

## **Mit hohem Anspruch in der Projektwirklichkeit**

*Werkstattgespräch Praxis, moderiert von Miriam M. Beul*

Wir haben gerade von einer so andersartigen Projektwirklichkeit gehört. Jetzt müssen wir sehen, wie wir den Bogen auf unsere anderen Städte spannen. Ich freue mich auf ein interessantes Gespräch mit:

- Konrad Hachmeyer vom Projektbüro PHOENIX. Er ist Raumplaner, arbeitet bei der Stadt Dortmund in unterschiedlichen Funktionen an der Schnittstelle zwischen Wirtschaftsförderung und Stadtentwicklung.
- Roland Weiss von der Stiftung Zollverein. Es ist das erste Weltkulturerbe, das er betreut. Er ist seit Jahren aktiv und wird aus Essen berichten, wie das Schnittstellenmanagement zwischen gewachsenem Stadtquartier und Fördergebiet funktionieren kann und wie man dort die Zukunft plant.
- Anne-Luise Müller vom Stadtplanungsamt der Stadt Köln. Sie ist die Amtsleiterin und zu ihrem Aufgabenbereich gehört zum Beispiel der Rheinauhafen, ein großes Gebiet, das eine industrielle Vergangenheit hat und sich zu einem absoluten Musterquartier entwickelt.

*Frau Müller, über diesen Rheinauhafen wird zurzeit viel geschrieben; anfangs nicht so sehr und auch nicht sehr positiv, doch mittlerweile habe ich den Eindruck, dass es besser wird mit der positiven Presse – im Gegensatz zu dem, was wir aus München gehört haben. Der Rheinauhafen war der Inbegriff eines Industriestandortes. Die neue Nutzung begann mit einer Schokoladenfabrik als Zugpferd, das Schokoladenmuseum machte den Anfang. Es erregte Aufmerksamkeit bei den Menschen für eine Stadtlage, eine ganz faszinierende Umnutzung. Man hat dort denkmalgeschützte Hallen stehen lassen und mit neuer Bauqualität kombiniert. Wie lange hat es in Köln gedauert, bis die Menschen an den Standort geglaubt haben?*

**Anne-Luise Müller:** Es ist genau so, wie wir vorhin gehört haben: Bis das Projekt fertig ist, sind auch 20 Jahre vorbei. Das Projekt im Rheinauhafen begann Mitte der 80er Jahre mit der Aufgabe der Hafennutzung. Sie wurde möglich durch den Neubau des Skodover Hafens und des Niehler Hafens. Das war die große Chance des Rheinauhafens, der ja sehr stadtnah liegt und die Südstadt und die Altstadt sozusagen vom Wasser trennte. Mit der Entwicklung des Rheinauhafens konnte man die Stadt wirklich ans Wasser führen. Diese Chance sollte unbedingt genutzt werden und das ist tatsächlich in den vergangenen fünf Jahren sehr stark gelungen – durch Initialprojekte, nicht nur das Schokoladenmuseum allein – sondern eigentlich durch die wohn- und gewerblichen Bauten.

*Was war denn am Anfang die Hauptnachfrage? Haben die Kölner gesagt, unser Immobilienmarkt ist im Bestand sehr veraltet, wir wünschen uns eine innenstadtnahe Lage, wo wir Leuchtturmprojekte und architektonisch etwas Neues machen können? Oder waren es die Wohnnutzer, die gesagt haben, wir wollen eine Wasserlage und vom Sofa aus schön auf den Rhein sehen? Was waren da die Initialzündungen?*

**Anne-Luise Müller:** Zuerst war das Thema, die Flächen auch für die Öffentlichkeit zu öffnen. Der öffentliche Raum wurde als Erstes hergerichtet, um die Nähe des Wassers, des Rheinstroms auch nutzen zu können. Diese Reihenfolge war eines der großen Hinderungsgründe, deshalb hat alles so lange gedauert. Es war eine sehr große Investitionsleistung, zunächst die Infrastruktur zu errichten mit einer Tiefgarage, die etwa 2.000 Stellplätze umfasst und den öffentlichen Raum herzustellen. Die 100 Millionen Euro mussten erstmal gestemmt werden, aber damit war überhaupt der Schlüssel gefunden worden.

