

# Maßnahmenplan für den Verfügungsfonds

B = Quartiersbelegung

L = Leerstandsmanagement

P = Profilbildung

## Investive Aufgaben und Maßnahmen

### - vorläufige Maßnahmenliste (Stand 11/2015)

Maßnahme	Erläuterung	Ziele	Handlungsfeld
1. Möblierung des Quartiers:  Aufstellen von Fahrradständern	Im Quartier finden sich kaum Abstellmöglichkeiten für Fahrräder. An geeigneten Stellen sollen im Quartier Fahrradständer (z.B. „Kölner Haarnadel“) installiert werden, um so auch die Altstadt für Besuche und Einkäufe mit dem Fahrrad attraktiver zu machen.	Aufwertung des öffentlichen Raums, Verbesserung der Erreichbarkeit, Erhöhung der Besucher- und Kundenfrequenz.	B
2. Möblierung des Quartiers:  Grün im öffentlichen Raum / Urban Gardening	Für das Quartier werden aktuell verschiedene Teilmaßnahmen diskutiert. Z.B. die Nutzung/Umgestaltung von städtischen Grünflächen in kleine Nutzgärten oder das Anlegen von vertikalen Gärten/Pflanzkästen an Laternen und Hausfassaden, Pflanzkästen im öffentlichen Raum, Begrünung von Baumscheiben u.a.  In Vorbereitung für das Quartier ist ein Projekt aus dem Programm „Natur in grauen Zonen“, das hohes Interesse für	Aufwertung des öffentlichen Raums. Schaffung von Netzwerken/Nachbarschaften, Erhöhung der Besucher- und Kundenfrequenz, Eigenes Image / Leitbild entwickeln, Marketing für das Altstadtquartier initiieren.	B, P

	<p>das Thema geweckt hat.</p> <p>Ein Projekt im Bereich Urban Gardening/Guerrilla Gardening wurde auf private Initiative bereits gestartet.</p> <p>Die Pflege soll über Patenschaften und Quartiersakteure erfolgen.</p>		
<p>3. Möblierung des Quartiers/Kunst im öffentlichen Raum:  Litfaßsäule</p>	<p>Geplant ist eine mobile Litfaßsäule, die als Informationsbörse, Austauschmedium für Künstler und Kreative sowie Anwohner im Quartier dienen soll.</p> <p>Ggf. kann das Objekt auch durch ansässige Künstler im Rahmen eines Wettbewerbs erstellt werden. Ein Wettbewerb wäre als investitionsvorbereitende Maßnahme mit der investiven Maßnahme zu koppeln.</p>	<p>Aufwertung des öffentlichen Raums, Schaffung von Netzwerken/Nachbarschaften, Erhöhung der Besucher- und Kundenfrequenz, Eigenes Image / Leitbild entwickeln, Marketing für das Altstadtquartier initiieren.</p>	B, P
<p>4. Gestaltung von Telefon- / Postverteilerkästen</p>	<p>Künstlerische Umgestaltung der öffentlichen Telefon-/ Postverteilerkästen im Quartier.</p> <p>Ggf. in Kombination mit einem Wettbewerb / Kunstaktion durch örtliche Künstler, Quartiersgruppen (Vereine, Schule), Bewohner etc. mit dem Ziel eines thematischen Umgestaltungskonzeptes. Ein Wettbewerb wäre als investitionsvorbereitende Maßnahme</p>	<p>Aufwertung des öffentlichen Raums. Eigenes Image / Leitbild entwickeln, Marketing für das Altstadtquartier initiieren.</p>	B, P

	mit der investiven Maßnahme zu koppeln.		
5. Infotafel über Handelsbesatz	<p>In Anlehnung an die Infotafeln in Einkaufszentren sollen eine oder mehrere Info-/Hinweistafel für den Handelsbesatz in der Altstadt aufgestellt werden.</p> <p>Konkrete Standortmöglichkeiten im Bereich der Quartiersentrées Münzstraße, Kasinostraße, Innenhafen sind noch zu prüfen.</p> <p>Aktuell wird die Realisierung eines Fußgängerleitsystem für die City vorbereitet. Die Möglichkeiten einer Realisierung der Infotafel im Rahmen des Fußgängerleitsystems werden geprüft.</p>	Erhöhung der Besucher- und Kundenfrequenz, Marketing für das Altstadtquartier initiieren, Professionalisierung des Immobilienmarketings im Quartier.	B, L, P
6. Weihnachtsbeleuchtung	<p>In Anlehnung an die Weihnachtsbeleuchtung im benachbarten Innenhafen soll auch im Altstadtquartier eine gleiche Weihnachtsbeleuchtung realisiert werden.</p> <p>Im Innenhafen wurde die Beleuchtung gemeinsam mit den Anliegern realisiert.</p> <p>Angedacht ist, das Modell für den Bereich der Münzstraße (einschließlich Calais Platz) sowie die Beekstraße zu übernehmen.</p> <p>Die vorhandene Straßenbeleuchtung</p>	Aufwertung des öffentlichen Raums, Erhöhung der Besucher- und Kundenfrequenz, Marketing für das Altstadtquartier initiieren.	B, P

	wird dabei mit einem Anschluss versehen, der auch unabhängig von der Weihnachtszeit erlaubt temporär Beleuchtungsinszenierungen im Quartier durchzuführen.		
--	--	--	--

