



WOHNEN & BILDUNG
QUALITÄTEN von WOHNSTANDORTEN & Versorgung
WOHNORTSTANDORTWAHL & KOMMUNIKATION

Stadtentwicklung und das neue Wohnen im Kreis Unna

Dokumentation der Konferenz am 8. Juni 2010

Inhaltsverzeichnis

DIE ZUKUNFT IM DIALOG ENTWICKELN	
Landrat Michael Makiolla	3
ZUKUNFTSFÄHIGKEIT DES WOHNSTANDORTES KREIS UNNA	
Dr. Detlef Schiebold	
Koordinierungsstelle für Planungsaufgaben Kreis Unna	4
WOHNEN IN DEN ZENTREN – PERSPEKTIVEN UND ANFORDERUNGEN	
Alexander Rychter	
Verbandsdirektor der Wohnungs- und Immobilienwirtschaft Rheinland Westfalen	6
Workshop 1:	
WOHNEN & BILDUNG - NEUE CHANCEN IM STADTTEIL	
Impulsreferat: BEISPIELE AUS DER REGION – GELSENKIRCHEN	
Irmgard Schiller	
Referat Stadtplanung, Stadt Gelsenkirchen	10
Handlungsempfehlungen für den Kreis Unna und Verabredungen	12
Workshop 2:	
QUALITÄTEN von WOHNSTANDORTEN & VERSORGUNG	
Impulsreferat: DEN WANDEL AKTIV GESTALTEN	
Alfred Körbel	
plan-lokal, Dortmund	14
Handlungsempfehlungen für den Kreis Unna und Verabredungen	17
Workshop 3:	
WOHNORTSTANDORTWAHL & KOMMUNIKATION	
Impulsreferat: ERFOLGE VON KOMMUNIKATIONSSTRATEGIEN	
Björn Schwarze	
Fakultät Raumplanung, TU Dortmund	18
Handlungsempfehlungen für den Kreis Unna und Verabredungen	21
VERABREDUNGEN UND IHRE UMSETZUNG	22
TEILNEHMERLISTE	23
ANSPRECHPARTNER	24
Anlage:	
CD mit	
a) Tagungsprogramm	
b) Vorträgen	
c) Dokumentation	

Die Zukunft im Dialog entwickeln – Aufbruch zur Gemeinsamkeit



Landrat
Michael Makiolla

Liebe Leserin,
lieber Leser,
vor Ihnen liegt die Dokumentation der Konferenz »Stadtentwicklung und das neue Wohnen im Kreis Unna«, die der Kreis Unna Anfang Juni 2010 im Kreishaus Unna durchgeführt hat. Wohnen und Stadtentwicklung sind wesentliche Bausteine des Zukunftsdialogs, der auch künftig fortgeführt wird.

»Die Zukunft hat schon begonnen...« – mit dieser Botschaft hat der renommierte Zukunftsforscher Robert Jungk bereits vor rund 20 Jahren auf den Punkt gebracht, was heute immer noch als Herausforderung besteht. Zukunft ist kein abstraktes Thema, das uns irgendwann einmal erreichen wird. Zukunft verlangt uns vielmehr Tag für Tag ab, dass wir unser Lebensumfeld positiv, ideenreich und vor allem konkret gestalten. Die Akteure des »Zukunftsdialoges Kreis Unna« stellen sich dieser Aufgabe. Wenn wir die Zukunft unserer Region erfolgreich selbst gestalten wollen, dann brauchen wir eine gemeinsame Vision von dieser Zukunft.

Es gilt, gemeinsam mit allen wichtigen Akteuren Ziele zu definieren. Auf dieser Grundlage verabreden wir Strategien, wie man die Ziele oder Visionen möglichst schnell in die Realität umsetzen kann.

Im Rahmen der bisherigen Diskussion haben wir bereits wichtige Eckpunkte vereinbart, die das »Kreis-Unna-Profil« passgenau schärfen. Sie sind ein gutes Fundament dafür, den Kreis Unna auf einen erfolgreichen Weg in die Zukunft zu bringen. Das Thema »Stadtentwicklung und das neue Wohnen im Kreis Unna« spielt bei der Gestaltung der Zukunft unserer Region eine zentrale Rolle. Deswegen haben wir mit der Konferenz Anfang Juni gezielt Menschen zusammengeholt, die sich mit dem Thema in den zehn Städ-

ten und Gemeinden des Kreises Unna beschäftigen, die sich in anderen lokalen Zusammenhängen mit dem Thema befassen oder als Wissenschaftler oder Verbandsvertreter daran arbeiten.

Erste Projekte aus dem Zukunftsdialog sind bereits konkret geplant oder verwirklicht worden:

Wasserstadt Haus Aden

- ① Neues Stadtquartier am Datteln-Hamm-Kanal
- ② Attraktive Wohnungen und Freizeitangebote schaffen

Seseke-Umgestaltung

- ① Umbau des Seseke-Lippe-Systems als Beitrag für urbane Wohnqualität
- ② Gewässerumbau insbesondere für Erholungsnutzung und zum Teil als Trittstein für die Natur

Studentenportal Kreis Unna

- ① Internetportal mit Suchfunktion für Studenten-Wohnungen; Vorteile des Kreises: zentrale Lage zwischen den Hochschulen, gute ÖPNV-Anbindung

Es ist beeindruckend, dass nicht nur konkrete Schritte diskutiert und verabredet worden sind, sondern die Teilnehmerinnen und Teilnehmer sich weiter an den thematischen Diskussionen beteiligen wollen. Die vorliegende Broschüre dokumentiert den wichtigen inhaltlichen Beitrag der Konferenz-Workshops für die weitere Arbeit.

Der Zukunftsdialog geht weiter. Der Kreis Unna bietet mit seinen zehn Städten und Gemeinden spannende Wohnquartiere, lebendige Ortskerne, zahlreiche Erholungsräume und vor allem auch gute Arbeitsplätze. Wir werden gemeinsam daran arbeiten, unsere Qualitäten noch deutlicher zu einem Markenzeichen für unsere Heimat – den Kreis Unna – zu machen.

Michael Makiolla
Landrat Kreis Unna

Zukunftsfähigkeit des Wohnstandortes Kreis Unna

Dr. Detlef Schiebold

Koordinierungsstelle für Planungsaufgaben Kreis Unna



Dr. Detlef Schiebold

»Wir werden älter, bunter und weniger« - so wurden die Ergebnisse des Zukunftsdialogs hinsichtlich der Bevölkerungsentwicklung im Kreis Unna zusammen gefasst. Wir stellen heute zudem fest: Angesichts der neuen Aufgaben und Herausforderungen, die sich uns stellen, reichen die klassischen Instrumente der Raumplanung nicht mehr aus. Wir brauchen neue, vernetzte Ansätze, die Sozial-, Wirtschafts-, Kultur- und Bildungspolitiken in die Anpassungsstrategien wirksam integrieren. Wir brauchen regional zukunftsfähige Zentrenkonzepte, die die ausgewiesenen Qua-

litäten des Kreises Unna bündeln. Wir brauchen zudem Symbole und symbolische Projekte, die diese Konzepte und Strategien markieren und attraktiv erlebbar machen.

Trends: Re- und Sub-Urbanisierung

Die aufgerufenen Megatrends - Ende der Suburbanisierung und Reurbanisierung - sind im Kreis Unna empirisch nicht zu bestätigen. Weiter ziehen junge Familien mit kleinen Kindern ins Umland, wo sie preiswerter und naturnäher wohnen. Den Drang zurück in die städtischen Zentren mit ihrer kompletten Infrastruktur ist bisher explizit (noch?) nicht nachweisbar. Der Kreis Unna könnte davon profitieren. Denn diese Region bietet räumlich kompakt alles, was Menschen zum täglichen Leben benötigen. Die Vorteile gegenüber dem ländlichen Raum wie den benachbarten Großstädten haben

wir als Ergebnis des Zukunftsdialogs in Profilen beschrieben:

- ⊙ die feine grüne Mitte
- ⊙ die Region der kurzen Wege
- ⊙ der gesunde Kreis
- ⊙ der schlaue Kreis
- ⊙ die Region profilierter Zukunftsbranchen.

Diese Profile müssen konkretisiert werden, die Vorteile des vielfältigen Kreisgebietes gegenüber den großen Nachbarstädten müssen sichtbar werden. Im Fokus einer entsprechenden Strategie sollten dabei Familien stehen. Für diese bietet der Kreis mit seiner Vielfalt nicht nur ein attraktives Angebot. Familien von dem Standort zu überzeugen, ist nicht nur aus Gründen des demografischen Wandels eine wichtige Zukunftsaufgabe. Familien mit ihrer hohen Standortpersistenz sind wichtige Träger und Motoren von Sozialstrukturen, von informellen und formellen Systemen in unseren Städten.

