

**Grüne Infrastruktur  
als Standortfaktor und als Potenzial für das Standortmarketing**

**Städte in Nordrhein-Westfalen im Vergleich**

Dissertation  
zur  
Erlangung des Doktorgrades (Dr. rer. nat.)  
der  
Mathematisch-Naturwissenschaftlichen Fakultät  
der  
Rheinischen Friedrich-Wilhelms-Universität Bonn

vorgelegt von

**Ina Schäffer**

aus  
Berlin

Bonn, April 2017

Angefertigt mit Genehmigung der Mathematisch-Naturwissenschaftlichen Fakultät der  
Rheinischen Friedrich-Wilhelms-Universität Bonn

1. Gutachter: Prof. Dr. Karl-Heinz Erdmann

2. Gutachter: Prof. Dr. Mariele Evers

Tag der Promotion: 6. Dezember 2017

Erscheinungsjahr: 2018

## Danksagung

In der Zeit, in der das Anfertigen meiner Dissertationsschrift andauerte, haben mir sehr viele Menschen beigestanden und mich unterstützt. Allen gilt mein herzlicher Dank. Bei einigen möchte ich mich dafür an dieser Stelle noch einmal besonders bedanken.

An erster Stelle möchte ich allen Interviewpartnern für ihre großzügige Unterstützung danken. Ohne die umfangreiche Bereitschaft, mir ihre Zeit zu schenken und mich an ihrem Wissen teilhaben zu lassen, wäre diese Arbeit nicht möglich gewesen. Vielen Dank für die vielen Anregungen und Sichtweisen, die ich aus den Gesprächen mitnehmen konnte.

Meinem Doktorvater, Professor Karl-Heinz Erdmann, möchte ich besonders dafür danken, dass er mich stets mit wertvollen Ratschlägen, Gesprächen und Diskussionen unterstützt und begleitet hat. Professorin Mariele Evers danke ich herzlich für die Übernahme des Zweitgutachtens und dafür, dass sie mich mit konstruktiven Anregungen tatkräftig unterstützt hat.

Für eine letzte sprachliche und grammatikalische Korrektur des Manuskripts gilt mein besonderer Dank meiner Mutter Iris Thelen-Schäffer, die mich wie auch mein Vater Bernd Schäffer immer bedingungslos und liebevoll unterstützt hat. Danke, dass ihr immer an mich geglaubt habt. Meinem Freund Jonas Mahnkopp danke ich für die umfangreiche Hilfe bei der Formatierung und dafür, dass er auch in Zeiten, in denen ich Zweifel hatte, immer an meiner Seite war und mich motiviert hat.

Ganz besonderer Dank gilt Dr. Alexandra Schultz, die nicht nur als gute Freundin und Studienkollegin immer für mich da war, sondern auch durch unzählige fachlich anregende Gespräche zum Gelingen meiner Arbeit beigetragen hat. An unsere gemeinsame Zeit in der Bibliothek mit den lustigen Kaffeepausen denke ich oft und gerne zurück. Vielen Dank auch Dipl.-Geogr. Swen Christian, der als guter Freund ebenfalls immer ein offenes Ohr für mich hatte und mir stets Mut gemacht hat.



# Inhaltsverzeichnis

<b>I</b>	<b>Abkürzungsverzeichnis</b> .....	<b>IV</b>
<b>II</b>	<b>Tabellenverzeichnis</b> .....	<b>V</b>
<b>III</b>	<b>Abbildungsverzeichnis</b> .....	<b>VI</b>
<b>V</b>	<b>Zusammenfassung</b> .....	<b>XI</b>
<b>1</b>	<b>Einleitung</b> .....	<b>1</b>
	1.1 Fragestellung und Zielsetzung der Arbeit.....	1
	1.2 Stand der Forschung.....	3
	1.3 Aufbau und Einordnung in den wissenschaftlichen Kontext.....	4
<b>2</b>	<b>Die Thematik der Standortentscheidung</b> .....	<b>6</b>
	2.1 Die Begrifflichkeit des Raums .....	6
	2.2 Harte und weiche Standortfaktoren .....	8
	2.3 Standorttheorien .....	13
	2.3.1 Neoklassische Standorttheorien .....	14
	2.3.2 Verhaltensorientierte Standorttheorien.....	21
	2.4 Standortentscheidungen in der Gegenwart.....	21
	2.5 Diskussion um den Wettbewerb der Regionen.....	24
	2.6 Bedeutungswandel von Standortfaktoren .....	24
<b>3</b>	<b>Standortmarketing</b> .....	<b>26</b>
	3.1 Marketingaktivitäten von Städten und Regionen .....	26
	3.1.1 Stadtmarketing.....	27
	3.1.2 Regionalmarketing .....	32
	3.2 Die Rolle der Wirtschaftsförderung.....	33
<b>4</b>	<b>Grüne Infrastruktur</b> .....	<b>36</b>
	4.1 Definition und Ursprung des Begriffs .....	36
	4.2 Grüne Infrastruktur damals und heute: Imagewandel und neue grüne Mitten .....	37
	4.3 Die Funktion der grünen Infrastruktur .....	41
	4.3.1 Ökologische Aspekte .....	42
	4.3.2 Gesundheit, Erholung und Lebensqualität.....	44
	4.3.3 Freizeit und soziale Interaktion.....	46

4.3.4	Ökonomische Auswirkungen .....	49
4.3.5	Imagewirkung.....	51
4.3.6	Tourismus und Kultur .....	52
4.4	Nutzungsvoraussetzungen grüner Elemente .....	52
4.5	Grüne Infrastruktur auf politischer und planerischer Ebene .....	53
4.6	Grüne Infrastruktur als Faktor auf unternehmerischer Ebene .....	57
4.7	Ansätze zur Steigerung der Wertschätzung von Grün .....	58
4.7.1	Das VALUE Projekt – Wert grüner Infrastruktur .....	58
4.7.2	TEEB-Studie .....	59
4.8	Ermittlung des Stellenwertes von Grün in der Bevölkerung .....	61
4.8.1	Naturbewusstseinsstudie .....	61
4.8.2	Internetbefragung der GALK e.V. ....	63
4.9	Potenziale von Grün für Standortmarketing und Finanzierung .....	63
4.9.1	Umweltmarketing der Stadt Münster .....	64
4.9.2	Kölner Grün Stiftung .....	65
4.9.3	Stiftung DIE GRÜNE STADT – Für mehr Grün in der Stadt .....	66
4.10	Zwischenfazit – Grüne Infrastruktur als Zünglein an der Waage? .....	66
<b>5</b>	<b>Methodik und Forschungsdesign .....</b>	<b>69</b>
5.1	Untersuchungsansatz .....	69
5.2	Auswahl und Analyse der Beispielräume .....	69
5.3	Empirische Sozialforschung .....	71
5.4	Qualitative Sozialforschung: Das qualitative Interview.....	72
5.5	Wahl der Gesprächspartner .....	72
5.6	Der Interviewleitfaden .....	74
5.7	Die Interviewauswertung .....	81
5.8	Qualitative Inhaltsanalyse nach Gläser und Laudel.....	83
5.9	Methodenkritik.....	86
<b>6</b>	<b>Der Wirtschaftsstandort NRW: Profil des Untersuchungsraums und der Beispielregionen .....</b>	<b>87</b>
6.1	Nordrhein-Westfalen: Ein Überblick .....	87
6.2	Der Standort Bielefeld .....	94
6.3	Der Standort Bonn.....	110
6.4	Der Standort Bottrop.....	127
6.5	Der Standort Dortmund .....	140

6.6 Der Standort Essen .....	155
6.7 Zwischenfazit: Grün als (eine) Zukunftschance .....	172
<b>7 Untersuchungsergebnisse .....</b>	<b>173</b>
7.1 Allgemeine Interviews .....	173
7.2 Bielefeld.....	192
7.3 Bonn .....	211
7.4 Bottrop .....	240
7.5 Dortmund .....	259
7.6 Essen.....	277
<b>8 Vergleich der Standorte .....</b>	<b>293</b>
8.1 Standortwahrnehmung .....	293
8.2 Weiche Standortfaktoren: Einschätzungen zur Bedeutung .....	297
8.3 Einschätzungen zur grünen Infrastruktur.....	299
8.4 Aktivitäten von städtischer, unternehmerischer und privater Seite.....	305
8.5 Potenziale durch Grün für die künftige Standortausrichtung .....	310
8.6 Grüne Infrastruktur: Bedeutung für Standorte und deren Marketing.....	314
<b>9 Musterlösung Grün? .....</b>	<b>317</b>
9.1 Ansätze der Untersuchungsstandorte.....	317
9.2 Übertragbarkeit der Ergebnisse: Konzeptbausteine .....	320
<b>10 Bedeutung von Grün für Standorte und deren Ausrichtung – Fazit.....</b>	<b>326</b>
<b>VI Literatur .....</b>	<b>XIII</b>
<b>VII Anhang.....</b>	<b>XXXIX</b>
Anhang 1: Liste der Gesprächspartner .....	XXXIX
Anhang 2: Interviewleitfäden.....	XL

## I Abkürzungsverzeichnis

BauGB	Baugesetzbuch
BBSR	Bundesinstitut für Bau-, Stadt- und Raumforschung
BfN	Bundesamt für Naturschutz
BMU	Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz und Reaktorsicherheit
BMUB	Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz, Bau und Reaktorsicherheit
bpb	Bundeszentrale für politische Bildung
DGNB	Deutsche Gesellschaft für Nachhaltiges Bauen
FFH	Flora-Fauna-Habitat
EMG	ESSEN MARKETING GMBH
EWG	EWG – Essener Wirtschaftsförderungsgesellschaft mbH
GALK	Deutsche Gartenamtsleiterkonferenz
IHK	Industrie- und Handelskammer
ILS	ILS – Institut für Landes- und Stadtentwicklungsforschung gGmbH
IT.NRW	Landesbetrieb Information und Technik Nordrhein-Westfalen
MBV NRW	Ministerium für Bauen und Verkehr des Landes Nordrhein-Westfalen
MBWSV NRW	Ministerium für Bauen, Wohnen, Stadtentwicklung und Verkehr des Landes Nordrhein-Westfalen
MWEBWV NRW	Ministerium für Wirtschaft, Energie, Bauen, Wohnen und Verkehr des Landes Nordrhein-Westfalen
NGO	Nichtregierungsorganisation
:rak	Regionaler Arbeitskreis Entwicklung, Planung und Verkehr Bonn/Rhein-Sieg/Ahrweiler
T&C	Tourismus & Congress GmbH Region Bonn/Rhein-Sieg/Ahrweiler
UBA	Umweltbundesamt
UN/UNO	Vereinte Nationen
WEGE mbH	WEGE mbH Wirtschaftsentwicklungsgesellschaft Bielefeld
WHO	Weltgesundheitsorganisation

## II Tabellenverzeichnis

Tab. 2-1: Harte und weiche Standortfaktoren (Quelle: verändert nach GRABOW et al. 1995: 68f.; GRABOW 2005) .....	10
Tab. 6-1: Bevölkerungsstand und -bewegung zwischen 2008-2014 in Bielefeld (Quelle: IT.NRW 2015b: 6) .....	98
Tab. 6-2: Bevölkerungsvorausberechnung in der Basisvariante in Bielefeld 01.01.2014-01.01.2040 (Quelle: IT.NRW 2015b: 9).....	99
Tab. 6-3: Bevölkerungsstand und -bewegung zwischen 2008-2014 in Bonn (Quelle: IT.NRW 2015c: 6).....	115
Tab. 6-4: Bevölkerungsvorausberechnung in der Basisvariante in Bonn 01.01.2014-01.01.2040 (Quelle: IT.NRW 2015c: 9).....	116
Tab. 6-5: Bevölkerungsstand und -bewegung zwischen 2008-2014 in Bottrop (Quelle: IT.NRW 2015d: 6) .....	129
Tab. 6-6: Bevölkerungsvorausberechnung in der Basisvariante in Bottrop 01.01.2014-01.01.2040 (Quelle: IT.NRW 2015d: 9).....	130
Tab. 6-7: Bevölkerungsstand und -bewegung zwischen 2008-2014 in Dortmund (Quelle: IT.NRW 2015e: 6).....	143
Tab. 6-8: Bevölkerungsvorausberechnung in der Basisvariante in Dortmund 01.01.2014-01.01.2040 (Quelle: IT.NRW 2015e: 9).....	143
Tab. 6-9: Bevölkerungsstand und -bewegung zwischen 2008-2014 in Essen (Quelle: IT.NRW 2015f: 6) .....	160
Tab. 6-10: Bevölkerungsvorausberechnung in der Basisvariante in Essen 01.01.2014-01.01.2040 (Quelle: IT.NRW 2015f: 9) .....	160

### III Abbildungsverzeichnis

Abb. 2-1: Beispiel eines Standortwahlprozesses (Quelle: HAAS & NEUMAIR 2015: 19) .....	12
Abb. 2-2: Industriestandorttheorie nach Alfred Weber (Quelle: HAAS & NEUMAIR 2015: 38).....	16
Abb. 2-3: Lagerente und Muster der Bodennutzung nach von Thünen (Quelle: HAAS & NEUMAIR 2015: 47).....	18
Abb. 2-4: Theorie der Zentralen Orte nach Walter Christaller (Quelle: HAAS & NEUMAIR 2015: 51).....	20
Abb. 4-1: Der Emscher Landschaftspark im Überblick (Quelle: REGIONALVERBAND RUHR 2016c).....	40
Abb. 4-2: Überlagerung von Freiraumfunktionen auf der Freifläche (Quelle: FLACKE 2003: 31).....	42
Abb. 4-3: Das Stadtklima und seine Einflussfaktoren (Quelle: DEUTSCHER WETTERDIENST o.J.).....	43
Abb. 4-4: Grünflächen einer Bonner Wohnanlage (Quelle: eigene Aufnahme) .....	44
Abb. 4-5: Freizeitnutzung der Bonner Hofgartenwiese (Quelle: eigene Aufnahme) .....	47
Abb. 4-6: Essbare Stadt Andernach (Quelle: ANDERNACH.NET. GESELLSCHAFT FÜR STADTMARKETING, WIRTSCHAFT UND TOURISMUS MBH 2016) .....	48
Abb. 4-7: Variation des mittleren Bodenrichtwertes der Untersuchungsstandorte in Abhängigkeit vom tatsächlichen Pflegezustand (Quelle: GRUEHN 2010b: 7).....	51
Abb. 4-8: Ausschnitt des Flächennutzungsplans der Stadt Bielefeld aus dem Online-Kartendienst (Quelle: STADT BIELEFELD o.J.c) .....	56
Abb. 4-9: Grünordnungskonzept der Stadt Münster (Quelle: STADT MÜNSTER o.J.b). .....	64
Abb. 5-1: Ausgewählte Standortfaktoren (Quelle: verändert nach HAAS & NEUMAIR 2015: 18).....	75
Abb. 5-2: Ablauf der qualitativen Inhaltsanalyse (Quelle: GLÄSER & LAUDEL 2010: 203).....	85
Abb. 6-1: Die Lage Nordrhein-Westfalens in Europa (Quelle: NRW.INVEST GMBH 2016) .....	87
Abb. 6-2: Die administrative Gliederung Nordrhein-Westfalens (Quelle: verändert nach LANDSCHAFTSVERBAND WESTFALEN-LIPPE 2007 – Entwurf von Rudolf Grothues).....	88
Abb. 6-3: Bevölkerungsbewegung in Nordrhein-Westfalen zwischen 2003 und 2013 (Quelle: IT.NRW 2015a: 2).....	89
Abb. 6-4: Verfügbares Einkommen der privaten Haushalte in den Kreisen und kreisfreien Städten in Deutschland im Jahr 2011 (Quelle: verändert nach WEGE MBH 2014, Basis: Statistische Ämter des Bundes und der Länder) .....	89
Abb. 6-5: Hochqualifizierte Beschäftigte in den Kreisen und kreisfreien Städten in Deutschland (Quelle: verändert nach WEGE MBH 2014, Basis: Daten der Bundesagentur für Arbeit) .....	90
Abb. 6-6: Arbeitslosenquote am 30.06.2013 in den Kreisen und kreisfreien Städten in Deutschland (Quelle: verändert nach WEGE MBH 2014, Basis: Daten der Bundesagentur für Arbeit).....	90
Abb. 6-7: Das Bundesland Nordrhein-Westfalen (Quelle: MR KARTOGRAPHIE – INGENIEURBÜRO UND VERLAG o.J.) .....	91
Abb. 6-8 Flächenanteile in Bielefeld (Quelle: IT.NRW 2015b: 3).....	94
Abb. 6-9: Stadtgebiet Bielefeld (Quelle: AMBIWEB GMBH 2016a).....	95
Abb. 6-10 Kesselbrink in Bielefeld (Quelle: eigene Aufnahme) .....	97
Abb. 6-11: Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte am Arbeitsort am 30.6.2013 in Bielefeld (Quelle: IT.NRW 2015b: 15).....	99
Abb. 6-12: Internetpräsenz zum 800-jährigen Stadtjubiläum der Stadt Bielefeld (Quelle: BIELEFELD MARKETING GMBH 2016a).....	101

Abb. 6-13: Wichtigkeit der Wohlfühlfaktoren am Wohnort der Bielefelder Bevölkerung (Quelle: RESEARCH & CONSULTING GMBH 2014) .....	102
Abb. 6-14: Wichtigkeit der Standortfaktoren allgemein für die Bielefelder Unternehmen (Quelle: RESEARCH & CONSULTING GMBH 2014) .....	103
Abb. 6-15: Bürgerpark in Bielefeld (Quelle: LANDSCHAFTSVERBAND WESTFALEN-LIPPE 2016a).....	104
Abb. 6-16: Übersichtsplan des Heimat-Tierparks Olderdissen in Bielefeld (Quelle: BIELEFELD MARKETING GMBH 2015a) .....	105
Abb. 6-17: Nordpark in Bielefeld (Quelle: LANDSCHAFTSVERBAND WESTFALEN-LIPPE 2013) .....	105
Abb. 6-18: Ravensberger Spinnerei-Garten in Bielefeld (Quelle: BIELEFELD MARKETING GMBH 2016b) .....	106
Abb. 6-19: Botanischer Garten in Bielefeld (Quelle: VEREIN FREUNDE DES BOTANISCHEN GARTENS BIELEFELD E.V. o.J.) .....	106
Abb. 6-20: Obersee in Bielefeld (Quelle: HOPEK o.J.) .....	107
Abb. 6-21: Japanischer Garten in Bielefeld (Quelle: LANDSCHAFTSVERBAND WESTFALEN-LIPPE 2016b) .....	107
Abb. 6-22: Historischer Park Johannisberg in Bielefeld (Quelle: BIELEFELD MARKETING GMBH 2015b) .....	108
Abb. 6-23: Logo zum Programm " <i>StadtParkLandschaft – Erlebnisvielfalt im Grünen</i> " (Quelle: STADT BIELEFELD 2009: 5).....	109
Abb. 6-24: Erlebnis- und Landschaftspark am Bielefelder Pass (Quelle: STADT BIELEFELD 2009: 12f.) .....	110
Abb. 6-25: Flächenanteile in Bonn (Quelle: IT.NRW 2015c: 3).....	111
Abb. 6-26: Stadtgebiet Bonn (Quelle: AMBIWEB GMBH 2016b) .....	112
Abb. 6-27: Räumliche Schwerpunktbereiche für die Entwicklung des Leitmotivs "Grüne Trittsteine" (Quelle: BUNDESSTADT BONN 2012: 51).....	114
Abb. 6-28: Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte am Arbeitsort am 30.6.2013 in Bonn (Quelle: IT.NRW 2015c: 15).....	117
Abb. 6-29: Titelbild der Informationsbroschüre "Wirtschaftsstandort Bonn" (Quelle: BUNDESSTADT BONN 2015j).....	119
Abb. 6-30: Baumschulwäldchen in Bonn (Quelle: BUNDESSTADT BONN 2015a).....	121
Abb. 6-31: Poppelsdorfer Schloss und Botanische Gärten in Bonn (Quelle: BUNDESSTADT BONN 2016a).....	121
Abb. 6-32: Grünzug Nord in Bonn (Quelle: BUNDESSTADT BONN 2015d) .....	122
Abb. 6-33: Poppelsdorfer Allee in Bonn (Quelle: BUNDESSTADT BONN 2015g) .....	122
Abb. 6-34: Freizeitpark Rheinaue in Bonn (Quelle: BUNDESSTADT BONN 2015b).....	123
Abb. 6-35: Stadthalle im Kurpark in Bonn-Bad Godesberg (Quelle: BUNDESSTADT BONN 2015i) ....	123
Abb. 6-36: <i>Grünes C</i> in der Region Bonn (Quelle: STADT TROISDORF 2012b) .....	125
Abb. 6-37: Auszug aus dem <i>Integrierten Freiraum-System</i> der Stadt Bonn (Quelle: BUNDESSTADT BONN o.J.a).....	126
Abb. 6-38: Flächenanteile in Bottrop (Quelle: IT.NRW 2015d: 3) .....	127
Abb. 6-39: Stadtgebiet Bottrop (Quelle: IHK NORD WESTFALEN o.J.) .....	128
Abb. 6-40: Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte am Arbeitsort am 30.6.2013 in Bottrop (Quelle: IT.NRW 2015d: 15).....	130
Abb. 6-41: Stadtgarten in Bottrop (Quelle: STADT BOTTROP 2016d).....	133
Abb. 6-42: Gesundheitspyramide im Gesundheitspark Quellenbusch in Bottrop (Quelle: STADT BOTTROP o.J.a) .....	133

Abb. 6-43: Heidhof in der Kirchheller Heide in Bottrop (Quelle: REGIONALVERBAND RUHR 2016b) .....	134
Abb. 6-44: Heidhofsee in der Kirchheller Heide in Bottrop (Quelle: STADT BOTTROP 2016b).....	134
Abb. 6-45: Heidesee in der Kirchheller Heide in Bottrop (Quelle: STADT BOTTROP 2016b) .....	135
Abb. 6-46: Volkspark Batenbrock in Bottrop (Quelle: ORTKEMPER 2010) .....	135
Abb. 6-47: "Blauer Himmel, grüne Stadt" – <i>InnovationCity</i> Bottrop (Quelle: INNOVATION CITY MANAGEMENT GMBH o.J.a) .....	136
Abb. 6-48: Grünstrukturen und Versiegelungsbereiche in Beziehung zur Temperaturverteilung (Quelle: ARBEITSGEMEINSCHAFT ARGE IC RUHR 2014a: 69).....	138
Abb. 6-49: Flächenanteile in Dortmund (Quelle: IT.NRW 2015e: 3) .....	140
Abb. 6-50: Stadtgebiet Dortmund (Quelle: AMBIWEB GMBH 2016c) .....	141
Abb. 6-51: Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte am Arbeitsort am 30.6.2013 in Dortmund (Quelle: IT.NRW 2015e: 15).....	144
Abb. 6-52: Präsentation der Stadt Dortmund durch die Wirtschaftsförderung (Quelle: STADT DORTMUND 2016n) .....	146
Abb. 6-53: Radial-konzentrisches Freiraumkonzept Dortmund (Quelle: STADT DORTMUND 2003: 19).....	146
Abb. 6-54: Fredenbaumpark in Dortmund (Quelle: STADT DORTMUND 2016c).....	148
Abb. 6-55: Botanischer Garten Rombergpark in Dortmund (Quelle: STADT DORTMUND 2016b) .....	149
Abb. 6-56: Bachverlauf im Landschaftspark <i>Alte Körne</i> in Dortmund (Quelle: STADT DORTMUND 2016h) .....	150
Abb. 6-57: Heidelandschaft im Westfalenpark in Dortmund (Quelle: STADT DORTMUND 2016m) ..	151
Abb. 6-58: Westfalenpark in Dortmund (Quelle: STADT DORTMUND 2016m) .....	151
Abb. 6-59: Zukunftsstandort PHOENIX in Dortmund (Quelle: STADT DORTMUND 2015b).....	152
Abb. 6-60: PHOENIX Dortmund – Einbindung in den Emscher Landschaftspark (Quelle: STADT DORTMUND 2015e).....	153
Abb. 6-61: Abbildung aus einer Imagebroschüre zum Projekt PHOENIX Dortmund (Quelle: STADT DORTMUND 2010: 10) .....	154
Abb. 6-62: Flächenanteile in Essen (Quelle: IT.NRW 2015f: 3) .....	155
Abb. 6-63: Stadtgebiet Essen (Quelle: AMBIWEB GMBH 2016d).....	156
Abb. 6-64: Krupp-Gürtel mit Krupp-Park Nord und Krupp-Park Süd in Essen (Quelle: GOLLES 2011: 63).....	158
Abb. 6-65: Freiraum im Universitätsviertel Essen (Quelle: EWG o.J.d – Bild von Rainer W. Seck) .....	159
Abb. 6-66: Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte am Arbeitsort am 30.6.2013 in Essen (Quelle: IT.NRW 2015e: 15).....	161
Abb. 6-67: Grugapark in Essen (Quelle: GRUGAPARK ESSEN o.J.) .....	163
Abb. 6-68: Krupp-Park in Essen (Quelle: STADT ESSEN o.J.d) .....	164
Abb. 6-69: Helenenpark in Essen (Quelle: STADT ESSEN o.J.b).....	165
Abb. 6-70: Kaiser-Wilhelm-Park in Essen (Quelle: STADT ESSEN o.J.c).....	165
Abb. 6-71: Schlosspark Borbeck in Essen (Quelle: STADT ESSEN o.J.e).....	166
Abb. 6-72: Stadtgarten in Essen (Quelle: STADT ESSEN o.J.f) .....	166
Abb. 6-73: Volksgarten Kray in Essen (Quelle: ARBEIT & BILDUNG ESSEN GMBH o.J.h) .....	167
Abb. 6-74: Übersichtsplan zur Freiraumentwicklung im Rahmen der Perspektive <i>Freiraum schafft Stadtraum</i> in Essen (Quelle: ARBEIT & BILDUNG ESSEN GMBH o.J.b) .....	168
Abb. 6-75: Nord-Süd-Routen in Essen (Quelle: STADT ESSEN 2011: 32).....	170
Abb. 6-76: Logo "Essen 2017 – <i>Grüne Hauptstadt Europas</i> " (Quelle: STADT ESSEN 2016b) .....	171

Abb. 9-1: Konzeptbausteine (Quelle: eigene Darstellung) .....	322
Abb. 10-1: Urbanes Grün in der extensiven Pflege (Quelle: eigene Aufnahme).....	329
Abb. 10-2: Grünstrukturen der Reutersiedlung in Bonn-Kessenich (Quelle: eigene Aufnahme) .....	330



## IV Zusammenfassung

Die Stadt Münster macht es vor: Durch ihr grünes Image haben Menschen das Bild einer lebenswerten Stadt im Sinn. Wie gehen andere Städte in Nordrhein-Westfalen mit ihrem Grün um und kann es ein Standortfaktor sein?

Die Forschung beschäftigt sich seit Längerem mit den Effekten urbaner Grünstrukturen und obwohl sich Expertinnen und Experten über ihre vielschichtige Bedeutung einig sind, fand dieser Aspekt bisher kaum Beachtung in der Standortforschung. Am Beispiel von Nordrhein-Westfalen wird untersucht, welche Bedeutung grüne Infrastruktur für Städte hat, indem hinterfragt wird, welchen Wert diese für Unternehmen, vor allem aber auch für deren Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer hat, und wie Städte mit diesem Faktor umgehen.

Untersucht werden die Städte Bielefeld, Bonn, Bottrop, Dortmund und Essen, die unterschiedliche demographische, wirtschaftliche und geschichtliche Hintergründe aufweisen. Alle Standorte haben jedoch gemeinsam, dass sie sich mit dem Faktor Grün, wenn auch auf verschiedenste Weise, auseinandersetzen. Dortmund ist in der Fachwelt für sein PHOENIX-Projekt bekannt, Bottrop gewann den InnovationCity-Wettbewerb und Essen trägt für das Jahr 2017 den Titel der Green Capital Europe. Bielefeld ist vom Teutoburger Wald umgeben, Bonn liegt in unmittelbarer Nähe des Siebengebirges und gilt als Tor zum romantischen Rhein. Münster nimmt auf diesem Feld eine Vorreiterrolle ein. Gewählt zur lebenswertesten Stadt der Welt ist sie bekannt dafür, hierauf einen besonderen Fokus zu legen. Sie hat das Image einer grünen Stadt und dieser Umstand zeigt sich auch wirtschaftlich durch spezifische Unternehmensansiedlungen und steigende Tourismuszahlen. Kann es also eine allgemeingültige Strategie für Städte im Umgang mit ihrem Grün geben oder muss jeder Standort selbst prüfen, wie er mit diesem Thema vor dem Hintergrund seiner standortspezifischen Besonderheiten umgeht?

Die Untersuchung ergibt, dass urbane Grünstrukturen auf ökologischer, ökonomischer und sozialer Ebene einen Mehrwert generieren. Sie ermöglichen und beeinflussen das Freizeitverhalten, wirken sich aber auch positiv auf das Stadtklima, die Lebensqualität und die Gesundheit aus. Zudem bieten sie durch Ökosystemleistungen viele wirtschaftliche Vorteile. Auch das Image einer Stadt wird von ihr beeinflusst. Es ist denkbar, dass diese Aspekte gerade für hochqualifizierte Fachkräfte und deren Familien eine Rolle bei der Standortwahl spielen und vermutlich in Zukunft noch an Bedeutung gewinnen könnten, wenn sich Standorte in ihren harten Faktoren immer mehr ähneln. Dennoch gibt es hier auch Konfliktpotenzial. Die kommunalen Haushaltslagen sind angespannt. Oftmals fehlen für die Unterhaltung der Grünstrukturen die finanziellen Mittel. Hier sind innovative Ansätze gefordert.



# 1 Einleitung

## 1.1 Fragestellung und Zielsetzung der Arbeit

Kaum eine andere Stadt in Nordrhein-Westfalen hat ein derart grünes Image wie die Stadt Münster, die das Bild einer lebenswerten Stadt verkörpert. Es stellt sich die Frage, wie andere Städte in Nordrhein-Westfalen mit ihrem Stadtgrün umgehen und ob in den urbanen Freiräumen ein Standortfaktor für die Städte liegt. Am Beispiel der Städte Bielefeld, Bottrop, Bonn, Essen und Dortmund wird untersucht, welche Bedeutung grüne Infrastruktur für die Städte hat, indem hinterfragt wird, welchen Wert diese für Unternehmen, vor allem aber auch für die am Standort lebenden und arbeitenden Menschen haben, und wie die Städte selbst mit diesem Faktor umgehen. Alle untersuchten Städte haben unterschiedliche demographische, wirtschaftliche oder geschichtliche Hintergründe. Ihnen ist jedoch gemeinsam, dass sie sich mit dem Faktor "Grün", wenn auch auf unterschiedliche Art, auseinandersetzen. Dortmund ist in der Fachwelt für sein PHOENIX-Projekt bekannt, Bottrop gewann den *InnovationCity*-Wettbewerb und Essen hat den Titel der *Grünen Hauptstadt Europas* gewonnen. Bielefeld ist vom Teutoburger Wald umgeben und wie Bonn, das als Tor zum romantischen Rhein gilt, Mitglied des Bündnisses *Kommunen für Biologische Vielfalt*. Münster gilt auf diesem Feld als Vorreiter. Gewählt zur lebenswertesten Stadt der Welt ist sie bekannt dafür, einen besonderen Fokus auf Freiraum und Lebensqualität zu legen. Das Image einer grünen Stadt zeigt sich auch wirtschaftlich durch spezifische Unternehmensansiedlungen und Tourismuszahlen. Kann es also eine allgemeingültige Strategie für Städte und ihren Umgang mit den urbanen Grünstrukturen geben oder muss jeder Standort selbst prüfen, wie er mit diesem Thema vor dem Hintergrund seiner standortspezifischen Besonderheiten umgeht? Um sich dem Thema zu nähern, werden einige theoretischen Vorüberlegungen angestellt, die im Folgenden zusammengefasst werden.

Städte, die in dieser Arbeit die Maßstabebene für den Begriff des Standortes darstellen, sind mit verschiedenen Standortfaktoren ausgestattet. Diese Standortfaktoren gliedern sich in harte und weiche Aspekte. Die Bedeutung und Gewichtung der einzelnen Standortfaktoren wandelt sich im Laufe der Zeit durch den Einfluss gesellschaftlicher und technischer Entwicklungen. Zudem wird die Ausstattung der Standorte mit harten Standortfaktoren zunehmend ähnlicher, so dass fraglich ist, worin sich Standorte heute voneinander unterscheiden (vgl. LIEFNER & SCHÄTZL 2012; KRÄTKE 1999). Diverse Studien berichten von der Bedeutung grüner Infrastruktur in sozialer, ökologischer und ökonomischer Hinsicht, die sich auch in den Städten bemerkbar macht. So ermöglichen und beeinflussen urbane Grünstrukturen das Freizeitverhalten, wirken sich positiv auf das Stadtklima, die Lebensqualität und die Gesundheit der Menschen aus, bieten durch Ökosystemleistungen<sup>1</sup> viele wirtschaftliche Vorteile und beeinflussen das Image einer Stadt (vgl. ROTH 2008; MATHEY et al. 2011; HORNBERG & BREI 2010; NATURKAPITAL DEUTSCHLAND – TEEB DE 2016a). Weiter zeigen Studien, dass die grüne Infrastruktur einen hohen Stellenwert in der Bevölkerung hat und von ihr als wichtig erachtet wird, da sie zur Identifikation mit dem Wohnumfeld beiträgt und ein Raum sozialer Begegnung ist (vgl. GALK 2014; BMUB 2016). Die städtischen Grünstrukturen tragen auch zur Wohnumfeldqualität bei und finden Berücksichtigung in der Städtebauförderung und den Konzepten

---

<sup>1</sup> Ökosystemleistungen bezeichnen „direkte und indirekte Beiträge von Ökosystemen zum menschlichen Wohlergehen“, worunter „Leistungen, die dem Menschen einen direkten oder indirekten wirtschaftlichen, materiellen, gesundheitlichen oder psychischen Nutzen bringen“ zählen (NATURKAPITAL DEUTSCHLAND – TEEB DE 2016a: 24).

der integrierten Stadtentwicklung<sup>2</sup> (vgl. MWEBWV NRW 2012). Dabei handelt es sich um ein informelles Planungsinstrument, das eine nachhaltige Stadtentwicklung<sup>3</sup> gewährleisten soll (vgl. BBSR o.J.a). Abgesehen davon beziehen Städte den Faktor "Grün" in ihre Außendarstellung ein (vgl. SCHÜCKHAUS 2003). Diese Entwicklung ist auch an den untersuchten Standorten zu beobachten. Es besteht jedoch auch Konfliktpotenzial im Bereich der urbanen Grünstrukturen, da die kommunalen Haushaltslagen angespannt sind und oftmals für die Unterhaltung der Grünstrukturen die finanziellen Mittel fehlen.

Die Forschungsfrage der Arbeit, die sich aus den theoretischen Vorüberlegungen und der Aufarbeitung der Literatur ableitet, beschäftigt sich damit, inwiefern grüne Infrastruktur in den Städten Nordrhein-Westfalens als Standortfaktor wirkt und ob sie ein Potenzial für den Einsatz im Standortmarketing darstellt. Um diese Frage zu beantworten, wurden im Vorfeld der Arbeit Hypothesen aufgestellt, die zu verifizieren bzw. zu falsifizieren sind. Die Annahmen lauten:

- Aufgrund des zunehmenden Wettbewerbs der Regionen und dem Kampf um qualifizierte Fachkräfte wird die Relevanz weicher Standortfaktoren künftig steigen, wenn sich die Städte in ihrer Ausstattung mit harten Faktoren immer mehr ähneln.
- Hochqualifizierte Arbeitskräfte und deren Angehörige verlangen bei ihrer persönlichen Standortwahl nach einem attraktiven Angebot bezüglich der Natur und Kultur.
- Für produzierende Unternehmen spielen Kostenfaktoren eine größere Rolle bei der Standortwahl als bei Unternehmen der gehobenen Dienstleistung.
- Eine attraktive Grünstruktur und naturräumliche Umgebung hat einen sozialen, ökologischen und ökonomischen Mehrwert und wirkt sich auf die Lebensqualität der Menschen in den Städten aus. Daraus kann sich ein Potenzial für die künftige Ausrichtung und die Marketingaktivitäten von Städten ableiten.
- "Grüne" Projekte im Rahmen einer nachhaltigen Stadtentwicklung tragen dazu bei, die Attraktivität der Städte zu steigern und ihnen ein positives Image zu verleihen.
- Es gibt keine allgemeingültige Strategie für Städte im Umgang mit ihrem Grün. Jeder Standort muss selbst prüfen, wie er mit diesem Thema vor dem Hintergrund seiner standortspezifischen Besonderheiten umgeht.
- Durch die angespannte Lage der kommunalen Haushalte fehlen für die Unterhaltung der Grünstrukturen oftmals die finanziellen Mittel, weswegen innovative Ansätze gefordert sind.

---

<sup>2</sup> Bei integrierten Stadt-, Stadtteil- oder Stadtbezirkentwicklungskonzepten (InSEKts) handelt es sich um „ein strategisches Planungs- und Steuerungsinstrument der Stadtentwicklung. [...] Ein integriertes Handlungskonzept beruht auf der ganzheitlichen Betrachtung eines städtischen Teilraumes bzw. eines Stadtquartiers. Mit seiner Hilfe können städtebauliche, funktionale oder sozial-räumliche Defizite und Anpassungserfordernisse für einen Stadtteil aufgezeigt und bearbeitet werden. [...] Sie nehmen den Stadtteil als Ganzes mit seinen ökonomischen, sozialen und ökologischen Rahmenbedingungen in den Fokus und bündeln ressortübergreifend Ressourcen“ (MWEBWV NRW 2012: 7).

<sup>3</sup> Laut Bundesinstitut für Bau-, Stadt- und Raumforschung (BBSR) unterliegen die städtischen Funktionen „wirtschaftlichen, technologischen und gesellschaftlichen Veränderungen. Deshalb befinden sich auch die Städte und ihre Regionen stets im Wandel. Stadtentwicklung ist so das Ergebnis von unterschiedlichen gesellschaftlichen und wirtschaftlichen Nutzungsansprüchen an den Raum.“ Eine nachhaltige Stadtentwicklung beabsichtigt, „die lokal wirkenden unterschiedlichen Interessen abzuwägen und sie zu einem raumverträglichen und zukunftsfähigen Ausgleich zu führen“ (BBSR o.J.a).

- Grüne Infrastruktur kann Gegenstand von Interessenkonflikten sein. Durch ihren positiven Einfluss auf Immobilienwerte profitieren vor allem wohlhabendere Schichten von ihr, während sozial schwächere Schichten bei Aufwertungsprozessen sogar verdrängt werden könnten. Auf der anderen Seite sind es gerade diese Schichten, die einen erhöhten Bedarf an solchen Flächen für Freizeitnutzungen haben und diese auch aufsuchen, da es daran in den einfacheren Wohngebieten oftmals mangelt.

Folgendes Untersuchungsziel wird im Rahmen dieser Arbeit erforscht: Welche Bedeutung hat grüne Infrastruktur für Standorte und die dort lebenden und arbeitenden Menschen sowie für Unternehmen? Dazu wird geprüft, ob die urbanen Freiräume als Standortfaktor wahrgenommen werden und wie die ausgewählten Standorte Grünstrukturen in der Stadtentwicklung und bei ihrer Außendarstellung berücksichtigen. Dabei ist ebenfalls von Interesse, inwiefern die Eigenarten der Standorte bezüglich des jeweiligen geschichtlichen Hintergrundes, der demographischen Situation oder der wirtschaftlichen Lage einen Einfluss nehmen. Hier stellt sich auch die Frage, welche Anforderungen künftig generell an Standorte und Arbeitsplätze gestellt werden und ob dabei Faktoren wie die städtischen Freiräume und ihr Einfluss auf die Lebensqualität am Standort an Bedeutung gewinnen werden. Zudem ist von Interesse, worin die Standorte selbst ihre Chancen sehen und worin sie Hemmnisse identifizieren. In diesem Zusammenhang ist in Erfahrung zu bringen, mit welchen Konfliktpotenzialen sich die Standorte konfrontiert sehen, was beispielsweise Aspekte wie die Flächenknappheit in wachsenden Regionen, die kommunale Haushaltssituation oder den regionalen Wettbewerb betrifft.

## **1.2 Stand der Forschung**

Die Forschung beschäftigt sich seit längerem mit den Effekten urbaner Grünstrukturen. Obwohl sich Expertinnen und Experten über ihre vielschichtige Bedeutung einig sind, ergab sich aus der Literaturrecherche, dass dieser Aspekt bislang wenig Beachtung in der Standortforschung fand.

Der urbane Freiraum ist Gegenstand von Richtlinien, Leitbildern und Festsetzungen auf europäischer Ebene, Bundesebene, Landesebene und kommunaler Ebene. Weiter existieren auf den genannten politischen Ebenen verschiedene Studien und Handlungsempfehlungen zur integrierten Stadtentwicklung unter Berücksichtigung urbaner Grünstrukturen. Das zeigt, dass das urbane Grün Gegenstand der Politik ist. Zu nennen sind dabei auf Landesebene der Forschungsbericht "Urbanes Grün in der integrierten Stadtentwicklung – Strategien, Projekte, Instrumente" und der darauf aufbauende Leitfaden für Planerinnen und Planer „Urbanes Grün – Konzepte und Instrumente“ (MBWSV NRW 2012; 2014). Auf Bundesebene hat das Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz, Bau und Reaktorsicherheit die Veröffentlichung "Grün in der Stadt – Für eine lebenswerte Zukunft. Grünbuch Stadtgrün" herausgebracht, die sich mit dem Stellenwert urbaner Grünstrukturen befasst (BMUB 2015). Zudem gibt es mit der Nationalen Biodiversitätsstrategie auf Bundesebene eine Strategie zur Umsetzung des UN-Übereinkommens über die biologische Vielfalt (BMU 2007).

Daneben beschäftigen sich verschiedene Publikationen mit der Bedeutung urbaner Grünstrukturen auf ökologischer Ebene. Dabei wird unter anderem ihr Mehrwert für das Stadtklima, z.B. was Wärmeinseln oder Hitzewellen betrifft, thematisiert (z.B. MATHEY et al. 2011; UBA 2013). Durch die vielfältigen Wechselbeziehungen gibt es verschiedene Überschneidungen zwischen den Bereichen Ökologie, Gesundheit oder Soziales, die auch Gegenstand einiger Untersuchungen sind. Diesbezüglich sind der Einfluss auf die menschliche Gesundheit und Lebensqualität (z.B. MALLER et

al. 2005; CLAßEN & HORNBERG 2008; HORNBERG & BREI 2010; RITTEL et al. 2014; KREKEL et al. 2015; VÖLKER & KISTEMANN 2015) sowie der Einfluss auf Sport und Bewegung (z.B. KRETSCHMER et al. 2007; ROTH 2008) zu nennen. Auch die Bedeutung der urbanen Freiräume im Zusammenhang mit dem demographischen Wandel (z.B. BECKER 2008) und ihre Bedeutung als Raum für Freizeit und soziale Interaktion (z.B. BURGESS et al. 1988; FROHN 2004; DEUTSCHE UMWELTHILFE E.V. 2013) wird in Studien untersucht. Weiter haben verschiedene Studien und Ansätze den Wert und die Inwertsetzung grüner Infrastruktur zum Gegenstand (z.B. GRUEHN 2010a; SOUTH YORKSHIRE FOREST PARTNERSHIP/SHEFFIELD CITY COUNCIL 2012; NATURKAPITAL DEUTSCHLAND – TEEB DE 2016a) oder untersuchen den Stellenwert grüner Infrastruktur in der Bevölkerung (z.B. GALK 2014; BMUB 2016). In jüngster Vergangenheit wurde auch die Nutzung und Wahrnehmung urbaner Grünräume aus der sozialgeographischen Sicht erforscht (z.B. KASPAR 2012). Abgesehen von ihrem Stellenwert im Rahmen einer nachhaltigen Stadtentwicklung (z.B. COSTA & HOYER 2008; SCHEELE 2010), der vermehrt in Politik und Planung berücksichtigt wird, findet der Wert grüner Infrastruktur auch zunehmend als weicher Standortfaktor Erwähnung (z.B. SCHÜCKHAUS 2003; MAYER 2008).

Inwiefern die grüne Infrastruktur damit einen Standortfaktor an konkreten Standorten darstellt und Einsatz im Standortmarketing finden könnte, wird bisher kaum thematisiert. So resultiert aus den theoretischen Vorüberlegungen und der Auseinandersetzung mit der aktuellen Forschung und Literatur die Frage, ob die grüne Infrastruktur in der Praxis ein Standortfaktor ist und ob sie Potenzial für das Standortmarketing hat, was anhand der Untersuchung ausgewählter Städte in Nordrhein-Westfalen erforscht wird.

### **1.3 Aufbau und Einordnung in den wissenschaftlichen Kontext**

Die vorliegende Arbeit liegt thematisch im Bereich der Wirtschaftsgeographie, beschäftigt sich jedoch auch mit ökologischen sowie sozialen Aspekten und umfasst des Weiteren stadtgeographische bzw. stadtplanerische Gesichtspunkte. Die Analyse der Standortwahl von Akteuren, die in das Feld der Standortforschung einzuordnen ist, wird als übergeordnetes Thema begriffen. Der Umgang der kommunalen Seite mit der Thematik wird dabei ergänzend untersucht.

Kapitel 1 gibt eine kurze Einführung in die Thematik und behandelt die Fragestellung und Zielsetzung, den aktuellen Forschungsstand sowie den Aufbau der Arbeit und die Einordnung in den wissenschaftlichen Kontext.

In Kapitel 2 wird ein Überblick über die Thematik der Standortentscheidungen gegeben. Neben einer Erläuterung des Standortbegriffs sowie der Begrifflichkeit der Standortfaktoren werden die Standorttheorien der Vergangenheit und Gegenwart umrissen und der Bedeutungswandel der verschiedenen Theorien und Standortfaktoren sowie die dahinterstehenden Gründe erläutert.

Kapitel 3 macht das Standortmarketing zum Gegenstand und erklärt die Begriffe des Stadt- und Regionalmarketings sowie die Rolle der Wirtschaftsförderung. Da der Marketingprozess jedoch nicht Gegenstand der Arbeit ist, soll dabei nur ein kurzer Überblick gegeben werden, um die Thematik in den Kontext einordnen zu können.

Kapitel 4 befasst sich mit der grünen Infrastruktur. Neben einer Definition und der Klärung des Ursprungs des Begriffs wird der Bedeutungswandel der urbanen Freiräume skizziert, bevor auf die verschiedenen Funktionen grüner Infrastruktur eingegangen wird. Neben den ökologischen Aspekten werden ihr Einfluss auf die menschliche Gesundheit, Erholung und Lebensqualität, ihre Bedeutung als

Raum sozialer Interaktion sowie ihr Freizeitwert, ihr ökonomischer Einfluss und ihre Wirkung auf das Image von Standorten und den touristischen sowie kulturellen Bereich thematisiert. Des Weiteren werden die Nutzungsvoraussetzungen urbaner Freiräume, ihre Bedeutung auf politischer, planerischer und unternehmerischer Ebene erläutert, bevor Ansätze zur Steigerung der Wertschätzung urbaner Grünstrukturen, zur Ermittlung ihres Stellenwertes in der Bevölkerung und zur Ermittlung von Potenzialen für das Standortmarketing vorgestellt werden.

Nach einem Zwischenfazit wird in Kapitel 5 das methodische Vorgehen dargelegt. Neben der Erläuterung des Untersuchungsansatzes sowie der Auswahl der Beispierräume wird ein Überblick über die qualitative Sozialforschung gegeben, da die Untersuchung auf Basis von qualitativen Interviews durchgeführt wird. Zudem wird die Wahl der Gesprächspartner erklärt und der Interviewleitfaden sowie das Vorgehen bei der Interviewauswertung vorgestellt, die im Rahmen einer qualitativen Inhaltsanalyse nach Gläser und Laudel erfolgt.

In Kapitel 6 werden der Wirtschaftsstandort Nordrhein-Westfalen und die verschiedenen untersuchten Standorte vorgestellt, damit ein Eindruck von den Städten und deren jeweiliger geschichtlicher sowie demographischer Entwicklung, der Wirtschafts- und Beschäftigtenstruktur, des Standortmarketings, der grünen Infrastruktur und den Schwerpunkten in der Stadt- und Freiraumentwicklung gewonnen werden kann.

Kapitel 7 enthält die Untersuchungsergebnisse, die aus den geführten Interviews resultieren. Für jede Stadt werden die Wahrnehmung der Standorte bezüglich Standortfaktoren und Alleinstellungsmerkmalen, die Bedeutung weicher Standortfaktoren, die Einschätzungen zur grünen Infrastruktur, die Aktivitäten von städtischer, unternehmerischer sowie privater Seite und die Potenziale für die künftige Standortausrichtung analysiert. Neben den standortbezogenen Interviews wurden auch allgemeine Interviews geführt, die ebenfalls die genannten Themenbereiche umfassen. Diese werden in Kapitel 7 ebenfalls vorgestellt. In einem Fazit werden die Ergebnisse zur jeweiligen Bedeutung grüner Infrastruktur als Standortfaktor und Potenzial für das Standortmarketing resümiert.

Mit dem Wissen aus den Kapiteln 6 und 7 wird in Kapitel 8 ein Vergleich der Standorte durchgeführt, der sich ebenfalls an den in Kapitel 7 genannten Kategorien orientiert, bevor in Kapitel 9 die Frage beantwortet wird, ob es eine "Musterlösung Grün" geben kann. Hierfür werden die Ansätze der Untersuchungsstandorte und die Ergebnisse der allgemein geführten Interviews auf ihre Übertragbarkeit geprüft.

Die Untersuchung wird mit Kapitel 10 abgeschlossen, das die Bedeutung von Grün für Standorte und deren Ausrichtung in einem Fazit diskutiert und einen Ausblick für die Zukunft gibt.

Im folgenden Text wird auf eine geschlechtsneutrale Formulierung geachtet. Der Teil der Arbeit, der aus den geführten Interviews resultiert, beinhaltet weiterhin die Originalzitate, die nicht im Sinne einer Geschlechtsneutralität abgeändert werden. Soweit dort neutrale oder männliche Bezeichnungen verwendet werden, sind darunter jeweils weibliche und männliche Personen zu verstehen. Dies soll keinesfalls eine Geschlechterdiskriminierung oder eine Verletzung des Gleichheitsgrundsatzes zum Ausdruck bringen.

## 2 Die Thematik der Standortentscheidung

### 2.1 Die Begrifflichkeit des Raums

Dieses Kapitel widmet sich der Thematik der Standortentscheidungen, die auf räumlicher Ebene getätigt werden. Spricht man von Standorten in einem Raum, so stellt sich auch die Frage nach der Definition des Raumbegriffs. SEEBACHER weist darauf hin, dass wenn „Raum“ nicht nur als ein in der "Wirklichkeit" vorgegebenes, "reales" Objekt, sondern als ein zu definierender Begriff angesehen wird, deutlich wird, „dass zahlreiche verschiedene "Raum"-Auffassungen nebeneinander existieren können, die jeweils unterschiedliche Aspekte der "Wirklichkeit" thematisieren und darstellen“. Demnach ist "Raum" nicht nur eine "physisch-materielle Gegebenheit". Er kann auch „eine kognitive Repräsentation eines Umweltausschnittes oder eine Projektionsfläche für individuelle oder kollektive Identitäts- und Sinneszuschreibungen“ darstellen. So ist die Entstehung des Raumkonzeptes davon abhängig, wie der Begriff des Raums „in bestimmten Kontexten innerhalb bestimmter Forschungsperspektiven definiert wird“. Dabei konstruieren und strukturieren die verschiedenen Raumkonzepte „als "Ideen" über [den] "Raum" die wissenschaftlich zugängliche Realität“. Das hat zur Folge, dass das Verhältnis von "Gesellschaft" und "Raum" [...] auf Basis der Vielfalt an Raumbegriffen und Raumkonzepten in zahlreichen unterschiedlichen Formen und Ausprägungen thematisiert werden“ kann. Wenn man also Raum als eine "physisch-materielle Gegebenheit" definiert, „können andere Wechselwirkungen und Zusammenhänge zwischen "Gesellschaft" und "Raum" angesprochen werden, als wenn "Raum" als symbolisches oder kognitives Konstrukt konzeptionalisiert wird“ (SEEBACHER 2012: 127f.). Zu einem neuen soziologischen Raumverständnis hat vor allem der Ansatz von Martina Löw beigetragen, der „den sozialen "Raum" als prozessualen Begriff und als "soziale Konstruktion" versteht. Daraus resultiert, dass "Raum" „durch gesellschaftliche Entwicklungen und als soziales Phänomen geschaffen“ wird. So ist die Raumkonstruktion auch Gegenstand dieses Ansatzes (SEEBACHER 2012: 120), denn es wird davon ausgegangen, dass „Raum eine rationale (An)Ordnung von Lebewesen und sozialen Gütern ist“ (LÖW 2001: 154), wobei auch die Verknüpfung der beiden Elemente mit dem Raum von Interesse ist (SEEBACHER 2012: 122). Darauf bezieht sich auch Heidi Kaspar, die in ihrer Untersuchung zu dem Schluss kommt, „dass die Konstitution von Raum auf einer ständigen Auseinandersetzung mit der Umgebung basiert“, worunter die „Wechselwirkungen zwischen wahrnehmenden Subjekten und wahrgenommenen Objekten“ zu verstehen sind (KASPAR 2012: 14). Dieser Umstand ist deswegen im Kontext der Untersuchung von Bedeutung, weil Standortentscheidungen auch einer subjektiven Ebene unterliegen. Von Interesse sind nicht nur die Eigenschaften des Standortes, sondern auch deren Wirkung auf die verschiedenen Akteure.

In der vorliegenden Arbeit wird der Begriff des Standortes hauptsächlich für die Maßstabebene der Stadt verwendet, da verschiedene Städte innerhalb Nordrhein-Westfalens Gegenstand der Untersuchung sind. Daneben wird vereinzelt auch von Standorten auf einer kleinen räumlichen Ebene gesprochen und beispielsweise auf Standorte innerhalb der Stadt verwiesen, wenn es um das PHOENIX Areal in Dortmund oder den Bonner Bogen in Bonn und deren für die Untersuchung relevanten Eigenschaften geht. Neben der Frage nach der Definition des Raums ist also auch von Interesse, was eine Stadt auszeichnet, da die Stadt ein wesentlicher Gegenstand der Untersuchung ist. Laut SIEBEL ist Stadt „eine soziale Tatsache, die sich räumlich geformt hat“. Demnach schafft sich jede Gesellschaft ihren eigenen Raum, so dass hinter dem Begriff "Stadt" so viele Wirklichkeiten bestehen, „wie es gesellschaftliche Formationen gibt“. So „zeigt sich der qualitative Unterschied

zwischen Stadt und Land in verschiedenen Dimensionen“, was in Abhängigkeit zur jeweiligen gesellschaftlichen Epoche bzw. zum Kulturkreis steht (SIEBEL 2016: 15). Heute ist die gesamte Gesellschaft urbanisiert, was dazu geführt hat, dass Stadt und Land keine gesellschaftlichen Gegensätze mehr darstellen. Einen Ansatzpunkt für die Definition von Stadt bietet die Frage nach den Besonderheiten ihrer Kultur (vgl. SIEBEL 2016: 17f.). SIEBEL begründet das in der "Pluralisierung der Stadtkultur", der "Kulturalisierung der städtischen Ökonomie", der "Kulturalisierung der Stadtpolitik" und der "Ökonomisierung der Stadtkultur". So beherbergen Städte „eine Vielzahl von Lebensweisen in den unterschiedlichsten Milieus“ (SIEBEL 2016: 21).

In der Stadt als „raumgewordene gesellschaftliche Struktur“ werden „soziale Differenzierungen in den räumlichen Strukturen der Stadt physisch und symbolisch sichtbar“, woraus resultiert, dass sich Unterscheidungen wie der von Arm und Reich auch immer aus "symbolischen Unterscheidungen" ergeben. Das ist wiederum mit sozialen und ökonomischen Konsequenzen verbunden. So kann sich soziale Ungleichheit ebenso in den räumlichen Strukturen widerspiegeln wie „symbolische Aufwertungen eines Stadtraumes“ Gewinne abwerfen können. Das zeigt sich beispielsweise in der Entwicklung von Bodenpreisen und ihren Einflussfaktoren, so dass die Stadt als "Wechselstube" agiert, „in der symbolisches Kapital in ökonomisches Kapital umgewandelt wird und umgekehrt“. Der „Wandel in der städtischen Ökonomie hin zur Produktion von Symbolen, die [...] reale soziale und ökonomische Folgen haben“, zeigt eine "Kulturalisierung der Stadtpolitik". Da die harten Standortfaktoren in allen Städten zur Verfügung stehen, nimmt die Bedeutung weicher kultureller und sozialer Faktoren „für den ökonomischen Erfolg von Regionen und Städten“ zu (SIEBEL 2016: 23f.). Diese Entwicklung zeigt sich auch im Stadtmarketing, das heute über die „Konstruktion von Logos und die Verbreitung von Städtereklame“ hinausgeht und durch seine Aktivitäten „ein gut verkäufliches Bild von der eigenen Stadt“ fokussiert, das sich zum einen in den Köpfen der Menschen, aber auch in der Realität durchsetzt. Darüber hinaus haben sich auch „Gegenstand und Methodik der Planung“ weiterentwickelt, die nicht mehr nur die "physische Planung" (Flächenerschließung etc.) umfasst, sondern um ein "Management des Vorhandenen" erweitert wird. So inkludiert die Planung auch den Versuch der Beeinflussung von „Problemidentifikation, Mentalitäten, Rollenbilder[n], Politikstile[n], Lebensstile[n] und Verhaltensweisen. Das hat zur Konsequenz, dass direkte ökonomische Effekte von Investitionen „auf Kulturkonsum und Tourismus“ nicht „von ihren indirekten Wirkungen als Symbole einer dynamischen und urbanen Stadt“ zu trennen sind. Im Kontext der Stadtpolitik spielt auch der Milieubegriff eine zentrale Rolle, was sich zum Beispiel im Rahmen des Programms "Soziale Stadt" zeigt. Dort werden Problembezirke nicht nur „mit baulich-räumlichen Kategorien beschrieben“, sondern als "soziale Brennpunkte" verstanden. Die Zugehörigkeit zu bestimmten sozial schwachen Milieus hat nicht nur eine objektive Benachteiligung zur Folge, sondern erschwert es den Menschen im Quartier auch, „sich in die Normalität einer Mittelschichtsgesellschaft zu integrieren“. Um solche "Kontexteffekte" zu berücksichtigen, bedarf es nicht nur baulicher Maßnahmen, sondern auch „Quartiersmanager[n], d[er] Aktivierung der Bevölkerung, d[em] Ausbau sozialer Netze, Arbeitsplätze, Bildung und Ausbildung“. Demnach kann „sowohl im Hinblick auf die regionale Strukturpolitik als auch auf die Stadterneuerungspolitik“ von einer "Kulturalisierung der Stadtpolitik" gesprochen werden (SIEBEL 2016: 24ff.). Die „Städtische Ökonomie und städtische Kultur“ lassen sich immer weniger voneinander trennen. Neben der "Kulturalisierung der Stadtpolitik" ist es auch zu einer „Indienstnahme der städtischen Kulturpolitik für wirtschaftspolitische Ziele“ gekommen, was laut SIEBEL dazu führt, dass sich die Stadtpolitik vermehrt auf die „kulturellen Dimensionen der Stadtpolitik“ konzentriert und sich die städtische Kulturpolitik stärker ökonomischen Kriterien unterwirft (SIEBEL 2016: 26).

Eine der zentralen Thesen SIEBELS ist, dass eine Besonderheit der (europäischen) Stadt in ihrer Funktion als „Maschine zur Entlastung von Arbeit und Verpflichtungen“ agiert und mit der Urbanisierung immer leistungsfähiger wird. Das hat zur Folge, „dass der Städter immer umfassender den Anforderungen beruflicher Arbeit unterworfen wird“ (SIEBEL 2016: 31). Im „Wunsch nach Lebensmöglichkeiten über den Horizont des Dorfes hinaus“ wird von SIEBEL eine „subjektive Bedingung für die Möglichkeit von Stadt“ gesehen, denn in der Stadt möchte man sich „aus sozial, ökonomisch und politisch beengten Verhältnissen befreien“. So bringt Zuwanderung Fremdheit in die Stadt, wobei die Stadt aus sich heraus ebenfalls Fremdheit produziert und damit der "Fremde" zum "Prototyp des Städters" wird. Hierin besteht die zweite These SIEBELS. Im Gegensatz zum Dorf ist die Stadt ein Ort, „an dem Fremde leben“ (SIEBEL 2016: 33f.). Daraus kann geschlussfolgert werden, dass „wenn die moderne Großstadt durch die Entlastung von Arbeitszwängen und durch die Arrangements, die ein dichtes Zusammenleben von Fremden erst möglich machen, charakterisiert ist“, ihre Besonderheiten (die urbane Lebensweise) kulturell bestimmt werden. Dabei erhält auch diese Definition soziologisch erst durch einen Bezug auf „bestimmte gesellschaftliche Bedingungen“ wie „Markt und Demokratie“ Aussagekraft (SIEBEL 2016: 36).

## **2.2 Harte und weiche Standortfaktoren**

HAAS & NEUMAIR definieren den Begriff des Standortes in der Humangeographie als einen „vom Menschen für bestimmte Nutzungen ausgewählten Platz bzw. [eine] Raumstelle, an der unterschiedliche wirtschaftliche, soziale oder politische Gruppen im Raum agieren“. Dabei resultiert das ökonomische Interesse am Standort aus der wirtschaftlichen Nutzung seiner Eigenschaften, die unter anderem in Form von physischen, ökonomischen, sozialen oder kulturellen Umweltbedingungen vorliegen. Weiter heißt es, dass sich „die Wahl eines geeigneten Standortes wirtschaftlichen Handelns [...] aus der Heterogenität räumlicher Standortbedingungen“ ergibt. Mit der Thematik der Verteilung von Wirtschaftsbetrieben im Raum setzen sich die Standorttheorien auseinander (HAAS & NEUMAIR 2015: 13). Standorte sind im Gegensatz zu Regionen, die flächenhafte Ausdehnungen zeigen, „punktuell angelegt“. Dennoch handelt es sich bei Standorten nicht um wirkliche Raumpunkte. So können auch ganze Städte oder Länder als Standort begriffen werden. Die unpräzise Verwendung des Begriffs resultiert aus den unterschiedlichen räumlichen Maßstäben in der Geographie, die nach „lokaler, regionaler, nationaler, supra-nationaler und globaler Ebene“ differenziert werden. Demnach ist der Begriff des Standortes relativ und von der gewählten räumlichen Maßstabsebene abhängig. Das führt zu der Problematik, dass die sogenannten „Makro- und Mikrostandortbedingungen und unterschiedliche Raumdimensionen“ oftmals miteinander vermischt werden (BATHELT & GLÜCKLER 2012: 78f.). Darüber hinaus lassen sich Standorte auch ausgehend von ihrer „hierarchischen Position als Teil einer übergeordneten Region“, „ihrer „Homogenität bzw. Heterogenität“ (zum Beispiel Branchenkonzentration), der „Dominanz eines Wirtschaftssektors“ (zum Beispiel Versicherungswesen), ihrer „Funktionalität“ (zum Beispiel Drehkreuzfunktion) oder ihres „hoheitlichen Status“ (zum Beispiel Bundesländer) definieren (BALDERJAHN 2014: 11). Letztes konnte sich in der Praxis durchsetzen, was in der „vom hoheitsrechtlichen Status abhängigen politischen, institutionellen und verwaltungsrechtlichen Strukturen einer Region“ begründet ist (BALDERJAHN 2014: 12).

Standortentscheidungen sind in den meisten Fällen langfristig und irreversibel, da ein gewählter Standort häufig nur in Verbindung mit einem hohen finanziellen Aufwand verändert werden kann. Das resultiert aus der Immobilität der errichteten Gebäude und installierten Anlagen sowie des

ebenfalls lokal gebundenen Kundenstamms und der geschulten Arbeitskräfte (vgl. MAIER & TÖDTLING 2001: 25). Dabei sind Unternehmen in vielfältiger Weise mit ihrem „sozioökonomischen Umfeld verflochten“. Viele dieser Beziehungen wie der „Zugang zu [...] natürlichen Ressourcen, Arbeitskräften [oder] Informationen“ hängen dabei vom Standort ab (MAIER & TÖDTLING 2001: 44).

Die „variablen standortspezifischen Bedingungen, Einflüsse und Kräfte, welche sich positiv oder negativ auf Anlage und Entwicklung eines Betriebes auswirken“, nennt man Standortfaktoren. Es handelt sich dabei um wirtschaftliche Vor- und Nachteile, „die sich bei der Niederlassung eines Betriebes an einem bestimmten Standort einstellen“. Man unterscheidet zwischen harten und weichen Standortfaktoren (HAAS & NEUMAIR 2015: 14ff.). Unter die harten Standortfaktoren fallen messbare "physisch-materielle Aspekte" wie die Infrastrukturausstattung, Arbeitskräfte- und Flächenverfügbarkeit oder Rohstoff-, Energie- sowie Bodenpreise (BRAUN & SCHULZ 2012: 66). Für die Grundausstattung eines Standortes ist das Vorhandensein der harten Standortfaktoren unabdingbar. Da heute aber viele Standorte in den Industrieländern über alle wichtigen harten Standortfaktoren verfügen, rücken verstärkt die weichen Standortfaktoren bei der unternehmerischen Standortwahl in den Fokus und beeinflussen die regionale Wettbewerbsfähigkeit (vgl. HAAS & NEUMAIR 2015: 16). Weiche Standortfaktoren wirken sich größtenteils nicht unmittelbar, sondern mittel- oder langfristig auf den Unternehmenserfolg aus und sind anders als harte Standortfaktoren in vielen Fällen schwer messbar. Das ist auch darauf zurückzuführen, dass sie in Abhängigkeit zu subjektiven Präferenzen stehen (vgl. GRABOW 2005: 38; HAAS & NEUMAIR 2015: 16). Auch wenn einige weiche Faktoren wie das Kultur- oder Freizeitangebot leicht zu messen sind, so erhalten sie im Gegensatz zu den harten Faktoren ihre Bedeutung erst durch eine subjektive Bewertung (vgl. GRABOW et al. 1995: 15; GRABOW 2005: 39). Die weichen Standortfaktoren lassen sich in unternehmensbezogene und personenbezogene Standortfaktoren differenzieren. Die weichen unternehmensbezogenen Standortfaktoren, wozu beispielsweise das Image der Region oder das Verhalten der öffentlichen Verwaltung zählen, wirken sich direkt auf das Unternehmen aus. Die weichen personenbezogenen Faktoren stehen in Beziehung zu den persönlichen Präferenzen der Entscheidungsträger, die die Lebens- und Arbeitsbedingungen des infrage kommenden Standortes beurteilen. Beispiele für weiche personenbezogene Faktoren sind das Kultur- und Freizeitangebot oder die Umweltqualität (vgl. GRABOW et al. 1995: 67). HAAS & NEUMAIR sind der Meinung, dass die weichen personenbezogenen Faktoren „zwar nur eine mittlere Relevanz für die Unternehmenstätigkeit“ haben, jedoch im Zusammenhang des Wettbewerbs, in dem verschiedene Regionen bezüglich der Gewinnung qualifizierter Arbeitskräfte zueinander stehen, einen Bedeutungsgewinn erfahren und für die Motivation der Mitarbeiter eine zentrale Rolle spielen (HAAS & NEUMAIR 2015: 18).

Eine detaillierte Übersicht der Standortfaktoren bietet Tab. 2-1. Dort werden die Faktoren nicht nur in harte, weiche personenbezogene und weiche unternehmensbezogene Standortfaktoren untergliedert, sondern auch verschiedenen Bereichen wie Arbeitsmarkt, unternehmensorientierte Infrastruktur, Wirtschaftsklima, Kultur, Umweltqualität oder Wohn- und Freizeitwert zugeordnet. An dieser Stelle wird erkennbar durch wie viele Aspekte Standortentscheidungen, die aus der Abwägung der verschiedenen Standortvor- und -nachteile resultieren, beeinflusst werden können (vgl. GRABOW et al. 1995: 15).

Es ist nicht möglich, harte und weiche Standortfaktoren klar voneinander abzugrenzen, da die Grenze zwischen ihnen fließend ist. Zudem müssen der jeweilige Betrachtungszusammenhang und diverse Wechselbeziehungen berücksichtigt werden (vgl. GRABOW et al. 1995: 15). Ein Beispiel dafür gibt die

Betrachtung des Faktors Arbeitsmarkt. Durch die enge Verknüpfung mit verschiedenen anderen Faktoren wie der Umweltqualität, dem Freizeitwert oder dem Wohnumfeld kann ein Mangel im Bereich des Arbeitsmarktes ein Indikator dafür sein, dass sich Menschen am betroffenen Standort nicht ansiedeln wollen, weil ihnen „die subjektiv als notwendig erachteten weichen Faktoren fehlen“ (THIEßEN 2005: 15). Dabei kann sich sowohl die Ausstattung mit harten als auch mit weichen Standortfaktoren im Laufe der Zeit ändern (vgl. GRABOW et al. 1995: 15), indem sich beispielsweise neue Konkurrenten ansiedeln oder sich das Wirtschaftsklima verändert.

Tab. 2-1: Harte und weiche Standortfaktoren (Quelle: verändert nach GRABOW et al. 1995: 68f.; GRABOW 2005)

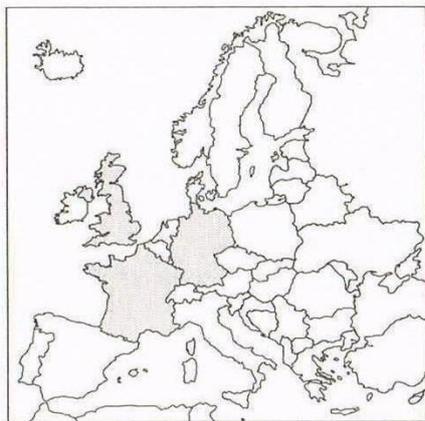
Harte Faktoren	Weiche Faktoren (unternehmensbezogen)	Weiche Faktoren (personenbezogen)
<b>Arbeitsmarkt</b>		
Verfügbarkeit qualifizierter Arbeitnehmer; Lohn- und Gehaltsniveau; Aus- und Weiterbildungsmöglichkeiten; Spezialisierung von Arbeitsmärkten	Qualität der Arbeitsverwaltung	Arbeits- und Karrieremöglichkeiten; Aus- und Weiterbildungsmöglichkeiten; Entfernung zum Arbeitsplatz
<b>Unternehmensorientierte Infrastruktur</b>		
Verfügbarkeit von Flächen und Büros; Verkehrsanbindung; Innerörtliche Verkehrssituation	Image und Erscheinungsbild von Gewerbe- und Industriegebieten	Qualität und Erscheinungsbild der Flächen und Gebäude; Verkehrsanbindung; Kommunikations- und Versorgungseinrichtungen im Arbeitsumfeld
<b>Kosten, Einnahmen</b>		
Preise für Flächen und Gebäude; Kommunale Abgaben und Steuern; Subventionen und Fördermittel; Umweltschutzaufgaben; Preise für Entsorgung, Energie und Wasser; Löhne und Gehälter		Regionale Lohn- bzw. Gehaltsunterschiede
<b>Märkte, Wirtschaftsbeziehungen, Netzwerke</b>		
Nähe zu Zulieferern, Absatzmärkten, anderen Betrieben des Unternehmens und Forschungseinrichtungen; Kontakte zu anderen Unternehmen; Kooperationen mit öff. Einrichtungen	Netzwerke außerhalb der Unternehmen; Unterstützung durch öff. Akteure; Ruf der Forschungseinrichtungen; Konsens der öff. und wirtsch. Akteure; Arbeitskontakte der Mitarbeiter am Ort	Informelle Kontakte am Ort
<b>Räumliche Lage der Stadt</b>		
Erreichbarkeit wichtiger Märkte und Wirtschaftsräume	Geographische Lage (auch Bilder darüber); Geopolitische Lage	Erreichbarkeit anderer attraktiver Räume; Geographische Lage
<b>Flexibilität, Mentalität, Aktivitäten</b>		
	Flexibilität, Aktivität und Kompetenz der Unternehmen, öff. Verwaltung und Politik; Mentalität der Arbeitnehmer	Mentalität der Kollegen und Mitbürger
<b>Wirtschaftsklima</b>		
	Konsens der öff. und wirtsch. Akteure; Wirtschaftsfreundliche Verwaltung; Wirtschaftspolitisches Klima im Bundesland; Planungssicherheit	
<b>Images, Bilder, Traditionen</b>		
	Image von Mikrostandort und Region; Image als internationaler Standort; Image als traditioneller Standort; Modernität (Technologie und Dienstleistungsorientierung)	Image von Mikrostandort und Region; Städtisches Flair (Metropole vs. Provinz); Historische/Kulturelle Bedeutung
<b>Kultur</b>		
	Bedeutung als Kultur- und Medienstandort	„Etablierte“ Einrichtungen (Theater, Oper, Konzerte, Museen, Ausstellungen); Unterhaltungskultur (Kneipen, Clubs, Kinos, Musik- und Kunstszene)
<b>Landschaft, Stadt- bzw. Ortsqualität</b>		
		(Historisches) Stadt- bzw. Ortsbild; Grünanlagen und Qualität des Umlandes
<b>Umweltqualität</b>		
Auflagen und Umweltstandards (Wasser, Entsorgung, Recycling); Luftreinheit		Umweltimage, Klima/Wetter, Luftreinheit, Wasserqualität, Aktivitätsniveau
<b>Freizeit-, Wohn- und Wohnumfeldwert</b>		
		Verfügbarkeit von attraktivem Wohnraum; Preisniveau für Immobilien; Sicherheit; Verkehrsmittel; Gesundheitsversorgung; Schulen; Einkaufs-, Sport- und Naheholungsmöglichkeiten

Dass es heute möglich ist, Standortentscheidungen derart frei zu treffen, ist in den "Veränderungen der Produktionsbedingungen", der "Einführung der Gewerbefreiheit", den neuen "Möglichkeiten der Mobilität" und einer gesteigerten "Anonymisierung der Wirtschaft" begründet. Bei den "veränderten Produktionsbedingungen", der "Tertiärisierung" sowie dem "technischen und gesellschaftlichen Wandel" handelt es sich um Prozesse, die den Stellenwert vieler der zuvor äußerst wichtigen harten Standortfaktoren wie „Transportmöglichkeiten, Arbeitsmarkt [oder] Flächenverfügbarkeit“ verändert haben (GRABOW et al. 1995: 16). Die veränderte Gewichtung der Standortfaktoren lässt sich anhand des „wirtschaftlichen Strukturwandels vom primären (Landwirtschaft) zum sekundären (Industrie) und tertiären Sektor (Dienstleistungen)“ verfolgen. Während für die landwirtschaftliche Produktion noch Grund und Boden vornehmlich entscheidend waren, nahmen in der Industriegesellschaft vor allem Transportkosten und die Nähe zu Rohstoffen einen hohen Stellenwert ein. Diese Faktoren wurden wiederum mit zunehmender industrieller Arbeitsteilung von den Agglomerationsvorteilen abgelöst, da „technologische Änderungen und die allgemeine Verbesserung des Verkehrssystems“ dazu führten, dass Transportkosten an Bedeutung verloren. Durch die folgende „Expansion der Dienstleistungen“ in der Nachkriegszeit, die vor allem den Informationssektor betraf, gewannen anschließend die „Nähe zu Universitäten und sonstigen Forschungseinrichtungen, hochrangige Kommunikationsinfrastruktur, hochqualifizierte Arbeitskräfte sowie gute Lebensbedingungen“ an Bedeutung (MAIER & TÖDTLING 2001: 43f.). Demnach haben auch die weichen Standortfaktoren einen Bedeutungswandel erfahren. So haben sich beispielsweise die Ansprüche an Einrichtungen aus dem Bereich der Freizeit und Kultur ebenso gewandelt wie die Anforderungen bezüglich des Wohnens. Die Ursachen dafür liegen unter anderem in Faktoren wie der „wachsenden Qualifikation der Arbeitnehmer“, dem Aufkommen „neuer Techniken“ oder dem veränderten „Verhältnis von Arbeit und Freizeit“, die in Wechselwirkung zu den unternehmerischen Standortanforderungen stehen (GRABOW et al. 1995: 16).