*Ich erinnere mich an ein Projekt, das aus der wohnungswirtschaftlichen Sicht ein Luxusobjekt ist: der Siebengebirge-Speicher. Ich habe gehört, dass dort Höchstpreise erzielt werden. Sind das jetzt Kölner, die da einziehen, oder sind das Leute von außerhalb, die sagen, mir geht es gut, wenn ich am Wochenende in Köln bin? Lässt sich das auch in finanziellen Mitteln ausdrücken? Wer belebt das Quartier? Sind das eher Singles oder eher Familien?*

**Anne-Luise Müller:** Bei diesem Projekt ging es nicht vorrangig um einen Wohnstandort. Die Rheinuferstraße, die Brücken und die Wasserstraße selbst haben ziemliche Belastungen für den Standort gebracht. Deshalb wurde der Standort nicht als vorrangiger Wohnstandort, sondern als gemischter Standort gesehen – natürlich mit Dienstleistungen, Kultur, Freizeit und Wohnen. In den 80er Jahren und in den 90er Jahren gab es einen richtigen Einbruch auch in den gewerblichen und Dienstleistungs-Bauten und die Nachfrage nach Wohnraum wurde verstärkt. Dadurch hatten wir noch die Chance, in gewisser Form das Wohnen auf ein Drittel der Nutzungen im Rheinauhafen mit seinen 200.000 Quadratmetern Produktflächen zu erhöhen. Die größte Nachfrage besteht natürlich nach Wohnungen des gehobenen Standards. Ein gemischter Wohnnutzungsmix war nie das Thema. Es wurde immer an Wohnnachfragen der höherwertigen Lagen gedacht. Die Stadt Köln selbst hat nicht sehr viele hochrangige und wertvolle Wohnlagen. Das sind Marienburg und Lindenthal. Aber vom Grundsatz haben wir nicht das, was für den Wohnstandort oder für den Standort Köln wichtig ist, nämlich hochwertige Wohnlagen für die Entwicklung nach dem Umbruch des Industriestandortes in einen Medien- und Dienstleistungsstandort anzubieten.

*Herr Hachmeyer, wie wichtig ist das Wasser jetzt für den Wohnteil des PHOENIX-Projektes? Und wie ist es dazu gekommen, dass man gesagt hat, aus dieser riesigen Fläche machen wir ein Highlight und schaffen eine neue Lage?*

**Konrad Hachmeyer:** Man muss das Ganze in einen Gesamtzusammenhang stellen. Ende der 90er Jahre sind wir hier als Stadt Dortmund von der letzten großen Phase des Abbaus der Arbeitsplätze betroffen gewesen. Wir haben in den 60er, 70er, 80er bis Anfang der 90ziger Jahre 80.000 Arbeitsplätze in den traditionellen Bereichen verloren. Da stellte sich einfach die Frage, wie machen wir als Stadt weiter? Wo wollen wir eigentlich anknüpfen? Was sind unsere Entwicklungsperspektiven? Wollen wir einfach mal hier und da etwas versuchen oder wollen wir noch einmal einen neuen strategischen Anfang setzen? Und dieser strategische Anfang hat auch etwas damit zu tun, klar zu sagen, dass wir überregional wahrgenommen werden wollen. Wir wollen nicht einfach irgendwie weitermachen. Wir wollen nicht aus den brach fallenden Flächen einfache Gewerbegrundstücke für Logistiker oder sonst etwas machen, sondern wir wollen hier auch ein Stückchen Paradigmenwechsel sichtbar machen. Der See ist natürlich ein Highlight. Und alle haben am Anfang gefragt, wie können die auf dem Gelände eines alten Stahlwerkes einen See schaffen? Ihr in Dortmund, ihr spinnst ja ein bisschen. Das kriegt man nicht hin. Die ganzen Themen wie Altlasten und das Umfeld von Hörde, das haben wir alles hoch und runter diskutiert. Wir haben aber trotzdem gesagt: Nein, der See, das Wasser, das ist ein Attraktivitätspunkt in der Stadt. Das ist wichtig. Es ist wichtig für die Stadt und PHOENIX soll auch ein Stück Stadt in der Stadt sein. Wir wollen neue Technologien und wir wollen neue urbane Qualitäten schaffen. Beides ist der strategische Ansatz gewesen; trotz aller Dinge, die man natürlich berechtigterweise auch einbringen kann, wenn man an solche Brachflächen herangeht. Also einen Akzent zu setzen, Ausrufezeichen zu setzen: Wir sind hier nicht der Standort, der sich hier und da in diesen Feldern mal versucht, sondern der ganz klare Ziele entwickelt und auch realisieren wird; und das natürlich auch verbunden mit einer entsprechenden Attraktivität für den Gesamtstandort.