Bildungslandschaften entscheiden

Eine entsprechende Fokussierung bedeutet eine Veränderung der bisherigen Stadtentwicklungspolitik. Neben der Betonung guter Wohnlagen (ruhig, im Grünen, preisgünstig) steht hier insbesondere die Betonung und Weiterentwicklung der Bildungslandschaft im Mittelpunkt. Das Angebot entscheidet häufig über die Wohnortwahl, die Städte müssen entsprechenden Anforderungen gerecht werden.

Dies gilt auch für weitere Bedürfnisse moderner Familien. Die Vereinbarkeit von Familie und Beruf muss durch ein entsprechendes Angebot familienfreundlicher Strukturen unterstützt werden - im Arbeits-, Lebens- und Bildungsbereich. Ganztageschulen und Ganztagesbetreuung bereits für Kleinkinder, Ausbau und Umbau von bestehenden



Schulen zu Stadtteilzentren, in denen sich auch Beratungsangebote bündeln, sind wichtige Aufgaben. Die Verbindung mit Weiterbildungseinrichtungen wie mit den Fachhochschulen und Hochschulen der Region ist für das Image, für die Wirtschaft und für die städtebauliche Entwicklung eine Aufgabe. Gut ausgebildete Schulabgänger und dazu die dichteste Hochschullandschaft im 50-Kilometer-Radius sind hervorragende Voraussetzungen für eine solche Entwicklung.

Wie solche Überlegungen in die aktuellen Anpassungsstrategien einbezogen werden können, zeigen uns bundesweit einige Pilotprojekte. Abbruch, Rückbau, die Schaffung neuer Grünflächen und der Vorrang von Umbau und Modernisierung vorhandener Wohnbestände vor Neubauten können hier integriert werden. Die städtebauliche und sozialpolitische Identifizierung von abgängigen Quartieren und die Suche nach neuen Nutzungen für brachfallende öffentliche Immobilien können strategisch und zielgerichtet vernetzt werden. So ist zu identifizieren, wo durch Stadtteilzentren neuen Typs auch Transformations- und Wachstumsknoten für Quartiere im Umbau zu knüpfen sind.

Image als Zukunftsfaktor

Diese einzelnen Bausteine müssen noch zu einem schlüssigen und einprägsamen Gesamtbild, zum Image, gefügt werden. Bisher verfügt der Kreis Unna über durchaus wirkmächtige Mosaikstücke:

Das **Kulturangebot** hat mit Schloß Cappenberg, mit dem Zentrum für Internationale Lichtkunst oder dem Orchester der Neuen Philharmonie Westfalen durchaus Highlights mit überregionaler Strahlkraft. Die Um- und Neunutzung von alten **Industriedenkmälern** hat Ankerpunkte auf der Route der **Nachfolgenutzungen von alten Zeckenbrachen** haben die Städte und Gemeinden im Kreis Zeichen gesetzt.

Fakt ist, dass die Profilierung des Kreises Unna gemeinsam mit den Kommunen über die Strahlkraft von Symbolen erreicht werden kann, mit denen sich alle identifizieren können und die geeignet sind, den Kreis Unna als Ganzes wahrzunehmen.

Ein **Handlungskonzept Symbole** kann damit zusammen mit einer **Kommunikationsstrategie** zur Imagebildung beitragen.

Dabei können auch Überlegungen Platz greifen, wie z.B. die Aufnahme in die Arbeitsgemeinschaft fahrradfreundlicher Städte. Wenn neben dem Kreis Unna, der Gemeinde Bönen und den Städten Bergkamen, Kamen, Unna und Lünen alle Kommunen ebenfalls dieses Siegel erhalten würden, hätten wir ein Alleinstellungsmerkmal, das uns positiv gegenüber anderen Regionen hervorhebt.

Diese Ansätze zu verdichten und konsistent zu machen, ist die Aufgabe der nächsten Zeit.



Wohnen in den Zentren Perspektiven und Anforderungen

Alexander Rychter

Verbandsdirektor der Wohnungs- und Immobilienwirtschaft Rheinland Westfalen



Alexander Rychter



Das neue Wohnen in Stadtzentren ist Thema für Stadtplanung, Kommunalpolitik, Wohnungswirtschaft sowie die Fachöffentlichkeit. Handel und Dienstleistungen haben hier Leerstände produziert. Menschen der Mittelschicht orientieren sich zunehmend in die Innenstadtlagen. Die Attraktivität des »Wohnen im Grünen« schwindet. Die Gründe für diesen Umschwung sind vielschichtig:

- ⊙ Negativfaktoren innerstädtischen Wohnens nehmen ab (hohe Wohndichte, Familienfeindlichkeit, Umweltbelastungen).
- ⊙ Hohe Wohnkosten prägen das Stadtumland (Fahrt- und Mobilitätskosten, persönlicher Zeitverlust).
- ⊙ Stadtumland entwickelt weniger Lebensqualität (sterile Siedlungsmodelle, gering ausgeprägte Infrastruktur).
- ⊙ Neue Lebens- und Wohnpräferenzen wachsen, die Stadt wird Fokus unterschiedlicher Lebensstile.
- ⊙ Vermehrte Anstrengungen von Städten zur Steigerung der Wohnortqualität zeigen Wirkung. Die Entwicklung der Stadt nach außen wird verdrängt, Baulücken werden geschlossen, Industrie- und Konversionsflächen neu genutzt.

Bei dieser Reurbanisierung gibt es vor allem zwei wesentliche Gruppen von Akteuren:

Einpersonenhaushalte und Paare vor Familiengründung

Für diese zählen: Doppelte/hohe Haushaltseinkommen, hohe Bildungsniveaus, gesicherte Beschäftigungsverhältnisse, Bedarf an großen Wohnungen in innerstädtischen Quartieren, gute Schulsituation, technische Möglichkeiten für Home-Office/Telearbeit.

Nachfrage aus der Altersgruppe 65plus

Für diese zählt: Gute Vermögenssituation/hohe Alterseinkünfte, Eigentumsaffinität, Bedarf nach selbständigen und selbstbestimmten Wohnformen im Alter bzw. Nachfrage nach sogenannten neuen Wohnformen im Alter (gemeinschaftliches Wohnen/Mehrgenerationenwohnen).

Marktgruppen: Ältere Menschen

In NRW leben über 50 % der Haushalte 60plus in selbstgenutztem Wohneigentum (Bundesdurchschnitt: 42 %). Dem gegenüber wohnen hochaltrige Menschen (80+) überdurchschnittlich häufig zur Miete (60 Prozent). Bedeutende Investoren sind selbstnutzende Eigentümer, gefolgt zu gleichen Teilen von der unternehmerischen Wohnungs- und Immobilienwirtschaft (32%) sowie privaten Vermietern (28%).

Hohe Standortaffinität | Umzugsbereitschaft

- ② Die älteren Menschen haben hohe Bindungen an Wohnung und Stadtquartier. Zwei Drittel der 70- bis 85-jährigen leben bereits seit 40 Jahren am selben Ort.
- ② Nach allen relevanten Mieterbefragungen liegen der Verbleib in der eigenen Wohnung im Alter sowie das Wohnen in möglichst selbstbestimmten Wohnformen eindeutig an erster Stelle.
- ② Durchschnittlich 40 % der Haushalte sind zur Durchführung von altersgerechten Umbaumaßnahmen bereit. Der akzeptierte Kostenaufwand liegt zwischen 1.000 bis 5.000 Euro.
- ② Bei Miethaushalten gibt es nur eine 10%-ige Modernisierungsbereitschaft. Rund zwei Drittel dieser Haushalte wäre bereit, eine monatliche Mieterhöhung zwischen 10 und 50 Euro zu akzeptieren.
- ② **Insgesamt ist das Bewusstsein für die Notwendigkeit von Investitionen in die Alterstauglichkeit von Wohnungen noch nicht genügend ausgeprägt.**

Ältere Menschen | Bauliche Situation

- ② Nur rund 5% aller Seniorenhaushalte leben in Wohnungen, die barrierefrei beziehungsweise barrierearm (Synonym barrierereduziert oder altersgerecht) nutzbar sind. Der verbleibende Wohnungsbestand weist erhebliche bis große Barrieren beim Zugang zur Wohnung und/oder in der Wohnung auf.

Altersgerechte Wohnformen | Angebot

- ② Der Markt für altersgerechte Wohnformen wird eindeutig von der unternehmerischen Wohnungswirtschaft dominiert (66 % Marktanteil). Bei altengerechten Wohnungen sind signifikante Leerstände nicht festzustellen.