Dass bei der Standortwahl auch „subjektive Präferenzen“ der Entscheider und bestimmter Mitarbeiter von Bedeutung sind, ist für GRABOW et al. vor allem bei Branchen, „in denen weiche Standortfaktoren eine besonders wichtige Rolle spielen“ sowie kleineren Unternehmen der Fall. Das wird darauf zurückgeführt, dass größere Firmen solche Entscheidungen hauptsächlich in der jeweiligen Zentrale und nicht an den betroffenen Standorten fällen. Weiter wird der konkrete Entscheidungsprozess für einen Standort in drei Phasen unterteilt, in denen die weichen Standortfaktoren von unterschiedlicher Bedeutung sind. In der "Phase der Vorauswahl von Standortalternativen", die vor allem durch "Bilder und Vorstellungen" der in Betracht gezogenen Städte bzw. Regionen geprägt ist, sind die weichen Faktoren – vor allem im überregionalen oder internationalen Kontext – für den Auswahlprozess von vergleichsweise großer Bedeutung. Anders ist es in der "Phase der Analyse und des Vergleichs", in der hauptsächlich die harten Faktoren untersucht werden, während für die letztendliche Entscheidungsphase die weichen Faktoren durch die Berücksichtigung der persönlichen Präferenzen wieder einen Bedeutungsgewinn erfahren (GRABOW et al. 1995: 17f.). Dabei sind unternehmerische Standortentscheidungen zu einem großen Teil ortsbezogen, so dass die standortspezifischen Vor- und Nachteile für die Standortbewegungen entscheidend sind. Zudem sind die weichen Faktoren in den wenigsten Fällen allein für eine Standortentscheidung ausschlaggebend. Ihre Bedeutung ist vor allem im Zusammenhang mit den harten Faktoren zu sehen (vgl. GRABOW 2005: 42).

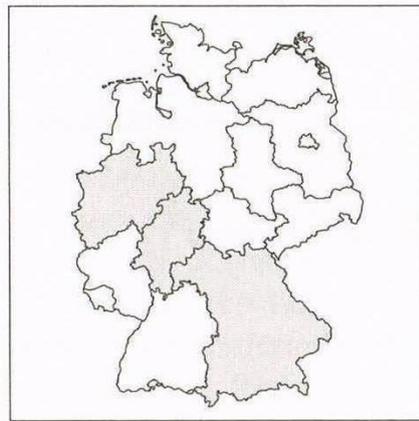
HAAS & NEUMAIR erläutern den Standortwahlprozess auf verschiedenen räumlichen Ebenen (siehe Abb. 2-1). Zuerst werden auf der Makroebene großräumige Vergleiche durchgeführt, wobei die

„Länder bzw. Großregionen“ ausgeschlossen werden, die „politische, wirtschaftliche, soziale [oder] infrastrukturelle Mindestanforderungen [...]“ nicht erfüllen. Anschließend werden auf der Mesoebene „innerhalb eines Landes oder einer Großregion“ die Standortvor- und -nachteile wie die "Verfügbarkeit qualifizierter Arbeitskräfte" oder das Angebot an "regionalpolitischen Fördermaßnahmen" untersucht. Im letzten Schritt werden auf der Mikroebene die einzelnen infrage kommenden Raumeinheiten analysiert, um letztendlich eine Standortentscheidung treffen zu können, wobei neben Faktoren wie den örtlichen Bodenpreisen, den lokalen Steuersätzen oder der Verkehrserschließung auch "subjektive Wertschätzungen" sowie "Aspekte der Unternehmensphilosophie" mit einfließen (HAAS & NEUMAIR 2015: 19).



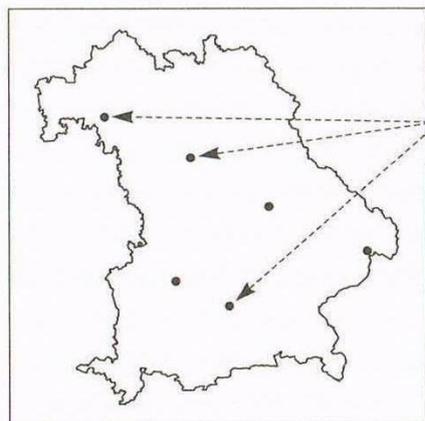
### I Makroebene

Auswahl von Großregionen bzw. einzelnen Ländern im Hinblick auf politische, wirtschaftliche, rechtliche, infrastrukturelle etc. Mindestanforderungen



### II Mesoebene

Vergleich der Standortfaktoren auf der regionalen Ebene und Auswahl einer Region



mögliche Standorte

### III Mikroebene

Vergleich der Vorteilhaftigkeit der Mikrostandorte innerhalb einer Region



genauer Standort (z.B. Stadtteil)

### IV Standortentscheidung

Auswahl des genauen Standortes (Mikrostandort)

Abb. 2-1: Beispiel eines Standortwahlprozesses (Quelle: HAAS & NEUMAIR 2015: 19)

GRABOW verweist darauf, dass Entscheidungsträger viele Standortfaktoren nicht isoliert betrachten. Dabei lassen sich vor allem die weichen personenbezogenen Aspekte auf zwei Dimensionen reduzieren. Der "Metafaktor Wohnen/Freizeit/Umwelt" wird von allen Branchen und Betriebsgrößen

als wichtig erachtet, während der "Metafaktor Kultur/Attraktivität/Image" insgesamt als weniger bedeutsam eingestuft wird. Dabei ist die Bedeutung abhängig von der Branche sowie Betriebsgröße und kann variieren (GRABOW 2005: 40).

Die Bedeutung harter und weicher Standortfaktoren unterscheidet sich nach der Branche. Akteure aus der Industrie fragen eher nach Faktoren wie den kommunalen Steuern und Abgaben oder Umweltauflagen, während für den Dienstleistungssektor die Nachfrage nach den Kosten für Flächen bzw. Büros oder dem Standortimage charakteristisch ist. Es kann jedoch auch innerhalb der Branche zu Unterschieden kommen. So haben für die Sektoren „Wissenschaft, Forschung, Unterricht, Kultur [oder] Werbung“ der Wohn- und Freizeitwert des Standortes einen hohen Stellenwert. Diese Aspekte sind für unternehmensorientierte Dienstleistungen von geringerer Bedeutung. Den weichen Standortfaktoren wird vor allem für Entscheidungen, die am Standort getroffen werden, eine hohe Bedeutung zugesprochen. Sie spielen beispielsweise eine Rolle, wenn es darum geht zu entscheiden, am Standort zu bleiben oder diesen sogar auszubauen (vgl. GRABOW et al. 1995: 20f.).

Um die weichen Standortfaktoren eines Standortes auf kommunaler Ebene zu stärken, empfiehlt GRABOW Maßnahmen in den Bereichen umzusetzen, in denen die eigene „Handlungskompetenz und [...] Gestaltungsmöglichkeiten“ als hoch eingeschätzt werden. Hierzu zählt er den weichen unternehmensbezogenen Standortfaktor „Unternehmensfreundlichkeit der kommunalen Verwaltung“, wozu unter anderem die Betreuung von Unternehmen oder die Vereinfachung von Behördenprozessen fällt, und der als besonders wichtig erachtet wird (GRABOW 2005: 49ff.). Auf der personenbezogenen Ebene bieten Verbesserungen der Umweltqualität, des Identifikationsgefühls und des Wohnumfeldes Gestaltungspotenziale, die jedoch auch von der finanziellen Situation der Stadt abhängig sind, obwohl es sich grundsätzlich bei der Daseinsvorsorge und der Verbesserung der Lebensbedingungen um ein kommunales Aufgabenfeld handelt. Zudem existiert nicht ein einziges zielführendes Handlungskonzept, das auf alle Standorte anwendbar ist. Vielmehr muss jede Stadt unter Berücksichtigung ihrer Standortbedingungen eigene Schwerpunkte setzen. Generell ist es jedoch wichtig, die standortspezifischen Eigenheiten herauszuarbeiten und die jeweiligen Zielgruppen mit ihren spezifischen Standortansprüchen zu berücksichtigen, um sich von den oftmals austauschbaren und beliebig wirkenden Materialien zur Standortwerbung abheben zu können. Werbebroschüren sollten nicht nur die harten Standortvorteile aufzählen. Bei der Bewerbung über Bilder sollte darauf geachtet werden, dass der Standort nicht einseitig beleuchtet wird, sondern ein umfassender Eindruck möglich wird (vgl. GRABOW et al. 1995: 355ff.; GRABOW 2005: 49ff.). Insgesamt bleibt GRABOW wie schon in seiner Veröffentlichung 1995 bei der Einschätzung, dass weiche Standortfaktoren in Zukunft im unternehmerischen Entscheidungsprozess an Bedeutung gewinnen werden. Dabei wird es aber weniger um klassische weiche Standortfaktoren wie das Kultur- oder Freizeitangebot gehen, als vielmehr um Faktoren, „die als Qualitäten im Umgang von Verwaltung und Unternehmen an Bedeutung gewinnen“. Darüber hinaus wird jedoch auch davon ausgegangen, dass der Stellenwert von Qualitäten wie dem „Stadtbild, Urbanität, Wohnqualität und Sich-Wohlfühlen“ steigen wird (GRABOW 2005: 52).

## **2.3 Standorttheorien**

Die „Analyse und Erklärung räumlicher Strukturen und Prozesse“ wird als eine der wichtigsten Aufgaben der wirtschaftsgeographischen Forschung verstanden. Dabei dienen die sogenannten Standorttheorien „zur Erklärung räumlicher Verbreitungs- und Verknüpfungsmuster wirtschaftlicher

Aktivitäten“. Durch wirtschaftliche sowie gesellschaftliche Entwicklungen in der Vergangenheit hat das Verständnis über diese Vorgänge einen großen Wandel erfahren (HAAS & NEUMAIR 2015: 36).

### **2.3.1 Neoklassische Standorttheorien**

Bei den neoklassischen Standorttheorien wird grundlegend zwischen einzel- bzw. betriebswirtschaftlichen Standorttheorien ("Standortbestimmungslehre") und gesamtwirtschaftlichen Theorien ("Standortstrukturtheorien") differenziert. Der erste Ansatz befasst sich mit der Standortwahl einzelner Unternehmen und welche Auswirkungen diese Wahl auf den Betriebserfolg hat. Beim zweiten Ansatz handelt es sich um eine gesamtwirtschaftliche Betrachtung, bei der „die möglichen räumlichen Strukturen aller Standorte untersucht sowie die optimale Struktur identifiziert“ wird. Diese klassischen Theorien sind deduktiv und partialanalytisch. Sie erklären die Wahl und Verteilung von Standorten nur unter bestimmten Bedingungen und nur für bestimmte Wirtschaftssektoren. Zudem gehen sie davon aus, dass Standortentscheidungen rational getroffen werden und punktuell-statisch strukturiert sind, da sie im Gegensatz zu neueren Ansätzen die Zeit als Faktor nicht mit einbeziehen (HAAS & NEUMAIR 2015: 36f.). Dabei stellt der zweidimensionale Raum, „der durch einfache Geometrie und metrische Distanzen beschreibbar ist“, die Ausgangsbasis dar (BRAUN & SCHULZ 2012: 27f.). Für die Geographie liefern die gesamtwirtschaftlichen Theorien laut LIEFNER & SCHÄTZL grundsätzlich den höheren Erkenntniswert, da sie nach der „optimalen räumlichen Struktur aller ökonomischen Aktivitäten“ fragen und sich nicht auf die Standortwahl einzelner Betriebe konzentrieren (LIEFNER & SCHÄTZL 2012: 19).

Die neoklassischen Standorttheorien haben sich vor allem mit den harten Standortfaktoren befasst. Betriebsstandorte wurden hauptsächlich aus den „räumlich beeinflussten Produktions- und Vertriebskosten“ abgeleitet, da diese die Preise der Produkte und somit auch die unternehmerische Wettbewerbsfähigkeit bestimmen. Dieser Umstand erklärt sich daraus, dass die Theorien im 19. und 20. Jahrhundert zur Zeit der industriellen Massenproduktion entstanden sind. Zu dieser Zeit ist man davon ausgegangen, dass der Erfolg von Regionen von der Verfügbarkeit von Standortfaktoren abhängig ist, die zur Kostenreduktion der Unternehmen beitragen. Hierunter fällt beispielsweise der Zugang zu Rohstoffen. Faktoren wie die Lebensqualität von Standorten oder die Dynamik des Standortwettbewerbs spielten dabei keine Rolle. Unterschiede zwischen stark und schwach verdichteten Räumen wurden mit unternehmerischen "Kostendifferenzen" begründet. In späteren Ansätzen wurden mit den Agglomerationseffekten auch dynamische Vorgänge untersucht und es wurde begonnen, durch die Berücksichtigung entwicklungshemmender Faktoren wie zunehmenden Umweltproblemen oder einer Verschlechterung der Lebensbedingungen auch weiche Standortbedingungen mit in die Überlegungen einzubeziehen (THIEßEN 2005: 12f.). Auch wenn der wirtschaftliche Strukturwandel, sinkende Transportkosten und das Aufkommen neuer Technologien zum Bedeutungsverlust neoklassischer Standorttheorien geführt haben, müssen sie dennoch Erwähnung finden, da sie auch heute noch der abstrakten Erklärung von „Mechanismen der Lokalisierung wirtschaftlicher Tätigkeiten“ dienen (BRAUN & SCHULZ 2012: 27f.).

Um einen umfassenden Überblick zu erhalten, sollen neben den neoklassischen Theorien auch die dynamischen Ansätze zu Industriestandorten kurz erwähnt werden. Diese Ansätze gehen unter anderem davon aus, „dass sich durch Innovationen bei Produkten, Produktionsprozessen oder Organisationsformen“ die betrieblichen Standortanforderungen ändern, was wiederum zu Betriebsverlagerungen an andere Standorte führt. 1911 entwickelte beispielsweise Joseph Schumpeter seine „Theorie der wirtschaftlichen Entwicklung“. Er identifiziert „Innovationen als die

zentrale Antriebskraft der wirtschaftlichen Entwicklung bzw. des Strukturwandels“, wobei die neuen Entscheidungen diskontinuierlich auftreten. Beim Neuerungsprozess wird zwischen Invention, der Erfindung und Einführung des Produkts, und Innovation, der Produktverbreitung, unterschieden (KULKE 2013: 101). Ein weiterer Ansatz ist die Produktlebenszyklustheorie von Raymond Vernon. Grundannahme seiner Theorie ist, dass Produkte einen sogenannten „phasenhaften Alterungsprozess“ vollziehen. Jede der Phasen (Entwicklungs- und Einführungsphase, Wachstumsphase, Reifephase und Schrumpfungsphase) stellt spezifische Anforderungen an den Standort. Aus diesem Grund ändert sich die Bedeutung der unterschiedlichen Standortanforderungen im Zeitverlauf, was zur Verlagerung des Standortes führt (HAAS & NEUMAIR 2015: 57f.).

### ***Einzelwirtschaftliche Betrachtung: Industriestandorttheorie***

Als Hauptvertreter der sogenannten produktionsorientierten Ansätze gilt Alfred Weber (vgl. KRIEGER-BODEN 1995: 8), der durch seine Arbeit den bestmöglichen Standort für einen Industriebetrieb bestimmen wollte. Mit seiner Industriestandorttheorie von 1909 entwickelte er das erste einzelwirtschaftliche Standortmodell, das als normativ-deduktiv gilt. Es ist normativ, weil es der Annahme unterliegt, dass der bestmögliche Standort für einen Industriebetrieb unter festgelegten Bedingungen zu identifizieren ist, und deduktiv, da er bestimmten Annahmen bezüglich der Unternehmensziele (Gewinnmaximierung) unterliegt. Es wird von folgenden Restriktionen ausgegangen: „Die Standorte der Rohmaterialien“, „die räumliche Verteilung des Konsums“ und die „Verteilung der Arbeitskräfte“ sind bekannt. Zudem existiert ein einheitliches Transportsystem und „die Löhne sind konstant, aber räumlich differenziert“. Die „Anzahl der Arbeitskräfte“, die zudem immobil sind, ist unbegrenzt und es wird eine „Homogenität des wirtschaftlichen, politischen und kulturellen Systems“ vorausgesetzt. Auf dieser Grundlage werden die Determinanten analysiert, die sich auf den optimalen Standort auswirken. Als bester Standort wird der Transportkostenminimalpunkt gesehen. Dabei handelt es sich um den Ort „zwischen den Fundorten der Rohmaterialien, dem Konsumort und dem Erzeugungsort“, an dem die geringsten Transportaufwendungen entstehen. Dieser tonnenkilometrische Minimalpunkt hängt vom Gewicht des verwendeten Materials und der fertiggestellten Produkte ab. Die Materialien, die zur Fertigung der Produkte benötigt werden, lassen sich in Ubiquitäten, Reingewichtsmaterial und Gewichtsverlustmaterial unterteilen. Bei Ubiquitäten handelt es sich um die Stoffe und natürliche Ressourcen wie Luft, die überall vorkommen und sich somit nicht auf den Betriebsstandort auswirken. Reingewichtsmaterialien sind Stoffe, die wie Wasser oder Edelmetalle mit ihrem kompletten Gewicht in das Erzeugnis eingehen, während Gewichtsverlustmaterialien entweder wie Kohle oder Heizöl gar nicht in das erzeugte Produkt eingehen oder wie Erze während der Produktion an Gewicht verlieren. Aus diesem Grund rücken Gewichtsverlustmaterialien „den optimalen Produktionsstandort in Richtung des Materialfundortes“. Dadurch, dass die Gewichtsverlust- und Reingewichtsmaterialien anders als die Ubiquitäten lokalisiert sind, besteht bei ihnen eine Standortabhängigkeit. Das Verhältnis zwischen dem lokalisierten Materialgewicht und dem Produktionsgewicht ergibt den Materialindex. Die Summe der beiden Faktoren wird als Standortgewicht bezeichnet (HAAS & NEUMAIR 2015: 37f.).

Abb. 2-2 zeigt Alfred Webers Standortdreieck. Es resultiert aus den Fundorten der lokalisierten Materialien und dem Produktionsstandort. Wenn mehr als zwei Materialien benötigt werden, entsteht ein sogenanntes Standortpolygon. Der Transportkostenminimalpunkt befindet sich dabei an dem Ort, an dem die Transportkosten der erforderlichen Rohmaterialien zum Produktionsort und der

fertiggestellten Produkte zum Absatzort am geringsten ausfallen. Alfred Weber berücksichtigt neben den Transportkosten auch Abweichungen durch Arbeitskosten und Agglomerationsfaktoren. Bezüglich der Arbeitskosten hat das zur Folge, dass andere Produktionsorte dann in Betracht gezogen werden können, wenn der „Transportkostenmehraufwand für Materialien und Endprodukt die Einsparungen durch geringere Arbeitskosten nicht übersteigt“. Zudem führt die Ansiedlung mehrerer Unternehmen an einem Standort zu Agglomerationsfaktoren in Form von externen Ersparnissen, so dass „Beschaffungs- oder Produktionskosten“ sinken, da der „Zugang zu Zuliefer- oder Servicebetrieben“ verbessert wird. Dabei muss beachtet werden, dass auch diese Agglomerationsersparnisse über dem entstehenden Transportkostenmehraufwand liegen dürfen (HAAS & NEUMAIR 2015: 38f.).

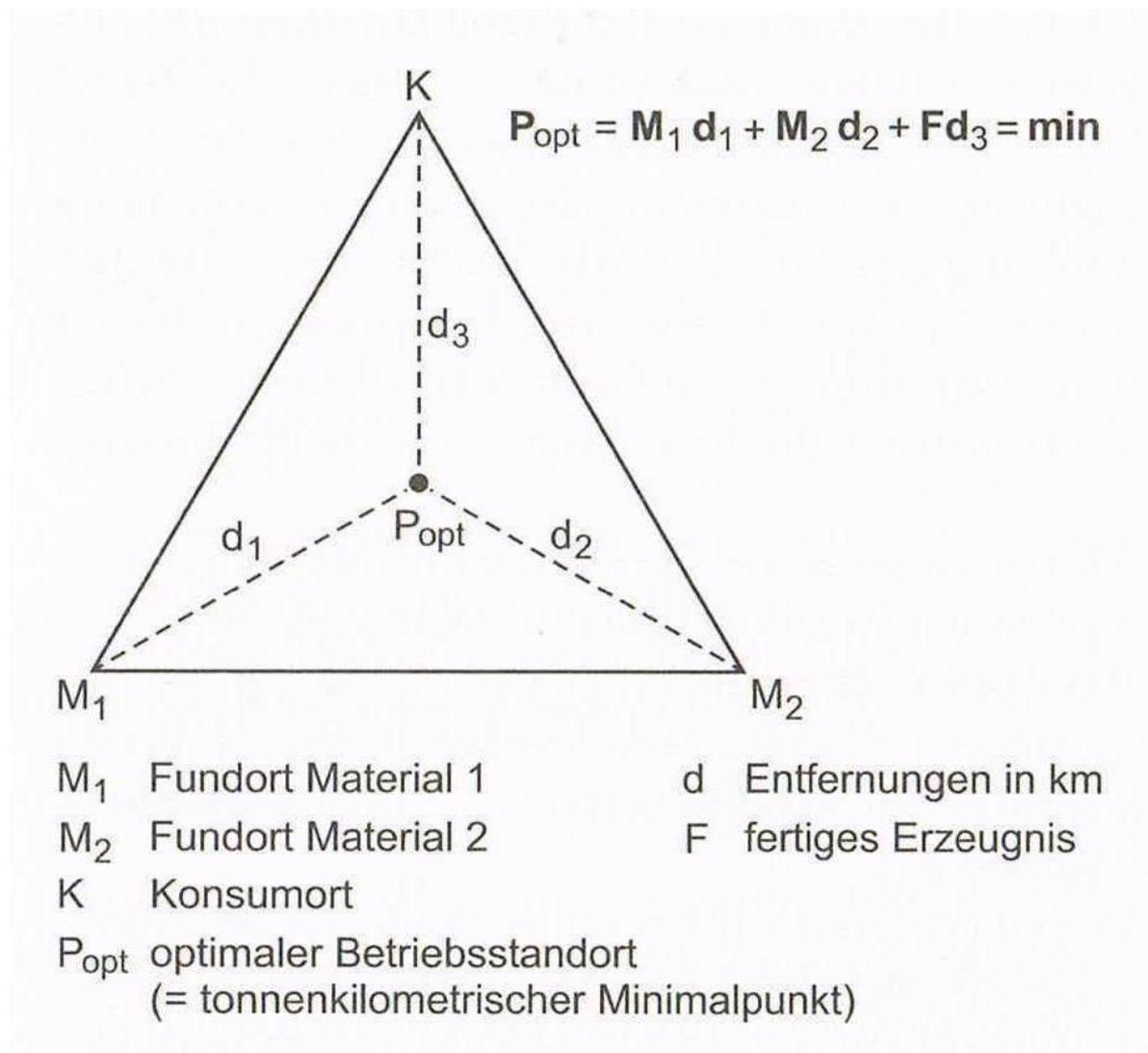


Abb. 2-2: Industriestandorttheorie nach Alfred Weber (Quelle: HAAS & NEUMAIR 2015: 38)

In der Theorie wird davon ausgegangen, dass Unternehmer rational und ausschließlich gewinnorientiert handeln. Da das eine umfassende Kenntnis aller Einflussfaktoren voraussetzt, kann diese Annahme jedoch ausgeschlossen werden. Die Transportkosten bei Weber hängen wie auch bei Thünen oder Christaller (siehe Kapitel 2.3.2) nur von der metrischen Entfernung ab. Die Transportzeit wird in den Überlegungen nicht berücksichtigt. Zudem wird angenommen, dass sich die „Transportkosten proportional zu den linearen Entfernungen“ verhalten, was ebenfalls nicht korrekt

ist, sondern durch Faktoren wie die Verkehrssituation beeinflusst wird. Der Aspekt der Transportkostenminimierung befindet sich generell zu sehr im Mittelpunkt der Betrachtungen, da sich die Bedeutung dieses Faktors durch moderne Transporttechnologien stark gewandelt hat. Des Weiteren kann nicht davon ausgegangen werden, dass die „ökonomischen, politischen, sozialen und technischen“ Verhältnisse homogen sind und es nur einen Absatzort für das jeweilige Endprodukt gibt. Eine Einbeziehung veränderter Rahmenbedingungen in den Industrieländern macht diese statische Theorie deshalb unmöglich. Die Industriestandorttheorie Webers muss deswegen in ihrem zeitlichen Zusammenhang<sup>4</sup> betrachtet werden und kann so heute nicht mehr bzw. nur noch eingeschränkt für bestimmte Branchen wie die Eisen- und Stahlindustrie angewandt werden (HAAS & NEUMAIR 2015: 41f.). Einige Wissenschaftler, darunter David M. Smith, bemühten sich, der Theorie einen stärkeren Realitätsbezug zu verleihen. Smith hebt unter anderem einige Restriktionen auf und fügt andere Variablen wie zum Beispiel unternehmerische Standortfähigkeiten oder Standortsubventionen hinzu, so dass deutlich wird, dass nicht nur die Kostenseite variabel ist, sondern „auch Erlöse eines Betriebes [...] mit dem Standort variieren können“. Deutlich soll das an räumlichen Gewinnzonen werden, die er aufzeigt. Zudem geht Smith davon aus, dass Unternehmer, obwohl sie nach Gewinn streben, nicht zwangsläufig den maximalen Profit anstreben, sondern auch „konkurrierende Ziele wie die Erhaltung einer bestimmten Lebensqualität“ fokussieren. Smith unterscheidet nach Grundkosten (Rohmaterial am Beschaffungsort), die an jedem Standort die gleiche Höhe aufweisen, und standortabhängigen Lagekosten, die beispielsweise die Transportkosten des Rohmaterials zum Produktionsort beschreiben. Dabei sind sowohl Grund- als auch Lagekosten abhängig von der jeweiligen Branche (HAAS & NEUMAIR 2015: 42ff.).

### ***Gesamtwirtschaftliche Betrachtungen***

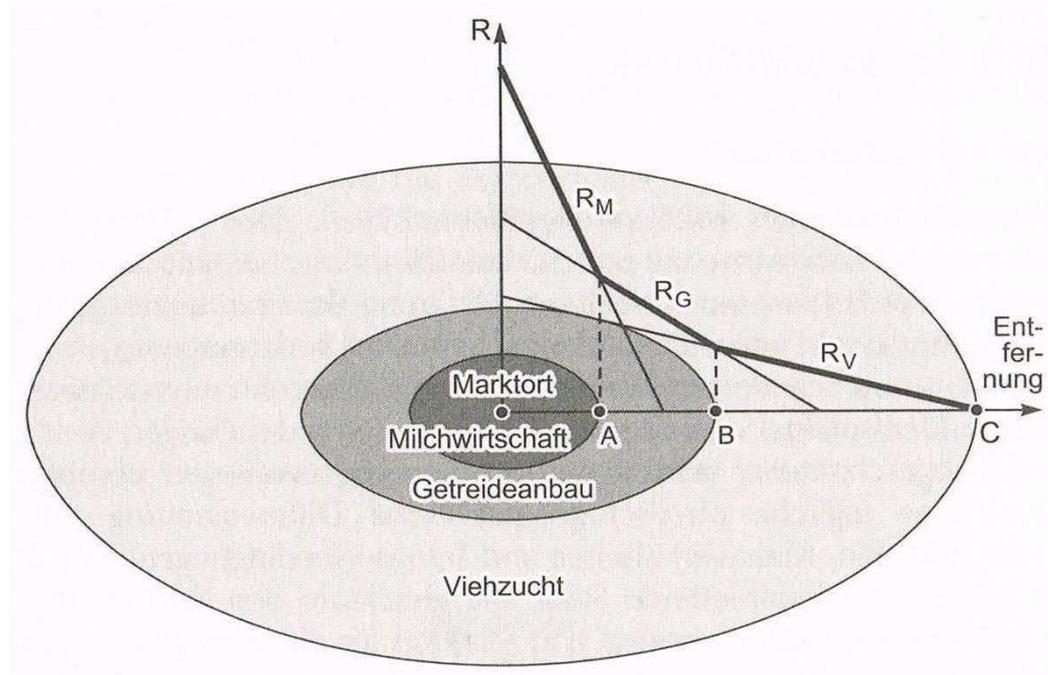
Zu den Vertretern der gesamtwirtschaftlichen Standorttheorien zählen Johann Friedrich von Thünen mit seiner Theorie der Landnutzung sowie Walter Christaller mit seiner Theorie der Zentralen Orte, die neben Alfred Webers Ansatz einen großen Beitrag zur Entwicklung und Verbreitung der Standortlehren geleistet haben (vgl. BRAUN & SCHULZ 2012: 29; HAAS & NEUMAIR 2015: 46ff.).

Johann Heinrich von Thünen hat erstmals systematisch verschiedene Standortbedingungen an einem Standort untersucht und gilt als Begründer der Standorttheorien (vgl. KRIEGER-BODEN 1995: 6). In seiner Theorie der Landnutzung aus dem Jahr 1826 erklärt er die räumliche Verteilung landwirtschaftlicher Bodennutzung, die bestimmten "Modellrestriktionen" unterliegt. Dabei ist der Staat kreisförmig aufgebaut und als Wirtschaftsraum von der übrigen Welt isoliert. Die umliegenden Verhältnisse sind homogen und ohne „physisch-geographische Differenzierung“, womit gemeint ist, dass überall die „gleiche Bodenart, Klimaverhältnisse und Transportbedingungen“ vorzufinden sind. Die Stadt steht dominierend im Zentrum, ist „Marktort für die erzeugten Agrarprodukte“ und versorgt ihren „Wirtschaftsraum mit industriellen Gütern“. Es wird angenommen, dass die Landwirte nach Gewinnmaximierung streben und ihr Ausbildungsniveau überall vergleichbar ist. Des Weiteren verhalten sich die Transportkosten linear zur Entfernung „zwischen den agrarwirtschaftlichen Produktionsstandorten und dem Marktort sowie zum Gewicht der erzeugten Produkte“ und sind zudem „von deren Volumen und Verderblichkeit abhängig“. Die sogenannte „Differenzialrente der Lage“ steht im Zentrum der Betrachtungen. Diese Lagerente resultiert aus der Differenz zwischen

---

<sup>4</sup> Bezogen auf den Beginn des 20. Jahrhunderts und die Eisen- und Stahlindustrie Deutschlands, Großbritanniens und den USA konnte die Theorie durchaus einen wichtigen Beitrag zur Erklärung des Sachverhaltes leisten (vgl. HAAS & NEUMAIR 2015: 42).

dem „Ertrag und den Kosten für die Bodennutzung pro Flächeneinheit“. Sie ist mit dem potenziellen Gewinn gleichzusetzen, die „ein Produzent für ein bestimmtes Agrargut zu einem gegebenen Marktpreis“ erzielen würde, wenn er unentgeltlich über den Boden verfügen würde. Zieht man also vom Marktpreis des Agrarproduktes die Produktionskosten und die entfernungsabhängigen Transportkosten ab, erhält man die Lagerente. Der Marktpreis ist von „Angebot und Nachfrage“ abhängig, während die Produktionskosten aufgrund der vorausgesetzten „Homogenität des Raumes“ konstant bleiben. Die Transportkosten variieren, was bei steigender Distanz zum Konsumort eine Verringerung der Lagerente verursacht. Die Bodennachfrage der Landwirte hängt von der Lagerente ab, die jeweils in Marktnähe am höchsten ist. Diese marktnahen Flächen sind jedoch nur in einem begrenzten Umfang verfügbar und deswegen bezüglich ihrer Pacht teurer als Flächen, die in weiterer Entfernung zum Markt liegen. Aus diesem Grund wird der Boden der marktnahen Flächen intensiv genutzt, da sich so durch die Ersparnisse bei den Transportkosten eine hohe Lagerente erzielt lässt. Bei mehreren Gütern sollte das Produkt mit der höchsten Lagerente am Ort produziert werden (HAAS & NEUMAIR 2015: 46). Abb. 2-3 erklärt den Zusammenhang zwischen der Lagerente und dem Standort der landwirtschaftlichen Produktion am Beispiel von Milch (M), Getreide (G) und Vieh (V). Jedes der Produkte hat eine Lagerentenlinie ( $R_M$ ,  $R_G$  und  $R_V$ ). Je höher die Transportkosten sind, desto steiler verlaufen die Linien. Der Schnittpunkt mit der Ordinate hängt vom Marktpreis und den Produktionskosten ab. Durch die Annahme, dass bei den Landwirten eine Orientierung nach Gewinnmaximierung vorherrscht, findet die Produktion der verschiedenen Güter jeweils an dem Standort mit der höchsten Lagerente statt. Da davon ausgegangen wird, dass sich der Raum homogen und konzentrisch um den Marktstandort verhält, entstehen landwirtschaftliche Nutzungszonen in Ringform (HAAS & NEUMAIR 2015: 46f.).



**Abb. 2-3: Lagerente und Muster der Bodennutzung nach von Thünen (Quelle: HAAS & NEUMAIR 2015: 47)**

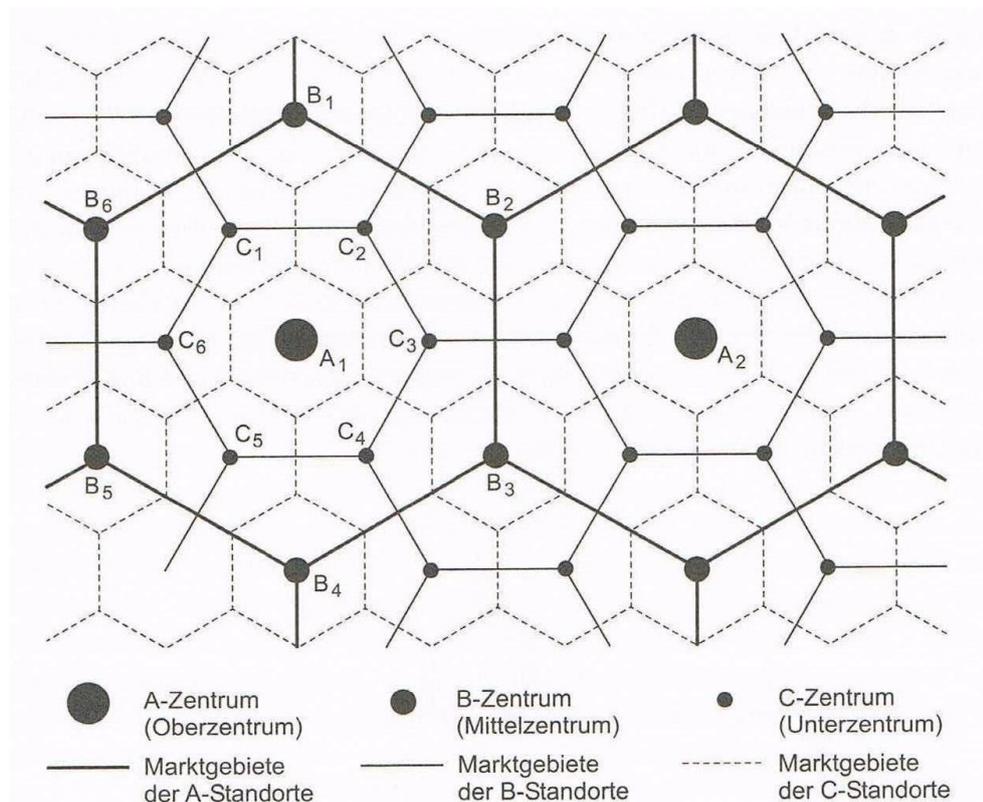
Obwohl bereits Thünen selbst zusätzliche Variablen wie zum Beispiel eine Eisenbahn oder einen Fluss in seinen späteren Modellen berücksichtigt hat, werden an seiner Theorie vor allem die Modellrestriktionen kritisiert. Für heutige Industriegesellschaften ist das Modell aufgrund „sinkender Transportkosten, modernen Konservierungsmöglichkeiten und staatlichen Agrarsubventionen“ kaum

noch von Bedeutung. Dennoch bleibt Thünens Grundthese, dass die Lagerente „eine räumliche Differenzierung in der Form und Intensität der agrarwirtschaftlichen Bodennutzung“ bedingt, bestehen und stellt zudem die Grundlage für andere Raumnutzungsmodelle dar. Das gilt zum Beispiel für das Muster innerstädtischer Flächennutzungszonen nach William Alonso, das besagt, dass sich „der Boden- bzw. Flächenpreis, den potenzielle Nutzer zu zahlen bereit sind“, an der Lagerente orientiert, die zu erzielen ist. Das hat zur Folge, dass sich bestimmte Dienstleister oder Einzelhändler in den zentralen Bezirken mit hohen Bodenpreisen konzentrieren, weil dort der „höchste Umsatz pro Flächeneinheit“ zu erwirtschaften ist (HAAS & NEUMAIR 2015: 47f.). Auch dieser Ansatz muss sich jedoch der Kritik stellen, dass die Annahme eines freien Bodenmarktes problematisch ist, da „städtische Verordnungen über Landnutzungen, Bebauungsarten und -intensitäten sowie durch Nutzungseinschränkungen Marktprinzipien zumindest teilweise außer Kraft“ setzen können. Neben diesem Umstand sind viele Städte heute nicht mehr monozentrisch aufgebaut, sondern haben mit der Urbanisierung des 20. Jahrhunderts "multiple Kerne" entwickelt. Als generelles Problem der Modelle städtischer Landnutzung gilt die Vernachlässigung der „sozialen und ökonomischen Prozesse“, was sich zum Beispiel in der Konzentration wissensintensiver Dienstleistungen zeigt. Diese Form der Dienstleistungen konzentriert sich nicht wegen der Transportkostenminimierung in den Stadtzentren, sondern profitiert vielmehr von der räumlichen Nähe, die ihnen „Informations- und Kommunikationsvorteile“ bietet (BATHELT & GLÜCKLER 2012: 122ff.).

Die Theorie der Zentralen Orte von Walter Christaller aus dem Jahr 1933 erklärt die „Verteilung städtischer Siedlungen“ und den verschiedenen "tertiären Versorgungszentren" im Raum. Der Ansatz lässt sich sowohl „der Stadtgeographie [als auch der] raumwirtschaftlichen Standorttheorie“ zuordnen. Die Grundannahme lautet, „dass sich eine optimale Verteilung von Einrichtungen [...] im Raum generell aus einer geordneten Hierarchie sog. zentraler Orte ableitet“. Ein zentraler Ort wird als Standort verstanden, an dem „Güter und Dienste von überörtlichem Bedarf“ angeboten werden. Dabei handelt es sich in der Regel um eine Stadt oder städtische Siedlung, dem ein „Bedeutungsüberschuss“ zuteilwird, da er die Versorgung eines bestimmten Gebiets mit Gütern übernimmt. Auch Christaller geht von der Homogenität des Raums aus, was Faktoren wie die Einkommensverteilung oder das Verkehrsnetz angeht, und unterstellt den Anbietern und Nachfragern eine reine Gewinnorientierung (HAAS & NEUMAIR 2015: 49). Anders als bei Alfred Webers produktionsorientiertem Ansatz ist die Theorie der Zentralen Orte absatzorientiert, wobei nicht erklärt wird, welche Standorte zu den zentralen Produktionsorten werden (vgl. KRIEGER-BODEN 1995: 14).

Der Theorie liegt die Annahme zugrunde, dass Konsumenten ab einer bestimmten Entfernung zu einem Produkt nicht mehr bereit sind, die benötigte Strecke zurückzulegen, um das Produkt zu erwerben. Diesen Punkt nennt man die "obere Grenze der Reichweite". Sie korreliert mit der "Bedarfsfrequenz" und der "Lebensdauer" eines Artikels. Daneben beschreibt die "untere Grenze der Reichweite" die "Mindestabsatzmenge", die es zu einer kostendeckenden Produktion bedarf, und die "Schwellenbevölkerung" die "Mindestbevölkerungsmenge", die innerhalb des Marktgebiets benötigt wird. Die Standorte bzw. Versorgungsräume werden hexagonal im Raum angeordnet, da diese sechseckige Form dem Kreis am nächsten ist, jedoch weder über- noch unterversorgte Bereiche entstehen. Die einzelnen zentralen Orte besitzen jeweils „eine eigene, hierarchisch abgegrenzte Zentralitätsstufe“. Ein Gebiet, für das der zentrale Ort den Mittelpunkt darstellt und dieses mit „Gütern und Dienstleistungen versorgt“, wird zentralörtlicher Bereich genannt. Da der zentrale Ort eine Versorgungsfunktion erfüllt, bestehen zwischen ihm und dem zentralörtlichen Bereich

funktionale Verflechtungen. In Abhängigkeit zum zentralörtlichen Angebot bzw. der Hierarchiestufe unterscheidet man nach der bundesdeutschen Raumordnung Ober-, Mittel- und Unterzentren, wodurch die „optimale Versorgung der Bevölkerung im Sinne des Versorgungsprinzips gewährleistet werden soll (siehe Abb. 2-4). Dabei handelt es sich um ein geschlossenes System, denn „die Einzugsgebiete der zentralen Orte höherer Stufe“ resultieren aus „mehreren zentralen Orten der nächst tieferen Stufe mit ihren Einzugsbereichen“ (HAAS & NEUMAIR 2015: 49ff.).



**Abb. 2-4: Theorie der Zentralen Orte nach Walter Christaller (Quelle: HAAS & NEUMAIR 2015: 51)**

Die höchste Zentralität besitzen Oberzentren, die ihr Einzugsgebiet mit Gütern des kurzfristigen (zum Beispiel frische Lebensmittel), mittelfristigen (zum Beispiel Friseurbesuch oder Bekleidung) und langfristigen sowie episodischen Bedarfs (zum Beispiel Möbel oder Computer) versorgen. Der langfristige Bedarf wird von den Mittelzentren nicht mehr abgedeckt. Sie sind für den mittelfristigen bis gehobenen Bedarf zuständig, während die Unterzentren lediglich die Versorgung mit Gütern des alltäglichen bis maximal mittelfristigen Bedarfs abdecken und häufig einen Auspendlerüberschuss vorweisen. Zudem wird ergänzend der Begriff der Kleinzentren eingeführt, die „als Orte niedrigster Zentralität“ eine Grundversorgung sicherstellen sollen. Der Rang des Ortes richtet sich nach dem höchstrangig angebotenen Gut. Standorte gleicher Hierarchieebene verfügen über dasselbe Angebot. Je höher die Hierarchieebene eines zentralen Ortes ist, desto größer ist ihre Entfernung zwischen voneinander. Neben den Leistungen des Einzelhandels bezieht sich die Versorgung auch auf öffentliche Dienstleistungen, worunter das Schul-, Bildungs- und Gesundheitswesen fällt (HAAS & NEUMAIR 2015: 51f.).

Kritik an der Theorie bezieht sich vor allem auf die Homogenitätsannahme des Raumes, da Faktoren wie ein interregionaler Güteraustausch, externe Agglomerationsersparnisse und die Mobilität der Produktionsfaktoren ebenso wenig Berücksichtigung finden wie eine ungleiche Verteilung von

Bevölkerung und Verkehrsinfrastruktur. Zudem wird nicht beachtet, dass Kunden verschiedene Erledigungen miteinander verbinden und so ihre Versorgungsgänge am nächstgelegenen zentralen Ort erledigen. Ein Arztbesuch wird dann häufig in Verbindung mit den Einkäufen des täglichen Bedarfs erledigt, um Zeit und Kosten zu sparen. Dennoch ist der Ansatz auch heute noch in der Raumordnung von Bedeutung (vgl. BATHELT & GLÜCKLER 2012: 137; HAAS & NEUMAIR 2015, 52). Das Zentrale-Orte-Konzept musste aus diesem Grund an die gesellschaftlichen Wandlungsprozesse angepasst werden, worum sich zum Beispiel der Ansatz der Städtenetze bemüht. Dieses Konzept ist im Rahmen einer Regionalpolitik „zur Sicherung der regionalen Wettbewerbsfähigkeit“ entstanden. Städte sollen durch den freiwilligen Zusammenschluss strategische Netzwerke bilden, um mithilfe einer engeren Kommunikation und Kooperation eine mehrdimensionale Aufgabenteilung zu erreichen. Durch die gemeinsame Ressourcennutzung und Kollektivaktionen sollen Netzwerkvorteile generiert werden, die beispielsweise zu Verbesserung der Außendarstellung beitragen. Bei dieser Konzeption handelt es sich um einen relativ jungen Ansatz, so dass Aufgaben sowie Zielsetzungen der Städtenetze häufig noch unklar sind (BATHELT & GLÜCKLER 2012: 141f.).

### **2.3.2 Verhaltensorientierte Standorttheorien**

Während in den neoklassischen Ansätzen vom über vollständige Informationen verfügenden homo oeconomicus ausgegangen wird, der seine Entscheidungen rational im Sinne der wirtschaftlichen Optimierung trifft ("optimizing behaviour"), verfolgen neuere verhaltensorientierte Standorttheorien einen induktiveren Ansatz, indem sie davon ausgehen, dass das menschliche Handeln subjektiv beeinflusst ist ("satisfizing behaviour"). Dabei steht das Individuum mit seinen „Werten und Motiven, aber auch Handlungszwängen und Informationsdefiziten“ im Zentrum der ökonomischen Betrachtungen. Allan Pred gilt als Begründer der verhaltensorientierten bzw. behaviouristischen Ansätze, die seit Ende der 1960er-Jahre Verbreitung finden. In seiner Theorie geht er davon aus, dass Menschen nie vollkommen rational handeln und auch nicht über vollständige Informationen verfügen. Aus diesem Grund sind Standortentscheidungen in nahezu allen Fällen suboptimal (HAAS & NEUMAIR 2015: 54f.) und heuristisch<sup>5</sup>. Bezogen auf die Suche nach einem Standort ist damit unter anderem gemeint, dass die Standortentscheidung bezüglich der räumlichen Ebene stufenweise erfolgt, sich auf die wichtigsten Faktoren konzentriert wird und nicht nach dem optimalen, sondern nach einem zufriedenstellenden Standort gesucht wird. An diesem Ansatz wird die Vernachlässigung gesamtwirtschaftlicher Zusammenhänge kritisiert, da das einzelne Unternehmen im Fokus der Betrachtungen steht (vgl. MAIER & TÖDTLING 2001: 29ff.).

### **2.4 Standortentscheidungen in der Gegenwart**

An die verhaltensorientierte Sichtweise Allen Preds knüpft THIEßEN an, der mit dem Konzept der Stadtbilder eine Sichtweise vorstellt, in der Unternehmen, die in der heutigen Zeit eine Standortentscheidung treffen, nach vereinfachten Entscheidungsregeln vorgehen und nur wenige Standorte umfassend analysieren. So wird davon ausgegangen, dass die betreffenden Akteure bereits vor dem eigentlichen Entscheidungsprozess ein Bild bezüglich der verschiedenen Städte bzw. Regionen haben, das „kulturelle, geschichtliche, räumliche [oder] wirtschaftliche“ Aspekte umfasst und sich auf die Bewertung der Standorte auswirkt. Dabei wird häufig keine Differenzierung zwischen

---

<sup>5</sup> Bei Heuristiken handelt es sich um „Lösungsmuster, die bewusst nicht nach einer optimalen Lösung suchen, sondern danach trachten, mit vertretbarem Aufwand eine akzeptable Lösung zu finden“ (MAIER & TÖDTLING 2001: 28).

harten und weichen Standortfaktoren vorgenommen. So scheinen verschiedenen Aspekte miteinander zu verschmelzen (THIEßEN 2005: 20ff.).

THIEßEN stellt eine weitere Sichtweise vor, in der gefordert wird, dass die Relevanz harter und weicher Standortfaktoren im Zusammenhang mit „Tertiärisierung und Wissenschaftsorientierung“ generell noch einmal neu untersucht wird, da die einstige Rohstoff- und Absatzmarktorientierung in der heutigen Dienstleistungs- und Wissensgesellschaft kaum noch von Bedeutung ist. Neuere, systematische Theorien wie der Milieu-Ansatz gehen davon aus, dass durch Agglomerationen an "inspirierenden Standorten" eine innovations- und wachstumsfördernde Atmosphäre entsteht. Zu den bekanntesten Beispielen hierfür zählt Silicon Valley. Die Schaffung von „innovativen Milieus und kooperativen Netzwerken“ zählt dabei zu den Agglomerationsvorteilen, wobei auch die weichen Standortfaktoren an Bedeutung gewinnen, damit sich die Mitarbeiter am Standort wohl fühlen. Da Wandel und Innovation von den Mitarbeitern ausgeht, benötigen diese auch deutlich mehr Handlungsspielraum. So liegt der entscheidende Wettbewerbsfaktor darin, „wie mit Daten, Wissen und Informationen kreativ umgegangen wird“, so dass die Schlüsselkompetenz in der Gewinnung eigenständig und selbstregulierend handelnder Mitarbeiter liegt, die äußerst komplexe Abläufe zur Umsetzung von „Lern- und Wandlungsprozessen“ bewältigen können. Als Standort wird dabei oftmals nicht einer mit „ausreichend Büroflächen zu günstigen Kosten, niedrigen kommunalen Abgaben und hohen Fördermitteln“ gewählt, sondern vielmehr repräsentative Standorte mit Ausstrahlung und Lebensqualität, auch wenn Lebenshaltungskosten sowie Büromieten hoch sind. In diesem Fall könnten weiche Standortfaktoren sogar ausschlaggebend für Standortentscheidungen in gewissen Bereichen des tertiären Sektors sein. Da diese Überlegungen jedoch noch kaum empirisch getestet wurden, sind sie bislang eher theoretisch-analytischer Natur (THIEßEN 2005: 17ff.).

Neuste Ansätze wie die New Economic Geography argumentieren, dass sich die veränderten gesellschaftlichen Rahmenbedingungen auch auf die Anforderungen an den Raum bzw. die Kulturlandschaft auswirken (vgl. FÜRST & LÖB 2005: 56; FARHAUER & KRÖLL 2013: 209). Dem Faktor Kreativität wird dabei für die wirtschaftliche Entwicklung besondere Aufmerksamkeit gewidmet, weil er als entscheidender Antrieb innovativer Prozesse gilt. Dabei kann man sich diese personenbezogene Eigenschaft nicht wie spezifisches Fachwissen an universitären Einrichtungen aneignen. Vielmehr resultieren kreative Prozesse oftmals aus einer intensiven Auseinandersetzung mit der Umwelt. So gilt ein attraktives Umfeld als weicher Standortfaktor, der gerade in der Kreativwirtschaft bedeutsam ist. Urban Amenities (städtische Ausstattung) bezeichnen urbane Qualitäten wie eine einzigartige Architektur, eine attraktive Lage am Wasser oder ein ansprechendes Kultur- und Freizeitangebot, die sich auf das Image oder die Atmosphäre eines Standortes auswirken und zur Bindung an den Standort durch das Vorhandensein einer entsprechenden Lebensqualität beitragen (vgl. KULKE 2010: 308). Gerade eine Lage am Wasser, beispielsweise an einem See oder Fluss, zählt vielerorts „zu einem besonderen Merkmal städtischer Identität und zu einem stadtentwicklungspolitisch verwertbaren Standortfaktor“. Eine solche Entwicklung ist zum Beispiel in Köln mit dem Umbau des Rheinauhafens zu einem „attraktive[n] Standort für Büros, teure Wohnungen und Gastronomie-Betriebe[n]“ zu beobachten. Die drei sogenannten Kranhäuser haben durch ihre besondere Architektur ebenfalls eine Imagewirkung auf den Standort (HEINZ 2015: 123f.).

An diese Theorie knüpft zu Beginn der 2000er-Jahre auch Richard Florida an, der in seinem Ansatz ebenfalls davon ausgeht, dass Wachstum und Innovation dort entstehen, wo sich "kreative Köpfe" niederlassen (vgl. FLORIDA 2002; 2005). Mit der räumlichen Verteilung der "kreativen Klasse" soll die Entwicklung von Regionen erklärt werden. Die "kreative Klasse", die als sehr mobil gilt, bevorzugt

attraktive Regionen als Wohnort. Dort bilden sich Cluster von Humankapital, die wiederum zu einem gesteigerten Wachstum und Wohlstand sowie einer Agglomeration von Unternehmen beitragen (FLORIDA 2002: 222). Laut Florida hängt der Unternehmenserfolg auch davon ab, welche Bedingungen die Aktiven und Kreativen vorfinden. Neben einer hohen Lebensqualität werden in seiner Untersuchung vor allem die Möglichkeit, "Outdoor-Aktivitäten" wie Rudern, Klettern oder Schwimmen (diese gern im Zusammenhang mit einem Zugang zu Wasser) nachzugehen und das Angebot an "Lifestyle-Aktivitäten" (Cafés, Restaurants, Bars) nachgefragt. Ein einfacher Zugang zu diesen Möglichkeiten ist deswegen von Bedeutung, da sie unter anderem einen Ausgleich zur Arbeit darstellen (THIEßEN 2005: 24ff.). Bei einem Fehlen dieser Faktoren kann es passieren, dass potenzielle Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer ein Arbeitsangebot nicht annehmen, was bedeutet, dass die weichen personenbezogenen Präferenzen den regionalen Arbeitsmarkt beeinflussen (vgl. FÜRST & LÖB 2005: 56 f.). Das ist nach Floridas Konzept vor allem im Wandel der Arbeitswelt begründet, da sich in der heutigen Wissensgesellschaft die Arbeitsverhältnisse geändert haben und der Stellenwert des Bildungsgrades der Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer gestiegen ist. So trägt der Kenntnisstand der Beschäftigten erheblich zum wirtschaftlichen Erfolg bei, da bei immer kürzeren Produktlebenszyklen der Innovationsdruck steigt (vgl. FARHAUER & KRÖLL 2013: 230). An der Stelle kommt ein entsprechendes Arbeitsumfeld zum Tragen, das die Kreativität und somit auch das Generieren neuer Ideen fördert. Als hinderlich gelten dabei ein starres Arbeitsumfeld und feste Arbeitszeiten, während die Ermöglichung einer flexiblen Einteilung zwischen Arbeitszeit und Freizeit als kreativitätsfördernd gelten. Ebenfalls positiv werden das Vorhandensein eines Milieus „der Vielfalt unterschiedlicher Ethnien, Kulturen sowie Lebens- und Arbeitsformen“ in einem Umfeld, das von „wechselseitiger Anerkennung, Respekt und Toleranz“ geprägt ist, bewertet (FARHAUER & KRÖLL 2013: 230ff.).

Florida unterscheidet drei verschiedene Formen von Kreativität, die sich jedoch gegenseitig beeinflussen und ergänzen. Um einen Mehrwert für die wirtschaftliche Entwicklung der Region zu generieren, ist das Vorhandensein aller drei Kreativitätsarten unabdingbar. Unterschieden wird zwischen technologischer, ökonomischer und künstlerischer bzw. kultureller Kreativität. Unter die technologische Kreativität fallen Tätigkeiten, die neue Technologien hervorbringen oder weiterentwickeln und oftmals von Naturwissenschaftlern oder Ingenieuren ausgeführt werden. Ökonomische Kreativität umfasst das Arbeitsfeld, das sich damit befasst, Erfindungen marktreif zu machen, zu patentieren und Märkte zu erschließen. Die künstlerische und kulturelle Kreativität korreliert insofern mit dem wirtschaftlichen Erfolg, als dass sie für ein kreatives Umfeld sorgt. Weiter wird die kreative Klasse in drei Kategorien unterteilt. Hierzu zählen Hochkreative, kreative Fachleute und Bohemiens. Zu den Hochkreativen, die den Kern der kreativen Klasse bilden, zählen Ingenieure, Ärzte, Hochschullehrer oder Natur-, Wirtschafts-, Sozial- und Geisteswissenschaft. Sie üben zumeist technisch oder ökonomisch innovative Tätigkeiten aus. Eine zweite Kategorie bilden die kreativen Fachleute, die zwar nicht selbst kreativ tätig sind, den Prozess jedoch unterstützen. Hierunter fallen beispielsweise Anwälte, Manager, leitende Verwaltungsfachkräfte oder Techniker. Die dritte Kategorie der Bohemiens umfasst Menschen, die künstlerisch tätig sind und den wirtschaftlichen Erfolg nur indirekt beeinflussen. Dennoch sind sie für den wirtschaftlichen Erfolg der Region unabdingbar, da sie zur Attraktivität der Region als Lebensstandort beitragen. Zu den Bohemiens gehören unter anderem Schriftsteller, Designer, Schauspieler, Musiker, Maler oder Fotografen. Die kreative Klasse bevorzugt Städte als Wohnstandort, da sie dort eine große kulturelle Vielfalt vorfinden. Die Attraktivität und Lebensqualität eines Standortes spielt dabei eine entscheidende Rolle, die auch durch das Angebot an weichen Standortfaktoren beeinflusst wird (vgl. FARHAUER &

KRÖLL 2013: 230ff.). Von besonderer Bedeutung für das Potenzial von Regionen bzw. Städten sind für Florida die drei Indikatoren Technologie, Talent und Toleranz, die alle am Standort vorhanden sein müssen. Unter Technologie fällt die bereits angesiedelte wissensintensive Wirtschaft und somit die Konzentration an Hochtechnologie-Branchen und Innovationsvermögen. Talent bezieht sich auf das kreative Potenzial vor Ort, was sich in der Zahl an Angestellten in kreativen Berufen widerspiegelt. Unter Toleranz fällt der Grad an Offenheit der Gesellschaft in der Region, durch das eine hohe Bandbreite an verschiedenen Charakteren, angezogen wird. Das führt wiederum zu einem gesteigerten Austausch an neuen Ideen, der von der Heterogenität und Vielfalt vor Ort profitiert (vgl. FLORIDA 2002: 249ff.; FLORIDA 2005: 6f.).

Kritik an Floridas Ansatz übt vor allem Edward Glaser, der den Neuigkeitswert des Zusammenhangs von Kreativität und Wirtschaftswachstum bezweifelt. Zudem stellt er die verwendete Methode und die Schätzergebnisse infrage, die Florida anhand von vier verschiedenen Indizes erzielt hat (vgl. FARHAUER & KRÖLL 2013: 240f.). Darüber hinaus bewertet Walter Siebel das Konzept der "Creative Class" als Legitimierung einer Stadtpolitik, „die Prozesse in Gang setzt und unterstützt, an deren Ende Aufwertung, Verdrängung und die Spaltung der Stadtgesellschaft stehen“ (SIEBEL 2016: 276). Eine ähnliche Einschätzung hat dazu Werner Heinz, der eine potenzielle „Verdrängung einkommensschwacher Bevölkerungsgruppen“ als „kommunales Politikinstrument im Zuge der allgemeinen Aufwertung von Stadtzentren und ihrer Randbereiche“ sieht (HEINZ 2015: 127).

## **2.5 Diskussion um den Wettbewerb der Regionen**

Die Entwicklung der gesellschaftlichen Raumstrukturen ist nach KRÄTKE „in den hochindustrialisierten Ländern gegenwärtig durch eine akzentuierte ökonomisch-soziale Polarisierung der Städte und Regionen gekennzeichnet, wobei sich die Probleme und Konflikte gesellschaftlicher Restrukturierung mehr und mehr auf "lokaler" Ebene – insbesondere in den Großstädten – konzentrieren und zuspitzen“. Aus seiner Sicht unterliegen Städte aufgrund der „wachsenden interkommunalen Konkurrenz“ einem verstärkten Handlungsdruck und müssen infolge dessen die wirtschaftlichen Entwicklungspotenziale an ihrem Standort aktiv stören (KRÄTKE 1999: 233). BATHELT & GLÜCKLER beziehen jedoch die Position, dass im Zusammenhang der Regional- und Stadtentwicklung ein Wettbewerb der Regionen im eigentlichen Sinne nicht gegeben ist. Städte und Regionen haben anders als Unternehmen kein Gewinnmotiv und produzieren keine Waren. Zudem können sie nicht insolvent gehen und sich infolge dessen auflösen. Dennoch haben sie ein Interesse daran, die Wohlfahrt ihrer Bevölkerung zu erhöhen und Unternehmen sowie die damit verbundenen Arbeitsplätze am Standort zu halten bzw. diese für den Standort zu gewinnen. Um das zu erreichen, wird es von den Städten und Regionen als sinnvoll erachtet, für Unternehmen und Bevölkerung ein attraktives Umfeld zu schaffen. Dazu können unter anderem das "Humankapital" (vielfältig qualifiziertes Arbeitskräfteangebot), das "soziale" und "institutionelle Kapital" (Netzwerkförderung), das "Wissens- und Kreativkapital" (Förderung innovativer Tätigkeiten), das "kulturelle Kapital" (Lebensqualität durch kulturelles Angebot für hochqualifizierte Arbeitskräfte) oder das "Infrastrukturkapital" gestärkt werden (BATHELT & GLÜCKLER 2012: 144). Wird im Folgenden von einem Wettbewerb der Regionen gesprochen, dann unter Berücksichtigung dieser Überlegungen.

## **2.6 Bedeutungswandel von Standortfaktoren**

Grundsätzlich ist die wahrnehmbare Struktur eines Wirtschaftsraums das Ergebnis diverser Entscheidungen, die von verschiedenen Akteuren getroffen werden. Dabei zählen Unternehmen,

Haushalte (Bevölkerung) und die öffentliche Hand (Staat) zu den wichtigsten Akteursgruppen, die in diversen Bereichen miteinander agieren. So treffen nicht nur Unternehmen raumwirksame Entscheidungen, sondern auch private Haushalte, was zum Beispiel anhand der persönlichen Arbeitsplatz- und Wohnstandortwahl deutlich wird. Auch durch die öffentliche Hand werden diverse raumwirksame Entscheidungen getätigt, indem sie beispielsweise Einfluss auf die Qualität von Standorten nimmt oder „die politischen und sozialen Rahmenbedingungen“ für die am Standort lebenden Menschen bzw. angesiedelten Unternehmen bestimmt (MAIER & TÖDTLING 2001: 9ff.). Diese Prozesse und Wechselbeziehungen stehen auch in Abhängigkeit zu gesellschaftlichen Entwicklungen. So hat sich die einstige Industriegesellschaft in den letzten Jahrzehnten in eine Wissensgesellschaft gewandelt, in der die älteren Ansätze der Standorttheorien an Bedeutung verloren haben (vgl. LIEFNER & SCHÄTZL 2012: 14f.). In der heutigen Wissensgesellschaft werden Standortentscheidungen von den „Standortanforderungen einer bestimmten Tätigkeit, den Standortgegebenheiten und dem erforderlichen Grad der Vernetzung der an der Herstellung des Produkts beteiligten Unternehmen“ gesteuert, was dazu führt, dass Prozesse der Entscheidungsfindung an Komplexität gewinnen (LIEFNER & SCHÄTZL 2012: 131f.). Auf diese Entwicklung hat auch das Aufkommen neuer „Kommunikations- und Informationstechniken“ (zum Beispiel Telefon oder Internet) Einfluss genommen, durch das ein verstärkter Wissensaustausch ermöglicht wurde (LIEFNER & SCHÄTZL 2012: 133).

Laut MAYER et al. führen Entwicklungen wie die „Tertiärisierung, die wachsende Qualifikation der Beschäftigten [...] oder das veränderte Verhältnis von Arbeit und Freizeit“ dazu, dass weiche Standortfaktoren wie das „Stadt- und Landschaftsbild“ oder die „Wohn- und Lebensqualität“ für die „Entwicklung von Regionen und Städten“ an Bedeutung gewinnen. Zudem erlangt auch die „Imagepflege und Standortwerbung im kommunalen und regionalen Bereich“ einen höheren Stellenwert (MAYER et al. 2001: 132). Auch HAAS & NEUMAIR teilen die Einschätzung, dass Standortentscheidungen auf Grundlage anderer Unterscheidungsmerkmale getroffen werden müssen, wenn die harten Faktoren an verschiedenen Standorten, die im regionalen Wettbewerb stehen, nahezu identisch sind (vgl. MAYER et al. 2001: 132; HAAS & NEUMAIR 2015: 16). An diesem Punkt ist es vorstellbar, dass regionale Besonderheiten ausschlaggebend für unternehmerische Entscheidungen sein können (vgl. MAYER et al. 2001: 132) und sich die „Sichtweise der Standortlehre“ wandelt, wenn die Bedürfnisse der Mitarbeiter die Standortwahl von Unternehmen beeinflussen (BATHELT & GLÜCKLER 2012: 174). Die genaue wirtschaftliche Relevanz weicher Standortbedingungen ist gegenwärtig jedoch noch unklar, wobei generelle Aussagen zur Bedeutung weicher Standortfaktoren schon deswegen als wenig sinnvoll erachtet werden, da ihre Bedeutung von der „Branche, dem Unternehmenstyp, dem Typ der Standortentscheidung, der Betriebsgröße [oder] dem Anteil Hochqualifizierter“ abhängt (GRABOW et al. 1995: 45ff.). Nach GRABOW et al. zählen zudem zu den wichtigsten Standortfaktoren auch weiterhin harte Faktoren wie die Verkehrsanbindung, Flächenverfügbarkeit oder der Arbeitsmarkt (vgl. GRABOW et al. 1995: 336). Dennoch nehmen "weiche" Präferenzen (zum Beispiel die Wohnortpräferenz) von Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmern laut THIEßEN Einfluss auf Arbeitsmärkte, und damit auch auf einen wichtigen harten Standortfaktor. So bestehen Mechanismen, „mit denen Arbeitnehmer ihre Raumpräferenzen wirksam zum Ausdruck bringen können“. Eine „latente Nachfrage nach Arbeit an attraktiven Orten“ vergrößert den dortigen Arbeitsmarkt. Darüber hinaus spielt auch die Angst der Arbeitgeberinnen und Arbeitgeber eine Rolle, wenn diese befürchten, dass ihre Fachkräfte bei einer Versetzung an einen nicht als attraktiv geltenden Standort demotiviert werden oder sich gegen den Verbleib im Unternehmen entscheiden (THIEßEN 2005: 30f.).

### 3 Standortmarketing

Der Begriff des Marketings hat seinen Ursprung in der Betriebswirtschaftslehre. Marketingkonzepte stellten „eine Reaktion auf die Entwicklung der Märkte zu Käufermärkten dar“, weil bei "konkurrierenden Produkten" in verschiedenen Bereichen das Angebot über der Nachfrage lag (GRABOW & HOLLBACH-GRÖMING 1998: 16). MEISSNER versteht unter Marketing in der Gegenwart eine Konzeption „mit deren Hilfe die Zielvorstellungen von Organisationen, ob es nun Unternehmen, Städte oder auch Personen sind, mit den Nutzenvorstellungen von Nachfragern, Verbrauchern oder auch Bürgern in Einklang gebracht werden können“. Dabei orientiert er sich an der Definition der American Marketing Association, die Marketing als einen „Planungs- und Ausführungsprozess“ beschreibt, der Aspekte wie „Gestaltung, Preisbildung [und] Kommunikation“ sowie den Vertrieb von „Ideen, Produkten und Dienstleistungen“ inkludiert. In der Vergangenheit kam es zu einer Übertragung dieses „ursprünglich für den Konsumgüterbereich entwickelten Marketingkonzeptes auf eine Vielzahl von Austauschprozessen“, so dass es heute auch Anwendungen bei Regionen, Städten oder Gemeinden findet. Formen des Marketings sind beispielsweise das Stadt- oder Regionalmarketing, die eine Sonderform der Marketingaktivitäten darstellen, und unter anderem der Beeinflussung der unternehmerischen Standortentscheidungen dienen sollen (MEISSNER 1995: 21f.).

Zusammenfassend schreibt BALDERJAHN dem Standortmarketing die Aufgabe zu, „im Kontext einer Trägerorganisation professionelle lokale Führungs- und Steuerungsstrukturen zu etablieren, die geeignet sind, alle Funktionen, Tätigkeiten und Prozesse, die mit der Vermarktung lokaler Leistungen verbunden sind, sowohl auf die Erwartungen und Forderungen der Nachfrager (Kundenorientierung) als auch auf die Bedingungen des Standortwettbewerbs (Wettbewerbsorientierung) auszurichten“. Dazu gehört es im speziellen, Direktinvestitionen wie Unternehmensansiedlungen zu akquirieren, Bestandssicherung bezüglich der ansässigen Unternehmen zu betreiben oder Ressourcen wie Fach- und Führungskräfte oder Finanzierungsangebote bereitzustellen bzw. zu erhalten (BALDERJAHN 2014: 10). Standortmarketing wird an dieser Stelle als Oberbegriff für städtische bzw. regionale Marketingaktivitäten verstanden, da der Begriff des Standortes an sich nicht eindeutig definiert ist und „von der Immobilie über Gewerbe- und Technologieparks“ bis hin zu „Städte[n] und nationale[n] Regionen“ verschiedene Maßstabsebenen umfassen kann (BALDERJAHN 2014: 11).

#### 3.1 Marketingaktivitäten von Städten und Regionen

Aktivitäten im Bereich des Marketings werden von den meisten Städten und Regionen durchgeführt. Teilweise findet das ganz unbewusst und ohne langfristige Strategie durch die mehr oder weniger erfolgreiche Durchführung von Stadtfesten, Stadtwerbung oder durch die Wirtschaftsförderung und Tourismusbranche statt (vgl. SCHÜCKHAUS et al. 1993: 2; BALDERJAHN 2014: 24). Laut einer Umfrage des Deutschen Instituts für Urbanistik nutzten Mitte der 1990er-Jahre bereits ca. 90 Prozent der Städte zwischen 50.000 und 100.000 Einwohnern eine Form des Marketings. Die Entscheidung, ob und inwiefern dieses Instrument Einsatz findet, ist dabei von verschiedenen Faktoren wie der Einschätzung der entsprechenden Entscheidungsträger abhängig (vgl. BIRK & LEPPA 2002: 3ff.). Dabei beziehen sich die Marketingaktivitäten nicht nur auf die Stadt als Ganzes, sondern auch auf Stadtteile, einzelne Standorte oder Themen wie dem Tourismus (vgl. KILIAN & BRACH 2010: 150). Die Zunahme von Marketingaktivitäten begründen GRABOW & HOLLBACH-GRÖMING damit, „dass sich die Kommunen immer mehr der Notwendigkeit einer Nutzung innovativer Instrumente der Stadtentwicklung bewusst werden“ und sich zudem einem Druck ausgesetzt sehen, es den umliegenden Städten und Gemeinden, die bereits Marketingaktivitäten verfolgen, gleichzutun

(GRABOW & HOLLBACH-GRÖMING 1998: 15). Zudem hat das Aufkommen neuer Informations- und Kommunikationstechnologien dazu geführt, dass viele Unternehmen in ihrer Standortwahl unabhängiger geworden sind (vgl. KILIAN & BRACH 2010: 152f.). So ist der „zunehmende Wettbewerb der Städte und Regionen“ laut BERTRAM auch ursächlich dafür, dass das Stadt- und Regionalmarketing in den vergangenen Jahren einen hohen Bedeutungszuwachs erfahren hat. Standorte konkurrieren demnach in verschiedenen Bereichen zum Beispiel als Ort wirtschaftlicher Aktivitäten, Lebens- oder Erholungsraum (vgl. BERTRAM 1995: 29). Auch Veränderungen auf politischer Ebene (Internationalisierung und Globalisierung), die sich auf die Rahmenbedingungen der Stadtentwicklung auswirken, führen zu einer "Konjunktur" von Marketingaktivitäten (GRABOW & HOLLBACH-GRÖMING 1998: 169). Laut SCHÜCKHAUS haben die Veränderungen der „politischen, wirtschaftlichen [und] gesellschaftlichen Rahmenbedingungen“ in den letzten Jahrzehnten dazu geführt, dass eine Neuorientierung des Handelns von Politik und Verwaltung erforderlich wurde. Der Strukturwandel, der von Ereignissen wie der Wiedervereinigung Deutschlands, der Tertiärisierung oder einem gesellschaftlichen Wertewandel begleitet wurde, hat demnach zu einem „wachsenden Wettbewerb zwischen Städten und Regionen“ geführt, die alle um Institutionen, Unternehmen und Fachkräfte werben (SCHÜCKHAUS et al. 1993: 10f.), da auch die Ansprüche der Menschen an Standorte gestiegen sind (KILIAN & BRACH 2010: 153).

Während Stadtentwicklung in den 1960er- und 1970er-Jahren hauptsächlich Aufgabe der öffentlichen Verwaltung und deren Planungsabteilungen war, kam es in jüngster Vergangenheit laut HELBRECHT zu einem „privatwirtschaftlich geprägten Strukturbruch“, im Rahmen dessen „an die Stelle der [klassischen] Stadtentwicklungsplanung, [...] Vorstellungen von Stadtentwicklung durch Public-Private-Partnership, Stadtmarketing und Stadtmanagement getreten“ sind (HELBRECHT 1995: 2f.), um das „kommunalpolitisch[e] Handel[n]“ zu erneuern. Dabei handelt es sich nicht um eine "Reform von oben" in Form von theoretischen Entwürfen „neuer planungspolitischer Leitlinien“, sondern um eine "Bewegung von unten", ausgehend von den „lokalen Handlungszwängen“ (HELBRECHT 1995: 42f.).

Im Folgenden soll vor allem das Stadtmarketing erläutert werden, das räumlich betrachtet auf städtischer Ebene anzusiedeln ist. Daneben findet auch das Regionalmarketing Erwähnung, worunter die Marketingaktivitäten auf regionaler Ebene einzuordnen sind. Neben verschiedenen Gemeinsamkeiten unterscheiden sich Stadt- und Regionalmarketings durch die gegebenen Rahmenbedingungen, Zielgruppen und Handlungsebenen (vgl. GRABOW & HOLLBACH-GRÖMING 1998: 32).

### **3.1.1 Stadtmarketing**

Lange Zeit war der Begriff des Stadtmarketings mit einer starken Unschärfe behaftet (vgl. GRABOW & HOLLBACH-GRÖMING 1998: 27). GRABOW & HOLLBACH-GRÖMING unternahmen Ende der 1990er-Jahre den Versuch einer Definition von Stadtmarketing als „kooperative Stadtentwicklung mit dem Ziel der Aufwertung einer Stadt und ihrer Leistungen für die Bürger, Wirtschaft und Auswärtige durch verbesserte Kommunikation und langfristige Partnerschaft zwischen allen, die an der Gestaltung des Lebensraums Stadt mitwirken“. Das muss ihrer Auffassung nach „durch die gemeinsame Entwicklung und Umsetzung konkreter Projekte“ und „auf der Grundlage von partnerschaftlich erarbeiteten Leitlinien und offensiver, konsensorientierter Diskussion von Zielkonflikten“ erfolgen (GRABOW & HOLLBACH-GRÖMING: 30).

Laut MEISSNER dient das Stadtmarketing dazu, das eigene „Profil nach außen zu verstärken [und] sich gegenüber anderen Städten und Gemeinden abzugrenzen“. Daneben erfüllt Stadtmarketing auch eine Innenwirkung, da es die Akzeptanz der Bürgerinnen und Bürger für „gestaltungspolitische Entscheidungen“ der Städte und eine „Identifikation und Motivation der [städtischen] Mitarbeiter“ steigern soll. Das zu erreichen, wird als wichtig erachtet, da Städte und Gemeinden den Lebensraum der Bürgerinnen und Bürger darstellen, an den „Hoffnungen und Erwartungen“ bezüglich der Lebensqualität oder Zukunftschancen gestellt werden, was Bereiche wie Arbeitsplätze, Verkehrssysteme, Bildungsangebote oder Kultur- und Freizeitangebote betrifft. So soll das Stadtmarketing dazu beitragen, die Belange der Bürgerinnen und Bürger mit den „politischen, ökonomischen und gesellschaftlichen Leitvorstellungen“ der Verwaltung zu vereinbaren (MEISSNER 1995: 22).