*Letztendlich gehört auch dazu, dass Sie sich quasi ein neues Image geben. Früher stand Hörde für die große Industrie. Jetzt kommt langsam in die Köpfe hinein, dass dort ein See entsteht. Dorthin gehe ich nicht mehr zum Arbeiten, sondern ich fahre hin, weil ich dort im Yachtclub bin. Wie wird das mitgetragen? Das ist ja ein ganz großer Umdenkprozess, der auch in den Köpfen der Menschen stattfinden muss.*

**Konrad Hachmeyer:** Die Diskussionen hier in Hörde sind Ende der 90er Jahre und Anfang dieses Jahrzehnts auch gelaufen, und wir haben natürlich erst mal eine gehörige Portion Skepsis mitbekommen. Wenn wir in diese Diskussionen gegangen sind, wurde schnell klar, dass die Hörder sich eigentlich ganz schnell verabschieden wollten von den Industriedenkmalern, die jetzt hier an dem Standort PHOENIX West initiiert werden. Die Hörder wollten nichts mehr davon wissen, dass den Denkmälern sozusagen eine neue Gestalt gegeben werden soll. Bezüglich des PHOENIX Sees war es einfach richtiges Unverständnis, Nichtglaube, dass man das realisieren kann. Also noch ein Projekt, das angesagt, aber nicht realisiert wird. Diese ganz diffuse Mi-

schung ist uns dort begegnet. Mittlerweile ist das komplett umgeschlagen. Die Hörder sind stolz auf die Hochofenanlage, die Hörder sind stolz auf jeden Bagger, der den PHOENIX See ausräumt. Die Hörder sind stolz darauf, dass Ende nächsten Jahres das erste Wasser dort eingelassen wird und natürlich ist man auch gespannt, wie sich das Umfeld verändert. Das ist ja ein Stück Industriestandort gewesen. Hörde Zentrum war umgeben von den großen Industrien mit allen Nach- und auch Vorteilen. Da gibt es natürlich Fragen, wir versuchen aber, die Bevölkerung möglichst viel in diese Entwicklung einzubeziehen. Wir laden sie ein zur Diskussion, wir laden sie ein auf die Standorte. Denn wenn man dieses Stück neue Stadt schaffen will, kann man das nicht außerhalb der Stadt oder der Stadtgesellschaft machen. Man muss diese Verknüpfung nicht nur räumlich, sondern auch mit den Menschen suchen.

*Ich bin Duisburgerin, dort hat früher auch niemand an den Innenhafen geglaubt. Jetzt funktioniert es da ganz gut. Wie ist es denn in Essen, Herr Weiss? Zur Zeche Zollverein hat man immer gesagt, okay, die haben es gut, die sind jetzt Weltkulturerbe. Und alles, was dann passiert, dafür können sie sich Zeit lassen. Da warten wir mal ab, wie das jetzt städtebaulich weiter geht. Wie war das aus Ihrer Sicht und wie ist es heute?*

**Roland Weiss:** Zollverein war sowohl zur Betriebszeiten als auch danach immer etwas Besonderes, ein Unikat. Insofern haben sich alle immer sehr schwer getan, damit umzugehen. Das gilt für die Politik, das gilt für das Umfeld, das gilt für die Denkmalpflege, das gilt für die Stadtplaner, denn den Fall hatte noch keiner: Eine Anlage dieser Größe, dieser Komplexität und diese Mischung aus einerseits Erhalten aber doch neu Bespielen, eine neue Nutzung geben als Prinzip des Erhalts. Also entweder man hat einen Kölner Dom, da koste es was es wolle, der wird erhalten. Oder man hat einen Standort, der platt gemacht wird, das gab es im Ruhrgebiet auch sehr oft. Auf Zollverein hat noch keiner die Erfahrung gehabt, wie das gemacht wird. Das hört man jetzt auch von den Leuten, die in der Entwicklung mitgearbeitet haben. Die Denkmalpfleger waren besonders unsicher. Wir erleben heute noch, dass die sich schwer tun, den Spagat zu finden zwischen Erhalt und neuer Nutzung. Das Umfeld, das heute Thema ist, tut sich natürlich auch schwer. Es gab die Betriebsphase, da war Zollverein abgeschlossen, es war eine verbotene Stadt. Und dann wurde es auf einmal geöffnet, aber doch nicht richtig. Denn ich glaube – und das ist eine Empfehlung, die man anderen Entwicklungen geben könnte – Zollverein hat eine Phase nicht gehabt: die Kindheit. Wenn man schaut, wie sich die Standorte entwickeln, gibt es immer eine Phase, die ein bisschen anarchisch ist, wo kreative Leute solch einen Standort erst einmal besetzen. Dann entwickelt sich etwas, und danach beginnt man, hochintelligente oder auch sehr weitgehende und anspruchsvolle Konzepte zu machen. Das war auf Zollverein aber genau umgekehrt. Es wurden sofort ganz hohe Erwartungen geweckt. Es wurden sofort Pläne geschmiedet, die sich natürlich nicht alle realisieren ließen. Denn das Denken ist ja erst einmal frei. Und da wurde ganz

