

IHK DÜSSELDORF

FRAUNHOFER-INSTITUT FÜR ARBEITS-
WIRTSCHAFT UND ORGANISATION IAO

Perspektiven für die Düsseldorfer Innenstadt 2030

Handlungsempfehlungen der Wirtschaft

Für die IHK Düsseldorf:

Dr. Ulrich Biedendorf
Gerd Diestler
Sven Schulte
Thomas Vieten

Für das Fraunhofer IAO:

Dr. Bernd Bienzeisler
Martin Feldwieser
Anne-Kathrin Gahle

Inhalt

1	Hintergrund und Zielsetzung	4
2	Handlungsempfehlungen	5
2.1	Die City als Marke stärken.....	5
	Rheinboulevard als Ost-West-Achse etablieren	5
	Events, Veranstaltungen, Messeaktivitäten und Kultur in der Innenstadt weiter stärken	5
	Städtische Eventflächen bereitstellen.....	6
	Gastronomie außerhalb der Altstadt ausbauen	6
	Bedeutung des Fachhandels betonen	6
	Innenstadtentwicklung regelmäßig evaluieren	6
2.2	Stadt und Wirtschaft – Zusammenarbeit und Dialog stärken	7
	City-Manager zur Koordination der Innenstadtakteure und -aktivitäten etablieren.....	7
	Unterstützung der Stadt bei der Gründung gesetzlicher Immobilien- und Standortgemeinschaften (ISG)	7
	Vorhandene Gremien oder Institutionen regelmäßig mit Verwaltung verzahnen.....	8
	Neue Akteure der Innenstadtentwicklung in bestehende Strukturen einbinden beziehungsweise entsprechende Strukturen aufbauen	8
2.3	Innerstädtische Mobilität neu denken	8
	ÖPNV stärken.....	9
	Park-and-Ride-System ausbauen	9
	Mobilitätsstationen im Stadtgebiet verankern	9
	Neugestaltung des Hauptbahnhofs als multimodalen Knotenpunkt voranbringen.....	9
	Anreize für nachhaltige Verkehrsträger schaffen	9
	Flexible Arbeitszeiten und Home-Office anbieten.....	9
	Reallabore für innovative Verkehrskonzepte ermöglichen	10
	Keine zweckgebundenen Gebühren für öffentliche Verkehrsinfrastrukturen erheben .	10
2.4	Innerstädtische Logistik neu denken	10
	Nachgelagerte Lieferdienstleistungen durch den Handel.....	10
	Ausrichtung des Handels auf emissionsmindernde Logistkdienstleistungen erzeugen	11
	Private Kooperationen zur Bündelung des Verkehrs auf der letzten Meile fördern	11
	Nachtlieferungen durch Technik- und Prozessinnovationen ermöglichen	11
	Mehrfachnutzung bestehender Infrastrukturen realisieren	11
	Logistikkonzepte bei Neubauprojekten stärker berücksichtigen	11
	Gebündelte Annahme von Privatpaketen am Arbeitsplatz bewerben	12
2.5	Nutzungsdurchmischung als Ziel verfolgen.....	12
	Best Practices als Anregung allgemeiner Entwicklungsprozesse berücksichtigen	13
	Rechtsrahmen progressiv auslegen – Reallabore als Experimentierräume einrichten..	13
	Einfluss auf Regulierung / Gesetzgebung nehmen	13
	Handlungskonzept »Zukunft Wohnen. Düsseldorf« für das Jahr 2030 weiterentwickeln	14
	Nutzungsdurchmischung auf der vertikalen Schiene stärken – Auch im gewerblichen Bereich für mehrgeschossige Lösungen werben.	14
2.6	Öffentlichen und privaten Raum als Verweilzone gestalten.....	15
	Verweilzonen weiterentwickeln.....	15
	Gestaltungskarte für Erlebnis-, Konsum- und Eventangebote erarbeiten.....	16
	Sauberkeit und Sicherheit im öffentlichen Raum gewährleisten	16

	Freiwerdende (Verkehrs-)Flächen zur Verbesserung der Aufenthaltsqualität nutzen – Weitere Tunnellösungen an Hauptverkehrsachsen prüfen	16
2.7	Daten im urbanen Raum generieren und nutzbar machen.....	17
	Innenstadt-Digitalisierungsstrategie entwickeln	17
	Bestandsaufnahme vorhandener Daten und weitere Daten erheben	17
	Externe Daten beschaffen	17
	Daten nutzen und verknüpfen	18
3	Szenarien und Teilaspekte: Die Düsseldorfer Innenstadt 2030.....	19
3.1	Handel in Bewegung	19
	Einkaufen als soziales Ereignis	19
	Vom lokalen Marktplatz zum Showroom	19
	Handel als essentieller Teil der Logistikkette	20
	Multichannel-Kundenberatung statt reiner Produktvertrieb	20
3.2	Verkehr, Mobilität und Logistik neu gedacht.....	20
	Gestärkter ÖPNV als Rückgrat des teils autonomen innerstädtischen Personenverkehrs	20
	Elektromobilität als wichtiger Bestandteil im Mix emissionsarmer Antriebe	21
	Alternative Distributionskonzepte statt umfassender Regulierung	21
	Digital vernetzte Mobilität und intelligente Steuerung	21
3.3	Wohnen & Arbeiten: Dichte, Flexibilität und neue Nutzungsformen	22
	Verdichtete Nutzungsformen und wachsende Konkurrenzbeziehungen	22
	Teures Wohnen im Zentrum trifft auf entspannte Immobilienmärkte im Umland	22
	Neue Bedarfe an die Nutzung von Flächen und öffentlichem Raum	23
4	Die Methodik – Szenarien als Instrument der Zukunftsforschung.....	24

1 Hintergrund und Zielsetzung

Düsseldorf ist eine lebenswerte Stadt am Rhein: Die Landeshauptstadt gehört zu den fünf wichtigsten, international stark verflochtenen Wirtschaftszentren Deutschlands. Die Altstadt, der Einkaufsboulevard Königsallee, zahlreiche Museen und Galerien, sowie die Rheinuferpromenade verhelfen zu überregionaler und internationaler Bekanntheit. Wie gut die Lebensqualität ist, zeigte zuletzt das Beratungsunternehmen Mercer im März 2018: Im weltweiten Ranking der lebenswertesten Städte belegte Düsseldorf den sechsten Platz unter 231 Kandidaten.

Gleichzeitig steht Düsseldorf vor großen Herausforderungen: die Einwohnerzahl wächst bei begrenzter Fläche, die Digitalisierung verändert Produktion und Dienstleistungen, die Verkehrsinfrastruktur gelangt an ihre Grenzen und die Luftreinhaltung gewinnt in der Stadt an Bedeutung. Die Düsseldorfer Politik und Verwaltung reagieren mit Konzepten darauf: Unter anderem stehen die Erarbeitung des Stadtentwicklungskonzeptes „Raumwerk D“, des „Integrierten Mobilitätskonzeptes 2030+“, die Realisierung zahlreicher neuer Quartiere, die Neugestaltung des Hauptbahnhofes sowie der Quartiersentwicklungsprozess "Zukunft Quartier.Düsseldorf" an.