- ② 75 % der befragten Wohnungs- und Immobilienunternehmen gingen von einer hohen bis sehr hohen Nachfrage nach altersgerechten Wohnungen und über 90 % von einer hohen bis sehr hohen Nachfrage bei Betreutem Wohnen aus.

Altersgerechte Wohnformen | Investitionen

- ② Die altersgerechte Anpassung des Wohnungsbestandes erfordert Investitionen vorwiegend im Innenbereich. Der spezifische Mehraufwand zur Erreichung eines altersgerechten Wohnstandards wird mit knapp 18 Mrd. Euro beziffert.

Finanzierung | Förderpolitik

Die bisher zur Verfügung stehenden Mittel entsprechen bei weitem nicht dem Bedarf.

Eine kurze Übersicht der relevanten Förderprogramme:

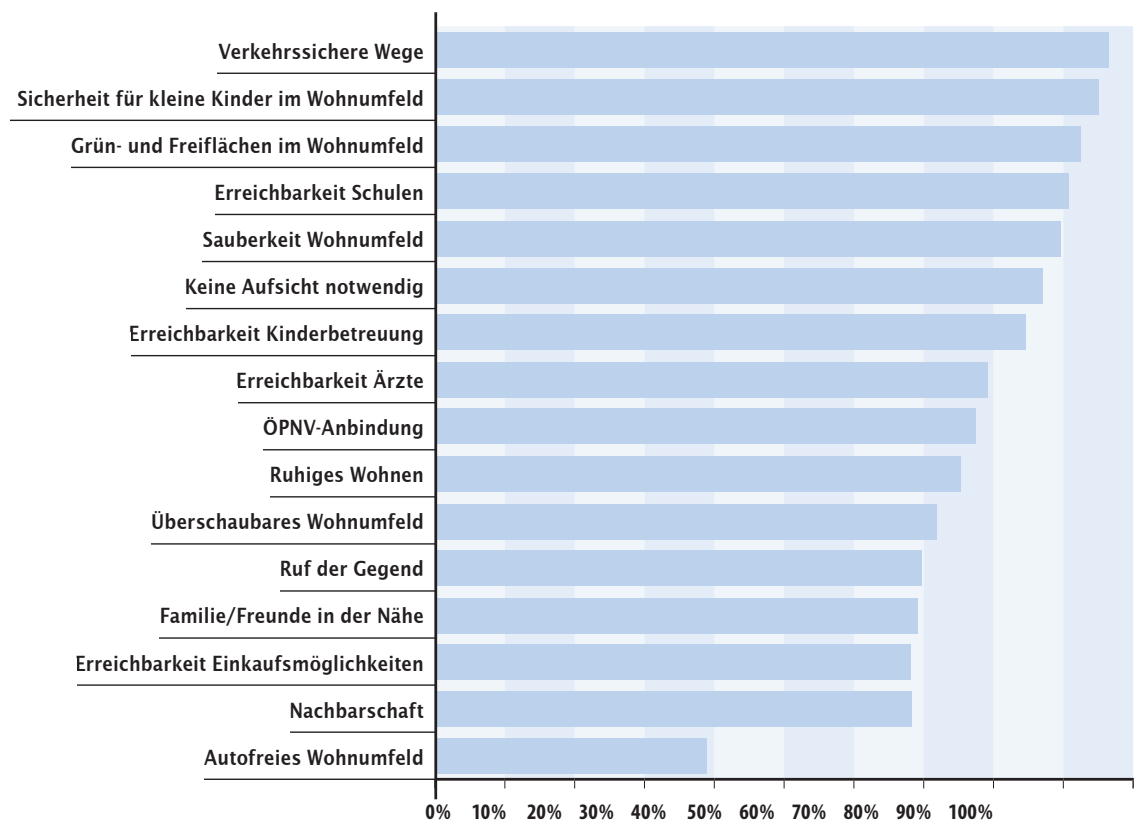
- ② Wohnraumförderungsprogramm NRW 2010
- ② Städtebauförderung Bund/Land/EU
- ② Wohnungswirtschaftliche Förderprogramme der KfW-Bankengruppe
- ② Soziale Wohnraumförderung

Interessanten für innerstädtische Wohnquartiere

Als generelle Motive für den Zuzug in innerstädtische Wohnquartiere sind auszumachen:

- ② Berufliche Gründe sind die wichtigste Motivation für die Wohnortwahl (35 %).
- ② Innerstädtische Quartiere profitieren durch ihre Arbeitsplatzfunktion bzw. Nähe zu Arbeitsplätzen sowie die gute ÖPNV-Anbindung an Arbeitsstandorte außerhalb der Innenstädte.
- ② Die klassische Trennung zwischen Arbeitsstätte und Wohnen/Versorgen in separaten Stadtquartieren ist mittlerweile in Auflösung begriffen.
- ② PKW-Betriebskosten/ÖPNV-Fahrtkosten übersteigen Einspareffekte durch günstigere Wohnkosten in Stadtrandlagen.
- ② Weitere entscheidende/wichtige Gründe für den Zuzug in innerstädtische Wohnlagen sind die größere Wohnung (16 %), Einkaufsmöglichkeiten (35 %), Vergrößerung des Haushalts 10%, sowie Kulturangebote (29 %).

Anforderungen von Familien an das Wohnumfeld



Quelle: Wüstenrot Stiftung, 2007

Stadt als Wohnort für Familien

- ③ Höhere Wohnbedürfnisse von Familien müssen infolge reduzierter Budgets durch Ausgaben für Kinder finanziert und möglichst durch Einschränkungen in anderen Bereichen gegenfinanziert werden. Die Folge ist eine deutliche Preissensibilität gerade junger Familien.
- ③ Diese haben grundsätzlich eine hohe Bindung an eine Stadt und Stadtquartiere über zusätzliche soziale Bindungen der Kinder (Unterstützung im Alltag, soziale Kontakte der Eltern, Schulen und Kindergärten/Freunde) .
- ③ Die Umlandwanderung von Familien geschieht meist gegen eigene Präferenzen (finanzielle Gründe/Wunsch nach Eigentumsbildung, quantitative und finanzierbare Verfügbarkeit familienfreundlicher Wohnungen/Einfamilienhäuser).
- ③ Der Wettbewerbsnachteil der Stadt entsteht durch eingeschränkte Wohnungsangebote im finanzierbaren Bereich.
- ③ Dabei ist leider festzustellen, dass kommunale Stadt- und Wohnungspolitik dieses Feld nicht bearbeitet, sie bleibt Einzelprojekten verhaftet. Bisher sind keine Langfriststrategien zur entsprechenden Beeinflussung des Wohnungsmarktes erkennbar.

Kommunale Handlungsfelder einer wohnungspolitischen Strategie

- ③ Vorhandene Präferenzen für die Stadt (Einzelhandel, freie Zeit, Arbeitsplätze, Kultur, ÖPNV) müssen mit verbessertem Wohnungsangebot bedient werden.
- ③ Das Preis-Leistungs-Verhältnis am Wohnungsmarkt muss verbessert werden.
- ③ Unterschiedliche finanzielle Leistungsfähigkeit und Qualitätserwartungen machen Ausdifferenzierung des Wohnungsangebotes erforderlich.
- ③ Der familienorientierte Stadtumbau und Wohnungspolitik sind als kommunale Langfristaufgabe zu verstehen.



Wohnen und Bildung:

Beispiele aus der Region – Gelsenkirchen

Irmgard Schiller

Referat Stadtplanung Stadt Gelsenkirchen

Schulen können zu Impulsgebern für eine neue Stadtentwicklung werden. Das zeigt das Beispiel der Evangelischen Gesamtschule in Gelsenkirchen Bismarck. In diesem unter der Montankrise leidenden Stadtteil, auf dem Brachland der ehemaligen Zeche, wurde die Idee, einen außerordentlichen Typus von Schule zu planen und zu bauen, umgesetzt. Bei der Konzeption und dem Neubau der Evangelischen Gesamtschule Gelsenkirchen Bismarck sind Metiers verschiedener Art dabei eine Symbiose eingegangen: Stadtplanung und Sozialpolitik, Pädagogik und Architektur.