**Investitions-vorbereitende Aufgaben und Maßnahmen**  
**- vorläufige Maßnahmenliste (Stand 11/2015)**

Maßnahme	Erläuterung	Ziel	Handlungsfeld
<p>7. Machbarkeitsstudie/ Businessplan Kreativ- und Kulturzentrum</p>	<p>Im Quartier hat sich eine „AG Kreativ- und Kulturzentrum“ aus unterschiedlichen Quartiersakteuren konstituiert, um die inhaltliche Konzeption für ein Projekt in der Altstadt zu erarbeiten. Am Ende der Arbeiten soll ein Anforderungs- und Nutzungsprofil für ein solches Vorhaben stehen. Vorbilder sind Projekte wie Soziokulturelle Zentren oder das Essener „Unperfekthaus“ .</p> <p>Im Anschluss soll eine fachliche und wirtschaftliche Expertise im Sinne einer Machbarkeitsstudie erfolgen, um eine Umsetzung in einer Immobilie im Quartier zu prüfen und zu flankieren.</p>	<p>Ansiedlung spezieller Nutzergruppen, Reduzierung der Leerstände, Eigenes Image / Leitbild entwickeln, Erhöhung der Besucher- und Kundenfrequenz.</p>	<p>B, P, L</p>
<p>8. Professionalisierung des Immobilienmarketings im Quartier und Qualifizierung des Einzelhandels</p>	<p>Im Focus der beiden angedachten Maßnahmen stehen die Zielgruppen der Händler und der Immobilieneigentümer.</p> <p>Im Rahmen von Analyse- und Konzeptionsworkshops (investitionsanreizende Beratung) sollen Strategien für Umnutzungskonzepte und</p>	<p>Professionalisierung des Immobilienmarketings im Quartier, Netzwerke aufbauen, Erhöhung der Besucher- und Kundenfrequenz, Ansiedlung spezieller Nutzergruppen, Reduzierung der Leerstände, Reduzierung des Sanierungsstaus.</p>	<p>L, P, B</p>

	<p>Flächennutzungen sowie zur Marktplatzierung der Leerstandsimmobilien gemeinsam mit den Immobilieneigentümern entwickelt sowie weitere Beratungs- und Informationsbedarf ermittelt werden.</p> <p>Für die Händler stehen Profilbildung, Erarbeitung und Entwicklung von handelsbezogenen Standortprofilen sowie ebenfalls der weitere Beratungs- und Informationsbedarf im Fokus.</p> <p>Informations- und Weiterbildungsangeboten sowie der Zugang zu Fördermöglichkeiten können anknüpfend über Partner aus dem Quartier als ergänzende Angebote eingebracht werden (VHS, GFW Duisburg, IHK).</p>		
<p>9. Konzeption und Aufbau eines Lieferservice für Einzelhändler und Gastronomen</p>	<p>Die Händler und Gastronomen schließen sich zusammen, um für Kunden einen Lieferservice einzurichten.</p> <p>Die Organisation eines gemeinsamen Lieferservice soll die Attraktivität des Handels/Gastro vor Ort stärken und ein Alleinstellungsmerkmal für das Quartier schaffen.</p> <p>Im Zuge der Maßnahme soll ein</p>	<p>Netzwerke aufbauen, Erhöhung der Besucher- und Kundenfrequenz, Marketing für das Altstadtquartier initiieren, Reduzierung der Leerstände.</p>	<p>B, P, L</p>

	<p>Umsetzungskonzept zum Aufbau eines Lieferservice und begleitender Marketingmaßnahmen erstellt werden.</p> <p>Der Service selbst soll anschließend als nicht-investive Maßnahme von den angeschlossenen Händlern umgesetzt und getragen werden.</p>		
<p>10. Konzeption und Durchführung eine „Pop-Up Stores-Konzeptes“ für die Altstadt</p>	<p>Als temporäre wirtschaftliche Nutzung der leerstehenden Ladenlokale ist die Organisation von Pop-Up Stores ein Instrument des Leerstandsmanagements.</p> <p>Ein „Pop-Up-Store-Konzept“ soll Nutzergruppen und -möglichkeiten beleuchten sowie Handlungsspielräume und Durchführungshilfen für temporäre Nutzungen aufzeigen und in die Umsetzung begleiten.</p>	<p>Erhöhung der Besucher- und Kundenfrequenz, Marketing für das Altstadtquartier initiieren, Reduzierung der Leerstände.</p>	B, L, P
<p>11. Ggf. Durchführung eines Wettbewerbs im Zusammenhang mit der investiven 3. Maßnahme.</p>	<p>Siehe Maßnahme 3.</p>		B, P
<p>12. Ggf. Durchführung eines Wettbewerbs im Zusammenhang mit der investiven 4. Maßnahme.</p>	<p>Siehe Maßnahme 4.</p>		B, P