Nach SCHÜCKHAUS et al. handelt es sich beim Stadtmarketing um einen langfristig angelegten Prozess, der in verschiedenen Phasen abläuft, und dem eine sorgfältige Analyse der Situation, in der sich die Stadt gegenwärtig befindet, zugrunde liegt. Dafür muss untersucht werden, welche Stärken und Schwächen sowie Chancen und Risiken existieren, um mögliche „Entwicklungs- und Differenzierungspotenziale [sowie] Schwachstellen“ zu identifizieren (SCHÜCKHAUS et al. 1993: 4f.). Zudem müssen auch die gegenwärtige Wirtschaftsstruktur, das Angebot an Wohn- und Gewerbeflächen sowie Faktoren wie Kultur- und Freizeit Berücksichtigung finden, bevor ein strategisches Konzept in eine konkrete Marketingstrategie münden kann. Neben den Entscheidungsträgern aus der Verwaltung (Stadtentwicklung, Tourismus, Wirtschaftsförderung, Öffentlichkeitsarbeit etc.) sollten dabei auch Wirtschaftsverbände, Industrie- und Handelskammern, Vertreter des Einzelhandels, der Gastronomie und politischer Parteien, Bürgerforen, Kultur- und Bildungseinrichtungen sowie weitere Träger städtischer Aktivitäten (zum Beispiel eine ausgegliederte Wirtschaftsförderung) mit einbezogen werden. Durch das Instrument des Stadtmarketings sollen bestimmte Ziele erreicht werden, die zuvor definiert wurden. An dieser Stelle können diverse Konfliktfelder auftreten, was sich beispielsweise bei der Thematik der Verkehrsanbindung zeigt. So haben die Anwohner den Wunsch nach einem ruhigen Wohnort ohne Lärm und Abgasbelastungen. Gleichzeitig wünschen sich aber sowohl Stadt bzw. Gemeinde als auch die Anwohner selbst einen gut angebundenen Standort (vgl. MEISSNER 1995: 23; GRABOW & HOLLBACH-GRÖMING 1998: 72). Aus diesem Grund verweist MEISSNER neben der Marktforschung, die die Erwartungshaltung der Bürgerinnen und Bürger untersuchen soll, vor allem auf die Bedeutung einer guten Kommunikationspolitik, die durch „persönliche Kommunikation [...], Werbeaktivitäten [oder] Presse- und Öffentlichkeitsarbeit“ die Bürgerinnen und Bürger über aktuelle Entscheidungsprozesse nicht nur informiert, sondern bestenfalls auch mit einbezieht. Diese Kommunikationspolitik soll zudem auch die städtischen Interessen nach außen darstellen und das gewünschte „Bild [der] Stadt“ bzw. der Gemeinde mitgestalten (MEISSNER 1995: 25). Standortmarketing kann nicht nur der Analyse bzw. Aufarbeitung vielfältiger städtischer Fragestellungen dienen, sondern auch Einzelaspekte behandeln und die Stadt als Dienstleistungszentrum, Wohn-, Erholungs-, bzw. Veranstaltungsort, Kulturräum oder Produktionsstandort bewerben (vgl. SCHAFMEISTER 2002: 38).

Die „Erhöhung des Bekanntheitsgrades [und] die Steigerung der Stadtattraktivität [sowie der] Wettbewerbsfähigkeit“ gelten ebenso wie der Aufbau, die Korrektur bzw. die Pflege des Images als Oberziele des Stadtmarketings. Des Weiteren haben die Kommunen ein Interesse daran, Stadtmarketing auch für die „Stärkung der Wirtschafts- [und] Kaufkraft [oder] zur Sicherung eines hohen Beschäftigungsniveaus“ zu nutzen und dadurch die Lebensqualität zu verbessern

SCHÜCKHAUS et al. 1993: 27f.). Die genannten Aspekte können zum Teil in Verbindung zueinander stehen. Eine Steigerung der Wirtschaftskraft kann beispielsweise zu einem hohen Beschäftigungsniveau beitragen, was wiederum positive Effekte auf die Kaufkraft haben kann. Faktoren wie die Lebensqualität bedürfen weichen Standortfaktoren wie einem entsprechenden Angebot im Bereich der Kultur und Freizeit, die Einfluss auf die Attraktivität und damit auch die regionale und überregionale Wettbewerbsfähigkeit nehmen (vgl. SCHÜCKHAUS et al. 1993: 27f.; KILIAN & BRACH: 162).

Das Stadtmarketing soll Standorte als „Lebens-, Wirtschafts- und Tourismusraum“ attraktiver gestalten. Neben Werbung und Öffentlichkeitsarbeit kann das nach Einschätzung von BERTRAM nur durch die Entwicklung eines langfristigen Handlungskonzepts, das alle Zielgruppen im Blick hat, erreicht werden. Dabei weist er insbesondere darauf hin, dass „die Initiative [für das Marketing] von den Verwaltungsspitzen ausgehen“ und neben der Verwaltung auch die Bürgerinnen und Bürger sowie Unternehmen überzeugt werden müssen, wenn das Marketing wirksam sein soll (BERTRAM 1995: 29ff.). Vor der Entwicklung eines Marketingkonzeptes muss erst geklärt werden, welche Zielgruppen wie erreicht werden können. Nach SCHÜCKHAUS et al. kann dabei zwischen internen und externen Zielgruppen unterschieden werden. Zu den internen Gruppierungen zählen die lokalen Zielgruppen. Diese umfassen die Bürgerinnen und Bürger, lokale Interessengruppen und Unternehmen, die in der Stadt ansässig sind. Bei den regionalen Zielgruppen, zu denen Pendler, regionale Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer bzw. Unternehmen zählen, und den überregionalen Zielgruppen, worunter Touristen und ansiedlungswillige Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer bzw. Unternehmen aus dem In- und Ausland fallen, handelt es sich um externe Zielgruppen. Alle Zielgruppen stellen bestimmte Anforderungen an den Standort und bewerten diesen anhand der für sie relevanten Standortfaktoren (vgl. SCHÜCKHAUS et al. 1993: 51; BALDERJAHN 2014: 35). Infolgedessen muss sich das Stadtmarketing „nach innen und außen“ richten. Dabei entscheidet jede Kommune selbst, „welchen Stellenwert den einzelnen Zielgruppen“ zugeschrieben wird. Die Bedeutung wird oftmals von den „geographischen Gegebenheiten“ beeinflusst. So wird ein Tourismusstandort wie die Insel Rügen andere Schwerpunkte setzen und mit anderen Problemen konfrontiert sein als eine Stadt im industriell geprägten Ruhrgebiet (SCHÜCKHAUS et al. 1993: 53). Generell ist es jedoch wichtig, alle Zielgruppen mit einzubeziehen und deren Interessen zu berücksichtigen, um das Konfliktpotenzial zu minimieren bzw. Konflikte frühzeitig lösen zu können (vgl. SCHÜCKHAUS et al. 1993: 23). Ein grundsätzlicher Fokus sollte laut KILIAN & BRACH jedoch auf der Zielgruppe der Bürgerschaft liegen, die als Einwohnerinnen und Einwohner der Stadt nicht nur Steuern zahlen, sondern auch Arbeitskräfte für die ansässigen Unternehmen und Konsumenten am Standort darstellen (KILIAN & BRACH 2010: 162).

Beim Stadtmarketing handelt es sich um einen dynamischen Prozess, der auf Dauer ausgerichtet ist. Dabei weisen die einzelnen Vorhaben eine unterschiedliche Realisierungsdauer auf. Zum einen soll eine „langfristige strategische Planung“ die „Verwirklichung übergreifender kommunaler Ziele“ gewährleisten. Daneben soll eine mittelfristige Planung „die Anpassung an Situationsveränderungen“ sicherstellen und die kurzfristige Planung die Umsetzung von Projekten ermöglichen (SCHÜCKHAUS et al. 1993: 18).

Der Stadtmarketingprozess lässt sich nach SCHÜCKHAUS et al. in sechs Phasen unterteilen:

1. Potenzialanalyse
2. Leitbildentwicklung

3. Zieldefinition
4. Strategieentwicklung
5. Maßnahmenplanung und -umsetzung
6. Erfolgskontrolle

Das Spektrum an möglichen Themen für das Stadtmarketing ist breit gefächert und umfasst zum Beispiel „Tourismus, Einzelhandel und Wirtschafts- und Industriepolitik“, aber auch klassische Bereiche der Verwaltung wie „Kultur, Wohnen, Freizeit und Umwelt“. Schon in der Analyse der Ausgangssituation sollte hierzu eine Strukturierung stattfinden, die eine Balance zwischen Marktorientierung und Lebensqualität fokussiert (KILIAN & BRACH 2010: 155). Der Prozess des Stadtmarketings beginnt mit einer Potenzialanalyse, um die Stärken und Schwächen der Standortfaktoren, die Einschätzung künftiger Chancen und Risiken sowie die Vorstellungen der Zielgruppen zu ermitteln. In dieser Phase können „Expertengespräche [...], Befragungen von Bürgern/Passanten [...], Gästebefragungen, Workshops mit Interessenvertretern [oder] die Analyse von Sekundärmaterial“ bei der richtigen Einschätzung der Ausgangslage helfen (SCHÜCKHAUS et al. 1993: 57). Auch ein Meinungsbild der lokalen Wirtschaftsunternehmen einzuholen, kann hilfreich sein (vgl. GRABOW & HOLLBACH-GRÖMING 1998: 77). Mit Hilfe einer SWOT-Analyse<sup>6</sup> lassen sich die Stärken und Schwächen der Standortfaktoren und die erwarteten Chancen und Risiken in einer Matrix nach Bedeutung sortieren, um daraus Handlungsfelder abzuleiten (vgl. SCHÜCKHAUS et al. 1993: 59; BALDERJAHN 2014: 98).

Die Ergebnisse der Potenzialanalyse stellen die Grundlage dar, auf der das Leitbild und die Zieldefinition entwickelt werden, die die geplante Entwicklung für die nächsten Jahre festsetzt. Beim Leitbild sollte es sich nicht nur um einen Slogan handeln. Vielmehr sollten mehrere Oberziele, die die Kommune erreichen möchte, und Teilziele für die einzelnen Zielgruppen definiert werden. Wichtig ist, dass die Ziele konkret formuliert werden und das Leitbild umsetzbar ist, damit die Strategieentwicklung, die der Klärung der Vorgehensweise dient, daran anknüpfen kann (vgl. SCHÜCKHAUS et al. 1993: 64; KILIAN & BRACH 2010: 165). Bei der Zielsetzung kann zwischen ökonomischen (zum Beispiel Neuansiedlungen von Unternehmen) und vorökonomischen Zielen (zum Beispiel das Image der Stadt) differenziert werden, die sich gegenseitig bedingen können (KILIAN & BRACH 2010: 163f.).

Mit der darauffolgenden Strategieentwicklung wird geklärt, durch welche Strategien und Instrumente in welchem zeitlichen Rahmen welche Ziele umgesetzt werden sollen. Wie beim Konsumgütermarketing gelten auch an dieser Stelle die vier Marketinginstrumente Produktpolitik, Distributionspolitik, Kommunikationspolitik und Entgeltspolitik als strategische Handlungsfelder. In Bezug auf das Stadtmarketing lassen sich neben der Produktpolitik (Angebote der Stadt) Bereiche wie die Verkehrsinfrastruktur, der Wohnungsbau oder das Freizeit-, Kultur und Bildungsangebot nennen. Unter die Distributionspolitik (Erreichbarkeit der Angebote) fallen beispielsweise der öffentliche Nahverkehr oder die regionale Anbindung. Zur Kommunikationspolitik (Ansprache der Zielgruppen)

---

<sup>6</sup> SWOT steht für strength, weakness, opportunities, threats (Stärken, Schwächen, Chancen, Risiken). Dabei untersucht die Stärken-Schwächen-Analyse die Wettbewerbsfähigkeit eines Standortes, während die Chancen-Risiken-Analyse ihren Fokus „auf den von den Standortakteuren nicht beeinflussbare Entwicklungen und Strukturen“ richtet. Die Chancen weisen auf Marktentwicklungen hin, aus denen der Standort einen Wettbewerbsvorteil generieren kann. Bei Risiken handelt es sich hingegen um für den Standort ungünstige Marktentwicklungen (BALDERJAHN 2014: 98).

zählen unter anderem die Öffentlichkeitsarbeit, City- und Tourismuswerbung oder das Einbeziehen der Bürgerinnen und Bürger. Unter Entgeltpolitik (Kondition der Stadt) sind zum Beispiel Gewerbesteuerhebesätze oder Abwasser- und Abfallentsorgungsgebühren zu verstehen (vgl. SCHÜCKHAUS et al. 1993: 68ff.; KILIAN & BRACH 2010: 168).

Im Folgenden werden die Maßnahmen zur Umsetzung der Strategien geplant, die sich wieder zielgruppenspezifisch und unter Berücksichtigung des Zielerreichungskonzeptes an den Handlungsfeldern orientieren. Der Maßnahmenkatalog ist dabei äußerst umfangreich und kann von Verbesserungen des Wohnumfeldes über kulturelle Großveranstaltungen bis hin zu Internetauftritten reichen. Im Regelfall findet eine Kombination verschiedener Maßnahmen statt, die entweder parallel oder in zeitlicher Abfolge durchgeführt werden, was wiederum einer guten Koordination bedarf (vgl. SCHÜCKHAUS et al. 1993: 73f.; KILIAN & BRACH 2010: 168).

Bei der Erfolgskontrolle handelt es sich um den letzten Schritt, der die Effizienz des Marketings gewährleisten soll und die Gelegenheit bietet, die verschiedenen Maßnahmen gegebenenfalls anzupassen (vgl. SCHÜCKHAUS et al. 1993: 76).

Die Schaffung einer „unverwechselbaren Stadtidentität“ zählt zu den Hauptaufgaben des Stadtmarketings. Einfluss darauf nehmen die standörtlichen Gegebenheiten und Potenziale, die beispielsweise in der Geschichte der Stadt, ihrer geographischen Lage, bedeutenden Unternehmen bzw. Persönlichkeiten oder den kulturellen Besonderheiten vorliegen. Aus der Kombination dieser und weiterer Faktoren entwickelt sich ein Image, das sowohl von objektiven als auch von subjektiven Vorstellungen beeinflusst wird und sich im Verlauf der Zeit in der Wahrnehmung innerhalb der Stadt sowie in der Außenwahrnehmung festsetzt. Neben positiven Wahrnehmungen können sich auch negative Ereignisse wie kriminelle Übergriffe auf das Image auswirken und den Eindruck über den Standort nachhaltig beeinflussen. Für den Aufbau eines Images wird oftmals ein Slogan entwickelt. Obwohl das Image in Beziehung zum Bild der Stadt als Wirtschaftsstandort steht, geht es in der heutigen „postindustriellen Wirtschaft bzw. Gesellschaft“ verstärkt um die Ansiedlung von Dienstleistungsbereichen und nicht mehr um eine Etablierung als Industriestandort. Dieser Umstand sollte bei der Entwicklung einer Marketingkonzeption Beachtung finden. Zudem steigert ein positives Image nicht nur die Attraktivität einer Stadt als Lebens- und Arbeitsort, sondern kann auch zu einem Anstieg der Mieten führen. Diese Entwicklung ist beispielsweise in Städten wie München zu beobachten (MEISSNER 1995: 25f.).

Zu den Hemmnissen eines erfolgreichen Stadtmarketings zählt neben einer mangelhaften „personellen und finanziellen Ausstattung“ die fehlende Qualifizierung der Mitarbeiter, die häufig ausschließlich aus der Verwaltung stammen. Daneben ist das Wissen über die eigene Stadt oftmals nicht umfangreich genug, so dass sich die Ansprache von Zielgruppen als schwierig erweist (WOLFERTZ 1999: 54). Nach Auffassung von MEISSNER ist die traditionelle Presse- und Öffentlichkeitsarbeit auch nicht ausreichend, um das Image von Städten zu beeinflussen und die Vermarktung zu professionalisieren, so dass zusätzlich „Marktforschungsunternehmen [oder] Spezialisten für Öffentlichkeitsarbeit“ konsultiert werden sollten. Die häufig äußerst angespannten städtischen und kommunalen Haushaltslagen erschweren diese Vorgehensweise, was als problematisch erachtet wird. Zwar können durch Marketingaktivitäten nicht alle städtischen und kommunalen Probleme gelöst werden, jedoch leistet die städtische Vermarktung einen wichtigen Beitrag dazu (MEISSNER 1995: 27).

Wie das Stadtmarketing organisiert wird, hängt von Faktoren wie der Größe der Stadt oder der Ausrichtung bzw. Intensität der Marketingaktivitäten ab und kann entweder intern als Stabsstelle bzw. eigenständiges Amt innerhalb der Stadtverwaltung oder extern durch einen kommunalen Eigenbetrieb wie eine Wirtschafts- bzw. Tourismusförderungsgesellschaft erfolgen (vgl. SCHÜCKHAUS 1993: 77; BALDERJAHN 2014: 32f.). Generell sollte der Standortmarkt nach Einschätzung von WOLFERTZ kritisch analysiert sowie laufend beobachtet werden. Zudem sollten seiner Einschätzung nach die Anforderungen der Standortnachfrager ebenso bekannt sein wie das Angebot anderer Städte. Stadtmarketing muss jedoch auch auf die ansässigen Unternehmen zielen. Zum einen sollte ein Interesse daran bestehen, dass diese am Standort bleiben möchten. Zum anderen ist ihre Zufriedenheit wichtig, da sich ansiedlungsinteressierte Betriebe teilweise bei bereits angesiedelten Unternehmen nach den Standortbedingungen erkundigen (vgl. WOLFERTZ 1999: 21f.).

Stadtmarketing wird als kooperative Stadtentwicklung verstanden, die einen ganzheitlichen Ansatz verfolgt, und deren Erfolg von einer guten Kommunikation und Kooperation der einzelnen relevanten Akteure abhängig ist. Es versteht sich als Aufgabe und Instrument zugleich (vgl. GRABOW & HOLLBACH-GRÖMING 1998: 179). Ein „Wandel der Inhalte der Stadtentwicklung“ resultiert laut HELBRECHT aus den „Veränderungen in den Sozialstrukturen und in den Standortanforderungen der Wirtschaft“ (HELBRECHT 1995: 45). So kommt sie zu dem Schluss, dass Stadtmarketing „das traditionelle Anliegen der Stadtentwicklungsplanung – die Gestaltung der Stadt von morgen auf der Grundlage des Allgemeinwohlverständnisses von heute – in eine politische Handlungsform“ überführen muss, „die auf der Rückverlagerung politischer Kompetenz in die Gesellschaft basiert“ (HELBRECHT 1995: 232). Dem Stadtmarketing wird die Rolle zuteil, „Konflikte und Probleme aufgrund der räumlich ungleichen Entwicklung lokal angepasst zu bearbeiten (HELBRECHT 1995: 44). Dabei kann es kein allgemein anzuwendendes Modell geben, da das „dem Ansatz einer lokalen Politikdifferenz“ widersprechen würde (HELBRECHT 1995: 196).

Durch Stadtmarketing entstehen Chancen und Probleme zugleich. So ist HELBRECHT weiter der Meinung, dass „unter den Bedingungen postfordistischer Raumentwicklung“ eine „Förderung lokaler Potenziale“ unabdingbar wird und dabei der „Bedarf an potenzialorientierten Gestaltungsstrategien“ nur mit „akteursbezogenen Ansätzen“ entsprochen werden kann. Eine „Herausbildung lokaler Politiknetzwerke“ zu diesem Zweck birgt jedoch auch die Gefahr, dass die Belange von Kultur und Umwelt sowie sozial Schwächerer in den Hintergrund rücken. Demnach scheint es unabdingbar „bei der Herausbildung neuartiger Verhandlungssysteme“ als Gemeinde die Initiative zu ergreifen, um „die öffentliche Führerschaft und Verantwortungsübernahme im Rahmen intermediärer Systeme“ zu behalten (HELBRECHT 1995: 232f.).

### **3.1.2 Regionalmarketing**

Stadt- und Regionalmarketing weisen viele Übereinstimmungen auf. Auch das Regionalmarketing möchte Kooperationen „zwischen Verwaltung, Politik, Wirtschaft, gesellschaftlichen Organisationen, den Industrie- und Handelskammern, den Handwerkskammern und den Gewerkschaften“ anregen und versteht sich als Planungs- und Verwaltungsinstrument zur Verwirklichung der gemeinsam definierten Ziele. Es existieren jedoch auch einige Unterschiede, die sich am deutlichsten in der räumlichen Ebene zeigen. So bewegt sich das Stadtmarketing auf der lokalen Ebene, während das Regionalmarketing auf der darüber liegenden Ebene agiert. Die regionale Zusammenarbeit basiert auf Freiwilligkeit. Die Erwähnung des Regionalmarketings im Rahmen dieser Arbeit ist deswegen von Bedeutung, da vor allem die untersuchten Standorte des Ruhrgebiets in einem hohen Umfang

regionale Kooperationen eingehen und auch Bielefeld und Bonn in eine Region eingebettet sind, mit der Verknüpfungen bestehen. An dieser Stelle wird bereits deutlich, dass allein schon aus der Begrifflichkeit Probleme resultieren. So gibt es für den Begriff der Region in Deutschland keine allgemeingültige Definition. Denkbar wäre es, den Regionalbegriff der Arbeitsmarktregionen zu verwenden, der in der regionalen Wirtschaftsförderung bei der Gemeinschaftsaufgabe „Verbesserung der regionalen Wirtschaftsstruktur“ Verwendung findet. Als Arbeitsmarktregionen versteht man Gebiete mit Pendlerverflechtungen, die sich an den Kreis- und Gemeindegrenzen orientieren. Dieser Ansatz ist jedoch für das Regionalmarketing nur bedingt sinnvoll, da es Arbeitsmarktregionen mit mehreren Millionen Menschen gibt, während andere nur wenige 100.000 Einwohnerinnen und Einwohner haben (VON DER HEIDE 1995: 85ff.). Eine andere Fragestellung des Regionalmarketings ist die nach der "regionalen Identität", die für eine erfolgreiche regionale Zusammenarbeit entscheidend ist. Damit die Menschen der Region ein Leitbild mittragen, müssen auch historische und kulturelle Zusammenhänge berücksichtigt werden. Während es also beim Stadtmarketing darum geht, das „lokale Erbe der Stadt für die Zukunft sichern“, soll das Regionalmarketing Städte und Gemeinden im regionalen Kontext betrachten und neben der lokalen die regionale Identität miteinbeziehen (VON DER HEIDE 1995: 94f.).

Generell dominiert beim Regionalmarketing die Fokussierung auf die Außenwirkung, was Faktoren wie die Imageverbesserung, die Tourismusförderung und die Gewerbeansiedlung bzw. Wirtschaftsförderung betrifft. Zu den Initiatoren zählen dabei oftmals Institutionen wie die Industrie- und Handelskammern oder Raumordnungsbehörden, die bereits regional agieren (vgl. BEYER & KURON 1995: 140; GRABOW & HOLLBACH-GRÖMING 1998: 130). Die Notwendigkeit, stärker in Regionen zu denken, wird auch damit begründet, dass verschiedene Aufgaben bzw. Probleme nicht mehr allein von den Städten zu lösen sind (GRABOW & HOLLBACH-GRÖMING 1998: 15). Oftmals wird das Handeln auf regionaler Ebene jedoch durch ein Konkurrenzdenken der Akteure und unterschiedliche Interessen behindert (vgl. GRABOW & HOLLBACH-GRÖMING 1998: 131). Stadt- und Regionalmarketing schließen sich nicht gegenseitig aus. So ist es denkbar, dass zentrale Städte im Rahmen des Stadtmarketings Entwicklungskonzepte erarbeiten, an denen sich die gesamte Regionalentwicklung orientieren kann (vgl. VON DER HEIDE 1995: 90).

### **3.2 Die Rolle der Wirtschaftsförderung**

Obwohl mit der Gemeinschaftsaufgabe „Verbesserung der regionalen Wirtschaftsstruktur“ ein „zentrales Instrument der deutschen Regionalpolitik“ für die regionale Wirtschaftsförderung besteht, das Rahmenpläne für die wirtschaftliche Entwicklung der Regionen entwickelt, wird von nahezu allen Städten, Kreisen und Gemeinden eine eigene kommunale Wirtschaftsförderung betrieben, unabhängig davon, ob sie als strukturstark oder strukturschwach und förderungswürdig eingestuft sind (KULKE 2010: 37ff.). Die kommunale Wirtschaftsförderung muss jedoch grundsätzlich die „Ziele und Tatbestände der Gemeinschaftsaufgabe“ berücksichtigen. So ist es ihr beispielsweise nicht erlaubt, eigenständig Finanzhilfen an Unternehmen zu vergeben (BATHELT & GLÜCKLER 2012: 323f.). Wirtschaftsförderung ist „als eine umfassende Standortentwicklung und damit als integrale[r] Bestandteil ganzheitlicher Stadtpolitik“ zu begreifen (DALLMANN & RICHTER 2012: 9). Die „Sicherung und Steigerung des Wohls der Gemeindebewohner“ durch die „Schaffung günstiger Rahmenbedingungen für die Wirtschaft und Steigerung der gemeindlichen Einnahmen“ werden als allgemeines Ziel der kommunalen Wirtschaftsförderung angesehen (WOLFERTZ 1999: 13f.). So soll die Wirtschaftsförderung „Arbeitsplätze sichern und ausbauen, die Finanzkraft der

Gebietskörperschaft stärken, die lokale Wirtschaft krisensicher machen und den eigenen Standort im Wettbewerb stärken“ (KORN 2010: 3). Dabei geht es um eine „Entwicklung ganzheitlicher Standortkonzepte, die alle Parameter des Entscheidungskanonns von Unternehmen berücksichtigt“, aber auch die Bedürfnisse hochqualifizierter Fachkräfte sowie deren Familien beachtet. Letzteres wird vor allem als wichtig erachtet, weil die am Standort lebenden und arbeitenden Menschen die Entwicklung des Standortes beeinflussen (DALLMANN & RICHTER 2012: 11).

Der Maßnahmenkatalog der klassischen Arbeit der Wirtschaftsförderung kann neben einer einfachen Beratung, der Bestandspflege, -sicherung und -entwicklung auch Ansiedlungshilfen oder die Förderungen zur Existenzgründung umfassen. Zu den Koordinationsaktivitäten zählt auch die Clusterpolitik. Bei einem Cluster handelt es sich um eine räumliche Konzentration von Unternehmen eines Geschäftsbereiches, die Verflechtungen untereinander aufzeigen. Der entstehende Austausch soll die wirtschaftliche Leistungsfähigkeit der Unternehmen erhöhen (KULKE 2010: 40) und das Innovationspotenzial des Clusters bzw. der Region fördern. Dabei ist es von Vorteil, wenn eine räumliche Nähe zu Institutionen wie Hochschulen oder Forschungseinrichtungen gegeben ist, die das regionale Netzwerk komplettieren (vgl. FARHAUER & KRÖLL 2013: 145). Die Clusterpolitik soll „knappe öffentliche Ressourcen“ bündeln und der Stärkung der unternehmerischen Wettbewerbsfähigkeit dienen. Dabei besteht jedoch auch das Risiko, dass „krisenanfällige Monostrukturen“ entstehen. Dieser Umstand ist darin begründet, dass keine „theoretische Basis“ vorhanden ist und Wissen darüber fehlt, welche Branchen sich „überdurchschnittlich gut entwickeln“ werden (KULKE 2010: 41). Zudem ist anzumerken, dass das Clusterkonzept keine regionale „Gleichverteilung ökonomischer Aktivitäten“ beabsichtigt, sondern vielmehr deren Konzentration fördert. So „steht die Clusterförderung mit dem Ziel einer Vereinheitlichung der Lebensverhältnisse in Konflikt“ (HAAS & NEUMAIR 2015: 100). Des Weiteren existieren zwar zahlreiche Definitionen des Clusterbegriffs, jedoch weisen die Konzepte eine starke Unschärfe auf. So fehlt bis heute „eine klare, funktionale, räumliche wie sektorale Abgrenzung“ für die Begrifflichkeit des Clusters (FARHAUER & KRÖLL 2013: 159).

Das kommunale Standortmarketing<sup>7</sup> zählt nach WOLFERTZ zu den Instrumenten einer ganzheitlich angelegten Stadtentwicklung, die die Kommunen für die Ansiedlung von Unternehmen, Wohnbevölkerung, Arbeitskräften oder öffentlichen Einrichtungen sowie zur Fremdenverkehrsförderung nutzen. Die Durchführung zählt auch zu den Aufgabengebieten der kommunalen Wirtschaftsförderung, die mit der „Schaffung eines Standortimages [...] ein positives Wirtschaftsklima vermitteln“ möchte, das nach außen und innen wirkt (vgl. WOLFERTZ 1999: 19ff.). Dabei stellt die Kommune den Wirtschaftsstandort dar, der mit Hilfe des kommunalen Standortmarketings "verkauft" werden soll. Betrachtet man also den Standort als Produkt, so setzt sich dieser aus den Bedingungen zusammen, die die "Käufer", also die Unternehmen, vorfinden. Die

---

<sup>7</sup> Von WOLFERTZ wird diskutiert, ob die Begrifflichkeiten Stadtmarketing und Standortmarketing synonym verwendet werden können. Er verweist darauf, dass andere Autoren der Auffassung sind, dass es sich beim Stadtmarketing um einen ganzheitlichen Ansatz handelt, der alle kommunalen Bereiche umfasst, während das Standortmarketing auf einer kleineren Maßstabsebene angesiedelt ist und so eher mit dem betriebswirtschaftlichen Marketing zu vergleichen ist (vgl. WOLFERTZ 1999: 19f.). Diese Überlegung kann jedoch wiederum kritisch betrachtet werden, da nicht nur die Begrifflichkeiten des Standort- und Stadtmarketings Unschärfen vorweisen, sondern auch der Begriff des Standortes an sich nicht klar definiert ist und verschiedene Maßstabsebenen betreffen kann, was in Kapitel 2.2 erläutert wurde. So soll in der vorliegenden Arbeit der Begriff des Standortmarketings als Überbegriff für Marketingaktivitäten auf regionaler oder kommunaler Ebene verstanden werden.

Bedingungen sind gleichzusetzen mit den Standortfaktoren, zu denen auch die Leistungen der kommunalen Wirtschaftsförderung zählen. Möchte man den Standort erfolgreich vermarkten, so muss man die Wettbewerber übertreffen, indem man sich von konkurrierenden Standorten abhebt. Hierfür reicht es nicht, auf die guten Standortfaktoren hinzuweisen. Vielmehr bedarf es einer aus den Stärken abgeleiteten umfassenden Strategie, die die Alleinstellungsmerkmale des Standortes herausarbeitet, was bereits in Kapitel 3.1 erläutert wurde (WOLFERTZ 1999: 34ff.).

Eine oftmals beobachtete Konzeptlosigkeit im kommunalen Standortmarketing wird als entscheidendes Problem gesehen, die den Erfolg der durchgeführten Maßnahmen behindert. Das kann zum einen daran liegen, dass Wirtschaftsförderung als „einzelfallorientierte pragmatische Aufgabe“ begriffen wird, die nicht langfristig angelegt ist. Zum anderen ist es denkbar, dass die Akteure an der „Widersprüchlichkeit der Anforderungen an Wirtschaftsförderungskonzepte“ scheitern. So sollen die Aktivitäten zwar langfristig angelegt sein, jedoch darf die kommunale Wirtschaftsförderung dabei nicht statisch sein. Vielmehr verlangt sie nach einer stetigen Überprüfung ihrer Zielsetzungen, so dass die getätigten Maßnahmen im Sinne einer Managementaufgabe an die „sich ändernden Rahmenbedingungen“ anzupassen sind. Zudem sind erfolgreiche Konzepte selten auf andere Standorte übertragbar, da sie unter anderem auf den standortspezifischen Eigenheiten basieren. Oftmals orientieren sich Kommunen dennoch an den Aktivitäten in ihrer Umgebung oder werben mit Standortfaktoren, die für zahlreiche andere Standorte auch gelten und so keine Alleinstellungsmerkmale erkennen lassen. Dabei ist es häufig gar nicht möglich, Marketingkonzepte zu erstellen, da es an ausreichend Personal und finanziellen Mitteln fehlt. Zudem werden von den vorhandenen Mitarbeitern immer umfangreichere Fachkenntnisse in den verschiedensten Bereichen von der Volks- und Betriebswirtschaft, über das Wirtschafts-, Planungs- und Baurecht bis hin zu Werbung, Finanzierungs- und Förderfragen verlangt. So wird deutlich, dass die Entwicklung einer erfolgversprechenden Marketingstrategie mit einem hohen Aufwand verbunden ist, deren Bewältigung viele kommunale Wirtschaftsförderungen vor eine große Herausforderung stellt (WOLFERTZ 1999: 44ff.). Darüber hinaus liegen auch in den aktuellen politischen und ökonomischen Entwicklungen Herausforderungen für die zukünftige Arbeit der Wirtschaftsförderung, die sich im demographischen Wandel, einem Bedeutungszuwachs der Bereiche Wissen und Innovation und der „Debatte um die Gleichwertigkeit der Lebensbedingungen“ widerspiegeln (KORN 2010: 3). Eine „Aktivierung endogener Potenziale“ durch Strategien wie einem „standortgerechte[n] Marketing“ kann jedoch grundsätzlich bei Vorhandensein eines systematischen Ansatzes eine Chance darstellen, „die eigene Stadt, Gemeinde oder Region im interkommunalen Wettbewerb“ zu positionieren (KORN 2010: 6) und mit den „komplexen Anforderungen im Dreieck zwischen Stadt- bzw. Regionalentwicklung, Wirtschafts- und Tourismusförderung“ umzugehen (KORN 2010: 10).

## 4 Grüne Infrastruktur

### 4.1 Definition und Ursprung des Begriffs

Unter grüner Infrastruktur bzw. grüner und blauer Infrastruktur werden alle grünen Strukturen und Wasserelemente in einem festgelegten Raum sowie die umfangreichen wirtschaftlichen, sozialen und ökologischen Leistungen, die sie erbringt, verstanden. Im Fall der urbanen grünen Infrastruktur, die Gegenstand der durchgeführten Untersuchung ist, handelt es sich bei der räumlichen Ebene um einen Stadtraum. Zu den grünen Strukturen zählen Parks, private und öffentliche Gärten, Straßenbäume und Straßenbegleitgrün, Friedhöfe, Spiel- und Sportplätze, Wälder, landwirtschaftlich genutzte oder dem Naturschutz bzw. Landschaftsschutz unterliegende Flächen ebenso wie Dach- bzw. Fassadenbegrünungen und alle Wasserbereiche, die den Stadtraum zum Beispiel in Form von Fließ- und Stillgewässern oder Brunnen prägen. Im Folgenden wird der Begriff der urbanen grünen Infrastruktur auch synonym mit den Begrifflichkeiten urbanes Grün, Stadtgrün, städtische, urbane oder siedlungsnaher Grün- und Freiflächen bzw. Grün- und Freiräume sowie einfach als Grün verwendet.

Der Begriff der grünen Infrastruktur findet seit Ende der 1990er-Jahre in den USA Gebrauch, um die Bedeutung der natürlichen Umwelt in der Flächennutzungsplanung hervorzuheben (vgl. THE CONSERVATION FUND 2016). Es besteht jedoch bislang keine allgemeingültige Definition. Die American Society of Landscape Architects sieht in der grünen Infrastruktur einen konzeptionellen Rahmen, der ein Verständnis dafür schaffen möchte, welche umfangreichen Dienstleistungen die Natur für die menschliche Umwelt erbringt (vgl. AMERICAN SOCIETY OF LANDSCAPE ARCHITECTURE 2016).

Auf EU-Ebene definiert die Europäische Kommission grüne Infrastruktur als „ein strategisch geplantes Netzwerk wertvoller natürlicher und naturnaher Flächen mit weiteren Umweltelementen, das so angelegt ist und bewirtschaftet wird, dass sowohl im urbanen als auch im ländlichen Raum ein breites Spektrum an Ökosystemleistungen gewährleistet und die biologische Vielfalt geschützt ist“ (EUROPÄISCHE UNION 2014: 7). Ein wichtiges Ziel der Europäischen Union ist der Erhalt der Biologischen Vielfalt<sup>8</sup>. Dazu soll auch die Stärkung und Vernetzung der grünen Infrastruktur einen Beitrag leisten, was unter anderem auch durch die Entwicklung eines Netzwerks an Schutzgebieten umgesetzt werden soll (vgl. EUROPÄISCHE UNION 2010).

Auf kommunaler Ebene kommt der grünen Infrastruktur im Rahmen einer nachhaltigen Stadtentwicklung auch im Bereich der Ver- und Entsorgungsdienste eine wichtige Rolle zu. Natur, Landschaft und Ökosystemleistungen sowie die natürlichen Kreisläufe finden bei den Konzepten Berücksichtigung. Das zeigt sich zum Beispiel in der Wasserwirtschaft, die unter anderem Dachbegrünungen, Retentionsbecken und die naturnahe Abwasserreinigung für sich nutzt. Das hat zur Folge, dass sogenannte Systemkosten, die für den Bau und den Betrieb der Anlagen anfallen, gesenkt werden. Gleichzeitig werden dadurch Stadtklima und Luftqualität verbessert und die Anpassungsfähigkeit urbaner Bereiche an den Klimawandel gesteigert. Zudem wirken sich neue Grünzüge und integrierte Wasserelemente positiv auf das Wohlbefinden der Bewohnerinnen und

---

<sup>8</sup> Der Begriff "Biologische Vielfalt" oder "Biodiversität" ist laut der Definition des Bundesamtes für Naturschutz der „Sammelbegriff für die Vielfalt des Lebens auf unserer Erde und ist die Variabilität aller lebender Organismen und der ökologischen Komplexe zu denen sie gehören“, der die drei Ebenen Vielfalt der Ökosysteme, Artenvielfalt und die genetische Vielfalt innerhalb der Arten umfasst (BFN 2015a).

Bewohner aus. Konzepte dieser Form der nachhaltigen Stadtentwicklung findet man zum Beispiel in Metropolen wie München oder London. Zum einen soll es damit gelingen, auf gegenwärtige Themen wie den demographischen Wandel oder den Klimawandel zu reagieren. Zum anderen geht es dabei aber auch um die Gewährleistung der eigenen Wettbewerbsfähigkeit (vgl. SCHEELE 2010: 23ff.). Auch die Europäische Union und das Bundesministerium für Verkehr, Bau und Stadtentwicklung fokussieren eine nachhaltige Stadtentwicklung, indem sie beispielsweise das Projekt GreenKeys fördern. Am Projekt nehmen verschiedene europäische Städte wie Leipzig teil. Urbane Grünstrukturen werden dabei als „Schlüssel zur nachhaltigen Stadtentwicklung“ verstanden, die städtische Umweltprobleme abmildern können und gleichzeitig die Lebensqualität der Bewohnerinnen und Bewohner sowie das Image und die Wettbewerbsfähigkeit von Städten verbessern (COSTA & HOYER 2007: 13).

Die unterschiedliche demographische Entwicklung in den verschiedenen Städten Deutschlands stellt jedoch auch die nachhaltige Stadtentwicklung vor Herausforderungen. Neben den wenigen Regionen, die ein Bevölkerungswachstum und weitere Verdichtungstendenzen zeigen, gibt es zahlreiche Regionen, die von Bevölkerungsrückgang betroffen sind und denen die Auflösung ehemals kompakter Strukturen bevorsteht. Während erstere Strategien entwickeln müssen, ihren knappen Raum intelligent zu nutzen und allen Nutzungsansprüchen gerecht zu werden, stehen die anderen vor der Aufgabe, ihre wachsenden Freiräume sinnvoll zu gestalten bzw. mit möglichst geringem finanziellen Aufwand zu unterhalten und sie in Zeiten, in denen der natürliche Klimawandel durch anthropogene Einflüsse verstärkt wird, als Standortvorteil zu begreifen. Dabei müssen auch die gesellschaftlichen Entwicklungen wie der steigende Anteil älterer Menschen und deren Bedürfnisse Berücksichtigung finden, die wiederum durch den Wandel des städtischen Klimas beeinflusst werden. An dieser Stelle werden bereits die vielfältigen thematischen Verflechtungen bemerkbar, die im Kontext der urbanen Grünstrukturen gegeben sind (vgl. BECKER 2008: 7ff.; AUFMKOLK 2011: 26f.).

#### **4.2 Grüne Infrastruktur damals und heute: Imagewandel und neue grüne Mitten**

Im Grünbuch Stadtgrün, das 2015 vom Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz, Bau und Reaktorsicherheit herausgegeben wurde, heißt es, dass die urbanen Grünstrukturen „Spiegelbild gesellschaftlicher Gegebenheiten“ sind, die „die damit verbundenen Bedürfnisse und Wertevorstellungen seiner Zeit“ widerspiegeln (BMUB 2015: 23). So führte beispielsweise das expansive Städtewachstum zur Zeit der Industrialisierung dazu, dass sich Nutzungsmöglichkeiten und Erreichbarkeiten der siedlungsnahen Grünflächen für die Einwohnerinnen und Einwohner der Städte deutlich verschlechterten. Zwar gab es Ende des 19. Jahrhunderts erste Rechtsgrundlagen für die Grünpolitik. Diese galten jedoch nur eingeschränkt für einzelne Städte bzw. Stadterweiterungen (vgl. MBWSV NRW 2012: 29f.). Am Beispiel des Landes Nordrhein-Westfalen lässt sich der Bedeutungswandel grüner Infrastruktur gut nachzeichnen, der vor allem im Zusammenhang mit dem industriellen Wandel steht und sich unter anderem durch die Entwicklung der Emscherzone zeigt. Die Industrialisierung brachte der Region in der zweiten Hälfte des 19. Jahrhunderts ein hohes Maß an Umweltzerstörung, die sich unter anderem im Zustand der Fließgewässer, deren Kanalisierung oder einer unkontrollierten Flächenversiegelung und Ausstoß an Giftstoffen in die Atmosphäre widerspiegelte. So wurden industrielle Abwässer und Chemikalien wie Ammoniak oder Salpetersäure direkt in die Ruhr und Emscher geleitet, deren Wasserqualität darunter enorm litt (vgl. BOLDT & GELHAR 2008: 108).

Die katastrophalen Lebensbedingungen der in den Städten lebenden Bevölkerung, die aus der Industrialisierung resultierten, führten zu Beginn des 20. Jahrhunderts dazu, dass man sich unter anderem in England damit auseinandergesetzt hat, wie die Stadt von morgen aussehen sollte. Im Buch "Garden-Cities of Tomorrow" von Ebenezer Howard wurden Überlegungen angestoßen, die Vorteile von Stadt und Land zusammenzuführen. Jeder Mensch sollte einen Garten besitzen und zudem fußläufig zu den öffentlichen Parks wohnen. Auch in Deutschland gibt es Städte, die das Konzept umgesetzt haben. Zu den bekanntesten Beispielen zählen die Hufeisensiedlung in Berlin-Britz aus dem Jahr 1925 und die Gartenstadt Staaken bei Berlin aus dem Jahr 1927. Zudem entstanden in der ersten Hälfte des 20. Jahrhunderts die ersten Gartenbauämter und Ansätze einer regionalen Freiraumplanung. Auch im Ruhrgebiet existierte seit 1910 mit der neu gegründeten Grünflächenkommission ein Vorläufer, der den Weg für die regionale Freiraumplanung bereitete (vgl. ENDLICHER 2012: 24f.; MBWSV NRW 2012: 29f.). Auf der anderen Seite kam es dort zu Beginn des 20. Jahrhunderts jedoch auch zu schwerwiegenden Hochwasserereignissen, im Rahmen derer sich die Abwässer flächendeckend über das Umland verteilten. Infolgedessen brachen Krankheiten wie Typhus aus, an denen viele Menschen sowie Tiere starben. Um eine Besserung der Situation zu erreichen, wurde in den nächsten Jahrzehnten die Emscher zu einem Abwasserkanal umgebaut, während Ruhr und Lippe als Trinkwasserlieferanten dienten. Die vorhandenen Wald- und Freiflächen fungierten als Schadstofffilter, ermöglichten einen Luftaustausch und erfüllten eine schalldämmende Wirkung. So konnte der immensen Umweltverschmutzung zumindest teilweise durch die Natur entgegengewirkt werden. Einen ersten wichtigen Beitrag zur Stärkung der Freiräume stellte die Gründung des Siedlungsverbandes Ruhrkohlebezirk (SVR) im Jahr 1920 dar, der aus der Grünflächenkommission hervorging. Dieses neu geschaffene Planungsorgan war unter anderem dafür zuständig, Grünflächen auszuweisen, um eine stärkere Freiflächenvernetzung zu schaffen und der fortschreitenden Zerstörung von Freiräumen entgegenzuwirken (vgl. BOLDT & GELHAR 2008: 108f.). Zudem wurden erstmalig Richtwerte zur Freiraumversorgung festgelegt, wofür die Dissertation Martin Wagners "Das sanitäre Grün der Städte" aus dem Jahr 1915 einen wichtigen Beitrag leistete. Nach dem Zweiten Weltkrieg kam es zu weiteren Veränderungen im kommunalplanerischen Umgang mit den urbanen Grünstrukturen. Durch die „Ausdifferenzierung der Nutzungsanforderungen der städtischen Bevölkerung und Diskussionen um Richtwerte zur Freiraumversorgung“ erweiterte sich das Aufgabenspektrum der kommunalen Grünflächenplanung (MBWSV NRW 2012: 30). Im Frühjahr 1961 wurde im Rahmen der fünften Mainauer Gespräche die von Lennart Graf Bernadotte initiierte *Grünen Charta von der Mainau* verabschiedet. Bei diesem Naturschutz- und Umweltdokument handelt es sich um ein interdisziplinäres Umweltprogramm, auf dessen Grundlage der Deutsche Rat für Landespflege auch heute noch arbeitet. Neben Fragen des Naturschutzes und Landschaftspflege wurden darin auch die Bereiche Umweltschutz und Stadtgrün thematisiert. Eine breite politische Wirkung blieb jedoch vorerst aus (vgl. FROHN 2011: 55ff.).

Was das Gebiet des heutigen Emscher Landschaftsparks betrifft, so dauerte es noch bis zum Jahr 1966, die sieben regionalen Grünzüge, die bis heute einen wichtigen Bestandteil des regionalen Freiflächennetzes darstellen, in einem Gebietsentwicklungsplan festzusetzen. Das Maß an Umweltverschmutzungen nahm bis dahin ebenso stetig zu wie die in diesem Zusammenhang auftretenden Krankheiten. Initiativen, die sich um den Umweltschutz bemühten, blieben vorerst erfolglos. Im Fokus stand nach dem Wiederaufbau die Steigerung des Wohlstandes und es schien, als ob sich die Natur dem unterzuordnen hätte. Willy Brandt zählte im Jahr 1961 zu den ersten Stimmen, die in der Öffentlichkeit Gehör fanden, als er einen "blauen Himmel über der Ruhr" forderte. Zudem verschärfte sich die Situation zu Beginn der 1960er-Jahre immer weiter. Schadstoffmessungen ließen

es kaum noch zu, die Umweltthematik zu ignorieren. Auch wenn Themen wie der Bau der Berliner Mauer und die Studentenbewegung deutlich mehr im Fokus standen, so gab es zumindest eine schärfere Umweltgesetzgebung. Unternehmen verringerten erstmals durch den Einbau von Filteranlagen ihre Emissionsraten. Dennoch dauerte es noch einige Zeit, bis sich der Gedanke des Umweltschutzes in den Köpfen der Menschen verankern konnte. Zwar gab es schon 1970 ein Sofortprogramm Umweltschutz, aber ein umfangreicher ökologischer Wandel war an diesem Punkt noch nicht zu erkennen. Ein wichtiger Schritt in diese Richtung war die Gründung des Umweltbundesamtes im Jahr 1974. Allmählich wurde ein industrieller Strukturwandel erkennbar und das Umweltbewusstsein der Menschen verstärkte sich langsam. Mit dem Waldsterben in den 1980er-Jahren, an dem auch die Emissionen ihre Mitschuld trugen, und entsprechend kritischer Berichterstattung durch Medien wie dem *Spiegel* oder dem *Stern*, wurde den Menschen ein Verständnis für die Problematik nähergebracht, das nicht zuletzt aus ihrer Angst vor möglichen Geschehnissen und Konsequenzen resultierte. Für die Städte heißt das in den 1980er-Jahren, dass sie sich im Sinne des Leitbildes einer kompakten Stadt darum bemühten, innerstädtische Flächen zu entsiegeln und zu begrünen, aber auch Baulücken zu schließen und die Nutzung von städtischen Brachflächen der Inanspruchnahme weiterer Flächen im Umland vorzuziehen. Dabei sollte die Flächenversiegelung auf ein Mindestmaß reduziert und Grün- und Naherholungskonzepte erstellt werden. Dennoch war eine hohe bauliche Dichte gewünscht. Sie sollte ebenso wie die Nutzungsmischung den Gedanken einer Stadt der kurzen Wege unterstützen, um zu einer Verringerung des motorisierten Individualverkehrs und damit auch zu einer Reduzierung der Kohlenstoffdioxidemissionen beizutragen. Auf der anderen Seite verstärkte sich jedoch auch die Bildung von städtischen Wärmeinseln. Mit der Etablierung der Partei Bündnis 90/Die Grünen in den 1980er-Jahren, der UNO-Konferenz über Umwelt und Entwicklung im Jahr 1992 und der daraus hervorgehenden Agenda 21<sup>9</sup> wurden wichtige Schritte in Richtung Umwelt und nachhaltige Entwicklung unternommen. Auch Unternehmen begannen, im Umweltschutz einen Mehrwert zu sehen. So galt der Umweltschutz bei einigen als werbewirksam und imagefördernd. Zudem bereitete der nicht mehr aufzuhaltende wirtschaftliche Strukturwandel, der zahlreiche Industriebrachen mit sich brachte, den Weg für ökologische Neuerungen und machte ein Umdenken erforderlich (vgl. BOLDT & GELHAR 2008: 109ff.; ENDLICHER 2012: 29f.). Das heutige städtebauliche Leitbild der Europäischen Stadt wird dabei als Voraussetzung für eine nachhaltige Stadtentwicklung gesehen, das laut ENDLICHER „die Gestaltung des öffentlichen Raumes einschließlich seiner Bezüge sowie die Nutzungsverflechtung in den Mittelpunkt“ stellt (ENDLICHER 2012: 30).

Nachdem es lange kein ausgeprägtes Bewusstsein für die hohe Bedeutung einer intakten Natur und Umwelt gab und es einige Jahrzehnte dauerte, ihnen den Stellenwert einzuräumen, den sie heute haben, zeigt sich doch an den Entwicklungen im Ruhrgebiet und den umfangreichen ökologischen Sanierungsmaßnahmen des Gewässersystems und der Region, dass bereits einiges in dieser Hinsicht erreicht werden konnte. Zwar nutzte man den Freiraum schon lange vorher zu Freizeitzwecken, jedoch wird er erst in den letzten Jahrzehnten als weicher Standortfaktor und Mehrwert auf diversen Ebenen begriffen, in den Investitionen sowie Entwicklungs- und Schutzmaßnahmen gerechtfertigt sind.

---

<sup>9</sup> Dabei handelt es sich um ein entwicklungs- und umweltpolitisches Aktionsprogramm.

### **Exkurs: Die Entwicklung des Emscher Landschaftsparks**

Im Jahr 1989 wurde im Ruhrgebiet das Aktionsprogramm *Internationale Bauausstellung Emscher Park (IBA)* – heute Emscher Landschaftspark –, ins Leben gerufen wurde. Hierbei handelte es sich um ein Strukturförderungsprogramm, das dem „ökologischen, wirtschaftlichen, kulturellen und sozialen Umbau des Emscherraums“ diene und von einer kommunenunabhängigen Planungsgesellschaft betreut wurde. Das Land Nordrhein-Westfalen und die Europäische Union förderten das Projekt mit insgesamt 1,4 Milliarden Euro. Weitere 450 Millionen Euro stammten aus privaten Investitionen. Die Leitthemen lauteten unter anderem "Wiederaufbau von Landschaft (Emscher Landschaftspark)", die "ökologische Verbesserung des Emschersystems", "Arbeiten im Park" oder "Kunst, Industriekultur und Tourismus" (BOLDT & GELHAR 2008: 72ff.). Dabei sollten auch die weichen Standortfaktoren und die innerregionale Zusammenarbeit gestärkt werden, wozu auch die Verbesserung des Images des Ruhrgebiets als Standort zum Leben gehörte (GLÄßER et al. 1997: 106f.). Das Aktionsprogramm konnte mit seinen Projekten einen wichtigen Beitrag dazu leisten, eine langfristige Regeneration der Region zu erreichen, das Bewusstsein für die Industriekultur zu schärfen und ihren Strukturwandel in Gang zu setzen sowie eine „wirtschaftliche Revitalisierung des Gesamttraumes“ zu ermöglichen. Das entstandene Kultur- und Freizeitangebot trägt zur Standortqualität und -attraktivität bei. So existiert beispielsweise mit der "Route der Industriekultur" ein touristisches Angebot, was die Industrieerlebniswelt des Ruhrgebiets zeigt und als regionaler Imagerträger fungiert, bei dem auch die neu entstandenen Freiräume im Zusammenspiel mit dem geschichtlichen Hintergrund der Region und den Relikten vergangener Jahrzehnte eine zentrale Rolle spielen (BOLDT & GELHAR 2008: 74f.).



**Abb. 4-1: Der Emscher Landschaftspark im Überblick (Quelle: REGIONALVERBAND RUHR 2016c)**

Mit dem Emscher Landschaftspark (siehe Abb. 4-1) und dem Umbau des Emschersystems werden zwei der IBA-Leitthemen auch nach Abschluss der Internationalen Bauausstellung fortgeführt, da es sich hierbei um äußerst komplexe und langwierige Maßnahmen handelt. Umsetzung finden sie voraussichtlich bis zum Jahr 2020 in der Entwicklungsstrategie Emscher Landschaftspark 2010 durch die Emschergenossenschaft, den Lippeverband und den Regionalverband Ruhr. Die Städte des Ruhrgebiets agieren als Projektträger. Der Emscher Landschaftspark ist ein städtebauliches Entwicklungsgebiet und umfasst auch „durch den Strukturwandel frei gewordene Flächen, Wohnsiedlungen, Gewerbegebiete und Industrieanlagen“. Inhaltlich geht es um die Themen „Ökologie, Gewässer und Regenwasser, Wohnen und Arbeiten am Park, Kunst im Park,

Parkinfrastruktur, Freizeit und Tourismus, Stadtentwicklung, Landwirtschaft und Waldnutzung, Industriekultur und Landmarken“. Der Aufbau von Partnernetzwerken soll gewährleisten, dass Masterpläne, Struktur- und Stadtentwicklungsprogramme sowie kulturpolitische Strategien integriert werden. Das Zusammenspiel einer nachhaltigen Entwicklung und einer künstlerischen Gestaltung ist dabei ein zentraler Punkt aller Projekte (BOLDT & GELHAR 2008: 77f.).

Ein breiter Maßnahmenkatalog, die den Naturschutz und die Freiraumentwicklung treffen, trägt seitdem zur Qualitätsverbesserung der Region bei. Dabei wird in einem integrierten Ansatz an der Bodensanierung und Renaturierung von Altlasten ebenso gearbeitet wie an der Lufthygiene, dem Gewässerschutz oder der Erhaltung und dem Ausbau des Freiflächennetzes. So gibt es einen Masterplan *Emscher Landschaftspark 2010*, in dem festgelegt ist, die Freiflächen und Biotope im Emscher Landschaftspark zu einem Netzwerk zu entwickeln, das unter anderem auf den regionalen Grünzügen basieren oder die Freizeit- und Erholungsfunktion als zentrale Aspekte berücksichtigen soll. Wie schon bei der Internationalen Bauausstellung soll auch an dieser Stelle die „ökologische Gestaltung mit urbanen Entwicklungspotenzialen“ verbunden werden, worunter auch die „Anbindung der Freiflächen an die städtischen Verdichtungen“ fällt (BOLDT & GELHAR 2008: 114ff.).

Heute hat die Region eine deutliche Aufwertung ihres Images erfahren, wozu die entstandene Industrienatur, die heute ein wichtiges Alleinstellungsmerkmal ist, deutlich beigetragen hat (vgl. BOLDT & GELHAR 2008: 125). Erlebbar wird diese vielfältige und dauerhaft von ihrer industriellen Vergangenheit geprägten Natur unter anderem durch die *Route der Industrienatur*, im Rahmen derer viele der ehemals industriell genutzten Flächen seit den 1990er-Jahren zugänglich gemacht wurden. So sind die verschiedenen Standorte der Route heute „über Fahrradwege in das städtische Umfeld eingebunden“ und deswegen gut zu erreichen. Durch verschiedene Veröffentlichungen, einem Informationssystem und einem Besucherzentrum in Oberhausen wird sie auf verschiedenen Wegen der Allgemeinheit präsentiert (HOPPE 2016: 111).

#### **4.3 Die Funktion der grünen Infrastruktur**

Städtische Grünflächen unterscheiden sich nicht nur in ihrer Struktur, sondern auch in ihrer Funktion, die wiederum von Faktoren wie der Lage, Größe oder Nutzung abhängig ist. Zu ihr zählen nicht nur die klassischen Grünflächen wie Parks, begrünte Plätze oder Alleen und öffentliche sowie private Gärten, sondern auch Gewässer (die sogenannte blaue Infrastruktur), das Straßenbegleitgrün, Friedhöfe, Spiel- und Sportstätten oder forst- und landwirtschaftlich genutzte Flächen. Anhand dieser Auflistung lässt sich bereits erkennen, dass ganz unterschiedliche Grünflächenfunktionen vorliegen (vgl. FLACKE 2003: 30; GRUEHN 2010b: 6). Grundlegend erfüllen die urbanen Grünstrukturen soziale, ökologische und ökonomische Funktionen, die um „stadträumliche beziehungsweise stadtgliedernde Funktionen“ ergänzt werden (GRUEHN 2010b: 6).

Die soziale, ökologische und ökonomische Funktion des Freiraums wird als Nutzwert, Daseinswert und Lagewert charakterisiert. Die soziale Funktion zeigt sich im urbanen Raum beispielsweise in der Nutzung zur Erholung oder zu Erlebniszielen. Die ökologische Funktion spiegelt sich unter anderem im Mehrwert auf das Klima, die Lufthygiene, Biotope oder für den Wasser- bzw. Bodenschutz wider. Ökonomisch stellen Freiräume Reserveflächen in der Siedlungsentwicklung oder erfüllen durch ihre Lage die Funktion eines Standortfaktors in der Stadtentwicklung. Daneben gibt es Funktionen, die im Schnittpunkt zweier Aspekte liegen. So umfasst die Informationsfunktion soziologische und ökologische Funktionen, was am Beispiel der Umweltbildung deutlich wird. Im

Schnittfeld von ökologischen und ökonomischen Aspekten stehen beispielsweise die Produktionsfunktion (Nahrungsmittel oder Frischluft) und die Trägerfunktion (Vegetation oder gewerbliche bzw. industrielle Produktion). Häufig werden mehrere Funktionen gleichzeitig erfüllt. So können sich Funktionen ergänzen und überlagern, sich aber auch gegenseitig ausschließen und damit zu konkurrierenden Nutzungsansprüchen führen (vgl. FLACKE 2003: 30f.). Abb. 4-2 beschreibt die verschiedenen Funktionen des Freiraums.

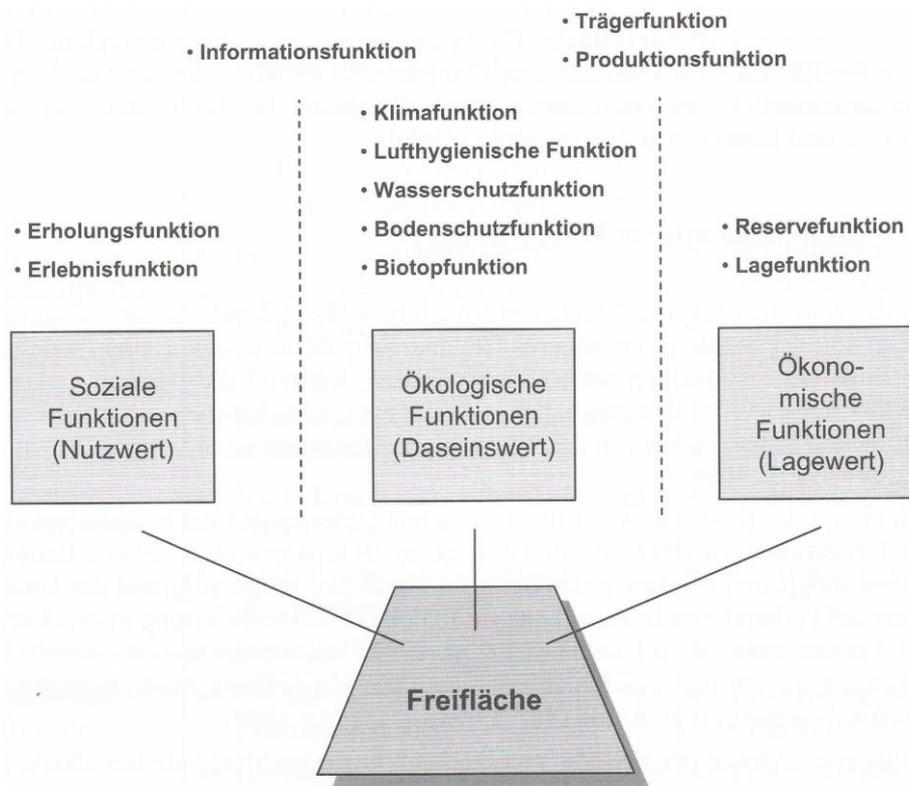


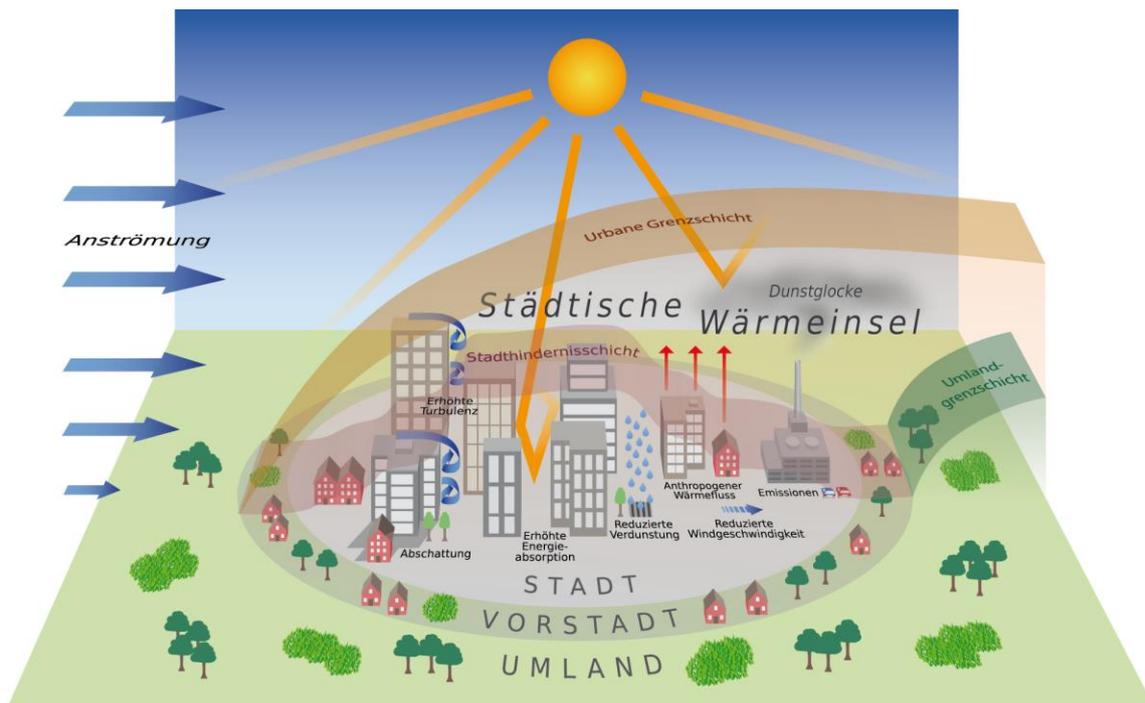
Abb. 4-2: Überlagerung von Freiraumfunktionen auf der Freifläche (Quelle: FLACKE 2003: 31)

Der Mehrwert, den die grüne Infrastruktur durch die verschiedenen Funktionen auf ökologischer, ökonomischer und sozialer Ebene bringen kann, wird im Folgenden an einigen Beispielen erläutert.

#### 4.3.1 Ökologische Aspekte

Die grüne Infrastruktur erfüllt diverse ökologische Funktionen, die auch für den urbanen Raum von hoher Bedeutung sind. Das zeigt sich beispielsweise beim Stadtklima (siehe Abb. 4-3). Städte unterliegen bestimmten klimatischen Bedingungen, die sich gegenüber dem Umland in Form von „Trockenheit, hohe[n] Temperaturen, ein[em] veränderte[n] Windumfeld sowie mehr Aerosole[n]“ äußern, wodurch „Städte zu bioklimatischen Belastungszonen“ werden. Es bildet sich ein Sonderklima aus, das auch als städtische Wärmeinsel bekannt ist. Gerade im Zusammenhang mit dem Klimawandel wird befürchtet, dass sich dieser Effekt noch verstärken wird (MATHEY 2011: 13). Die dichte Bebauung innerhalb der Stadt wirkt sich negativ auf die Luftzirkulation aus. Zudem heizen sich versiegelte Flächen stärker auf, da befestigte Oberflächen wie Straßen oder Fassaden die Sonnenenergie als langwellige Strahlung reflektieren. In Kombination mit hohen Temperaturen und entsprechender Luftverschmutzung kann das zu gesundheitsgefährdendem Smog und der Entstehung von Hitzeinseln führen, worunter vor allem kleine Kinder und ältere Menschen sehr zu leiden haben. Laut Umweltbundesamt 2013 verstarben allein im sogenannten Hitzesommer 2003

nach wissenschaftlichen Schätzungen 7.000 Menschen unmittelbar an den Folgen der Hitzebelastung. Begrünte Areale können hierauf Einfluss nehmen, indem Bäume durch ihr Laub einen erheblichen Teil der Sonnenstrahlung aufnehmen, Schatten spenden oder durch Verdunstung von Niederschlag zur Kühlung der Luft beitragen. Zudem kann das Regenwasser zum Teil im Boden versickern und den Oberflächenabfluss reduzieren, der sonst in die Kanalisation gelangen würde. Das entlastet auch die städtischen Abwassernetze, die Probleme haben, die großen Wassermengen, die bei Starkregenereignissen eintreten, zu bewältigen und schützt somit vor Überschwemmungen (vgl. KATZSCHNER o.J.: 15f.; UBA 2013: 21). Zusammenfassend führt eine Zunahme an städtischer Vegetation zu einer Abnahme der Lufttemperatur, einer Beeinflussung der Luftzirkulation und zu einer Steigerung der Luftfeuchte (vgl. MATHEY 2011: 48).



**Abb. 4-3: Das Stadtklima und seine Einflussfaktoren (Quelle: DEUTSCHER WETTERDIENST o.J.)**

Städtische Grünflächen haben also einen wichtigen Einfluss auf das Stadtklima und den urbanen Wasserkreislauf. Zudem können sie effektiv und kostengünstig CO<sub>2</sub> aufnehmen sowie Schadstoffe filtern bzw. binden, indem sie Luftverschmutzungen absorbieren oder Trinkwasser mit Hilfe von Gewässern filtern. Daneben bieten die urbanen Grünstrukturen wilden Tieren einen Lebensraum, den sie an anderer Stelle durch die hochtechnologische und intensive Landwirtschaft nicht mehr finden. Somit beeinflusst sie auch die städtische Artenvielfalt. Durch die umfangreichen Ökosystemleistungen wie zum Beispiel im Rahmen des Hochwasserschutzes, die ansonsten mit einem hohen finanziellen Aufwand verbunden oder gar nicht zu erbringen wären, leistet die grüne Infrastruktur nicht nur einen wichtigen ökologischen Beitrag zu einer gesunden und intakten Umwelt, sondern trägt auch dazu bei, die öffentlichen Ausgaben zu senken (vgl. WEISS & BRACK 2011: 20f.; AMERICAN SOCIETY OF LANDSCAPE ARCHITECTURE 2016).

Gerade in Bezug auf den Klimawandel spielt dieser Umstand auch für die urbanen Räume eine wichtige Rolle. Zudem wird an dieser Stelle bereits deutlich, welche vielfältigen Wechselwirkungen im städtischen Ökosystem und zwischen sozialen, ökologischen und ökonomischen Funktionen

bestehen. Darunter fällt auch, dass die urbanen Freiräume selbst den Folgen des Klimawandels ausgesetzt sind, wovon auch die von ihnen erbrachten Ökosystemleistungen beeinträchtigt werden können (vgl. MATHEY 2011: 15). Gut erforscht ist dieser Umstand zum Beispiel an Stadtbäumen, die unter anderem verstärkt an Trockenstress leiden. Zudem wirken sich erhöhte Ozonwerte negativ auf die Vitalität der Bäume aus, so dass auch hier Anpassungsvorgänge an die veränderten Rahmenbedingungen erfolgen müssen (vgl. MATHEY 2011: 33).

#### **4.3.2 Gesundheit, Erholung und Lebensqualität**

Neben dem Einfluss auf der ökologischen Ebene wirkt sich die grüne Infrastruktur auch auf Faktoren wie die menschliche Gesundheit<sup>10</sup>, Erholung und Lebensqualität aus, was wiederum in Beziehung zu ökologischen Parametern steht. Das zeigt sich beispielsweise im Potenzial der grünen Infrastruktur, Lärm und Schadstoffe in der Luft zu reduzieren, was sich ebenfalls als Faktor in Form von umweltbezogenen Gesundheitsbelastungen auf den menschlichen Organismus auswirkt. Zudem wirkt sich die Verfügbarkeit eines durchgrüntes Wohnumfeldes (siehe Abb. 4-4) oder der Aufenthalt in öffentlichen Grünanlagen und städtischen Wäldern positiv auf das psychische und physische Wohlbefinden aus. Forschungen belegen, dass Grünstrukturen Lebensqualität und Lebenserwartung positiv beeinflussen und damit auch gesundheitsfördernd sind. Unter anderem ergaben Studien des Ministeriums für Umwelt, Naturschutz, Landwirtschaft und Verbraucherschutz Nordrhein-Westfalen<sup>11</sup> am Beispiel des Industriegewaldes Rheinelbe, dass der Wald mit Erholung, Luftreinhaltung und positiven Effekten auf die Gesundheit in Verbindung zu bringen ist (vgl. BREI et al. 2010: 19; WEISS & BRACK 2011: 20).



**Abb. 4-4: Grünflächen einer Bonner Wohnanlage (Quelle: eigene Aufnahme)**

<sup>10</sup> Laut Weltgesundheitsorganisation (WHO) wird Gesundheit definiert als „ein Zustand des vollständigen körperlichen, geistigen und sozialen Wohlergehens und nicht nur [als] das Fehlen von Krankheit oder Gebrechen“ (WHO 1946).

<sup>11</sup> Seit 2010 Ministerium für Klimaschutz, Umwelt, Landwirtschaft, Natur- und Verbraucherschutz des Landes Nordrhein-Westfalen.

Zu ähnlichen Ergebnissen kam auch eine Befragung der Bevölkerung der Stadt Bielefeld. Demnach sind die innerstädtischen Grünanlagen und die landschaftliche Umgebung sowohl für die mentale als auch für die physische Gesundheit der Bevölkerung von hoher Bedeutung. Die gut vernetzte Grünstruktur und ihre gute Erreichbarkeit fördern die Häufigkeit von Ausflügen, wodurch die geistige und körperliche Erholung angeregt wird (vgl. FROHN 2004; CLAßEN & HORNBERG 2008: 59). So ist auch die Erreichbarkeit von Grünstrukturen wie zum Beispiel Parkanlagen mit dem subjektiven Wohlbefinden verknüpft, was weitere Untersuchungen zeigen. Demnach sind urbane Grünstrukturen eine gut erreichbare Gesundheitsressource, die „das Wohlbefinden [...] auf physischer, geistiger [und] sozialer Ebene“ fördert und damit einen wichtigen Beitrag zur Lebensqualität in den Städten leistet (HORNBERG & BREI 2010: 61ff.). Dabei sind gerade die Zugangsmöglichkeiten zur Natur besonders entscheidend, um maximal von den Vorteilen der grünen Infrastruktur für die menschliche Gesundheit, das Wohlbefinden und dem Präventionspotenzial bezüglich psychischer Erkrankungen zu profitieren. Zu diesem Ergebnis kam ein Bericht aus dem Jahr 2005, der auf empirischen und theoretischen Befunden beruht. Demnach scheinen die Menschen in der Stadt, die Parks und Gärten aufsuchen, den Mehrwert von Grünstrukturen für Gesundheit und Wohlbefinden zwar intuitiv zu begreifen, jedoch wird bezüglich der gegenwärtigen gesundheitspolitischen Strategien was die Nutzung dieser natürlichen Gesundheitsressource angeht noch Verbesserungspotenzial gesehen. Hierzu wird eine stärkere Kooperation zwischen Forschung, Gesundheitswesen, Stadt- und Umweltplanung empfohlen (vgl. MALLER et al. 2005: 45).

Schon im Jahr 1991 ergab eine Studie, dass der Aufenthalt in der Natur den Stressabbau bei überlasteten Menschen unterstützen und so zu deren Erholung beitragen kann. Unter der Annahme, dass die städtische Umgebung den Erholungsprozess hemmt, wurde den Probanden ein stresserzeugender Film vorgeführt, bevor sie sich Aufnahmen verschiedener städtischer und natürlicher Umgebungen ansahen. Währenddessen wurden anhand verschiedener physiologischer Daten (zum Beispiel Herzschlag) sowie einer Bewertung des emotionalen Zustandes durch die Probanden Informationen über die Stressverarbeitung gesammelt. Das Resultat der Untersuchung ist, dass es den Teilnehmern während der Betrachtung der Naturaufnahmen deutlich schneller gelang, den Stress abzubauen (vgl. ULRICH et al. 1991: 201). Im Jahr 1995 hat eine andere Studie untersucht, ob ein Zusammenhang vom Blick in die Natur und der Erhöhung der Aufmerksamkeit von Menschen besteht. Dabei wurde an Studenten untersucht, ob die Sicht ins Grüne in einer Prüfungssituation die Aufmerksamkeit so steigern kann, dass die Probanden bessere Ergebnisse erzielen als eine zweite Gruppe, die diese Aussicht nicht hatte. Im Resultat steigert die Aussicht die Aufmerksamkeit, so dass die erste Studentengruppe besser abschneiden konnte (vgl. TENNESSEN et al. 1995: 77). Eine weitere Studie hat 1998 untersucht, ob ein Zusammenhang zwischen Arbeitsplätzen am Fenster und der Zufriedenheit mit der Arbeit, der Kündigungsabsicht sowie dem generellen Wohlbefinden besteht. Betrachtete Faktoren waren dabei neben dem Ausblick auch die Sonneneinstrahlung und deren Potenzial, negative Folgen von Stress am Arbeitsplatz abzumildern. Befragt wurden Büroangestellte und Arbeiter einer südeuropäischen Weinproduktion. Im Ergebnis konnte ein direkter Effekt der Sonneneinstrahlung auf die Zufriedenheit mit der Arbeit, der Kündigungsabsicht sowie dem generellen Wohlbefinden festgestellt werden. Zudem wirkt die Sicht auf natürliche Elemente (zum Beispiel Bäume, Pflanzen, Blätter oder die Vegetation allgemein) auf die negativen Auswirkungen von Stress am Arbeitsplatz abmildernd und schwächt die daraus resultierende Absicht zu kündigen ab. Die Auswirkung auf das generelle Wohlbefinden war ebenfalls nachweisbar, jedoch nur in einem geringen Maß (vgl. LEATHER et al. 1998: 739).

Eine weitere nennenswerte Studie ist die Untersuchung der Effekte von städtischem Grün und Brachen auf das Wohlbefinden am Wohnsitz in deutschen Großstädten von KREKEL et al., wofür unter anderem Daten des sozioökonomischen Panels (SOEP) für den Zeitraum von 2000 bis 2012 genutzt wurden. Mit Hilfe eines geographischen Informationssystems (GIS) wurde der euklidische Abstand der Haushalte bis zum Beginn des nächstgelegenen städtischen Grüns oder einer Brachfläche berechnet. Daneben wurde untersucht, wie hoch der Anteil urbaner Grünflächen und Brachen in einem Radius von 1.000 Metern um die Haushalte herum ist. Diese beiden Faktoren stellten die wichtigsten Determinanten des Zugangs zu städtischem Grün dar. Es zeigte sich, dass für die 32 deutschen Großstädte mit mehr als 100.000 Menschen der Zugang zu städtischen Grünflächen wie Parks signifikant positiv mit dem Wohlbefinden am Wohnsitz korreliert, während die Nähe zu Brachflächen wie Industriebrachen signifikant negativ mit dem Wohlbefinden an Wohnsitz korreliert. Das gilt insbesondere für die Lebenszufriedenheit sowie für die geistige und körperliche Gesundheit. Die Effekte erwiesen sich am stärksten bei älteren Menschen. Dort sind sie bis zu einem Drittel höher als der Effekt, den die Arbeitslosigkeit auf die Lebenszufriedenheit hat. Anhand der Daten aus der 2. Berliner Altersstudie (BASE-II) für den Zeitraum zwischen 2009 und 2012 zeigte sich auch, dass (ältere) Menschen, die näher am urbanen Grün leben, signifikant weniger häufig an Diabetes, Schlafstörungen und Gelenkerkrankungen leiden (vgl. KREKEL et al. 2015).