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

Um dies zu beantworten, wurden in drei Experten-Workshops (im September 2017 sowie im Januar 2018) zunächst erste Zukunftsszenarien und Vorschläge für Handlungsempfehlungen in den drei genannten Themenfeldern entwickelt. Diese wurden anschließend in den IHK-Ausschüssen für Einzelhandel, für Tourismus, Kongress- und Ausstellungswesen, für Verkehr und Logistik, dem Arbeitskreis Immobilienwirtschaft sowie mit den Wirtschaftsjuristen Düsseldorf diskutiert und weiterentwickelt. Abschließend wurden sie am 28. Mai 2018 von der IHK-Vollversammlung in Form des vorliegenden Papiers beschlossen und somit zu den Leitlinien der IHK-Arbeit für die Düsseldorfer Innenstadtentwicklung.

Im Ergebnis umfasst das Papier drei Szenarien für die genannten Themenfelder. Innerhalb dieser Szenarien wurden sieben Handlungsempfehlungen definiert, die jeweils konkrete Maßnahmenvorschläge beinhalten. Dabei ist das vorliegende Gesamtpapier als lebendiges und offenes Konzept zu verstehen, welches fortgeführt werden und – auch über das Jahr 2030 hinaus – Raum für eine positive Entwicklung der Düsseldorfer Innenstadt schaffen soll. Als Innenstadt gilt dabei – ohne eine parzellenscharfe Abgrenzung vorzunehmen – der Bereich zwischen Hauptbahnhof und Rhein sowie zwischen Graf-Adolf-Straße/Haroldstraße und Insel-/Kaiser-/Jägerhof-/Pempelforter-/Kölner Straße im Norden.

Im Folgenden wird dargestellt, wo die Wirtschaft konkrete Handlungsbedarfe und Zuständigkeiten für deren Umsetzung sieht, um die Düsseldorfer City zukunftsfähig aufzustellen. Die Handlungsempfehlungen wurden auf der Grundlage der zuvor entwickelten allgemeineren Szenarien (siehe Kapitel 3) entwickelt.

2.1 Die City als Marke stärken

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

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

Darauf basierend schlägt die lokale Wirtschaft folgende Handlungsempfehlungen vor:

Rheinboulevard als Ost-West-Achse etablieren

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

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

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

Relevante Akteure

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

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

Städtische Eventflächen bereitstellen

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

Gastronomie außerhalb der Altstadt ausbauen

Neben dem Handel wird verstärkt die Gastronomie zum Magneten für die Innenstadt. In Düsseldorf gibt es gastronomische Hotspots bisher in der Altstadt, entlang der Königsallee und am Kö-Bogen sowie rund um die Immermannstraße; dort geprägt durch asiatische Restaurants. Die Unternehmer halten es für nötig, die Gastronomie breiter in der City zu streuen. Zwar obliegt die Nutzung von Immobilien grundsätzlich deren Eigentümern. Dennoch können Stadtpolitik und -verwaltung einen Rahmen schaffen, um bestimmte Bereiche für Gastronomie attraktiv zu gestalten, beispielsweise durch die Schaffung entsprechenden Baurechts sowie die Gestaltung des öffentlichen Raums. Jüngste Beispiele dafür finden sich am Martin-Luther-Platz und am Kö-Bogen 1. Künftige Chancen bieten die Umgestaltung der Schadowstraße sowie das Areal um den Kö-Bogen 2, inklusive der dort entstehenden Glaspypiramide. Einen Ansatz zur Planung und Umsetzung kann die in Kapitel 2.6 genannte „Gestaltungskarte“ bieten, die Schwerpunkt-Nutzungen für bestimmte Areale definieren sollte.

Bedeutung des Fachhandels betonen

Ein ausgewogener Betriebstypen- und -formenmix wird weiterhin entscheidend für eine gesunde innerstädtische Einzelhandelsstruktur sein. Eine wichtige Rolle spielt dabei der inhabergeführte Facheinzelhandel. Zwar können weder die Stadt noch die IHK bestimmte Betriebstypen gezielt finanziell unterstützen und zweifellos müssen Fachhändler sich auch der veränderten Handelslandschaft anpassen. Dennoch regt die Wirtschaft an, Fachhändlern spezielle Vermarktungsmöglichkeiten zu bieten. Das können beispielsweise Werbeflächen an städtischen Immobilien oder in den Bahnen und Haltestellen der Rheinbahn sein. Um dies zu erreichen, ist Eigeninitiative der Unternehmer notwendig; treibende Kräfte können Interessengemeinschaften sowie innerstädtische Immobilien- und Standortgemeinschaften als Vermieter oder Vertragspartner (siehe Kapitel 2.2) sein.

Innenstadtentwicklung regelmäßig evaluieren

Um Erfolge und Handlungsbedarfe in der Innenstadtentwicklung und -vermarktung sichtbar zu machen, ist ein „Evaluationskonzept“ nötig. Dafür sind zunächst Ziele der Cityentwick-

lung zu definieren. Darauf aufbauend sind Kriterien zu benennen, mit denen die Zielerreichung messbar ist und die zeigen, ob Konzepte und Maßnahmen greifen beziehungsweise an welchen Stellschrauben korrigiert werden muss. Im Fokus könnten dabei die Entwicklung von Umsatzkennziffern, Veränderungen im Modal Split, Verschiebungen bei Mietpreisen und Gästezahlen sowie die Zu- oder Abnahme von Passantenfrequenzen in den Innenstadtlagen stehen.

Handlungsempfehlungen

2.2 Stadt und Wirtschaft – Zusammenarbeit und Dialog stärken

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

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

Darauf basierend schlägt die lokale Wirtschaft folgende Handlungsempfehlungen vor:

City-Manager zur Koordination der Innenstadtakteure und -aktivitäten etablieren

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

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

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

Relevante Akteure

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

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

Handlungsempfehlungen

Vorhandene Gremien oder Institutionen regelmäßig mit Verwaltung verzahnen

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

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

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

2.3 Innerstädtische Mobilität neu denken

Als wachsende Stadt muss Düsseldorf immer mehr Verkehr bewältigen. Neben den Einwohnern wollen tausende Pendler, Kunden und Touristen täglich in die Innenstadt. Vor allem der Pkw-Verkehr erzeugt Probleme durch Stau, Emissionen und bisweilen Parkplatznot. Da aber in Düsseldorf nicht immer neue Straßen gebaut werden können, muss die vorhandene Infrastruktur aus Sicht der Wirtschaft effizienter als bisher genutzt werden. Zukunftsfähige Mobilität bedeutet daher in der Düsseldorfer Innenstadt, die „Stadt der kurzen Wege“ zu leben. Gute Entwicklungen sind mit der Wehrhahn-Linie, dem Kö-Bogen-Tunnel, dem Radhauptnetz und der damit verbundenen Oberflächengestaltung bereits eingeleitet. Das „Integrierte Mobilitätskonzept 2030+“ soll die weitere Entwicklung aufzeigen. Aus Wirtschaftsperspektive ist zukunftsfähige Mobilität vielfältig und setzt im Kern auf ÖPNV und emissionsarme Antriebe (zum Beispiel durch Rad- und Fußverkehr, Elektromobilität, Biokraftstoffe und Power-to-X in Pkw mit Verbrennungsmotor), gewährleistet dabei aber die Erreichbarkeit mit allen Verkehrsmitteln. Mit Blick auf diese Ambitionen ergeben sich folgende strategischen Zielsetzungen:

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

Darauf basierend schlägt die lokale Wirtschaft folgende Handlungsempfehlungen vor:

Relevante Akteure

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

ÖPNV stärken

Der ÖPNV bildet das Rückgrat der innerstädtischen Mobilität und das zentrale Verkehrsmittel für die Anbindung an das Umland. Damit er in Düsseldorf noch attraktiver wird, muss der ÖPNV aus Sicht der Wirtschaft einfach, bequem, sauber und sicher sein. Dazu braucht es in Spitzenzeiten mehr Kapazität durch längere Bahnen, größere Busse oder eine höhere Taktung. Auch in den Abendstunden ist ein engerer Takt wichtig, um Kunden und Mitarbeitern die Fahrt mit dem ÖPNV zu erleichtern. Dazu ist auch eine enge Abstimmung mit den Kommunen im Düsseldorfer Umland wichtig. Für spontan Reisende und Pendler aus den anderen Verkehrsverbänden (vor allem mit dem VRS-Gebiet gibt es intensive Pendlerbeziehungen) ist das Tarifsystem zu vereinfachen und verbundübergreifend zu vereinheitlichen.