Die Evangelische Gesamtschule

- ③ eröffnet im Stadtteil Gelsenkirchen Bismarck im Sommer 1998;
- ③ wird besucht von mittlerweile rund 1150 Kindern und Jugendlichen.
- ③ rund 250 dieser Schülerinnen und Schüler besuchen die Oberstufe der EGG (wie die Schule oft in Kurzform genannt wird).
- ③ Kinder unterschiedlicher Konfession und Nationalität leben und lernen gemeinsam an der EGG, die einen Schwerpunkt auch im Bereich des interkulturellen Lernens setzt. Gut 20% der Schülerschaft sind türkischer Herkunft, die meisten von ihnen sind Muslime.
- ③ sie werden unterrichtet von rund 80 Lehrerinnen und Lehrer.
- ③ ist eine Schule in privater Trägerschaft, eine Einrichtung der Evangelischen Kirche von Westfalen.
- ③ ist wie eine kleine Stadt entworfen, entstanden in einem ungewöhnlichen Partizipationsprozess.

Verbindung von Schule und Ortsteil

Schon im Konzept wurde eine enge Verbindung zwischen Schule und Ortsteil angestrebt. Es setzte auf einen mehrstufigen Ausbau, bei dem Schüler

und Lehrer in einem Zeitraum von fünf Jahren ihre Schule realisierten. Die Schüler haben nicht nur theoretisch und am Modell ihr Wunschklassenhaus mitkonzipiert, sie waren auch an der Gestaltung des zuerst fertig gestellten Haupthauses beteiligt.

Die Schule ist geplant wie eine Stadt. Sie besteht aus mehreren kleinteiligen, individuell gestalteten Gebäuden, einem Haupthaus und Klassenhäusern. Die Gebäudeteile des dreigeschossigen Hauptgebäudes gehen von einer überdachten »Straße«, als zentraler Erschließung aus: An ihr befindet sich ein »Kiosk« mit »Straßencafé«. Neben der »Bibliothek« mit »Kapelle« liegt das »Rathaus« (Sekretariat und Schulleitung), gegenüber das »Wirtshaus« (Mensa) und das »Theater« (Aula). Etwas weiter schließen sich das »Kino« und das »Laboratorium« (Labore),



Irmgard Schiller, Stadtplanung Gelsenkirchen

die »Apotheke« (Chemie) und das »Atelier« (Kunst) an. In einem eingeschossigen separaten Rundgebäude befinden sich die Werkstatträume. Jeweils drei Klassenhäuser liegen östlich und westlich vom Haupthaus.



Die Häuser einer Jahrgangsstufe befinden sich in einer Reihe und stellen einen Bauabschnitt dar. Jede Klasse hat ihr eigenes zweigeschossiges Gebäude mit Garten. Jede eingezogene fünfte Klasse plante ihr Haus mit und ist über die gesamte Schulzeit hinweg für die Pflege des Hauses und des Gartens verantwortlich.

- ② »Lebensschule« verweist auf Lernkonzepte, die Musik, Theater, Handwerk, Sport, Spiel und alljährliche Klassenfahrten in den Unterrichtsalltag einbeziehen.
- ② »Stadtteilschule«, die in Gelsenkirchen-Bismarck in vielfältiger Weise mit dem lokalen Umfeld verknüpft ist.



Die EGG ist somit

- ② eine Schule im Stadtteil und für den Stadtteil, in der ein vielfältiges Gemeindeleben stattfindet und ausgeweitet werden soll. Das gilt auch abends und an Wochenenden.

Mehrere Gebäude sind ganz bewusst so geplant, dass sie unabhängig vom Schulbetrieb genutzt werden können:

- ② die Sporthalle für freie Sportgruppen,
- ② das Atrium mit Theater und umliegenden Räumlichkeiten für Feste und Veranstaltungen,
- ② das Stadtteilhaus am Schuleingang als Signal.

Die EGG ist neben ihrer schulischen Einbindung u.a. vernetzt:

- ② mit dem Kinder- und Jugendtheater des Stadtteils dem »Consoltheater«,
- ② mit der Dachorganisation der Vereine des Stadtteils,
- ② mit der örtlichen Handwerkerschaft »Bismarcker Handwerkermarkt«,
- ② mit der Nachbarschaft,
- ② mit den Sportvereinen u. a. Schalke 04,
- ② mit den Kirchen und Moscheevereinen.



Das Konzept der Schule »FELS« steht dabei als Kürzel für folgendes Konzept:

- ② »Familienschule« - will keine Konkurrenz zum häuslichen Umfeld sein, aber durch eine familiäre Atmosphäre für ein Klima sorgen, in dem sich die Kinder und Jugendlichen zu Hause fühlen.
- ② »Erziehungsschule« - will Akzente setzen gegen eine Kultur des Wegschauens und die Charakterbildung nicht weniger ernst nehmen als die Wissensvermittlung.

Die Evangelische Gesamtschule entstand sicher unter besonderen Bedingungen und mit einer spezifischen Förderung. Das Beispiel der Planung und der Umsetzung kann auch Impulse für andere Projekte geben.



Bilder:
Cornelia Suhan,
Dortmund

Workshop 1

Wohnen und Bildung:

Handlungsempfehlungen für den Kreis Unna

Ausgangssituation:

Der Bedeutungswandel von Schulstandorten und anderen sozialen Einrichtungen/Institutionen ist und wird zunehmend auch ein Aspekt von Quartiers- und Stadtentwicklung. Aufgrund der PISA-Ergebnisse und der demografischen Entwicklung wächst die Anforderung, auch hier Chancengleichheit herzustellen. Durch die zunehmende Bedeutung der Erwerbstätigkeit beider Partner wachsen die Anforderungen an eine qualifizierte Kinder- und Jugendbetreuung. Der Anteil älterer Menschen nimmt zu und damit auch die Herausforderung, das Zusammenleben zwischen Jung und Alt zu stärken.

Vernetzte Beratungsangebote für unterschiedliche Zielgruppen (Kinder, Jugendliche, Eltern, Senioren, Stadtteilbewohner etc.) sind anzustreben.

- ② Die außerschulischen Angebote im Bereich Freizeit/Kultur/Erziehung sind auszubauen.
- ② Bildung und Kultur sind als Ergebnisse einer quartiersvernetzten Arbeit zu entwickeln.

Handlungsempfehlungen:

Soziale Einrichtungen wie »neue« Schulen, Dorfgemeinschaftshäuser sollten als Kristallisationspunkte für die Entwicklung der Stadt bzw. des Stadt-/Ortsteils genutzt werden. Dabei steht die Entwicklung integrierter und kooperativer Handlungskonzepte mit der Vernetzung von Akteuren und Einrichtungen im Fokus. Ein strategischer Ansatz soll lauten: Sich von »Dingen« trennen und Geld in etwas »Neues« investieren. So kann zum Beispiel aus drei Schulen eine werden, die mit verschiedenen anderen Einrichtungen vernetzt ist. Alte Standorte von Schulen oder kommunalen wie kirchlichen Gemeindehäusern können somit auch zu neuen Beratungs-, Bildungs- und Treffpunkten werden.



Daher:

Nötig sind integrierte Strategien zur Integration von Kindern und Jugendlichen mit sozialer Benachteiligung (einschließlich der Eltern).

Diese müssen eine stärkere Förderung beinhalten. Dazu gehören insbesondere:

- ② Die schulunterrichtergänzenden Angebote der Sprachförderung müssen ausgebaut werden.
- ② Das Erleben von Gemeinsamkeiten sollte gefördert werden.

Die Angebote der Kinder- und Jugendbetreuung müssen ausgebaut werden. Dazu gehören:

- ② frühkindliche, qualifizierte und ganztägige Beratungsangebote.

Verabredungen:

Die Teilnehmer des Workshops haben einen regelmäßigen Erfahrungsaustausch der beteiligten Akteure vereinbart. In diesem Rahmen sollen umgesetzte bzw. sich in Umsetzung befindende Projekte/Kooperationen in der Region sowie im Kreis Unna vorgestellt und bewertet werden. Dabei sind die positiven wie negativen Folgewirkungen Thema. Ebenso wird in diesem Prozess die erfolgreichere Zusammenarbeit zwischen den Akteuren erörtert.



Qualitäten von Wohnstandorten & Versorgung

Den Wandel aktiv gestalten

Alfred Körbel
plan-lokal, Dortmund



Alfred Körbel

Die Stärkung und Profilierung der Wohnqualitäten vor Ort ist der strategische Kernansatz, um die Folgen des Demografischen Wandels nachhaltig abzumildern. Die Analyse – wir werden älter, bunter und weniger – muss in konstruktiven Ideen zur Stärkung der Wohnstandorte übersetzt werden. Mindestens ebenso wichtig dabei ist die Sicherung der städtischen Versorgungsfunktionen.