viel gedacht und da fällt einem auch ganz viel ein, wenn man über Zollverein geht. Das war natürlich ein Akzeptanzproblem, das werden alle im Ruhrgebiet sicher kennen. Die Besucher, die von weither hierhin kommen, sagen, ach wie toll ist es hier. Wir im Ruhrgebiet haben zum Teil noch ein sehr diffuses Gefühl für Zollverein.

*Ich erinnere mich, dass auf Zollverein auch touristisch mehr passieren sollte. Ein Hotel sei geplant, davon habe ich mal ein Modell gesehen. Und da war die Frage, wie kommen denn die ganzen Touristen durch den Essener Ortsteil Katernberg dorthin? Was sind die nächsten Schritte? Sie sind ja schon ein Stückchen weiter.*

**Roland Weiss:** Ich bin eigentlich immer dafür, den aktuellen Stand oder auch das Positive zu formulieren. Natürlich ist so ein Standort nie fertig und man könnte dann immer sagen, was wir noch tun müssen und noch einmal Geld reinstecken. Aber ich fand gerade die Zahl aus Köln sehr schön. Als Vorinvestition für eine Entwicklung, allein für eine läppische Tiefgarage 100 Millionen. Ich kenne diese Tiefgarage, sie ist eigentlich gar nicht läppisch.

**Anne-Luise Müller:** 1,2 Kilometer

**Roland Weiss:** Ja, ja. Sie ist beeindruckend, sie ist einmalig. Aber gestatten Sie mir diesen Vergleich. Es braucht einfach Vorinvestitionen – und das beantwortet auch die Frage zu dem Hotel. Man muss sich entscheiden, ob man in dieser Region dieses Weltkulturerbe nutzen und erhalten will. Wenn die Politik fragt, wann sich Zollverein selbst trägt, dann antworte ich: Nie! Das wird so sein. Der Kölner Dom wird sich auch nie selbst tragen. Denn ich denke, dass die Eintrittspreise oder die Erlöse nicht die Unterhaltskosten decken. Natürlich erzielt der Dom touristische Effekte, die man auch sehr gut berechnen kann. Das ist das, was Zollverein auch erreicht – es gibt einen unrentablen Teil, aber natürlich auch einen Businessanteil. Und jetzt die Frage zum Hotel: Wenn immer alle moseern, dass Zollverein schlecht zu erreichen ist, kommt auch kein Hotelbetreiber. Denn der geht natürlich nicht dorthin, wo man nicht hinkommt. Wobei das falsch ist. Neulich kam endlich jemand zu mir und sagte: Mensch, ich hab auf die Uhr geguckt; von der Stadtmitte war ich in zehn Minuten hier. Machen Sie das mal in Berlin, Hamburg, München, um irgendwie durch die Stadt zu kommen! Da haben wir eine psychologische Schwelle. Wenn man nämlich hinter der Straßenbahn klemmt, hat man das Gefühl, nicht da weg zu kommen. Ich glaube, es geht weniger darum, dass die Leute durch ein wenig attraktives Umfeld fahren, sondern es sind ganz banale Sachen: Dass auf einer zweispurigen Straße dorthin – aus nicht erklärbaren Gründen – das Parken auf der Straße von 17 bis 19 Uhr erlaubt ist. Wir arbeiten daran, dass diese psychologischen Hemmnisse abgebaut werden. Und konkret zum Thema Hotel: Ich glaube, Zollverein braucht ein Hotel und das trägt sich dort. Das Entscheidende ist aber: Wann geht jemand mit einem

privaten Investment auf einen Standort, der als Last beschrieben wird? Und das passiert im nahen Umfeld von Zollverein.