Park-and-Ride-System ausbauen

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

Mobilitätsstationen im Stadtgebiet verankern

Neben den P+R-Stationen außerhalb des Stadtkerns, können aus Sicht der lokalen Wirtschaft Mobilitätsstationen zum Wechsel zwischen verschiedenen Verkehrsmitteln (ÖPNV, Auto, Car-Sharing, Rad) den Umstieg vom Auto erleichtern. Besonders bieten sich dafür die Bahnhöfe und Wohngebiete mit hohem Parkdruck an. Bei zukünftigen Baumaßnahmen (Glashüttengelände, Grand Central, Hauptbahnhof, Regionalhalt Bilk) sollten Mobilitätsstationen grundsätzlich berücksichtigt werden.

Neugestaltung des Hauptbahnhofs als multimodalen Knotenpunkt voranbringen

Der Hauptbahnhof ist Tor zur Stadt und gleichzeitig ihre Visitenkarte. Nachdem es bereits zahlreiche Planungen zur Umgestaltung gab, hofft die lokale Wirtschaft, dass die vor kurzem vorgestellten Pläne zum Bahnhofumfeld in die Realität umgesetzt werden. Dabei ist den Unternehmen ein städtebaulich ansprechender Umbau des Konrad-Adenauer-Platzes und des Bertha-von-Suttner-Platzes ebenso wichtig wie klare Wegebeziehungen vom Hauptbahnhof in die Innenstadt und die multimodale Knotenpunktfunktion des Hauptbahnhofs. Besuchern muss bei der Ankunft am Bahnhof direkt ersichtlich sein, wie sie in die Innenstadt und die Stadtteile kommen, sei es per Stadtbahn, Taxi, mit dem Rad oder zu Fuß. Darüber hinaus soll der Hauptbahnhof für alle Verkehrsmittel erreichbar sein und den Umstieg zwischen ihnen möglichst einfach gestalten. Dazu gehört der Fernbusbahnhof ebenso wie ein Parkhaus, eine Radstation, ein Fahrrad-Parkhaus (bevorzugt auf der Westseite), Taxistände und Car-Sharing-Parkplätze.

Anreize für nachhaltige Verkehrsträger schaffen

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

Flexible Arbeitszeiten und Home-Office anbieten

Nicht nur Stadtverwaltung und Politik sind beim Thema Mobilität gefragt, sondern auch die Unternehmen selbst. Flexible Arbeitszeiten und Home-Office-Angebote können helfen, Verkehr zeitlich zu verlagern oder zu vermeiden. Pendler verteilen sich so besser in den vorhandenen Bahnen und nur ein Tag Home-Office pro Woche bedeutet vereinfacht gerechnet

20 Prozent weniger Verkehr auf Düsseldorfs Straßen. Die Unternehmen sind aber nicht nur gefordert, flexible Arbeitszeiten und Home-Office anzubieten, sie müssen auch Anreize zur Nutzung setzen, damit Mitarbeiter das Angebot in Anspruch nehmen und sich eine Wirkung auf den Verkehr in Düsseldorf einstellt.

Reallabore für innovative Verkehrskonzepte ermöglichen

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

Keine zweckgebundenen Gebühren für öffentliche Verkehrsinfrastrukturen erheben

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

2.4 Innerstädtische Logistik neu denken

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

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

Relevante Akteure

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

Darauf basierend schlägt die lokale Wirtschaft folgende Handlungsempfehlungen vor:

Nachgelagerte Lieferdienstleistungen durch den Handel

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

umgewandelt werden kann. Darüber hinaus bieten stationäre Händler damit einen Service, der ihre Wettbewerbsposition gegenüber dem Onlinehandel stärkt.

Ausrichtung des Handels auf emissionsmindernde Logistikdienstleistungen erzeugen

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

Private Kooperationen zur Bündelung des Verkehrs auf der letzten Meile fördern

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

Nachlieferungen durch Technik- und Prozessinnovationen ermöglichen

Aus Befragungen in Düsseldorf ist bekannt, dass Lieferfahrzeuge in der Regel zu den üblichen Berufsverkehrszeiten in die Innenstadt fahren, weil die Zusteller dann Mitarbeiter in den Unternehmen für die Annahme antreffen. Dies erhöht allerdings die Verkehrsbelastung während der Rush-Hour. Eine Lösung kann die Belieferung in der Nacht sein. Für die praktische Umsetzung sind allerdings große Hürden zu überwinden. Dies beginnt bei den rechtlichen Rahmenbedingungen, reicht über das Vorhandensein eines für den Zusteller zugänglichen Lieferbereichs im Unternehmen bis hin zu Prozessinnovationen, um die Nachtruhe zu gewährleisten. Ideen zur Umsetzung kann das Forschungsvorhaben „GeNaLog - Potenziale einer Geräuscharmen Nachtlogistik“ liefern. Auch Düsseldorf sollte solche Projekte im Rahmen von Reallaboren (siehe Kapitel 2.3) unterstützen.

Mehrfachnutzung bestehender Infrastrukturen realisieren

Nachts und am Wochenende werden bestehende Infrastrukturen wie Straßen, Stadtbahngleise oder Parkhäuser nicht effizient genutzt. Dabei können beispielsweise Parkhäuser von Unternehmen oder der Messe für Großveranstaltungen oder am einkaufsstarken Samstag (gegen Gebühr) genutzt werden. An der Messe bietet sich auch temporäres P+R (siehe Kapitel 2.3) an. Darüber hinaus können Parkhäuser auch nachts als Logistikfläche dienen. Zudem könnte eine Cargo-Tram, wie sie in Dresden durch Volkswagen genutzt wird, vor allem nachts und am Wochenende Güter, beispielsweise vom Hafen in die Innenstadt transportieren. Verbunden mit einem unterirdischen Lager, zum Beispiel entlang der Wehrhahn-Linie, kann die Stadt auf der letzten Meile emissionsfrei mit Gütern versorgt werden.

Logistikkonzepte bei Neubauprojekten stärker berücksichtigen

Was bei der Wehrhahn-Linie noch nicht bedacht wurde, sollte aber bei zukünftigen Bauprojekten in Düsseldorf Standard werden. Nicht nur der Personenverkehr muss bei Neubauprojekten (siehe Kapitel 2.3) berücksichtigt werden, sondern auch der Güterverkehr. Bei privaten Wohngebäuden und bei gewerblich genutzten Immobilien spielt vor allem die Paketbe-

lieferung von Bewohnern und Mitarbeitern eine Rolle. Dazu kann unter anderem eine anbieterübergreifende Paketstation im Foyer beitragen, um die Auslieferungsquote beim ersten Versuch zu steigern.

.....
Handlungsempfehlungen
.....