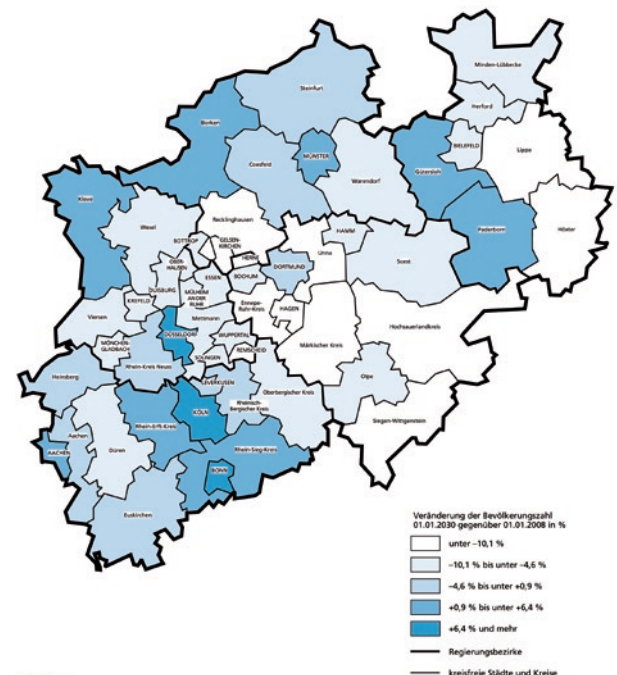
660.000 Menschen. Die Zahlen vor Ort sind auf den ersten Blick deutlich alarmierender. So schrumpft die Bevölkerung im Kreis Unna um 11,6 Prozent im gleichen Zeitraum. Die prognostizierten Rückgänge für Kreise vergleichbarer Struktur im Umkreis liegen mit 12,3 Prozent (Ennepe-Ruhr-Kreis) und 14,8 Prozent (Märkischer Kreis) noch einmal deutlich über den Zahlen für den Kreis Unna. Das benachbarte Ruhrgebiet verliert »nur« 8 Prozent seiner Einwohner, in Dortmund sind es 2,6 Prozent – also noch deutlich unter dem nordrhein-westfälischen Durchschnitt.

Das verdeutlichen auch die Trends der aktuellen Entwicklung, die für den Kreis Unna festgestellt werden:

- ① Sinkende Einwohnerzahlen
- ② Verschiebung der Alterspyramide
- ③ Haushaltsverkleinerung und dadurch steigende Wohnflächeninanspruchnahme
- ④ Pluralisierung der Lebensstile
- ⑤ Veränderung der Wohnraum- und Qualitätsansprüche
- ⑥ Stärkere Fokussierung auf das Infrastrukturangebot sowie eine Veränderung des Mobilitätsverhaltens
- ⑦ Steigende Bedeutung von Nachbarschaft und sozialen Netzen

Ausgangssituation

Laut Prognosen des Landesbetriebs Information und Technik (it.nrw) wird die Bevölkerung in Nordrhein-Westfalen im Zeitfenster 2008 bis 2030 um 3,7 Prozent von knapp 17,9 Millionen auf dann 17,2 Millionen Einwohner sinken – eine Differenz von über



Grafik: IT.NRW

Relative Zu- und Abnahme der Bevölkerung in Nordrhein-Westfalen 2030 gegenüber 2008 (aus: Information und Technik Nordrhein-Westfalen, Geschäftsbereich Statistik 2009: Statistische Analysen und Studien, Band 60. Vorausberechnung der Bevölkerung in den kreisfreien Städten und Kreisen Nordrhein-Westfalens 2008 bis 2030/2050. Düsseldorf)



Aktuelle Entwicklung

Dort wo bisher die so genannte Stadtflucht dafür gesorgt hat, dass Menschen ihre Lebensmittelpunkte von den Zentren in die angrenzenden ländlichen Räume verlegt haben, ist eine zunehmende Umkehrung der Entwicklung festzustellen. Die Verdichtungsräume verlieren in Nordrhein-Westfalen nur gering an Bevölkerung bzw. gewinnen sogar noch dazu, wie das Beispiel der Rheinschiene (Düsseldorf, Köln, Bonn) mit einem erwarteten Bevölkerungswachstum von 6, 4 Prozent und mehr zeigt. Die Peripherie verliert ihre Einwohner dagegen zunehmend deutlich. Das zeigt: Der Trend des »wir werden weniger« muss differenziert nach geographischer und struktureller Lage beurteilt werden.

»Wir werden älter« lässt sich eindeutig an der Alterspyramide ablesen. Die Entwicklung macht deutlich, dass sich die Alterspyramide – bildlich gesprochen – mehr und mehr in einen umgedrehten Flaschenhals verwandelt und zwar mit der deutlichen Verjüngung bei den jüngeren Jahrgängen. Dieses Phänomen ist nicht neu, gerät in der Diskussion aber immer wieder in Vergessenheit. Die Zahl der Alten und Hochbetagten wird auch künftig ansteigen. Das hat Auswirkungen auf den Wohnungsbedarf, die Infrastrukturforderungen, die Mobilität sowie auf die räumliche Entwicklung.

Der durch die absoluten Bevölkerungszahlen vorgezeichnete Trend bildet sich auch in der Entwicklung der Haushalte ab. Im Kreis Unna wird die Zahl der Haushalte im Zeitfenster zwischen 2008 und 2030 um mehr als zehn Prozent abnehmen. Demzufolge werden sich auch die Strukturen der Haushalte und damit verbunden das Nachfragepotenzial weiter differenzieren. Beispielsweise wird

die Nachfrage nach Wohnfläche pro Kopf weiter ansteigen.

Das führt dazu, dass sich das Gesicht der Städte im Kreis Unna in Zukunft deutlich verändern wird:

- ⊙ Die klassische Familie ist ein Auslaufmodell
- ⊙ Der demografische Wandel tritt erkennbar zu Tage (Alterung einer Stadt)

Stadtentwicklung muss sich künftig an der weiteren Ausdifferenzierung der Bedürfnisse und Lebensstile orientieren. Nur so wird es möglich sein, die Attraktivität von (Innen-) Städten und damit auch von Wohnstandorten zu wahren bzw. auszubauen.

Städte verändern ihr Gesicht

Die Veränderung der Städte zieht verschiedene Handlungsbedarfe nach sich, die wiederum zu individuellen Lösungsansätzen führen müssen.

Die Siedlungstypen mit potenziellen Handlungsbedarfen können folgendermaßen eingeteilt werden:

- ⊙ Innerstädtisch gemischt genutzte Altbaugebiete
- ⊙ Mehrfamilienhausbestände der 1930er bis 1950er Jahre
- ⊙ Mehrfamilienhäuser der 1960er/70er Jahre
- ⊙ Ein- und Zweifamilienhausgebiete vor 1950
- ⊙ Ein- und Zweifamilienhausbestände der 1960er/70er Jahre





Handlungserfordernisse

Für die Stärkung der zuvor dargestellten Wohnstandorte mit Handlungsbedarfen lassen sich Erfordernisse für die künftige Entwicklung identifizieren.

Infrastruktur

- ③ Nahversorgung im eigentlichen Sinne wieder herstellen – die Mobilität der Bewohner wird geringer
- ③ Neue Konzepte für die Versorgung entwickeln

Lebensqualität

- ③ Urbanität: Orte des Verweilens und der Kommunikation fördern
- ③ Städte als Lebensräume inszenieren
- ③ Raum für Aneignung durch die Bevölkerung schaffen (z.B. Aufwertung von Parks durch Boulespielflächen)

Wandel begleiten

- ③ Wohnmobilität unterstützen – »Jung kauft alt«
- ③ Junge Familien in ihren Aktivitäten und bei der Realisierung ihrer Wünsche fördern
- ③ Kooperation von Privaten, Kommunen, Kreditwirtschaft und Wohnungsbau

Mobilität

- ③ Umweltfreundliche Mobilität anregen und fördern
- ③ Umwidmung und Reaktivierung »alter« Wegeverbindungen
- ③ Sichere Abstellmöglichkeiten für umweltfreundliche Verkehrsmittel

Fazit:

Folgende Hauptziele sind zu beachten:

- ③ Generationengerechte Wohnformen und städtische Strukturen ausbilden!
- ③ Das Wohnen für Familien findet nicht nur im Einfamilienhaus statt!
- ③ Konzentration auf die Bestände – die Zeiten des Neubaus auf der »grünen Wiese« gehen zu Ende!
- ③ Zukunftsfähige Standorte haben gute Infrastruktur!
- ③ Die Quartiere müssen Identität gewinnen, das Wohnumfeld und die Infrastruktur einbezogen werden!
- ③ Das Leben in der Innenstadt und im Ortskern neu inszenieren!