Die Ergebnisse der verschiedenen genannten und vieler weiterer an dieser Stelle nicht erwähnten Studien (vgl. RITTEL et al. 2014: 68ff.) haben auch eine wirtschaftliche Bedeutung. So sollten gerade Unternehmen ein gesteigertes Interesse an der Gesundheit ihrer Mitarbeiter haben, da sie auch von ihrer Ausgeglichenheit und Leistungsfähigkeit profitieren. Trotz der positiven gesundheitlichen Aspekte urbaner Grünstrukturen spielen sie auf planerischer und politischer Ebene bei Entscheidungen über künftige Flächennutzungen oftmals nur eine untergeordnete Rolle, da laut RITTEL „die für Gesundheitsförderung zuständigen Behörden selten weitreichend in Entscheidungen von Naturschutz, Stadt- und Landschaftsplanung einbezogen sind“ und somit auch eine Ressource an „Wissen über die gesundheitlichen Wirkungen städtischer Grünräume“ weitgehend ungenutzt bleibt (RITTEL et al. 2014: 13).

#### **4.3.3 Freizeit und soziale Interaktion**

Urbane Grünstrukturen und das Umland von Städten sind ein wichtiger Raum sozialer Interaktion und werden umfangreich zur Gestaltung der Freizeit genutzt (siehe Abb. 4-5). So gelten Freiflächen wie Grünzüge oder Parkanlagen als Räume, die einer aktiven Erholung dienen und die damit naturnahe Bewegungsräume darstellen, deren Nutzung sich so letztendlich auch wieder positiv auf die Gesundheit des Menschen auswirken (vgl. KRETSCHMER et al. 2007: 6; JESSEL et al. 2009: 73).

In der Vergangenheit hat dabei vor allem der Anteil der „aktiven Formen der Erholung und Freizeitgestaltung“ zugenommen. Beliebt sind das Joggen, Radfahren, Wandern oder Nordic Walking. Das Angebot an Möglichkeiten ist breit gefächert und soll der Gesundheit, dem Spaß und dem Naturerleben dienen. Die Freizeitsportarten werden dabei kaum an festen Sportstätten ausgeübt, sondern sind vielmehr in den "informellen Bewegungsräumen" wie den siedlungsnahen Freiräumen zu finden. Um die Bewegung im Alltag zu fördern, ist es unabdingbar, dass ein ausreichendes Angebot an attraktiven Bewegungsmöglichkeiten gegeben ist, was auch mit den gesellschaftlichen Entwicklungen der Gegenwart (demographischer Wandel) und den Bedürfnissen der verschiedenen Zielgruppen abgestimmt werden muss (ROTH 2008: 8ff.). Aktuell fehlt es noch an „umfassenden kommunalen Konzepten“, die die Entwicklung der urbanen Grün- und Freiflächen langfristig und

nachhaltig regeln. Sie sind jedoch notwendig, um die Freiräume vor einer zu intensiven Nutzung durch den Menschen zu bewahren und gleichzeitig dem Auftrag zur Erholungsvorsorge nachzukommen. Diese Aufgabe stellt sich nicht nur den Umwelt-, Grünflächen- und Stadtplanungsämtern, die für die Freiflächenentwicklung zuständig sind. Ebenso müssen die Sportämter und andere Institutionen aus diesem Bereich in den Prozess involviert werden, damit Sportentwicklungs- und Grünflächenplanung ineinandergreifen können. Bis jetzt geschieht das kaum, da die Interessen der verschiedenen Bereiche oft divergieren. Eine Kooperation über kommunale Fachbereichsgrenzen hinweg wäre jedoch notwendig, um diese Querschnittsaufgabe zu bewältigen (vgl. KRETSCHMER et al. 2007: 9; ROTH 2008: 11).



**Abb. 4-5: Freizeitnutzung der Bonner Hofgartenwiese (Quelle: eigene Aufnahme)**

Urbane Grünflächen erfüllen auch eine soziale Bedeutung, indem sie Raum für soziales Miteinander, interkulturellen Austausch und gemeinsame Aktivitäten bieten oder Naturerlebnisse ermöglichen (vgl. HORNBERG & BREI 2010: 61; WEISS & BRACK 2011: 20). So belegen Studien (vgl. zum Beispiel BREI et al. 2010: 19), dass Parkanlagen wichtige Räume für soziale Begegnungen sind. Viele Menschen suchen mit ihren Familien oder Freunden urbane Freiräume auf, um sich dort zu unterhalten, spazieren zu gehen, Sport zu treiben, zu grillen oder um sich zu entspannen. Die Grünstrukturen stellen einen gern genutzten Ort für „Kommunikation und Interaktion“ dar (FROHN 2004: 21). Das Greenwich Open-Space Projekt kam bereits 1988 zu dem Ergebnis, dass dabei die urbanen Freiflächen am wertvollsten sind, die nicht alleine der Natur dienen, sondern auch zur Verbesserung des städtischen Lebens beitragen, indem sie neben einer strukturellen Vielfalt auch Raum für Aktivitäten, Geselligkeit und kulturelle Vielfalt bieten. Demnach fungieren die urbanen Grünstrukturen als Zugang (Gateway) zu einer naturnahen und sicheren Umwelt, in der Kinder

unbeschwert spielen und diese erkunden können sowie Erwachsenen, die die Natur genießen möchten, die Möglichkeit des Zusammenkommens gegeben wird (vgl. BURGESS et al. 1988: 455ff.). Als positiver Nebeneffekt ist zu nennen, dass der Aufenthalt in den siedlungsnahen Freiräumen gerade Kinder für die Belange von Natur und Umwelt sensibilisiert (vgl. HORNBERG & BREI 2010: 61; STOPKA & RANK 2013: 11).

Eine Entwicklung, die sich in jüngster Zeit beobachten lässt, ist die starke Zunahme an Aktivitäten im Bereich des Urban Gardening. Auch hier bietet das Gärtnern im Freien den Menschen einen Raum für soziale Interaktion. Ein Beispiel für ein solches Projekt ist die Essbare Stadt Andernach (siehe Abb. 4-6). Ursprung der Idee war die Einrichtung einer sogenannten Permakulturfläche im Jahr 2008. Diese sich außerhalb der Stadt befindende Fläche bietet Raum für den ressourcenschonenden Obst- und Gemüseanbau. Durch die von Beginn an umfangreiche Beteiligung der Andernacher Bevölkerung etablierte sich das Projekt dauerhaft, so dass heute auch Gemüseflächen in der Altstadt zu finden sind. Die Perspektive gGmbH hat sechs Bürgerinnen und Bürger im Rahmen der Berufsqualifizierung ausgebildet, die nun die Bewirtschaftung der Anlagen übernehmen und als Ansprechpersonen in den Beeten zur Verfügung stehen. Auch Schulklassen und Kindergruppen beteiligen sich durch die Errichtung von Insektennistkästen oder Gestaltung von Hinweisschildern an dem Projekt. Zudem werden die angebauten Produkte seit 2010 auch im Weltladen FaiRegio in der Innenstadt zum Verkauf angeboten, wobei das Obst und Gemüse von jedem geerntet werden darf. Das Projekt weist eine hohe Akzeptanz in der Bevölkerung auf. Beschädigungen und Vandalismus sind nur in einem geringen Umfang zu beobachten und auch die Hundebesitzer achten darauf, dass ihre Tiere nicht durch die Beete laufen (vgl. DEUTSCHE UMWELTHILFE E.V. 2013: 24.). Das Konzept der Essbaren Stadt Andernach zahlt sich aber auch finanziell aus. So wurden 1.000 m<sup>2</sup> Wechselbeete in Staudenbeete umgewandelt, die als nachhaltiger und weniger arbeitsintensiv gelten. Die Fachhochschule Geisenheim hat berechnet, dass sich die dafür entstandenen Kosten innerhalb von zwei Jahren amortisieren. Danach ist mit einer jährlichen Ersparnis von ca. 40 Euro pro m<sup>2</sup> zu rechnen, die teilweise in die „Gegenfinanzierung von Mehraufwendungen in den Gemüsebeeten“ investiert werden sollen. Ein positiver Nebeneffekt ist, dass das überregionale Medieninteresse für eine kostenlose und positive Vermarktung der Stadt Andernach sorgt (DEUTSCHE UMWELTHILFE E.V. 2013: 19).



**Abb. 4-6: Essbare Stadt Andernach (Quelle: ANDERNACH.NET. GESELLSCHAFT FÜR STADTMARKETING, WIRTSCHAFT UND TOURISMUS MBH 2016)**

Den Mehrwert urbaner Freiräume auf sozialer Ebene zeigt auch ein Projekt in der Stadt Münster. Das Amt für Grünflächen und Umweltschutz der Stadt Münster hat im Wohngebiet Brüningheide im Stadtteil Kinderhaus zusammen mit den Menschen vor Ort „eine Offensive gestartet, um die dortigen Freiräume zu einem attraktiven Treffpunkt zu entwickeln“. Trotz der vielen Kinder und Jugendliche, die dort leben, gab es lange Zeit im öffentlichen Raum des Wohngebiets, das von sechs- bis zwölfgeschossigen Wohngebäuden aus den 1970er-Jahren geprägt ist, kaum Spiel- oder Erholungsmöglichkeiten. Zwar gibt es vor Ort die sogenannte Grünschleife, wobei es sich um ein ca. 11.500 m<sup>2</sup> großes unbebautes Areal handelt, das zwischen den Hochhäusern liegt. Jedoch wurde dieses Areal wegen seines verwilderten Zustandes kaum genutzt. Um das zu ändern, haben sich die Menschen des Quartiers darüber Gedanken gemacht, wie eine Neugestaltung der Grünschleife aussehen könnte. Die vielen Ideen wurden dann in einem Bürgerworkshop diskutiert. Infolgedessen hat die Stadt Münster mit Unterstützung von 40 Personen aus dem Wohngebiet verschiedene Maßnahmen ausgewählt, die nach und nach an Projekttagen umgesetzt wurden. Dabei haben zwischen 40 und 60 Kinder, Jugendliche und Erwachsene geholfen. Unter anderem wurden neue Wiesen- und Rasenflächen sowie Wege und ein Kräuterbeet angelegt, das heute nicht nur von den Menschen des Viertels genutzt, sondern auch gepflegt wird. Neben verschiedenen Sitzbänken findet man Schachbretter und ein Tisch-Bank-System für die Familien mit Kindern. Ein alter Pavillon, der mit einem neuen Dach und zusätzlichen Bänken ausgestattet wurde, dient nun als attraktiver und zentraler Treffpunkt. Hundebesitzer können an einer "Dogstation" kostenlos Tüten für die Hinterlassenschaften ihrer Tiere ziehen. Die verschiedenen Maßnahmen haben maßgeblich dazu beigetragen, dass sich das Erscheinungsbild der Grünanlage zum Positiven verändert hat und das Areal heute wieder vermehrt von Familien und älteren Menschen für die Erholungsnutzung, Freizeitgestaltung und soziale Begegnungen aufgesucht wird. Durch die Mitwirkung der Menschen bei der Umgestaltung, die sich auch weiterhin in kleinen Gruppen um die unterschiedlichen Bereiche des Areals kümmern, konnte „eine hohe Akzeptanz und Identifikation mit der neu angelegten Freifläche“ erzielt werden. Vandalismus und Verunreinigungen sind deutlich zurückgegangen (DEUTSCHE UMWELTHILFE E.V. 2011: 11).

#### **4.3.4 Ökonomische Auswirkungen**

Der ökonomische Mehrwert, den grüne Infrastruktur mit sich bringt, ist auf diversen Ebenen zu finden. Zum einen können durch verschiedene von den Freiräumen erbrachte Ökosystemleistungen (zum Beispiel das Fungieren als Retentionsfläche) die kommunalen Haushalte entlastet werden (vgl. CENTER FOR GREEN INFRASTRUCTURE o.J.). Zum anderen fungiert eine attraktive und grüne Umgebung als Standortvorteil und wirkt sich somit auf die auf die Zahlungsbereitschaft bezüglich der Immobilien- und Mietpreise aus. Obwohl die urbanen Grünstrukturen im Unterschied zu anderen Infrastruktureinrichtungen relativ kostengünstig sind und – wie aus den zuvor genannten Punkten hervorgeht – zudem noch mehrere Funktionen gleichzeitig erfüllen können, wurde dieser Faktor in der Vergangenheit häufig vernachlässigt (vgl. WEISS & BRACK 2011: 20f.). Aktuelle Studien untermauern jedoch den ökonomischen Wert urbaner Grünstrukturen. So betrachteten beispielsweise verschiedene Untersuchungen in den USA den Zusammenhang zwischen Bevölkerungswachstum, wirtschaftlicher Entwicklung und Landschaftsqualität. Dabei kam heraus, dass die Landschaft Haus- und Grundstückspreise beeinflusst und einen vergleichbar hohen Einfluss auf Migrationsbewegungen hat wie es zum Beispiel der Steuersatz oder das Lohnniveau haben (vgl. JESSEL et al. 2009: 72).

Da die positiven Effekte von Grünstrukturen nur mit hohem Aufwand zu erfassen sind, ergeben sich auch Konsequenzen für die urbanen Freiräume. So liegt der Marktwert städtischer Grünflächen beträchtlich unter ihrem tatsächlichen Wert, der sich bei Einbezug aller Wohlfahrtseffekte ergeben würde. Grund dafür ist das „Versagen des Marktmechanismus“, da Grünflächen öffentliche Güter sind und somit „niemand [...] von der Nutzung der Flächen ausgeschlossen werden“ kann. Zudem führt eine Inanspruchnahme durch eine Person nicht zum Ausschluss der Nutzung durch weitere Personen. Eine Rivalität ist demnach nicht gegeben. Mit dem Forschungsprojekt "Bedeutung von Freiräumen und Grünflächen für den Wert von Grundstücken und Immobilien" wurde an der Technischen Universität Dortmund ein Ansatz gesucht, um den ökonomischen Wert urbaner Grünstrukturen zu ermitteln, der zugleich Rückschlüsse auf die Wertschätzung in der Bevölkerung ermöglicht (GRUEHN 2010a: 9). Anhand von Marktdaten wurden 26 deutsche Städte untersucht. Das Projekt bezweckt, den Akzeptanzverlust urbaner Grünstrukturen abzuwenden und möchte Entscheidungsträgern Argumente für die Investition in Freiflächensysteme liefern (GRUEHN 2010a: 10ff.).

Laut den Untersuchungen von GRUEHN et al. „ergibt sich die wertverändernde Wirkung der Grün- und Freiflächen auf den Marktwert von Grundstücken und Immobilien [...] aus der Variation der amtlich festgelegten Bodenrichtwerte in Abhängigkeit von freiraum- und grünflächenbezogenen Lagekriterien“ (GRUEHN et al. 2011: 23). Freiräume beeinflussen den Bodenrichtwert in vielfältiger Weise. Die Freiraumparameter sind abhängig von „Funktion, Ausstattungsmerkmal [und dem] räumlichen Gesamtzusammenhang“ und haben eine Einflussstärke von bis zu 10 Prozent, in einigen Fällen sogar bis zu 20 Prozent. Zu den wichtigsten den Bodenrichtwert beeinflussenden Faktoren zählen „Straßenbäume, Schmuckflächenanteil, Freiraumzugänglichkeit [und] deren ökologische [bzw.] ästhetische Funktion [...], die Freiraumaufenthaltsqualität, die Gestaltungsintensität von Freiräumen [und] der Pflegezustand von Freiräumen [sowie] die Freiraumversorgung bzw. [der] Freiraummangel, insbesondere an hochwertigen Parkanlagen und Stadtgrünflächen“ (GRUEHN et al. 2010a: 71).

Direkt an den untersuchten Standorten wirken sich besonders raumprägende Straßenbäume und Alleen sowie Gärten bzw. Vorgärten auf den Bodenrichtwert aus (GRUEHN et al. 2011: 24). So konnte nachgewiesen werden, dass urbane Grünflächen nicht nur eine ökologische und soziale Funktion, sondern auch neben den bekannten Ökosystemleistungen eine ökonomische Funktion erfüllen. Eine konsequente Erhaltung eines überdurchschnittlich guten Pflegezustandes (siehe Abb. 4-7) ist neben einer hohen Aufenthaltsqualität sowie Gestaltungsintensität ein entscheidendes Kriterium für die Auswirkung des Freiraums auf den Bodenrichtwert. Teil des Forschungsprojektes waren mit Bonn und Dortmund auch zwei der im Rahmen dieser Arbeit untersuchten Städte, die ähnliche Ergebnisse erzielten. Handlungspotenziale werden vor allem in Bereichen bzw. Stadtteilen gesehen, die nur unzureichend mit attraktiven Grünstrukturen ausgestattet sind. Um dort eine Wertsteigerung von Grundstücken zu erzielen, wären kleinere Gartenschauen oder einfache Maßnahmen wie die Anlage von Schmuckflächen und Straßenbäumen denkbare Ansätze (vgl. GRUEHN 2010a: 71).

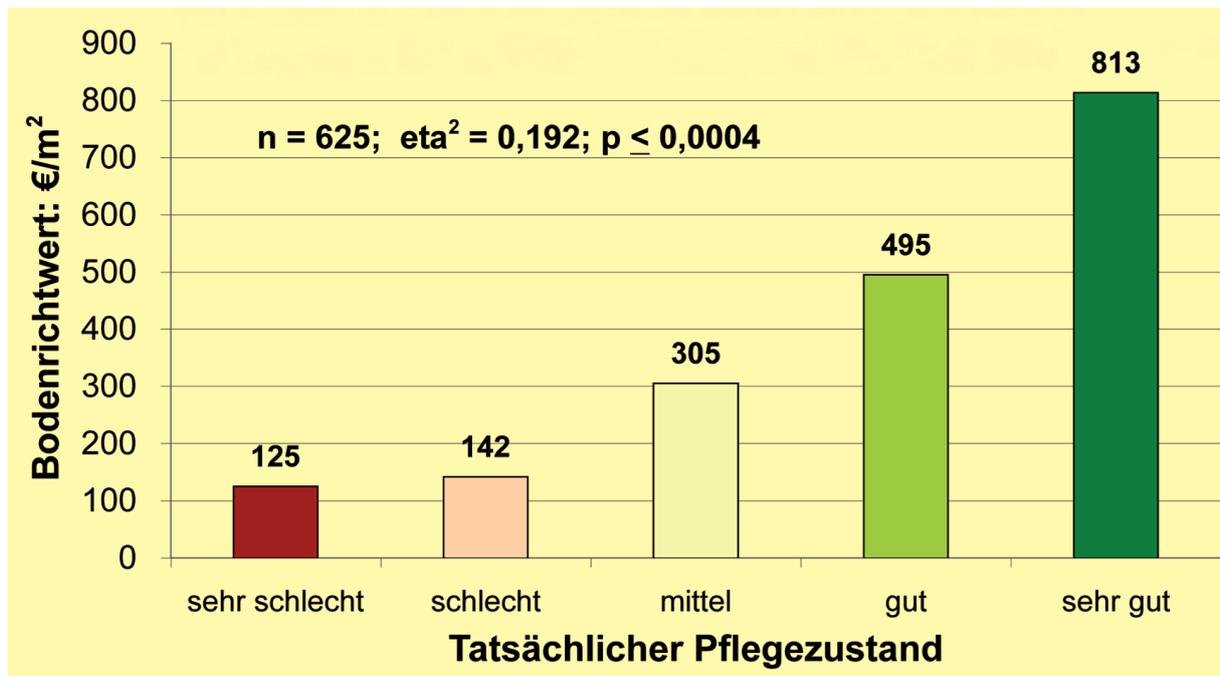


Abb. 4-7: Variation des mittleren Bodenrichtwertes der Untersuchungsstandorte in Abhängigkeit vom tatsächlichen Pflegezustand (Quelle: GRUEHN 2010b: 7)

In der Immobilienbranche wurde schon seit längerem erkannt, dass qualitativ hochwertige Grünstrukturen Vorteile für die Vermarktung bieten. Immobilieneigentümer und Projektentwickler integrieren gerne attraktive Grünflächen in ihre Projekte. Die hochwertigen Freiräume werden häufig frühzeitig fertiggestellt, um potenzielle Kunden von der Qualität des Vorhabens zu überzeugen. Bestimmte Gruppen im Bereich der "neuen" Dienstleistungen (zum Beispiel die Medienbranche) fragen solche grünen Standorte sogar konkret nach, da diese als kreativitätsfördernd gelten. Investitionen in das Wohn- und Arbeitsumfeld können zudem Ausstrahlungseffekte mit sich bringen. Darunter ist zu verstehen, dass Eigentümer bzw. Nutzer in der Nachbarschaft dem Beispiel folgen und ebenfalls in ihre Bestände investieren (vgl. BECKER 2008: 20f.).

#### 4.3.5 Imagewirkung

In enger Beziehung zum ökonomischen Wert steht die Wirkung urbaner Grünstrukturen auf das Image von Städten. Grüne Infrastruktur erfüllt in Städten die Funktion eines weichen Standortfaktors. Die Einwohnerinnen und Einwohner von Städten schätzen ein qualitativ hochwertiges Arbeits- und Wohnumfeld (vgl. WEISS & BRACK 2011: 20f.). Sowohl die Pendlerströme in die Großstädte als auch die innerstädtischen Wohnstandortentscheidungen machen deutlich, welche hohe Bedeutung einem attraktiven Umfeld zukommt. So liegen die beliebtesten Wohnviertel häufig dort, wo der Anteil an siedlungsnahen Grünflächen entsprechend hoch ist (vgl. BAUER 1998: 38). Das Deutsche Institut für Urbanistik kam in einer Untersuchung in München zu dem Ergebnis, dass 47 Prozent der befragten Personen Grünflächen in der Wohnumgebung für eine entsprechende Lebensqualität des Stadtteils als notwendig erachten. In einer zweiten Umfrage des Instituts gaben sogar 71 Prozent der interviewten Personen an, dass gepflegte Park- und Grünanlagen zu den wichtigsten Dingen für das städtische Leben und Wohnen zählen (vgl. BECKER 2008: 20). Freiräume sind damit maßgeblich mitentscheidend, was die Attraktivität und das Image von Städten und deren Wohnquartiere angeht. So korreliert eine negative Außenwahrnehmung von Wohnquartieren häufig auch mit einer Abwesenheit von wohnungsnahen Grünstrukturen (vgl. HORNBERG & BREI 2010: 62). Auf der

anderen Seite ist ein attraktives Wohn- und Arbeitsumfeld ein beliebtes Werbeargument. Nicht zufällig werden vor allem hochwertige Immobilien mit Attributen wie der Nähe zum Stadtwald oder einem unverbaubaren Blick auf den Park beworben. Die grüne Umgebung steht dabei für Lebensqualität, was von Kunden speziell nachgefragt wird und somit als Imagefaktor fungiert (vgl. SCHRÖDER 1998: 591f.; GRUEHN 2010b: 6).

Neben privaten Akteuren wurde dieser Umstand auch vom Standortmarketing der Städte und Gemeinden erkannt, die ihren Standort heute mit dem Bergpanorama oder der Lage an See oder Meer bewerben, was zahlreiche Beispiele belegen (vgl. JESSEL et al. 2009: 71). Auch für die Ansiedlung von Unternehmen wird der Faktor "Grün" eingesetzt. Gerne wird seitens der Kommunen bildlich mit einem attraktiven Erscheinungsbild geworben, da davon ausgegangen wird, dass der Eindruck über die Stadt bzw. Gemeinde auch von den vorhandenen Freiraumqualitäten beeinflusst wird. Darüber hinaus kann der Faktor "Grün" in Bezug auf das Image auch für die Unternehmen selbst von Bedeutung sein. Im Jahr 1997 hat der Verband für Garten-, Landschafts- und Sportplatzbau e. V. eine Passantenbefragung durchführen lassen, die die Bedeutung von attraktiven Grünstrukturen als Image- und Standortfaktor bekräftigt. Demnach tragen begrünte Außenanlagen zu einem positiven Image von Firmen bei. Urbanes Grün ist also auch bei einigen Unternehmen ein Imagefaktor, was sich auch im Engagement für die Umwelt oder Sponsoring-Aktivitäten zeigt (vgl. BAUER 1998: 37).

#### **4.3.6 Tourismus und Kultur**

Attraktive und hochwertige Grünstrukturen in der Stadt und im Umland können auch die Tourismusbranche beeinflussen. Zum einen finden sie Einbezug in der Vermarktung von Standorten und deren Projekte. Zum anderen kann man durch sie finanzielle Mittel generieren, was beispielsweise in Form von Eintrittsgeldern wie bei Bundes- oder Landesgartenschauen gängige Praxis ist (vgl. WEISS & BRACK 2011: 21). Zudem prägen die Anzahl und die Lage der Grün- und Freiräume das Stadtbild wesentlich mit (vgl. CLAßEN & HORNBERG 2008: 53). Urbane Freiräume spiegeln somit auch die kulturelle und geschichtliche Entwicklung wider und sind Teil der regionalen Unverwechselbarkeit (vgl. WERK 2005: 172). Deutlich wurde das bereits in Kapitel 4.2. an den Entwicklungen rund um den Emscher Landschaftspark, wo die Industriekultur und die Industrienatur für den Tourismus von hoher Bedeutung sind.

#### **4.4 Nutzungsvoraussetzungen grüner Elemente**

Ob und inwiefern die urbanen Grünstrukturen von den Menschen genutzt werden, hängt von verschiedenen Faktoren ab. So werden Ansprüche an den Freiraum gestellt, was Aspekte wie Sauberkeit, Erreichbarkeit, Vernetzung, Vielfalt oder Sicherheit betrifft. Wichtig sind auch verschiedene Kopplungsmöglichkeiten, die die grüne Infrastruktur erlebbar und wahrnehmbar machen. Demnach wird auch ein Angebot für die Gestaltung der Freizeit und Erholung gewünscht, das je nach Zielgruppe unterschiedlich aussehen kann. Jede Nutzergruppe stellt andere Anforderungen an den Freiraum, was unter anderem auch von der Lebensphase abhängig ist, in der sich Menschen befinden. So benötigen Kinder Spielplätze, während ältere Menschen eher Wanderwege und Bänke nachfragen oder jüngere Menschen den Freiraum zur sportlichen Freizeitgestaltung und für das soziale Miteinander aufsuchen. Die Nutzung der urbanen Freiräume erfüllt auch einen symbolischen Effekt. Sie fördert die „lokale Bindung [bzw.] Identität“ und stärkt die Wertschätzung der städtischen Freiräume (FROHN 2004: 21).

Die Nutzer der siedlungsnahen Freiräume haben drei elementare Bedürfnisse. Unter die physiologischen Bedürfnisse fallen beispielsweise die Existenz von Sitzgelegenheiten zum Ausruhen und das Vorhandensein von sanitären Anlagen. Zu den soziologischen Bedürfnissen zählen Angebote, die sich auch für Gruppen eignen, und mögliche Treffpunkte. Unter Sicherheitsbedürfnissen sind zum Beispiel die Beleuchtung von Wegen oder die Vermeidung von Angsträumen zu verstehen (vgl. ROTH 2008: 39). Dass auf diese Bedürfnisse eingegangen wird ist wichtig, weil die Qualität der Umgebung von den Besuchern deutlich wahrgenommen und ein Naturerlebnis explizit gewünscht wird (vgl. ROTH 2008: 39). An dieser Stelle muss jedoch erwähnt werden, dass es sich hierbei für die wenigsten Menschen um wilde Natur handeln darf und somit ein entsprechender Pflegezustand gegeben sein muss. Neben einer guten Gestaltung der urbanen Grünstruktur, die ästhetisch ansprechend ist, sollte vor allem die Gewährleistung ihres praktischen Nutzens im Vordergrund stehen. So müssen die urbanen Freiräume auch multifunktional und flexibel zu nutzen sein. Dabei sollte die Aufnahme bzw. Pflege sozialer Kontakte für alle Altersklassen möglich sein. Was die Ansprüche und Bedürfnisse der Menschen an ihre Freiräume betrifft, besteht nach Auffassung verschiedener Fachleute jedoch weiterhin Forschungsbedarf (vgl. BECKER 2008: 18f.; WEISS & BRACK 2011: 20).

Generell ist eine leichte Erreichbarkeit und Zugänglichkeit von hoher Bedeutung. Hierfür sind eine gute Erschließung durch den öffentlichen Personennahverkehr, die Ausstattung mit Fahrradwegen oder die Gewährleistung der Barrierefreiheit entscheidende Faktoren. Die persönlichen Sicherheitsbedürfnisse und die Verkehrssicherheit, was etwas Aspekte wie ein geringes Verkehrsaufkommen und Verletzungsrisiko betrifft, beeinflussen ebenfalls die Nutzung der siedlungsnahen Freiräume. Ein Fehlen einer oder mehrerer Faktoren wirkt als Nutzungshemmnis und führt häufig dazu, dass diese Bereiche gemieden werden, weil sie als Angstraum empfunden werden. Um Akzeptanz zu finden, sind ein guter Pflegezustand und die Gewährleistung der Sicherheit der Menschen wichtige Voraussetzungen für die Nutzung urbaner Grünräume. Werden diese Voraussetzungen eingehalten, können die städtischen Grünflächen enorm zur lokalen Identität der Bevölkerung beitragen. Neben dem Hyde Park in London oder dem Central Park in New York gibt es dafür mit dem Kölner Grüngürtel auch ein konkretes Beispiel aus Nordrhein-Westfalen (vgl. CLAßEN & HORNBERG 2008: 52; BREI et al. 2010: 20). Grundsätzlich sind die Nutzungsvoraussetzungen auch immer von den gesellschaftlichen Entwicklungen der Gegenwart abhängig. Ein Beispiel dafür ist der demographische Wandel, aus dem sich durch die veränderte Altersstruktur der Bevölkerung auch Veränderungen in den Nutzungsansprüchen ergeben (vgl. WERK 2005: 172).

#### **4.5 Grüne Infrastruktur auf politischer und planerischer Ebene**

Urbane Grünstrukturen sind auch auf der politischen Ebene von hohem Interesse. So setzen sich auf Bundes- und Landesebene mehrere Veröffentlichungen des Ministeriums für Bauen, Wohnen, Stadtentwicklung und Verkehr des Landes Nordrhein-Westfalen sowie des Bundesministeriums für Umwelt, Naturschutz, Bau und Reaktorsicherheit mit der Thematik auseinander. Das Bundesumweltministerium brachte 2015 die Veröffentlichung "Grün in der Stadt – Für eine lebenswerte Zukunft. Grünbuch Stadtgrün" heraus. Laut der Bundesministerin für Umwelt, Naturschutz, Bau und Reaktorsicherheit soll diese einen „Dialog anstoßen, welchen Stellenwert Grün- und Freiflächen zukünftig in unseren Städten einnehmen sollen“ und „wie es in Zeiten knapper Kassen gelingen kann, bestehendes Grün zu erhalten und wo möglich neue Grünflächen zu entwickeln“ (BMUB 2015: 5). Zudem ist eine nachhaltige Stadtentwicklung im Koalitionsvertrag der 18. Legislaturperiode des Deutschen Bundestages zwischen der Christlich Demokratischen Union

Deutschlands (CDU), der Christlich-Sozialen Union in Bayern (CSU) und der Sozialdemokratischen Partei Deutschlands (SPD) im Jahr 2013 festgesetzt worden. Dort werden die urbanen Grünstrukturen als „ein wichtiger Baustein auf dem Weg zu einer modernen, nachhaltigen und integrierten Stadtentwicklungspolitik<sup>12</sup>“ beschrieben, die mit diversen Aspekten wie „Soziales, Gesundheit, Klima, Beteiligung, Kultur und anderen mehr in Wechselwirkung steht.“ Ein Großteil der Regelungen, die die urbanen Grünstrukturen betreffen, ist in den Städte- und Gemeindegesetzen festgelegt, da die Zuständigkeit diesbezüglich bei den Kommunen liegt. Zudem gibt es politische Ziele auf Bundesebene, was die Grünausstattung, -erreichbarkeit und -pflege betrifft. Diese sind beispielsweise in der Nationalen Biodiversitätsstrategie (2007) festgehalten (BMUB 2015: 10). Dort steht unter anderem geschrieben: „Bis zum Jahre 2020 ist die Durchgrünung der Siedlungen einschließlich des wohnumfeldnahen Grüns (zum Beispiel Hofgrün, kleine Grünflächen, Dach- und Fassadengrün) deutlich erhöht. Öffentlich zugängliches Grün mit vielfältigen Qualitäten und Funktionen steht in der Regel fußläufig zur Verfügung.“ (BMUB 2007: 42).

Auch in der Deutschen Anpassungsstrategie an den Klimawandel (DAS 2008) und dem dazugehörigen Aktionsplan (APA I 2011) sind urbane Grünstrukturen ein wichtiger Faktor, da sie einen Beitrag zur Minderung von Extremereignissen leisten. In der Praxis sollen die Programme der Städtebauförderung des Bundes und Länder den Stellenwert siedlungsnaher Grünstrukturen erhöhen, da diese als „Baustein für die Steigerung der Attraktivität der Städte und Gemeinden als Wohn- und Wirtschaftsstandort“ angesehen werden. Zudem heißt es zur kommunalen Ebene, dass diese „über eine Reihe von formellen und informellen Planungsinstrumenten“ verfügt, „mit denen die urbane Grüne Infrastruktur entscheidend auf allen relevanten Ebenen konzeptioniert, geplant und gefördert werden kann. Ein qualifizierter, aktueller und mit der Flächennutzung verzahnter Landschaftsplan ist eine wichtige Grundlage für eine nachhaltige Siedlungsentwicklung. Daneben ist aber auch die regionale Ebene für funktionierende Stadt-Umland-Beziehungen zu beteiligen“. Dabei werden auch diverse aktuelle Herausforderungen, Spannungsfelder und Potenziale beleuchtet. So wird auch erwähnt, dass der demographische Wandel einen grundlegenden Interessenkonflikt darstellt, da bis zum Jahr 2030 19 Prozent der Bevölkerung in den 14 deutschen Großstädten mit mehr als einer halben Million Einwohnerinnen und Einwohnern leben werden und „die damit verbundene Nachverdichtung [...] in Wachstumsregionen zu einem Rückgang an Grünflächen“ führen wird (BMUB 2015: 10ff.).

Das Ministerium für Bauen, Wohnen, Stadtentwicklung und Verkehr des Landes Nordrhein-Westfalen beschäftigt sich ebenfalls mit der städtischen grünen Infrastruktur. Neben den Berichten zur Stadtentwicklung, die sich der Thematik ebenfalls annehmen, wurden beispielsweise ein Forschungsbericht mit dem Titel "Urbanes Grün in der integrierten Stadtentwicklung – Strategien, Projekte, Instrumente" im Jahr 2012 und den darauf aufbauenden Leitfaden für Planerinnen und Planer "Urbanes Grün – Konzepte und Instrumente" im Jahr 2014 herausgegeben (vgl. MBWSV NRW 2012; 2014). Dabei handelt es sich bei den Werken lediglich um eine Analyse der aktuellen Situation, die der Identifikation von Handlungsfeldern sowie der Herausgabe von Handlungsempfehlungen dient, und Planungsverfahren sowie -instrumente sowie Finanzierungsebenen erläutert, da „die

---

<sup>12</sup> Laut Stadtentwicklungsbericht 2011 des Ministeriums für Wirtschaft, Energie, Bauen, Wohnen und Verkehr des Landes Nordrhein-Westfalen versteht man unter integrierter Stadtentwicklungspolitik einen Prozess, „der die Koordinierung zentraler städtischer Politikfelder in räumlicher, sachlicher und zeitlicher Hinsicht zum Ziel hat“ und „konform mit den gesetzlichen Regelungen der §§ 136 ff Baugesetzbuch (BauGB)“ geht (MWEBWV NRW 2011: 61).

Sicherung und Weiterentwicklung grüner Freiflächen im urbanen Raum [...] eine städtebauliche und planerische Aufgabe der Kommunen“ ist (MBWSV NRW 2012: 27).

Grundsätzlich findet sich die Grünplanung auf allen Ebenen der Raumplanung, zu der die europäische Ebene, die Bundesebene, die Landesebene und die kommunale Ebene zählen, wieder. Generell nimmt die EU keinen direkten Einfluss auf die nationalen Raumpolitiken. Eine konkrete Zuständigkeit für stadtentwicklungspolitische Angelegenheiten auf europäischer Ebene ist nicht gegeben. Indirekt besteht jedoch durch die Fachpolitiken der Europäischen Kommission ein Einwirken auf die Raumentwicklung. Im Bereich der Freiraumplanung sind die Umweltverträglichkeits-Richtlinie sowie die Fauna-Flora-Habitat-Richtlinie einflussnehmende EU-Richtlinien. Zudem ist eine indirekte Einflussnahme auf die Raumplanung und damit auch auf die Freiraumplanung durch verschiedene Förderprogramme und Wettbewerbe wie dem *Green Capital Award*<sup>13</sup> gegeben, so dass „dadurch eine Einordnung nationaler und regionaler Raumentwicklungspolitiken in größere europäische Zusammenhänge“ besteht. Weiter sind in der Leipzig Charta 2007 die Grundsätze einer europäischen Stadtentwicklungspolitik festgeschrieben. Hierbei handelt es sich um ein Grundsatzpapier, das „allgemein formulierte Richtlinien für eine nachhaltige Stadtentwicklung auf europäischer Ebene“ umfasst und „einen Orientierungsrahmen für den Umgang mit städtischem Grün“ bietet (MBWSV NRW 2012: 33f.).

Auf Bundesebene ist eine Einflussnahme auf die Raumplanung ebenfalls indirekt über die im Raumordnungsgesetz (ROG) festgesetzten Leitbilder und die Vergabe von Fördermitteln möglich. Das Raumordnungsgesetz umfasst Leitvorstellungen und Grundsätze, die „von den Ländern in den entsprechenden Raumordnungsplänen zu konkretisieren sind“. Zudem enthält das Bundesnaturschutzgesetz Zielvorstellungen, die den Naturschutz und die Landschaftspflege betreffen. Dabei soll zum Beispiel durch die Eingriffsregelung und ihrem fachplanerischen Instrument, dem landschaftspflegerischen Begleitplan, gewährleistet werden, dass negative Folgen von Eingriffen in Umwelt und Natur vermieden werden. Zudem greifen Bauleitplanung und Umwelt- und Naturschutzrecht ineinander, wenn das Baugesetzbuch auf Belange des Umweltschutzes einschließlich des Naturschutzes und der Landschaftspflege verweist, „die bei der Aufstellung von Bauleitplänen insbesondere zu berücksichtigen sind“ (MBWSV NRW 2012: 34).

Auf Landesebene stellt das Landschaftsgesetz Nordrhein-Westfalen zusammen mit dem Bundesnaturschutzgesetz die Grundlage für die Landschaftsplanung in Nordrhein-Westfalen, die sich wiederum in ein „Landschaftsprogramm auf Landesebene, Landschaftsrahmenpläne auf Regionalebene (Regionalpläne) und kommunale Landschaftspläne der Kreise und kreisfreien Städte (örtlicher Landschaftsplan)“ gliedert. Gegenwärtig gibt es für Nordrhein-Westfalen kein Landschaftsprogramm. Die Landschaftsrahmenplanung ist Teil der Regionalplanung. Zudem werden „die örtlichen Erfordernisse und Maßnahmen zur Verwirklichung der Ziele und Grundsätze des Naturschutzes [...] in kommunalen Landschaftsplänen dargestellt und rechtsverbindlich als Satzung festgesetzt. Nordrhein-Westfalen ist damit der einzige Flächenstaat, der seinen Landschaftsplan als eigenständige Rechtsnorm eingeführt hat. Des Weiteren sollen „die Zielvorstellungen des Raumordnungsgesetzes des Bundes [...] von den Ländern in den entsprechenden Raumordnungsplänen konkretisiert“ werden. In Nordrhein-Westfalen geschieht das durch das Gesetz

---

<sup>13</sup> Laut Ministerium für Bauen, Wohnen, Stadtentwicklung und Verkehr des Landes Nordrhein-Westfalen ist das Ziel des Wettbewerbes, „die europaweite Aufmerksamkeit auf die Umweltqualitäten städtischer Agglomerationen und die Bedeutung des urbanen Grünraums zu lenken und andere Städte zur Nachahmung zu inspirieren“ (MBWSV NRW 2012: 34).

zur Landesentwicklung (dem Landesentwicklungsprogramm – LEPro), durch den Landesentwicklungsplan (LEP) sowie die Regionalpläne für Teilräume des Landes, die auch den Schutz der Freiräume berücksichtigen. Zudem kann im Rahmen der Städtebauförderung „die Aufwertung vorhandener und Entwicklung neuer privater, halb-öffentlicher oder öffentlicher Grün- und Freiflächen mit hohen Aufenthaltsqualitäten“ erfolgen (MBWSV NRW 2012: 36ff.).

Auf kommunaler Ebene werden laut dem Ministerium für Wirtschaft, Energie, Bauen, Wohnen und Verkehr des Landes Nordrhein-Westfalen „die im BauGB vorgegebenen förmlichen Instrumente der Bauleitplanung [...] zur Vorbereitung und Planung der baulichen und sonstigen Nutzung der Grundstücke auf Gemeindegebiet“ genutzt (MBWSV NRW 2012: 39). Zum einen fällt darunter der Flächennutzungsplan. Hierbei handelt es sich um einen vorbereitenden Bauleitplan, der meistens für das Gesamtgebiet der Stadt gilt und sich aus dem Regionalplan ableitet. Der Flächennutzungsplan ist auf einen Zeitraum von 15 Jahren ausgelegt und nicht rechtsverbindlich (ENDLICHER 2012: 184f.). Abb. 4-8 zeigt einen Ausschnitt des Flächennutzungsplans der Stadt Bielefeld, der online einzusehen ist. Da es sich dabei um einen Screenshot handelt, ist der Maßstab nicht korrekt wiedergegeben. Die hell-, mittel- und dunkelgrünen sowie hellblauen Bereiche sind jedoch deutlich zu erkennen. Sie zeigen laut Legende die landwirtschaftlich genutzten, Grün-, Wald- und Wasserflächen.

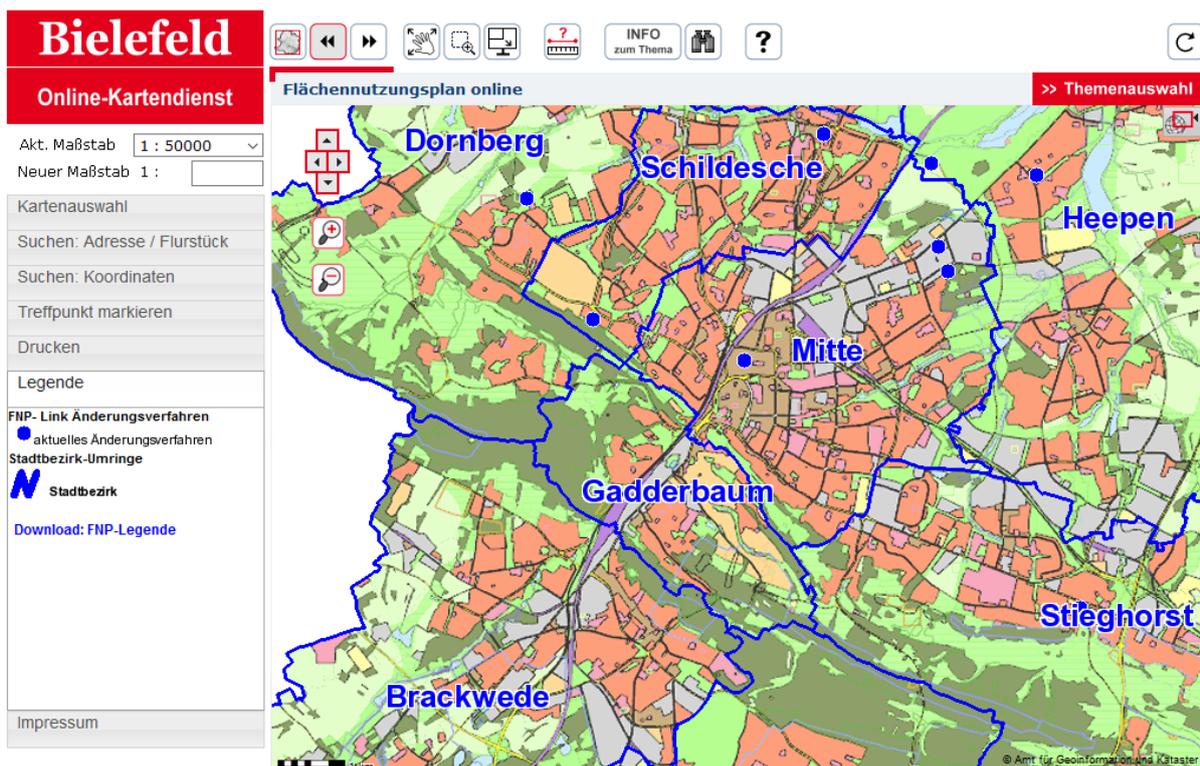


Abb. 4-8: Ausschnitt des Flächennutzungsplans der Stadt Bielefeld aus dem Online-Kartendienst (Quelle: STADT BIELEFELD o.J.c)

Des Weiteren stellen die Bebauungspläne verbindliche Bauleitpläne dar, die für Teilflächen des Gemeindegebiets gelten. Im Gegensatz zu den Flächennutzungsplänen ist er parzellenscharf und auf etwa fünf Jahre ausgelegt (vgl. ENDLICHER 2012: 185). Auch hier finden die urbanen Grünstrukturen Berücksichtigung. Sowohl im Flächennutzungsplan als auch im Bebauungsplan können Grünflächen wie Parkanlagen, Friedhöfe, Spiel- und Sportplätze sowie Wasser-, Wald- oder landwirtschaftlich genutzte Flächen dargestellt werden. Zudem können sogenannte Grünordnungspläne „für den Geltungsbereich eines Bebauungsplans oder Teile eines Bebauungsplans die örtlichen Erfordernisse

und Maßnahmen zur Verwirklichung der Ziele des Naturschutzes und der Landschaftspflege“ festsetzen. Durch die Integration in den Bebauungsplan erhalten sie Verbindlichkeit. In den informellen Planungen, die keine Rechtsverbindlichkeit haben, finden die urbanen Grünstrukturen Berücksichtigung in Stadtentwicklungskonzepten, Rahmen- oder Masterplänen (MBWSV NRW 2012: 39).

Die informellen „Leitbilder und Konzepte zur Grünflächen- und Freiraumentwicklung“ dienen der Festlegung von Qualitätszielen „für einen bestimmten Raum und eine bestimmte Zeiteinheit“. Sie sollen „die Richtung für das weitere Handeln und die Einordnung von Projekten“ vorgeben und eine „Grundlage für die notwendige Abwägung grüner Ziele und Maßnahmen mit den anderen Stadtbelangen“ bilden, da nur eine integrierte Betrachtung „grüne Leitbilder und Konzepte zu einem Bestandteil einer ganzheitlichen Strategie der Stadtentwicklung oder der Quartiersentwicklung“ machen (MBWSV NRW 2014: 18f.). Da sich „integrierte Handlungskonzepte, die als ressortübergreifendes Entwicklungskonzept für ein räumlich begrenztes, funktional zusammenhängendes Stadtgebiet erstellt werden“, in besonderer Form „als ein strategisches Planungs- und Steuerungsinstrument für die Quartiersentwicklung“ eignen, sind sie in Nordrhein-Westfalen „seit 2008 eine verpflichtende Grundlage für alle Teilprogramme der Städtebauförderung“ (MBWSV NRW 2014: 20).

#### **4.6 Grüne Infrastruktur als Faktor auf unternehmerischer Ebene**

Dass urbane Grünstrukturen auch für Unternehmen und deren Beschäftigte von Interesse sind, wurde bereits angesprochen, als die Funktionen von Freiräumen erläutert wurden. Auf diesem Umstand weisen zudem verschiedene Entwicklungen aus jüngster Zeit hin. So gibt es seit einigen Jahren einen Wettbewerb namens *FirmenGärten*, der Aktivitäten von Unternehmen honoriert, die sich mit Begrünungsmaßnahmen ihres Firmengeländes befassen. Dabei wurden Gestaltung und Nutzung, soziale Bedeutung und die ökologische Wirkung der Flächen bewertet. Anreiz dafür soll sein, dass ein umweltfreundlich und grün gestalteter Außenraum das Zugehörigkeitsgefühl zum Unternehmen fördert, der Firma ein positives Image verleiht und den Beschäftigten ein attraktives Arbeitsumfeld bietet. Auch bezüglich der Städte besteht hierbei eine Wechselwirkung, denn die Existenz der urbanen Grünstrukturen stellt einen weichen Standortfaktor dar, der dazu beitragen kann, Unternehmen und potenzielle Fachkräfte von einem Standort zu überzeugen (vgl. WEIßMANN 2003: 16). Der damalige Bundesminister für Verkehr, Bau und Stadtentwicklung Dr. Peter Ramsauer sagte zu dem Wettbewerb: „Gerade auch mit anspruchsvollen Grünanlagen gestaltete Unternehmens- und Betriebsgelände können einen ganz spezifischen Beitrag leisten für eine nachhaltige Stadtentwicklung. Und es ist erfreulich, dass zunehmend mehr Unternehmen die Initiative ergreifen für gartenarchitektonische Gestaltungen ihres Firmengeländes. Viele Unternehmen und Institutionen haben erkannt, dass landschaftsgärtnerisch gestaltete Außenanlagen nicht nur positive Auswirkungen auf Mitarbeiter und Kunden haben, sondern darüber hinaus auch einen öffentlichen und damit städtebaulichen Beitrag leisten.“ Er unterstützte den Wettbewerb im Jahr 2013 als Schirmherr. 2010 hat die Stiftung DIE GRÜNE STADT die Wettbewerbsidee so weiterentwickelt, dass sie künftig durch jede Stadt, Gemeinde oder Region auch mit überschaubaren Mitteln und geringem Aufwand individuell genutzt werden kann (STIFTUNG DIE GRÜNE STADT o.J.: 3ff.).

Mit der Initiative *Biodiversity in Good Company* besteht ein Zusammenschluss von Unternehmen verschiedenster Branchen zum Schutz und zur nachhaltigen Nutzung der weltweiten Biodiversität.

Mit ihrem Engagement unterstützen sie das Übereinkommen über die biologische Vielfalt (CBD) mit dem Ziel, den Verlust an Ökosystemen, Arten und genetischer Vielfalt zu verhindern. Durch die Unterzeichnung eines "Mission Statements" und einer "Leadership-Erklärung" haben sie sich dazu verpflichtet, „den Schutz der Biodiversität in ihre Nachhaltigkeitsstrategie und das betriebliche Management zu integrieren“. Zu den Mitgliedern gehören zum Beispiel Firmen wie Bionade oder ForestFinance, die bereits mit Nachhaltigkeit in Verbindung gebracht werden, aber auch große Unternehmen wie REWE oder Tchibo. Diese Entwicklung weist ebenfalls darauf hin, dass es Unternehmen gibt, die für Themen der Nachhaltigkeit sensibilisiert sind (BIODIVERSITY IN GOOD COMPANY INITIATIVE E. V. o.J.).

Die Bedeutung urbaner Grünstrukturen variiert tendenziell nach Unternehmensbranche. Ein Bedeutungszuwachs ist vor allem in den gehobenen Dienstleistungszweigen wie der Wissensökonomie oder der Medien- und Kreativbranche zu beobachten. Für diese Branchen ist ein attraktives und durchgrüntes Umfeld von besonderem Interesse, weil es kreativitätssteigernd wirken soll. Daneben stellen hochqualifizierte Arbeitskräfte auch gewisse Ansprüche an Standorte (vgl. BECKER 2008: 20). So ergaben Umfragen verschiedener Wirtschaftsunternehmen wie Cap Gemini oder Ernst & Young, dass die Lebensqualität ein wichtiger Standortfaktor ist. Im Jahr 2002 wurden 5.000 Geschäftsführer mittelständischer Unternehmen in Deutschland befragt. Diese gaben an, dass für sie nach den Standortfaktoren "Arbeitskräfte" und "Verkehrsanbindung", aber noch vor den Punkten "Bildung und Forschung", "Gewerbe- und Büroflächen" oder "Steuern und Abgaben" die Lebensqualität – zu der auch die urbanen Grünstrukturen einen Beitrag leisten – der dritt wichtigste Faktor ist (GRUEHN 2010b: 6). Möchte man also als Unternehmen Fachkräfte für sich gewinnen, sollte man auch die Attraktivität des eigenen Standortes im Blick behalten. Dabei sind neben Faktoren wie dem kulturellen Angebot oder den Aus- und Weiterbildungsmöglichkeiten auch die Umweltqualität und das Angebot an Naherholung sowie der Freizeitwert von Relevanz (vgl. JESSEL et al. 2009: 73).

#### **4.7 Ansätze zur Steigerung der Wertschätzung von Grün**

Der Frage nach dem Wert grüner Infrastruktur für Regionen und Kommunen hat sich in der Vergangenheit das VALUE-Projekt gewidmet. Daneben besteht mit der TEEB-Studie ein Ansatz, der die ökonomische Bewertung von biologischer Vielfalt und Ökosystemleistungen zum Gegenstand macht. Dabei liegt ein inhaltlicher Schwerpunkt auf der Frage, wie Stadtgrün und stadtnahe Ökosysteme einen Beitrag zur Lebensqualität in den Städten leisten können. Beide Ansätze sollen im Folgenden vorgestellt werden.

##### **4.7.1 Das VALUE Projekt – Wert grüner Infrastruktur**

Bei VALUE handelt es sich um ein abgeschlossenes europäisches Projekt, das durch die Europäische Union über INTERREG IV B<sup>14</sup> zwischen 2008 und 2012 gefördert wurde und dazu beitragen sollte, den Wert grüner Infrastruktur für Regionen und Kommunen herauszustellen und zu ermitteln. Kommunalbehörden, Universitäten und Wirtschaftsförderer aus Großbritannien, Belgien, den Niederlanden und Deutschland zählten zu den Projektpartnern und stellten in ihren Regionen und Städten Fallbeispiele. VALUE steht für "Valuing Attractive Landscapes in the Urban Economy". Es geht demnach um die "Wertschätzung Attraktiver Landschaften in der städtischen Wirtschaft" durch die

---

<sup>14</sup> INTERREG ist ein „Teil der Struktur- und Investitionspolitik der Europäischen Union“ zur Unterstützung „grenzüberschreitende[r] Kooperationen zwischen Regionen und Städten“ (BBSR o.J.b)

Bewusstseinsförderung für den Wert von Grünstrukturen und attraktiven Landschaften. VALUE soll Kommunen dabei unterstützen, Investitionen in "grüne" Projekte wie beispielsweise Renaturierungen oder Radwege intelligent zu planen, so dass möglichst große Wettbewerbsvorteile für Kommunen generiert werden. Trotz der verschiedenen Vorteile urbaner Grünstrukturen, die zur Aufwertung der Städte beitragen oder sie für deren Bewohnerinnen und Bewohner attraktiver machen, werden durch die anhaltende Verstädterung vermehrt öffentliche und private Grünflächen bebaut. Zudem ist die Investitionsbereitschaft privater Akteure im Bereich der grünen Infrastruktur gering. VALUE versucht deshalb zu ermitteln, an welcher Stelle durch die Investition in urbane grüne Infrastruktur der größte ökonomische Nutzen zu erwarten ist. Daneben geht es jedoch auch darum, die existierenden hochwertigen Freiräume zu erhalten, da diese einen „wesentlichen Bestandteil eines Stadtgefüges“ darstellen und zu einer lebenswerten Umgebung beitragen, die die Investitionswahrscheinlichkeit von privater Seite erhöht. Um den Wert innerstädtischer Grünflächen anhand von ökonomischen Instrumenten ermitteln zu können, hat das Institut für Landes- und Stadtentwicklungsforschung (ILS) das Konzept der Lebensqualität ("Quality of Life") entwickelt. Auf Grundlage von zum Beispiel Preis- oder Einkommensdaten wird die Zahlungsbereitschaft von verschiedenen Personengruppen ermittelt. Zudem werden verschiedene europäische Datenbanken genutzt, „um für die Ebene einer Stadt den Nutzenbeitrag innerstädtischer Grünnetze zu bestimmen“. Durch die Integration eines GIS-basierten Ansatzes können die innerstädtischen Grünflächen aller europäischen Städte im Datensatz erfasst und deren Durchgrünungsgrad berechnet werden. Die Integration dieser Variable in den Schätzansatz soll der Erfassung des Beitrags von Grünstrukturen zur Lebensqualität dienen (ILS 2016b).

Im Abschlussbericht heißt es zu den zentralen Ergebnissen: „Grüne Stadtflächen werden nicht nur auf kommunaler Ebene geschätzt, wie es andere Studien zeigen, sondern sie sind auch ein Teil der regionalen Lebensqualität in europäischen Städten. Die durchgeführten Untersuchungen der Lebensqualität unterstützen die Annahme, dass städtische Durchgrünung einen wirtschaftlichen Wert hat. Mithilfe des methodischen Konzeptes der Lebensqualität wurden ökonomische Nachweise erbracht, die eine Politik auf städtischer Ebene unterstützen und die Argumente für "grüne" Flächennutzung in Ballungsräumen stärken. Deshalb sollten sich Stadtplaner der Tatsache bewusst sein, dass die Wiederverwertung von Grünflächen für Wohnraum- und Unternehmenszwecke nicht immer die geeignete Antwort für Verbesserungen von Städten ist. Um die relative Position einer Stadt im Standortwettbewerb mit anderen zu verbessern, wirkt sich nicht nur die Qualität der Unternehmen auf den Lebenswert einer Stadt aus. Grüne Infrastruktur als Netzwerk für Freizeit und Erholung beeinflusst die Wahrnehmung einer Stadt als "grün" oder "grau" (d.h. von städtischer Bebauung dominiert). Wenn Planungskonzepte für eine wettbewerbsfähige Stadt erwogen werden, ist es deshalb wichtig, grüne Infrastruktur als wertvollen Vorteil zu verstehen“ (SOUTH YORKSHIRE FOREST PARTNERSHIP/SHEFFIERLD CITY COUNCIL 2012: 107).

#### **4.7.2 TEEB-Studie**

Die Abkürzung TEEB steht für "The Economics of Ecosystems and Biodiversity", wobei es sich um eine internationale Forschungsinitiative handelt, aus der verschiedene Studien hervorgegangen sind, die die ökonomische Bewertung von biologischer Vielfalt und Ökosystemleistungen zum Gegenstand machen. Auf nationaler Ebene wird die internationale TEEB-Initiative durch das Projekt "Naturkapital Deutschland – TEEB DE" weitergeführt, im Rahmen dessen aktuell vier thematische Berichte entstehen. Sie sollen neben den ethischen und ökologischen Begründungen eine ökonomische Argumentationsbasis für den Erhalt des "Naturkapitals" bilden (vgl. NATURKAPITAL DEUTSCHLAND –

TEEB DE 2016b), damit „die Leistungen der Natur besser in private und öffentliche Entscheidungsprozesse einbezogen werden können“. Das Projekt wird vom Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz, Bau und Reaktorsicherheit sowie dem Bundesamt für Naturschutz finanziert. An der Erstellung sind zahlreiche „Expertinnen und Experten aus Wissenschaft und Praxis“ beteiligt (NATURKAPITAL DEUTSCHLAND – TEEB DE 2016a: 6).

Ein inhaltlicher Schwerpunkt liegt auf der Frage, wie Stadtgrün und stadtnahe Ökosysteme einen Beitrag zur Lebensqualität in den Städten leisten können (vgl. NATURKAPITAL DEUTSCHLAND – TEEB DE 2016b). So ist im Frühjahr 2016 unter dem Titel "Ökosystemleistungen in der Stadt - Gesundheit schützen und Lebensqualität erhöhen" der dritte Bericht des Projektes erschienen. Er soll dazu beisteuern, „die Zusammenhänge zwischen den vielfältigen Leistungen der Natur, der menschlichen Gesundheit und dem Wohlergehen in attraktiven Städten und Ballungsgebieten ins Bewusstsein zu rücken, die Leistungen und Werte der Natur in urbanen Räumen sichtbar zu machen sowie Vorschläge zur besseren Berücksichtigung dieser Ökosystemleistungen in privaten und öffentlichen Entscheidungsprozessen zu unterbreiten“. Neben der Förderung einer Bewusstseinsbildung gegenüber der Thematik sollen die aus dem Bericht hervorgehenden Informationen „über eine dauerhafte Sicherung und Förderung des Naturkapitals in urbanen Gebieten zu Gesundheit und Wohlbefinden, wirtschaftlicher Entwicklung, gesellschaftlichem Wohlstand und der Erhaltung unserer natürlichen Lebensgrundlagen beitragen“ (NATURKAPITAL DEUTSCHLAND – TEEB DE 2016a: 7).

Ein Grund, die „Leistungen der Stadtnatur aus einem ökonomischen Blickwinkel“ zu betrachten ist die Problematik, dass vieles, was die Natur leistet, als eine Selbstverständlichkeit begriffen und in Anspruch genommen wird, aber viele Menschen diesen Mehrwert nicht bewusst wahrnehmen. Das hat zur Folge, dass die Wertschätzung gegenüber diesen Leistungen gering ausfällt. Gerade wenn es um Entscheidungen wie die Ansiedlung eines Unternehmens auf einer Freifläche geht, erscheint der Mehrwert in Form von Arbeitsplätzen, Wirtschaftswachstum und Steuereinnahmen gegenüber dem Verlust an Natur um ein vielfaches höher. So soll die ökonomische Argumentation vor allem „diejenigen Personen ansprechen, die sich oft nicht bewusst machen, inwieweit ihre Handlungen als Unternehmerin, Konsument [sic!] oder als städtische Entscheidungsträgerin mit der Natur und ihren Leistungen in Zusammenhang stehen und welche Kosten und Nutzen sie verursachen“. So kann eine ökonomische Perspektive zur Steigerung der Aufmerksamkeit „für die Belange von Stadtnatur“ führen, indem sie der Gesellschaft aufzeigt, zu welchen Konsequenzen der Verlust bzw. Erhalt von städtischer Natur führt. Durch die Einnahme einer gesamtgesellschaftlichen Perspektive werden „nicht einzel- oder betriebswirtschaftliche Interessenlagen“, sondern die „Interessen aller Menschen in urbanen Gebieten“ berücksichtigt (NATURKAPITAL DEUTSCHLAND – TEEB DE 2016a: 13f.).

Der TEEB-Ansatz beinhaltet drei Schritte. Beim ersten Schritt "Identifizieren und Anerkennen" geht es um eine „Anerkennung von Werten“, die „durch die Sozialisation und kulturelle Prägung der Menschen einer Gesellschaft“ geprägt ist. Der zweite Schritt lautet "Erfassen und Bewerten". Hierunter ist der bewusste „Prozess der Verdeutlichung von Werten mittels geeigneter Ansätze und Methoden“ zu verstehen. Der dritte Schritt ist das "Berücksichtigen von Werten in Entscheidungen". Dabei geht es um die Schaffung von „Instrumenten und Maßnahmen“, um „Aspekte von Stadtnatur und ihren Leistungen in privaten oder öffentlichen Entscheidungen zu berücksichtigen, also in Wert zu setzen“ (NATURKAPITAL DEUTSCHLAND – TEEB DE 2016a: 14).

Der Bericht gibt einen umfangreichen Überblick über den aktuellen Wissensstand bezüglich der verschiedenen Ökosystemleistungen, „die Stadtnatur in ihren vielfältigen Erscheinungsformen der verschiedenen urbanen Flächennutzungstypen für die Stadtbevölkerung und für die Attraktivität von Standorten erbringen kann“. Dazu wird unter Berücksichtigung des derzeitigen Wissensstandes dargelegt, „wie Ökosystemleistungen die Lebensbedingungen für Stadtbewohner durch das Verringern von Umweltbelastungen verbessern [...], die Gesundheit und den sozialen Zusammenhalt von Menschen in der Stadt fördern [...], Naturerleben und Umweltbildung möglich machen [...], die Basis für Naturprodukte sind, die zur Versorgung beitragen [...], und die Attraktivität von Standorten steigern“. Darüber hinaus werden auf Ökosystemleistungen basierende Lösungsbeiträge formuliert, die Entscheidungsträgern eine Hilfestellung bieten sollen, mit aktuellen Herausforderungen umzugehen. Zudem sollen Beispiele die „gesellschaftliche Bedeutung und damit volkswirtschaftliche Relevanz solcher Leistungen“ unterstreichen. Des Weiteren werden „planerische sowie ökonomische Instrumente und deren Möglichkeiten und Grenzen, den Ökosystemleistungsansatz verstärkt in die Entwicklung urbaner Gebiete einzubringen“ aufgezeigt. Zudem wird die Funktion von „Ökosystemleistungen der urbanen Natur als Schlüsselbeitrag einer nachhaltigen Stadtentwicklung“ herausgearbeitet. Laut dem Bericht leistet die städtische Natur „einen wesentlichen Beitrag zur Daseinsvorsorge“, dessen Inwertsetzung, vor dem Hintergrund zukünftiger Herausforderungen zu einer wichtigen Zukunftsaufgabe wird (NATURKAPITAL DEUTSCHLAND – TEEB DE 2016a: 19). So ist das zentrale Ziel des Berichtes zu zeigen, „wie Stadtnatur auf vielfältige Weise zu einer nachhaltigen, sozial und ökologisch verträglichen Stadtentwicklung und damit zu erfolgreichen und attraktiven Städten beitragen kann“ (NATURKAPITAL DEUTSCHLAND – TEEB DE 2016a: 269).

Die Monetarisierung von Naturressourcen, die einen zentralen Aspekt des Projektes darstellt, wird jedoch auch kritisch gesehen. So argumentieren beispielsweise Vertreter der Heinrich-Böll-Stiftung, dass dadurch dem „Handel mit Naturressourcen und damit letztlich ihrem Ausverkauf Vorschub“ geleistet wird. Diese Kritik ist insofern nachvollziehbar, da die Monetarisierung von Naturressourcen nicht voreilig erfolgen sollte. Jedoch kann eine ökonomische Sicht im Bereich des Natur- und Umweltschutzes auch viele Vorteile bieten. So kann dieser Ansatz dazu beitragen, die Wertschätzung urbaner Freiräume zu steigern, wenn man sie beispielsweise als Standortfaktor betrachtet (NATURKAPITAL DEUTSCHLAND – TEEB DE 2016a: 32).

#### **4.8 Ermittlung des Stellenwertes von Grün in der Bevölkerung**

Ein vorhandenes Bewusstsein stellt eine wesentliche Grundlage dar, Akzeptanz für etwas auszubilden und einer Thematik einen Stellenwert einzuräumen. Dieser Umstand gilt auch im Zusammenhang mit den urbanen Grünstrukturen. Mit der Naturbewusstseinsstudie und der Internetbefragung der GALK e.V. bestehen zwei Studien, die sich mit dem Stellenwert urbaner Grünstrukturen in der Bevölkerung auseinandersetzen. Die Ergebnisse sollen nachfolgend präsentiert werden.

##### **4.8.1 Naturbewusstseinsstudie**

Bei der Naturbewusstseinsstudie 2015 handelt es sich um eine repräsentative Bevölkerungsumfrage des Bundesministeriums für Umwelt, Naturschutz, Bau und Reaktorsicherheit und des Bundesamtes für Naturschutz, die im zweijährigen Turnus durchgeführt wird und nun zum vierten Mal erschienen ist. Gegenstand ist das gesellschaftliche Bewusstsein für Natur, Naturschutz und biologische Vielfalt. Die Ergebnisse resultieren aus einer repräsentativen Stichprobe, in deren Rahmen im Frühjahr 2015 2.054 volljährige Personen aus allen Teilen Deutschlands befragt wurden. Leitthemen stellten dabei

unter anderem auch Fragestellungen zum Thema "Naturschutz und Stadtnatur" dar (vgl. BMUB 2016: 17).

Ein Thema, dem in der Naturbewusstseinsstudie 2015 besondere Aufmerksamkeit gewidmet wurde, ist die Stadtnatur. Aus der Umfrage geht hervor, dass für 94 Prozent der Befragten Natur im gesamten Stadtraum zugänglich sein sollte. Das halten 33 Prozent der befragten Personen für eher wichtig und sogar 61 Prozent für sehr wichtig. Ein Großteil der befragten Menschen verbindet die städtische Natur mit Lebensqualität, Gesundheit, Erholung und Bewegung. Vor allem einkommensschwache und ältere Menschen nutzen städtischen Naturräume besonders häufig. Das liegt darin begründet, dass diesen Menschen seltener Freiräume in Form eines Hauses mit eigenem Garten zur Verfügung stehen und die finanziellen Mittel, um Urlaub im Grünen zu machen, knapper bemessen sind. So sind sie stärker auf den Zugang zu öffentlichem Grün angewiesen. Neben dem Erholungs- und Freizeitwert urbaner Freiräume, wurde von den Menschen auch erkannt, dass städtisches Grün einen wichtigen Lebensraum für Tiere und Pflanzen darstellt und eine Bedeutung für Klimaschutz und Klimaanpassung hat. Demnach muss der Erhalt und die Förderung der städtischen Natur „sowohl aus Gründen des Natur- und Klimaschutzes als auch zur Sicherung der Lebensqualität und der sozialen Gerechtigkeit eine der Prioritäten der Stadtentwicklung werden“, so die Einschätzung der Bundesministerin für Umwelt, Naturschutz, Bau und Reaktorsicherheit. Durch die Studie wurde auch deutlich, dass ein Generationenunterschied im Naturbewusstsein besteht und junge Erwachsene eine andere Wahrnehmung gegenüber Naturschutzbelangen haben als die ältere Generation (vgl. BMUB 2016: 5f.). Zudem zeigt sich, dass die städtische Natur mit zunehmender Bevölkerungsgröße als Naturerfahrungsraum an Bedeutung gewinnt, wobei die Wertschätzung ihr gegenüber nicht in gleichem Maße zunimmt. Das gilt im Besonderen für Großstädte mit mehr als 500.000 Menschen, in denen die Bevölkerung „den Funktionen von Stadtnatur sowohl grundsätzlich weniger Wichtigkeit als auch weniger persönliche Bedeutung bei[misst] als in kleineren Städten“ (vgl. BMUB 2016: 7).

Städtische Natur wird vor allem mit der räumlichen Dimension verbunden. Unter Stadtnatur werden Parks und öffentliche Grünräume (82 Prozent der Befragten), Gewässer (43 Prozent der Befragten) und Gärten (37 Prozent der Befragten) verstanden. Auch die Vegetation stellt mit 65 Prozent der Antworten eine der häufigsten Assoziationen dar, worunter alleine 43 Prozent der Befragten Bäume nennen. Zu den genannten Leistungen von Stadtnatur werden von 23 Prozent ihre Funktion als Ort für Sport und Bewegung genannt. 17 Prozent verbinden Stadtnatur mit Lebensqualität und Erholung und weitere sieben Prozent nennen Freizeitangebote. Zudem erkennen sechs Prozent einen Schutzgutcharakter der Stadtnatur und zeigen damit ein Verständnis für Ökosystemleistungen. Am wichtigsten sind den Menschen die öffentlichen Parkanlagen. 80 Prozent empfinden diese als sehr wichtig und weitere 17 Prozent als eher wichtig. Auch Bäume und Pflanzen am Straßenrand werden von 70 Prozent als sehr wichtig und weiteren 24 Prozent als eher wichtig empfunden. Daneben haben auch die Gewässer einen hohen Stellenwert, die für 60 Prozent als sehr wichtig und 33 Prozent als eher wichtig gelten. Dabei sind 34 Prozent mit dem grünen Angebot in ihrer Stadt sehr zufrieden und weitere 46 Prozent eher zufrieden und nutzen es täglich (neun Prozent der Befragten), mehrmals die Woche (30 Prozent der Befragten) oder zumindest mehrmals im Monat (34 Prozent der Befragten). Die Häufigkeit der Nutzung steigt zudem mit der Ortsgröße. So nutzen in Wohnorten mit einer Einwohnerzahl von 20.000 bis 500.000 38 Prozent der Menschen die urbanen Freiräume täglich oder mehrmals in der Woche, während es in Städten mit einer Einwohnerzahl von mehr als 500.000 bereits 47 Prozent der Menschen sind (vgl. BMUB 2016: 11).

Geht es um die Bedeutung der städtischen Natur in der Gesellschaft, so wird diese vor allem in ihrer Wirkung auf das Wohlbefinden, in ihrer „Bedeutung als Lebensraum für Tiere und Pflanzen sowie für das äußere Erscheinungsbild der Stadt“ gesehen. Mehr als zwei Drittel der Befragten erachten diese Faktoren als sehr wichtig. Darüber hinaus ist zu beobachten, dass es Unterschiede in den verschiedenen gesellschaftlichen Milieus gibt, was die Wertschätzung von Stadtnatur betrifft. So wird der städtischen Natur in den sozial besser gestellten Milieus eine höhere Bedeutung für die Lebensqualität beigemessen, als in den sozial benachteiligten Milieus. Aus der Studie geht als Empfehlung hervor, dass aufgrund der hohen Bedeutung der städtischen Natur „neben "typischen" Elementen wie Stadtparks und Straßenbäumen [...] auch andere Ausformungen wie Fassaden- und Dachbegrünungen vermehrt in den Fokus rücken und ihre große Bedeutung für das Wohlbefinden der Stadtbewohnerinnen und Stadtbewohner anerkannt werden“ sollte. Weiter heißt es, dass „die vorliegenden Ergebnisse [...] entsprechende stadtplanerische Überlegungen und Maßnahmen sowie die Honorierung und Förderung naturschutzorientierter gärtnerischer Arbeiten in der Stadt“ unterstützen sollen. Dabei sollen auch „Projekte wie Urban Gardening und interkulturelle Gärten noch stärkere Unterstützung finden“. Eine Aufgabe liegt in der Schaffung niederschwelliger Angebote für die sozial schwächeren Schichten und die jüngeren Generationen, um ihnen eine Begegnung mit städtischer Natur zu ermöglichen, indem ihnen der persönliche Nutzen eines Aufenthalts in der Natur veranschaulicht wird. So bietet die städtische Natur sozial benachteiligten Menschen und ihren Familien einen kostenlosen Erholungs- und Gesundheitseffekt und den unter 30-Jährigen einen Raum für Sport, Bewegung und Alltagsausgleich (BMUB 2016: 11f.).

#### **4.8.2 Internetbefragung der GALK e.V.**

Im Jahr 2014 wurde die vierte bundesweite Internetbefragung der Deutschen Gartenamtsleiterkonferenz zum Thema "Wie zufrieden sind Bürger mit städtischen Grünflächen?" durchgeführt. Die 18 teilnehmenden Kommunen (darunter auch Bonn, Dortmund und Essen) stellten dafür einen Fragebogen für vier Wochen auf ihre städtischen Internetseiten. Anhand von vier Themenfeldern umfasste dieser Fragen, die Rückschlüsse auf die Bedeutung, Funktion und Gestaltung der Grünanlagen sowie die Wahrnehmung und die Zufriedenheit mit der Verwaltung ermöglichen sollten. Insgesamt wurden 9.486 Fragebögen ausgefüllt. Zu den zentralen Ergebnissen zählt, dass 98 Prozent der Befragten Grünflächen in den Kommunen für sehr wichtig oder wichtig halten. 82 Prozent besuchen mindestens einmal pro Woche eine Grünanlage. Zudem gaben 77 Prozent der befragten Personen an, dass ihnen die Nähe zu Grünflächen sehr wichtig oder wichtig bei der Wahl des Wohnortes ist. Die Tendenz ist hier seit 2004 steigend. An dieser Stelle muss jedoch angemerkt werden, dass die Umfrage nicht den statistischen Repräsentativitätskriterien entspricht, da nur ein bestimmter Bevölkerungsanteil über das Internet erreicht wird (vgl. GALK 2014).