Gebündelte Annahme von Privatpaketen am Arbeitsplatz bewerben

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

2.5 Nutzungsdurchmischung als Ziel verfolgen

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

- Hochwertiges Wohnen in der Altstadt und am Hofgarten, zentrale Wohnquartiere etwa im japanischen Viertel oder im Bahnhofsumfeld;
- Ausgeh-, Amüsier- und Genussmöglichkeiten vom Rheinufer über die Altstadt, den Kö-Bogen bis zum japanischen Viertel und künftig der Schadowstraße;
- Shopping-Gelegenheiten von junger und von exklusiver Mode in der Altstadt, auf der Kö, am Kö-Bogen und in der Schadowstraße bis zur Lebensmittelversorgung in den Altstadtgassen, auf und um den Carlsplatz oder jüngst an der Berliner Allee;
- und schließlich Kultur- und Unterhaltungs-Stätten mit modernen und klassischen Museen, Oper und Schauspiel, Komödie und Puppentheater, Musikkneipen und Varieté;
- finden sich zusammen mit den verbliebenen (kleineren) Produktionsbetrieben wie Hausbrauereien, (Altstadt-)Bäckereien und Handwerksbetrieben in bemerkenswerter Vielfalt und räumlicher Dichte in der Düsseldorfer Innenstadt.

Relevante Akteure

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

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

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

Darauf basierend schlägt die lokale Wirtschaft folgende Handlungsempfehlungen vor:

Best Practices als Anregung allgemeiner Entwicklungsprozesse berücksichtigen

Alle streben in die Düsseldorfer Innenstadt: Es ist wieder in, zentral und mitten im Geschehen zu wohnen. Nicht nur Modegeschäfte jeglicher Couleur sowie Schmuck- und Souvenir-Shops siedeln sich hier an. Auch große Lebensmittelgeschäfte, Automobilmarken, IT-, Elektronik- und Technologie-Shops bevorzugen immer häufiger die zentralen Lagen. Hinzu kommen Büro-Nutzungen großer und kleiner Dienstleister aus der Finanz-, der Rechts- und der Beraterbranche, die bei Mitarbeitern und Kunden mit Adressen in der Düsseldorfer City punkten wollen – und nicht zu vergessen natürlich die vielen Restaurants und Gaststätten, die Besucher abseits ihrer Arbeitsalltage Ausgeherlebnisse vermitteln. Schließlich muss für all diese Nutzer die innerstädtische Mobilität gewährleistet sein. Wer diese Durchmischung als strategisches Ziel noch weiter ausbauen will, muss bereit sein, Dinge anders als bislang zu machen. Dazu zählt, sich gezielt mit Best-Practice-Beispielen in anderen deutschen und europäischen Metropolen auseinanderzusetzen. Gute und erfolgreiche Beispiele eines engen räumlichen Miteinanders von Wohnen und Arbeiten, von Wohnen und Ausgeh-/Eventkultur, von Stadterlebnis und innerstädtischer Mobilität sowie von öffentlichen und privaten Nutzungen sollten dann hier aufgenommen werden. Düsseldorf Tourismus ist dabei in ihrem Markenprozess bereits auf dem richtigen Weg. Düsseldorf soll gezielt als erste deutsche Großstadt mit dem gemeinsamen Verständnis seiner Urbanität positioniert werden („Freiheit trifft Nähe“). Auf dem Düsseldorfer Radkongress im Mai 2018 wurde intensiv über die Beispiele Kopenhagen und Amsterdam sowie die Anwendbarkeit auf Düsseldorf diskutiert.

Rechtsrahmen progressiv auslegen – Reallabore als Experimentierräume einrichten

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

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

Einfluss auf Regulierung / Gesetzgebung nehmen

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

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

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

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

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

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

Das Carat-Hotel auf dem Crown-Komplex einschließlich der dortigen umfangreichen Dachbegrünung, die Dachterrasse des neuen Gastronomie-Pavillons auf dem Martin-Luther-Platz, die Dach-Lounge auf dem me and all hotel an der Immermannstraße, die Dachterrasse zwischen IHK- und Börsengebäude und künftig auch die Pyramide im Ingenhoven-Tal sind gute Beispiele dafür, auch Dächer bestehender oder neuer Gebäude in der Düsseldorfer Innenstadt zu nutzen. Hier gibt es noch viel Potenzial, das die Immobilieneigner mit Unterstützung der Stadt stärker nutzen sollten, und zwar sowohl zur privaten als auch zur öffentlichen Nutzung. Damit könnte die Düsseldorfer Innenstadt ein weiteres Alleinstellungsmerkmal erhalten.

2.6 Öffentlichen und privaten Raum als Verweilzone gestalten

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

Relevante Akteure

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

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

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

Darauf basierend schlägt die lokale Wirtschaft folgende Handlungsempfehlungen vor:

Verweilzonen weiterentwickeln

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

Aufgefordert ist die Stadt, die bestehenden Verweilzonen im öffentlichen Raum zu sichern und noch attraktiver zu gestalten (etwa durch bequeme Sitzgelegenheiten und ein die ganze Innenstadt abdeckendes kostenloses und leistungsfähiges WLAN-Netz). Dabei sollte noch kleinteiliger gedacht werden, und an allen Ecken und Enden der Innenstadt sollten Verweilzonen geschaffen werden. Die anstehende Neugestaltung der Schadowstraße bietet dazu ebenso eine willkommene Gelegenheit, wie es etwa in der Sommerzeit mit den grünen Sitzbänken Enzis auf dem Schadowplatz oder der etablierten Boule-Szene auf dem Anna-Maria-Luisa-Medici-Platz in der Altstadt bereits der Fall ist.

Attraktiver öffentlicher Raum entsteht aber auch zunehmend in Gebäuden, in Passagen, Museen oder als semi-öffentlicher Raum in Lokalen und Gaststätten. Auch die Betreiber dieser Lokationen sind im ureigenen betriebswirtschaftlichen Interesse aufgefordert, sich den wandelnden Nutzungstrends anzupassen. Beispielsweise können sich Gastronomiebetriebe für weitere Nutzungen wie Computerarbeiten, Arbeitsbesprechungen oder Zeitungs- und Buchlektüre öffnen und ähnlich wie der Food-Court in den Düsseldorf Arcaden so für eine

höhere Kundenfrequenz sorgen. Eine weitergehende Öffnung für die Öffentlichkeit macht sowohl ihre Angebote wie gleichzeitig auch die Düsseldorfer Innenstadt interessanter und attraktiver. Das sorgt anhaltend für mehr Frequenz, zum Nutzen aller.

Gestaltungskarte für Erlebnis-, Konsum- und Eventangebote erarbeiten

Der öffentliche Raum ist aber nicht allein Aufenthaltsraum, sondern wird künftig noch mehr Raum sein für öffentliche Ereignisse, Events und Veranstaltungen. So nutzt Düsseldorf schon heute sehr erfolgreich den Burgplatz oder die Rhein-Promenade für Veranstaltungen, die ein Publikum weit über die Stadtgrenzen hinaus anziehen. Mit der Fertigstellung des Kö-Bogen-Umfeldes, der Neugestaltung der Schadowstraße, des Umbaus von Konrad-Adenauer-Platz und Bahnhof-Umfeld sowie der Anbindung des künftigen Quartiers Grand Central ergeben sich weitere attraktive öffentliche Räume, die die Stadt offensiv bespielen (lassen) sollte (siehe Kapitel 2.1). Die Stadt sollte dabei eine Leitidee entwickeln, was wie und wo möglich sein soll. Mit anderen Worten, anhand einer Gestaltungskarte sollte definiert werden, welche Areale für Event- und Unterhaltungsangebote genutzt werden können und welche im Umkehrschluss eher als „Ruhezonen“ reserviert werden sollten.