Qualitäten von Wohnstandorten & Versorgung

Handlungsempfehlungen für den Kreis Unna

Ausgangssituation:

Für den Kreis Unna sind folgende Entwicklungen festzustellen:

- ② starker Bevölkerungsrückgang (10 bis 19 Prozent bis 2030, insb. am östlichen »Rand«);
- ② ein negatives Wanderungssaldo auch der über 50-jährigen;
- ② Zunahme älterer Menschen; damit wächst das Erfordernis auf neue Bedürfnislagen einzugehen;
- ② z. T. eine mangelnde Auslastung städtischer Infrastruktur;
- ② Mobilität hat hohen Stellenwert;
- ② wachsende Bedeutung der Vereinbarkeit von Familie und Beruf.
- ② Neben den ausschlaggebenden Motiven für einen Wohnstandortwechsel (u.a. Arbeitsplatzwechsel) sind weitere wichtige Umzugsgründe, insbesondere der Wunsch nach Wohnen im Grünen, frischer Luft und weniger Lärm.
- ② Das teilweise sehr große Wohnbauflächenangebot in der Nachbarschaft, verschärft den interkommunalen Wettbewerb.

Daher:

Nötig sind jetzt:

- ② der Umgang mit der demografischen u. gesellschaftlichen Veränderung.
- ② eine Orientierung auf ältere und jüngere Bevölkerungsgruppen.
- ② Das Stadtimage gewinnt im interkommunalen Konkurrenzkampf zunehmend an Bedeutung. Symbole und Merkmale werden wichtig.
- ② Die Positionierung des Kreises Unna in der Region (»Region der kurzen Wege«; Fahrradfreundliche Kommunen) muss ausgebaut werden.
- ② Wohnstandortqualitäten/Stadtgestalt sind wichtige Faktoren für die Wohnstandortwahl.
- ② Die Erreichbarkeit zentralörtlicher Funktionen auch in dünn besiedelten Quartieren muss gewährleistet werden. Vor dem Hintergrund des Klimaschutzes wird umweltfreundliche Mobilität immer wichtiger.

Handlungsempfehlungen:

- ② Wohnungsaltsbestände müssen zukunfts- und leistungsfähiger ausgerichtet werden, gerade auch unter Bauberatung privater Eigentümer.
- ② Die Bedürfnisse älterer Menschen und der Familien sollten berücksichtigt werden.
- ② Die Qualitätssteigerung der Kernlagen hat Vorrang vor Randlagen.
- ② Die Gewährleistung von öffentlicher Infrastruktur ist unverzichtbar.
- ② Wenn nötig, haben »Abrisszuschüsse für Altsbestände« und der Ersatz von Alt durch Neu Vorrang. Für Aktionen wie »Jung kauft Alt« sind auch Beratungsformen wichtig.
- ② Generationsübergreifende Wohnformen sind zu ermöglichen.
- ② Die kommerzielle Nahversorgung muss wieder hergestellt werden.
- ② Interkommunale Absprachen etwa über Wohnbauflächen sind unverzichtbar.
- ② Das Wohnumfeld sollte an veränderte Bedürfnisse (Naherholung, Stellplätze) angepasst werden.

Verabredungen:

Die Workshop-Teilnehmer haben verabredet, sich in Anbetracht der zukünftigen Entwicklung mit dem Thema »Intelligentes Flächenmanagement« auf der Kreisebene stärker auseinanderzusetzen. Dabei spielen sowohl die Aspekte der Ausweisung von Wohnbauflächen in interkommunaler Absprache in der Region als auch die Entwicklung eines Frühwarnsystems für die Alterung und Problemakkumulation von/in Quartieren sowie der Umgang mit Wohnungsaltsbeständen (Stichwort: »Jung kauft Alt«) eine wesentliche Rolle.

Wohnstandortwahl & Kommunikation

Erfolge von Kommunikationsstrategien

Björn Schwarze
TU Dortmund - Fakultät Raumplanung

Sowohl das Image einer Stadt und Region, wie das Wissen über deren Wohnstandortqualitäten beeinflussen die Entscheidung für einen Wohnort. Dies zeigen die großen Imagekampagnen mehrerer Städte und Regionen, dies zeigt auch die wissenschaftliche Auswertung der Wirkungen des Modellprojekts »Wohnstandortinfo« in den Städten Schwerin und Wilhelmshaven.

Imagekampagnen

Immer mehr Städte und Regionen versuchen, das eigene Image als Wohnort gezielt zu steuern. Unter dem Motto »Hannover heißt Zuhause« vermarktet die niedersächsische Landeshauptstadt die Vorteile ihrer einzelnen Stadtteile in einer emotional ansprechenden Plakat- und Imagekampagne. Sie spricht sowohl diejenigen an, deren Lebensstil eher städtisch geprägt ist, als auch Alt- und Neubürger, die ein ländliches Wohnumfeld bevorzugen. Unterstützt wird die Image-Kampagne durch einen Internet-Auftritt, der die einzelnen Stadtteile ausführlich vorstellt und Ansprechpartner vermittelt. Identitätsstiftend ist ein Fotowettbewerb, der für »Neu- und Altbürger« ausgeschrieben wurde. Zudem stellten die Redakteure der örtlichen Tageszeitung in einer Serie ihre Lieblings-Stadtteile vor.

Weitere Kampagnen-Beispiele kommen aus der Region Hamburg (»Mittendrin ist in«) sowie aus München mit der an Neubürger gerichteten Initiative »Gscheid mobil«. Im ersten Fall wird die Region um Hamburg mit einer plakativ angelegten Kampagne (z.B. »Wir geben langen Wegen einen Korb«) als Wohnstandort vermarktet.

In München wenden sich die Macher mit einem umfangreichen Mobilitätsinformations- und -beratungspaket an Neubürger und greifen damit einen einzelnen Aspekt aus den vorhandenen Wohnstandortqualitäten heraus.



Björn Schwarze

Gezielte Wohnstandort-Info

Die Städte Schwerin und Wilhelmshaven versuchen mit gezielten Marketing- und Öffentlichkeitsmaßnahmen die Informationslage über den Standort sowie das Image zu verbessern. Das hier entwickelte Modellprojekt Wohnstandortinfo entstand im Rahmen des Programms »Forschung für die Reduzierung der Flächeninanspruchnahme und ein nachhaltiges Flächenmanagement (REFINA)« des Bundesministeriums für Bildung und Forschung.

Die Ausgangshypothese des Projekts war, dass durch eine qualifizierte, unabhängige Beratung die Wohnstandortwahl privater Haushalte zugunsten integrierter und Flächen sparender Standorte beeinflusst werden kann. Die entwickelte Wohnstandortinfo umfasst drei Bereiche: ein Wohnstandortinformationssystem im Internet, eine persönliche Beratungsstelle vor Ort (z.B. im Bauamt) und gezieltes Marketing sowie Öffentlichkeitsarbeit (Flyer, Rundfunk, Postkarten, Testimonials etc.). Der vorgestellte kommunikationsstrategische Ansatz erstreckt sich auf zwei Bereiche: Erstens sollen die Menschen angesprochen werden, die bereits in der Stadt/der Region leben. Dieser An-



satz lässt sich als kommunikative Bestandspflege beschreiben. Zweitens sollen Menschen für eine Stadt/Region als Neubürger gewonnen werden.

Wohnstandort-Information via Internet

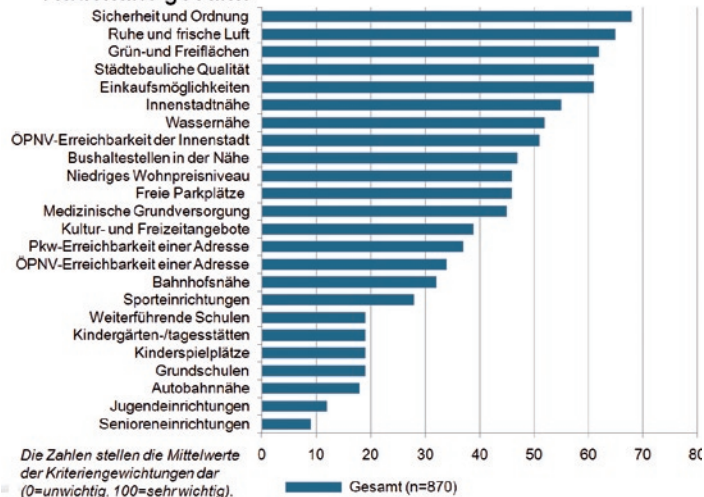
Die Wohnstandortinfo in Schwerin und Wilhelmshaven ist nutzerorientiert ausgerichtet: Interessierte können zum Beispiel via Internet ihre Präferenzen (Wohnlage, Nähe zu Bildungseinrichtungen, Freizeitanlagen) angeben. Nach der elektronischen Auswertung der Suchmaske werden Wohnstandortempfehlungen gegeben. Zusätzlich können auf einer Karte Zusatzinformationen wie Einkaufsmöglichkeiten, Sportstätten oder auch ÖPNV-Verbindungen angezeigt werden. Darüber hinaus werden Faktoren der Standortwahl gezielt thematisiert:

- ② Verkehrsaufwand
- ② Soziale Infrastruktur
- ② Verkehrssicherheit
- ② Lebensphasenbedingte Veränderungen
- ② Wertentwicklung einer Immobilie.