#### **4.9 Potenziale von Grün für Standortmarketing und Finanzierung**

Eine der wichtigen Fragen der Gegenwart ist es, wie die urbanen Freiräume vor dem Hintergrund angespannter Haushaltslagen finanziert werden können. In engem Zusammenhang zu dieser Thematik steht auch die Frage nach der Steigerung des Stellenwertes urbaner Grünstrukturen im privatwirtschaftlichen Bereich. Im Folgenden sollen die Ansätze zweier Standorte vorgestellt werden, die sich mit der Vermarktung bzw. Finanzierung urbaner Grünstrukturen auseinandersetzen. Während die Stadt Münster über eine Abteilung verfügt, die sich dem Umweltmarketing widmet, gibt es in der Stadt Köln die Kölner Grün Stiftung, die sich für die Erhaltung und Verbesserung der

städtischen Grünanlagen engagiert. Darüber hinaus wird die Arbeit der standortunabhängigen Stiftung DIE GRÜNE STADT vorgestellt.

#### 4.9.1 Umweltmarketing der Stadt Münster

Die Universitätsstadt Münster mit ihren 296.000 Einwohnerinnen und Einwohnern und 50.000 Studierenden ist Oberzentrum für eine Region mit 1,5 Millionen Menschen. Das Stadtgebiet umfasst eine Fläche von ca. 302 km<sup>2</sup>, wovon ca. 26 Prozent Siedlungs- und Verkehrsfläche und ca. 74 Prozent Flächen für die Landschaft umfassen (vgl. GOLDBECK 2015).

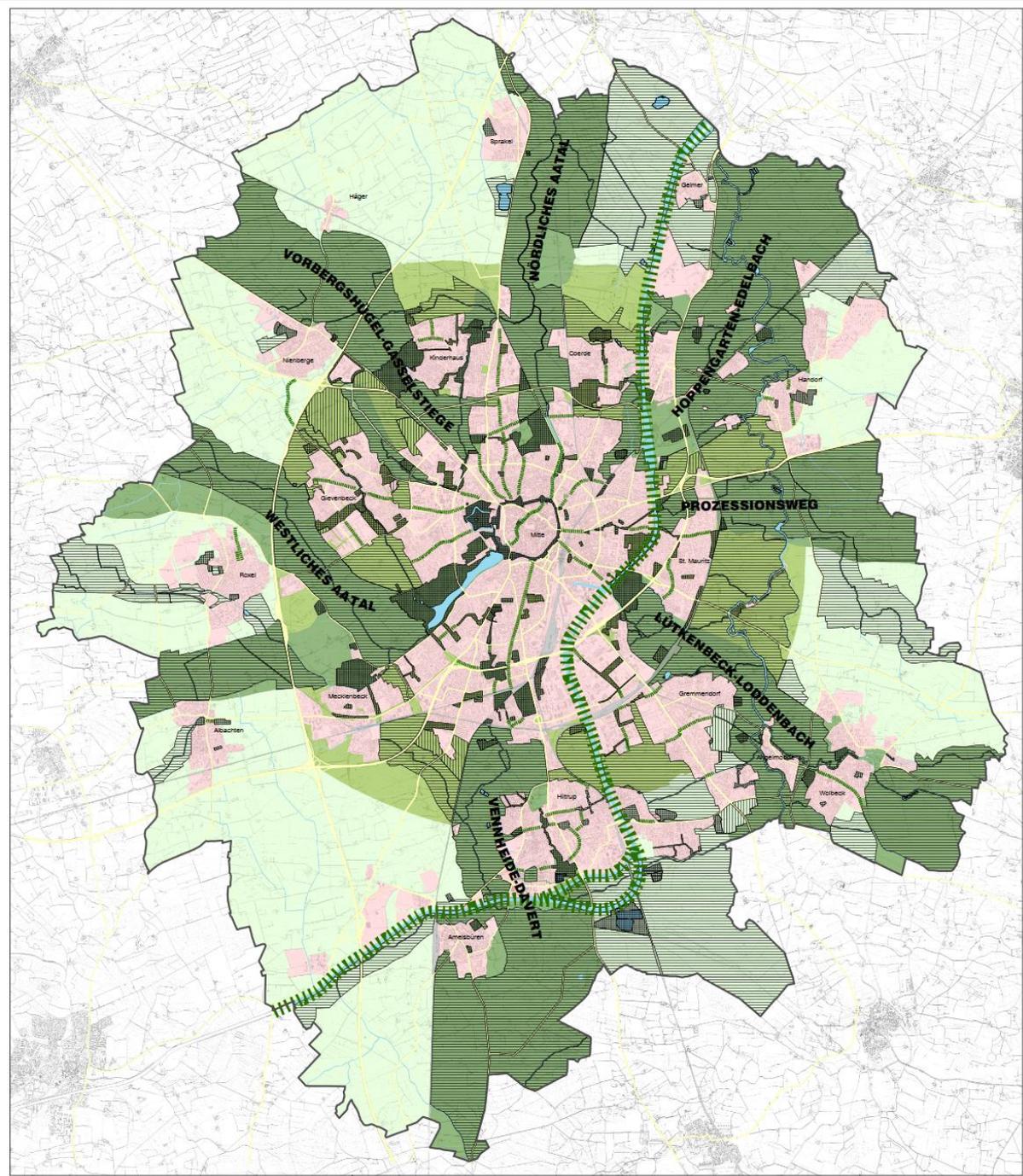


Abb. 4-9: Grünordnungskonzept der Stadt Münster (Quelle: STADT MÜNSTER o.J.b).

Die Stadt verfügt über eine Grünordnung, in der neben drei Grünringen (die Promenade als Fahrradautobahn, die öffentlichen Grünflächen und die Münsterländer Parklandschaft), sieben Grünzüge wie beispielsweise der Grünzug "Westliches Aatal" ausgewiesen sind (siehe Abb. 4-9). Der genannte Grünzug ist dabei nach Nutzungsintensitäten differenziert, die vom Zentrum aus nach außen hin abnimmt. Findet man im zentralen Bereich noch die klassische Naherholung bei intensiver Erholungsnutzung, ist im mittleren Bereich des neuen Aasees ein Übergangsbereich von der intensiven zur landschaftsbezogenen Erholungsnutzung zu finden, bevor es im äußeren Bereich der Aa-Renaturierung in eine rein landschaftsbezogene Erholungsnutzung übergeht. Bei der Entwicklung des Konzeptes spielte die Öffentlichkeitsarbeit eine entscheidende Rolle. So wurde auch eine Bürgerbeteiligung beim Masterplan *Aasee* durchgeführt (vgl. GOLDBECK 2014).

Der Aasee selbst gewann bereits im Jahr 2009 den Titel "Europas schönster Park". Die Teilnahme an Wettbewerben ist ein wichtiges Instrument des Marketings, zu dem das Umweltmarketing des Amtes für Grünflächen, Umwelt und Nachhaltigkeit einen wichtigen Beitrag leistet. Die Beteiligung an nationalen und internationalen Wettbewerben gehört dabei zur Marketingstrategie. So erhielt die Stadt als erste deutsche Großstadt den *LivCom-Award*<sup>15</sup> in Gold und wurde damit zur lebenswertesten Stadt gewählt. Diese Auszeichnung wird von der internationalen Vereinigung der Gartenbauamtsleiter (IFPRA) ausgeschrieben und vom Umweltprogramm der Vereinten Nationen (UNEP) unterstützt. Darüber hinaus konnte Münster auch die Goldmedaille beim Wettbewerb *Entente Florale*<sup>16</sup> gewinnen. Gerne trägt man diese Aktivitäten auch nach außen, um einen positiven Beitrag zum Image der Stadt zu leisten und sie zu bewerben. Auch holt sich die Stadt Inspiration bei anderen Städten wie zum Beispiel Freiburg, um von den Erfahrungen dort zu profitieren. Die Strategie ist dabei langfristig angelegt. Ein wichtiger Bestandteil ist das Programm *Münster bekennt Farbe*, das zahlreiche Projekte wie die Grünflächenunterhaltung, wobei es sich um Freiluft-Konzerte handelt, inkludiert. Im Rahmen des Programmes tragen zum Beispiel Sponsoring-Projekte dazu bei, die Stadt grüner zu gestalten. Dabei engagieren sich nicht nur private Akteure, sondern auch viele verschiedene Unternehmen für das Grün der Stadt (vgl. STADT MÜNSTER o.J.a; GOLDBECK 2014).

#### 4.9.2 Kölner Grün Stiftung

Das Grünsystem der Stadt Köln besteht aus einem inneren und einem äußeren Grüngürtel, die durch Grünzüge verbunden werden. Die vorhandenen Strukturen sind dabei auf die neuzeitliche militärische Befestigung zurückzuführen (KÖLNER GRÜN STIFTUNG o.J.a). In der Stadt Köln besteht mit der Kölner Grün Stiftung eine gemeinnützige Stiftung, die sich für die Erhaltung und Verbesserung der Kölner Grünanlagen engagiert. Laut eigener Aussage fungiert sie dabei als „Kordinator zwischen Sponsoren aus der Wirtschaft, Bürgern und privaten Initiativen“. Sie bemüht sich um Pflegepatenschaften und finanzielle Mittel oder startet Spendenaufrufe, wobei eine enge

---

<sup>15</sup> Münster konnte in allen fünf Kategorien ("Verbesserung der Landschaft", "Gestaltung des historischen Erbes", "Umweltbewusstes Leben", "Einbeziehung der Bürgerinnen und Bürger" und "Integrierte Zukunftsplanung") überzeugen. Dabei fragte die Jury vor allem nach „ganzheitlichen Planungsinstrumenten, die ein Ineinandergreifen der verschiedenen Kriterien gewährleisten“, und einer „zukunftsbeständigen und integrierten Stadtentwicklung“, die Münster vorweisen konnte (vgl. STADT MÜNSTER 2006).

<sup>16</sup> Dieser Wettbewerb „ruft Städte und Dörfer auf, sich mit ihren Ideen, Konzepten und Programmen zum Thema "Grün in der Stadt" dem Vergleich zu stellen. Ziel ist es, die Orte zu verschönern und den Menschen ein besseres Arbeits- und Wohnumfeld zu schaffen, kurz mehr Lebensqualität zu bieten“. Zu den untersuchten Kriterien zählen "Nachhaltigkeit, Umwelt- und Klimaschutz", die "Durchgrünung der Stadt", der "Schutz von Parks, Grünflächen und Landschaft", die "Vielfalt und Qualität von Blumenpflanzungen", die "Sauberkeit in der Stadt", "sanfter Tourismus" und "Umweltschutz in Erziehung und Weiterbildung" (STADT MÜNSTER 2007).

Kooperation mit der Stadt Köln besteht, der in allen Fällen Bauplanung und -aufsicht unterliegt. Zu den Leitlinien der Arbeit gehören dabei nicht nur die Pflege, Verbesserung und Erhaltung, sondern auch die Entwicklung und Förderung eines Bewusstseins für die Thematik. So engagieren sich bereits eine Reihe von Unternehmen und viele Bürgerinnen und Bürger für das Grün der Stadt (KÖLNER GRÜN STIFTUNG o.J.b).

#### **4.9.3 Stiftung DIE GRÜNE STADT – Für mehr Grün in der Stadt**

Im September 2003 wurde das Forum DIE GRÜNE STADT gegründet. Daran waren verschiedene Organisationen beteiligt, die sich mit grüner Infrastruktur beschäftigen. Diese Akteure haben sich zum Ziel gesetzt, den umfangreichen Beitrag von Grünstrukturen auf den verschiedensten Ebenen bekannt zu machen und das Bewusstsein für die Thematik zu schärfen. Im September 2009 wurde das Forum in eine Stiftung umgewandelt, die allen Gruppen eine gemeinsame Plattform bietet, die sich für die grüne Infrastruktur engagieren möchten. Zu den Organisationen und Firmen, die in der Stiftung mitarbeiten, gehören unter anderem Gesundheitsexperten, Gebäudeverwalter und Architekten, Hauseigentümerverbände, Industrieunternehmen, Wirtschaftsprüfungsgesellschaften, Vereine, Agenda 21-Arbeitsgruppen, Kommunen und Hochschulen. Dabei hat man sich zur Aufgabe gemacht, Wissen zu bündeln, einen Erfahrungsaustausch zu ermöglichen sowie „Grün und die Natur stärker in das Blickfeld der Politik“ zu rücken. Die Stiftung möchte die Anlage von Grün in der Stadt fördern und „das Bewusstsein von Bürgern und Entscheidungsträgern in Bezug auf den wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Wert von Grün schärfen“. Um das zu erreichen, sammelt und veröffentlicht die Stiftung Informationen, die die direkten und indirekten Auswirkungen grüner Infrastruktur auf die verschiedensten Bereiche wie Gesundheit, Lebensqualität, Sicherheit oder Erholung durch Investitionen in den Freiraum aufzeigen. So soll eine interdisziplinäre Debatte gefördert werden, um das Thema "Grün" zu einem festen Bestandteil der Planung werden zu lassen. Zu den Aufgaben der Stiftung zählen unter anderem die Organisation von Workshops und Symposien, Publikationen, eine Kooperation mit anderen Organisationen und Gesellschaftsgruppen oder der internationale Erfahrungsaustausch mit Green City-Initiativen in Europa (STIFTUNG DIE GRÜNE STADT 2016).

#### **4.10 Zwischenfazit – Grüne Infrastruktur als Zünglein an der Waage?**

Die urbane grüne Infrastruktur erfüllt zahlreiche ökologische, ökonomische und soziale Funktionen. Sie wirkt sich positiv auf das städtische Klima aus, erfüllt zahlreiche Ökosystemleistungen und bietet den Menschen ein Raum für soziale Interaktion und Erholung. Geht es jedoch darum, Fürsprecher für den Erhalt und die Pflege oder für Weiter- und Neuentwicklung zu gewinnen, so steht oftmals der damit verbundene finanzielle Aufwand im Vordergrund. Zudem befindet sich die Flächeninanspruchnahme in den wenigen Wachstumsregionen immer noch auf einem hohen Level, obwohl gerade diese Bereiche auf ihre Freiräume angewiesen sind, um ihre Attraktivität zu bewahren. Viele Standorte verfügen heute bezüglich der harten Standortfaktoren über eine vergleichbar gute Ausgangssituation. Durch den verstärkten Wettbewerb der Regionen und den steigenden Fachkräftemangel müssen sich die Standorte künftig demnach durch andere Faktoren abgrenzen, um Unternehmen und Menschen für sich gewinnen zu können. So könnten die weichen Standortfaktoren weiter an Bedeutung gewinnen. Betrachtet man die Vorteile einer durchgrünten Stadt was Faktoren wie das Stadtklima, die Erholungsfunktion und die Außenwahrnehmung angeht, könnte in der urbanen grünen Infrastruktur ein entscheidender Standortvorteil vorliegen, der es

notwendig macht, die Bedeutung attraktiver Freiräume stärker zu berücksichtigen (vgl. BAUER 1999: 37).

Von der Presse ist diese Erkenntnis ebenfalls wahrgenommen worden. So heißt es in einem Artikel vom 20.09.2011 auf der Internetseite der WAZ NewMedia GmbH & Co. KG, der den Titel "Grün als Standortfaktor entdeckt" trägt: „Intakte Grünflächen und attraktive Freiräume für die Naherholung und Freizeit, sie zählen zu den so genannten "weichen" Standortfaktoren einer Stadt.“ (KLEINWÄCHTER 2011). Auch wenn von vielen Städten bereits erkannt wurde, welchen Stellenwert weiche Standortfaktoren und damit auch die grüne Infrastruktur haben, ist es dennoch wichtig, diese Erkenntnisse in die allgemeine Stadtentwicklung (Flächennutzungs- und Bebauungsplanung sowie Verkehrsplanung) zu integrieren und im Zusammenhang gesellschaftlicher Entwicklungen zu betrachten. Das heißt insbesondere, dass die Kompetenzen verschiedener Fachbereiche mit einbezogen werden und eine „interdisziplinäre Zusammenarbeit verschiedener Akteure aus den Bereichen Umwelt, Gesundheit und Soziales“ gestärkt wird, da es sich hierbei um eine Aufgabe handelt, bei der diverse Themenfelder betroffen sind, die miteinander in Beziehung stehen (BREI & CLÄREN 2008: 6). Das ergibt erst recht Sinn, wenn man beachtet, dass Städte und Gemeinden gerne mit großen Bildern werben, die die attraktive grüne Umgebung mit ihrem breiten Freizeitangebot zeigt und damit Emotionen wecken soll (vgl. SCHÜCKHAUS 2003: 16f.).

Das Thema urbane Grünstrukturen ist jedoch nicht nur von kommunalem Interesse, sondern betrifft auch die Wirtschaft. Zwar fokussieren sich Standortscouts, die mögliche Standorte für große Unternehmen identifizieren, vor allem auf die harten Standortfaktoren wie die Verkehrsinfrastruktur. Nicht zu vernachlässigen ist jedoch, dass weiche Standortfaktoren, wozu auch die grüne Infrastruktur zählt, die Außenwahrnehmung von Städten und Gemeinden beeinflussen. Sollte es also zu einer Entscheidung zwischen annähernd gleichen Standorten kommen, kann eine attraktive Landschaft Emotionen ansprechen und sich damit auf die Entscheidung auswirken. Ähnliches gilt für die Werbung um potenzielle Fachkräfte, deren Entscheidung ebenfalls durch subjektive Aspekte beeinflusst wird. Ein positives Standortimage was beispielsweise die Lebensqualität angeht, kann gerade für junge Familien ein entscheidendes Auswahlkriterium darstellen (vgl. SCHÜCKHAUS 2003: 16f.).

Urbane Grünstrukturen – egal ob es nun das Kommen oder das Bleiben betrifft – werden kaum der ausschlaggebende Punkt für eine Standortentscheidung sein. Es ist jedoch denkbar, dass die private und unternehmerische Standortwahl durch eine attraktive und grüne Umgebung in bestimmten Fällen beeinflusst werden kann. Dabei sollte grundsätzlich ein kommunales Interesse an der Stärkung der urbanen Freiräume bestehen, da diese nicht nur zahlreiche soziale, ökologische und ökonomische Funktionen erfüllen, sondern auch dazu beitragen, dass sich die Menschen in der Stadt wohlfühlen und die Außenwahrnehmung des Standortes positiv beeinflusst wird. In Zeiten knapper Haushaltskassen und einem sich verändernden städtischen Klima liegt der Fokus dabei vor allem auf der Suche nach innovativen und kostengünstigen Wegen, was die Unterhaltung und Weiterentwicklung der urbanen Grünstrukturen angeht. Hinzu kommt, dass neben den gesellschaftlichen Entwicklungen auch die Veränderungen im Raum und mögliche Nutzungskonflikte zu berücksichtigen sind. Jeder Standort hat eine andere Ausgangssituation und so stehen Wachstumsregionen vor anderen Herausforderungen als Schrumpfungregionen. Gerade für die Stadtentwicklung kann das Konfliktpotenzial bieten. Aus Klimaschutzgründen ist eine kompakte Stadtstruktur anzustreben, während Klimaanpassungsmaßnahmen eine Durchgrünung im Sinne einer aufgelockerten Stadt erfordern. So fordert ENDLICHER, dass „Klimaschutz und Klimaanpassung [...]

deshalb Kompromisse in Form einer mit Schatten spendenden Grünanlagen perforierten Stadt finden [müssen]“ (ENDLICHER 2012: 244f.). So wird an dieser Stelle erneut die Komplexität der Thematik deutlich, mit der sich auch die künftige Stadtentwicklung auseinandersetzen muss.

Nach der Annäherung an die Thematik auf theoretischer Ebene, die in diesem Kapitel und den beiden vorangehenden Kapiteln erfolgte, soll im Weiteren (nach den Ausführungen zur Methodik) die Vorstellung der (Eigen-)Darstellungen der einzelnen Städte hinsichtlich der gegenwärtigen Stadtentwicklung erfolgen. Dies dient dazu, einen Eindruck von den verschiedenen Städten zu gewinnen und erste Rückschlüsse auf den Stellenwert urbaner Grünstrukturen an den Untersuchungsstandorten ziehen zu können.

## **5 Methodik und Forschungsdesign**

Um zu untersuchen, welche Bedeutung grüne Infrastruktur als Standortfaktor hat und ob sie ein Potenzial für das Standortmarketing der verschiedenen Städte darstellt, wird im ersten Schritt eine Literaturrecherche und -auswertung durchgeführt. Sie dient als wissenschaftliche Grundlage, spiegelt den gegenwärtigen Stand der Forschung wider und zeigt auf, welche Defizite im akkumulierten Wissen bestehen, die durch die Arbeit geschlossen werden können. Zudem ist es wichtig, sich mit der Thematik auseinanderzusetzen und diese gedanklich zu strukturieren, bevor weitere Informationen aus einer empirischen Untersuchung gewonnen werden können (vgl. GLÄSER & LAUDEL 2010: 74). Da sich ein erheblicher Teil der Arbeit mit Fallbeispielen auseinandersetzt, sind auch die Angebote und Darstellungen der untersuchten Standorte in deren Veröffentlichungen und Internetseiten von besonderer Wichtigkeit. Sie geben allgemeine Auskünfte über die Städte, deren Eigendarstellung, Selbstverständnis und Prioritätensetzung. Des Weiteren wird die Durchführung und Auswertung von Interviews mit verschiedenen Experten im Untersuchungsraum als Methode gewählt. Die praktischen Erfahrungen der Befragten tragen dazu bei herauszufinden, welchen Stellenwert die grüne Infrastruktur bei den unterschiedlichen Akteuren (zum Beispiel innerhalb der Stadtverwaltung, in der freien Wirtschaft oder bei den am Standort lebenden und arbeitenden Menschen) hat. Die Einbeziehung lokaler Akteure bietet sich an, da durch die Standortbeispiele ein städtischer Bezug gegeben ist und die Gesprächspartner über Informationen bezüglich der Standorte verfügen, die sonst nicht in Erfahrung zu bringen sind. Neben den Interviews, die sich konkret auf die Standorte beziehen, werden auch allgemeine Interviews geführt, um einen Eindruck über den allgemeinen Stellenwert der Thematik zu erlangen.

### **5.1 Untersuchungsansatz**

Die vorliegende Arbeit dient der Klärung der Frage, inwiefern die grüne Infrastruktur ein Standortfaktor ist und Potenzial bietet, in das Standortmarketing von Städten einbezogen zu werden. Hierfür wird anhand der Literaturarbeit und den geführten qualitativen Interviews ihr Mehrwert für die in der Stadt lebenden und arbeitenden Menschen, die ansässigen Unternehmen und die Städte selbst ermittelt, der auf ökologischer, ökonomischer und sozialer Ebene liegt und zudem verschiedene Schnittfelder und Wechselwirkungen umfasst. Ebenfalls denkbar wäre gewesen, anhand der Identifizierung ökonomischer Vorteile Argumente für die Erhaltung grüner Infrastruktur zu finden und somit ihren Stellenwert als Standortfaktor und Marketingpotenzial zu stärken. Da die grüne Infrastruktur jedoch als vorwiegend weicher Standortfaktor betrachtet wird, fließen diese Überlegungen zwar durch die Berücksichtigung entsprechender Studien (GRUEHN 2010a; NATURKAPITAL DEUTSCHLAND – TEEB DE 2016a) zu einem großen Teil mit in die Untersuchung ein, stellen aber nicht ihren Schwerpunkt da. Durch die qualitativen Interviews wird es möglich, verstärkt Informationen über die von den Experten gemachten Erfahrungen in der Praxis zu erhalten und die häufig subjektiv beeinflusste Ebene der Entscheidungsprozesse der in der Stadt lebenden und arbeitenden Menschen sowie der Entscheidungsträger auf unternehmerischer Ebene zu untersuchen.

### **5.2 Auswahl und Analyse der Beispielräume**

Für die Auswahl der Standorte wird ein Analyseraster entwickelt, um potenzielle Beispielräume zu extrahieren. Dabei gilt es zu klären, welche Städte bzw. welche Projekte mit Freiraumbezug von Interesse sein könnten. Denkbar wäre es, nicht nur sehr durchgrünte, sondern auch weniger grüne

Städte zu untersuchen, die besonders an der Verbesserung ihrer Standortqualität arbeiten. Ebenso wäre ein Ansatz, neben Wachstums- auch Entleerungsregionen zu erforschen, da diese unterschiedliche Ausgangssituationen vorweisen und vor verschiedenen gesellschaftlichen und räumlichen Herausforderungen stehen. Eine andere Überlegung wäre, unterschiedlich große Städte zu analysieren, da auch das die Möglichkeiten eines Standortes beispielsweise hinsichtlich ihrer Verwaltungsflexibilität beeinflusst. Da auch die regionale Mentalität Einfluss auf die Aktivitäten vor Ort nehmen kann, könnte auch eine räumliche Verteilung in Nordrhein-Westfalen angestrebt werden, indem Städte verschiedener Regierungsbezirke betrachtet werden. Der hauptsächliche Fokus bei der Auswahl der Städte wird jedoch auf positive Beispiele im Sinne einer Good-Practice-Analyse gelegt, um im Folgenden Chancen und Entwicklungen aufzeigen zu können. Da es bezüglich des Arbeitsumfangs unmöglich ist, alle Städte Nordrhein-Westfalens zu besuchen, wird neben der Berücksichtigung der Hinweise, die in der zuvor ausgewerteten Literatur zu finden sind, vor allem eine Internetrecherche durchgeführt. Über die kommunalen Internetseiten sind umfangreiche Informationen zu den Städten Nordrhein-Westfalens verfügbar, die die Standortauswahl unterstützen. Zudem liefern Berichterstattungen im Internet (beispielsweise in Veröffentlichungen von Forschungseinrichtungen oder digital verfügbaren Artikeln aus Tageszeitungen) weitere wichtige Hinweise.

Das der Standortauswahl zugrundeliegende Analyseraster berücksichtigt die Größe (Stadtgebiet/Einwohnerzahl), die Lage (geographisch/Regierungsbezirk), die demographische Situation (Wachstums- oder Entleerungsregion), wirtschaftliche Schwerpunkte, die Ausgangssituation bezüglich Geschichte, Wirtschaft und Freiraumstruktur, das Image (Außen- und Eigendarstellung) sowie die laufenden und abgeschlossenen Projekte mit Freiraumbezug. Gewählt werden die Städte Bielefeld, Bonn, Bottrop, Dortmund und Essen, da diese Standorte alle verschiedenen Ausgangssituationen unterliegen, und dennoch einen speziellen Zugang zum Thema "Grün" haben. Alle Standorte weisen naturräumliche Besonderheiten oder innovative Projekte mit Freiraumbezug auf. Der Umgang der Beispielräume mit ihren Grünstrukturen erfolgt jedoch nach unterschiedlichen Ansätzen.

Bielefeld liegt im Regierungsbezirk Detmold und hat ca. 325.000 Einwohnerinnen und Einwohner. Die Region ist was die Bevölkerungsentwicklung betrifft relativ stabil und weist eine Mischung bezüglich der Bereiche Handel, Dienstleistung und Industrie auf (vgl. IT.NRW 2015b). Die Stadt ist dem Bündnis Kommunen für Biologische Vielfalt<sup>17</sup> beigetreten. Neben der naturräumlichen Einbettung in den Teutoburger Wald ist das Programm *StadtParkLandschaft* ein Freiraumprojekt, das zu einem positiven Imagewandel beitragen soll. Die Außenwahrnehmung hat in den letzten Jahrzehnten stark unter einem Satirebeitrag gelitten, der die Existenz der Stadt anzweifelt.

Bonn liegt im Regierungsbezirk Köln und hat ca. 310.000 Einwohnerinnen und Einwohner. Die Stadt verzeichnet aktuell ein Bevölkerungswachstum und weist einen Dienstleistungsschwerpunkt auf (vgl. IT.NRW 2015c). Auch Bonn ist dem Bündnis *Kommunen für Biologische Vielfalt* beigetreten. Neben der Einbettung in einen einzigartigen Naturraum, der gerne zur Eigendarstellung genutzt wird, zählen das *Grüne C* im Rahmen der *Regionale 2010* sowie das *Integrierte Freiraum-System* der Stadt zu den "grünen" Projekten. Als größte Herausforderung der jüngsten Vergangenheit gilt der Verlust der

---

<sup>17</sup> Hierbei handelt es sich um einen Zusammenschluss von Kommunen, die sich für den Naturschutz engagieren, um dadurch den Stellenwert der Natur im menschlichen Lebensumfeld zu erhöhen (vgl. KOMMUNEN FÜR BIOLOGISCHE VIELFALT E.V. o.J.).

Hauptstadtfunktion, den die Stadt bis zum gegenwärtigen Zeitpunkt erfolgreich kompensieren konnte.

Bottrop hat ca. 115.000 Einwohnerinnen und Einwohner und liegt in im Regierungsbezirk Münster. Die Bevölkerungsentwicklung erweist sich gegenwärtig noch als relativ stabil (vgl. IT.NRW 2015d). Zu den größten Herausforderungen der Vergangenheit und Gegenwart zählt die Bewältigung des Strukturwandels, denn die Stadt ist stark industriell geprägt. Durch eine innovative und beispielhafte Strategie im Bereich Klimaschutz und Klimaanpassung konnte sie den Wettbewerb *InnovationCity Ruhr* gewinnen und arbeitet aktuell daran, eine Vorbildrolle für die Erneuerung des Ruhrgebiets einzunehmen, indem sie nicht nur ihre Rolle als Industriestandort sichert, sondern auch einen klimagerechten Stadtumbau vollzieht und ihre Lebensqualität erhöht.

Dortmund liegt im Regierungsbezirk Arnsberg und hat ca. 570.000 Einwohnerinnen und Einwohner. Die industriell geprägte Stadt verzeichnete einige Jahre einen deutlichen Bevölkerungsrückgang. Momentan hat sich die Bevölkerungsentwicklung jedoch stabilisiert (vgl. IT.NRW 2015e). Zu den größten Herausforderungen Dortmunds gehört der Strukturwandel des Ruhrgebiets in jüngster Vergangenheit, dessen Auswirkungen wie eine hohe Arbeitslosenquote bis in die Gegenwart zu spüren sind. Um diesen Wandel zu bewältigen und das Image der Stadt zu verändern, hat Dortmund mit dem PHOENIX-Projekt einen wichtigen Schritt gemacht. Bei der Umwandlung eines ehemaligen Standortes der Stahlindustrie in einen Innovationsstandort spielt der Freiraum eine zentrale Rolle. Auch Dortmund ist dem Bündnis *Kommunen für biologische Vielfalt* beigetreten.

Die Stadt Essen liegt im Regierungsbezirk Düsseldorf und hat ca. 565.000 Einwohnerinnen und Einwohner. Auch in Essen hat sich die Bevölkerungsentwicklung, die in den vergangenen Jahren rückläufig war, gegenwärtig stabilisiert (vgl. IT.NRW 2015f). Ähnlich wie andere Städte des Ruhrgebiets befindet sich auch Essen im Strukturwandel, den sie durch die Bemühungen um den Titel der *Grünen Hauptstadt Europas* bewältigen möchte. Mit dem Krupp-Gürtel besteht zudem ein großes innerstädtisches Revitalisierungsprojekt, das ebenso wie das Stadtentwicklungsprojekt *Universitätsviertel - grüne mitte [sic!] Essen* oder das Programm *ESSEN.Neue Wege zum Wasser* den Bereich Grün bespielt und die Idee der *Grünen Hauptstadt Europas* fördern soll.

### **5.3 Empirische Sozialforschung**

Methodisch ist die vorliegende Forschungsarbeit im Bereich der empirischen Sozialforschung anzusiedeln. Hierunter versteht man nach ATTESLANDER „die systematische Erfassung sozialer Erscheinungen“ (ATTESLANDER 2010: 4). Der griechische Begriff der "Empirie" heißt in der Übersetzung "Sinneserfahrung", womit gemeint ist, dass von Erfahrungen allgemein (theoretisch) ausgehend formulierte Annahmen an spezifischen Wirklichkeiten überprüft werden“ (MEIER-KRUKER & RAUH 2005: 3). Instrumente wie Befragungen, Beobachtungen oder Inhaltsanalysen zählen zu den Methoden der empirischen Sozialforschung (vgl. ATTESLANDER 2010: 5). Sie dienen der Datenerhebung und bilden die Grundlage zur Datenauswertung. Selbst erhobene Daten werden Primärdaten genannt. Zudem gibt es Sekundärdaten, die von unterschiedlichen Einrichtungen wie statistischen Ämtern oder Archiven bereitgestellt werden (vgl. MEIER-KRUKER & RAUH 2005: 3). Die empirische Sozialforschung untergliedert sich in die quantitative und die qualitative Sozialforschung. Bei der quantitativen Sozialforschung handelt es sich um ein statistisch auswertbares, standardisiertes Vorgehen, während bei der qualitativen Sozialforschung nicht standardisierte Daten erhoben und ausgewertet werden (vgl. MEIER-KRUKER & RAUH 2005: 4).

#### **5.4 Qualitative Sozialforschung: Das qualitative Interview**

Eine Methode der empirischen Sozialforschung ist das Interview, eine mündliche Befragung, die qualitativ oder quantitativ erfolgen kann. Da als Grundlage für die vorliegende Untersuchung das Fachwissen verschiedener Personengruppen dienen soll, wird qualitativ vorgegangen. Als Technik bietet sich das Leitfadeninterview mit Experten an. Diese Technik ermöglicht es, nacheinander Themenbereiche anzusprechen, die für das Untersuchungsinteresse relevant sind. Die Vorgehensweise bei dieser Interviewvariante ist mit dem biographischen Interview vergleichbar. Die interviewte Person kann nach einer Eingangsfrage ohne Unterbrechungen frei erzählen bis der Gesprächspartner bzw. die Gesprächspartnerin alles berichtet hat, was ihm oder ihr zu der gestellten Frage einfällt. Erst dann wird eine Frage zu einem weiteren Themenkomplex gestellt. Im Gegensatz zu quantitativen Interviews werden keine Antwortmöglichkeiten vorgegeben, so dass das Interview zwar teilstandardisiert, jedoch nicht völlig standardisiert ist. Neben „Meinungen, Einschätzungen, Alltagstheorien und Stellungnahmen der befragten Personen“ sind auch die Berichte persönlicher Erfahrungen von besonderem Interesse, weswegen die Interviews "narrativ fundiert" sind (NOHL 2006: 19f.) und eine Aussage über den Praxisbezug ermöglichen. Sofern der Interviewpartner der Vorgehensweise zustimmt, werden die Gespräche bzw. Telefonate mit einem Diktiergerät aufgezeichnet, um im Folgenden Wortprotokolle erstellen zu können. Hierdurch wird es möglich, das Erzählte im Nachgang präzise auszuwerten. Sollte eine elektronische Aufzeichnung nicht möglich sein, weil die interviewte Person damit nicht einverstanden ist, müssen die Antworten mitgeschrieben und später zusammengefasst und ausgewertet werden. Da dabei jedoch viele Informationen verloren gehen und die Gefahr besteht, Informationen falsch zu rekonstruieren, wird von dieser Vorgehensweise abgeraten. Die Struktur des Interviewleitfadens resultiert aus theoretischen Vorüberlegungen, der Auseinandersetzung mit der für das Thema relevanten Literatur und den aufgestellten Hypothesen, was letztendlich zu Beantwortung der Forschungsfrage führen soll.

#### **5.5 Wahl der Gesprächspartner**

Bei der Auswahl der Gesprächspartner sollte darauf geachtet werden, dass die Experten aus allen Bereichen kommen, die für die Thematik relevant sind, um einen umfassenden Überblick gewinnen zu können. Aus diesem Grund werden städtische Akteure, Wissenschaftler aus Forschungsinstitutionen und Fachleute aus der Privatwirtschaft befragt. Experten sind nicht nur Personen aus Wissenschaft oder Politik, die über spezielles Wissen verfügen, sondern auch Menschen, die nicht in „herausgehobenen Positionen arbeiten“ und dennoch über Expertenwissen verfügen, weil sie sich Wissen zu einem speziellen Thema angeeignet haben bzw. "privilegierten Zugang" zu Informationen haben (GLÄSER & LAUDEL 2010: 11). Experten befinden sich häufig erst in der „zweiten oder dritten Ebene“ einer Organisation, weil dort viele „Entscheidungen vorbereitet werden“ (MAYER 2008: 41f.).

Insgesamt wurden 40 Interviews mit 43 Gesprächspartnern geführt. Das resultiert zum einen daraus, dass bei zwei Gesprächen zwei Ansprechpartner und bei zwei weiteren Gesprächen drei Ansprechpartner vor Ort waren. Zum anderen wurde mit drei der Bonner Interviewpartner ein zweites Gespräch geführt, da die Interviews für diesen Standort bereits Mitte 2012 geführt wurden. Diese Unterhaltungen waren nötig, um zu gewährleisten, dass die Informationen der ersten Interviews auf dem aktuellen Stand sind und sich nichts grundlegend an der Situation geändert hat. Da bei den Gesprächen deutlich wurde, dass die Kernaussagen erhalten geblieben sind und bei einem

Zeitraum von unter zwei Jahren keine besonderen Veränderungen zu erwarten sind, musste dieser Vorgang nicht bei allen Interviewpartnern durchgeführt werden. Die wesentlichen Aussagen der drei zusätzlichen Gespräche wurden ebenfalls transkribiert. Die ersten Gesprächsprotokolle wurden durch diese Informationen ergänzt.<sup>18</sup> Mit einer Person wurde das Interview telefonisch geführt, eine weitere interviewte Person hat den Fragebogen schriftlich beantwortet, und eine dritte Person wollte nicht, dass das Interview auf Band aufgezeichnet wird. In diesem Fall wurden zu den Fragen Notizen angefertigt, die später in Textform gebracht wurden.

Während bei der Stichprobenbildung in der quantitativen Forschung die statistische Repräsentativität ein entscheidender Faktor ist, steht in der qualitativen Forschung die „Relevanz der untersuchten Subjekte“ für die Thematik im Vordergrund (MAYER 2008: 39). Die Anzahl der Interviews wurde demnach vom Gehalt an neuen Informationen abhängig gemacht. Enthält ein Gespräch keine neuen Informationen mehr, ist davon auszugehen, dass der größte Teil an zu erhaltenden Informationen gegeben ist und die Phase abgeschlossen werden kann. Da mit dem Standort Bonn begonnen wurde, ist die Anzahl der Interviews hier am höchsten, da es einige Zeit dauerte, um herauszufinden, welche Vorgehensweise, Fragestellungen und Interviewpartner am geeignetsten sind. Die geringste Zahl an persönlich geführten Interviews gab es in Essen. Zur Zeit der Befragungen verursachte das Sturmtief Ela in der Stadt zahlreiche Schäden. Aus diesem Grund war es sehr schwierig, geeignete Gesprächspartner zu finden, die Zeit für ein Interview hatten. Da sich die Informationslage aber als überdurchschnittlich gut sowie bezüglich der Projekte vor Ort als ausgesprochen interessant erwies und die geführten Interviews eine ausreichende Fülle an Informationen ergaben, wurde die Entscheidung getroffen, Essen als Standort beizubehalten.

Zu Beginn der Untersuchungsphase wurde ein Testinterview, ein sogenannter Pretest, durchgeführt. Dieser dient dazu, den Interviewleitfaden auf Verständlichkeit und Schlüssigkeit zu prüfen (vgl. MAYER 2008: 45f.). Der Gesprächspartner für das Testinterview kommt aus dem touristischen Bereich. Hierdurch ist gewährleistet, dass die Person zwar über genügend Expertenwissen verfügt, um die Fragen zu beantworten, ihre Perspektive jedoch für die vorliegende Arbeit nicht von so hoher Bedeutung ist, dass wichtige Informationen fehlen würden. Dieser Umstand ist entscheidend, da die Ergebnisse des Testinterviews nicht für die Untersuchung verwendet werden. Die Gesprächsdauer liegt im Durchschnitt bei 45 Minuten. Schwankungen ergeben sich zum einen aus den unterschiedlichen Persönlichkeiten und deren Redebedarf und zum anderen aus dem unterschiedlich starken Bezug zur Thematik, so dass einzelne Interviews nur 25 Minuten umfassen, während andere über 90 Minuten betragen.

Die Gesprächspartner kommen aus folgenden Organisationen, Unternehmen, Ämtern oder Institutionen:

- Stadtgrün und Stadtplanung
- Wirtschaftsförderung
- Vertreter internationaler Themen

---

<sup>18</sup> Die erste Interviewphase in Bonn wurde im Rahmen der Diplomarbeit (vgl. SCHÄFFER 2013) durchgeführt, aus der die aktuelle Forschungsfrage abgeleitet wurde. Da sich die Fragestellung verändert hat, neue Informationen hinzugekommen sind und eine andere Auswertungsmethode gewählt wurde, sind alle Interviews erneut ausgewertet worden.

- Umweltmarketing
- Forschung
- Stiftungswesen
- Natur-, Umwelt- und Landschaftsschutz
- Landschaftsplanung
- Interessenvertreter gewerbetreibender Unternehmen
- Projektentwicklung, Immobilienverwaltung und private Bestandshaltung
- Immobiliengesellschaft
- Gewerbeimmobilienvermarktung
- Unternehmen aus dem Bereich der erneuerbaren Energien
- Gastronomie

Durch die Bandbreite der Themengebiete soll sichergestellt werden, dass alle nötigen Sichtweisen erfasst werden.

## 5.6 Der Interviewleitfaden

Im Vorfeld der Befragung werden die Gesprächspartner kurz telefonisch oder per E-Mail über den Inhalt und die Intention der Untersuchung informiert, damit diese abschätzen können, ob sie etwas zu dem Thema beitragen können oder gegebenenfalls eine andere Person ein geeigneterer Ansprechpartner sein könnte.

Das Interview wird durch einen Leitfaden gestützt. Da drei Kategorien von Interviews geführt werden, gibt es auch drei Fragebogenformen, die jedoch grundsätzlich dieselben Themen und das gleiche Grundgerüst beinhalten. Je nach Perspektive des Interviewten müssen diese jedoch angepasst werden. Grundsätzlich gibt es Gesprächspartner, die über das Thema allgemein ohne Standortbezug befragt werden, und Gesprächspartner, die einem konkreten Standort zugeordnet sind. Diese unterteilen sich noch einmal in städtische und nicht städtische Akteure. Der Interviewleitfaden gewährleistet, dass eine Vergleichbarkeit der Interviews gegeben ist, da dort die Themenkomplexe festgelegt werden, die somit für jedes Interview gleich sind. Auf der anderen Seite sollte der Leitfaden jedoch nicht stringent abgearbeitet, sondern vielmehr flexibel an den jeweiligen Gesprächspartner angepasst werden, damit auch nicht vorhergesehene Informationen wie Beispiele oder persönliche Erfahrungen mit aufgenommen werden können, die eine hohe Relevanz für das Thema haben können (NOHL 2006: 21).

Um die Anschaulichkeit und das Verständnis für die Thematik zu erhöhen, erhalten die Interviewpartner neben dem Leitfaden eine Grafik zum Thema Standortfaktoren. Abb. 5-1 bietet einen verständlichen Überblick über die harten und weichen Standortfaktoren. Die ursprüngliche Darstellung enthält eine Beschriftung der X-Achse ("Relevanz für die Geschäftstätigkeit") und der Y-Achse ("Quantifizierbarkeit/maßgebliche Entscheidungsgrundlage"). Diese werden entfernt, um eine Beeinflussung der Befragten auszuschließen. Da die Bedeutung der grünen Infrastruktur Schwerpunkt der Untersuchung ist, wird der Faktor in die Abbildung integriert.



**Abb. 5-1: Ausgewählte Standortfaktoren (Quelle: verändert nach HAAS & NEUMAIR 2015: 18)**

Der Interviewleitfaden umfasst verschiedene Themenkomplexe. Nach einigen einleitenden Fragen zur Person geht es allgemein um die Thematik der harten und weichen Standortfaktoren, da diese eine wichtige Rolle bei Standortentscheidungen spielen. Darauf folgen im Speziellen Fragen zur grünen Infrastruktur und ihrer Bedeutung. Zudem geht es um die Bedürfnisse von Unternehmen und deren Beschäftigte, da ihrer Entscheidungen ebenfalls erforscht werden. Außerdem setzen sich einige Fragen mit dem Thema Standortmarketing in Gegenwart und Zukunft auseinander. Der Fragebogen für die Experten der allgemeinen Befragung umfasst neben den einleitenden Fragen elf thematisch gegliederte Fragen. Die Fragebögen mit städtischem Bezug wurden um einige stadtspezifische Fragestellungen erweitert und umfassen aus diesem Grund 14 Fragen für nicht städtische und 16 Fragen für städtische Gesprächspartner. Das ergibt sich daraus, dass nach Informationen gefragt wurde, über die die nicht städtischen Gesprächspartner nicht oder nur in einem geringen Maß verfügen.

### ***Der allgemeine Interviewleitfaden***

Der Interviewleitfaden umfasst einen einleitenden Bereich, der nach Ausbildung, Abschluss und Beruf sowie Geburtsort und dem Zeitraum fragt, den die Person schon am Standort lebt bzw. arbeitet. Dieser Teil erweist sich als sehr hilfreich, da es so möglich ist, sich besser auf den Gesprächspartner und seine Themenschwerpunkte einzustellen.

- Einleitende Fragen:
  - ❖ Ausbildung/Abschluss/Beruf; Geburtsort; am Standort seit?

Weiter geht es mit Fragen zur Thematik der harten und weichen Standortfaktoren im Allgemeinen, weil kein konkreter Standortbezug besteht. Da die grüne Infrastruktur im Kontext der Standortfaktoren untersucht wird, kann der Interviewpartner somit langsam an die Thematik herangeführt werden. Zum anderen soll herausgefunden werden, welche Faktoren noch in die Thematik hineinspielen. Die beschriebene Grafik (Abb. 5-1) wird dabei zur Unterstützung des Interviewpartners vorgelegt.

- Standortfaktoren:
  - ❖ Was sind Ihrer Meinung nach die wichtigsten harten und weichen Standortfaktoren für einen modernen, nachhaltigkeits- und zukunftsorientierten Standort?
  - ❖ Welche Bedeutung haben weiche Standortfaktoren für Standorte, Unternehmen und die am Standort lebenden und arbeitenden Menschen (Stichworte: Lebensqualität der Menschen, Perspektiven für die Zukunft, Bindung an den Standort)?

Im nächsten Schritt wird die Thematik der grünen Infrastruktur eingeführt, die mit einer Begriffserläuterung beginnt. Die Fragen dienen dazu herauszufinden, welchen Stellenwert die grüne Infrastruktur für Standorte hat.

- Grüne Infrastruktur (Grünstrukturen im Stadtbild wie Parks, Gärten, Wasserelemente, Straßenbegleitgrün, Friedhöfe, Spielplätze, Wald, landwirtschaftlich genutzte Flächen oder Dach- bzw. Fassadenbegrünungen):
  - ❖ Welche Rolle spielen Grünstrukturen für einen Standort?
  - ❖ Welche Voraussetzungen muss grüne Infrastruktur Ihrer Meinung nach erfüllen, damit sie für den Standort einen Mehrwert generiert (Stichworte: Sauberkeit, gute Erreichbarkeit und Vernetzung, Vielfalt, Sicherheit, Erholungsfunktion, Freizeitmöglichkeiten usw.)?
  - ❖ Welchen Wert hat die grüne Infrastruktur/die Umgebung eines Standortes für die ansässigen Unternehmen und die am Standort lebenden und arbeitenden Menschen (Stichworte: Stadtklima, Freizeit- und Erholungspotenzial, Steigerung der Kreativität und Leistungsfähigkeit)?
  - ❖ Wie wirkt sich der Faktor "Grün" auf die Immobilienpreise eines Standortes aus?
  - ❖ Inwiefern spielen Aspekte wie die gesundheitsfördernde Wirkung oder der Einfluss auf das Stadtklima von städtischem Grün gegenwärtig eine Rolle?

Die nächste Frage dient dazu herauszufinden, wie Unternehmen mit dem Faktor "Grün" umgehen und ob sie in den Grünstrukturen einen Wert für ihre Beschäftigten, ihre eigene Außendarstellung oder ihr Image sehen.

- Bedeutung für Unternehmen:
  - ❖ Unternehmen wie der Frankfurter Flughafen werben damit, besonders nachhaltig zu agieren und sich für Klimaschutz, Erhaltung der Luftqualität und Natur- und Ressourcenschutz

einzusetzen. Zwar sind sie in einem gewissen Umfang dazu verpflichtet, jedoch wirkt sich der positive Umgang mit diesem Thema auch auf das Image des Unternehmens aus. Einige Unternehmen unterstützen städtische Grünstrukturen finanziell, weil sie sich mit dem Standort identifizieren und einen Beitrag zu dessen Attraktivität leisten möchten. Andere Unternehmen gestalten ihre Freiflächen besonders aufwendig (Stichwort Firmengärten), damit sich ihre Angestellten wohlfühlen und so an das Unternehmen gebunden werden oder besonders kreativ arbeiten. Wissen Sie von Unternehmen (und deren Motivation), die in grüne Infrastruktur investieren (Beispiel Gestaltung von Kreisverkehren)?

Ein weiterer Komplex beschäftigt sich mit dem Einsatz von "Grün" in der Stadtentwicklung und im Standortmarketing. Hier soll herausgefunden werden, ob es innovative Ansätze oder Projekte gibt, die den Faktor "Grün" in das Standortmarketing und die Stadtentwicklung einbeziehen, und worin eventuelle Hemmnisse bestehen könnten.

- Standortmarketing und Stadtentwicklung:
  - ❖ Viele Städte befassen sich aktuell mit "grünen" Themen und tragen dies auch nach außen. Von Münster haben viele Menschen ein sehr grünes Bild vor Augen, was durch Aktionen wie *Münster bekennt Farbe* noch gestärkt wird. Sehen Sie Potenzial, diesen Aspekt verstärkt im Standortmarketing aufzugreifen? Haben Sie Ideen, wie dies geschehen könnte (zum Beispiel durch die Kopplung an Themen wie Lebensqualität) oder kennen Sie innovative Ansätze? Wo sehen Sie Hemmnisse (Stichworte: mangelnde Sensibilisierung der Menschen und Unternehmen, kommunale Haushaltslagen)?
  - ❖ Kennen Sie "grüne" Stadtentwicklungsprojekte, bei denen ein besonderer Wert auf Aspekte der Nachhaltigkeit bzw. des Klimaschutzes/der Klimaanpassung oder auf ein attraktives und grünes Umfeld gelegt wird? Welche Bedeutung haben solche Projekte für Standorte und ihre Unternehmen/Menschen? Inwiefern machen sie einen Standort attraktiv?

Abschließend wird eine Fazitfrage gestellt, die die beiden Hauptaspekte der grünen Infrastruktur, Wirkung als Standortfaktor und Potenzial für das Standortmarketing, umfasst. Die Frage dient dazu, dass der Interviewpartner das Gespräch noch einmal reflektieren und eine abschließende Aussage treffen kann.

- Fazit:
  - ❖ Ist die grüne Infrastruktur in Zusammenhang mit Aspekten wie Gesundheit, Nachhaltigkeit, Stadtklima oder Freizeitwert ein Standortfaktor, der für Standorte, Unternehmen und die am Standort lebenden und arbeitenden Menschen von Interesse ist, und sollte dieser Bereich Einsatz im Standortmarketing finden?

### ***Interviewleitfaden für die Standorte***

Der Leitfaden für die Standorte ist weitestgehend deckungsgleich zum allgemeinen Leitfaden. Auch dieser beginnt mit den einleitenden Fragen zur Gesprächsabstimmung.

- Einleitende Fragen:
  - ❖ Ausbildung/Abschluss/Beruf; Geburtsort; am Standort seit

Auch die Thematik der Standortfaktoren wird gleichbehandelt. Da es nun jedoch um einen konkreten Standort geht, werden die Fragen an die jeweilige Stadt angepasst. Zudem wird nach einem persönlichen Eindruck vom Standort gefragt, was den Einstieg in die Thematik erleichtern soll. Auch hier wird die beschriebene Grafik (Abb. 5-1) den Interviewpartnern zur Unterstützung vorgelegt.

- Standort und Standortfaktoren:
  - ❖ Was ist Ihr persönliches Bild von Bonn/Bottrop/Bielefeld/Dortmund/Essen?
  - ❖ Was sind Ihrer Meinung nach die wichtigsten harten und weichen Standortfaktoren für den Standort? Was schätzen Unternehmen und Menschen am Standort? Was sind Alleinstellungsmerkmale und gibt es auch Nachteile des Standortes?
  - ❖ Welche Bedeutung haben weiche Standortfaktoren für Unternehmen und die in der Stadt lebenden und arbeitenden Menschen (Stichworte: Lebensqualität der Menschen, Perspektiven für die Zukunft, Bindung an den Standort)?

Die Fragen bezüglich der grünen Infrastruktur sind weitestgehend identisch zum allgemeinen Fragebogen. Es soll ebenfalls der Stellenwert von Grünstrukturen im urbanen Raum ermittelt werden, jedoch hier mit einem konkreten Standortbezug.

- Grüne Infrastruktur (=Grünstrukturen im Stadtbild wie Parks, Gärten, Wasserelemente, Straßenbegleitgrün, Friedhöfe, Spielplätze, Wald, landwirtschaftlich genutzte Flächen oder Dach- bzw. Fassadenbegrünungen):
  - ❖ Wie beurteilen Sie Quantität und Qualität der Grünflächen des Standortes und des Umlandes?
  - ❖ Welche Voraussetzungen muss grüne Infrastruktur Ihrer Meinung nach erfüllen, damit sie für den Standort einen Mehrwert generiert (Stichworte: Sauberkeit, gute Erreichbarkeit und Vernetzung, Vielfalt, Sicherheit, Erholungsfunktion, Freizeitmöglichkeiten usw.)?
  - ❖ Welchen Wert hat grüne Infrastruktur am Standort für die ansässigen Unternehmen und die in der Stadt lebenden und arbeitenden Menschen (Stichworte: Freizeit- und Erholungspotenzial, Steigerung der Kreativität, Einfluss auf das Firmenimage, Stadtklima)? Welche Bedeutung hat das Umland mit seinem Freizeitpotenzial für die am Standort lebenden und arbeitenden Menschen?
  - ❖ Wie wirkt sich der Faktor "Grün" auf die Immobilienpreise des Standortes aus?
  - ❖ Inwiefern spielt die gesundheitsfördernde Wirkung oder der Einfluss auf das Stadtklima von städtischem Grün gegenwärtig eine Rolle?

Da der Interviewleitfaden in städtische und nicht städtische Akteure untergliedert wird, richten sich die folgenden Fragen ausschließlich an Akteure der kommunalen Ebene. Das begründet sich dadurch, dass die beiden Gruppen über unterschiedliches Wissen verfügen, woran die Fragen angepasst werden müssen. Zuerst soll ermittelt werden, welche "grünen" Projekte mit welchen Zielsetzungen seitens der Städte konkret durchgeführt werden.

- Aktivitäten der Stadt:
  - ❖ Welche Maßnahmen werden aktuell durchgeführt, um die grüne Infrastruktur zu entwickeln? Bestehen Kooperationen mit der Region in diesem Bereich?

- ❖ Welche stadtentwicklerischen Projekte existieren aktuell? Worauf wird bei der Planung Wert gelegt? Spielen Aspekte der Nachhaltigkeit bzw. des Klimaschutzes/der Klimaanpassung oder die Gestaltung eines attraktiven und grünen Umfeldes eine Rolle?

Die Fragen zur Standortattraktivität dienen der Abklärung, wie lebenswert die Standorte erscheinen und welches Image diese haben. Zudem soll in Erfahrung gebracht werden, an welchen Stellen noch Verbesserungspotenzial gesehen wird.

- Standortattraktivität:

- ❖ Bonn: Hätte es die Wahrnehmung/Qualität des Standortes beeinflusst, wenn das Siebengebirge Nationalpark geworden wäre?
- ❖ Bonn: Bonn hat einen hohen Anteil junger und hochqualifizierter Mitarbeiter im Bereich der gehobenen Dienstleistungen und Unternehmen in diesem Bereich (Beispiel Informations- und Kommunikationstechnik). Sehen Sie einen Zusammenhang zwischen dieser Tatsache und der Attraktivität des Umlandes und der Stadt?
- ❖ Essen/Dortmund/Bottrop/Bielefeld: Wie nehmen Unternehmen und Menschen die Projekte der Stadt- und Freiraumentwicklung wahr?
- ❖ Essen/Dortmund/Bottrop/Bielefeld: Inwiefern wirken sich die genannten Projekte auf die Attraktivität des Standortes aus?
- ❖ Alle Standorte: Ist der Standort für die Menschen, die hier leben und arbeiten/potenzielle Fachkräfte, attraktiv genug? Welche Potenziale sehen Sie, den Standort künftig noch attraktiver zu gestalten?

Die nächste Frage wurde schon im allgemeinen Fragebogen aufgeführt und dient auch für die einzelnen Standorte dazu herauszufinden, wie Unternehmen mit dem Faktor "Grün" umgehen und ob sie in den Grünstrukturen einen Wert für ihre Beschäftigten, ihre eigene Außendarstellung oder ihr Image sehen.

- Aktivitäten von Unternehmen:

- ❖ Unternehmen wie der Frankfurter Flughafen werben damit, besonders nachhaltig zu agieren und sich für Klimaschutz, Erhaltung der Luftqualität und Natur- und Ressourcenschutz einzusetzen. Zwar sind sie in einem gewissen Umfang dazu verpflichtet, jedoch wirkt sich der positive Umgang mit diesem Thema auch auf das Image des Unternehmens aus. Andere Unternehmen legen auf Green Building Wert oder gestalten ihre Freiflächen besonders aufwendig (Stichwort Firmengärten), damit sich ihre Angestellten wohlfühlen und so an das Unternehmen gebunden werden oder besonders kreativ arbeiten. Wissen Sie von Unternehmen (und deren Motivation), die in grüne Infrastruktur investieren? Gibt es Kooperationen mit ansässigen Unternehmen bei der Entwicklung oder Finanzierung von grüner Infrastruktur (Beispiel Gestaltung von Kreisverkehren)?

Auch die nächste Frage wurde bereits in einer ähnlichen Form bei den allgemeinen Gesprächen behandelt. Sie erforscht den Umgang mit grünen Themen im Standortmarketing der untersuchten Standorte. Hier soll ebenfalls herausgefunden werden, ob es Ansätze gibt, den Faktor "Grün" in das Standortmarketing einzubeziehen und worin eventuelle Hemmnisse vorliegen könnten.

- Vermarktung von kommunaler Seite:
  - ❖ Viele Städte befassen sich aktuell mit "grünen" Themen und tragen dies auch nach außen. Bezüglich Münster haben viele Menschen direkt ein sehr grünes Bild vor Augen, was durch Aktionen wie *Münster bekennt Farbe* noch gestärkt wird. Auch hier am Standort bestehen "grüne" Projekte. Wie greift das Standortmarketing diese Thematik auf bzw. sehen Sie Potenzial, diesen Aspekt verstärkt aufzugreifen (zum Beispiel durch die Kopplung an Themen wie Lebensqualität)? Kooperieren Sie auf diesem Feld mit anderen Fachbereichen? Wo sehen Sie Hemmnisse (Stichworte: mangelnde Sensibilisierung der Menschen und Unternehmen; kommunale Haushaltslage)?

Neben der kommunalen Sichtweise ist auch die Perspektive der Experten bzw. Vertreter aus der Wirtschaft von Bedeutung, die durch die nächsten Fragen beleuchtet werden soll. Zuerst geht es um Fragen zur Standortattraktivität.

- Standortattraktivität:
  - ❖ Bonn: Hätte es die Wahrnehmung/Qualität des Standortes beeinflusst, wenn das Siebengebirge Nationalpark geworden wäre?
  - ❖ Bonn: Bonn hat einen hohen Anteil (junger) hochqualifizierter Mitarbeiter im Bereich der gehobenen Dienstleistungen und Unternehmen in diesem Bereich (Beispiel Informations- und Kommunikationstechnik). Sehen Sie einen Zusammenhang zwischen dieser Tatsache und der Attraktivität des Umlandes und der Stadt?
  - ❖ Essen/Dortmund/Bottrop/Bielefeld: Wie nehmen die Unternehmen die Projekte der Stadt- und Freiraumentwicklung wahr?
  - ❖ Essen/Dortmund/Bottrop/Bielefeld: Inwiefern wirken sich die genannten Projekte auf die Attraktivität des Standortes aus?
  - ❖ Alle Standorte: Ist der Standort für die Menschen, die hier leben und arbeiten/potenzielle Fachkräfte, attraktiv genug? Welche Potenziale sehen Sie, den Standort künftig noch attraktiver zu gestalten?

Zudem werden die Wirtschaftsvertreter gefragt, wie sie das Engagement bezüglich urbaner Grünstrukturen einschätzen, um zu ermitteln, wie viel von den kommunalen Aktivitäten bei den Unternehmen ankommt und ob für diese Thematik ein Interesse besteht.

- Wahrnehmung von Unternehmen:
  - ❖ Wie bewerten Sie die Aktivitäten der Stadt im Bereich der Entwicklung der grünen Infrastruktur? Kennen Sie Projekte der Stadt?

Auch die Vertreter und Experten aus der Wirtschaft selbst werden gefragt wie Unternehmen mit dem Faktor "Grün" umgehen und ob sie in den Grünstrukturen einen Wert für ihre Beschäftigten, ihre eigene Außendarstellung oder ihr Image sehen, um den Stellenwert von Grün besser einschätzen zu können.

- Aktivitäten der Unternehmen:
  - ❖ Unternehmen wie der Frankfurter Flughafen werben damit, besonders nachhaltig zu agieren und sich für Klimaschutz, Erhaltung der Luftqualität und Natur- und Ressourcenschutz einzusetzen. Zwar sind sie in einem gewissen Umfang dazu verpflichtet, jedoch wirkt sich der positive Umgang mit diesem Thema auch auf das Image des Unternehmens aus. Andere Unternehmen legen auf Green Building Wert oder gestalten ihre Freiflächen besonders aufwendig (Stichwort Firmengärten), damit sich ihre Angestellten wohlfühlen und so an das Unternehmen gebunden werden oder besonders kreativ arbeiten. Hatten Sie solche Überlegungen bereits bzw. wissen Sie von Unternehmen (und deren Motivation), die in grüne Infrastruktur investieren (Beispiel Gestaltung von Kreisverkehren)?

Die abschließende Frage richtet sich wieder an alle Gesprächspartner und wurde in derselben Form auch in den allgemeinen Interviews gestellt. Sie dient dazu, dass der Interviewpartner das Gespräch noch einmal reflektieren und eine abschließende Aussage treffen kann.

- Fazit
  - ❖ Ist die grüne Infrastruktur in Zusammenhang mit Aspekten wie Gesundheit, Nachhaltigkeit, Stadtklima oder Freizeitwert ein Standortfaktor, der für Standorte, Unternehmen und die am Standort lebenden und arbeitenden Menschen von Interesse ist, und sollte dieser Bereich Einsatz im Standortmarketing finden?

## 5.7 Die Interviewauswertung

Vor der Interviewauswertung werden die Tonaufzeichnungen in eine schriftliche Form gebracht. Diesen Vorgang nennt man Transkription. Die Transkripte sind für die Auswertung von hoher Bedeutung, da auf diese Weise Textstellen verglichen werden können oder Vermerke anzubringen sind. Zudem lassen sich so Widersprüche erkennen und man kann „einzelne Aussagen in ihrem Kontext“ sehen (MAYRING 2002: 89ff.). Die Anfertigung von Interviewprotokollen unterliegt keinen allgemeingültigen Regeln. Sogenannte "paraverbale Äußerungen" wie "hm" oder "äh", Pausen oder Lachen und Stottern müssen dann mit transkribiert werden, wenn für die Auswertung von Bedeutung ist, wie etwas gesagt wird. Da dieser Fall bei der durchgeführten Untersuchung nicht gegeben ist, wird in „Standardorthographie ohne literarische Umschrift verschriftet“. Ein Vorteil dieser Methode ist die verbesserte Lesbarkeit, da zum Beispiel ein "nen" zu einem "einen" wird. Jedoch müssen auch bei dieser Vorgehensweise "nichtverbale Äußerungen" wie Lachen oder Besonderheiten wie zögerliches Antworten vermerkt werden, wenn sie die Bedeutung der Aussage verändern. Gelingt es nach mehrmaligen Versuchen nicht, einzelne Passagen zu verstehen, so werden diese Bereiche ebenfalls gekennzeichnet (GLÄSER & LAUDEL 2010: 193f.). Um den interviewten Personen maximale Redefreiheit zu ermöglichen und eventuell auch unbequeme Themen ansprechen zu können, werden die Interviewtexte nach der Transkription anonymisiert. Dieser Vorgang dient dem Schutz der Gesprächspartner, da sonst möglicherweise Rückschlüsse auf die interviewte Person zu ziehen wären.

Die aus qualitativen Erhebungen resultierenden Texte zeigen im Gegensatz zu den Ergebnissen quantifizierender Erhebungen prinzipiell eine gewisse Unschärfe. Dieser Umstand ist darauf zurückzuführen, dass zu Beginn der Auswertung nicht feststeht, welche enthaltenen Informationen

für die Untersuchung von Bedeutung sind bzw. ob überhaupt untersuchungsrelevante Informationen im Interviewtext enthalten sind. Grundsätzlich ist diese Unschärfe beabsichtigt und notwendig, da qualitative Erhebungsmethoden dem "Prinzip der Offenheit" unterliegen. Andererseits erschwert sie jedoch auch die Datenauswertung, da nicht immer klar ist, welche Informationen relevant bzw. irrelevant sind und das Datenmaterial zudem widersprüchliche oder schwer zu interpretierende Informationen enthalten kann (GLÄSER & LAUDEL 2010: 43).

Für die Auswertung der Experteninterviews existieren verschiedene qualitative Methoden, die es ermöglichen, das "Überindividuell-Gemeinsame" der Interviewtexte herauszufiltern (MAYER 2008: 47). Da viele Auswertungsmethoden entwickelt wurden, ohne in Beziehung zu bereits existierenden Methoden gesetzt zu werden, existiert für sie keine einfache Klassifikation. In der bestehenden Methodenliteratur findet man deswegen häufig lediglich eine Auflistung und Beschreibung der einzelnen Ansätze, ohne dass diese systematisiert werden. Mögliche Methoden für die Auswertung von Experteninterviews sind nach GLÄSER & LAUDEL „freie Interpretationen, sequenzanalytische Methoden, Kodieren oder Inhaltsanalyse.“ Die freie Interpretation findet in der Forschungspraxis zwar häufig Anwendung, ist aber keine Auswertungsmethode im eigentlichen Sinne. Der Forscher liest die Interviews, interpretiert sie nach eigenem Ermessen und fasst sie dann zusammen. Dabei existieren jedoch keine Regeln, die die Vorgehensweise betreffen. So ist nicht nachvollziehbar, wie bei der Auswertung des Materials vorgegangen wurde und woraus die Ergebnisse resultieren. Aus diesem Grund ist es kaum möglich, damit einen wissenschaftlichen Mehrwert zu erhalten (GLÄSER & LAUDEL 2010: 44f.). Die sequenzanalytischen Methoden untersuchen thematische und zeitliche Zusammenhänge in den auszuwertenden Interviews. Hierzu zählt zum Beispiel die Narrationsanalyse nach Fritz Schütze, bei der die „Anordnung und Verknüpfung von Textabschnitten“ untersucht werden, und die objektive Hermeneutik nach Ulrich Oevermann, bei der der zu analysierende Text auf alle vorstellbaren Interpretationen hin überprüft wird. Da diese Ansätze jedoch sehr aufwendig sind, finden sie in der Forschungspraxis selten Gebrauch (GLÄSER & LAUDEL 2010: 45). Der Ursprung des Kodierens liegt in der "grounded theory". Hierbei handelt es sich um ein Verfahren, was ursprünglich keine eigene Auswertungsmethode darstellte, jedoch heute in der Literatur vermehrt als eigenständige Methode beschrieben wird und häufig Anwendung findet. Bei dieser Vorgehensweise werden Textstellen, die für die Untersuchung relevante Inhalte umfassen, mit einem Stichwort, dem sogenannten Kode, versehen. Diese Codes resultieren aus theoretischen Vorüberlegungen oder aus dem Lesen der Texte. Das entstehende System bildet „die inhaltliche Struktur des Textes“ ab, auf dessen Grundlage Analysen ermöglicht werden. So können zum Beispiel Textstellen verglichen oder Inhalte auf das Auftreten verschiedener Themen untersucht werden (GLÄSER & LAUDEL 2010: 45f.).

Die Interviews der vorliegenden Arbeit wurden anhand der qualitativen Inhaltsanalyse ausgewertet, die vor allem mit Philipp Mayring verbunden wird, sich jedoch in diesem Fall an Gläser und Laudel orientiert. Die Auswertung der Interviewtexte erfolgt durch eine systematische Informationentnahme aus den Transkripten. Hierfür werden die Texte mithilfe eines Analyserasters auf relevante Inhalte überprüft. Im Folgenden werden die Informationen in die verschiedenen Kategorien des Rasters einsortiert. Im Gegensatz zu anderen qualitativen Methoden wie der Sequenzanalyse oder dem Kodieren steht das Kategoriensystem schon vor der eigentlichen Textanalyse fest. Es kann jedoch während des Extrahierens angepasst werden und konzentriert sich nicht nur auf die Analyse von Häufigkeiten, wodurch sich die Methode klar von der Mayringschen Vorgehensweise abhebt. Zudem werden bei dieser Vorgehensweise die untersuchungsrelevanten

Inhalte vom Interviewtext extrahiert und getrennt verarbeitet, wobei der Textbezug durch eine Quellenangabe erhalten bleibt. Diese Methode eignet sich nicht, wenn der Text an sich mit den in ihm enthaltenen Konstruktionen Gegenstand der Untersuchung ist und es zum Beispiel um die Biographien der interviewten Personen geht. Wenn also von Bedeutung ist, wie oder in welchem Zusammenhang Dinge gesagt wurden, wird der ursprüngliche Text benötigt. Da dieser Umstand bei der vorliegenden Untersuchung jedoch nicht gegeben ist, sondern Experteninterviews analysiert werden sollen und es dabei nicht um die Person, sondern um Sachverhalte geht, eignet sich die Methode sehr gut. Zudem ist sie im Gegensatz zu anderen Ansätzen sowohl zeitlich als auch ökonomisch durchführbar (vgl. GLÄSER & LAUDEL 2010: 46f.).

## **5.8 Qualitative Inhaltsanalyse nach Gläser und Laudel**

Die auszuwertenden Interviewtexte stellen die Untersuchungsgrundlage dar. In ihnen sind die Daten enthalten, die von den Texten extrahiert und im Anschluss aufbereitet und ausgewertet werden (vgl. GLÄSER & LAUDEL 2010: 199f.). Das mit Hilfe des Suchrasters entnommene Material bildet die Informationsbasis, die nur noch die Inhalte umfasst, die für die Bearbeitung der vorliegenden Untersuchung erforderlich sind. Dieses Vorgehen ist mit theoretischen Vorüberlegungen verbunden, die der Konstruktion des Suchrasters dienen. Der Text wird zuerst gelesen, um herauszufinden, welche Inhalte untersuchungsrelevant sind, welche Kategorien als sinnvoll erachtet werden und welchen Kategorien die einzelnen Informationen zugeordnet werden (vgl. GLÄSER & LAUDEL 2010: 200).

In der vorliegenden Arbeit werden folgende Kategorien gebildet, die vor allem aus den Transkripten resultieren, jedoch auch von den theoretischen Vorüberlegungen, der Literatur, den Hypothesen und dem jeweiligen Leitfaden beeinflusst werden, aus denen das Suchraster hervorgeht (siehe Kapitel 5.6). Das Kategoriensystem differenziert sich in ein allgemeines und ein standortbezogenes System, die sich jedoch zu einem großen Teil zueinander in Beziehung setzen lassen, was anhand der Nummerierung sichtbar wird. Diese Unterteilung ist sinnvoll, da in den allgemeinen Interviews keine standortbezogenen Fragen gestellt werden und sich somit auch keine Kategorien mit einem entsprechenden Inhalt bilden lassen. Viele der Kategorien der allgemeinen Interviews sind jedoch deckungsgleich oder vergleichbar mit den Kategorien der standortbezogenen Interviews, da die dahinterstehenden Fragen, die letztendlich zur Bildung der Kategorie führen, zwar nicht standortbezogen erfolgten, aber im Allgemeinen gestellt wurden.

### ***Beschreibung der standortbezogenen Kategorien***

1. Bild des Standortes
2. Harte und weiche Standortfaktoren; Alleinstellungsmerkmale und Nachteile
3. Bedeutung weicher Standortfaktoren für Standorte, Unternehmen und Menschen
4. Qualität und Quantität von Grün am Standort
5. Nutzungsvoraussetzungen grüner Infrastruktur (zum Beispiel Vernetzung; Vielfalt)
6. Wert grüner Infrastruktur für Standorte, Unternehmen und Menschen
7. Auswirkungen von Grün auf Immobilienwerte
8. Auswirkungen von Grün auf Klima und Gesundheit
9. Aktivitäten inkl. Kooperationen des Standortes im Bereich Stadt- und Freiraumentwicklung
10. Wahrnehmung, Qualität und Attraktivität des Standortes
11. Ideen für Verbesserungen und Potenziale des Standortes

12. Aktivitäten von Menschen und Unternehmen bezüglich grüner Themen
13. Marketingstrategien unter Einbezug grüner Themen (Innovationen und Hemmnisse)
14. Fazit: Bedeutung grüner Infrastruktur für Standort und Marketing

### ***Beschreibung der allgemeinen Kategorien***

0. Rolle grüner Infrastruktur für Standorte
2. Harte und weiche Standortfaktoren für einen modernen Standort
3. Bedeutung weicher Standortfaktoren für Standorte, Unternehmen und Menschen
5. Nutzungsvoraussetzungen grüner Infrastruktur (zum Beispiel Vernetzung; Vielfalt)
6. Wert grüner Infrastruktur für Standorte, Unternehmen und Menschen
7. Auswirkungen von Grün auf Immobilienwerte
8. Auswirkungen von Grün auf Klima und Gesundheit
9. Zukunftsweisende Projekte im Bereich Stadt- und Freiraumentwicklung
12. Aktivitäten von Menschen und Unternehmen bezüglich grüner Themen
13. Marketingstrategien unter Einbezug grüner Themen (Innovationen und Hemmnisse)
14. Fazit: Bedeutung grüner Infrastruktur für Standort und Marketing

Obwohl das Kategoriensystem auf Grundlage der theoretischen Vorüberlegungen und den dort entstandenen Untersuchungsvariablen entworfen wird, die somit die Grundlage für die Extraktion darstellen, ist es auch offen. Dieser Umstand ist notwendig, da während der Extraktion Informationen auftauchen können, die nicht in eine der gebildeten Kategorien passen, obwohl sie inhaltlich von Bedeutung sind. Tritt dieser Fall auf, so kann das Kategoriensystem dementsprechend angepasst werden. Kategorien können also ergänzt, nicht jedoch gelöscht werden. Aus diesem Grund ist ein Probedurchlauf mit einem Teil der erhobenen Daten nicht notwendig. Die Merkmalsausprägungen der einzelnen Kategorien werden „frei verbal beschrieben“, weswegen es sich bei der Datenerhebung um eine Nominalskalierung handelt (GLÄSER & LAUDEL 2010: 201). Dass das Kategoriensystem während des Extrahierens angepasst werden kann, ist jedoch auch kritisch zu sehen. So wurde bei der Durchführung deutlich, dass es sinnvoll ist, sich in einem gewissen Rahmen festzulegen, um nicht die Übersicht zu verlieren und die Auswertung zu einem klaren Abschluss bringen zu können. Aus diesem Grund sollte genau geprüft werden, ob es sich wirklich um eine neue Kategorie handelt oder ob die Informationen doch in eine der bereits aufgestellten Kategorien einzuordnen sind.

Die Extraktion stellt bereits einen Interpretationsschritt dar, denn um zu entscheiden, ob ein Text bedeutsame Informationen enthält, muss er interpretiert werden. Auch die Kategorienzuordnung ist eine Interpretation, weswegen auch die Wertung der jeweiligen untersuchenden Person mit einfließt und die Auswertung dadurch beeinflusst wird (vgl. GLÄSER & LAUDEL 2010: 201). Nach der Extraktion der Rohdaten werden diese weiter aufbereitet, indem sie zusammengefasst, auf Widersprüche geprüft und nach „für die Aufarbeitung relevanten Kriterien sortiert“ werden. Dabei handelt es sich ebenfalls um einen Interpretationsschritt, da auch dieses Vorgehen durch das individuelle Verständnis der analysierenden Person beeinflusst wird. Es ist wichtig, die Quelle des jeweiligen Extrakts immer anzugeben, damit es möglich ist, anhand des ursprünglichen Textes die Entscheidungen, die während der Auswertung getroffen werden, nachvollziehen zu können. Durch die Aufbereitung der Extrakte erhält man „eine strukturierte Informationsbasis, die die empirischen Informationen“, die in den Transkripten vorhanden sind, zusammenfasst. Sie bildet die Grundlage, um die „untersuchten Fälle zu rekonstruieren und nach den interessierenden Kausalmechanismen zu

suchen“ (GLÄSER & LAUDEL 2010: 201f.). Der Aufwand bei einem manuellen Vorgehen wäre aufgrund der Anzahl der Interviews sehr hoch, weshalb die Interviews computergestützt ausgewertet werden. Gläser & Laudel haben für diesen Zweck ein eigenes Programm geschrieben, welches die Extraktion und zum Teil auch die Aufbereitung und Auswertung erleichtert. An diesem wurde sich orientiert (vgl. GLÄSER & LAUDEL 2010: 202).

