, ggf. unter Einbeziehung von Bürgern / Schulen
- bei Events mit Großfallschirm Atmosphäre erzeugen
- Aktion „Ennepetal illuminiert ausgesuchte Gebäude“ durchführen

Kulinarik-Veranstaltungen (1)

Gemeinsam an einer langen Tafel zu speisen und **beim Genießen Gemeinsamkeiten entdecken** ist ein Ansatz, den z.B. das Ruhrgebiet im Kulturhauptstadtjahr vorgemacht hat. Aktionen wie diese sind ein weiterer attraktiver Ansatz zur Stärkung des Wir-Gefühls.

- Ennepetaler lange Tafel durchführen

Sport-Veranstaltungen (1)

Ein im Workshop angerissener Ansatz zur Innenstadtbelebung sind **Sport- und Spaßveranstaltungen** gerade mit Bezug auf junge Zielgruppen.

- Tag des Sports mit örtlichen Vereinen und Dachverbänden durchführen
- Innenstadt als Skaterbahn ausgestalten, um Jugendliche zu gewinnen
- Sommer-Bobrennen durchführen
- City-Kart veranstalten