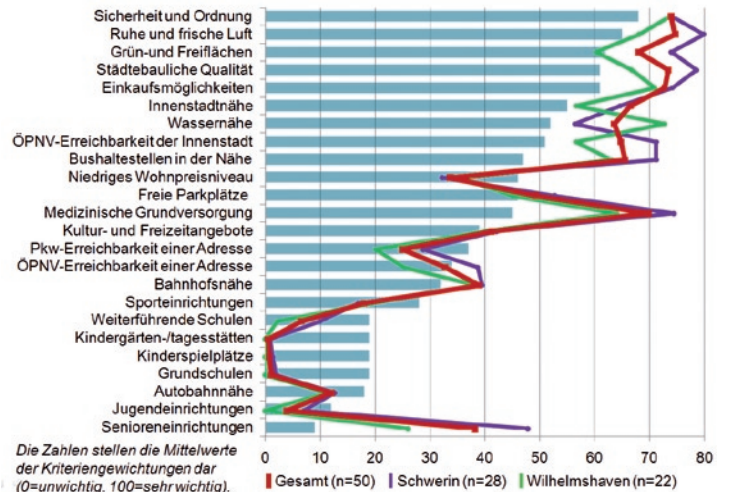
Hiermit setzen die Modellstädte auf umfassenden Service statt Appelle. Zudem kommunizieren sie einen individuellen Nutzen für potenzielle Neubürger.

In über zwei Jahren Laufzeit wurde das Modellprojekt von der TU Dortmund auf die Wirkungen, die von einer gezielten Wohnstandort-Information ausgehen, untersucht. Herangezogen wurden zum einen die im Vorfeld benannten Standortpräferenzen der Wohnraumsuchenden – das heißt die Kriterien, die für die Wahl eines Wohnortes entscheidend sind – zum anderen die Einschätzung und Zufriedenheit nach dem Umzug. Bereits in einer frühen Phase zeigte sich, dass im Bezug auf das Wohnumfeld insbesondere Sicherheit und Ordnung sowie Ruhe und frische Luft gewünscht werden. In beiden Modellstädten ergibt sich bei der Gewichtung der Kriterien ein sehr ähnliches Bild. Unterschiede sind allerdings bei den Haushaltstypen (z.B. Haushaltsgründer, Familien mit Kindern, Seniorenhaushalt usw.) festzustellen. Interessant ist Folgendes: Rund ein Drittel der Haushalte ist in ein von der Wohnstandortinfo vorgeschlagenes Gebiet gezogen. Bei der anschließenden Erhebung gaben je nach Kriterium rund 20 Prozent der Befragten an, hier in ihrer Entscheidung durch das Wohnstandortinformationssystem beeinflusst worden zu sein. 70 Prozent der Befragten würden die persönliche Beratung, rund 90 Prozent das Internet-System

Gewichtung der Standortkriterien Haushalte gesamt



Gewichtung der Standortkriterien Senioren-Haushalte ab 60 Jahre



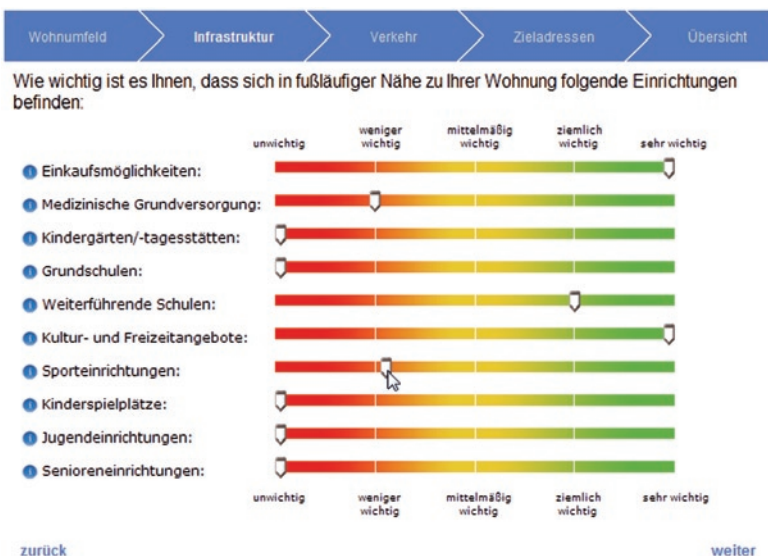
weiterempfehlen. Ähnliche Projekte gibt es in NRW. In Krefeld informiert die Stadtverwaltung auf ihrer Internet-Seite Interessierte über die maßgeblichen Fragestellungen, wie Wohnungssuche, Serviceangebote, Tipps für Menschen mit Behinderungen etc.. Mit dem Internet-Portal Wohnregion Bonn stellen sich der Kreis Ahrweiler, der Rhein-Sieg-Kreis sowie die Stadt Bonn mit einem umfangreichen Geo-Informationssystem vor.

Zusammenfassung

Wohnstandort-Informationen werden von wohnraum-suchenden Haushalten akzeptiert und manchmal sogar erwartet. Exemplarische Projekte belegen, dass

zur Verfügung gestellte Wohnstandort-Informationen die Entscheidungen beeinflussen, vor allem hinsichtlich der Reflektion der Wohnstandortentscheidungen und der zugrunde liegenden Kriterien, der tatsächlich getroffenen Wohnstandortentscheidungen sowie der Akzeptanz solcher Informationsangebote. Die Modellstädte führen die Wohnstandortinfo auch über den Förderzeitraum hinaus weiter. Als Ergebnis zeigt sich:

- ① Die Qualitäten der einzelnen Wohnstandorte werden explizit herausgestrichen und ins Bewusstsein gerückt.
- ① Das positive Image der Region wird gefördert.
- ① Elektronische Systeme erlauben eine schnelle und dezidierte Auswertung der Entscheidungskriterien von Interessenten.
- ① Informationssysteme und Kampagnen benötigen ein auf Zielgruppen ausgerichtetes Marketing, das durchaus emotional besetzt sein kann.
- ① Ein Corporate Design für übergreifende Projekte ist unerlässlich, die Entwicklung eines Slogans ist ebenfalls ein Muss.
- ① Ungewöhnliche Dienstleistungen benötigen Geduld bei der Einführung und Umsetzung – und eine intensive Medienarbeit.
- ① Kooperationen und Verlinkungen mit der Wirtschaft helfen.
- ① Informationssysteme, Services und Kampagnen bedürfen der Verankerung (auch emotional) vor Ort.



Wohnstandortwahl & Kommunikation

Handlungsempfehlungen für den Kreis Unna

Ausgangssituation:

Der Kreis Unna ist nicht zuletzt aufgrund der geografischen Ausrichtung seiner zehn Städte und Gemeinden ein äußerst heterogenes Gebilde. Allein die Lage umfasst Randzonen des Münsterlandes, des Ruhrgebiets und des Sauerlands. Entsprechend unterschiedlich fällt die Orientierung der Einwohner des Kreises zu benachbarten Städten aus, was die Lebensbereiche wie Arbeiten, Lernen, Konsumieren und Freizeit betrifft.

- ① Der Kreis kämpft mit einem Bevölkerungsrückgang (Sterbeüberschuss, Wegzüge, schwaches Wachstum).
- ② Als Ballungsrandraum muss der Kreis mit deutlich größeren, attraktiven Städten mit einem hohen Wohnflächenpotential konkurrieren (Bsp.: Dortmund hat rund 650 Hektar Wohnbauflächenpotenzial = 18.000 Wohneinheiten).
- ③ Bisher hat der Kreis Unna noch kein eigenes Profil und damit auch kein Image herausbilden können, mit dem er sich von Konkurrenzstandorten deutlich abheben könnte.
- ④ Gleichwohl gehen Bauträger dazu über, Standorte zunehmend als Standortmarketing zu begreifen. Das heißt die Vorzüge der gesamten Kommune und Region werden dargestellt.