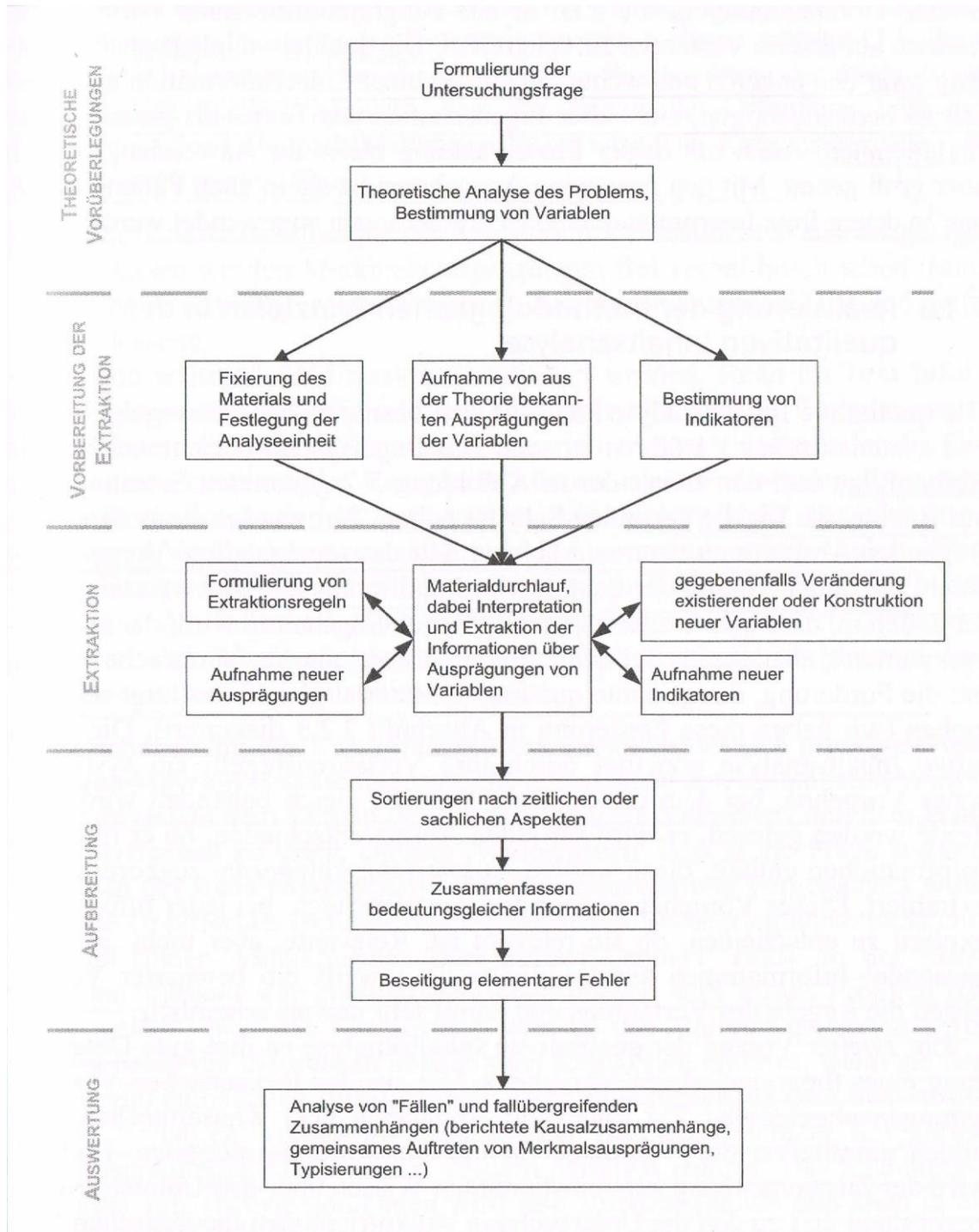


Abb. 5-2: Ablauf der qualitativen Inhaltsanalyse (Quelle: GLÄSER & LAUDEL 2010: 203)

Die qualitative Inhaltsanalyse ist regelgeleitet und erfolgt systematisch. Das gesamte Material, in diesem Fall alle transkribierten Interviewtexte bzw. Gedächtnisprotokolle, werden gleichwertig behandelt. Es werden alle Interviews gelesen und für jeden Abschnitt wird einzeln entschieden, ob er

für die Untersuchung relevante Aussagen enthält. Der Bezug der Inhaltsanalyse zur Forschungsfrage wird durch die theoretischen Vorüberlegungen gewährleistet (GLÄSER & LAUDEL 2010: 204). Abb. 5-2 zeigt den Ablauf der qualitativen Inhaltsanalyse, der sich in die fünf erläuterten Schritte gliedert. Nach den theoretischen Vorüberlegungen folgt die Vorbereitung der Extraktion. Anschließend findet die Extraktion statt, woran die Aufbereitung und die Auswertung anschließen.

Bei der Auswertung, die der Beantwortung der empirischen Frage dient, geht es laut GLÄSER & LAUDEL um die Identifizierung der Kausalmechanismen, „die zwischen den uns interessierenden Ursachen und Effekten vermitteln“, da die Antwort auf die Forschungsfrage auf dieser Rekonstruktion aufbaut und „die Einbettung in die Theorie und die Bestimmung des Geltungsbereichs der Antwort“ einschließt. Dabei ist es kaum noch möglich, für die Vorgehensweise bei der Auswertung allgemeingültige Regeln aufzustellen, da hierbei vor allem die individuelle Forschungsfrage und die Untersuchungsstrategie zu berücksichtigen sind. Die Wahl der Auswertungsstrategie hängt zudem von der Anzahl der zu rekonstruierenden Fälle ab (GLÄSER & LAUDEL 2010: 246f.). In der vorliegenden Arbeit wird jeder Standort einzeln analysiert und im Anschluss mit den anderen Standorten bezüglich Gemeinsamkeiten und Unterschieden verglichen. Die Analyse und der anschließende Vergleich sind in verschiedene Themen und Unterthemen untergliedert, die sich von den zuvor definierten Kategorien ableiten (siehe Kapitel 7).

## **5.9 Methodenkritik**

Methodisch basiert die Untersuchung auf Interviews, die mit Expertinnen und Experten an den verschiedenen Standorten geführt und durch Gespräche mit Fachleuten, die sich nicht auf konkrete Standorte beziehen, ergänzt wurden. Dabei lässt sich nicht vollständig vermeiden, dass die Interviews subjektiv beeinflusst werden. Das betrifft sowohl die Interviewerin als auch die interviewten Personen und deren Interaktionen. So wurde es zu Beispiel vermieden, Suggestivfragen zu stellen. Es ist jedoch nicht möglich, diese in einem natürlichen Gesprächsverlauf vollkommen auszuschließen. Auch die persönliche Einschätzung der Gesprächspartner fließt in die Interviews mit ein. Obwohl bei der Auswahl der Interviewpartner darauf geachtet wurde, eine möglichst hohe Bandbreite an relevanten Sichtweisen zu berücksichtigen, beeinflusst auch die Wahl der Gesprächspartner bzw. deren Bereitschaft, ein Interview zu führen, die Ergebnisse. Zudem kann nicht ausgeschlossen werden, dass interessante Perspektiven außer Acht gelassen wurden, weil bestimmte Gesprächspartner nicht für ein Interview zur Verfügung standen. Insgesamt ergeben sich aus den ca. 40 Gesprächen jedoch viele relevante Informationen, die in Ergänzung mit der aktuellen Literatur einen guten Überblick über die Thematik erlauben. Generell ermöglichen Forschungsansatz und Wahl der Methode, Informationen über die von den Experten gemachten Praxiserfahrungen und die aktuellen Entwicklungen in den untersuchten Städten zu erhalten und so die Literatur und Studien durch Erfahrungsberichte zu ergänzen. Es wäre denkbar gewesen, verstärkt den ökonomischen Mehrwert zu untersuchen, den die urbanen Freiräume den analysierten Städten auf den verschiedenen Ebenen bringen, und herauszufinden, ob dieser Mehrwert als Standortfaktor und für Marketingaktivitäten bedeutsam ist. Entsprechende Untersuchungen und die relevante Literatur fanden daher auch Berücksichtigung. Im Vordergrund dieser Untersuchung steht jedoch das persönliche Gespräch, was unter anderem dazu dienen soll, Informationen über die Einstellung der Verwaltung bzw. der ansässigen Unternehmen sowie der Bevölkerung gegenüber der Thematik zu gewinnen und Auskunft über die von den Experten identifizierten Potenziale und Hemmnisse vor Ort zu erhalten.

## 6 Der Wirtschaftsstandort NRW: Profil des Untersuchungsraums und der Beispielregionen

### 6.1 Nordrhein-Westfalen: Ein Überblick

Das Bundesland Nordrhein-Westfalen grenzt nördlich an das Bundesland Niedersachsen, östlich an das Bundesland Hessen und südlich an das Bundesland Rheinland-Pfalz (siehe Abb. 6-7). Im Westen sind Belgien und die Niederlande angrenzende Länder. Abb. 6-1 zeigt die Lage Nordrhein-Westfalens in Europa (vgl. STAATSKANZLEI DES LANDES NORDRHEIN-WESTFALEN 2016).



Abb. 6-1: Die Lage Nordrhein-Westfalens in Europa (Quelle: NRW.INVEST GMBH 2016)

Nordrhein-Westfalen ist in die fünf Regierungsbezirke Arnsberg, Detmold, Düsseldorf, Köln und Münster aufgeteilt (siehe Abb. 6-2) und gliedert sich in 31 Kreise, 22 kreisfreie Städte, eine regionsangehörige Stadt<sup>19</sup> sowie 373 kreisangehörige Städte und Gemeinden. Die Landeshauptstadt ist Düsseldorf (vgl. GLÄßER et al. 1997: 20; MAYR & TEMLITZ 2006: 4). In Nordrhein-Westfalen leben 17,57 Millionen Menschen (Stand: 31. Dezember 2014) auf ca. 34.110 km<sup>2</sup>. Es ist somit das bevölkerungsreichste deutsche Bundesland. Mit insgesamt 29 Großstädten<sup>20</sup> befinden sich in Nordrhein-Westfalen die meisten Großstädte Deutschlands. Alleine in der Metropolregion Rhein-Ruhr leben derzeit zehn Millionen Menschen, darunter alleine eine Million in Köln, der viertgrößten Stadt Deutschlands (vgl. IT.NRW 2015a; STAATSKANZLEI DES LANDES NORDRHEIN-WESTFALEN 2016).

<sup>19</sup> Hierunter fällt die Stadt Aachen, die zum Teil über die Rechte einer kreisfreien Stadt verfügt.

<sup>20</sup> Als Großstädte sind Städte definiert, die mehr als 100.000 Menschen zählen (vgl. BPB 2016).

Flächenmäßig ist Nordrhein-Westfalen nach Bayern, Niedersachsen und Baden-Württemberg das viertgrößte Bundesland, hat jedoch mit ca. 515 Einwohnerinnen und Einwohnern je km<sup>2</sup> die dichteste Besiedlung, was aus dem hohen Urbanisierungsgrad resultiert (Stand: 31. Dezember 2013 - vgl. BPB 2013).



Abb. 6-2: Die administrative Gliederung Nordrhein-Westfalens (Quelle: verändert nach LANDSCHAFTSVERBAND WESTFALEN-LIPPE 2007 – Entwurf von Rudolf Grothues)

Mit knapp 1,7 Millionen haben 9,7 Prozent der Menschen in Nordrhein-Westfalen keine deutsche Staatsbürgerschaft. Zudem haben weitere 2,6 Millionen oder 14,8 Prozent der Menschen einen Migrationshintergrund (Stand: 31. Dezember 2014). Während der Wanderungssaldo seit dem Jahr 2010 wieder positiv ist, ist der natürliche Saldo der letzten Jahre konstant negativ (siehe Abb. 6-3). Insgesamt ist der Bevölkerungssaldo jedoch leicht positiv. So kommen im Jahr 2013 auf 382.231 Zuzüge 317.667 Fortzüge und auf 200.065 Gestorbene 146.417 Lebendgeborene, woraus einen Bevölkerungszuwachs von 10.916 Personen resultiert (vgl. IT.NRW 2015a).

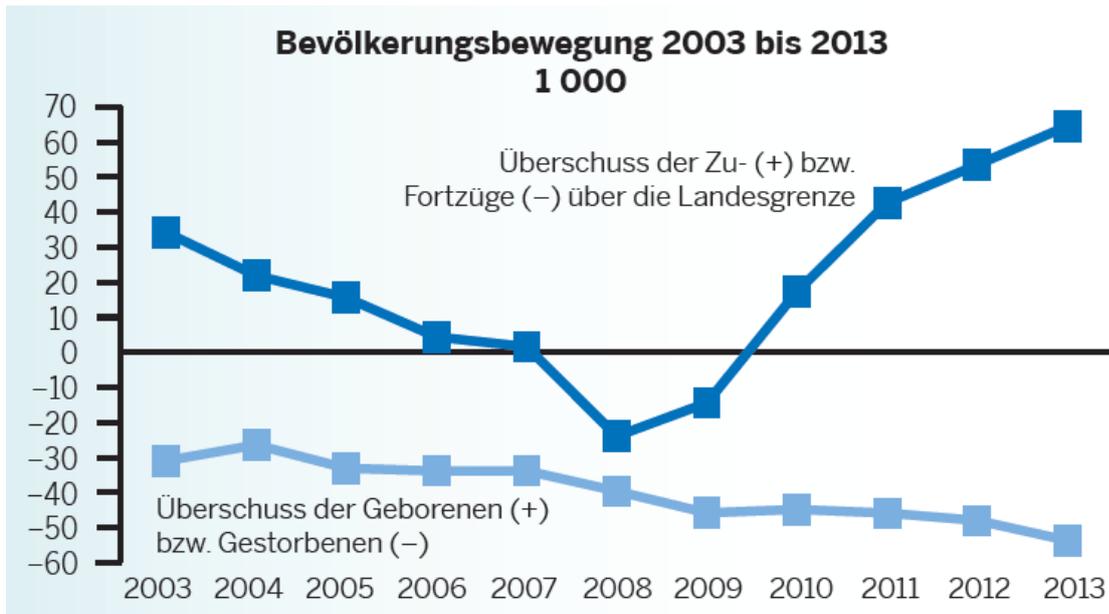


Abb. 6-3: Bevölkerungsbewegung in Nordrhein-Westfalen zwischen 2003 und 2013 (Quelle: IT.NRW 2015a: 2)

Nordrhein-Westfalen erwirtschaftet mit 21,5 Prozent den höchsten Anteil am deutschen Bruttoinlandsprodukt (Stand: 2014 - STAATSKANZLEI DES LANDES NORDRHEIN-WESTFALEN 2016). In Land- und Forstwirtschaft sowie Fischerei sind lediglich 0,9 Prozent der Erwerbstätigen tätig, während im produzierenden Gewerbe 27,3 Prozent beschäftigt sind. Ähnlich viele Menschen arbeiten mit 26,1 Prozent im Bereich Handel, Gastgewerbe und Verkehr. Die meisten Menschen sind jedoch mit 45,8 Prozent den sonstigen Dienstleistungen zuzuordnen (Stand: 2013 - vgl. IT.NRW 2015a). Das verfügbare Einkommen der privaten Haushalte lag in Nordrhein-Westfalen im Jahr 2011 mit 20.056 Euro leicht über dem Bundesdurchschnitt von 19.933 Euro (vgl. WEGE MBH 2014).

#### Verfügbares Einkommen der privaten Haushalte

Dargestellt wird das verfügbare Einkommen der privaten Haushalte je Einwohner.

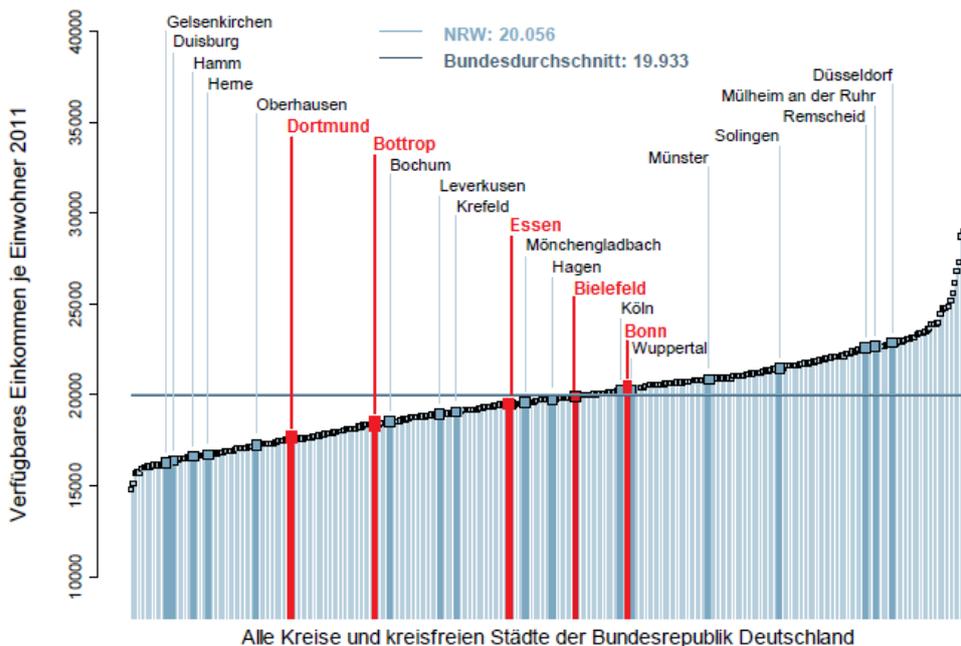


Abb. 6-4: Verfügbares Einkommen der privaten Haushalte in den Kreisen und kreisfreien Städten in Deutschland im Jahr 2011 (Quelle: verändert nach WEGE MBH 2014, Basis: Statistische Ämter des Bundes und der Länder)

Wie Abb. 6-5 zeigt lag der Anteil hochqualifizierter Beschäftigter an den sozialversicherungspflichtig Beschäftigten in Nordrhein-Westfalen im Jahr 2013 mit 11,7 Prozent unter dem Bundesdurchschnitt von 12,5 Prozent (vgl. WEGE MBH 2014; IT.NRW 2015b: 15)

### Hochqualifizierte Beschäftigte

Dargestellt wird der Anteil der Hochqualifizierten an den sozialversicherungspflichtig Beschäftigten (Arbeitsortprinzip).

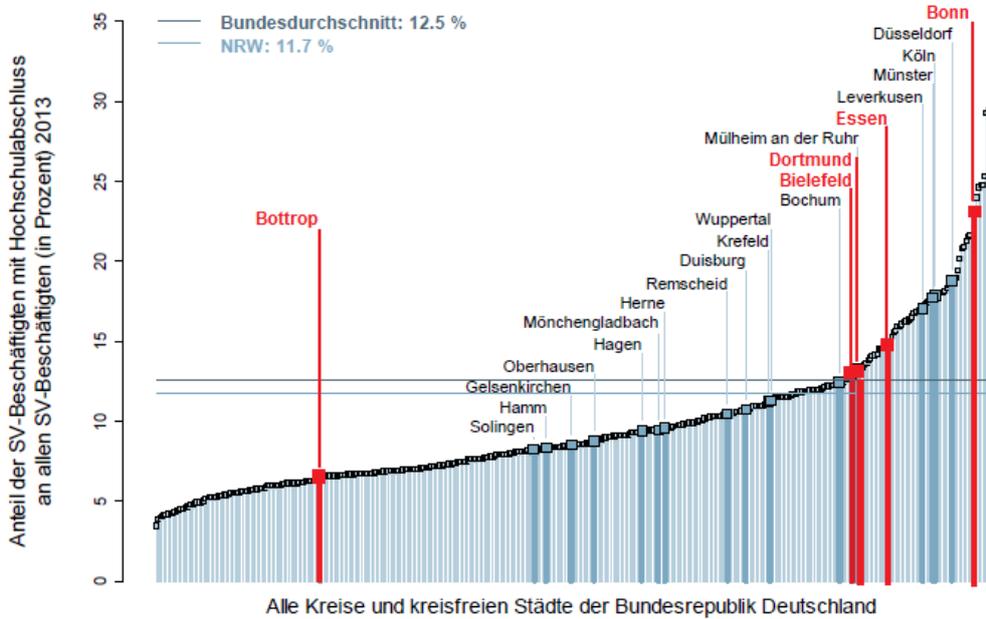


Abb. 6-5: Hochqualifizierte Beschäftigte in den Kreisen und kreisfreien Städten in Deutschland (Quelle: verändert nach WEGE MBH 2014, Basis: Daten der Bundesagentur für Arbeit)

Die Arbeitslosenquote (siehe Abb. 6-6) ist im Vergleich zum bundesweiten Durchschnitt, der zum 30. Juni 2013 6,6 Prozent beträgt, mit 8,2 Prozent hoch (vgl. BUNDESAGENTUR FÜR ARBEIT 2016).

### Arbeitslosigkeit

Dargestellt werden die Arbeitslosenquoten in den Kreisen und kreisfreien Städten in Deutschland.

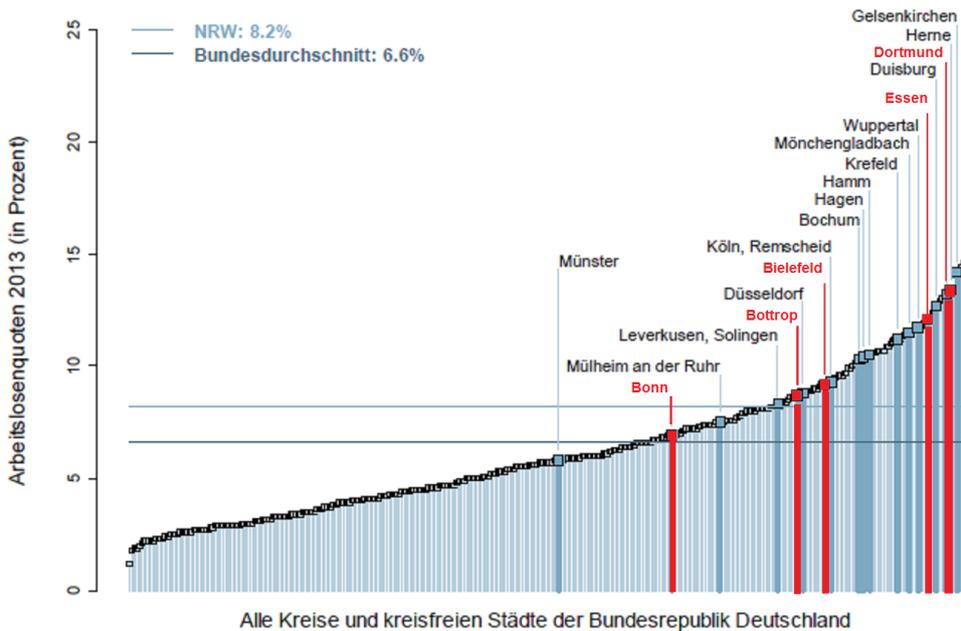


Abb. 6-6: Arbeitslosenquote am 30.06.2013 in den Kreisen und kreisfreien Städten in Deutschland (Quelle: verändert nach WEGE MBH 2014, Basis: Daten der Bundesagentur für Arbeit)

In Nordrhein-Westfalen herrschen drei Relieftypen vor (siehe Abb. 6-7). Bei der Hälfte der Landesfläche handelt es sich um Tiefland. Das Bergland nimmt ein Sechstel der Fläche ein und das Mittelgebirge umfasst ein Drittel der Fläche (vgl. MAYR & TEMLITZ 2006: 4f.). 48,7 Prozent der Fläche Nordrhein-Westfalens werden landwirtschaftlich genutzt. Zudem bestehen weitere 25,8 Prozent aus Waldfläche (Stand: 31. Dezember 2014 - vgl. IT.NRW 2015a). Neben einem eigenen Nationalpark<sup>21</sup>, der in der Eifel liegt, hat das Land Anteil an 14 Naturparken<sup>22</sup> (vgl. STAATSKANZLEI DES LANDES NORDRHEIN-WESTFALEN 2016).



Abb. 6-7: Das Bundesland Nordrhein-Westfalen (Quelle: MR KARTOGRAPHIE – INGENIEURBÜRO UND VERLAG o.J.)

<sup>21</sup> Laut Definition des Bundesamtes für Naturschutz repräsentieren Nationalparke „in Deutschland ein nationales Naturerbe. Sie sind [...] einheitlich zu schützende Gebiete, die großräumig, weitgehend unzerschnitten und von besonderer Eigenart sind, in einem überwiegenden Teil ihres Gebiets die Voraussetzungen eines Naturschutzgebiets erfüllen und sich in einem überwiegenden Teil ihres Gebiets in einem vom Menschen nicht oder wenig beeinflussten Zustand befinden oder geeignet sind, sich in einen Zustand zu entwickeln oder in einen Zustand entwickelt zu werden, der einen möglichst ungestörten Ablauf der Naturvorgänge in ihrer natürlichen Dynamik gewährleistet“ (BFN 2016a).

<sup>22</sup> Laut Definition des Bundesamtes für Naturschutz sind Naturparke „einheitlich zu entwickelnde und zu pflegende Gebiete, die großräumig sind, überwiegend Landschaftsschutzgebiete oder Naturschutzgebiete sind, sich wegen ihrer landschaftlichen Voraussetzungen für die Erholung besonders eignen und in denen ein nachhaltiger Tourismus angestrebt wird, nach den Erfordernissen der Raumordnung für die Erholung vorgesehen sind, der Erhaltung, Entwicklung oder Wiederherstellung einer durch vielfältige Nutzung geprägten Landschaft und ihrer Arten- und Biotopvielfalt dienen und in denen zu diesem Zweck eine dauerhaft umweltgerechte Landnutzung angestrebt wird, besonders dazu geeignet sind, eine nachhaltige Regionalentwicklung zu fördern“ (BFN 2016b).

Zudem stehen 8 Prozent der Fläche des Landes unter Naturschutz<sup>23</sup>. Im Vergleich zum bundesweiten Anteil von 3,9 Prozent liegt Nordrhein-Westfalen weit darüber. Unter Landschaftsschutz<sup>24</sup> stehen 42,5 Prozent der Fläche. Auch hier liegt Nordrhein-Westfalen weit über dem gesamten deutschen Flächenanteil von 27,9 Prozent (Stand: 31. Dezember 2014). Im Gegensatz zu den Naturschutzgebieten sind Landschaftsschutzgebiete meist größer und unterliegen weniger Nutzungseinschränkungen (vgl. BFN 2016a, 2016b). Zu den umfangreichsten Freiraumprojekten der Vergangenheit und Gegenwart zählen die Entwicklungen rund um den Emscher Landschaftspark, die bereits in Kapitel 4.2 Erwähnung finden. Mit Bottrop, Dortmund und Essen sind an dem regionalen Kooperationsprojekt auch drei der untersuchten Städte beteiligt.

Mit Beginn der vergangenen Förderperiode des Europäischen Fonds für Regionale Entwicklung (EFRE), die den Zeitraum von 2007 bis 2013 umfasste, hat Nordrhein-Westfalen 1,3 Milliarden Euro erhalten. Diese finanziellen Mittel sind Teil des sogenannten Ziel 2-Programms, das für Gebiete bestimmt ist, in denen sich die Wirtschaft neu ausrichten soll, um auf neue Herausforderungen vorbereitet zu sein. Zu den drei Hauptzielen des Fonds zählt neben der „Förderung einer innovationsfreudigen, wissensstarken, wettbewerbsfähigen und ökologisch effizienten Wirtschaft“ auch die „Bewahrung der Fähigkeit der Erde, das Leben in all seiner Vielfalt zu beherbergen, die Grenzen ihrer natürlichen Ressourcen zu achten und ein hohes Maß an Umweltschutz und die Verbesserung der Umweltqualität zu gewährleisten“ (SCHULTE 2009: 335f.). So kann nach Einschätzung des Ministeriums für Wirtschaft, Mittelstand und Energie des Landes Nordrhein-Westfalen<sup>25</sup> nur eine attraktive, innovative und unternehmerorientierte Stadt, die in einer gesunden Umwelt die Basis der Lebensqualität erkennt, eine nachhaltige Wettbewerbsfähigkeit erzielen. Einen Förderschwerpunkt stellte die Stadt- und Regionalentwicklung dar. Dabei werden vor allem im Ruhrgebiet Entwicklungshemmnisse in Bereichen wie der Umwelt- oder Landschaftsqualität oder der Infrastruktur sowie bezüglich des Vorhandenseins an Altlasten und Brachflächen gesehen. Ein Mangel an Freiraum und eine niedrige Landschaftsqualität wirken sich negativ auf das Image von Standorten aus. Aus diesem Grund wird in einer hohen Landschaftsqualität eine Bedingung gesehen, die zur „Steigerung des regionalen Images als hochwertiger Standort für Arbeiten und Wohnen“ benötigt wird. Gerade für die „wissensbasierten Wirtschafts- und Dienstleistungsbereiche“ ist ein attraktives Umfeld ein Standortfaktor, der unter anderem durch das Vorhandensein „integrierter Angebote für Arbeit, Wohnen und Freizeit“ zur Steigerung des Standortimages beitragen kann. Die regionale und interkommunale Zusammenarbeit sowie entsprechende Handlungskonzepte und strategische Partnerschaften können dazu einen Beitrag leisten, was sich beispielsweise anhand der Arbeiten am neuen Emschertal zeigt. Bei diesem Projekt wurden nicht nur die Landschafts- und

---

<sup>23</sup> Nach Definition des Bundesamtes für Naturschutz sind Naturschutzgebiete „rechtsverbindlich festgesetzte Gebiete, in denen ein besonderer Schutz von Natur und Landschaft in ihrer Ganzheit oder in einzelnen Teilen zur Erhaltung, Entwicklung oder Wiederherstellung von Biotopen oder Lebensgemeinschaften bestimmter wild lebender Tier- und Pflanzenarten, aus wissenschaftlichen, naturgeschichtlichen oder landeskundlichen Gründen oder wegen ihrer Seltenheit, besonderen Eigenart oder hervorragenden Schönheit erforderlich ist“ (BFN 2015c).

<sup>24</sup> Definition des Bundesamtes für Naturschutz zum Thema Landschaftsschutzgebiete: „Landschaftsschutzgebiete (LSG) sind rechtsverbindlich festgesetzte Gebiete, in denen [...] ein besonderer Schutz von Natur und Landschaft zur Erhaltung, Entwicklung oder Wiederherstellung der Leistungs- und Funktionsfähigkeit des Naturhaushaltes oder der Regenerationsfähigkeit und nachhaltigen Nutzungsfähigkeit der Naturgüter, wegen der Vielfalt, Eigenart und Schönheit oder der besonderen kulturhistorischen Bedeutung der Landschaft oder wegen ihrer besonderen Bedeutung für die Erholung erforderlich ist“ (BFN 2015b).

<sup>25</sup> Seit 2010 Ministerium für Wirtschaft, Energie, Bauen, Wohnen und Verkehr des Landes Nordrhein-Westfalen.

Umweltqualität verbessert, sondern auch Kultur- und Freizeitpotenziale gestärkt sowie das regionale Image verbessert (SCHULTE 2009: 325ff.). Auf Grundlage der aktuellen EU-Förderperiode 2014-2020 des Förderprogramms des Europäischen Fonds für regionale Entwicklung wurde das Operationelle Programm Nordrhein-Westfalens (OP EFRE NRW 2014-2020) entwickelt, das auch Bedeutung für die urbanen Grünstrukturen hat. So ist eine nachhaltige Stadt- und Quartiersentwicklung Gegenstand der Prioritätsachse 4. Zudem können über die Prioritätsachse 3 integrierte Klimaschutz- und Klimaanpassungskonzepte eine Förderung für ihre Erstellung und Umsetzung erhalten. Des Weiteren wird „die Verbesserung des öffentlichen Raums und des Wohnumfelds sowie der Umweltsituation aufgrund der Förderrichtlinien Stadterneuerung“ wie schon in der vorangegangenen Förderperiode gefördert (vgl. MBWSV NRW 2014: 84).

Eine regionale Strukturfördermaßnahme des Landes Nordrhein-Westfalen ist die sogenannte REGIONALE, die 1997 erstmals ausgeschrieben wurde. Als Ziel gilt, „die Identifikation nach innen und eine Profilierung nach außen zu fördern“, da „die Stärkung von regionaler Identität und die Verbesserung der Außenwahrnehmung einer Region [...] eine notwendige Voraussetzung für den erfolgreichen ökonomischen Strukturwandel“ bilden. Dabei wird angenommen, dass es in der heutigen "hochspezialisierten Industrie- und Dienstleistungsgesellschaft" darum geht, qualifizierte Arbeitskräfte zu gewinnen und es einen regionalen Wettbewerb um "kreative Köpfe" gibt, die wiederum „nach einem attraktiven Wohnumfeld, hochwertigen Kultur- und Freizeitangeboten, einem ansprechenden städtebaulichen und landschaftlichen Umfeld verlangen“. Laut eigener Aussage zielt die REGIONALE genau auf diese weichen Standortfaktoren ab. Dabei bildet die regionale Kooperation die Grundlage des Programms (MBV NRW 2006: 7ff.). Nachdem zunächst ein Zwei-Jahresrhythmus ausgewählt wurde, entschied man sich für die Jahre 2013 und 2016 für einen Drei-Jahresrhythmus zur Austragung. Während die REGIONALE 2000 stark durch die Beteiligung der Wirtschaft geprägt war, standen bei den REGIONALEN 2002 und 2004 die Stadt- sowie Raumentwicklung und „die Schärfung des kulturellen Profils der Regionen“ im Fokus. Mit der REGIONALE 2006 gab es zum einen eine Rückkehr zu der verstärkten „Ausrichtung an den Themen Wirtschaft, Wissenschaft und Bildung“, aber auch „eine Entwicklung hin zu breiter angelegten regionalen Entwicklungsstrategien“, die auch bei den nachfolgenden REGIONALEN beibehalten wurde (MBWSV NRW 2011b). Interessierte Regionen in Nordrhein-Westfalen, können sich mit einem gemeinsam erarbeiteten Leitbild für die Durchführung einer REGIONALE bewerben. Bekommen sie den Zuschlag, „werden die vorgeschlagenen Maßnahmen aus den bestehenden Förderprogrammen des Landes“ zeitlich begrenzt gefördert. Die Projekte können aus verschiedenen Bereichen (Städtebau, Umwelt, Wirtschaft, Kultur, Bildung und Wissen) kommen und durchlaufen sowohl ein Wettbewerbsverfahren als auch einen Qualifizierungsprozess. Die IBA Emscherpark gilt als Vorbild dieser projektorientierten und regionalen Zusammenarbeit (MBWSV NRW 2011a). Im Rahmen der *Regionale 2010* hat mit der Stadt Bonn auch einer der Untersuchungsstandorte an dem Programm teilgenommen.

Mit der Metropolregion Rhein-Ruhr besteht in Nordrhein-Westfalen eine polyzentrische Europäische Metropolregion<sup>26</sup>, die den Raum zwischen Hamm im Nordosten und Bonn im Süden umfasst und als ein Agglomerationsraum betrachtet wird. Die Metropolregion Rhein-Ruhr zeigt jedoch eine arbeitsteilige Struktur mit Köln als Messe-, Versicherungs- und Medienstandort, Dortmund als IT-

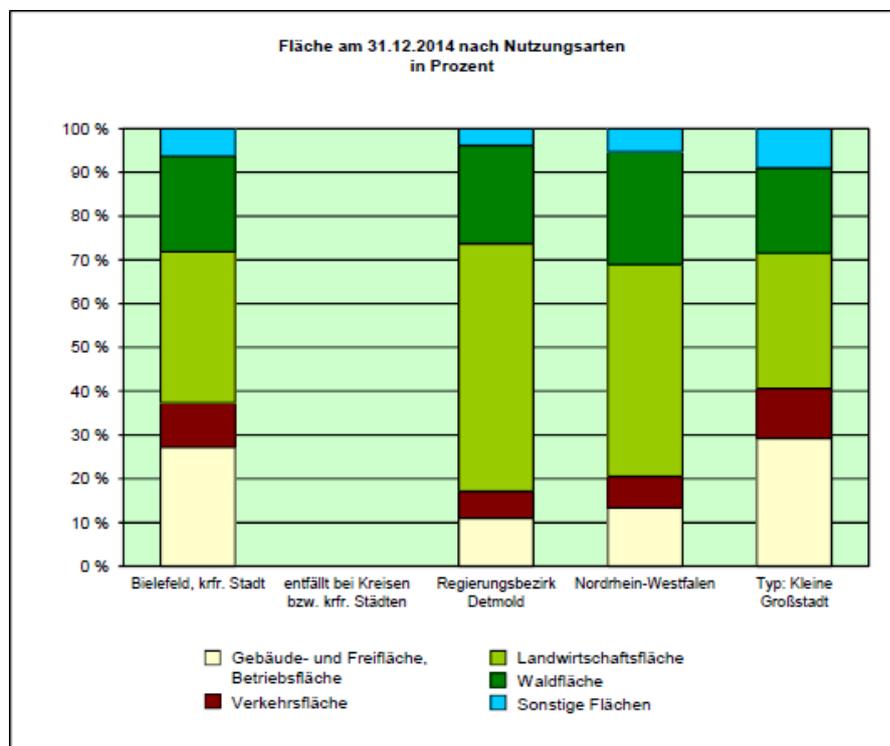
---

<sup>26</sup> Die Ministerkonferenz für Raumordnung beschreibt Metropolen als „Motoren der gesellschaftlichen, wirtschaftlichen und sozialen Entwicklung“, die eine Entscheidungs- und Kontrollfunktion, Innovations- und Wettbewerbsfunktion sowie Gate-Way-Funktion erfüllen (HOPPE 2016: 116).

Cluster oder Essen als Standort der Energie- und Handelsbranche (vgl. HOPPE 2016: 119). Daneben bestehen auch Bemühungen seitens der Ruhrgebietsstädte als Metropole Ruhr aufzutreten. Die verschiedenen regionalen Kooperationen werden vom Regionalverband Ruhr (RVR) gefördert und sollen der gemeinsamen Bewältigung des strukturellen Wandels dienen. Seit dem Jahr 2009 hat der Regionalverband Ruhr zudem die Aufgabe der Regionalplanungsbehörde übernommen<sup>27</sup>. Zudem wurde für die regionale Wirtschaftsförderung bereits im Jahr 2007 durch den RVR die Wirtschaftsförderung Metropole Ruhr (WMR) gegründet, zu deren Aufgaben auch das regionale Standortmarketing zählt. Daneben besteht mit dem Initiativkreis Ruhr eine „von großen Unternehmen der Region getragene Institution“, die zusammen mit RVR und WMR anstrebt, „mit neuen Strategien eine gemeinsam getragene nachhaltige Stadt- und Regionalentwicklung in der Region zu etablieren“ (HOPPE 2016: 120f.). Gerade im Ruhrgebiet kam es in der Vergangenheit zu verschiedenen regionalen Kooperationen auf unterschiedlichen Themenfeldern. Neben der Internationalen Bauausstellung Emscher Park (IBA Emscher Park) (siehe 4.2) ist die *Kulturhauptstadt Europas "Ruhr.2010"* ein Projekt-Beispiel dafür.

## 6.2 Der Standort Bielefeld

Bielefeld ist eine kreisfreie Großstadt im nordöstlichen Teil Nordrhein-Westfalens. Sie liegt im Regierungsbezirk Detmold und erfüllt die Funktion des Oberzentrums für Ostwestfalen-Lippe. In der Stadt leben 329.782 Menschen auf einer Fläche von 258,82 km<sup>2</sup>. Davon sind mit 148,40 km<sup>2</sup> 57,3 Prozent Freifläche, wie Abb. 6-8 zeigt. Im Vergleich zum Jahr 2003, wo die Fläche Bielefelds 257,80 km<sup>2</sup> betrug und der Anteil an Freiflächen mit 152,58 km<sup>2</sup> bei 59,2 Prozent lag, hat sich der Anteil an Freiflächen um knapp 2 Prozent reduziert (Stand: 31. Dezember 2014 - vgl. IT.NRW 2015b: 1ff.).



**Abb. 6-8 Flächenanteile in Bielefeld (Quelle: IT.NRW 2015b: 3)**

<sup>27</sup> Der Regionalverband Ruhr (RVR) arbeitet aktuell in Zusammenarbeit mit den Städten und Kreisen an der Aufstellung eines neuen Regionalplans, der die Ziele der Raumordnung für die künftige Entwicklung der Metropole Ruhr umfasst (vgl. STADT ESSEN 2014: 5).

Die Stadt Bielefeld wurde 1214 an einer Kreuzung alter Handelswege, die in der Nähe eines Passes durch den Teutoburger Wald lagen, von Graf Hermann von Ravensberg gegründet. In den 1240er-Jahren baute dieser die Sparrenburg, die heute ein Wahrzeichen Bielefelds ist und damals als Verwaltungssitz diente. Seit dem 15. Jahrhundert gehörte Bielefeld der Hanse an. Zu der Zeit lebten vor allem Handwerker und Kaufleute in der Stadt. Ende des 16. Jahrhunderts wurde mit dem Export von Leinen begonnen und die Stadt wurde als Leinenstadt bekannt. In der Zeit der Industrialisierung spielte die Garn- und Stoffproduktion eine wichtige Rolle. Auch heute sind noch namhafte Unternehmen der Textilindustrie in Bielefeld ansässig. Im Jahr 1930 wurden die bis dahin selbstständigen Gemeinden Schildesche, Sieker, Stieghorst sowie Teile von Heepen und Gadderbaum eingemeindet, da es dem bis dahin relativ kleinen Stadtgebiet an Wohnraum und Gewerbeflächen mangelte. Während des Zweiten Weltkrieges wurde ein Großteil der historischen Gebäude in der Altstadt zerstört. Man entschied sich gegen einen historischen Wiederaufbau. Stattdessen wurden Straßen verbreitert und neuer Wohnraum geschaffen. Hierbei entstand zum Beispiel 1956 auf einer Freifläche in der Senne die Sennestadt, die 1965 von der Landesregierung zur Stadt erhoben wurde. Auch die Industrie wurde wiederaufgebaut. Die Textilsparte verlor jedoch an Bedeutung, denn auch Bielefeld durchlebte den Wandel vom Produktionsstandort zum Dienstleistungszentrum. Im Zuge der kommunalen Neuordnung im Jahr 1973 wurde der Landkreis Bielefeld aufgelöst. Die zuvor selbstständigen Städte und Gemeinden Sennestadt, Brackwede, Jöllenbeck, Dornberg, Heepen und Gadderbaum wurden eingemeindet und gehören seitdem zur Stadt Bielefeld. Aus diesem Grund kann man in Bielefeld keine typische Struktur einer natürlich gewachsenen Großstadt finden. Dafür gibt es zahlreiche Freiräume zwischen dem Zentrum und den Außenbezirken der Stadt, die der Landwirtschaft oder zu Erholungszwecken dienen (vgl. STADT BIELEFELD 2016a). Abb. 6-9 zeigt eine Karte des Stadtgebiets von Bielefeld.



Abb. 6-9: Stadtgebiet Bielefeld (Quelle: AMBIWEB GMBH 2016a)

Ein großer Name, der mit Bielefeld in Verbindung gebracht wird, ist der von Dr. August Oetker. Der Apotheker begann Ende des 19. Jahrhunderts mit dem Verkauf von Backpulver. Heute ist Dr. Oetker vor allem für Nahrungsmittel bekannt. Die Unternehmensgruppe beinhaltet jedoch noch weitere Geschäftsbereiche und gehört zu den größten Familienunternehmen Deutschlands (vgl. DR. AUGUST OETKER KG o.J.). Bielefeld ist gegenwärtig Standort verschiedener Traditionsfirmen, die neben der Nahrungs- und Genussmittelindustrie vor allem dem Bereich des Maschinenbaus und der Druck- und Bekleidungsindustrie zuzuordnen sind. Zu den bekannten Unternehmen zählen nicht nur Dr. Oetker, sondern auch das Textilunternehmen Seidensticker oder Schüco, ein Hersteller von Fenster- und Fassadentechnologien. Die Wirtschaft wird vorwiegend von mittelständisch ausgerichteten Unternehmen geprägt (STADT BIELEFELD o.J.e).

Bezüglich der verkehrlichen Infrastruktur verfügt die Stadt über eine ICE-Anbindung, wodurch Metropolen wie Hamburg und Berlin oder das Ruhrgebiet in unter 2,5 Stunden zu erreichen sind. Die Flughäfen Münster/Osnabrück und Paderborn/Lippstadt sind ca. 50 km entfernt. Bis zum Flughafen Hannover sind es 100 km. Zudem liegt das Autobahnkreuz Bielefeld im Stadtgebiet, wodurch ein Anschluss an die A2 nach Berlin bzw. Oberhausen und die A33 nach Osnabrück bzw. Paderborn besteht (vgl. WEGE MBH o.J.).

Seit 1969 gibt es in Bielefeld eine Universität. Heute studieren dort und an den sechs weiteren Hochschulen, zu denen neben der Kirchlichen Hochschule Bethel fünf Fachhochschulen zählen, insgesamt 30.000 Menschen, so dass 9,2 Prozent der Einwohnerinnen und Einwohner Studierende sind. Nach Münster, Bochum und Bonn liegt Bielefeld in Nordrhein-Westfalen auf dem 4. Platz, was das Verhältnis von Studierenden zur Einwohnerzahl betrifft. Dortmund und Essen liegen auf dem 6. bzw. 7. Platz (Stand: 2013 - vgl. WEGE MBH 2014). Im Bereich Kultur verfügt die Stadt über ein breites Veranstaltungsangebot, das unter anderem durch namhafte Orchester, dem Stadttheater und 15 Museen, wozu auch die international bekannte Kunsthalle zählt, ergänzt wird (WEGE MBH o.J.).

Da Bielefeld sich seit dem Jahr 2010 im sogenannten Nothaushalt befindet (vgl. STADT BIELEFELD 2014: 15), sind viele Projekte im Bereich der Stadtentwicklung, die für die Bewältigung von Herausforderungen wie den demographischen oder wirtschaftlichen Veränderungen unabdingbar sind, nicht ohne die Städtebauförderung umsetzbar. Da Bund und Länder gemeinsam im Rahmen der Programme zur Städtebauförderung Finanzhilfen für Investitionen in die Erneuerung und Entwicklung der Städte zur Verfügung stellen, können mit Unterstützung dieser Programme verschiedene Maßnahmen umgesetzt werden. Die Stadt Bielefeld hat zu diesem Zweck ein integriertes städtebauliches Entwicklungskonzept zum Stadtumbau West (ISEK Stadtumbau) erarbeitet, das die Basis für verschiedene Projekte bildet. Die Gebiete Nördlicher Innenstadtrand und Bethel wurden daraufhin in das Programm *Stadtumbau West*<sup>28</sup> und die Gebiete Sennestadt und Sieker-Mitte in das Programm *Soziale Stadt NRW*<sup>29</sup> aufgenommen (vgl. STADT BIELEFELD 2016h).

Im integrierten städtebaulichen Handlungskonzept Bielefelds sind die Ziele und Maßnahmen des Stadtumbaus dargestellt, damit eine frühzeitige Reaktion auf die künftigen Strukturveränderungen in

---

<sup>28</sup> Die Bundesregierung hat „bereits im Jahr 2002 mit der Unterstützung der Städte beim Stadtumbau in den alten Ländern begonnen und das Forschungsfeld *Stadtumbau West* des Experimentellen Wohnungs- und Städtebaus (ExWoSt) gestartet“. Auf Grundlage dieser Erfahrungen legte die Bundesregierung im Jahr 2004 das Städtebauförderungsprogramm *Stadtumbau West* auf (BMUB o.J.).

<sup>29</sup> Bei der *Sozialen Stadt* handelt es sich um ein Städtebauförderungsprogramm, mit dem „der Bund seit 1999 die Stabilisierung und Aufwertung städtebaulich, wirtschaftlich und sozial benachteiligter und strukturschwacher Stadt- und Ortsteile“ unterstützt (BMUB o.J.).

der Stadt möglich ist. Zudem ist die Erstellung eines solchen Konzeptes Voraussetzung für eine mögliche städtebauliche Förderung. An der Erarbeitung des Konzeptes waren „Vertreter der Wohnungs- und Immobilienwirtschaft, der Haus- und Grundeigentümer, der Wirtschaft sowie sozialer Einrichtungen“ beteiligt. Die Erarbeitung übernahm das Büro für urbane Projekte aus Leipzig, das „eine umfassende gesamtstädtische Analyse und Beschreibung stadumbaurelevanter Rahmendaten (unter anderem Demografie, Wirtschaft, Städtebau) durchgeführt“ hat. Auf Grundlage dessen konnten „Räume mit städtebaulichen Funktionsverlusten“ und „Schwerpunktthemen und -räume des Stadtumbaus bzw. der Stadterneuerung“ identifiziert werden (STADT BIELEFELD 2016i).



**Abb. 6-10 Kesselbrink in Bielefeld (Quelle: eigene Aufnahme)**

Dabei ist auch die Freiraumqualität Bielefelds ein zentrales Thema, das sich auch innerhalb der einzelnen Projekte wiederfindet. So kam es im Rahmen des Stadtumbaugebiets Nördlicher Innenstadtrand beispielsweise zu einer Neugestaltung des Kesselbrinks (siehe Abb. 6-10). Im Rahmen einer Umgestaltung erhielt dieser innerstädtische Platz eine neue Aufenthalts- und Erholungsqualität, zu der auch die Integration von Grünstrukturen beiträgt. Die Gestaltung des "Grünen Bands" gilt als ein weiteres zentrales Projekt, das der Vernetzung vorhandener Grünstrukturen dient und eine attraktive Wegeverbindung schaffen soll. Um das zu erreichen, soll eine durchgängige Wegeverbindung aus der Innenstadt heraus geschaffen werden, „die unter anderem durch Kleingartenanlagen und vorbei an neu gestalteten Spielflächen und Aufenthaltsbereichen verläuft“. Auch im Bereich der Sennestadt spielt der Freiraum eine zentrale Rolle. So wurde der Sennestadtteich neugestaltet oder ein Wettbewerbsentwurf zur Park- und Spiellandschaft Sennestadt umgesetzt (STADT BIELEFELD 2016d).

Neben den Entwicklungen innerhalb der Stadt existiert zudem eine regionale Planung. So legt der Regionalplan „auf der Grundlage des Landesentwicklungsprogramms und des Landesentwicklungsplanes die regionalen Ziele für die Raumordnung und für alle raumbedeutsamen Planungen und Maßnahmen im Regierungsbezirk fest“. Bielefeld liegt im Regierungsbezirk Detmold, dessen Regionalplan in zwei Teilabschnitte aufgeteilt ist. Zum einen gibt es den Oberbereich Paderborn, der die Kreise Paderborn und Höxter betrifft. Zum anderen bezieht sich der Oberbereich Bielefeld auf die Stadt Bielefeld und die Kreise Gütersloh, Herford, Lippe und Minden-Lübbecke. Der Regionalplan enthält „flächendeckende Darstellungen, insbesondere für bestehende und künftige Wohnsiedlungsbereiche, für Gewerbe- und Industriebereiche, für Verkehrsstrassen und -anlagen, für Freiraum-, Agrar-, und Waldbereiche sowie für regionale Grünzüge“. Zudem umfasst er einen Textteil, indem Entwicklungsziele und Ordnungsgrundsätze aufgeführt sind. Mit dem Regionalplan besteht ein Planungsinstrument, das „auf die Entwicklung der Region nachhaltig Einfluss“ nehmen soll, da „die zeichnerisch und textlich dargestellten Ziele“ von den Gemeinden berücksichtigt werden müssen (STADT BIELEFELD 2016b).

### Demographie

Bielefeld verzeichnet in den letzten Jahren einen Bevölkerungszuwachs. Wie Tab. 6-1 zeigt, stieg die Einwohnerzahl im Vergleich zum Jahr 2009 bis zum 31. Dezember 2014 um 6.698 Menschen von 323.084 auf insgesamt 329.782. Dieser Wert ergibt sich vor allem aus einem positiven Binnenwanderungssaldo, da mehr Menschen zu- als weggezogen sind und so der kontinuierlich im negativen Bereich liegende natürliche Saldo ausgeglichen werden kann (vgl. IT.NRW 2015b: 6).

**Tab. 6-1: Bevölkerungsstand und -bewegung zwischen 2008-2014 in Bielefeld (Quelle: IT.NRW 2015b: 6)**

Bevölkerungsstand\*) und -bewegung 2008 – 2014

Merkmal		Jahr						
		2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Bevölkerung am 31.12.	a = Insgesamt	323 615	323 084	323 270	327 199	328 314	328 864	329 782
	b = Nichtdeutsche <sup>1)</sup>	38 411	38 382	38 585	36 891	37 754	38 572	39 337
	c = je 1 000 Einwohner							
Lebendgeborene	a	3 018	2 919	3 123	3 022	3 041	3 011	3 184
	b	247	133	284	258	218	260	381
Gestorbene	a	3 384	3 519	3 493	3 320	3 323	3 558	3 396
	b	106	109	96	122	108	129	122
Überschuss der Geborenen (+) bzw. Gestorbenen (-)	a	- 366	- 600	- 370	- 298	- 282	- 547	- 212
	b	+ 141	+ 24	+ 188	+ 136	+ 110	+ 131	+ 259
Zugezogene	a	13 328	14 044	14 048	14 882	15 208	16 193	16 096
	b	3 337	3 818	3 870	4 261	4 788	5 165	5 490
Fortgezogene	a	14 285	13 974	13 501	14 443	13 879	15 130	15 096
	b	3 414	3 127	3 117	3 302	3 055	3 814	4 209
Überschuss der Zu- (+) bzw. Fortgezogenen (-)	a	- 937	+ 70	+ 547	+ 419	+ 1 329	+ 1 063	+ 1 000
	b	- 77	+ 691	+ 753	+ 959	+ 1 733	+ 1 351	+ 1 281
Gesamtsaldo <sup>2)</sup>	a	- 1 297	- 531	+ 186	+ 3 929	+ 1 115	+ 550	+ 918
	b	- 520	- 29	+ 203	- 1 694	+ 863	+ 818	+ 765
	c	- 4,0	- 1,6	+ 0,6	+ 12,0	+ 3,4	+ 1,7	+ 2,8

\*) Bevölkerungsfortschreibung auf Basis Volkszählung 1987 und Zensus 2011 – 1) Die Gliederung „deutsch/nichtdeutsch“ ist durch die Reform des Staatsangehörigkeitsrechts von 1999 ab dem Berichtsjahr 2000 beeinflusst. – 2) einschließlich Bestandskorrekturen aufgrund nachträglich berichteter Meldedfälle und einschließlich der Fälle eines Wechsels zur deutschen Staatsangehörigkeit

Wie Bevölkerungsvorausrechnungen zeigen (siehe Tab. 6-2), wird jedoch auch in Bielefeld wie in vielen anderen Städten der demographische Wandel zunehmend spürbar werden. So ist bis 2025 zunächst mit einem Bevölkerungsanstieg von 2,5 Prozent zu rechnen, bevor es dann in den folgenden Jahrzehnten zu einem leichten Bevölkerungsrückgang kommt, da der positive Wanderungssaldo den negativen Geburtensaldo nicht mehr ausgleichen können wird (IT.NRW 2015b: 9).

Tab. 6-2 Bevölkerungsvorausberechnung in der Basisvariante in Bielefeld 01.01.2014-01.01.2040 (Quelle: IT.NRW 2015b: 9)

Bevölkerungsvorausberechnung\*) (Basisvariante) 1.1.2014 – 1.1.2040 nach Altersgruppen und Geschlecht

Altersgruppe Geschlecht	Bielefeld, krfr. Stadt				Nordrhein-Westfalen		
	1.1.2014	1.1.2025		1.1.2040		1.1.2025	1.1.2040
	Anzahl	2014=100		Anzahl	2014=100		2014=100
<b>Bevölkerung insgesamt</b>	<b>328 864</b>	<b>337 201</b>	<b>102,5</b>	<b>336 623</b>	<b>102,4</b>	<b>100,9</b>	<b>99,5</b>
davon im Alter von ... Jahren							
unter 6	17 780	19 182	107,9	16 939	95,3	103,3	90,5
6 bis unter 18	37 529	36 274	96,7	36 733	97,9	92,5	90,8
18 bis unter 25	30 245	26 557	87,8	26 012	86,0	86,2	83,1
25 bis unter 30	24 843	25 083	101,0	21 404	86,2	101,1	86,7
30 bis unter 40	41 960	49 279	117,4	41 800	99,6	115,0	98,3
40 bis unter 50	48 101	40 729	84,7	45 898	95,4	78,8	87,2
50 bis unter 60	44 967	45 440	101,1	42 588	94,7	96,5	84,9
60 bis unter 65	17 887	23 879	133,5	18 201	101,8	131,3	92,5
65 und mehr	65 552	70 778	108,0	87 048	132,8	114,0	140,1
18 bis unter 65	208 003	210 967	101,4	195 903	94,2	98,0	88,6
Männlich	158 506	164 059	103,5	164 833	104,0	102,1	101,5
Weiblich	170 358	173 142	101,6	171 790	100,8	99,9	97,7

\*) Für die Bevölkerungsvorausberechnung in den kreisfreien Städten und Kreisen werden Ergebnisse der Statistiken der Geburten, Sterbefälle und Wanderungen, der Fortschreibung des Bevölkerungsstandes sowie der Sterbetafeln genutzt.

### Wirtschafts- und Beschäftigtenstruktur

Bielefeld entspricht nach dem Bericht der Enquetekommission "Zukunft der Städte in NRW" dem Stadttyp 5 der "Städte mit industrieller Prägung durch klein- und mittelbetriebliche Sektoren" (PRÄSIDENT DES LANDTAGS NORDRHEIN-WESTFALEN 2004: 80). In der Stadt gibt es insgesamt 141.131 sozialversicherungspflichtig Beschäftigte. Davon sind 53,8 Prozent den sonstigen Dienstleistungen, 23,2 Prozent dem Bereich Handel, Gastgewerbe, Verkehr und Lagerei, 22,7 Prozent im produzierenden Gewerbe und 0,2 Prozent dem Bereich Fischerei, Land- und Forstwirtschaft zuzurechnen (siehe Abb. 6-11). Damit gleichen die Werte Bielefelds den durchschnittlichen Werten des Typs "kleine Großstadt", dem Bielefeld entspricht (Stand: 30. Juni 2014 - vgl. IT.NRW 2015b: 15).

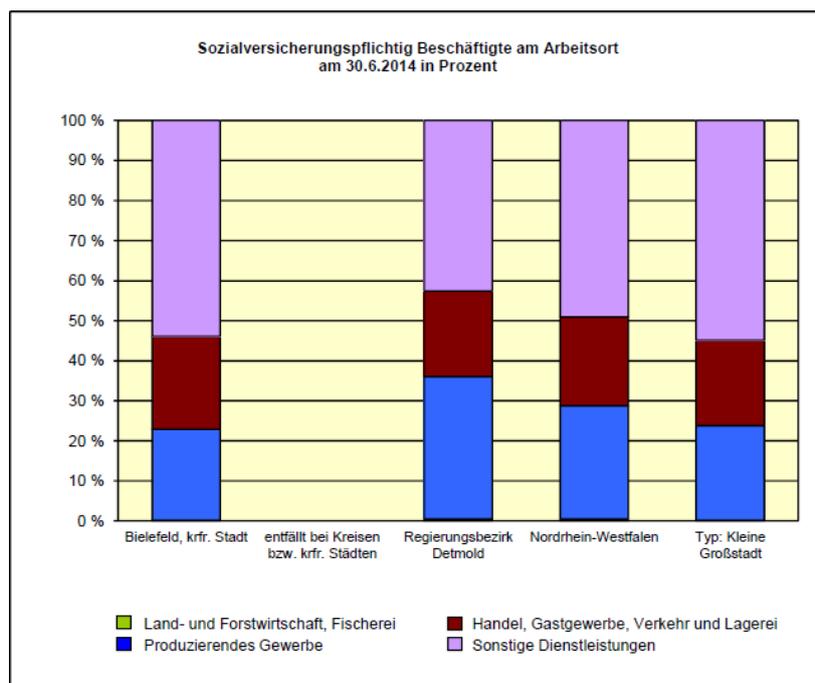


Abb. 6-11: Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte am Arbeitsort am 30.6.2013 in Bielefeld (Quelle: IT.NRW 2015b: 15)

Das verfügbare Einkommen der privaten Haushalte liegt im Jahr 2011 mit 19.935 Euro leicht unter dem Durchschnitt Nordrhein-Westfalens, wo es 20.056 Euro beträgt (vgl. WEGE MBH 2014). Wie Abb. 6-4 zeigt, liegt der Wert Bielefelds damit hinter dem Wert Bonns, jedoch vor den Werten der untersuchten Städte Essen, Bottrop und Dortmund, die ebenfalls unter dem Landesdurchschnitt liegen. Der Anteil hochqualifizierter Beschäftigter an den sozialversicherungspflichtig Beschäftigten (siehe Abb. 6-5) liegt im Jahr 2013 mit 12,9 Prozent leicht über dem Landes- und Bundesdurchschnitt (11,7 und 12,5 Prozent). Mit diesem Wert liegt Bielefeld hinter den untersuchten Städten Bonn, Essen und Dortmund, aber deutlich vor dem Wert der Stadt Bottrop (vgl. WEGE MBH 2014)

Insgesamt bilden die Branchen Maschinenbau, Ernährung, Gesundheitswirtschaft, Textil/Bekleidung, IT-Wirtschaft/Medien, Biotechnologie, regenerative Energien und Handel einen Schwerpunkt in der Wirtschaftsstruktur Bielefelds (vgl. WEGE MBH 2014). Verschiedene Bielefelder Unternehmen sind in der Green-Tech-Branche angesiedelt und haben sich auf energieeffiziente Materialien, Produkte, Dienstleistungen und Verfahren spezialisiert (vgl. WEGE MBH o.J.). Die Gewerbeflächenentwicklung Bielefelds erfolgt teilweise nach dem "Cradle to Cradle" Prinzip. So ist die Stadt Partner des INTERREG-IVB-Projektes "Cradle to Cradle Business Innovation & Improvement Zones (C2C-BIZZ)". Grundidee des Projektes ist, dass erfolgreicher Umweltschutz nur funktionieren kann, wenn Produkte unter Berücksichtigung des gesamten Lebenszyklus entwickelt werden. Dabei wird unter anderem die Philosophie verfolgt, dass es keinen Abfall gibt, sondern alles wiederverwendet werden kann und vor allem erneuerbare Energien genutzt werden. Zudem geht es auch darum, Gewerbeflächen für eine vielfältige Nutzung flexibel zu gestalten, die Umgebung einzubinden, nachhaltig zu bauen und die Natur zu berücksichtigen (vgl. STADT BIELEFELD o.J.b).

Die Arbeitslosenquote betrug in Bielefeld zum 30. Juni 2013 9,2 Prozent. Sie lag damit deutlich über dem nordrhein-westfälischen Landesdurchschnitt (8,2 Prozent) und dem Bundesdurchschnitt, der zum gleichen Zeitpunkt 6,6 Prozent betrug (vgl. WEGE MBH 2014). Wie Abb. 6-6 zeigt, lag Bielefeld damit vor den untersuchten Städten Dortmund und Essen, jedoch hinter Bottrop und Bonn.

### **Marketingaktivitäten**

Als im Satirebeitrag "Bielefeldverschwörung" im Jahr 1994 infrage gestellt wird, ob die Stadt Bielefeld wirklich existiert, hat das bleibende Auswirkungen auf das Image der Stadt. Ein Auszug daraus lautet: „Es begann ganz harmlos, als uns, einer kleinen Gruppe von Unerschrockenen, auffiel, dass zwar ab und zu mal von einer Stadt namens Bielefeld die Rede sei, aber keiner von uns jemanden kannte, der schon einmal dort war, geschweige denn selbst schon einmal in Bielefeld war. Das brachte uns auf die Idee, dass es Bielefeld gar nicht gibt“ (HELD 1994). Dieser Beitrag hat sich in den Köpfen vieler Menschen festgesetzt. Erst 20 Jahre später zum 800-jährigen Stadtjubiläum 2014 hat die Stadt versucht, daraus Kapital zu schlagen und warb mit dem Slogan "Bielefeld – Das gibt's doch gar nicht!". Das Angebot und die Vorzüge der Stadt (siehe Abb. 6-12) werden dabei als "unglaublich" beworben (vgl. BIELEFELD MARKETING GMBH 2016a). In Zukunft soll jedoch mit diesem Thema abgeschlossen werden.

Die Wirtschaftsentwicklungsgesellschaft Bielefeld kümmert sich um die Belange der Bielefelder Wirtschaft sowie um Existenzgründer und Unternehmen, die sich für den Standort Bielefeld interessieren (vgl. WEGE MBH 2016). Für das Marketing der Stadt ist die Bielefeld Marketing GmbH zuständig. Aktuell werden sechs Geschäftsfelder bedient: Stadtwerbung & Kommunikation, City- und Veranstaltungs-Management, Kongressbüro, Tourismus und Wissenschaftsbüro. Seit November 2015

wird im Rahmen eines mehrstufigen Prozesses an der „Entwicklung eines einheitlichen Vermarktungskonzeptes für Bielefeld“ gearbeitet. Die Bielefeld Marketing GmbH wird unter anderem vom Presseamt der Stadt Bielefeld und der Wirtschaftsförderung WEGE unterstützt. Auf der Homepage heißt es dazu: „Um die Stärken der Stadt zukünftig konsequenter und zielgerichteter in den Vordergrund zu stellen, geht Bielefeld Marketing zusammen mit der Stadt Bielefeld neue Wege bei der Imagearbeit“. Zu den Phasen des Stadtmarkenprozesses gehört eine Markenanalyse, die Entwicklung einer Markenstrategie, die Schaffung von Kommunikationsmustern, die Umsetzung von Projekten und Maßnahmen sowie eine Kontrolle und Reflexionen (BIELEFELD MARKETING GMBH 2016c).



Abb. 6-12: Internetpräsenz zum 800-jährigen Stadtjubiläum der Stadt Bielefeld (Quelle: BIELEFELD MARKETING GMBH 2016a).

Bezüglich der Markenanalyse wurden bereits Ergebnisse vorgestellt, die aus einer Online-Befragung mit mehr als 5.500 Teilnehmern zu den Stärken der Stadt resultieren. Zur Ausgangssituation der Stadt heißt es, dass ihr Außenbild schwach ist und Bielefeld im Jahr 2015 unter den 50 größten Städten Deutschlands bezüglich der wahrgenommenen Attraktivität lediglich auf Rang 39 hinter Essen (Platz 38) und Dortmund (Platz 37) liegt. Auch die Lebensqualität Bielefelds und ihre wirtschaftliche Stärke ist national nicht verankert. Hier konnte die Stadt nur Platz 36 bzw. 33 erzielen. So haben viele Menschen keine konkreten Vorstellungen von der Stadt. Laut der Untersuchung eignen sich die Themenfelder "lebenswerte Großstadt", "starke Wirtschaft und Stadt der Bildung" und "Wissenschaft" am besten, um das Image der Stadt zu verbessern. Die Bewohnerinnen und Bewohner der Stadt sowie die Menschen aus der Region empfinden die Lebensqualität Bielefelds als hoch. Dazu trägt vor allem die städtische Natur bei, die neben dem Angeboten einer Großstadt besonders die Attraktivität der Stadt beeinflusst. So sollten vor allem Qualitäten wie die schnelle Erreichbarkeit der Freiräume, der hohe Grünanteil der Stadt und die Nähe zum Teutoburger Wald nach außen getragen werden, um das Bild Bielefelds zu verbessern (vgl. BRANDMEYER MARKENBERATUNG 2016). Da dieser Prozess jedoch noch nicht abgeschlossen ist, bleibt abzuwarten,

inwieweit die Außenwahrnehmung der Stadt dadurch verbessert wird und inwiefern sich der Standort von anderen Standorten durch diese Strategie abhebt.

Von Interesse ist in diesem Zusammenhang, dass anlässlich des Tages für Marktforschung im Jahr 2014 die Research & Consulting GmbH für die IHK Ostwestfalen zu Bielefeld und das Radio Bielefeld eine Umfrage in der Bevölkerung und der Wirtschaft Bielefelds durchgeführt hat. Befragt wurden 446 Privatpersonen anhand von computergestützten Telefoninterviews und im Rahmen einer Online-Erhebung 107 Unternehmen aus den Bereichen Handel (20), produzierendes Gewerbe (21), Dienstleistungen (64) und Sonstiges (2). Dabei ging es unter anderem um Fragen der "Standortzufriedenheit" und der "Attraktivität des Standortes". Ein Ergebnis der Untersuchung war, dass die Bielefelder besonders die Landschaft und Umgebung ihrer Stadt schätzen. Diesen Eindruck teilten 57 Prozent der Befragten. Daneben wurden unter anderem die Atmosphäre der Stadt (33 Prozent) und ihr Angebot an Ausflugszielen (24 Prozent) am zweit- und dritthäufigsten genannt. Unternehmen heben in erster Linie die Infrastruktur und Verkehrsanbindung (34 Prozent) sowie die Unternehmenslandschaft (28 Prozent) positiv hervor. Darüber hinaus schätzen aber auch 18 Prozent das gute Freizeit- und Kulturangebot und 14 Prozent das gute Angebot an Grünflächen und Natur. Zu den wichtigsten Wohlfühlfaktoren am Wohnort zählen für die Bevölkerung allgemein die medizinische Versorgung sowie das Angebot an Grünflächen und Parks, während für die Unternehmen vor allem das Image der Stadt, die Verkehrsanbindung, die Verfügbarkeit von qualifizierten Arbeitnehmern und das Erscheinungsbild der Stadt als Standortfaktoren von Bedeutung sind (siehe Abb. 6-13 und Abb. 6-14). Die medizinische Versorgung sowie das Angebot an Grünflächen und Parks sind auch Faktoren, die die Menschen an Bielefeld schätzen, während das Image der Stadt und ihre finanzielle Situation als kritisch empfunden werden. Dieser Eindruck wird auch von den Unternehmen der Stadt geteilt (vgl. RESEARCH & CONSULTING GMBH 2014).

### Wichtigkeit Wohlfühlfaktoren Wohnort

Wie wichtig sind Ihnen die folgenden Aspekte, damit Sie sich in der Stadt, in der Sie leben, wohlfühlen?



(Anteile Top 3 Werte / Angaben in Prozent)

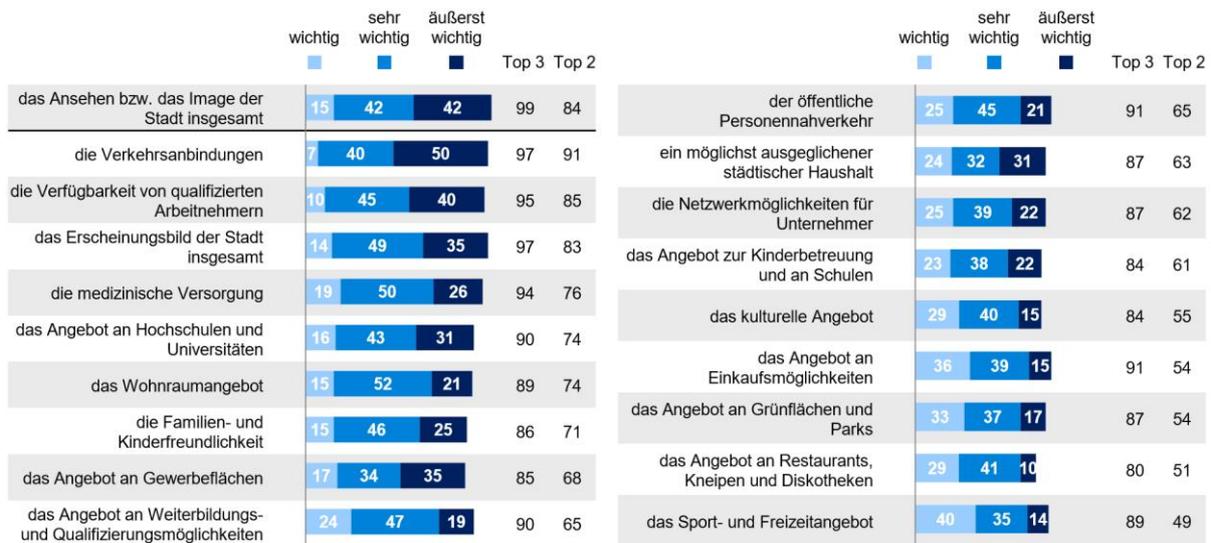


Basis: n = 433 - 446

Abb. 6-13: Wichtigkeit der Wohlfühlfaktoren am Wohnort der Bielefelder Bevölkerung (Quelle: RESEARCH & CONSULTING GMBH 2014)

## Wichtigkeit Standortfaktoren allgemein

Bitte denken Sie nun ganz allgemein an die Rahmenbedingungen, die für Ihr Unternehmen an einem optimalen Standort gegeben sein sollten. Um einen Standort als optimal zu bezeichnen, ...  
(Anteile Top 3 Werte / Angaben in Prozent)



Basis: n = 106 - 107

**Abb. 6-14: Wichtigkeit der Standortfaktoren allgemein für die Bielefelder Unternehmen (Quelle: RESEARCH & CONSULTING GMBH 2014)**

In einem größeren räumlichen Kontext besteht die OstWestfalenLippe GmbH, um die Attraktivität der Region als Wirtschaftsstandort und Lebensraum zu stärken. Die Region besteht aus der Stadt Bielefeld und den Kreisen Herford, Gütersloh, Paderborn, Höxter, Minden-Lübbecke und Lippe und ist mit dem Regierungsbezirk deckungsgleich. Zu ihren Aufgaben zählen unter anderem das Regionalmarketing, die Regionalentwicklung, das Tourismusmarketing und die Kulturförderung (vgl. OSTWESTFALENLIPPE GMBH o.J.)

### Naturraum und grüne Infrastruktur

Das Bielefelder Stadtgebiet wird durch drei Landschaften geprägt. Mitten durch die Stadt führt der Mittelgebirgszug Teutoburger Wald. Des Weiteren liegt im Süden die Sennelandschaft<sup>30</sup> und im Norden das Ravensberger Hügelland<sup>31</sup>. Das Stadtgebiet selbst wird von „einem netzförmigem System innerstädtischer Grünzüge und Parkanlagen“ durchzogen, die „das Gerüst dieses Grünsystems“ bilden. Laut Angaben der Stadt Bielefeld sind mehr als die Hälfte aller Menschen in der Stadt in maximal fünf Gehminuten im Grünen, so dass ihnen wohnungsnah die Möglichkeit gegeben wird, sich im Grünen zu erholen. Das ist vor allem möglich, weil in der Freiraumplanung der letzten Jahrzehnte darauf geachtet wurde, dass die Grünzüge an die angrenzende Landschaft anschließen und man durch ein engmaschiges Wegesystem in die Landschaftsräume gelangt (STADT BIELEFELD 2016c).

Zu verdanken hat die Stadt diesen Umstand ihrem ersten Gartendirektor Paul Meyerkamp. Anfang des 20. Jahrhunderts arbeitete dieser an der zusammenhängenden Gesamtdurchgrünung Bielefelds. Er legte größere Parkanlagen wie den Sennfriedhof und den Bürgerpark an und baute den

<sup>30</sup> Laut Bundesamt für Naturschutz ist die Senne eine "Heide- bzw. magerrasenreiche Kulturlandschaft" (vgl. BFN 2012b).

<sup>31</sup> Laut Bundesamt für Naturschutz ist das Ravensberger Hügelland eine "ackergeprägte offene Kulturlandschaft" (vgl. BFN 2012a).