Sauberkeit und Sicherheit im öffentlichen Raum gewährleisten

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

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

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

Durch die vor rund zwei Jahren abgeschlossenen großen Infrastrukturprojekte Wehrhahnlinie und Autotunnel Kö-Bogen sind große Flächen in der Innenstadt für andere Nutzungen frei geworden. Diese stehen überwiegend dem öffentlichen Raum zur Verfügung. Die durchweg positiven Erfahrungen der Entwicklung am Rheinufer nach Fertigstellung des Rheinufertunnels Ende des Jahres 1993 stützen die hohen Erwartungen an die künftigen Aufenthaltsräume am Kö-Bogen, Martin-Luther- und Gustaf-Gründgens-Platz. Ebenfalls nimmt nach jahrelangem Stillstand nun endlich die Neugestaltung des Bahnhof-Umfelds Formen an (siehe Kapitel 2.3).

Weitere freiwerdende Flächen sollten konsequent zur zusätzlichen Verbesserung der Aufenthaltsqualität in der Innenstadt genutzt werden. Auch wenn nicht damit zu rechnen ist, dass der Mobilitätsbedarf in der Innenstadt bis zum Jahr 2030 zurückgehen wird, dürfte sich der Verkehrsmix gerade in der Innenstadt deutlich ändern (siehe Kapitel 2.3). Dieser Wandel

sollte vorangetrieben werden, indem an geeigneten Stellen der Fuß- und Fahrradverkehr sowie der öffentliche Nahverkehr stärker Vorrang vor dem Pkw-Verkehr erlangen. Dabei muss die Innenstadt aber weiter gut und bequem erreichbar bleiben. Insofern regt die Wirtschaft an, weitere Tunnellösungen zu prüfen, sowohl an Hauptverkehrsachsen als auch für den Parkverkehr. So könnten der fließende und der stehende motorisierte Individualverkehr stärker aus dem Stadtbild verschwinden, ohne ihn zu verdrängen.

Handlungsempfehlungen

2.7 Daten im urbanen Raum generieren und nutzbar machen

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

Relevante Akteure

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

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

Darauf basierend schlägt die lokale Wirtschaft folgende Handlungsempfehlungen vor:

Innenstadt-Digitalisierungsstrategie entwickeln

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

Bestandsaufnahme vorhandener Daten und weitere Daten erheben

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

Externe Daten beschaffen

Neben etablierten City-Akteuren verfügen weitere Akteure – häufig ohne Standortbezug – über umfangreiche lokale Daten. So erfasst beispielsweise Google Verkehrsdaten in Echtzeit und kennt die Stoßzeiten in Geschäften und Restaurants. Die Wirtschaft wünscht, dass die Stadt auf solche Dateninhaber zugeht und auslotet, ob ein – datenschutzrechtlich unbe-

denklicher – Datenaustausch mit diesen denkbar ist, um durch Datenverknüpfungen Mehrwerte für beide Seiten zu schaffen. Alternativ könnte ein Datenerwerb durch die Stadt geprüft werden.

.....
Handlungsempfehlungen
.....

Daten nutzen und verknüpfen

Erst wenn Daten zielgerichtet genutzt und verknüpft werden, bieten sich neue Mehrwerte für die City-Akteure. So können Gastronomen und Händler durch Loyalty-Programme Kunden binden oder gewinnen (siehe Kapitel 2.1). Beispielsweise können digitale Punkte für den Einkauf auf Kundenkarten oder Apps geladen werden, die dann Vergünstigungen beim Parken oder der Nutzung von Bus und Bahnen bieten. City- oder Einkaufscenter-Apps können per Bluetooth zudem Sonderangebote an Passanten senden, die sich an deren bisherigem Einkaufsverhalten orientieren. Darüber hinaus könnten Passantenfrequenzen mit Wetterprognosen verknüpft werden, um den Waren- und Personalbedarf zu kalkulieren oder ideale Zeitpunkte für Sonderangebote auszumachen. Solche optimierten Werbeangebote könnten dann auf städtischen Werbeflächen gezeigt werden, die der lokale Fachhandel vergünstigt nutzen könnte (siehe Kapitel 2.1). Im Verkehrsbereich könnten in Echtzeit erhobene Verkehrsströme mit Baustellendaten verknüpft werden, um Routenplanungen zu optimieren. Weiterhin könnten Daten über eine städtische „Verwaltungsplattform“ verknüpft werden, wovon Bürger profitieren könnten. Beispielsweise indem sie daran erinnert werden, dass ihr Ausweis abläuft und sie direkt einen Termin im Bürgerbüro vorgeschlagen bekommen.

Damit die in Kapitel 2 genannten Handlungsempfehlungen auf Grundlage der individuellen Bedarfe der Düsseldorfer City sowie der vor Ort zu erwartenden Entwicklungen erarbeitet werden konnten, wurden vorab in drei Workshop-Veranstaltungen relevante Themenfelder bis ins Jahr 2030 betrachtet. Für die Bereiche „Handel und Dienstleistungen“, „Verkehr, Mobilität und Logistik“ sowie „Wohnen, Arbeiten (und Produzieren?)“ entstanden so die im Folgenden dargestellten Szenarien mit mehreren Teilaspekten. Diese zeigen – vergleichsweise abstrakt – Entwicklungstendenzen der nächsten Jahre und bilden den Rahmen für die Handlungsempfehlungen.

3.1

Handel in Bewegung

Einkaufen als soziales Ereignis

Im Jahr 2030 hat sich das Verhalten der Kunden geändert: Sie schätzen den bequemen Onlinehandel und kaufen Alltagsgüter online über Abo-Lösungen. Auch klassische Innenstadtsortimente wie Bekleidung und Schuhe erwerben sie im Internet. Die technischen Innovationen, mit denen sich der Handel neu inszeniert, begeistern sie. Ihre Motivation für den Innenstadtbesuch hat sich infolgedessen geändert: Der Versorgungseinkauf rückt in den Hintergrund; sie möchten etwas erleben, sich miteinander treffen und austauschen. Der Citybesuch wird zum Freizeitevent.

Um dem gerecht zu werden, sind die Innenstadtakteure im Jahr 2030 eng vernetzt und schaffen neue Erlebnisse durch übergreifende Konzepte aus Gastronomie, Kultur und Handel. Insgesamt gewinnt die Gastronomie an Bedeutung – zu Lasten des Cityhandels. Dennoch besticht dieser auch 2030 durch Vielfalt und eine breite Zielgruppenausrichtung; die Königsallee spricht weiterhin andere Kunden an als die Schadowstraße. Dabei bedienen die Händler neue Kundenansprüche: Neben persönlicher Beratung profilieren sie sich über digitale Dienstleistungen wie dem Videoeinkauf per Smartphone oder dem Einsatz von Virtual-Reality-Brillen sowie über bequeme Bezahlssysteme, Lieferdienste oder Zusatzangebote wie Kinderbetreuung, Entspannungs- und Unterhaltungsräume. Händler, die sich nicht anpassen, verschwinden aus zentralen Lagen. Selbst Supermärkte und Discounter – die wieder in die City zurückgekehrt sind – passen sich an und inszenieren sich und ihre Waren auf neue Weise. Ganz nebenbei übernimmt die Innenstadt dadurch wieder eine Versorgungsfunktion im Lebensmittelsegment. Alles dies spielt sich in einem Wohlfühlumfeld ab. Im öffentlichen Raum sind neue Qualitäten entstanden; beispielsweise ein neu gestalteter Boulevard vom Wehrhahn bis zum Rhein, der zum Flanieren einlädt. In Verbindung mit etablierten Alleinstellungsmerkmalen (kurze Wege, Königsallee, Architektur-Highlights) wurde die City als Marke neu definiert, was ihrer Vermarktung zugutekommt.