Handlungsansätze:

Der interkommunale Wettbewerb erfordert neue Strategien im Werben um Einwohner. Im Mittelpunkt steht dabei das Bewusstmachen der Wohnstandortqualitäten des Kreises Unna und des Stadt-/Wohnimages. Ziel muss es sein, über Qualitäten vor Ort, das heißt der kreisangehörigen Städte/Gemeinden, besser zu informieren. Ziel ist es, »Altbürger« zu halten und Neubürger zu gewinnen.

Die Kommunikationsstrategie muss an den vorhandenen Aktivitäten der verschiedenen Akteure ansetzen. Denn so entstehen möglichst geringe Zusatzkosten. Gemeinsam mit den verschiedenen Akteuren muss diese Strategie entwickelt und umgesetzt werden. Vor allem die neuen Medien, wie etwa das Internet oder soziale Netzwerke, sollten einbezogen werden. Hiermit können vor allem Jüngere angesprochen werden.

Die Vorzüge des gesamten Kreises müssen vorgestellt werden:

Dazu zählen etwa

- ① die feine grüne Mitte,
- ② die Region der kurzen Wege,
- ③ die gute Infrastruktur,
- ④ die Attraktivität der Innenstädte und Ortskerne
- ⑤ und die gute Schullandschaft.

Verabredungen:

Alle Teilnehmer des Workshops sind bereit, an der Kommunikationsstrategie auf Einladung des Kreises Unna weiter mitzuarbeiten. Wichtig dabei ist, dass auch die weiteren Akteure, wie etwa die Immobilienwirtschaft oder die Finanzwirtschaft, mit einbezogen werden. Alle Städte und Gemeinden des Kreises Unna müssen aktiv mitwirken. Die Konturen einer möglichen Kommunikationsstrategie sollen in einem Kreis der Workshop-Teilnehmer für das Gespräch mit den weiteren Beteiligten konkretisiert werden.



Die Verabredungen und ihre Umsetzung

Die Teilnehmer/innen haben hohes Interesse an der Fortführung dieses Teils des Zukunftsdialoges bekundet. Alle Interessierten, die nicht an der Tagung teilnehmen konnten, sind zur Mitarbeit eingeladen. In der weiteren Zusammenarbeit wurden folgende Schritte verabredet:

Wohnen & Bildung

Die Koordinierungsstelle für Planungsaufgaben wird im Herbst eine Exkursion nach Gelsenkirchen organisieren. Zudem werden Besichtigungen und Diskussionen zu den Beispielen guter Praxis im Kreis Unna angeboten. Bei diesen Veranstaltungen sollen die Modelle zur Verknüpfung von Wohnen und Bildung auf Übertragbarkeiten untersucht werden. Insbesondere die Themen Finanzierung und Organisation stehen hier im Fokus.

Qualitäten von Wohnstandorten & Versorgung

Ende September 2010 wird die Koordinierungsstelle für Planungsaufgaben zunächst mit den kommunalen Planerinnen und Planern aus dem Kreis Unna über ein nachhaltiges Flächenmanagementsystem diskutieren. Hierbei wird auf den Erfahrungen der Landesarbeitsgemeinschaft Agenda 21 aufgebaut, die zum Wechselverhältnis von Flächen- und Infrastruktur (-kosten)entwicklung ein Kriterien- und Indikatorensystem erarbeitet hat.

Wohnstandortwahl & Kommunikation

Auf Grundlage der Ergebnisse der Tagung wird die Koordinierungsstelle für Planungsaufgaben mit den engagierten Akteuren einen Vorschlag für eine gemeinsame Kommunikationsstrategie erarbeiten. Anschließend werden alle Städten und Gemeinden sowie weitere interessierte Akteure eingeladen, um Eckpunkte, Finanzierung und Realisierung einer möglichen Standortkampagne zu klären. Im Frühjahr 2011 sollen die Ergebnisse gemeinsam bewertet werden.



Teilnehmerliste

A Julia Alcantara
Gemeinde Bönen

Günter Appel
Stadt Lünen

B Heinrich Behrens
Geschwister-Scholl-Gesamtschule Lünen

Thomas Berger
Stadt Lünen

Ralf Bessinger
Gemeinde Holzwickede

Wilfried Born
THS Wohnen GmbH Recklinghausen

Gerhard Bremerich
G. Bremerich GmbH Unna

Jochen Brennecke
Sozialpädagogische Initiative Unna e.V.

Ralf Bütle
Stadt Werne

C Brigitte Cziehso
SPD-Fraktion im Kreistag

D Jürgen Dunker
Stadt Kamen

E Sigrid Einecke
Kreis Unna

Wulf Erdmann
SPD-Fraktion im Kreistag

Jürgen Evert
Stadt Lünen

F Matthias Fischer
Unnaer Kreis-Bau- und Siedlungsgesellschaft

Anita Flacke
WFG Stiftung Weiterbildung Kreis Unna

Georg Freimund
Stadt Bergkamen

G Martina Garder-Manz
Stadt Fröndenberg

Patricia Goj
Kreis Unna

Ralf Grobe
Wohnungsbaugesenossenschaft
Schwerte eG

H Norbert Haeser
Evonik Wohnen GmbH Lünen

Wolfgang Händschke
Stadt Selm

Adelheid Hauschopp-Francke
Ausschuss für Stadtentwicklung, Planung und
Verkehr Werne

Ludwig Holzbeck
Kreis Unna

Andrea Hosang
Kreistagsfraktion BÜNDNIS 90/DIE GRÜNEN

Michael Huck
LEG Wohnen NRW GmbH Lünen

J Ulrich Jung
Stadt Schwerte

Kerstin Jochimsen
NRW.BANK, Wfa Düsseldorf

K Alfred Körbel
plan-lokal, Dortmund

Christian Korte
Diakonie Ruhr-Hellweg Unna

Gert Kozik
Kreis Unna

Maciej Kozlowski
AWO UB Unna

L Sabine Leiße
Kreis Unna

M Michael Makiolla
Kreis Unna

Adrian Mork
Stadt Schwerte

N Werner Neumann
Stadt Unna

O Karl-Friedrich Ostholt
Ausschuss für Stadtentwicklung, Planung und
Verkehr
Werne

Petra Otte
Sparkasse Fröndenberg

P Andreas Peppel
Einzelhandelsverband Westfalen-Münsterland
e.V. Dortmund

R Marina Raupach
RAA Kreis Unna

Alexander Rychter
VdW Rheinland Westfalen Düsseldorf

S Dirk Salewski
Beta Eigenheim- und Grundstücksverwertungs-
gesellschaft Bergkamen

Hubert Sallamon
Stadt Fröndenberg

Dr. Detlef Schiebold
Kreis Unna

Irmgard Schiller
Stadt Gelsenkirchen

Monika Schlüter
Stadt Werne

Linda Schmidt
Stadt Schwerte

Björn Schwarze
TU Dortmund

Karl-Georg Schwarzner
Verband Wohneigentum Westfalen-Lippe e.V.
Lünen

Anke Skupin
Stadt Schwerte

Doris Stallmann
Stadt Unna

Helmut Stalz
FWG-Kreistagsgruppe Kamen

Ernst-Dieter Standop
Wohnungsbaugenossenschaft Lünen e.G.

Frank Stewen
Hauptschule Kamen

Dr. Martin Streich
Ausschuss für Stadtentwicklung und Umwelt
Fröndenberg

T Monika Thünker
Kreis Unna

Gerd Treczak
Stadt Selm

W Katrin Wagner
Wohnberatungsagentur Kamen

Sandra Waßen
Kreis Unna

Rita Weißenberg
Sprecherin der Arbeitsgemeinschaft der Volks-
hochschulen im Kreis Unna

Manfred Wiedemann
Stadt Kamen

Z Hans Zakel
Kreis Unna

ANSPRECHPARTNER | KONTAKT

Sabine Leißé
Kreis Unna
Koordinierungsstelle für Planungsaufgaben
Friedrich-Ebert-Straße 17
59425 Unna

Fon 02303 27-1061
e-mail sabine.leisse@kreis-unna.de

Gert Kozik
Kreis Unna
Koordinierungsstelle für Planungsaufgaben
Friedrich-Ebert-Straße 17
59425 Unna

Fon 02303 27-1461
e-mail gert.kozik@kreis-unna.de

Impressum:

Herausgeber: Kreis Unna – Der Landrat
Projektgruppe: Dr. Detlef Schiebold, Sabine Leißé, Gert Kozik
Koordinierungsstelle für Planungsaufgaben
Friedrich-Ebert-Straße 17 | 59425 Unna
Fon 02303 27-1461 | Fax 02303 27-2296 | www.kreis-unna.de

Stand: Juli 2010

Gestaltung: Horschler Kommunikation GmbH, Unna
Druck: kemna druck, Kamen