*Sie sagen also, dass es dort auf Ihrer „Zollverein-Insel“ Spannungen gibt, dass alles noch nicht richtig Hand in Hand funktioniert, zumindest nicht so, wie Sie sich das vorstellen. Verstehe ich das richtig?*

**Roland Weiss:** Ja, das betrifft gerade die Ansiedlung von Unternehmen. Privates Investment ist im hohen Maße von der Psychologie abhängig.

*Würden Sie das so unterschreiben, Herr Hachmeyer? Oder haben Sie andere Erfahrungen hier?*

**Konrad Hachmeyer:** Ich will den Punkt der Vorinvestition einmal aufgreifen. Wir gehen mit diesem Standort PHOENIX auf die Messe Expo Real, in das schöne Cannes. Und dort kommen wir auf einmal mit Hörde und mit Luftbildern hin, die eher an eine Mondlandschaft erinnern – zumindest die alten Bilder. Das ist zunächst einmal ein Niemandsland, dieser Standort. Er ist nicht beschrieben, er ist nicht profiliert, dieses Profil muss erst einmal gebildet werden. Vor drei Jahren sind wir mit englischen Investoren in einem Bus über das Gelände gefahren. Die haben uns nur gesagt, fahrt uns bloß von diesem Acker weg. Was wollen wir hier? Das zeigt, dass man erst einmal etwas tun muss. Das Zentrum für Mikro- und Nanotechnologie, das Zentrum für Produktionstechnologie sind keine privaten Investitionen. Das sind Ankerinvestitionen der öffentlichen Hand der Stadt Dortmund. Die Entscheidung ist getroffen worden, als wir den entsprechenden Vorvermietungsstand hatten. Aber der erste, der auf diesen Standort gegangen ist, ist die öffentliche Hand. Die Glaubwürdigkeit ist wichtig, und die muss durch die öffentliche Hand geschaffen werden. Und es kommt noch ein weiterer Aspekt bei diesen riesigen Standorten hinzu: Alle Immobilienexperten haben gesagt, wir könnten hier nie 100 Hektar auf einmal durchplanen oder jetzt zweimal PHOENIX mit insgesamt 200 Hektar. Wir müssen Bauabschnitte entwickeln und eine Refinanzierung aufbauen. Das ist ja alles richtig. Aber wenn ich von 200 Hektar erst einmal mit einer Ecke von 20 Hektar anfangen, bekomme ich auch keine Glaubwürdigkeit in diesen Standort. Ich muss dem Markt, der Welt und den Menschen, die hier leben und arbeiten sollen, deutlich machen, das wird auch fertig, und zwar in einem Stück. Die wollen nicht 20 Jahre auf einer Baustelle leben. Zum Thema Vorinvestitionen: In die Infrastruktur auf PHOENIX, in die Herrichtung der Flächen, werden insgesamt um die 350 Millionen Euro investiert. Das sind ja auch Vorinvestitionen. Wenn man die ersten Hochbauten, die Zentren für Technologie hinzunimmt, dann kommen noch einmal 100 Millionen Euro hinzu. Das sind Vorinvestitionen, die gemacht werden müssen, sonst funktioniert das nicht. Dass es funktioniert, zeigt uns die eine oder andere deutliche Ansprache aus der Investorenszene.

*Herr Weiss, Sie haben auf Zollverein ganz eindeutig das Clusterdesign aufgebaut mit der Zollverein School of Management and Design. Wie ist das Feedback auf dieses Angebot? Und wenn man das nun weiter denkt, Sie haben auch die Ruhr Triennale; bräuchte PHOENIX aus Ihrer Sicht auch noch eine Art Kulturprogramm?*