Vom lokalen Marktplatz zum Showroom

Die Geschäftswelt der City hat im Jahr 2030 ein neues Gesicht: Markenanbieter mit internationalem Renommee eröffnen eigene Mono-Stores, große Online-Versandhäuser betreiben stationäre Filialen und Automobilhersteller erweitern die Produktpalette der 1A-Lagen. Ihre Ladenflächen, in denen nur Sortimentsauszüge inszeniert werden, haben Showroom-Charakter. Für die Unternehmen zählt vor allem Sichtbarkeit und die Nähe zur Zielgruppe; verbesserte Imagewerte sind teilweise wichtiger als die Flächenproduktivität. Daneben haben

sich etablierte Händler an veränderte Kundenansprüche angepasst und bieten neue digitale Services zur Beratung und zum Verkauf. Einige beteiligen sich darüber hinaus an externen Konzepten und übergreifenden Online-Services, wie digitalen Marktplätzen. Wer sich nicht anpasst, hat keine Zukunft in der City.

Insgesamt prägen also agile Shopping-Konzepte und eine hohe Dynamik die City. Kürzere Trendzyklen erfordern einerseits Flexibilität von den Unternehmern und andererseits detaillierte Trend- und Marktforschung, wodurch Datenverfügbarkeit und -nutzbarkeit wichtig werden. Kürzere Mietverträge und eine Mieterfluktuation erfordern zudem Kooperationen; auch mit neuen Akteuren wie Immobilieneigentümern.

Handel als essentieller Teil der Logistikkette

Im Jahr 2030 sind Handel und Logistik intensiv verknüpft: Ladenkonzepte mit kleinen Verkaufs- und Lagerflächen führen dazu, dass Geschäfte häufiger beliefert werden und just-in-time-Lieferungen zunehmen. Durch die Zunahme des Onlinehandels haben Kurier-, Express- und Paketdienstleister an Bedeutung gewonnen. Nicht zuletzt verursachen Lieferservices der Innenstadtgeschäfte Verkehr. Um die Mobilität in der Innenstadt und deren Erreichbarkeit sicherzustellen, gibt es Logistikflächen rund um die Königsallee, Altstadt und Shadowstraße: Neben Mikrolagern gibt es Mikro-Hubs als Verteilstationen für die City. Zudem übernehmen bisher einseitig genutzte Flächen neue Funktionen: Parkhäuser, Parkplätze und Obergeschosse werden durch Innovationen bei Sensorik sowie Regal- und Aufzugsystemen effizient logistisch bewirtschaftet. Entwicklungen in der Fahrzeugtechnik erlauben zudem geräuscharme Nachtanlieferungen.

Multichannel-Kundenberatung statt reiner Produktvertrieb

Den Kunden ist im Jahr 2030 beim Kauf vieler Produkte egal, von welchem Anbieter oder über welchen Kanal sie diese kaufen. Für sie stehen Bequemlichkeit, schnelle Verfügbarkeit, günstige Preise oder individuelle Serviceleistungen im Fokus. In der Folge sind analoge und digitale Verkaufskanäle noch enger verknüpft als in der Vergangenheit. Während große Filialunternehmen schon lange auf eng verzahnte eigene Verkaufskanäle setzen, ist das für kleinere Unternehmer, insbesondere Fachhändler, nach wie vor eine Herausforderung. Für sie ist es schwieriger, Onlineshops zu etablieren, zu bewerben und zu betreiben. Eine für alle stationären Händler neue Herausforderung bringen neue digitale Verkaufs- und Beratungsinstrumente mit sich: Der Verkauf und die Beratung per Tablet, der Umgang mit Augmented Reality-Anwendungen sowie Virtual-Reality-Brillen stellen hohe Anforderungen an die Medienkompetenz und das Fachwissen des Verkaufspersonals. Die Beschäftigten sind Medienberater mit dem Fokus auf mehrere Verkaufskanäle. Das führt soweit, dass das Personal stärker an der Kundenzufriedenheit als am Umsatz gemessen wird. Auf Kundenseite führt die Verzahnung der Kanäle dazu, dass die Käufer freizügig persönliche Daten preisgeben, um digitale Services zu nutzen. Das ermöglicht den Händlern, Kundenprofile anzulegen, individuell angepasste Werbung zu schalten und Logistikdienstleistungen kundenspezifisch auszurichten.

3.2

Verkehr, Mobilität und Logistik neu gedacht

Gestärkter ÖPNV als Rückgrat des teils autonomen innerstädtischen Personenverkehrs

Im Jahr 2030 hat sich das autonome Fahren weiterentwickelt und ist Bestandteil der innerstädtischen Mobilität. Aufgrund bestehender gesetzlicher und versicherungsrechtlicher Regelungen wird es noch keine allumfassende Automatisierung des Personenverkehrs geben.

Für bestimmte Verkehrsmittel, wie zum Beispiel autonom fahrende Busse, hat sich in abgegrenzten Bereichen der Düsseldorfer Innenstadt die autonome Mobilität jedoch bereits etabliert. Autonutzer werden weiterhin selbst fahren, auch wenn der motorisierte Individualverkehr im Innenstadtbereich im Vergleich zu heute leicht abgenommen hat. Dies ist Ergebnis verkehrspolitischer Maßnahmen zur Verkehrsvermeidung und zur Verringerung des motorisierten Individualverkehrs in der Düsseldorfer Innenstadt. Durch diese Entwicklungen wird die Fortbewegung in der Innenstadt für Fußgänger und Fahrradfahrer attraktiver und sicherer. Wer möchte, läuft auf dem Rheinboulevard vom Wehrhahn bis zum Rhein, weitgehend ungestört vom Autoverkehr. In der „Stadt der kurzen Wege“ bewegt man sich gerne und komfortabel auch ohne eigenes Kraftfahrzeug fort. Dies wird zu einem bedeutenden Anteil unterstützt durch einen optimierten und effizienten ÖPNV, der um digital unterstützte Mobilitätsdienstleistungen und Infrastrukturmaßnahmen wie Mobilstationen ergänzt wird.

Elektromobilität als wichtiger Bestandteil im Mix emissionsarmer Antriebe

Mit Blick auf die internationalen Klimaziele konnten bis zum Jahr 2030 auch die Elektromobilität sowie weitere emissionsarme Antriebe weiter vorangebracht werden. In der Düsseldorfer Innenstadt findet sich daher ein Mix aus unterschiedlichen emissionsarmen Fahrzeugen, die beispielsweise auch über Hybridmotoren, Verbrennungsmotoren, die Power-to-X-Kraftstoffe verwenden, oder Brennstoffzellen angetrieben werden. Insbesondere der Wirtschaftsverkehr ist weitestgehend elektrifiziert. Kleinere Warenlieferungen in der Innenstadt werden per E-Bike ausgefahren. Die alternativen Antriebssysteme und die daraus resultierenden neuen Mobilitätsformen bringen jedoch im begrenzten städtischen Verkehrsraum Verteilungskonflikte mit sich. Die Ladeinfrastruktur für Elektrofahrzeuge und Car-Sharing sind in den Innenstadtraum integriert, wozu herkömmlicher Parkraum weichen musste. Für E-Bikes gibt es neue Fahrstreifen, die der Zwitterstellung zwischen nicht motorisiertem Fahrrad und schneller fahrendem Pkw gerecht werden. Zu diesem Zweck wurde in manchen Teilen der Innenstadt die Verkehrsführung reorganisiert.

