

**FishBowl Arbeiten und Gewerbe, 31.08.2017**

Synthese – Würdigung der Statements von Akteuren und Bürger\*innen

Impulse, die ich aus den FishBowl Kommentaren im Bereich Arbeiten und Gewerbe abgeleitet habe:

- 1) Leitbild der Stadt Bonn: Wohnen und Leben in der Stadt  
Einzelhandel gehört dazu. Die Frage ist nicht „ob?“ sondern „wie?“ (kleinteiliger, lokaler, wandelbarer Einzelhandel statt Einkaufszentrum?)
- 2) Planerbüros sollen Mut haben, um „radikal“ neu zu denken. Gute Ideen finden auch Investoren, besonders an einem so feinen Standort. Dabei können auch neue Wege begangen werden, z.B. durch bürgerschaftliches Engagement (evtl. auch: Crowdfunding und Spenden). Eine „gewöhnliche“ Lösung wäre eine vertane Chance. Auch ungewöhnliche (natürlich: realistische) Lösungen können wirtschaftlich realisiert werden, besonders mit bürgerschaftlichem Engagement. Sie können langfristig besonders große Werte schaffen, von denen Eigentümer, Bewohner/Nutzer und Öffentlichkeit dauerhaft profitieren. Das führt i.d.R. zu andauernden Folgeinvestitionen.
- 3) Was macht den Standort besonders? Schloss/Uni, Rhein, Markt (evtl. sogar Markthalle), Hofgarten, St. Remigius.
- 4) Das Kano-Modell aus der Marketingforschung kann Planerbüros mit leiten: Basisanforderungen müssen erfüllt werden, Leistungsanforderungen werden von Kunden/Nutzern verglichen und führen zu Wettbewerbsvor- oder -Nachteilen, Begeisterungsanforderungen lösen nachhaltige Kaufimpulse aus. Zu Begeisterungsanforderungen, die Kunden/Nutzern als Möglichkeit i.d.R. nicht einmal bewusst sind, kann bspw. eine besondere („ungewöhnliche“) Aufenthaltsqualität zählen, die vorher nicht vorhanden war.
- 5) Beste Projekte schaffen Sinn und Nutzen für alle Beteiligten. Sinn geht über rein materiellen Nutzen hinaus und kann nachhaltig erfolgreiche Standorte schaffen. Sinn bewirkt so i.d.R. auch Nutzen. „Wozu“ ist die Frage nach dem Sinn. Sinn kann z.B. sein, auch Orte zu schaffen, die der Erholung oder „persönlichen Erbauung“ dienen (vgl. Aufenthaltsqualität). Solche Orte ziehen regelmäßig Menschen an, von denen dann auch der Handel profitiert (vgl. z.B. Vauban-Quartier in Freiburg, sogar touristisch bekannt). Anregung: zeitlose Kriterien für „Great Streets“ (Jacobs 1995).
- 6) Eine Besonderheit im Umfeld des Viktoria-Viertels sind die Innenhöfe (z.B. St. Remigius), die phantastische Orte der Ruhe mitten in der Stadt sind. Der vorhandene Innenhof im Viktoria-Viertel wird etwas verwaist als Parkplatz genutzt. Der Innenhof könnte in Einklang mit umgebender Wohnbebauung öffentlich genutzt werden, sollte möglichst Freifläche bleiben; evtl. können mehrere Höfe daraus gebildet werden? Das Maß der baulichen Nutzung kann voraussichtlich (außer ggü. vom Schloss) so angepasst werden, dass die vorhandene umgebende Zeilenbebauung aufgestockt wird.

- 7) „Mut“ (siehe Punkt 2) heißt auch: keine Denkverbote. Die Stadt 2030 wird eine andere sein als heute. Mobilität wird gerade neu erfunden... Werden Besucher das Viertel vor allem mit dem Auto ansteuern? Eine gute Erschließung ist wesentlich: Das Viertel mit dem Innenhof darf in alle Richtungen offen sein, um es zu beleben und mit den umgebenden attraktiven Plätzen zu verbinden (vgl. Punkt 3). Umgebende attraktive Plätze sind kein Ersatz sondern Ergänzung für die Aufenthaltsqualität innerhalb eines Quartiers. So können „Great Streets“ entstehen.
  
- 8) Die Planerbüros mit lokaler Expertise, thematischer Expertise, internationaler Perspektive und der Fähigkeit zum Querdenken haben die Chance, das Viertel nachhaltig umzugestalten für das Jahr 2030 und möglichst lange darüber hinaus.

Prof. Dr. Björn-Martin Kurzrock

Fachgebiet Immobilienökonomie  
Fachbereich Bauingenieurwesen

**Technische Universität Kaiserslautern**

Paul-Ehrlich-Straße 14, D-67663 Kaiserslautern

Gebäude 14, Zimmer 215

Telefon 0631 205-2906

Telefax 0631 205-122937

E-Mail [bjoern.kurzrock@bauing.uni-kl.de](mailto:bjoern.kurzrock@bauing.uni-kl.de)

Web [www.bauing.uni-kl.de/ioe](http://www.bauing.uni-kl.de/ioe)