**Roland Weiss:** Zollverein hat natürlich seine ersten Entwicklungsjahre mit dem Thema „Kultur und Kunst“ gemacht. Und das ist ja eine sehr typische und gern genommene Nutzung für solche Standorte. Das war für den Standort Zollverein eine wichtige Phase. Wobei die Glaubwürdigkeit für Investoren eben nicht in der typischen Nutzung liegt. Kunst- und Kulturbetrieb ist nicht investorenkompatibel. Insofern ist das wichtig, was gerade von beiden Seiten beschrieben wurde: dass ein Standort „gemacht“ wird und dass dadurch die Glaubwürdigkeit entsteht. Auf Zollverein stellte sich auch die Frage, welches Profil ich einem Standort bei solch einer Entwicklung gebe. Dabei muss man ja weit in die Zukunft denken. Und wie lautet der schöne Satz: Prognosen sind immer schwierig, besonders wenn sie die Zukunft betreffen. Auf Zollverein hatte man mit dem Designzentrum eine erste Ansiedlung. Daraus ergab sich eine Profilierung als Designstandort. Für viele Leute war die Begrifflichkeit Designstandort sehr eng und sie haben mit dem Thema Design nur Produktdesign assoziiert. Das ist im Designzentrum auch zu sehen. Die daraus abgeleitete Erwartung, dass jetzt alle Designer dieser Welt dorthin kommen, ist nicht in dem Maße eingetreten. Vielmehr hat sich der Standort breiter entwickelt, so dass wir seit einigen Jahren von Zollverein als dem Zentrum der Kreativwirtschaft reden. Das ist nicht erst im Zuge der Kulturhauptstadt-Diskussionen ein Modewort geworden. Auf Zollverein war es das auch schon vorher. Bei der Frage nach den Ankernutzungen, die dann profilgebend sind und locken, ist sicherlich eine weitere Ansiedlung zu nennen. Sie wissen vielleicht, dass sich die drei Fakultäten der Universität Duisburg-Essen Produktdesign, Kommunikationsdesign und Fotografie der Uni in Essen entsagt und sich dem Label der Folkwang-Hochschule angeschlossen haben. Das ist im vergangenen Jahr vor dem Hintergrund passiert, dass die drei Fakultäten sichtbar sein und eine höhere Bedeutung haben wollen. Sie haben diesen Schritt im vergangenen Jahr gemacht und haben sich anschließend natürlich auch die Frage gestellt, wo werden wir wohnen? Dazu hat im Frühjahr ein Entscheidungsprozess über drei alternative Standorte in der Stadt stattgefunden. Und ja, ich sag das jetzt so: Natürlich sind sie auf Zollverein gekommen. Das würde ich auch sagen, wenn ich nicht für Zollverein verantwortlich wäre. Denn wenn man das auch nur ansatzweise mit der Standortentwicklung von Zollverein ernst meint, ist das eine richtige und notwendige Entscheidung. Insofern freuen wir uns jetzt auf die nahe Zukunft, wenn 600 Studenten und die Dozenten am Standort sein werden. Das ist ein ganz wesentliches Element einer Standortentwicklung, denn so kommt da Leben rein, wird Nachfrage produziert, die dann auf das Umfeld strahlt. Den billigen Wohnraum werden wir nicht nur auf Zollverein bauen. Die Wäscherei und den Copyshop, der wird nicht auf dem Gelände Zollverein sein, sondern im Umfeld. Allerdings wird es schwierig sein, den Anspruch

zu erfüllen, dass sich das Welterbe Zollverein mit Katernberg verzahnt. Was aber passieren kann, ist, dass auf Zollverein so viel Wirtschaftskraft entsteht und Nachfrage generiert wird, dass diese im Umfeld bedient werden kann. Und dann entsteht dort auch eine Verbesserung des Umfeldes. Das ist wesentlicher Punkt der Entwicklung. Andere Erwartungen, dass sich das vermischt und verzahnt, sind schwierig. Denn Zollverein muss mit dem Anspruch leben, gut zu sein und immer realistisch bleiben.

*Anfangs haben Sie gesagt, um ein neues Image für einen Standort zu entwickeln, ist schon ein Branchencluster wichtig. Im Nachhinein höre ich aber immer heraus, dass das so ein bisschen wie ein Korsett wirkt und dass man sich dann breiter aufstellen muss, weil dieser ganze Ursprungsauftrag so nicht durchgezogen werden kann. Wir hatten in der Pause das Gespräch, dass der Medienhafen Düsseldorf als „Medienhafen“ gestartet ist, im Augenblick aber eine Branchenstruktur hat, nach der er inzwischen „Modehafen“ heißen müsste. Denn der größte Teil der Gewerbefläche wird von Modeunternehmen genutzt. Gibt es Möglichkeiten nachzubessern und zu sagen, wir möchten zusätzliche Branchen anlocken, ohne dass wir unser ursprüngliches Ziel verwässern?*