Alternative Distributionskonzepte statt umfassender Regulierung

Im Jahr 2030 hat sich die Innenstadtlogistik unter klimafreundlichen Gesichtspunkten und mit dem Ziel der Verkehrsvermeidung im Vergleich zu heute gewandelt. Das Logistiksystem basiert hauptsächlich auf einer Bündelung, die nicht kommunal reguliert ist, sondern von einem Netzwerk kooperierender Partner getragen wird. Mittels eines Hub-Konzepts beliefern Logistikdienstleister mit emissionsarmen Fahrzeugen die Düsseldorfer Innenstadt. Effiziente neue Geschäftsmodelle und tragfähige Kooperationsformen sind aus diesem Wandel entstanden. Des Weiteren wird auch der Lieferverkehr tagsüber aus dem Innenstadtbereich weiter zurückgedrängt, um die Stadt als Verweilzone und Aufenthaltsraum für sämtliche Verkehrsteilnehmer attraktiver zu gestalten. Daher vollzieht sich ein bedeutender Anteil der Warenlieferungen nachts sowie auf unterirdischen Umschlagflächen. Dies setzt eine Zertifizierung entlang der gesamten Prozesskette voraus, die sich insbesondere in Wohn-Mischgebieten auf leise und emissionsarme Lieferfahrzeuge (zum Beispiel Elektrofahrzeuge) und Infrastrukturen (zum Beispiel Rolltore) bezieht, entsprechende Qualifikationen der Mitarbeiter verlangt (zum Beispiel Schließen von Türen, Bedienung von Hubwagen) und gegebenenfalls Anpassungen des Arbeitsrechts voraussetzt.

Digital vernetzte Mobilität und intelligente Steuerung

Die Digitalisierung hat bis zum Jahr 2030 auch die innerstädtische Mobilität optimiert und komfortabler gestaltet. Mit innovativer Stadtplanung durch die Nutzung von Daten privater Anbieter sowie den Ausbau von Sensorik ist es in der Düsseldorfer Innenstadt gelungen, vielfältige Verkehrsdaten zu erheben und zusammenzuführen und diese für eine intelligente Gestaltung der städtischen Infrastruktur zu nutzen. Ein echtzeitgenaues Verkehrsleitsystem trägt beispielsweise zur Vermeidung von Parksuchverkehr bei.

Durch eine übergreifende Kooperation der Mobilitätsanbieter entwickelt sich in der Düsseldorfer Innenstadt ein Vorreitermodell für eine kundenfreundliche, unkomplizierte Art der

Fortbewegung. Ein integriertes Ticket und eine App aller Mobilitätsanbieter sind Ergebnisse dieser Entwicklung. Zukünftig existiert lediglich eine Kunden-Schnittstelle für alle Mobilitätsangebote in der Innenstadt, die sowohl private als auch öffentliche Angebote verbindet. Dies setzt eine große Vernetzungsbereitschaft der Akteure voraus, und birgt neue Möglichkeiten für das Standortmarketing – insbesondere in Verbindung mit Gastronomie, Kultur und Handel.

Szenarien und Teilaspekte: Die
Düsseldorfer Innenstadt 2030

3.3

Wohnen & Arbeiten: Dichte, Flexibilität und neue Nutzungsformen

Verdichtete Nutzungsformen und wachsende Konkurrenzbeziehungen

Düsseldorf im Jahr 2030 ist eine Stadt, welche die funktional geteilte Stadt der 1950er Jahre überwunden hat. Wohnen, Gewerbe und Arbeiten sind immer stärker zusammengerückt, so dass die durchmischte Stadt nicht nur ein hehres Ziel geblieben, sondern in vielen Bereichen Realität geworden ist. Durchmischte Quartiere finden sich mit räumlicher Nähe von Büroflächen, Handelsflächen sowie alten und neuen Wohnraumangeboten. Im Einzelfall gelingt es sogar, Gewerbe und Wohnen enger zusammenzubringen. So konnten im Medien-Hafen in den 2020er Jahren erfolgreich neue Wohnkonzepte realisiert werden, die autofrei geplant und in unmittelbarer Nähe der Logistikwirtschaft errichtet wurden. Die Stadt hatte in der Vergangenheit erfolgreich sogenannte Reallabore eingerichtet, in denen das Baurecht und die rechtlichen Rahmenbedingungen großzügig ausgelegt wurden. Dabei zeigte sich, dass selbst Hotelbetriebe im Medienhafen in unmittelbarer Nähe zum Wirtschaftshafen unter Aspekten des Lärmschutzes möglich waren, ohne dass dadurch die Funktion des Wirtschaftshafens beeinträchtigt worden ist.

Zwar führt die wachsende Verdichtung und die durchmischte Flächennutzung zu einem hohen Maß an urbaner Attraktivität und damit zu mehr Lebensqualität. Dies erhöhte den Zuwanderungsdruck in die Innenstadt stetig weiter. Im Einzelfall jedoch ging dies nicht immer reibungslos vonstatten. Vor allem bei den Bewohnern hochpreisiger Innenstadtlagen, die in der Nähe zu den verbliebenen städtischen Produktionsstätten beziehungsweise zu den noch weiter gewachsenen Freizeit-, Vergnügungs- und Eventstätten liegen, kam es immer wieder zu Auseinandersetzungen über Lärm- und Geruchsbelästigungen. Insgesamt hatte das Produzierende Gewerbe einen schweren Stand in der Innenstadt, wengleich die Stadtverwaltung in den vergangenen Jahren viel unternommen hat, um den verbliebenen Betrieben Entwicklungsmöglichkeiten zu bieten.

Teures Wohnen im Zentrum trifft auf entspannte Immobilienmärkte im Umland

Wenige Kommunen haben das Ziel der lebenswerten Stadt so konsequent verfolgt wie Düsseldorf. Nachdem sich bereits um das Jahr 2015 abgezeichnet hat, dass das Image der Modestadt zu kurz greift, und Düsseldorf zudem über keinen Dom oder ähnliche Identifikationssymbole verfügt, hat die Stadt das gestärkt, was sie schon immer ausgezeichnet hat: Ihre einzigartige Atmosphäre, Vielfalt und Lebensqualität. Diese ergeben sich daraus, dass die Stadt als kompakte Stadt von kurzen Wegen geprägt ist, und Düsseldorf über eine Vielzahl von innerstädtischen Grünanlagen und letztlich eine besondere Mischung aus Kultur, Gastronomie sowie Einzelhandels- und Dienstleistungsangeboten verfügt. Seit gut einem Jahrzehnt vermarktet sich die Stadt dementsprechend unter dem Claim „Freiheit trifft Nähe“ national und international sehr erfolgreich.