Botanischen Garten aus. Zudem sah er die Bachtäler als "Grundelemente des Grünflächensystems" und ergänzte sie durch Grünzüge, um eine Vernetzung zu erzielen. Im Jahr 1927 wurde ein Bauzonenplan aufgestellt. Neben dem Teutoburger Wald waren dort die mittelalterlichen Wallanlagen, die sich im Osten des Stadtgebiets befanden, und Grünzüge entlang der Lutter und des Baderbaches verzeichnet. Zusammen mit dem Schloßhofbach, Grenz- und Gellershagenbach im Westen sowie Teilen des Johannisbaches im Norden zeigten sich darin Ansätze eines zusammenhängenden Grünsystems. Nach Paul Meyerkamp führten seine Nachfolger Gartenbaudirektor Dr. Hans-Ulrich Schmidt und Alfred Gehrke diesen Ansatz ab 1947 bzw. 1976 fort. Obwohl die wirtschaftliche Situation nach dem Zweiten Weltkrieg schwierig war, wurde weiterhin daran gearbeitet, in der Stadt eine Gesamtgrünkonzeption zu erzielen. Dabei standen die Erreichbarkeit der Grünflächen, ihre Vernetzung untereinander sowie die Einbindung in den Landschaftsraum im Vordergrund. Hierfür entstand ein ausgedehntes grünes Wegenetz, das durch die mit Spiel-, Bolzflächen und Sportanlagen ausgestatteten Grünanlagen führt und gleichzeitig die vorhandenen Kleingärten und Friedhöfe erschließt und mit einbezieht (FROHN 2004: 3f.).

Heute stehen den Menschen 20 Parkanlagen verschiedenster Größe zur Verfügung. Das Angebot ist vielfältig. Es reicht dabei von intensiv gestalteten Grünflächen mit Rasenflächen, Baum- und Ziergehölzen bis hin zu naturnah belassenen Grünflächen und umfasst insgesamt eine Fläche von 1200 Hektar (vgl. FROHN 2004: 5; STADT BIELEFELD 2016c). An dieser Stelle werden einige Anlagen beispielhaft vorgestellt.

Der Bürgerpark mit seinem Rosengarten (siehe Abb. 6-15), der heute Züge eines Landschaftsparks trägt, zählt zu den attraktivsten städtischen Grünanlagen Bielefelds. Er wurde in den 1920er-Jahren geschaffen, als man eine aufgelassene Tongrube in eine Erholungsanlage umgewandelt hat. Bei der Bevölkerung ist er äußerst beliebt, was sich in der intensiven Nutzung der Anlage zeigt. In unmittelbarer Nähe zum Park befindet sich die Oetkerhalle, in der zahlreiche Veranstaltungen stattfinden (vgl. STADT BIELEFELD 2016f).



**Abb. 6-15: Bürgerpark in Bielefeld (Quelle: LANDSCHAFTSVERBAND WESTFALEN-LIPPE 2016a)**

Der ca. 16 Hektar große Heimat-Tierpark Olderdissen beherbergt 90 verschiedene Tierarten und ist ein Ausflugsziel, das Familien, Kindergärten und Schulklassen anzieht. Zugleich ist die Anlage ein Ort des aktiven Lernens, wo Kinder und Erwachsene die Möglichkeit haben, die heimische Natur erleben zu können. Der Eintritt in den Park ist kostenfrei. Eine Karte mit den Angeboten des Parks zeigt Abb. 6-16 (vgl. STADT BIELEFELD 2016g).



Abb. 6-16: Übersichtsplan des Heimat-Tierparks Olderdissen in Bielefeld (Quelle: BIELEFELD MARKETING GMBH 2015a)

Der Nordpark (siehe Abb. 6-17), der während des Zweiten Weltkrieges als Kartoffelacker diente, ist heute ein mehrere Hektar großer Stadtpark mit altem Baumbestand. Im Park befindet sich ein Pavillon, der heute als Café genutzt wird und unter Denkmalschutz steht (vgl. STADT BIELEFELD 2016f).



Abb. 6-17: Nordpark in Bielefeld (Quelle: LANDSCHAFTSVERBAND WESTFALEN-LIPPE 2013)

Der Ravensberger Spinnerei-Garten mit dem Rochdale-Park (siehe Abb. 6-18) entstand in den 1970er-Jahren, nachdem eine Bürgerinitiative verhinderte, dass das ehemalige Spinnereigelände abgerissen wird. Statt einem Straßenkreuz entstand ein Museumspark. Der ehemalige Direktorengarten konnte bezüglich der Wegeführung, des Teiches und des Springbrunnens weitgehend originalgetreu rekonstruiert werden. Der südliche Teil der Gesamtparkanlage wurde der englischen Partnerstadt Bielefelds (Rochdale) gewidmet (vgl. STADT BIELEFELD 2016f).



**Abb. 6-18: Ravensberger Spinnerei-Garten in Bielefeld (Quelle: BIELEFELD MARKETING GMBH 2016b)**

Der Botanische Garten (siehe Abb. 6-19) beherbergt eine umfangreiche Pflanzensammlung (darunter nahezu 200 bedrohte Arten der Roten Liste Nordrhein-Westfalen) und vielfältige Gartengestaltungselemente. Als sehr attraktiv gelten die Rhododendron- und die Azaleensammlung. Zudem gibt es einen Steingarten, einen Arznei- und Gewürzgarten und Bambusgärten. Zum 90-jährigen Bestehen wurde ein Bienenhaus errichtet. Der Eintritt in den Botanischen Garten ist von Beginn an kostenfrei (vgl. STADT BIELEFELD 2016f).



**Abb. 6-19: Botanischer Garten in Bielefeld (Quelle: VEREIN FREUNDE DES BOTANISCHEN GARTENS BIELEFELD E.V. o.J.)**

Der Obersee (siehe Abb. 6-20) entstand Ende der 1970er-Jahre als Teilanlage einer vom Werre-Wasserverband und der Stadt Bielefeld geplanten großen Regenwasserrückhalteanlage. Der See nimmt 20 Hektar der ca. 80 Hektar großen Grünanlage ein, die als Naherholungsgebiet dient. Das Baden im See ist aktuell nicht gestattet (vgl. STADT BIELEFELD 2016f).



**Abb. 6-20: Obersee in Bielefeld (Quelle: HOPEK o.J.)**

Der Japanische Garten (siehe Abb. 6-21) wurde im Jahr 2003 im Stadtbezirk Gadderbaum eröffnet und ist als Betrachtungsgarten konzipiert. Der Trockenlandschaftsgarten wurde nach den Regeln der Zen-Gärten geschaffen und soll vom Besucher lediglich betrachtet bzw. in Gedanken durchwandert werden. Er ist nicht dazu gedacht, dass man durch die idealisierte Landschaftsdarstellung läuft. Sein Eingangstor soll an den Eingang zum Himmel erinnern und wird nur äußerst selten geöffnet (vgl. STADT BIELEFELD 2016f).



**Abb. 6-21: Japanischer Garten in Bielefeld (Quelle: LANDSCHAFTSVERBAND WESTFALEN-LIPPE 2016b)**

Der historische Park Johannisberg (siehe Abb. 6-22) liegt am Fuß des Teutoburger Waldes und ermöglicht einen guten Blick auf das Bielefelder Stadtgebiet und die Sparrenburg. Bis in die 1940er-Jahre diente der Park, der in Nähe der Stadtvillen lag, den Bielefelder Bürgerinnen und Bürgern zum Flanieren. Nach dem Zweiten Weltkrieg geriet er ins Vergessen und begann zu verwildern. 2008 wurde er im Zusammenhang mit der Kampagne *StadtParkLandschaft* restauriert (vgl. STADT BIELEFELD 2016g).



**Abb. 6-22: Historischer Park Johannisberg in Bielefeld (Quelle: BIELEFELD MARKETING GMBH 2015b)**

Neben den innerstädtischen Parks und Grünanlagen befinden sich die Naturparke Teutoburger Wald/Eggegebirge und Nördlicher Teutoburger Wald/Wiehengebirge in direkter Nähe zur Stadt (STADT BIELEFELD 2016g). 7,5 Prozent des Stadtgebiets stehen unter Naturschutz. Die 39 Naturschutzgebiete, die in den drei Bielefelder Landschaftsplänen ausgewiesen sind, umfassen demnach 19,58 km<sup>2</sup>, wobei die Größe der verschiedenen Gebiete stark variiert. So nimmt beispielsweise das Naturschutzgebiet Östlicher Teutoburger Wald, das zugleich auch FFH-Gebiet ist, die Hälfte der Fläche ein (STADT BIELEFELD o.J.d). Unter Landschaftsschutz stehen 48,5 Prozent der städtischen Fläche, womit insgesamt 57 Prozent des Stadtgebiets einem Schutzstatus unterliegen. Zudem bestehen mit den Landschaftsplänen Bielefeld-Ost, Bielefeld-Senne und Bielefeld West drei Landschaftspläne, die dem Schutz und der Entwicklung der Landschaft dienen und deren Geltungsbereich ungefähr 66 Prozent des Stadtgebiets entspricht (STADT BIELEFELD o.J.a).

1974 wurde der gemeinnützige Verein *Pro Grün Bielefeld e.V.* gegründet, um den Abriss der Ravensberger Spinnerei und einer Talbrücke durch den Naturpark Teutoburger Wald zu verhindern, der sich ihrer Meinung nach negativ auf das Stadtbild und die Landschaft ausgewirkt hätte. Heute hat sich der Verein unter anderem zum Ziel gesetzt, naturnahe Räume im Verdichtungsraum Bielefeld zu erhalten, durch Initiativen zur Erhöhung der Lebens- und Erholungsqualität in Bielefeld beizutragen oder Kompromisse bei Planungs- und Nutzungskonflikten auszuhandeln. Zu den Projekten des Vereins zählen beispielweise die Unterstützung des Aufbaus eines grünen Stadtrings durch die Pflanzung von Bäumen und die Beteiligung an der Lutterfreilegung. Der Bach wurde in großen Teilen durch Kanäle verrohrt oder war zugewachsen. Durch das Projekt Lutterstadt Bielefeld soll der Bach

wieder erlebbar gemacht werden. Hierzu wurden interaktive Tafeln aufgestellt, die über den Bach und seine Situation informieren. Zudem ist es gelungen, einige Teile durch Spendengelder und Landesförderungsmittel wieder freizulegen (vgl. GEMEINNÜTZIGER VEREIN PRO GRÜN BIELEFELD E.V. o.J.).

### ***Besonderheiten des Standortes in der Stadt- und Freiraumentwicklung***

Seit dem Jahr 1997 existiert die Initiative *Bielefeld 2000plus - Forschungsprojekte zur Region*. Dabei handelt es sich um eine Kooperation zwischen Universität und Stadt Bielefeld, in der es darum geht, den Standortvorteil "Hochschule" für Bielefeld und seine Region herauszuarbeiten, indem man durch verschiedene Projekte und Arbeitskreise, die sich beispielsweise mit dem Themen Stadtentwicklung oder Umwelt beschäftigen, eine Vernetzung von Wissenschaft, Stadt und Region erzielt und den Austausch von Expertenwissen ermöglicht (vgl. UNIVERSITÄT BIELEFELD 2016).

Mit dem Handlungsprogramm Klimaschutz hat sich die Stadt Bielefeld zur Aufgabe gemacht bis zum Jahr 2020 die Klimaschutzziele zu erreichen, 40 Prozent CO<sub>2</sub> einzusparen und 20 Prozent erneuerbare Energien zu nutzen. Dafür hat der Arbeitsbereich Klimaschutz ein Handlungsprogramm erstellt. Das Vorhaben wird durch das Bundesumweltministerium und das Forschungszentrum Jülich gefördert. Diverse Akteure wie das Amt für Verkehr, das Bauamt, das Umweltamt, der Umweltbetrieb, die Stadtwerke Bielefeld oder die Wirtschaftsentwicklungsgesellschaft WEGE sind an der Erarbeitung und Umsetzung des Handlungsprogramms Klimaschutz beteiligt. Als Handlungsfelder wurden die Punkte Entwicklungsplanung/Raumordnung, kommunale Gebäude und Anlagen, Ver- und Entsorgung, Verkehr, interne Organisation und Kommunikation/Kooperation festgelegt (vgl. STADT BIELEFELD 2016e).



**Abb. 6-23:** Logo zum Programm "StadtParkLandschaft – Erlebnisvielfalt im Grünen" (Quelle: STADT BIELEFELD 2009: 5)

Speziell im Bereich des Stadtgrüns hat Bielefeld die Marke *StadtParkLandschaft* (Abb. 6-23) geschaffen, die die sogenannte "grüne Erlebnisvielfalt" in Form von Naturerleben, Freizeit und Erholung im Grünen“ der Stadt in den Vordergrund rücken soll. Die Zielsetzung ist hier, „die Qualität des Stadtgrüns und seine Erlebnis- und Nutzungsvielfalt weiter zu entwickeln, zu verbessern und als Imagefaktor für die Stadt Bielefeld zu profilieren“. Bereits in den 1980er-Jahren warb Bielefeld mit einem Slogan, die "freundliche Stadt am Teutoburger Wald" zu sein. Im Jahr 2004 beschloss dann der Bielefelder Umwelt- und Stadtentwicklungsausschuss einen Prozess einzuleiten, der der „Attraktivitätssteigerung, Belebung und weiteren Profilierung des Bielefelder Grüns“ dienen sollte und der zudem auch die steigenden Ansprüche der in und um Bielefeld lebenden Menschen nach Erholung berücksichtigen sollte. Pilotprojekt des Programms ist der Erlebnis- und Landschaftspark am Bielefelder Pass (siehe Abb. 6-24), welches initiiert wurde, um die Lebensqualität in Bielefeld, die sich in seinen Freiraumstrukturen widerspiegelt, zu präsentieren. Im Rahmen dessen wurden bislang

beispielsweise der Kletterpark am Johannisberg und eine Beschilderung der Wanderwege im Erlebnis- und Landschaftspark geschaffen. Auch die historischen Gartenanlagen am Johannisberg wurden wiederhergestellt. Zudem werden die bereits bestehenden Erholungsschwerpunkte wie das Schelphofgebiet, welches Wanderwege durch die bäuerliche Kulturlandschaft bietet, oder das Erholungsgebiet Bockschatzhof, in dem man neben Wasserflächen und Spazierwegen auch Spiel- und Liegewiesen findet, in das Projekt integriert (STADT BIELEFELD 2016j).

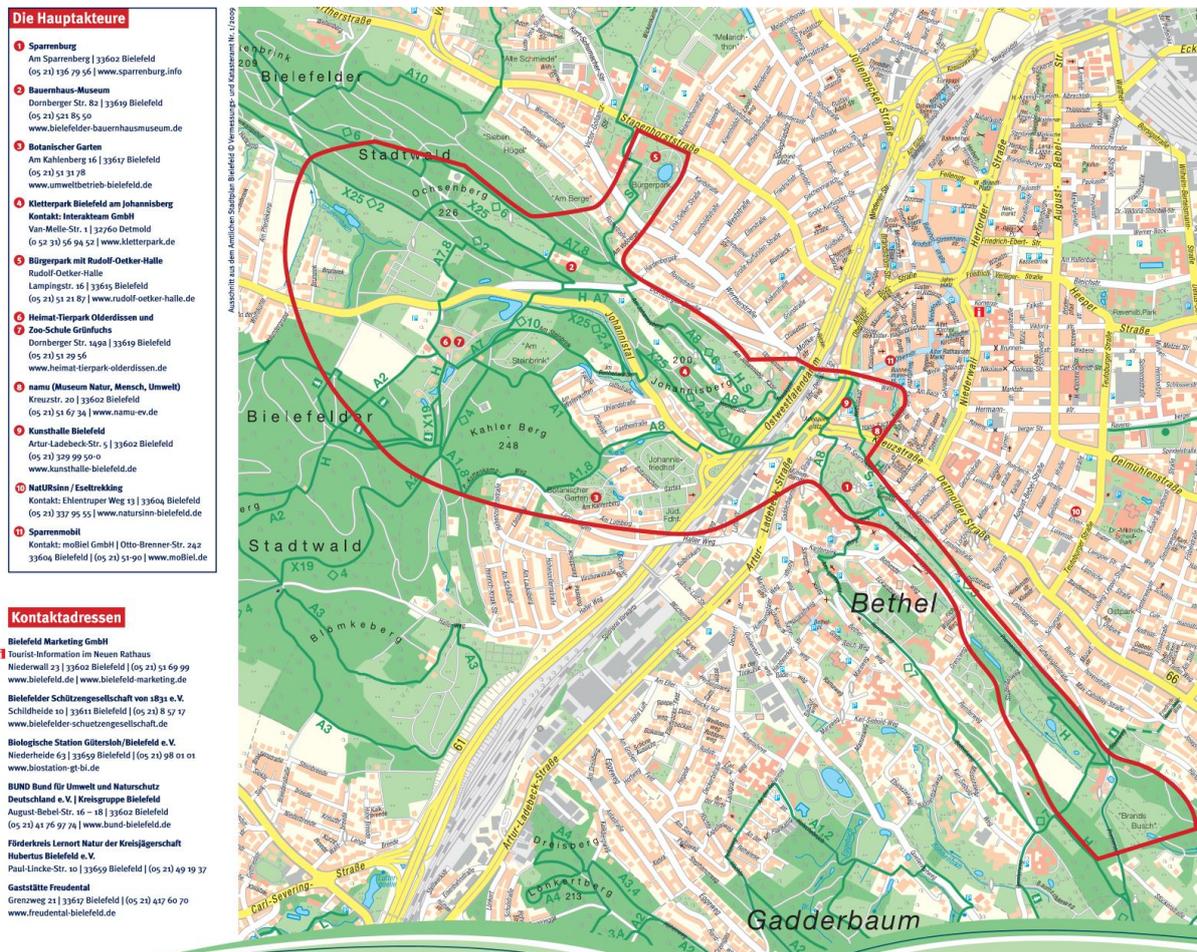


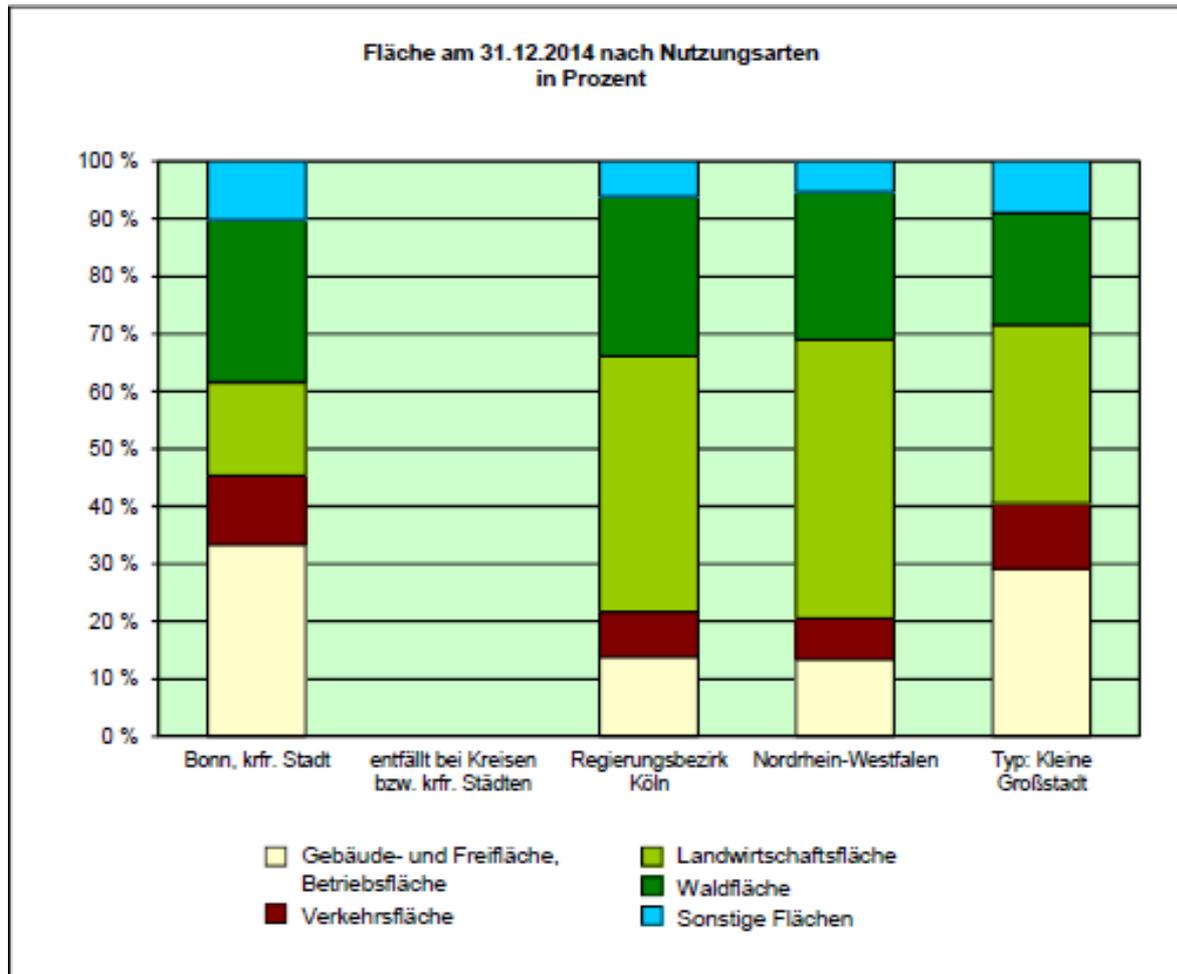
Abb. 6-24: Erlebnis- und Landschaftspark am Bielefelder Pass (Quelle: STADT BIELEFELD 2009: 12f.)

Die "grüne Erlebnisvielfalt" Bielefelds soll den Menschen auch mit dem Magazin "Natur erleben" nähergebracht werden. Dort werden Aktivitäten und Projekte im Bereich des Freiraums sowie einzelne Erholungsgebiete und Parks vorgestellt. Das Magazin umfasst weiter einen Veranstaltungskalender, der auf die verschiedenen Veranstaltungen mit Freiraumbezug hinweist und so Aktivitäten im Freiraum fördern soll (vgl. DETERINGDESIGN GMBH/STADT BIELEFELD 2015).

### 6.3 Der Standort Bonn

Die kreisfreie Großstadt Bonn liegt im Regierungsbezirk Köln, der sich im südlichen Teil Nordrhein-Westfalens befindet, und hat 313.958 Einwohnerinnen und Einwohner. Das gesamte Stadtgebiet umfasst 141,06 km<sup>2</sup>. Mit 69,65 km<sup>2</sup> zählen 49,4 Prozent zu den Siedlungs- und Verkehrsflächen. 50,6 Prozent bzw. 71,41 km<sup>2</sup> umfassen Freiflächen außerhalb der Siedlungs- und Verkehrsfläche. 2003 betrug die Fläche der Stadt Bonn 141,22 km<sup>2</sup>. In diesem Jahr lag der Anteil an Siedlungs- und Verkehrsflächen noch bei 70,02 km<sup>2</sup>. Der Anteil an Freiflächen umfasste mit 71,21km<sup>2</sup> 50,4 Prozent

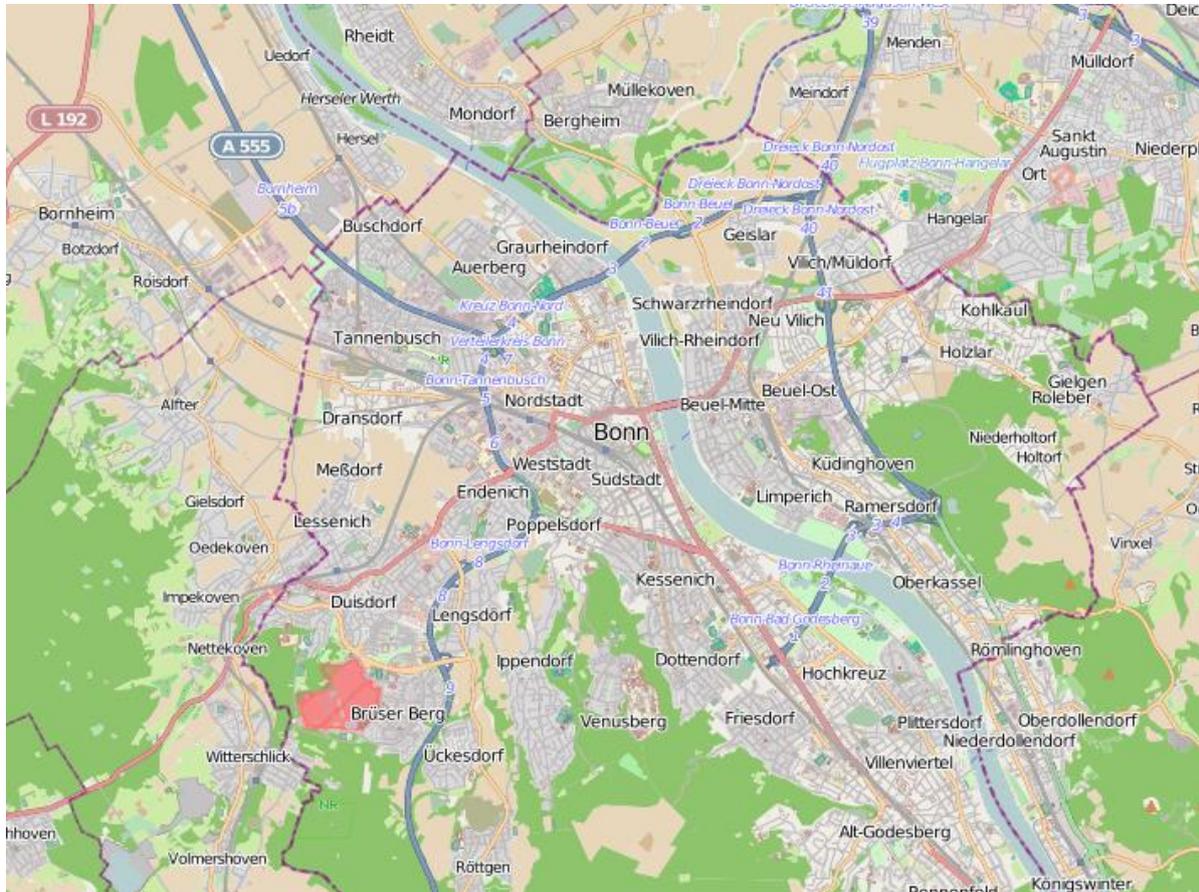
und lag somit um ein Prozent höher als heute (Stand: 2014 - vgl. IT.NRW 2015c: 1ff.). Abb. 6-25 zeigt die verschiedenen Flächenanteile im Bonner Stadtgebiet.



**Abb. 6-25: Flächenanteile in Bonn (Quelle: IT.NRW 2015c: 3)**

Die Stadt Bonn liegt an beiden Ufern des Rheins und war von 1949 bis 1990 Bundeshauptstadt. Erstmals erwähnt wurde sie in römischen Schriftquellen vor 2.000 Jahren als Legionsfestung Castra Bonnensia. Um 450 verlassen jedoch die letzten römischen Truppenteile das Rheinland. Im Jahr 691 wurde erstmals die heutige Münsterkirche als "basilica ss. Cassii et Florentii" erwähnt und man findet Informationen darüber, dass es um 804 eine Siedlung beim Münster gab, die sich Villa Basilica nannte. 1244 hatte dann der Erzbischof Konrad von Hochstaden das Mauerbauprivileg und im Jahr 1597 wurde die Stadt Haupt- und Residenzstadt der Kurfürsten und Erzbischöfe von Köln. Heute kennt man Bonn vor allem als Beethovenstadt, der dort im Jahr 1770 geboren wurde. Im Jahr 1815 wurde die Stadt preußisch. Die Eisenbahn zwischen Bonn und Köln gibt es seit dem Jahr 1844. Im Jahr 1904 wurden die heutigen Stadtteile Dottendorf, Kessenich, Poppelsdorf und Endenich nach Bonn eingemeindet. Im Zweiten Weltkrieg wurden große Teile der Stadt zerstört. Mit der Raumordnung im Jahr 1969 wurden die Städte Bonn, Bad Godesberg, Beuel sowie Teile Duisdorfs und des damaligen Siegkreises zur neuen Stadt Bonn vereinigt. Die einstigen Landkreise Bonn und der Siegkreis werden zum Rhein-Sieg-Kreis. Nachdem der Bundestag 1991 beschloss, seinen Sitz nach Berlin zu verlegen, wurde Bonn zur Bundesstadt. Das 1994 beschlossene Berlin/Bonn-Gesetz sollte dafür Sorge tragen, dass eine gerechte Arbeitsteilung zwischen der Bundesstadt Bonn und der Bundeshauptstadt Berlin gewährleistet wird. Im Zuge dessen regelt der Ausgleichsvertrag, dass Bonn 2,8 Milliarden D-Mark für

den Strukturwandel erhält. Für Stabilität sorgte zudem, dass mit der Privatisierung von Telekom, Post und Postbank im Jahr 1995 die Unternehmen ihre Konzernzentralen in Bonn etablierten. Des Weiteren wurde Bonn im Jahr 1996 UNO-Stadt. 2006 wurde der UN-Campus im ehemaligen Regierungsviertel eingeweiht (vgl. BUNDESSTADT BONN 2010). Abb. 6-26 zeigt eine Karte des Stadtgebiets von Bonn.



**Abb. 6-26: Stadtgebiet Bonn (Quelle: AMBIWEB GMBH 2016b)**

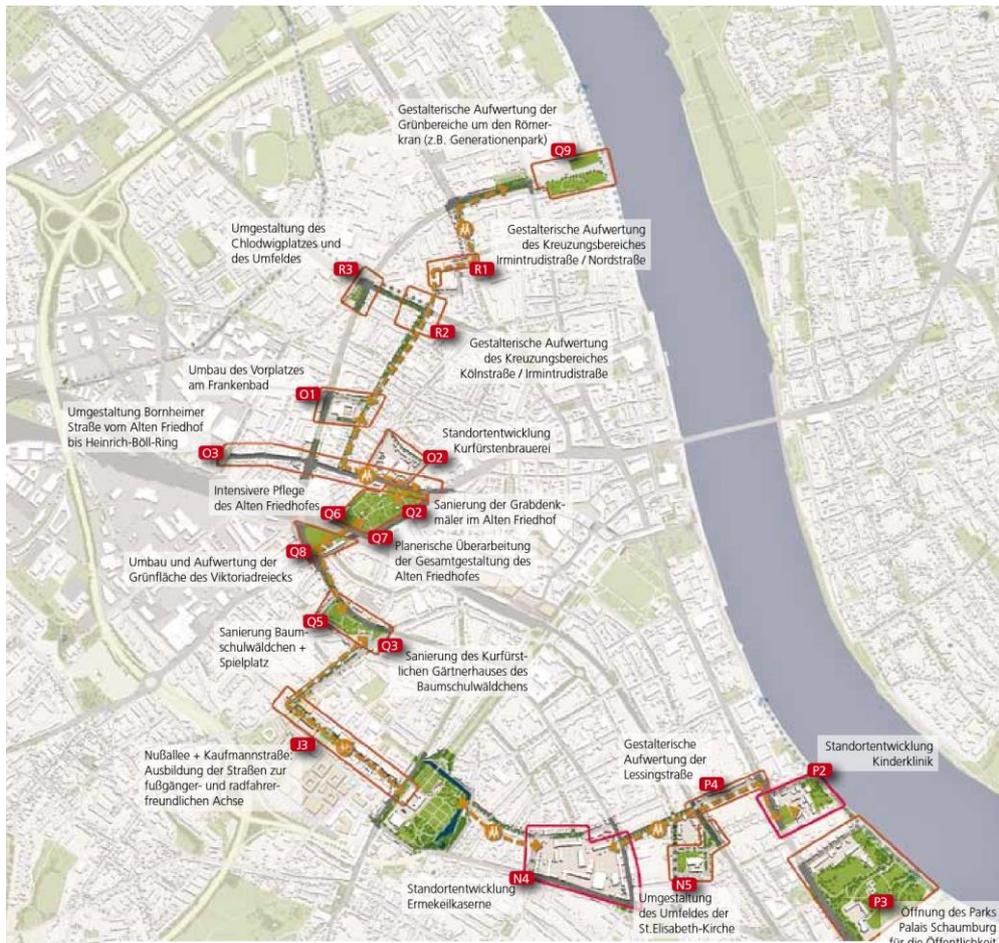
In den letzten beiden Jahrzehnten durchlebte Bonn den Wandel „von einer auf die Regierungsfunktion konzentrierten Stadt“ zu einem UN- und Wirtschaftsstandort mit DAX-Konzernen. Heute sind 18 Einrichtungen der Vereinten Nationen in Bonn vertreten (BUNDESSTADT BONN 2016d), zu denen unter anderem das Klimasekretariat gehört. Des Weiteren zählen die „Frühwarnung vor Naturkatastrophen, Natur- und Artenschutz, Wasser, Gesundheit, Bildung und nachhaltiger Tourismus“ zu wichtigen Themen, die vertreten sind. Das am Standort entstandene Nachhaltigkeitscluster zeichnet sich durch Kooperationen zu Institutionen wie den Bundesministerien, Entwicklungsdiensten, Unternehmen, Wissenschaftseinrichtungen, Medien und Nichtregierungsorganisationen aus und soll die „inhaltlich[e] Kompetenz für Umwelt- und Entwicklungsfragen“ stärken (BUNDESSTADT BONN 2014: 76). So fanden in Bonn beispielsweise die Klimakonferenzen der Vereinten Nationen 1999 und 2001, die UN-Konferenzen zur Frühwarnung vor Naturkatastrophen 2003 und 2006, die Internationale Konferenz für Erneuerbare Energien 2004 und die 9. UN-Vertragsstaatenkonferenz des Übereinkommens zur biologischen Vielfalt im Mai 2008 statt. Um die Veranstaltungskompetenz des Standortes zu unterstreichen und um sich als Konferenzstandort zu positionieren, wurde in den letzten Jahren an der Etablierung eines Angebotes an modernen Tagungsmöglichkeiten nach internationalen Qualitätsstandards gearbeitet. Hierfür

wurde im Jahr 2015 das World Conference Center Bonn im ehemaligen Regierungsviertel fertiggestellt (vgl. BUNDESSTADT BONN 2016b).

Betrachtet man die Verkehrsinfrastruktur, so ist zu erkennen, dass die Flughäfen Köln/Bonn, Düsseldorf und Frankfurt/Main in weniger als einer Stunde bzw. ca. 1,5 Stunden Fahrtzeit zu erreichen sind. Die Stadt ist direkt an die Autobahnen A3 und A61 angebunden und man gelangt innerhalb von ein bis zwei Stunden mit dem THALYS bzw. dem ICE in die europäischen Wirtschaftszentren Brüssel oder das Rhein-Main-Gebiet (vgl. BUNDESSTADT BONN 2014: 14f.).

Die Wissenschafts- und Forschungslandschaft in der Region Bonn ist breit gefächert und stellt ein großes Fachkräftepotenzial. Allein die 1818 gegründete Rheinische Friedrich-Wilhelms-Universität hat 32.500 Studierende und 4.000 Studienabschlüsse pro Jahr. Dazu kommt die 1995 gegründete Hochschule Bonn-Rhein-Sieg, die an den Standorten Hennef, Rheinbach und Sankt Augustin angesiedelt ist. Sie hat aktuell ca. 7.000 Studierende und jährlich ca. 1.000 Absolventen, von denen 60 Prozent in der Region bleiben. Zudem befindet sich in unmittelbarer Nähe zu Bonn mit dem RheinAhrCampus ein Standort der Fachhochschule Koblenz, der in Rahmen des Bonn/Berlin-Ausgleichs entstanden ist und 2.700 Studierende zählt. Zu den universitären Einrichtungen kommen unter anderem sechs Fraunhofer-Institute, drei Max-Planck-Institute, das Forschungszentrum caesar und das Deutsche Zentrum für Luft- und Raumfahrt (Stand: 2013 - vgl. BUNDESSTADT BONN 2014: 68f.). Die Kulturszene mit dem Opernhaus, Beethoven Orchester, Theatern oder Kabarettbühnen, die einen eigenen Themenkomplex darstellen, erscheint ebenfalls umfangreich (vgl. BUNDESSTADT BONN 2014: 82ff.).

Der Rat der Stadt Bonn hat im Juli 2013 „den Grundsatzbeschluss zum Masterplan *Innere Stadt Bonn* gefasst“, der damit „für die nächsten 15 Jahre im Grundsatz die Programmatik für die Stadtentwicklung“ ist. Dabei stellen die im Masterplan aufgeführten Projekte bis zum Jahr 2017 die Grundlage „für den Antrag auf Städtebaufördermittel beim Land NRW“. Der Masterplan *Innere Stadt Bonn* umfasst neben fünf Handlungsfeldern drei Leitmotive, „denen die ausgewählten Projekte mit ihren Prioritäten und Abhängigkeiten in Projektbündeln zugeordnet sind“. Bei den Handlungsfeldern handelt es sich um übergeordnete Zielsetzungen. Sie lauten "Wohnen in der inneren Stadt stärken", "City funktional und gestalterisch stärken", "Innere Stadt zum Rhein öffnen", "Potentiale der Universität in der Stadt nutzen" und "Verflechtungs- und Zugangsräume aufwerten". Aus diesen Zielsetzungen gehen die Leitmotive "Urbanes C", "Grüne Trittsteine" und "Bonner Promenaden" hervor. Sie dienen „als Leitlinie der städtebaulichen Entwicklung“ (BUNDESSTADT BONN o.J.b). Mit den Leitmotiven spielt bei der Stadtentwicklung auch das urbane Grün eine zentrale Rolle. So soll das Leitmotiv "Grüne Trittsteine" durch verschiedene Maßnahmen, die auf Abb. 6-27 zu erkennen sind, unter anderem „die wichtigen Verbindungen zwischen den in der "inneren Stadt" Bonns vorhandenen Grün- und Freiräumen“ stärken und diese „zu einem Gesamtgefüge“ verknüpfen (BUNDESSTADT BONN 2012: 51).



**Abb. 6-27: Räumliche Schwerpunktgebiete für die Entwicklung des Leitmotivs "Grüne Trittsteine" (Quelle: BUNDESSTADT BONN 2012: 51)**

Die Bezirksregierung Köln ist „für die Erarbeitung, Aufstellung, Überprüfung und Änderung des Regionalplanes im Regierungsbezirk Köln“ zuständig. Sie ist die Bezirksplanungsbehörde. Für Bonn ist aktuell der Teilabschnitt Region Bonn/Rhein-Sieg des Regionalplans von 2004 gültig. Dabei ist die Neu-Aufstellung des Regionalplans angekündigt. Neben der gesetzlichen Regionalplanung bestehen zudem weitere Formen der interkommunalen Zusammenarbeit, um regionale Fragestellungen zu bearbeiten. Für die Region Bonn/Rhein-Sieg/Ahrweiler ist dabei der Regionale Arbeitskreis Entwicklung, Planung und Verkehr (:rak) zu nennen (BUNDESSTADT BONN 2015h), wobei es sich um eine freiwillige Kooperation handelt (:RAK 2008: 9). Zu der Region Bonn/Rhein-Sieg/Ahrweiler gehören die kreisfreie Stadt Bonn und der Rhein-Sieg-Kreis in Nordrhein-Westfalen sowie der Kreis Ahrweiler in Rheinland-Pfalz (vgl. :RAK 2008). Ziel ist es, die umliegenden Mittelzentren zu stärken und zugleich die Funktion Bonns als Oberzentrum zu erhalten. So soll „durch eine arbeitsteilige Aufgabenstellung [...] die Gesamtstruktur der Region im Sinne einer nachhaltigen Raumentwicklung stabilisiert und eine große Bandbreite an künftigen Entwicklungsmöglichkeiten geboten werden“, was im Weiteren noch Erläuterung findet (:RAK 2008: 5).

Die verstärkte Zusammenarbeit Bonns mit der Region ist auf den Bundestagsbeschlusses 1991 für den Regierungsumzug von Bonn nach Berlin zurückzuführen. Für Bonn und die Region<sup>32</sup>, zu der auch der Rhein-Sieg-Kreis und der Kreis Ahrweiler gehören, wurde ein strukturpolitisches Leitbild

<sup>32</sup> Die Region umfasst eine Fläche von rund 2.000 km<sup>2</sup> und 1,1 Millionen Einwohnerinnen und Einwohner (vgl. BUNDESSTADT BONN o.J.c).

entwickelt. Das entstandene "Fünf-Säulen-Modell" beschreibt die Entwicklungsziele für die Region Bonn/Rhein-Sieg/Ahrweiler, die aus den vorhandenen Potenzialen und Fähigkeiten der Region hervorgehen und in die fünf Themenbereiche "Region der Wissenschaft und Forschung", "Modell einer umweltgerechten Städtelandschaft und Kulturregion", "Region zukunftsorientierter Wirtschaftsstruktur", "Zentrum für europäische und internationale Zusammenarbeit" und "Bonn als Bundesstadt" münden (vgl. :RAK o.J.a; o.J.b; BUNDESSTADT BONN o.J.c). Um Bedeutung und Funktion der Region zu erhalten, wurden diese Entwicklungsziele im Berlin/Bonn-Gesetz und in der Ausgleichsvereinbarung für die Region festgeschrieben (vgl. :RAK 2008). Dennoch wurden in den letzten Jahren weitere Arbeitsplätze nach Berlin verlagert, so dass sich dort mittlerweile mit 64,4 Prozent nahezu zwei Drittel der ministeriellen Arbeitsplätze befinden. Zudem sind 2009 die Bundeszuschüsse im Kultursektor weggefallen. So muss sich dieser ebenso wie der Wissenschaftssektor verstärkt um öffentliche Fördergelder bemühen. Auch die kommunale Haushaltssituation ist angespannt und das Erreichen eines ausgeglichenen Haushaltes wird zunehmend schwieriger (vgl. BUNDESSTADT BONN 2014: 10).

### Demographie

Die Stadt Bonn verzeichnet tendenziell ein Bevölkerungswachstum bei weiterhin positiven Prognosen (siehe Tab. 6-3). Dabei ist der Einbruch im Jahr 2011 auf Bestandskorrekturen nachträglich berichtiger Meldedfälle (Zensus 2011) zurückzuführen. In Bonn besteht ein Überschuss an Geburten gegenüber den Verstorbenen. Das Bevölkerungswachstum resultiert jedoch vor allem aus einem positiven Wanderungssaldo, da mehr Zu- als Fortzüge zu verzeichnen sind (Stand: 31. Dezember 2014 - vgl. IT.NRW 2015c: 6).

Tab. 6-3: Bevölkerungsstand und -bewegung zwischen 2008-2014 in Bonn (Quelle: IT.NRW 2015c: 6)

#### Bevölkerungsstand\*) und -bewegung 2008 – 2014

Merkmal		2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
a = Insgesamt								
b = Nichtdeutsche <sup>1)</sup>								
c = je 1 000 Einwohner								
Bevölkerung am 31.12.	a	317 949	319 841	324 899	307 530	309 869	311 287	313 958
	b	50 107	49 493	49 135	36 879	38 013	39 321	41 625
Lebendgeborene	a	3 129	3 137	3 335	3 309	3 215	3 146	3 349
	b	175	27	12	26	255	251	344
Gestorbene	a	2 865	2 745	2 843	2 794	2 904	2 935	2 705
	b	323	72	82	66	109	117	107
Überschuss der Geborenen (+) bzw. Gestorbenen (-)	a	+ 264	+ 392	+ 492	+ 515	+ 311	+ 211	+ 644
	b	- 148	- 45	- 70	- 40	+ 146	+ 134	+ 237
Zugezogene	a	22 012	22 684	25 848	25 547	24 878	25 266	26 111
	b	7 433	8 092	8 527	9 311	9 798	10 622	11 602
Fortgezogene	a	20 738	21 209	21 292	23 055	22 852	24 118	24 477
	b	6 994	7 204	7 601	8 048	7 681	8 382	8 764
Überschuss der Zu- (+) bzw. Fortgezogenen (-)	a	+1 274	+1 475	+4 556	+2 492	+2 026	+1 148	+1 634
	b	+ 439	+ 888	+ 926	+1 283	+2 117	+2 240	+2 838
Gesamtsaldo <sup>2)</sup>	a	+1 533	+1 892	+5 058	-17 369	+2 339	+1 418	+2 671
	b	- 678	- 614	- 358	-12 256	+1 134	+1 308	+2 304
	c	+ 4,8	+ 5,9	+ 15,6	- 56,5	+ 7,5	+ 4,6	+ 8,5

\*) Bevölkerungsfortschreibung auf Basis Volkszählung 1987 und Zensus 2011 – 1) Die Gliederung „deutsch/nichtdeutsch“ ist durch die Reform des Staatsangehörigkeitsrechts von 1999 ab dem Berichtsjahr 2000 beeinflusst. – 2) einschließlich Bestandskorrekturen aufgrund nachträglich berichtiger Meldedfälle und einschließlich der Fälle eines Wechsels zur deutschen Staatsangehörigkeit

Das Statistische Landesamt geht davon aus, dass die Einwohnerzahl vom Jahr 2014 bis zum Jahr 2025 um 7,8 Prozent auf 335.615 Menschen und bis zum Jahr 2040 um ca. 12,1 Prozent auf etwa 348.1895 Menschen (siehe Tab. 6-4) ansteigen wird (Stand: 01. Januar 2014 - vgl. IT.NRW 2015c).

**Tab. 6-4: Bevölkerungsvorausberechnung in der Basisvariante in Bonn 01.01.2014-01.01.2040 (Quelle: IT.NRW 2015c: 9)**

**Bevölkerungsvorausberechnung\*) (Basisvariante) 1.1.2014 – 1.1.2040 nach Altersgruppen und Geschlecht**

Altersgruppe Geschlecht	Bonn, krfr. Stadt					Nordrhein-Westfalen	
	1.1.2014	1.1.2025		1.1.2040		1.1.2025	1.1.2040
	Anzahl	2014=100		Anzahl	2014=100		2014=100
<b>Bevölkerung insgesamt</b>	<b>311 287</b>	<b>335 615</b>	<b>107,8</b>	<b>348 895</b>	<b>112,1</b>	<b>100,9</b>	<b>99,5</b>
davon im Alter von ... Jahren							
unter 6	18 248	20 461	112,1	19 442	106,5	103,3	90,5
6 bis unter 18	34 605	35 888	103,7	38 481	111,2	92,5	90,8
18 bis unter 25	29 406	28 181	95,8	28 725	97,7	86,2	83,1
25 bis unter 30	24 239	28 166	116,2	25 767	106,3	101,1	86,7
30 bis unter 40	44 273	52 367	118,3	47 907	108,2	115,0	98,3
40 bis unter 50	46 245	40 811	88,2	47 038	101,7	78,8	87,2
50 bis unter 60	41 877	42 524	101,5	40 791	97,4	96,5	84,9
60 bis unter 65	15 882	22 268	140,2	17 321	109,1	131,3	92,5
65 und mehr	56 512	64 951	114,9	83 423	147,6	114,0	140,1
18 bis unter 65	201 922	214 317	106,1	207 549	102,8	98,0	88,6
Männlich	147 281	160 765	109,2	168 125	114,2	102,1	101,5
Weiblich	164 026	174 850	106,6	180 770	110,2	99,9	97,7

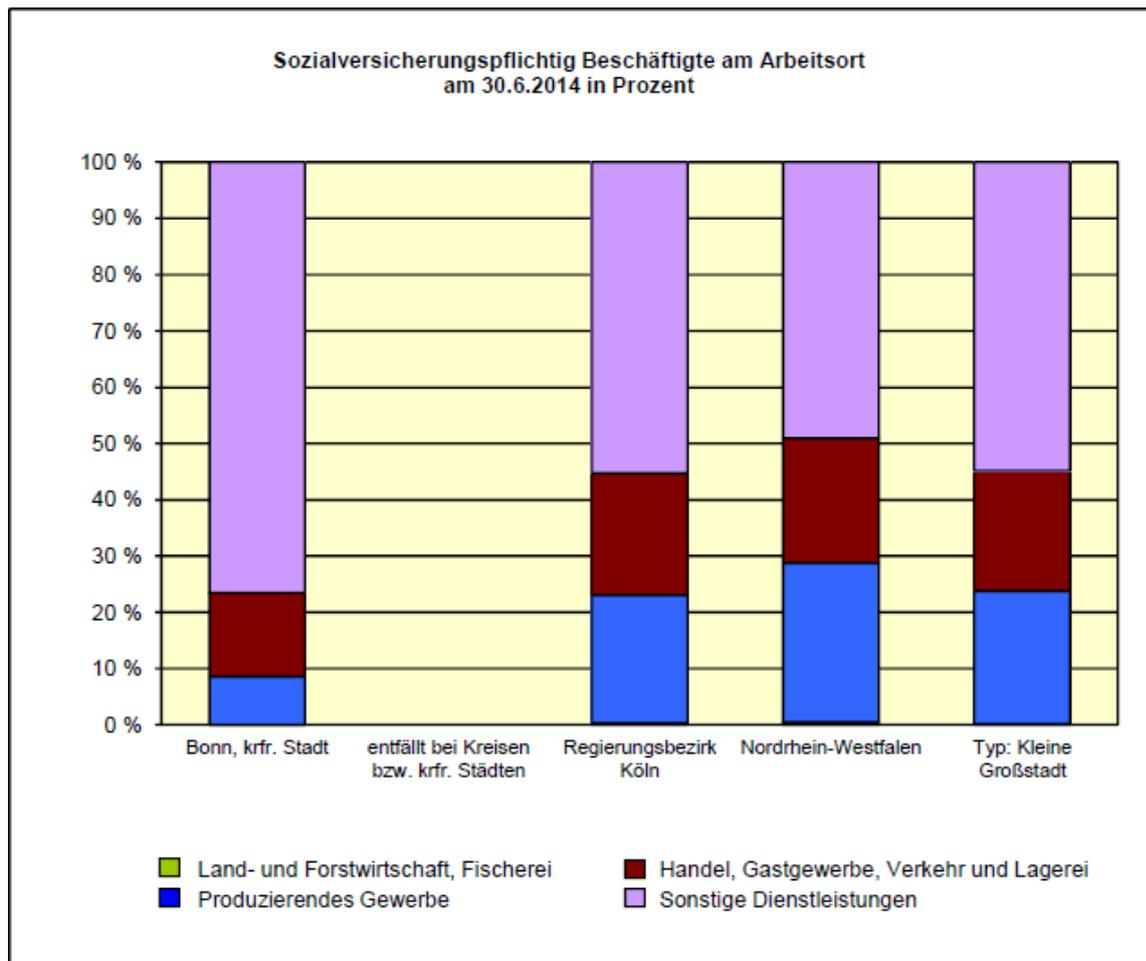
\*) Für die Bevölkerungsvorausberechnung in den kreisfreien Städten und Kreisen werden Ergebnisse der Statistiken der Geburten, Sterbefälle und Wanderungen, der Fortschreibung des Bevölkerungsstandes sowie der Sterbetafeln genutzt.

Damit gehört die Stadt Bonn, aber auch die angrenzenden Städte und Gemeinden, zu einer der wenigen Wachstumsregionen Deutschlands. Die natürliche Bevölkerungsbewegung, worunter man den Saldo aus Geborenen und Gestorbenen versteht, ist in Bonn seit 1987 ohne Unterbrechung positiv. Dieser Geburtenüberschuss gilt als eine Besonderheit, da kaum noch eine Kommune einen solchen verzeichnen kann (vgl. BUNDESSTADT BONN 2008: 75 sowie BUNDESSTADT BONN 2014:16).

**Wirtschafts- und Beschäftigtenstruktur**

Bonn entspricht nach dem Bericht der Enquetekommission "Zukunft der Städte in NRW" dem Stadttyp 1 der "Oberzentren mit vorrangig metropolitanen und wissensbasierten Sektoren" (PRÄSIDENT DES LANDTAGS NORDRHEIN-WESTFALEN 2004: 76).

Mit insgesamt 163.663 sozialversicherungspflichtig Beschäftigten verzeichnet die Bundesstadt Bonn im Juni 2014 gegenüber dem Vorjahr (160.336) eine Steigerung von 2 Prozent. Insgesamt ist Bonn ein absoluter Dienstleistungsstandort. 2014 waren 149.260 Personen in diesem Sektor beschäftigt, was einem Anteil von 91,2 Prozent aller Beschäftigten entspricht (siehe Abb. 6-28). Der Landesdurchschnitt Nordrhein-Westfalens der im tertiären Sektor Beschäftigten beträgt lediglich 70,5 Prozent. Auf den Bereich des produzierenden Gewerbes entfielen lediglich 8,5 Prozent bzw. 13.946 Beschäftigte. Im Bereich der Fischerei, Land- und Forstwirtschaft arbeiteten mit 114 Personen 0,1 Prozent der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten. Auch im Vergleich zum Typ "kleine Großstadt", dem Bonn entspricht, liegt der Anteil der sonstigen Dienstleistungen in Bonn deutlich höher (Stand: 30. Juni 2014 - vgl. BUNDESSTADT BONN 2014: 18; IT.NRW 2015c: 15).



**Abb. 6-28: Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte am Arbeitsort am 30.6.2013 in Bonn (Quelle: IT.NRW 2015c: 15)**

Das verfügbare Einkommen der privaten Haushalte (siehe Abb. 6-4) liegt im Jahr 2011 nicht nur leicht über dem Landesdurchschnitt von 20.056 Euro, sondern auch über allen Werten der untersuchten Standorte (vgl. WEGE MBH 2014). Daneben ist der Anteil von hochqualifizierten Beschäftigten in Bonn besonders stark ausgeprägt (siehe Abb. 6-5). Der Akademikeranteil aller Beschäftigten liegt im Jahr 2013 bei 23,1 Prozent. Damit übertrifft er alle Städte und Kreise in Nordrhein-Westfalen. Der Bundesdurchschnitt beträgt 12,5 Prozent. Der Landesdurchschnitt Nordrhein-Westfalens liegt mit 11,7 Prozent bei der Hälfte des Bonner Wertes (vgl. WEGE MBH 2014; BUNDESSTADT BONN 2014: 19).

Als Grundlage für die Wettbewerbsfähigkeit Bonns werden die Bereiche Forschung, Technologie und Innovation gesehen. Die Spezialisierung der Region liegt dabei auf wissensintensiven Dienstleistungen, wobei sich die Aktivitäten der Bonner Wirtschaftsförderung schwerpunktmäßig auf die Gesundheitswirtschaft, die IuK-Branche (Informations- und Kommunikationstechnologie) und die Geoinformationswirtschaft konzentrieren, da diese ein „hohes regionales Innovationspotenzial“ bieten und bundesweit als Wachstumssektoren gelten (BUNDESSTADT BONN 2014: 60). Die größten Unternehmen am Standort sind drei international bedeutende Unternehmen: Die Deutsche Telekom AG, die Deutsche Post DHL und die Postbank beschäftigen im Jahr 2013 zusammen 32.415 Mitarbeiter im Kammerbezirk Bonn/Rhein-Sieg der Industrie- und Handelskammer. Sie sind abgesehen von öffentlichen Einrichtungen die größten Arbeitgeber am Standort (vgl. BUNDESSTADT BONN 2014: 22f.). Die Zurich Gruppe, die ebenfalls zu den größten Unternehmen am Standort Bonn

gehört, wird ihren Standort jedoch in den kommenden Jahren nach Köln verlagern (vgl. LARMANN & SACHSENROEDER 2015). Mit ungefähr 1.600 Einrichtungen der Gesundheitswirtschaft besteht in Bonn eine hohe Konzentration medizinischer Forschungs- und Wissenschaftseinrichtungen, internationaler und nationaler Organisationen, Behörden und Verbände des Gesundheitswesens. Dazu zählen unter anderem das Europäische Zentrum für Umwelt und Gesundheit der Weltgesundheitsorganisation (WHO/ECEH) oder das Bundesgesundheitsministerium. Die Region Köln/Bonn zählt zudem zu den sechs Regionen Nordrhein-Westfalens, die durch die Landesregierung zum Schwerpunkt der Gesundheitswirtschaft erklärt wurden. Fast jeder sechste Beschäftigte in Bonn ist in der Gesundheitsbranche tätig, wodurch dieser Sektor auch zur städtischen Wirtschaftskraft beiträgt (vgl. BUNDESSTADT BONN 2014: 62f.). Der Bereich der Informations- und Kommunikationstechnologie ist ebenfalls ein wichtiger Arbeitgeber in Bonn. Zu den bekanntesten und umsatzstärksten Akteuren in diesem Bereich zählen die Deutsche Telekom und der Deutschen Post DHL. Neben diesen internationalen Konzernen gibt es viele Unternehmen des Mittelstandes, die sich beispielsweise auf die Softwareentwicklung oder IKT-Dienstleistungen spezialisiert haben (vgl. BUNDESSTADT BONN 2014: 64). Die Region Bonn gilt dabei vor allem als ein Zentrum der Geoinformationswirtschaft. Am Standort sind 20 kleinere und mittlere Unternehmen dieser Branche zu finden. Neben mittelständischen Betrieben und Unternehmensgründungen durch Universitätsabsolventen befinden sich darunter auch Niederlassungen von US-Unternehmen. Insgesamt sind der Branche ca. 1.000 Beschäftigte zuzurechnen (vgl. ZIEGENHAGEN o.J.; BUNDESSTADT BONN 2014: 66).

Die Arbeitslosenquote lag Mitte 2013 mit 6,4 Prozent leicht unter dem Bundesdurchschnitt von 6,6 Prozent und deutlich unter dem Landesdurchschnitt Nordrhein-Westfalens (siehe Abb. 6-6), der bei 8,2 Prozent lag. Im Vergleich zu den anderen NRW-Städten war die Arbeitslosenquote in Bonn mit deutlichem Abstand am niedrigsten (vgl. Stand: 30. Juni 2013 - BUNDESAGENTUR FÜR ARBEIT 2016).

### ***Marketingaktivitäten***

Einige Themen, die im Fünf-Säulen-Modell festgeschrieben wurden, sind in Bonn auch Themen der Bonner Marketingaktivitäten. So wird Bonn zum Beispiel als international wettbewerbsfähiger Wirtschaftsstandort beworben. Als weitere Schwerpunkte des Standortes werden unter anderem der IKT-Sektor oder der Gesundheitssektor gesehen. Zudem ist gerade bei der touristischen Vermarktung die Rolle Bonns als Beethovens Geburtsstadt von Bedeutung (vgl. BUNDESSTADT BONN 2014: 28; BUNDESSTADT BONN 2016d). Die attraktive Umgebung die Stadt Bonn wird von diversen Akteuren zu Werbezwecken bildlich genutzt. Das Cover der jährlich erscheinenden Informationsbroschüre "Wirtschaftsstandort Bonn" (siehe Abb. 6-29), die von der Wirtschaftsförderung der Stadt Bonn herausgegeben wird, ist dafür regelmäßig ein Beispiel. Aktuell zeigt es den Standort "Bonner Bogen".

Die Internationalität Bonns und das Thema Beethoven finden sich auch in der Dachmarke Bonns "Freude. Joy. Joie. Bonn." wieder, die durch die Abteilung Stadtmarketing und Öffentlichkeitsarbeit der Stadt Bonn bekannt gemacht werden soll. Zur Erklärung heißt es auf der Internetpräsenz der Stadt Bonn: „Die Wortmarke ist aus Schillers Ode "An die Freude", vertont im Schlusschor von Ludwig van Beethovens Neunter Sinfonie, entwickelt worden. Der Begriff "Freude" wird in der Marke ins Englische und Französische übersetzt und mit dem Namen Bonn abgeschlossen“ (vgl. BUNDESSTADT BONN 2013a). Die Wirtschaftsförderung der Stadt Bonn ist im Rahmen der Standortentwicklung für die Sicherung der Wettbewerbsfähigkeit der Stadt zuständig, wozu auch das Standortmarketing gehört (vgl. BUNDESSTADT BONN 2013b).



**Abb. 6-29: Titelbild der Informationsbroschüre "Wirtschaftsstandort Bonn" (Quelle: BUNDESSTADT BONN 2015j)**

Darüber hinaus findet heute eine gemeinsame Vermarktung bzw. Präsentation als Region und Wirtschaftsstandort durch die Tourismus & Congress GmbH Region Bonn/Rhein-Sieg/Ahrweiler (T&C) und über die Region Bonn statt, die durch die drei Gebietskörperschaften Bonn, Rhein-Sieg und Ahrweiler finanziert wird (vgl. BUNDESSTADT BONN o.J.c.; T&C o.J.) Die T&C ist laut Eigendarstellung für „die gezielte Werbung in den Bereichen Städtetourismus, Kongresswesen, Tagungen und Veranstaltungen sowie für die Museumslandschaft und das Kultur- und Freizeitangebot der Region Bonn/Rhein-Sieg“ zuständig. Ziele sind dabei „die Erhöhung des Bekanntheitsgrades und die Herausstellung der Vorzüge der Region Bonn/Rhein-Sieg als attraktives Reiseziel, die Förderung des Tourismus in der Region sowie die Positionierung im nationalen und internationalen Wettbewerb“ (T&C o.J.). Die Region Bonn/Rhein-Sieg/Ahrweiler tritt gemeinsam mit einem regionalen Marketingkonzept auf, welches sie auf internationalen Messen wie der MIPIM in Cannes oder der Expo Real in München präsentiert. Auf der Internetpräsenz der Wirtschaftsregion Bonn wird der Standort folgendermaßen beworben: „Die Region Bonn ist ein prosperierender Wirtschafts-, Wissenschafts- und Innovationsstandort mit einem ausgewogenen Mix an Zukunfts- und traditionellen Branchen. Sie bietet Unternehmen exzellente Entwicklungsmöglichkeiten und eine optimale Infrastruktur [...]. Der Wirtschaftsstandort ist in den letzten Jahren kontinuierlich gewachsen und bietet Unternehmen beste Voraussetzungen. Als ehemalige Hauptstadtregion hat der Standort einen einzigartigen Strukturwandel erlebt und wird heute durch fünf Alleinstellungsmerkmale definiert“. Zu diesen Alleinstellungsmerkmalen zählen der Wirtschaftsstandort, die Bundesstadt, der internationale Standort, der Wissenschaftsstandort und der Standort höchster Lebensqualität (BUNDESSTADT BONN o.J.c). Insgesamt wirkt die Aufstellung sehr breit.

In einem größeren räumlichen Kontext besteht zur Förderung der regionalen Strukturentwicklung der Verein Region Köln/Bonn e.V. Dabei handelt es sich um einen regionalen Zusammenschluss der kreisfreien Städte Köln, Bonn und Leverkusen sowie der Kreise Rhein-Sieg-Kreis, Rhein-Erft-Kreis, Rhein-Kreis Neuss, Oberbergischer Kreis und Rheinisch-Bergischer Kreis. Weitere Mitglieder sind

unter anderem die Handwerkskammer zu Köln, die IHK Bonn/Rhein-Sieg, die IHK zu Köln und der Landschaftsverband Rheinland. Laut Aussage des Vereins ist das Ziel, „die regionale Zusammenarbeit zu stärken und gemeinschaftlich eine strategische Ausrichtung der Region Köln/Bonn zu intensivieren [...]. Durch den organisierten Austausch in den Arbeitsgremien werden die Grundlagen der regionalen Zusammenarbeit erarbeitet und anstehende strukturelle, gesellschaftliche, ökologische und ökonomische Herausforderungen angenommen“. Auch das Regionalmarketing gehört zu den Tätigkeitsfeldern des Vereins (vgl. REGION KÖLN/BONN E.V. 2013).

### ***Naturraum und grüne Infrastruktur***

Im südlichen Teil der niederrheinischen Tieflandbucht liegt das Stadtgebiet Bonns, das rechtsrheinisch vom Siebengebirge und linksrheinisch von den Nieder- und Mittelterrassen sowie der Hauptterrasse des Rheins begrenzt wird. Der Rhein und die Sieg sowie deren zufließende Bachsysteme sind die größten Wasserflächen der Stadt. Neben den Waldflächen, die hauptsächlich aus Eichen-, Buchen- und Winterlindenwäldern bestehen, sind Obstbaumkulturen und Streuobstgebiete für die Region typisch (vgl. BUNDESSTADT BONN 2002: 7). Die über 80.000 Bäume der Bonner Grünanlagen, Straßen und Friedhöfe tragen zur Attraktivität des Stadtbildes bei und verbessern zudem das Stadtklima, indem sie Sauerstoff produzieren und Feuchtigkeit speichern. Durch die städtische Kessellage ist dieser Beitrag von besonderer Bedeutung (vgl. BUNDESSTADT BONN 2002: 41).

Zu Hauptstadtzeiten galt Bonn als grünste Hauptstadt Europas, was in den zahlreichen und vielfältigen Grünflächen sowie der landschaftlichen Qualität begründet war (vgl. BUNDESSTADT BONN 1998: 4). Auch wenn es Natur im Sinne eines vom Menschen unberührten Gebiets im Bonner Raum nicht mehr gibt, ist die Breite an Kulturlandschaftselementen groß. Trotz dichter Besiedlung und einer hohen Bautätigkeit zu Hauptstadtzeiten ist es in der Vergangenheit gelungen, wichtige Elemente des Bonner Stadtgebiets wie Teile der Waldflächen des Kottenforsts und des Ennerts un bebaut zu belassen und alte Siedlungsstrukturen beizubehalten (vgl. BUNDESSTADT BONN 2008: 15f.). Zu den bekannten Strukturen zählen die Hofgartenwiese, die Botanischen Gärten oder die Poppelsdorfer Allee als Teil der kurfürstlichen Grünstruktur sowie die Waldau als Teil des Kottenforsts und der Freizeitpark Rheinaue mit Rhein und Uferpromenaden. Daneben bestehen viele weniger bekannte Anlagen wie das Baumschulwäldchen oder der Grünzug Nord (vgl. BUNDESSTADT BONN 2016c). Mit dem Höhenzug Ennert gehört auch ein Teil des Siebengebirges zu den Bonner Freiräumen (vgl. BUNDESSTADT BONN 1998: 5). Einige Strukturen werden an dieser Stelle exemplarisch vorgestellt.

Das Baumschulwäldchen (siehe Abb. 6-30) ist ein kleiner Park im Baumschulviertel westlich der Innenstadt, der von kleinen Wegen durchzogen ist. Er gehört neben Hofgarten, Alter Zoll, Stadtgarten, Poppelsdorfer Allee und den Botanischen Gärten zur sogenannten kurfürstlichen Gesamtanlage, die im 18. Jahrhundert unter kurfürstlicher Herrschaft entstanden ist (vgl. BUNDESSTADT BONN 2015a).



**Abb. 6-30: Baumschulwäldchen in Bonn (Quelle: BUNDESSTADT BONN 2015a)**

Die Botanischen Gärten (siehe Abb. 6-31) am Poppelsdorfer Schloss entstanden zwischen 1715 und 1725 als kurfürstlicher Barockgarten, der exotische Bäume und Sträucher beherbergt. Heute werden die Botanischen Gärten vorwiegend für Forschung und Lehre genutzt. Der baumbestandene Park, einige Gewächshäuser und die Beete stehen jedoch auch Besuchern zur Besichtigung zu Verfügung. Der Eintritt ist bis auf die Sonntage kostenfrei (vgl. BUNDESSTADT BONN 2016a).



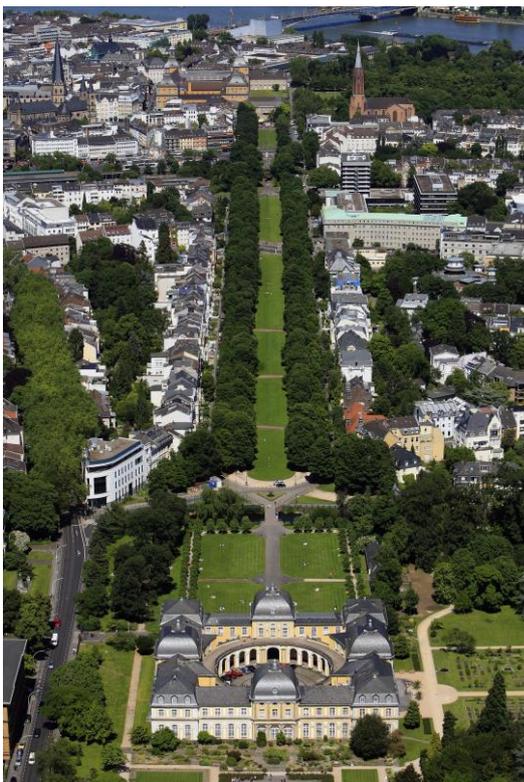
**Abb. 6-31: Poppelsdorfer Schloss und Botanische Gärten in Bonn (Quelle: BUNDESSTADT BONN 2016a)**

Beim Grünzug Nord (siehe Abb. 6-32) handelt es sich um ein Landschaftsschutzgebiet, das im nördlichen Stadtteil Bonns liegt und einen mit Wegen durchzogenen Park umfasst. Dieser Park erfüllt mit seinen neu angelegten Spielstätten zum einen eine Erholungsfunktion für verschiedene Altersgruppen, hat aber auch eine positive ökologische Wirkung. Der zentrale Platz ist in Form eines kleinen Amphitheaters angelegt. An ihn schließt ein naturnaher Sumpfpflanzengürtel an (vgl. BUNDESSTADT BONN 2015d).



**Abb. 6-32: Grünzug Nord in Bonn (Quelle: BUNDESSTADT BONN 2015d)**

Die Poppelsdorfer Allee (siehe Abb. 6-33) stellt die Verbindungsachse zwischen den beiden kurfürstlichen Schlössern dar. Sie war im 18. Jahrhundert Promenade für den Hof und die Bonner Bürgerinnen und Bürger und ist heute eine doppelseitige Kastanienallee, in deren Mitte sich eine Rasenfläche befindet. Die Poppelsdorfer Allee wird gerne von Joggern und Spaziergängern genutzt (vgl. BUNDESSTADT BONN 2015g).



**Abb. 6-33: Poppelsdorfer Allee in Bonn (Quelle: BUNDESSTADT BONN 2015g)**

Der Freizeitpark Rheinaue umfasst rechtsrheinisch 35 Hektar und linksrheinisch 125 Hektar Fläche. Die Parklandschaft grenzt im Norden an das ehemalige Regierungsviertel und reicht im Süden bis zum Stadtteil Plittersdorf (siehe Abb. 6-34). Neben dem Kottenforst ist die Rheinaue das größte Naherholungsgebiet Bonns und wird von 45 km Fuß- und Radwegen durchzogen. Sechs Kilometer

davon entfallen allein auf die Rheinuferpromenade. Zudem verfügt der Park über einen 15 Hektar großen See und verschiedene Themengärten, zu denen der Japanische Garten und der Rosengarten zählen. Das Gelände geht aus der Bundesgartenschau 1979 hervor und wird heute auch für Großveranstaltungen, Feste und Märkte genutzt (vgl. BUNDESSTADT BONN 2015b).



**Abb. 6-34: Freizeitpark Rheinaue in Bonn (Quelle: BUNDESSTADT BONN 2015b)**

Der Redoutenpark und der Stadtpark im Stadtteil Bad Godesberg, die von der Kurfürstenallee getrennt werden, umfassen zusammen acht Hektar und stellen das "grüne Zentrum" des ehemaligen Kurortes dar. Der Godesberger Stadtpark ist im Stil eines englischen Landschaftsgartens gestaltet und wurde ab 1880 durch Grundstückskäufe seitens der Stadt des Öfteren erweitert. Dadurch, dass auch ehemalige Villengärten integriert wurden, wird der Park durch markante Baumgruppen und Solitäre geprägt. Im Kurpark befindet sich ein ovaler Teich mit Fontäne, der von Gehölzen verschiedenster Länder umgeben ist. An den Park grenzt die Stadthalle an (siehe Abb. 6-35), in der zahlreiche Veranstaltungen stattfinden (vgl. BUNDESSTADT BONN 2015i).



**Abb. 6-35: Stadthalle im Kurpark in Bonn-Bad Godesberg (Quelle: BUNDESSTADT BONN 2015i)**

Da stadtnahe Naturräume einem hohen Nutzungsdruck unterliegen, sind 51 Prozent (71,69 km<sup>2</sup>) des Bonner Stadtgebiets mit mindestens einem Schutzstatus versehen. 39,89 km<sup>2</sup> bzw. 28 Prozent des Bonner Stadtgebiets stehen unter Landschaftsschutz und 31 km<sup>2</sup> bzw. 23 Prozent unter Naturschutz. Dadurch soll verhindert werden, dass Waldgebiete und Lebensräume unkontrolliert bebaut, für Freizeitzwecke genutzt oder zu Verkehrsflächen umgewandelt werden (vgl. BUNDESSTADT BONN 2008: 17f.). Einige Naturschutzgebiete sind zugleich auch FFH-Gebiet. Dort sollen wildlebende Arten und deren Lebensräume geschützt werden. Eingriffe in solche Gebiete müssen zuerst auf deren Verträglichkeit geprüft werden (vgl. BUNDESSTADT BONN 2008: 17f.) Trotz des Schutzstatus sind viele der Freiflächen mit einem guten Wegenetz ausgestattet und somit für die Bevölkerung nutzbar. Allein im Stadtwald gibt es 155 km Wanderwege, die bei 1,5 Millionen Besuchen im Jahr von Bürgerinnen und Bürgern aufgesucht werden. Daneben besteht ein Angebot an Umweltbildung. So gibt es zum Beispiel Dauer- und Wechselausstellungen im Haus der Natur oder verschiedene Lehrpfade zu Themen wie "Stadtökologie" oder "Wald" (vgl. BUNDESSTADT BONN 2008: 99f.).

Im Bereich der Landschaftsplanung werden Landschaftspläne für den Außenbereich aufgestellt. Sie haben den Zweck, „die Landschaft in ihrem ökologischen Wert zu erhalten, wo erforderlich zu verbessern sowie die Erholungsnutzung in landschaftsverträglicher Form zu ermöglichen“. Für das Gebiet der Bundesstadt Bonn gibt es mit dem Landschaftsplan Siegmündung, dem Landschaftsplan Ennert und dem Landschaftsplan Kottenforst drei Landschaftspläne (BUNDESSTADT BONN 2015f).

### ***Besonderheiten des Standortes in der Stadt- und Freiraumentwicklung***

Beim *Grünen C* handelt es sich um ein interkommunales Freiraumprojekt, das durch die Städte Bonn, Bornheim, Niederkassel, Troisdorf, Sankt Augustin und die Gemeinde Alfter im Rahmen der *Regionale 2010* umgesetzt wurde. Als Ziel des *Grünen C* gilt „die Erhaltung, Sicherung und Vernetzung von Freiräumen und Siedlungsrandern sowie die Schaffung eines attraktiven Naherholungsangebots“ (BUNDESSTADT BONN 2015c: 2). Der Name *Grünes C* resultiert dabei aus der Form, da die betroffenen Freiräume an ein liegendes C erinnern (vgl. REGION KÖLN/BONN E.V. o.J.). Das Projekt wird durch das Ministerium für Verkehr, Bau und Stadtentwicklung des Landes Nordrhein-Westfalen und die Europäische Union gefördert (vgl. STADT TROISDORF 2012c).

Auf dem Landschaftsraum des *Grünen C*, der Gegenstand von „Siedlungs- und Ortsrandentwicklung, Wirtschaftswachstum, Agrarnutzung, Naherholung und Natur- und Landschaftsschutz“ ist, lastet ein hoher Nutzungsdruck. Aus diesem Grund soll das verbliebene Freiraumnetz „in einem interkommunalen Planungsansatz“ gesichert werden. Ziel ist es, „am Nordrand der Stadt Bonn über den Rhein hinweg eine Freiraumverbindung zwischen Kottenforst, Waldville, Rheinaue, Siegmündung, Siebengebirge sowie Pleiser Hügelland“ zu schaffen, wodurch auch Verknüpfungen zum Naturpark Rheinland und dem Naturpark Siebengebirge entstehen. Dadurch soll „eine zukunftsfähige, ordnende und verbindende Erschließungsstruktur der Landschaftsräume hergestellt werden, die die Attraktivität der Wohn- und Arbeitsstandorte erhalten und stärken sowie die überwiegend landwirtschaftlich geprägten Freiräume im Ballungsraum der Rheinschiene als Erholungsraum und damit als "weichen Standortfaktor" nachhaltig entwickeln soll.“ Eine besondere Bedrohung stellen der Siedlungsdruck der stark verstädterten Region und ein möglicher Zerfall des Grünverbindingssystemes für das *Grüne C* dar, weswegen vor allem die Ränder geschützt, gestärkt und gestaltet werden sollen, um die Kulturlandschaft zu sichern. Gleichzeitig wird in der Sensibilisierung der Bevölkerung für die Thematik eine wichtige Aufgabe gesehen (REGIONALE 2010 AGENTUR GMBH 2012: 78ff.). Abb. 6-36 zeigt das Gebiet des *Grünen C*.