**Nicht-Investive Aufgaben und Maßnahmen**  
**- vorläufige Maßnahmenliste (Stand 11/2015)**

<b>Maßnahme</b>	<b>Erläuterung</b>	<b>Ziel</b>	<b>Handlungsfeld</b>
13. Trödelmärkte	Akteure aus dem Quartier haben Interesse bekundet, themengebundene Flohmärkte im öffentlichen Raum und in geeigneten Immobilien (Parkhaus) durchzuführen bzw. zu flankieren.	Erhöhung der Besucher- und Kundenfrequenz, Marketing für das Altstadtquartier initiieren.	B
14. Hausputz im Quartier	Geplant ist ein gemeinsamer Frühjahrsputz mit allen Akteuren im Quartier.	Aufwertung des öffentlichen Raums, Schaffung von Netzwerken/Nachbarschaften, Marketing für das Altstadtquartier initiieren.	B, P
15. Weihnachtsmarkt	Vorgesehen ist eine Ergänzung des nur rudimentär und auf privater Basis bestehenden Weihnachtsmarktes auf dem Münzplatz anzugehen. Aktuell werden verschiedene Formate mit interessierten Akteuren diskutiert.	Erhöhung der Besucher- und Kundenfrequenz, Marketing für das Altstadtquartier initiieren.	B, P
16. Nacht der Altstadt	Es wurde angeregt, eine abendliche/nächtliche Veranstaltung, die das gesamte Quartier inszeniert in Angriff zu nehmen (Einblicke in unbekannte Orte, Musik, Gastronomie, Beleuchtung).	Netzwerken/Nachbarschaften, Erhöhung der Besucher- und Kundenfrequenz, Eigenes Image / Leitbild entwickeln, Marketing für das Altstadtquartier initiieren.	B, P
17.	Durch Vertreter der Kreativwirtschaft	Schaffung von	B, P

<p>Graffiti- und Streetart Festival / Outdoor Kunstmeile</p>	<p>wurde die Durchführung eines „Streetart Festivals“ angeregt.</p> <p>Bei dem Event können temporäre und bleibende Kunstwerke erstellt werden, Künstler können Ihre Werke ausstellen, die die Bandbreite der modernen Kunsttechniken zeigt und das Quarter als Standort für Kreative ausweist.</p>	<p>Netzwerken/Nachbarschaften, Erhöhung der Besucher- und Kundenfrequenz, Eigenes Image / Leitbild entwickeln, Marketing für das Altstadtquartier initiieren.</p>	
<p>18. Open Air Sommerkino</p>	<p>Auf einem Quartiersplatz soll an mehreren Tagen ein improvisiertes Open Air Kino projektiert und von Akteuren aus dem Quartier durchgeführt werden.</p>	<p>Erhöhung der Besucher- und Kundenfrequenz, Marketing für das Altstadtquartier initiieren.</p>	<p>B, P</p>
<p>19. Tag des Hinterhofs</p>	<p>Es gibt zahlreiche schöne und üblicherweise nicht begehbare Hinterhöfe in der Altstadt. Diese werden einen Tag lang zugänglich und im Rahmen eines Events erlebbar gemacht.</p> <p>Vorgesehen ist ein Event auf der Grundlage privaten Engagements.</p>	<p>Schaffung von Netzwerken/Nachbarschaften, Erhöhung der Besucher- und Kundenfrequenz, Eigenes Image / Leitbild entwickeln, Marketing für das Altstadtquartier initiieren.</p>	<p>B, P</p>
<p>20. Temporäre Bespielung in Leerständen / Events in Leerständen</p>	<p>Hier sind unterschiedliche Konzepte denkbar: von der künstlerischen Gestaltung von Schaufenstern über Ausstellungen und Lesungen bis zur temporären Nutzung durch Start Ups oder „Pop-UP Stores“ (z.B. auf der Basis von Maßnahme 10).</p> <p>Erste Projekte zur temporären Bespielung wurden im Quartier bereits</p>	<p>Erhöhung der Besucher- und Kundenfrequenz, Marketing für das Altstadtquartier initiieren, Reduzierung der Leerstände.</p>	<p>B, L</p>

	<p>erfolgreich von Privaten sowie von der Verwaltung (Akzente 2015) durchgeführt und haben Anklang und große Resonanz im Quartier gefunden. Die Maßnahmen sind primär auf private Initiative hin vorgesehen.</p>		
--	--	--	--