Allerdings hatte dieser Erfolg buchstäblich seinen Preis, denn das Wohnen in Düsseldorf ist in 2030 teuer und zuweilen sehr teuer. Zwar hat die Vielzahl der Modernisierungen und die Realisierung neuer innenstadtnaher Wohnquartiere zu einer Verbesserung der Wohnquali-

tät geführt. Auch fördert die Stadt im Rahmen ihrer Möglichkeiten weiterhin das preisgedämpfte Wohnen. Jedoch ist das Preisniveau in nahezu allen Stadtvierteln gestiegen und auch vereinzelte Hochhausprojekte konnten nicht wirklich zur Entspannung auf dem Wohnungsmarkt beitragen. Gleichwohl sind extreme Ausschläge am Wohnungsmarkt wie in anderen deutschen Metropolen ausgeblieben. Hierzu hat auch die Tatsache beigetragen, dass sich in der näheren Region von Düsseldorf nach wie vor vergleichsweise entspannte Immobilienmärkte befinden, etwa im Ruhrgebiet, das über den Rhein-Ruhr-Express RRX und die S-Bahnen, die jeweils im 15-Minuten-Takt verkehren, gut verkehrlich angebunden ist.

Neue Bedarfe an die Nutzung von Flächen und öffentlichem Raum

Knappeheit macht erfinderisch. Das gilt auch für flexible Nutzungskonzepte für Flächen und Immobilien. Aufgrund der zunehmenden Verdichtung sind bis zum Jahr 2030 zahlreiche Beispiele für eine multifunktionale Flächen- und Gebäudenutzung in Düsseldorf realisiert worden. Einige Einzelhandelsimmobilien im Innenstadtbereich werden heute als Logistik-Standorte genutzt, in denen Waren gebündelt und dann innerhalb der Stadt feinverteilt werden. Grundsätzlich wird die multifunktionale Nutzung von neuen Gewerbe- und Handelsflächen bereits im Planungsstadium mitgedacht. Einige im Stadtgebiet ansässige Unternehmen haben sich ein Beispiel am Düsseldorfer Sprinter-Werk genommen und produzieren auf mehreren Ebenen. Nicht selten findet die multifunktionale Nutzung stärker als früher in der vertikalen Dimension statt: Im Erdgeschoss residieren Handel oder Gastronomie, im ersten Obergeschoss befinden sich Büros oder Gewerbeflächen und die höheren Stockwerke werden zum Wohnen oder als Hoteletagen genutzt, während die Logistik im Untergeschoss abgewickelt wird.

Die eigentliche Attraktivität bezieht die Stadt jedoch aus ihrem öffentlichen Raum. Es macht auch im Jahr 2030 Spaß, sich in der Düsseldorfer Innenstadt aufzuhalten, im öffentlichen Raum zu verweilen und die unterschiedlichen Angebote in der kompakten Stadt zu genießen. Einzelhandel, Gastgewerbe, die ortsansässigen Arbeitgeber und die Stadtverwaltung haben sich zu einer Arbeitsgemeinschaft zusammengefunden, um die Attraktivität der Innenstadt weiter zu steigern.

Draußen ist das neue Drinnen – darauf haben sich die Stadtplaner frühzeitig eingestellt. Die innerstädtischen Grünanlagen sind auto- und barrierefrei miteinander verbunden, die Shadowstraße hat sich als Teil des neuen Rheinboulevards (siehe Kapitel 2.1) zur Flaniermeile gewandelt und vom neuen Bahnhofs-Quartier Grand Central führen Radwege bis zum Rhein. In der Innenstadt ist es zudem gelungen, auch vormals private Räume zumindest teil- und zeitweise auch semi-öffentlich zur allgemeinen Nutzung zu öffnen, sei es zum entspannten Arbeiten, sei es als Standorte für Kunst, Kultur oder Events. In keiner anderen Stadt lässt es sich deshalb im Jahr 2030 in der City bequemer verweilen, Kaffee oder Altbier trinken und bei guter Internetverbindung mobil arbeiten. Neben dem Home-Office und dem Büro haben sich so der öffentliche und der semi-öffentliche Raum fest als „dritter Arbeitsort“ etabliert, der nicht nur von der wachsenden Szene der Kreativwirtschaft gerne genutzt wird.

Besonders, wenn sich der betrachtete Zeitraum bis zum Jahr 2030 und darüber hinaus erstreckt, können Szenarien kaum darauf abzielen, die Zukunft exakt vorherzusagen. Keine Methodik ist geeignet, für diese Zeitspanne künftige Ereignisse und sich daraus ergebene Entwicklungen zu prognostizieren.

Szenarien verfolgen daher einen anderen Zweck: Indem sie mehrere denkbare Zukunftsentwicklungen beschreiben und dabei versuchen, möglichst viele Variablen und Wechselwirkungen zu berücksichtigen, erweitern sie den Möglichkeitsraum und den sich darauf beziehenden Diskussionsprozess gezielt, ohne in Unwahrscheinlichkeiten und Phantasien abzuweichen.

Szenarien sind folglich ein Werkzeug, das hilft, sich künftige Entwicklungen vorzustellen und davon ausgehend Entscheidungen in der Gegenwart zu reflektieren. Sie helfen die heute getroffenen oder zu treffenden Entscheidungen aus Perspektive der Zukunft zu betrachten und ermöglichen nicht nur den Blick nach vorne, sondern auch den Blick aus der Zukunft zurück auf das Hier und Jetzt. Szenarien zeichnen sich ferner dadurch aus, dass wesentliche Erkenntnisse, Einsichten und Denkanstöße bereits im Szenario-Entwicklungsprozess entstehen. Hier gilt: Je intensiver die Adressaten in den Entstehungsprozess einbezogen werden, desto größer ist der Nutzen, den Szenarien stiften können.

Ein Vorteil der Szenario-Technik ist das »out-of-the-box-Denken«, also das Denken jenseits bekannter Restriktionen und Limitierungen. Bereits heute wahrnehmbare Trends und Entwicklungen können in sogenannte Möglichkeitsräume in die Zukunft projiziert werden, wobei unterschiedliche Entwicklungsverläufe und Wechselwirkungen »durchgespielt« werden können.

Für den hier zugrundeliegenden Prozess wurde eine sogenannte explorative Szenariotechnik verwendet. Diese wurde hinsichtlich des workshopbasierten Prozesses angepasst und um spezielle Aspekte erweitert.

Explorative, auch Trend-Szenarien genannt, gehen stets von Entwicklungen der Gegenwart aus, die auf die Zukunft projiziert werden. Bei dieser Art von Szenarien wird aus Überlegungen über Entwicklungen, treibende Einflüsse und deren mögliche Folgen ein Zukunftsbild konstruiert. Es werden gewissermaßen in der Gegenwart beobachtbare Trends hinsichtlich ihrer erwarteten Entwicklungen fortgeschrieben.

Ziel dieser Art von Verfahren ist es, Unsicherheiten, Entwicklungspfade und Schlüsselfaktoren zu erschließen. Solche Szenarien besitzen eine explorative Funktion bzw. Wissensfunktion. Diese steht für eine Systematisierung und Vertiefung des bestehenden Verständnisses über heutige Entwicklungen, Zustände und Einflüsse. Dabei helfen diese Szenarien ebenfalls zu differenzieren: »was wissen wir und was wissen wir nicht?« Bei diesem Szenario-Typ kommen Wechselwirkungs-Analysemethoden, welche Widersprüche oder Konflikte zwischen einzelnen Trends bereinigen sollen.

Explorative Szenarien werden häufig dazu eingesetzt, die Auswirkungen möglicher Entscheidungen zu untersuchen. Dementsprechend werden solche Methoden häufig im Kontext komplexer Systeme, wie zum Beispiel Städten oder großen Institutionen und Unternehmen angewendet.