**Roland Weiss:** Ich denke, wir haben das gemacht, weil es witzigerweise faktisch so wurde. Wir haben es auch relativ wenig gesteuert. Wenn die Nachfrage aus dem Markt heraus kommt, lassen wir sie erst einmal kommen. Es gibt sicher Dinge, wo ich sagen würde: passt nicht! Aber die kommen erst gar nicht, weil die Investoren ein gewisses Profil kennen. Diese Profilierung als Ort der Kreativwirtschaft, der ist einfach faktisch gegeben, weil wir uns auch vor Augen geführt haben, welche Unternehmen auf Zollverein genau da sind, welche Bandbreite. Von den elf Branchen, die es gibt, sind bei uns zwei Drittel vertreten. Dortmund hat auch ein paar Themen besetzt. Das ergänzt sich gut. Wir sind nun Ort der Kreativwirtschaft mit Schwerpunkt Design und Architektur. Auch das Thema „Architektur“ ist im Angelsächsischen unter dem Begriff „Design“ subsumiert, auch die Planungsleistung. Doch in Deutschland ist das anders, und man kann ja nicht immer sagen, wie man Design verstehen soll. Eine Profilierung sollte gegeben sein. Sie darf aber nicht so eng sein, dass alles rechts und links herunterfällt und sich keiner traut und keiner kommt. Auf der anderen Seite ist ein Profil schon wichtig, um kein Allerweltsladen zu sein. Man muss ein Profil haben und ich denke, das ist uns inzwischen ganz gut gelungen.

**Konrad Hachmeyer:** Noch mal zwei Anmerkungen von mir dazu. Also, wenn man bestimmte Broschüren liest, die eher nach innen orientiert sind, dann steht da drin, PHOENIX West ist ein multifunktionaler Technologiestandort. Jetzt gehen wir mal mit diesem Label in die Welt und versuchen, die Unternehmen auf diesen Standort aufmerksam zu machen. Das funktioniert überhaupt nicht. Man braucht Kernbotschaften, das muss wirklich auf bestimmte Technologien zugespitzt werden. Und in der

**Tagung „Wechselwirkungen in der Stadt - große Investitionsprojekte verbinden Quartiere, Neue Qualitäten mit Genderperspektive“ vom 02.09.08**

Werkstattgespräch Praxis „Mit hohem Anspruch in der Projektwirklichkeit“

Realität funktioniert es dann sowieso anders. Von den 40 Hektar, die wir als Nettovermarktungsfläche haben, sind dann doch nur 20 Hektar sehr technologiekonzentriert. Drumherum haben wir auch technologieaffine Dienstleistungen und den gesamten Komplex der Kultur und Freizeitwirtschaft rund um den Hochofen. Das wird ja auch kein Standort sein, der um 17 Uhr die Türen schließt, sondern der auch in den Abend- und Nachtstunden ein belebter Standort ist. Dafür müssen entsprechende Angebote gemacht werden.

**Anne-Luise Müller:** Ich habe noch eine Ergänzung dazu im Bezug auf Köln. Köln hat ja einen sehr schwierigen Transformationsprozess vom Industrie- zum Medienstandort durchgemacht. Die Stadt hat damals für meine Begriffe die sehr intelligente Lösung gewählt, den Mediapark wirklich zu einem Medienstandort zu entwickeln. Da ist ein Bild entstanden, das weit über Köln hinaus tatsächlich den Medienstandort verankert hat. Nicht nur, dass der öffentliche Rundfunk, die ganzen privaten Sender, wie RTL, in Köln angekommen waren. Dass der Mediapark selbst heute nicht mehr der Medienstandort ist, sondern die Medien in die günstigeren und hipperen Gegenden wie das Schanzenviertel gezogen sind, das ist dann die Weiterentwicklung. Aber der Mediapark gilt nach wie vor als das Bild für die Umstrukturierung und Transformation des Standortes Köln zu einem Medien- und IT-Standort.

*Ich finde sehr interessant, dass trotz der Transformation dieses Image an einem Standort bleibt, aber die „Nischennutzer“ wandern weiter. Ich danke Ihnen sehr herzlich für diese Runde!*