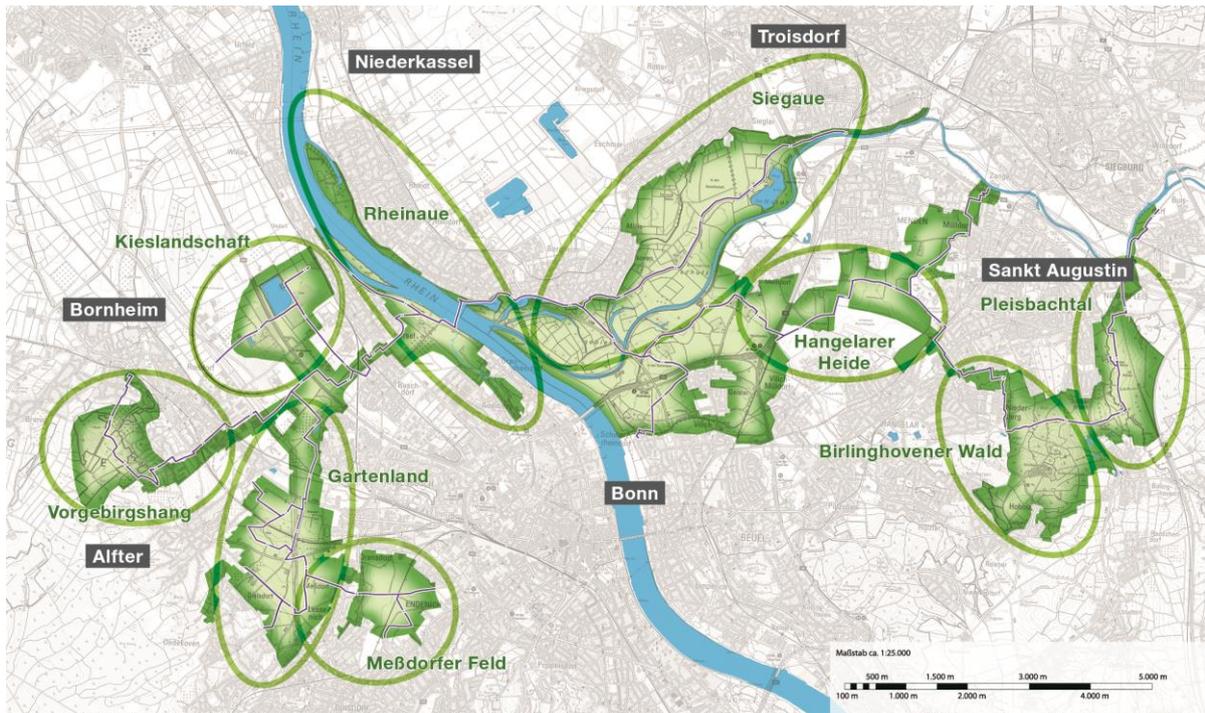


Abb. 6-36: *Grünes C* in der Region Bonn (Quelle: STADT TROISDORF 2012b)

Der "Brückenschlag über den Rhein" gilt als Schlüsselprojekt des *Grünen C*. Im Rahmen dessen wurden die Anlegestellen der Mondorfer Rheinfähre neugestaltet, so dass eine Verbindung zwischen dem Naturpark Siebengebirge und dem Naturpark Rheinland über den Rhein geschaffen wurde. Daneben sollen die vorhandenen Wege zu einem Wander- und Radwegnetz ausgebaut werden, wodurch die unterschiedlichen Landschaftsräume miteinander verknüpft werden. Zudem gibt es Tore, wobei es sich um gestaltete Übergänge zwischen Landschaft und Stadt handelt, und Stationen, worunter besonders gestaltete Orte zu verstehen sind. Das Projektgebiet erstreckt sich insgesamt über ca. 37 km<sup>2</sup> und „setzt sich aus Acker-, Obst- und Gartenbauflächen, alten Kulturlandschaften, Naturschutzgebieten, Flüssen und Ufern, Kiesgruben, Wirtschaftswegen, Landstraßen, Autobahnen und Leitungsstraßen zusammen“. Zu den Aufgabengebieten zählen der „Naturschutz, Erhalt der Landwirtschaft [sowie] die Entwicklung der Naherholungsgebiete“. Das *Grüne C* ist in neun Landschaftsräume unterteilbar. Zu den vier linksrheinischen Landschaftsräumen zählen „das Meßdorfer Feld, das Gartenland, der Vorgebirgshang und die Kieslandschaft“. Sie sind seit Jahrhunderten von der Landwirtschaft geprägt. Zu den vier rechtsrheinischen Räumen zählen die „Siegaue, die Hangelarer Heide, der Birlinghövener Wald und das Pleisbachtal“. Bei ihnen handelt es sich zu einem großen Teil um „Wiesen- und Auenlandschaften“. Im Zentrum liegt der neunte Raum, der Rhein mit seinen Auenbereichen. Im Rahmen des *Grünen C* haben die Kommunen verschiedene Einzelprojekte geplant. In Bonn soll mit dem Grünzug Buschdorf-Rosenfeld eine Kombination aus „landwirtschaftlichen Nutzflächen, Blühfeldern, Obstwiesen und verschiedenen Naherholungseinrichtungen“ entstehen, wodurch die Grundidee des *Grünen C*, Landwirtschaft, Naherholung und Naturschutz in Einklang zu bringen, widerspiegelt wird (STADT TROISDORF 2012a).

Das *Integrierte Freiraum-System* der Stadt Bonn ist „eine informelle Abwägungsgrundlage für die Bauleitplanung“ und dient als Steuerungs- bzw. Planungsinstrument dazu, die Sicherung und nachhaltige Entwicklung der Freiflächen der Stadt zu gewährleisten. Erholungsfunktion, Klima und Biotopstruktur/Vernetzung sind inhaltliche Schwerpunkte des IFS, wobei „der Erhalt eines Status quo

im Verhältnis von Siedlungsflächen zu Freiraum und den damit verbundenen qualitativen Wertsetzungen der Ökologie, wie auch der Bedeutung als Lebens- und Erholungsraum der Bevölkerung“ als Hauptziel genannt wird (BUNDESSTADT BONN 2015e). Wenn ein Bauvorhaben in der Stadt Bonn Natur in Anspruch nimmt, so „muss dieses in gleicher oder ähnlicher Form der Umwelt zurückgegeben werden“. Die Aufgabe des IFS ist es, „diese Stücke in Art, Ausmaß sowie Qualität zu erfassen und zu beschreiben sowie geeignete Vorschläge für den Umweltausgleich zu geben“ (BUNDESSTADT BONN 1998: 15). Dabei finden auch bereits vorhandene Gutachten und Planungen wie zum Beispiel Klimagutachten oder Gestaltungskonzepte Berücksichtigung (vgl. BUNDESSTADT BONN 1998: 37). Zudem werden Flächen benannt, auf „denen aus stadtoökologischer Perspektive eine weitere bauliche Verdichtung noch denkbar ist“ (BUNDESSTADT BONN 1998: 6).

Der Flächennutzungsplan ist die Bezugsebene des IFS, weswegen die Kartendarstellungen im Maßstab 1:15.000 erfolgen (vgl. BUNDESSTADT BONN 1998: 14). Das *Integrierte Freiraum-System* berücksichtigt auch Faktoren wie das städtische Klima. Da Freiflächen einen wichtigen Beitrag auf diesem Gebiet leisten, werden beispielsweise Flächen ausgewiesen, die zum Erhalt oder zur Verbesserung des Stadtklimas beitragen und somit keine Nutzungsänderung erfahren dürfen (vgl. BUNDESSTADT BONN 1998: 27). Abb. 6-37 zeigt einen Auszug aus dem digitalisierten *Integrierten Freiraum-System* der Stadt Bonn.

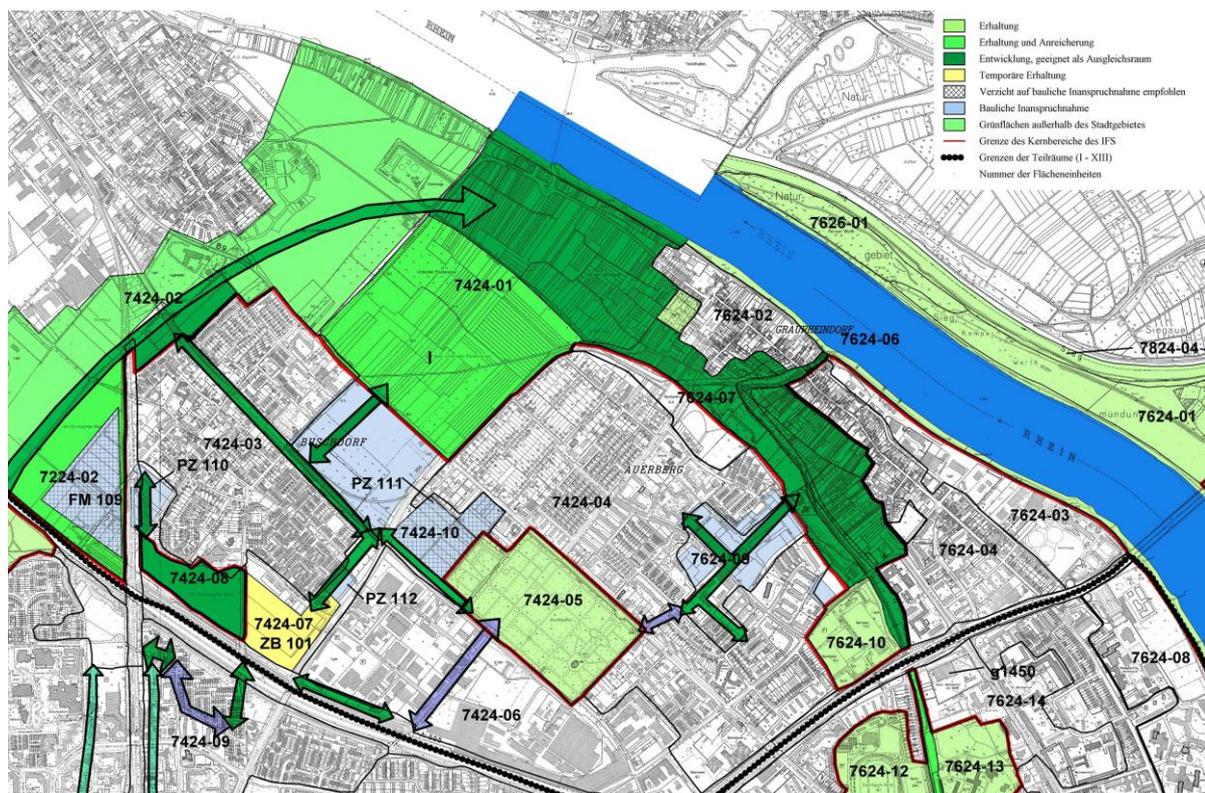
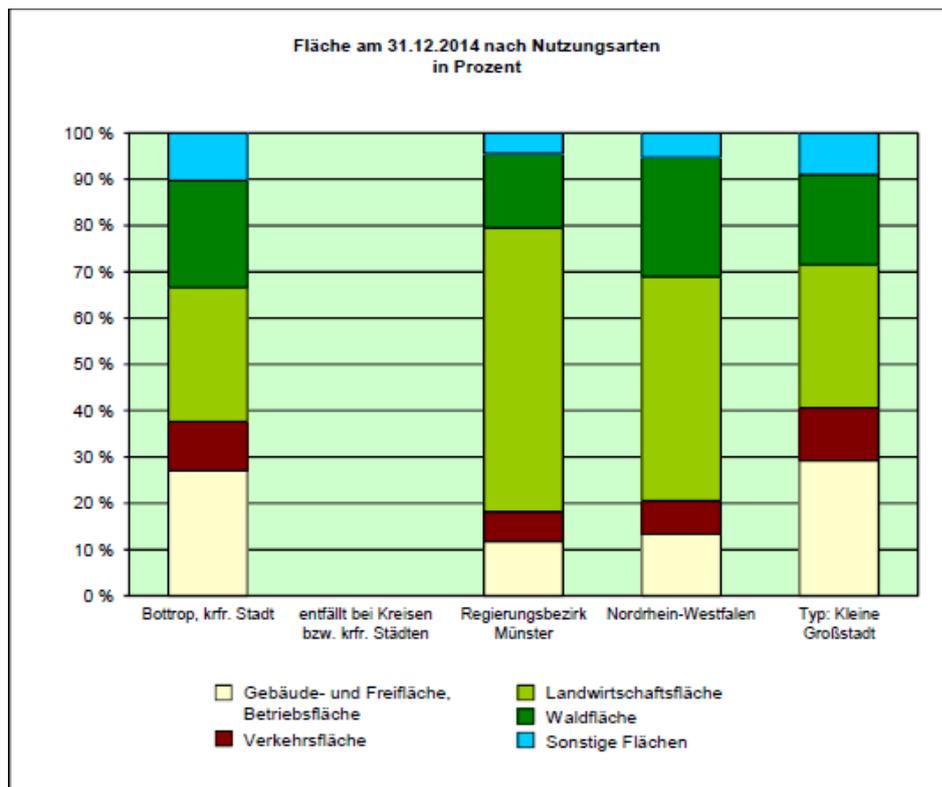


Abb. 6-37: Auszug aus dem *Integrierten Freiraum-System* der Stadt Bonn (Quelle: BUNDESSTADT BONN o.J.a)

Die mittelgrünen Flächen zeigen den Erhaltungsbereich, während gelbe Gebiete Flächen der temporären Erhaltung markieren. Bei den dunkelgrünen Flächen handelt es sich um Flächen der Entwicklung, die für Ausgleichsmaßnahmen empfohlen werden. Die lindgrünen Flächen stellen Grünflächen außerhalb des Stadtgebiets dar. Die hellblauen Flächen zeigen bebauten Bereiche und auf karierten Flächen wird ein Verzicht auf eine bauliche Inanspruchnahme empfohlen.

## 6.4 Der Standort Bottrop

Bottrop ist eine kreisfreie Großstadt mit 116.017 Einwohnern, die in der Mitte des Ruhrgebiets im Regierungsbezirk Münster liegt. Das Stadtgebiet im Norden Essens umfasst eine Fläche von ca. 100,61 km<sup>2</sup> (siehe Abb. 6-38), wovon 43,9 Prozent oder 44,13 km<sup>2</sup> Siedlungs- und Verkehrsfläche und 56,5 Prozent oder 56,1 km<sup>2</sup> Freiflächen außerhalb der Siedlungs- und Verkehrsfläche sind. Im Jahr 2003 betrug der Anteil an Siedlungs- und Verkehrsflächen 42,3 km<sup>2</sup> bzw. 42,1 Prozent, während auf die Freiflächen mit 58,3 km<sup>2</sup> 57,9 Prozent entfielen. Somit hat sich der Freiflächenanteil um 1,4 Prozent verringert (Stand: 31. Dezember 2014 - vgl. IT.NRW 2015d: 1ff.).



**Abb. 6-38: Flächenanteile in Bottrop (Quelle: IT.NRW 2015d: 3)**

Die Stadt Bottrop wird von zwei Landschaftsbildern geprägt, die nahezu gegensätzlich wirken. Man findet sowohl ländlich geprägte Strukturen des Münsterlandes, die einen Naherholungswert bieten, als auch die Industriekultur des Ruhrgebiets mit städtischer Infrastruktur. Die Stadt feierte 2009 das 90-jährige Jubiläum zur Verleihung der Stadtrechte. Ihr Ursprung als Siedlungsort liegt jedoch deutlich weiter zurück. Erstmals urkundlich erwähnt wurde die Stadt um 1150. Die älteste Karte der Stadt stammt aus dem Jahr 1579. Sie sollte damals die Streitigkeiten um die Besitzverhältnisse des Waldes Bischofssondem klären, die zwischen dem Erzbisum Köln und den Grafen von Schaumburg-Holstein bestanden. 1856 wurde der Bergbauschacht Prosper I niedergebracht und Bottrop entwickelte sich von einer kleinen Gemeinde zur Bergbaustadt. Es kamen weitere Zechen hinzu und Bergbauarbeitersiedlungen entstanden. Der Kohleabbau hatte eine große Bedeutung für den Standort. Aus den damals 4.000 Einwohnerinnen und Einwohnern wurden bis zum Jahr 1919 72.000 Bewohner und Bottrop wurde von der preußischen Staatsregierung zur Stadt erklärt. 1953 zählte die Stadt dann erstmals über 100.000 Einwohnerinnen und Einwohner und wurde damit zu 49. deutschen Großstadt. 1976 folgte im Rahmen der kommunalen Neugliederung die Zusammenlegung mit der Gemeinde Kirchhellen, die zuvor zum Kreis Recklinghausen gehörte, zur kreisfreien Stadt Bottrop (vgl. STADT BOTTROP 2016e). Abb. 6-39 zeigt das Stadtgebiet von Bottrop.



Abb. 6-39: Stadtgebiet Bottrop (Quelle: IHK NORD WESTFALEN o.J.)

Heute ist die Stadt Bottrop, in der die Industrie immer noch einen entscheidenden Stellenwert einnimmt, die letzte Stadt des Ruhrgebiets mit einer aktiven Zeche für den Steinkohleabbau. Die Stilllegung des Bergwerks Prosper-Haniel ist für das Jahr 2018 vorgesehen (vgl. SÜSELBECK 2014). Der Ausstieg aus der Kohleförderung wird mit erheblichen Auswirkungen auf den Arbeitsmarkt verbunden sein. So soll mit dem Masterplan *Zukunftsstandort.bottrop* gegenwärtig die Wirtschaftsförderungspolitik der Stadt neu ausgerichtet werden mit dem Ziel, „frühzeitig neue Wirtschaftsfelder und Beschäftigungsmöglichkeiten zu erschließen“. Die Schwerpunkte des Projektes stellen eine Ausrichtung auf die als zukunftssträftig erachteten Leitmärkte der Freizeit-, Kreativ- und Gesundheitswirtschaft dar. Zu den Aktionsfeldern der Wirtschaftsförderung gehören neben der Flächenentwicklung dabei auch die verstärkte Fokussierung auf den Einzelhandel und die Fachkräfteentwicklung (STADT BOTTROP 2016i).

Verkehrlich ist Bottrop durch die Autobahnen A 2 und 42 in Ost-West-Richtung und die A 31 in Nord-Süd-Richtung sowie die Bundesstraßen B 223 und 224 erschlossen. Zudem durchfließt der Rhein-Herne-Kanal Bottrop im Süden. Die Stadt hat einen eigenen Hafen im Stadtgebiet. Zudem befindet sich der Essener Stadthafen an der Stadtgrenze, womit die Stadt an das nationale und internationale Wasserstraßennetz angeschlossen ist (vgl. REGIONALVERBAND RUHR 2016a). Des Weiteren gibt es drei Bahnhöfe im S- und Regionalbahnnetz und die Flughäfen Düsseldorf und Dortmund sind in 20 bzw. 30 Autominuten erreichbar (vgl. STADT BOTTROP 2016g).

Bottrop ist Standort einer Niederlassung der Fernuniversität Hagen und seit 2012 neben Mülheim an der Ruhr ein Standort der Hochschule Ruhr West. Ihre Schwerpunkte liegen in den sogenannten MINT-Bereichen Mathematik, Informatik und Ingenieurwissenschaften, Naturwissenschaften und Technik (vgl. REGIONALVERBAND RUHR 2016a). Kulturell gibt es mit dem Quadrat Bottrop eine Stätte, die neben dem Josef-Albers-Museum auch die Moderne Galerie (zeitgenössische Kunst), die Studio Galerie (historische und zeitgenössische Fotografie) sowie das Museum für Ur- und Frühgeschichte beherbergt. Daneben findet man in der Stadt mit der Halde Haniel oder der Halde Beckstraße mit dem Tetraeder ein umfangreiches Angebot an Industriekultur (vgl. REGIONALVERBAND RUHR 2016c). Bezüglich der Freizeitgestaltung ist Bottrop zudem für den Movie Park, einen Freizeitpark, bekannt.

### Demographie

Im Jahr 2014 leben 116.017 Einwohnerinnen und Einwohner in Bottrop (siehe Tab. 6-5). Ende 2008 betrug die Einwohnerzahl noch 117.756 Personen. Seitdem ist der Bevölkerungsstand mit Ausnahme des Jahres 2011 rückläufig und nahm insgesamt um 1,5 Prozent ab. Dieser Umstand ist hauptsächlich auf einen kontinuierlich negativen Geburtensaldo zurückzuführen, der durch den in den meisten Jahren positiven Wanderungssaldo nicht ausgeglichen werden kann (vgl. IT.NRW 2015d: 6).

Tab. 6-5: Bevölkerungsstand und -bewegung zwischen 2008-2014 in Bottrop (Quelle: IT.NRW 2015d: 6)

#### Bevölkerungsstand\*) und -bewegung 2008 – 2014

Merkmal		2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
a = Insgesamt								
b = Nichtdeutsche <sup>1)</sup>								
c = je 1 000 Einwohner								
Bevölkerung am 31.12.	a	117 756	117 241	116 771	117 074	116 498	116 055	116 017
	b	10 885	10 620	10 602	9 067	9 155	9 388	9 762
Lebendgeborene	a	874	881	832	814	818	818	889
	b	27	23	31	34	45	36	62
Gestorbene	a	1 428	1 447	1 413	1 326	1 355	1 434	1 475
	b	30	33	18	29	34	32	31
Überschuss der Geborenen (+) bzw. Gestorbenen (-)	a	- 554	- 566	- 581	- 512	- 537	- 616	- 586
	b	- 3	- 10	+ 13	+ 5	+ 11	+ 4	+ 31
Zugezogene	a	3 538	3 698	3 544	3 711	3 807	3 861	4 320
	b	656	611	718	866	1 001	1 070	1 331
Fortgezogene	a	3 827	3 640	3 432	3 605	3 866	3 680	3 862
	b	713	642	548	581	731	695	864
Überschuss der Zu- (+) bzw. Fortgezogenen (-)	a	- 289	+ 58	+ 112	+ 106	- 59	+ 181	+ 458
	b	- 57	- 31	+ 170	+ 285	+ 270	+ 375	+ 467
Gesamtsaldo <sup>2)</sup>	a	- 841	- 515	- 470	+ 303	- 576	- 443	- 38
	b	- 217	- 265	- 18	- 1 535	+ 88	+ 233	+ 374
	c	- 7,1	- 4,4	- 4,0	+ 2,6	- 4,9	- 3,8	- 0,3

\*) Bevölkerungsfortschreibung auf Basis Volkszählung 1987 und Zensus 2011 – 1) Die Gliederung „deutsch/nichtdeutsch“ ist durch die Reform des Staatsangehörigkeitsrechts von 1999 ab dem Berichtsjahr 2000 beeinflusst. – 2) einschließlich Bestandskorrekturen aufgrund nachträglich berichteter Meldedfälle und einschließlich der Fälle eines Wechsels zur deutschen Staatsangehörigkeit

Die Prognosen für die zukünftige Bevölkerungsentwicklung besagen, dass die Stadt weiter an Bevölkerung verlieren wird (siehe Tab. 6-6). Beträgt die Einwohnerzahl am 01. Januar 2014 noch 116.055 Personen, so wird sie zum gleichen Datum im Jahr 2025 voraussichtlich nur noch 112.074 Personen und im Jahr 2040 nur noch 105.875 umfassen, was einem Verlust von zunächst 3,4 Prozent und im Folgenden von 8,8 Prozent entsprechen würde (vgl. IT.NRW 2015d: 9).

Tab. 6-6: Bevölkerungsvorausberechnung in der Basisvariante in Bottrop 01.01.2014-01.01.2040 (Quelle: IT.NRW 2015d: 9)

Bevölkerungsvorausberechnung\*) (Basisvariante) 1.1.2014 – 1.1.2040 nach Altersgruppen und Geschlecht

Altersgruppe Geschlecht	Bottrop, krfr. Stadt				Nordrhein-Westfalen		
	1.1.2014	1.1.2025		1.1.2040		1.1.2025	1.1.2040
	Anzahl	2014=100		Anzahl	2014=100		2014=100
<b>Bevölkerung insgesamt</b>	<b>116 055</b>	<b>112 074</b>	<b>96,6</b>	<b>105 875</b>	<b>91,2</b>	<b>100,9</b>	<b>99,5</b>
davon im Alter von ... Jahren							
unter 6	5 216	4 955	95,0	4 050	77,6	103,3	90,5
6 bis unter 18	12 956	10 963	84,6	9 965	78,9	92,5	90,8
18 bis unter 25	8 811	7 020	79,7	6 281	71,3	86,2	83,1
25 bis unter 30	6 324	5 839	92,3	4 681	74,0	101,1	86,7
30 bis unter 40	12 861	13 998	108,8	11 294	87,8	115,0	98,3
40 bis unter 50	18 161	13 653	75,2	14 431	79,5	78,8	87,2
50 bis unter 60	19 093	17 223	90,2	14 503	76,0	96,5	84,9
60 bis unter 65	7 981	9 594	120,2	6 489	81,3	131,3	92,5
65 und mehr	24 652	28 829	116,9	34 181	138,7	114,0	140,1
18 bis unter 65	73 231	67 327	91,9	57 679	78,8	98,0	88,6
Männlich	56 090	54 763	97,6	52 186	93,0	102,1	101,5
Weiblich	59 965	57 311	95,6	53 689	89,5	99,9	97,7

\*) Für die Bevölkerungsvorausberechnung in den kreisfreien Städten und Kreisen werden Ergebnisse der Statistiken der Geburten, Sterbefälle und Wanderungen, der Fortschreibung des Bevölkerungsstandes sowie der Sterbetafeln genutzt.

### Wirtschafts- und Beschäftigtenstruktur

Bottrop entspricht nach dem Bericht der Enquetekommission "Zukunft der Städte in NRW" dem Stadttyp 4 der "Städte mit industrieller Prägung bei stärkerer Sektor- bzw. Unternehmenskonzentration" (PRÄSIDENT DES LANDTAGS NORDRHEIN-WESTFALEN 2004: 79f.).

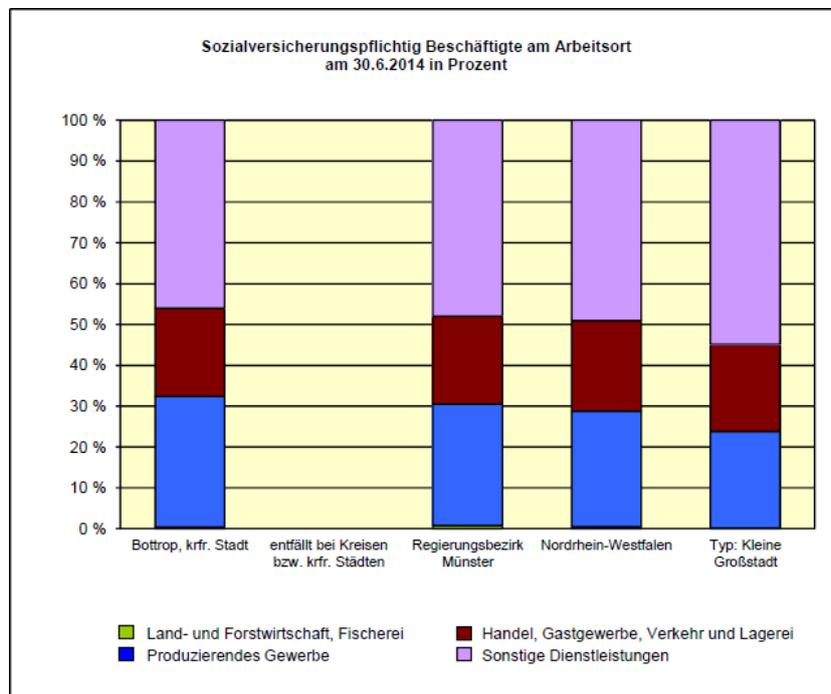


Abb. 6-40: Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte am Arbeitsort am 30.6.2013 in Bottrop (Quelle: IT.NRW 2015d: 15)

In Bottrop gibt es insgesamt 32.390 sozialversicherungspflichtig Beschäftigte. Mit 10.352 ist davon nahezu ein Drittel (32 Prozent) im produzierenden Gewerbe beschäftigt (siehe Abb. 6-40). 0,4 Prozent oder 139 Personen sind im Bereich der Fischerei, Land- und Fortwirtschaft tätig. Ungefähr zwei Drittel bzw. 20.982 Personen arbeiten im Dienstleistungsbereich. Davon entfallen mit 21,6

Prozent 6.995 Personen auf den Bereich Handel, Gastgewerbe, Verkehr und Lagerei und mit 46 Prozent 14.903 Personen auf sonstige Dienstleistungen. Im Vergleich zum Typ "kleine Großstadt", dem Bottrop entspricht, ist der Anteil der sonstigen Dienstleistungen in Bottrop deutlich geringer, während der Anteil des produzierenden Gewerbes noch über dem Vergleichswert liegt (Stand: 30. Juni 2014 - vgl. IT.NRW 2015d: 15).

Das verfügbare Einkommen der privaten Haushalte liegt im Jahr 2011 unter dem Landesdurchschnitt (siehe Abb. 6-4), wo es 20.056 Euro beträgt. Außer der Stadt Dortmund liegen zudem auch alle Vergleichsstädte über dem Wert Bottrops. Der Anteil hochqualifizierter Beschäftigter an den sozialversicherungspflichtig Beschäftigten (siehe Abb. 6-5) liegt im Jahr 2013 ebenfalls deutlich unter dem Landes- und Bundesdurchschnitt (11,7 und 12,5 Prozent). Zudem liegt die Stadt Bottrop diesbezüglich weit hinter allen anderen untersuchten Städten (vgl. WEGE MBH 2014)

Die Stadt Bottrop „hat sich von einem montan geprägten Industriestandort zu einem modernen Wirtschaftsstandort gewandelt“. So heißt es auf der Internetseite der Stadt. Dabei zeichnet die Wirtschaftsstruktur laut Stadt Bottrop ein zukunftsfähiger und Beschäftigung sichernder Branchenmix, bestehend aus kleinen und mittleren Betrieben, aus. Weiter heißt es, dass viele der Unternehmen eine gesunde und häufig familiengeführte Betriebsstruktur vorweisen und der Handel sowie der Dienstleistungsbereich heute den größten Raum einnehmen. Das produzierende Gewerbe, das immer noch einen großen Anteil der Bottroper Wirtschaft ausmacht, wird „neben dem traditionellen Bergbau und der wachsenden Umwelttechnologie“ auch durch die „Wirtschaftszweige Maschinenbau und Nahrungs- und Genussmittel“ geprägt (STADT BOTTROP 2016j).

Die Arbeitslosenquote betrug im Jahr 2013 8,9 Prozent. Nach einem Höchststand von 16 Prozent im Jahr 1988 lag diese bis zum Jahr 2007 (11,8 Prozent) kontinuierlich bei über 10 Prozent. Seit 2009 betrug die Arbeitslosenquote in jedem Jahr unter 9 Prozent, was jedoch immer noch über dem Durchschnitt Nordrhein-Westfalens und Deutschlands insgesamt (siehe Abb. 6-6) lag. Im Vergleich zu den anderen Untersuchungsstandorten lag Bottrop damit vor Dortmund und Essen, jedoch hinter Bielefeld und Bonn (vgl. STADT BOTTROP 2013: 150).

### **Marketingaktivitäten**

Seit dem Jahr 2014 verfügt die Stadt Bottrop über kein eigenes Stadtmarketing mehr. Die Gesellschaft für Stadtmarketing Bottrop mbH wurde aufgelöst, um Geld einzusparen. Als Anlaufadresse soll nun das Bürgerbüro dienen. Des Weiteren sollen an "gut besuchten Stellen" Prospekte und Informationsmaterial ausliegen (vgl. FRIESE 2013). Innerhalb der Stadtverwaltung gibt es ein Amt für Wirtschaftsförderung, das zum Beispiel Ansiedlungsvorhaben begleitet (vgl. INNOVATION CITY MANAGEMENT GMBH o.J.d; STADT BOTTROP 2016a). Weiter heißt es auf der Internetseite der Stadt Bottrop zum Thema Standortmarketing: „Die Wirtschaftsförderung Bottrop macht die besonderen Qualitäten des Standortes Bottrop bekannt. Aufgabe ist die Zusammenstellung und Kommunikation von Informationen zum Standort Bottrop“. Zu diesem Zweck wurde eine Standortbroschüre herausgegeben, die „die vielfältigen Standortvorteile von Bottrop“ präsentieren und erläutern soll, „warum für [Unternehmen] der Standort Bottrop genau die richtige Wahl ist“. Darüber hinaus wurde für Bottrop ein Imagefilm produziert, der die "InnovationCity des Ruhrgebiets" vorstellen soll. Hierzu heißt es: „Der Film zeigt ein Bottroper Stadtportrait mit Sequenzen zur grünen Stadt Bottrop, zur Innenstadt und zur Hochschule Ruhr West, den Zielen der InnovationCity Bottrop sowie Freizeitgestaltung und Lebensqualität in der Stadt“. Zudem gibt es den

Verein "Marketing für Bottrop", der „die Wirtschaft, die Kultur und den Tourismus in Bottrop und seinen Stadtteilen“ fördern und „das Image der Stadt“ verbessern soll. Neben verschiedenen Veranstaltungen, die der Verein initiiert, steht jetzt auch kostenloses WLAN in der Innenstadt zu Verfügung (STADT BOTTROP 2016f). Um die Vermarktung der Stadt als Innovation City kümmert sich die 2011 gegründete Innovation City Management GmbH. Der Gewinn des Wettbewerbs stellt eine Zukunftsperspektive für die Stadt dar, die nun zeigen kann, „was sie im Bereich Klimaschutz alles leisten kann, von dem in der Vergangenheit kaum einer Notiz genommen hatte.“, heißt es in einem Artikel, der das Standortmarketing Bottrops als *InnovationCity* vorstellt. Demnach ist die überregionale und internationale Resonanz bezüglich des Projektes groß. Es wird von einer „Metamorphose vom stillen Umweltstar zum strahlenden Stern mit internationaler Strahlkraft“ gesprochen, so dass in Bottrop „Hoffnung auf mehr Lebensqualität und mehr Arbeitsplätze“ besteht (HUGOT & WATENPHUL 2011: 34).

### **Naturraum und grüne Infrastruktur**

Obwohl die Stadt einerseits von der Montanindustrie geprägt ist, ist ein Großteil der städtischen Fläche von Freiräumen durchzogen. Der Köllnische Wald, die Kirchheller Heide, der Stadtwald, die Hohe Heide oder die Postwegmoore zählen zu den städtischen Grünstrukturen (vgl. STADT BOTTROP 2016e). Zudem brachte auch die Montanindustrie neue Freiräume hervor, die zudem für den Tourismus von Interesse sind. So wurden drei der ehemaligen Halden<sup>33</sup> im Zuge des Strukturwandels begrünt und für die Allgemeinheit erschlossen. Heute ermöglichen neu geschaffene Aussichtsplattformen einen Rundblick, der weit über Bottrop hinausreicht (vgl. REGIONALVERBAND RUHR 2016a). Im Westen der Stadt Bottrop befindet sich der Regionale Grünzug B und im Osten liegt der Regionale Grünzug C. Dabei handelt es sich um „zwei von insgesamt sieben städteübergreifenden Grünzügen in der Emscherregion, die zusammen mit dem sogenannten Ost-West-Grünzug entlang der Emscher und des Rhein-Herne-Kanals den Siedlungsraum von Nord nach Süd durchziehen und als Emscher Landschaftspark zum Leitprojekt der IBA Emscher Park von 1989 bis 1999 wurden“. Definiert wird der Regionale Grünzug als „ein Verbund von nicht bebauten Flächen und Freiräumen von unterschiedlicher Qualität, der im Siedlungszusammenhang der dicht bebauten Emscherzone insbesondere ökologische und soziale Funktionen übernimmt“. Zu den ökologischen Funktionen zählt „die Gewährleistung eines Biotopverbunds unterschiedlicher Lebensräume von Flora und Fauna“, während es sich bei der „Versorgung der Wohnbereiche mit Grünflächen für Freizeit und Erholungszwecke“ um eine soziale Funktion handelt. Aufgrund ihrer Wohnortnähe und der entsprechend schnellen Erreichbarkeit werden sie auch "Pantoffelgrün" genannt. Der Grünzug B ist größtenteils von Waldflächen geprägt. Der Grünzug C wird von Industriebrachen und Bergehalden dominiert (STADT BOTTROP 2004: 52f.). Den Siedlungsbereichen sind unterschiedlich große Parkanlagen zugeordnet. Einige dieser Freiräume Bottrops werden im Folgenden erläutert.

Der 16 Hektar große Stadtgarten (siehe Abb. 6-41) liegt in direkter Nähe zur Innenstadt und bietet ein umfangreiches Angebot zur Naherholung. Er wurde 1913 geplant und 1921 im Stil eines englischen Landschaftsgartens angelegt. Es gibt eine große Rasenfläche, auf der man spielen und entspannen kann, sowie diverse Wege zum Spazieren gehen. Zudem hat der Park eine Minigolfanlage. Angrenzend an den Stadtgarten liegt mit dem Köllnischen Wald eine große

---

<sup>33</sup> Bei Halden handelt es sich um "Abfallprodukte" des Bergbaus. Da die Emscher-Region ursprünglich an natürlichen Erhöhungen eher arm war, sind sie zu einem landschaftsprägenden Element geworden. Auf den Halden wurde das Material (Abraum) angeschüttet, das im Rahmen der Kohleförderung für die Weiterverarbeitung unbrauchbar war (STADT BOTTROP 2016c).

Waldlandschaft mit zwei Teichen, durch die ebenfalls Spaziergänge und Fahrradtouren unternommen werden können. Der Köllnische Wald ist Teil des Naturparks Hohe Mark (vgl. STADT BOTTROP 2016d).



**Abb. 6-41: Stadtgarten in Bottrop (Quelle: STADT BOTTROP 2016d)**

Der Gesundheitspark Quellenbusch (siehe Abb. 6-42) am südwestlichen Stadtrand Bottrops verbindet das Knappschaftskrankenhaus mit dem Revierpark Vonderort. Er ist eine Mischung aus Kurpark und Landschaftsgarten. Neben Aktionsbereichen findet man ein Gesundheitshaus mit einem breiten Angebot an Kursen. Das Parkareal umfasst 40 Hektar. Auf dem Gelände befinden sich unter anderem ein Bewegungslabyrinth, eine Wassertherapiestelle und ein Meditationsgarten, die eine gesundheitsfördernde Funktion erfüllen sollen (vgl. STADT BOTTROP o.J.a).



**Abb. 6-42: Gesundheitspyramide im Gesundheitspark Quellenbusch in Bottrop (Quelle: STADT BOTTROP o.J.a)**

Die Kirchheller Heide (siehe Abb. 6-43) liegt im Norden des Bottroper Stadtgebiets. Diese weitläufige Grün- und Waldlandschaft ist Teil des Naturparks Hohe Mark und hat einen hohen Stellenwert für den Freizeitwert der Stadt. Die Landschaft ist geprägt durch einen Wechsel aus Feldern und Waldgebieten. Statt Monokulturen findet man dort Mischwaldpartien und ein 100 Kilometer langes

Netz an Rad- und Wanderwegen, welches an stehenden und fließenden Gewässern vorbeiführt, die zum Teil noch ihren natürlichen Verlauf haben. Dazu gehören der Rot- und der Schwarzbach, die Lebensraum von Flussregenpfeifer und Uferschwalbe sind. Am alten Heidhof, einem beliebten Ausflugsziel, befinden sich Grillplätze und weitläufige Rasenflächen (vgl. STADT BOTTROP 2016b).



**Abb. 6-43: Heidhof in der Kirchheller Heide in Bottrop (Quelle: REGIONALVERBAND RUHR 2016b)**

Ebenfalls in der Kirchheller Heide befinden sich der Heidhofsee und der Heidesee. Die beiden Seen sind nach dem Abbau von Quarzsanden entstanden. Die entstandenen Löcher wurden vom damaligen Kommunalverband Ruhrgebiet (heute Regionalverband Ruhrgebiet) im Jahr 1973 in das Naherholungskonzept einbezogen. Neben einigen geschützten Gebieten, die zur Erhaltung seltener Pflanzen und Tiere beitragen, stehen die Seen nun der Öffentlichkeit zur Erholung zu Verfügung. Der Heidhofsee (siehe Abb. 6-44) zählt zu den Naherholungszentren Bottrops. Der Bereich verfügt über Rundwanderwege um den See herum. Daneben befinden sich am Südufer Spiel- und Liegewiesen (vgl. STADT BOTTROP 2016b).



**Abb. 6-44: Heidhofsee in der Kirchheller Heide in Bottrop (Quelle: STADT BOTTROP 2016b)**

Der Heidesee (siehe Abb. 6-45) als zweites großes Gewässer befindet sich südlich des Heidhofs und des Heidhofsees. Ein Damm mit einer kleinen Brücke teilt den See. Der nördliche Teil des Gewässers

umfasst eine Insel, die als Schutzzone für Vögel dient. Diesen Bereich kann man auf einem Uferweg umwandern. Der südliche Teil darf nicht betreten werden, da dort eine Biotopentwicklung vorgesehen ist. Weil der gesamte See der stillen Erholung dient, ist die Nutzung durch Wassersport aller Formen untersagt (vgl. STADT BOTTROP 2016b). Der Bereich des Heide- und Heidhofsees ist durch den Landschaftstyp der Heide- und Moorlandschaft geprägt (vgl. STADT BOTTROP 2016b).



**Abb. 6-45: Heidesee in der Kirchheller Heide in Bottrop (Quelle: STADT BOTTROP 2016b)**

Der Volkspark Batenbrock (siehe Abb. 6-46) bietet Raum für Spaziergänge und körperliche Aktivitäten. In den angegliederten Sportanlagen kann man unter anderem Fußball oder Tennis spielen. Der Volkspark ist in den "Regionalen Grünzug C" eingebunden und gehört zum Emscher Landschaftspark. Seine „naturnahe Landschaft mit Waldbestand und landwirtschaftlich genutzten Flächen“ verbindet die Städte der Emscherregion miteinander, die so zu Fuß oder per Rad zu erreichen sind (vgl. STADT BOTTROP o.J.b).



**Abb. 6-46: Volkspark Batenbrock in Bottrop (Quelle: ORTKEMPER 2010)**

Die Entwicklung und das Stadtbild der Stadt Bottrop ist in den vergangenen 100 Jahren durch den Bergbau geprägt worden. So sind im Wohnungsbau „einzigartige Gartenstadtsiedlungen

entstanden“, die durch die hohe Durchgrünung der Wohnbereiche eine Qualität der Stadt darstellen (STADT BOTTRUP: 73).

Der Anteil der Naturschutzgebiete in Bottrop beträgt heute 14,3 Prozent. So ist beispielsweise das FFH-Naturschutzgebiet Heidensee neu dazugekommen. Die Fläche der ausgewiesenen Landschaftsschutzgebiete beträgt 3.861 Hektar. Zudem sind mit 124 Hektar 15,6 Prozent des Stadtgebiets als Biotopverbundflächen ausgewiesen. Der Landschaftsplan Bottrop „erstreckt sich auf den planungsrechtlichen Außenbereich“, der 6.889 Hektar oder 68,5 Prozent des Stadtgebiets umfasst (vgl. STADT BOTTRUP 2016c).

### ***Besonderheiten des Standortes in der Stadt- und Freiraumentwicklung***

Die *InnovationCity Ruhr* | Modellstadt Bottrop ist ein Projekt, das dazu dient, „die Stadt nachhaltig zu entwickeln und das Klima zu schützen“. Hervorgegangen ist dieses Vorhaben aus einem Wettbewerb unter dem Motto "Blauer Himmel, grüne Stadt" (siehe Abb. 6-47), den der Initiativkreis Ruhr im Frühjahr 2010 initiiert hat, um die Klimastadt der Zukunft zu finden, und den Bottrop nach einem mehrstufigen Auswahlverfahren gewonnen hat. Die Stadt konnte mit einem „guten Netzwerk und einem geschlossenen Team aus Wirtschaft, Verwaltung und Politik“ überzeugen (INNOVATION CITY MANAGEMENT GMBH o.J.d). Bottrop symbolisiert dabei eine typische Ruhrgebietsstadt, die „als Modellstadt eine Vorbildfunktion für die Erneuerung des gesamten Ruhrgebiets“ übernehmen soll. Als Ziel gilt, langfristig nicht nur Bottrop, sondern das gesamte Ruhrgebiet energieeffizient umzubauen und „grüner, schöner, attraktiver und lebenswerter“ zu gestalten (INNOVATION CITY MANAGEMENT GMBH o.J.a).



**Abb. 6-47: "Blauer Himmel, grüne Stadt" – InnovationCity Bottrop (Quelle: INNOVATION CITY MANAGEMENT GMBH o.J.a)**

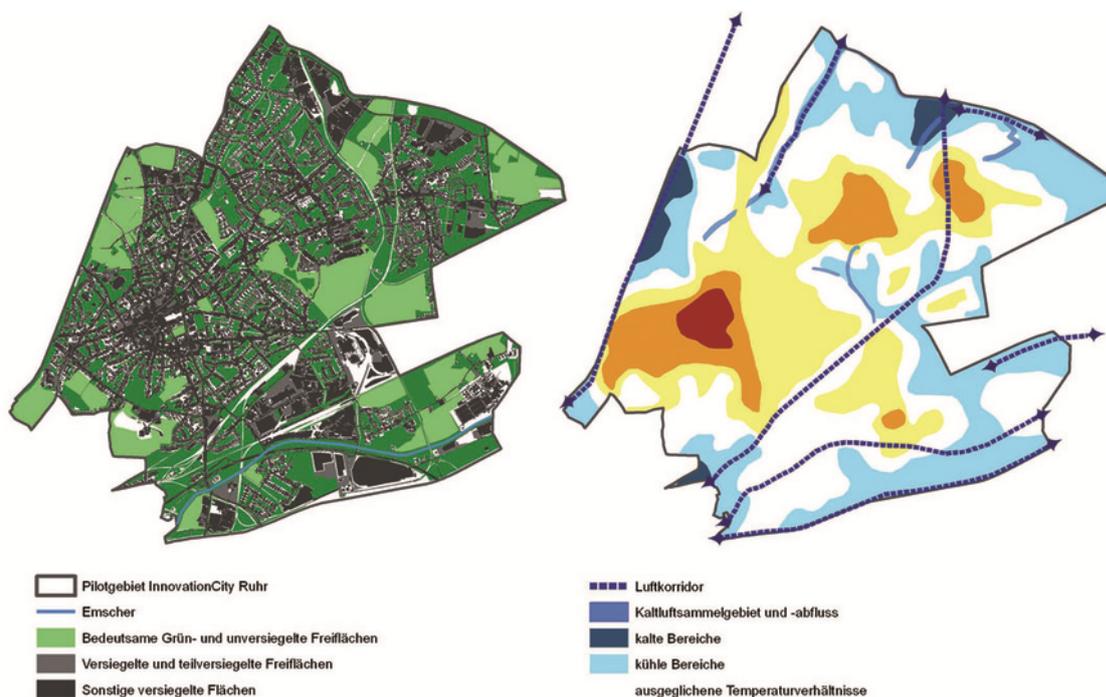
Die Pilotregion, die einen großen Teil des Stadtgebiets umfasst, soll jedoch nicht nur emissionsärmer werden, sondern sich im gesamten Erscheinungsbild wandeln. Dazu gehört im Sinne einer klimagerechten Stadtentwicklung auch die Schaffung grüner Treffpunkte, die Gewährleistung einer hohen Luftqualität und die Schaffung eines attraktiven Stadtbildes (vgl. ARBEITSGEMEINSCHAFT ARGE IC RUHR 2014a: 26). Erreichen möchte die Stadt Bottrop das durch diverse Maßnahmen, die in

einem umfangreichen Masterplan für einen klimagerechten Stadtumbau niedergeschrieben wurden (vgl. INNOVATION CITY MANAGEMENT GMBH o.J.c). Dabei sind die einzelnen Maßnahmen verschiedenen gesellschaftlichen und räumlichen Handlungsfeldern zugeordnet, die Wohnen, Arbeiten, Energie, Mobilität, Stadt und Aktivierung lauten. Die Kategorien sind jedoch nicht geschlossen, sondern erfüllen eine gliedernde Funktion. So geht es beim Handlungsfeld Stadt beispielsweise darum, einen lebenswerten Stadtraum bei klimaschonender Flächennutzung zu schaffen und diesen an potenzielle Folgen des Klimawandels anzupassen. Das soll beispielsweise durch Maßnahmen der Begrünung des Stadtraums oder durch eine Optimierung des Wasserhaushaltes gelingen. Beispiele für Maßnahmen im Handlungsfeld Stadt sind die Potenzialanalyse Klimaanpassung Innenstadt, die Naturierung von Fassadenflächen oder das Projekt "Bessere Luft durch grüne Dächer und Fassaden" (INNOVATION CITY MANAGEMENT GMBH o.J.b). Eine der entscheidenden Neuerungen des Bottroper Ansatzes wird in der „interdisziplinären Zusammenführung der Erkenntnisse verschiedener Fachrichtungen [...] in einer ganzheitlich gedachten, informellen Entwicklungsplanung“ gesehen (ARBEITSGEMEINSCHAFT ARGE IC RUHR 2014a: 27).

Fragen bezüglich „der Energieeinsparung und Energieeffizienz, der Mobilität, des Städtebaus sowie der Freiraumplanung und Wasserwirtschaft“ werden in den Planungen, die sich mit dem klimagerechten Stadtumbau beschäftigen, integrativ berücksichtigt. Darunter ist zu verstehen, dass die einzelnen Handlungsfelder nicht selektiv betrachtet werden, sondern „das Potenzial für Klimaschutz sowie Klimaanpassung [...] synergetisch in den Bearbeitungsprozess eingebracht“ wird. Da es sich bei der Freiraumplanung bereits um eine integrierte Disziplin handelt, kann sie „in der Kombination gestalterischer, ökologischer und sozialer Aspekte zur Entwicklung zukunftsfähiger und klimagerechter urbaner Freiräume in besonderer Weise beitragen“. Ein ganzheitlicher klimagerechter Stadtumbau macht den Einbezug technischer, ökologischer, sozialer und wirtschaftlicher Aspekte sowie eine Zusammenarbeit unterschiedlichster Fachdisziplinen unabdingbar. Aus diesem Grund findet eine Beteiligung verschiedener Experten aus den Bereichen Klimaschutz, Marketing, Umwelt- und Freiraumplanung sowie Architektur und Stadtplanung statt. Zudem wird auch die Bevölkerung in den Masterplan-Prozess durch Veranstaltungen wie Stadtpaziergänge oder Bürgerwerkstätten intensiv mit einbezogen. Die Planungen sind zunächst informell und bilden die Basis der Stadtentwicklung, wobei die Leitvorstellungen und Zielsetzungen durch einen Ratsbeschluss 2014 Verbindlichkeit erhalten haben. Dabei nehmen die urbanen Freiraumstrukturen eine zentrale Rolle ein, die „über ökologisch-funktionale Aspekte hinaus“ geht und das „zukunftsorientierte und klimagerechte Handeln der Stadt“ widerspiegeln soll. An dieser Stelle geht es nicht nur um die Neuanlage urbaner Grünstrukturen, sondern auch um ihren Erhalt, die räumliche und funktionale Vernetzung sowie eine klimagerechte Pflege, die energieeffizient und nachhaltig sein sollte. Das ist vor allem wichtig, da sich die Anforderungen an die städtischen Freiräume durch den Klimawandel ändern werden. So werden Aspekte wie der Umgang mit Hitze, Dürre, Starkregen, Sturm, Krankheiten oder Schädlingsbefall stärker in den Fokus rücken. Das betrifft auch die Optimierung der Pflege, zu der beispielsweise deren Extensivierung, eine energetische Grünschnittverwertung oder die Nutzung energieeffizienter Geräte zählen. Zudem wird nach Nutzungskombinationen gesucht, von denen man sich Synergieeffekte erhofft. So erfüllen Freiräume nicht nur die Funktion eines Klimaausgleichsraums, sondern unterliegen auch „naturschutzfachlichen, sozialen und wirtschaftlichen Anforderungen“. Aus diesem Grund gilt es, alle Anforderungen miteinander abzustimmen, „die Freiräume aufgrund der räumlichen Lage im Stadtgefüge zu strukturieren und räumlich-thematische Schwerpunkte zu bilden“. Grundsätzlich sollten die Freiräume dabei nicht

monofunktional ausgerichtet sein. Grundlage für die Handlungsempfehlungen bildet eine Untersuchung der Stärken und Schwächen der Bottroper Stadt- und Grünstruktur. So geht beispielsweise aus Abb. 6-48 hervor, dass der Innenstadtbereich wenig Grünstrukturen aufweist und zudem deutlich überwärmt ist. Aus der Untersuchung ist unter anderem auch das Konzept der Fitnessroute hervorgegangen, bei dem die Themen Klimawandel, Gesundheit und Sport sowie die Bedürfnisse der verschiedenen Bevölkerungsgruppen miteinander verknüpft werden (MÜLLER et al. 2013: 16ff.).

Neben der Durchführung von Begrünungsmaßnahmen kann auch die Integration von Wasser genutzt werden, um stark versiegelten Bereichen, die städtische Wärmeinseln darstellen, entgegenzuwirken. Wasser kann zum einen das Stadtklima verbessern und zum anderen die Attraktivität der Innenstadt erhöhen. Auch bei Kindern sind Wasserelemente sehr beliebt, weswegen an dieser Stelle Potenzial zur Förderung des familienfreundlichen Images der Stadt gesehen wird. Dass auch die Sicherung und Weiterentwicklung der Freiraumvernetzung auf regionaler Ebene eine Rolle spielt, wird dadurch deutlich, dass Leitvorstellungen wie der Masterplan *Emscher Landschaftspark 2010* bei den Überlegungen berücksichtigt werden und interkommunale Kooperationen einen hohen Stellenwert haben. So ist der Masterplan *Klimagerechter Stadtumbau* auch die Grundlage für ein Innovationshandbuch, das Erfahrungen und Handlungsempfehlungen bündelt und eine Übertragbarkeit des Projektes auf andere Städte und Gemeinden gewährleisten soll (MÜLLER et al. 2013: 18).



**Abb. 6-48: Grünstrukturen und Versiegelungsbereiche in Beziehung zur Temperaturverteilung (Quelle: ARBEITSGEMEINSCHAFT ARGE IC RUHR 2014a: 69)**

Der Masterplan gliedert sich in einen Potenzialatlas und einen Projektatlas, aus denen ein Umsetzungskonzept hervorgeht. Im Band A, dem Potenzialatlas, umfasst eine umfangreiche Analyse die Potenziale der Pilotregion, aus der heraus Projektideen entwickelt wurden. Daneben werden Entwicklungsziele sowie Strategien bezüglich der genannten Handlungsfelder definiert. Konkrete Projektideen werden in Band B, dem Projektatlas, detailliert beschrieben. Das Projektgebiet ist in sieben Planungsräume gegliedert, die sich bezüglich Zuschnitt und Lage an den bekannten 138

Stadtteilen orientieren (ARBEITSGEMEINSCHAFT ARGE IC RUHR 2014a: 17). Abgesehen von „der Förderung der energetischen Stadtsanierung“ ist das gesamte Pilotgebiet in das Förderprogramm *Stadtumbau West* „mit einer Förderzusage von 90 Prozent der rentierlichen Kosten“ aufgenommen worden (ARBEITSGEMEINSCHAFT ARGE IC RUHR 2014a: 69).

Betrachtet man beispielhaft das Handlungsfeld Stadt, so liegen dort „die Projektschwerpunkte auf Pilotgebietsebene auf der – vor allem gestalterischen und fühlbaren – Erlebarmachung dessen, was die *InnovationCity Ruhr* in Bottrop ausmacht“. So heißt es im Potenzialatlas, dass es sich dabei um Orte mit hoher Sichtbarkeit handelt, „an denen die Leitziele der *InnovationCity Ruhr* – CO<sub>2</sub>-Minderung bei gleichzeitigem Plus an Lebensqualität – anhand von konkreten Projekten und unter Einbezug möglichst vieler Handlungsfelder beispielhaft illustriert werden“. Dabei liegt aus freiraumplanerischer Sicht der Fokus „auf der Vernetzung der vorhandenen Grünstrukturen untereinander“ sowie in der „Einbindung in das Freiraumsystem der Region“ (ARBEITSGEMEINSCHAFT ARGE IC RUHR 2014a: 18). Eines der identifizierten Entwicklungsziele ist die Erhaltung und Entwicklung von Freiräumen. Als Strategie zur Erreichung dieses Ziels wird eine Neuschaffung von Grünstrukturen sowie die Erhaltung der vorhandenen Grünflächen und unversiegelten Freiflächen sowie deren angemessene Pflege und klimagerechte Anpassung genannt (ARBEITSGEMEINSCHAFT ARGE IC RUHR 2014a: 152). Daneben werden verschiedene Potenziale im Bereich des Freiraums identifiziert, um die Entwicklungsziele zu erreichen. So soll es bei der Erhaltung und Entwicklung von Freiräumen nicht nur um die Entsiegelung und Begrünung von Freiräumen gehen, sondern auch die Begrünung baulicher Strukturen, Fassaden und Dächer integriert werden, was zudem eine Verbesserung des Stadtklimas zur Folge hat. Diese Potenziale lassen sich wiederum in den Planungsräumen verorten (vgl. ARBEITSGEMEINSCHAFT ARGE IC RUHR 2014a: 233; 239). Auf Ebene der Planungsräume geht es im Bereich der Innenstadt um Aspekte wie „die Rückgewinnung von einseitig dem fahrenden oder ruhenden motorisierten Individualverkehr gewidmeten Platz- und Straßenräumen“. Zu den Projektideen gehören die Überlegungen, die Fußgängerzone auszuweiten oder verschiedene Plätze in der nördlichen Innenstadt aufzuwerten. Im Rahmen dessen „wird auch die Neunutzung und Neugestaltung zurückgewonnener Räume“ überdacht, was auch den Hitzeinseln in den großflächig versiegelten Innenstadtbereichen entgegenwirken soll. Das kann durch „Maßnahmen wie d[er] Entsiegelung von Haus- und Hofflächen und deren Begrünung, sowie d[em] Anlegen von Dach- und Fassadenbegrünungen“ geschehen. Auch eine Reaktivierung alter Brunnen, „die zur Speisung eines stadtklimatisch wirksamen Wassernetzes Innenstadt dienen“ könnte, ist denkbar (ARBEITSGEMEINSCHAFT ARGE IC RUHR 2014a: 19).

Ein Beispiel für eine konkrete Projektidee des Handlungsfeldes Stadt findet man im Projektatlas mit dem "grünen Ring". Hier ist das Ziel, „eine Fuß- und Radwegeverbindung ringförmig um die Innenstadt“ herum zu entwickeln und diese damit klimagerecht zu gestalten. Die Wegeverbindung besteht bereits, soll aber „durch Gestaltungselemente und die Anreicherung von Grün aufgewertet“ werden (ARBEITSGEMEINSCHAFT ARGE IC RUHR 2014b: 137). Für den Planungsraum Innenstadt ist das Rahmenprojekt "Bottrop geht grün – Aufwertung und Erweiterung der Fußgängerzone" ein Beispiel für eine Projektidee, die sich zum Ziel gesetzt hat, die Fußgängerzone Bottrops „unter Verbesserung der Aufenthaltsqualität und des Mikroklimas“ neu zu gestalten, da sie „ein wichtiger Bereich für die Lebensqualität der Bottroper Bürgerinnen und Bürger und für die Besucher der Stadt“ ist. Dafür wird zum Beispiel angeregt, den Innenstadtraum mit Grün- und Wasserelementen auszustatten und damit auch das Mikroklima zu verbessern (ARBEITSGEMEINSCHAFT ARGE IC RUHR 2014b: 200).

## 6.5 Der Standort Dortmund

Die kreisfreie Großstadt Dortmund liegt im östlichen Teil des Ruhrgebiets im Regierungsbezirk Arnsberg und zählt 580.511 Menschen (Stand: 2014 - vgl. IT.NRW 2015e: 1f.). Sie grenzt südöstlich an das Sauerland und nördlich an das Münsterland (vgl. STADT DORTMUND 2016e). Das Stadtgebiet Dortmunds umfasst heute eine Fläche von ca. 280,71 km<sup>2</sup> (siehe Abb. 6-49). Davon zählen 170,47 km<sup>2</sup> bzw. 60,7 Prozent zur Siedlungs- und Verkehrsfläche und 110,23 km<sup>2</sup> bzw. 39,3 Prozent zur Freifläche außerhalb der Siedlungs- und Verkehrsfläche. Im Vergleich zum Jahr 2003, wo Dortmund eine vergleichbar große Fläche von 280,35 km<sup>2</sup> umfasste, hat sich der Anteil an den Freiflächen außerhalb der Siedlungs- und Verkehrsfläche um 2,3 Prozent reduziert. So lag er bei 116,61 km<sup>2</sup> und machte 41,6 Prozent am Stadtgebiet aus, während die Siedlungs- und Verkehrsflächen nur 163,74 km<sup>2</sup> bzw. 58,4 Prozent umfassten (Stand: 31. Dezember 2014 - vgl. IT.NRW 2015e: 3f.).

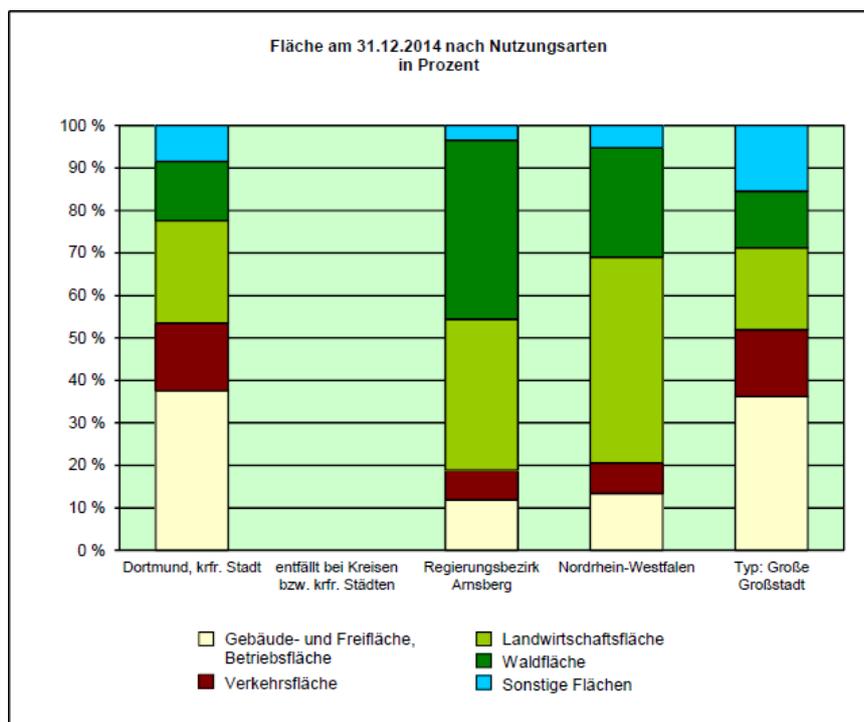


Abb. 6-49: Flächenanteile in Dortmund (Quelle: IT.NRW 2015e: 3)

Erstmals Erwähnung findet die Stadt Dortmund als Throtmanni um das Jahr 880. Sie wurde im 10. Jahrhundert zu einem wichtigen Königsmarkt. Der Handel nimmt in den folgenden Jahrhunderten zu, die Siedlungen verdichten sich und Dortmund wird im 12. und 13. Jahrhundert zur Reichsstadt. Der Umfang der Stadt um 1200 wurde bis ins 19. Jahrhundert beibehalten und ist heute noch im Stadtbild durch den Wallring zu erkennen. Im 17. Jahrhundert verlor die Stadt in Folge des 30-jährigen Krieges stark an Bedeutung. Ein neuer Aufschwung kam erst Mitte des 19. Jahrhunderts im Zuge der industriellen Entwicklung durch Kohleabbau und Stahlverarbeitung. Mit dem Anschluss an die Köln-Mindener Bahn (1847) und die Bergisch-Märkische Bahn (1849) wurde die Stadt zum ersten Eisenbahnknotenpunkt des Ruhrgebiets und es entstand eine Industrielandschaft aus Hochöfen, Fördertürmen, Kohlehalden und Fabriken. Im Jahr 1899 wurden zudem der Hafen und der Dortmund-Ems-Kanal eröffnet. 1925 erfolgte die Eröffnung des Dortmunder Flughafens. Zudem kam es zu einem enormen Beschäftigungsanstieg im Bergbau und der Stahlverarbeitung. Es entstanden sogenannte Kolonien, wobei es sich um werkseigene Wohnungen der großen Industrieunternehmen handelte, um die steigende Anzahl von Menschen, die im Jahr 1895 schon über 110.000 betrug,

unterzubringen. Zu den großen Industrie Gründungen gehörten der Hörder Verein, die Dortmunder Union und Hoesch, die mehrere tausend Menschen beschäftigen. In den 1920er- und 1930er-Jahren kam es zu diversen Zusammenschlüssen von Unternehmen. Im Zuge der kommunalen Gebietsreform wurden 1928/29 die Stadt Hörde sowie die Landkreise Dortmund und Hörde nach Dortmund eingemeindet, so dass Dortmund rund 540.000 Menschen zählte. Die Weltwirtschaftskrise in den folgenden Jahren führte durch die Konzentration der Wirtschaft auf Kohle und Stahl dazu, dass 40 Prozent der Menschen ihren Arbeitsplatz verloren. Im Zweiten Weltkrieg wurden 95 Prozent des Stadtkerns zerstört. Es stellte sich im Folgenden die Frage, ob man das Stadtgebiet rekonstruieren wollte oder ob die Stadt neu aufgebaut werden sollte, wobei man sich für einen Mittelweg entschied. Da nur wenige Zechen zerstört wurden, war es bald möglich, diese wieder in Betrieb zu nehmen und so konzentrierte man sich in Dortmund weiterhin auf die Bergbau-, Eisen- und Stahlindustrie. Bis zum Jahr 1951 wuchs Dortmund zur größten Industriestadt in Nordrhein-Westfalen und hatte mit einer Arbeitslosenquote von 2,1 Prozent nahezu Vollbeschäftigung. Im Jahr 1965 erreichte die Stadt den Höchststand von 658.000 Einwohnerinnen und Einwohnern. Dieser Zustand war jedoch nicht von langer Dauer, da auch Dortmund vom Strukturwandel eingeholt wurde, der sich seit den 1950er-Jahren zunehmend bemerkbar machte. Im Bereich des Bergbaus kam es zu ersten Stilllegungen von Schachanlagen und Entlassungen, da preiswertere Kohle importiert werden konnte. Auch in der Stahlproduktion machte sich ab dem Jahr 1975 die Krise bemerkbar. Der Niedergang des Bergbaus sollte durch die Gründung der Einheitsgesellschaft Ruhrkohle AG aufgefangen werden. Mit der Zeche Minister Stein wurde dann im Jahr 1987 die letzte Dortmunder Zeche geschlossen (vgl. STADT DORTMUND 2016k). Abb. 6-50 zeigt das heutige Stadtgebiet Dortmunds.

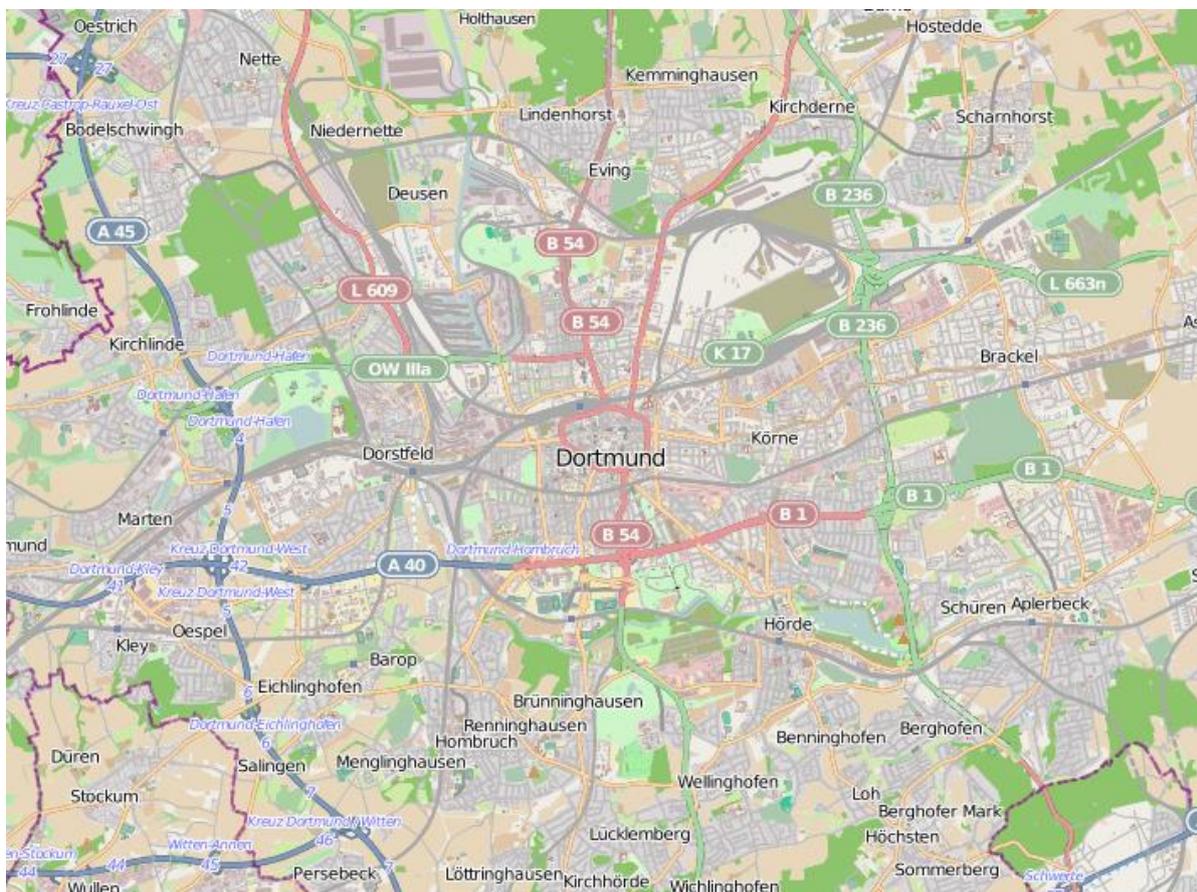


Abb. 6-50: Stadtgebiet Dortmund (Quelle: AMBIWEB GMBH 2016c)

Um dem strukturellen Wandel entgegenzuwirken, wurde unter anderem im Jahr 1968 die Dortmunder Universität gegründet, der 1971 eine Fachhochschule folgte. 1985 wurden zudem ein Fraunhofer-Institut, das TechnologieZentrum und der TechnologiePark in Universitätsnähe angesiedelt und so entstand ein Wissenschaftspark. Dadurch wurde auch Dortmunds Rolle als Wissenschafts- und Technologiestandort gestärkt. Dennoch ist nicht zu übersehen, dass in Dortmund in der Zeit von 1960 bis 1994 90.000 Arbeitsplätze im industriellen Sektor weggefallen sind. Durch verschiedene Baumaßnahmen und die Belebung der Innenstadt durch die Schaffung eines attraktiven Angebotes an Kultur, Einzelhandel, Gastronomie oder Grünflächen versuchte man, der Stadt ein neues Gesicht zu geben, um für Ansiedlungen der Industrie- und Hightech-Branche attraktiv zu sein. So sieht sich die Stadt heute als Zentrum der Information und Kommunikation, das einen Schwerpunkt auf Bildung und Qualifizierung legt und die Steigerung der Lebensqualität am Standort fokussiert (vgl. STADT DORTMUND 2016k). In den Dortmunder Westfalenhallen findet man heute ein breites Veranstaltungsangebot. Zudem gibt es ein Konzerthaus, ein Theater und viele Museen sowie umgebaute Industriegelände wie das Dortmunder U, aus dem ein Kunst- und Kreativzentrum geworden ist. Weiter hat der Fußball durch den Erstligisten Borussia Dortmund einen hohen Stellenwert in der Stadt (vgl. STADT DORTMUND 2016d). Verkehrstechnisch wird das Oberzentrum des östlichen Ruhrgebiets von drei Autobahnen umschlossen. Hierzu kommen weitere vier Autobahnen, die auf die Stadt zuführen. Mit dem Hafen gibt es einen Umschlagplatz für den internationalen Warenverkehr. Des Weiteren verfügt die Stadt mit ihrem Hauptbahnhof über einen ICE-Fernbahnhof und einen Flughafen (vgl. STADT DORTMUND 2016l).

Um im Bereich der Stadtentwicklung nachhaltig Lösungsansätze zu finden, ist eine enge Zusammenarbeit aller Beteiligten unabdingbar. Aus diesem Grund kommt den sogenannten "integrierten Entwicklungskonzepten" als informelle Planwerke auch in Dortmund eine große Bedeutung zu. So fasste der Rat der Stadt Dortmund Ende 2000 den Beschluss, integrierte Stadtbezirkentwicklungskonzepte zu erarbeiten, die „als inhaltliche Grundlage für die Erarbeitung des neuen Flächennutzungsplans“ fungieren und einen Überblick über den aktuellen Stand, Entwicklungspotenziale und -perspektiven für die verschiedenen Dortmunder Stadtbezirke unter Berücksichtigung der lokalen Besonderheiten ermöglichen. Dabei sind neben dem Fachressort Stadtentwicklung auch die Bereiche „Einzelhandel, Wohnen, Freiraum und Umwelt, Wirtschaftsflächen, soziale und technische Infrastruktur, Sportstätten, Freizeit und Kultur, Weiterbildung, Verkehr und Mobilität, öffentliche Sicherheit und Ordnung sowie Denkmalpflege“ beteiligt. Die Dortmunder Entwicklungskonzepte werden vom Land Nordrhein-Westfalen als Entwicklungskonzepte angesehen, „die für Projekte der Stadtentwicklung und Stadterneuerung Bestandteil von Förderanträgen sein können“. Integrierte Stadtentwicklungskonzepte bestehen für alle zwölf Dortmunder Stadtbezirke, zu denen auch Hörde zählt. Die Projekte der Stadtentwicklung und Stadterneuerung sind wichtige Bestandteile der integrierten Stadtbezirkentwicklungskonzepte (STADT DORTMUND 2016g). So basieren die Stadtplanung und Stadtentwicklung in Dortmund „auf fachübergreifenden Ansätzen, die für das gesamte Stadtgebiet Gültigkeit besitzen“ (STADT DORTMUND 2009: 19).

### ***Demographie***

Dortmund zählt zum Jahresende 2014 580.511 Einwohnerinnen und Einwohner (siehe Tab. 6-7). Aktuell verzeichnet die Stadt wieder einen leichten Bevölkerungsanstieg. Das liegt vor allem daran, dass der seit 2010 positive Wanderungssaldo den kontinuierlich negativen natürlichen Saldo übersteigt, so dass der Gesamtsaldo positiv ist (vgl. IT.NRW 2015e: 6).

**Tab. 6-7: Bevölkerungsstand und -bewegung zwischen 2008-2014 in Dortmund (Quelle: IT.NRW 2015e: 6)**

Bevölkerungsstand\*) und -bewegung 2008 – 2014

Merkmal		2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Bevölkerung am 31.12.	a	584 412	581 308	580 444	571 403	572 087	575 944	580 511
	b	92 778	91 332	91 551	70 277	72 059	76 194	83 356
Lebendgeborene	a	4 993	4 782	4 906	4 669	4 896	4 954	5 403
	b	316	267	324	314	352	487	645
Gestorbene	a	6 743	6 751	6 918	6 752	6 702	6 953	6 561
	b	221	219	264	236	254	318	286
Überschuss der Geborenen (+) bzw. Gestorbenen (-)	a	-1 750	-1 969	-2 012	-2 083	-1 806	-1 999	-1 158
	b	+ 95	+ 48	+ 60	+ 78	+ 98	+ 169	+ 359
Zugezogene	a	23 030	23 351	24 322	26 178	25 895	30 562	33 932
	b	8 524	8 934	9 498	10 314	10 627	13 946	19 160
Fortgezogene	a	23 784	24 501	23 193	23 613	23 557	25 469	29 404
	b	8 643	9 240	8 035	8 026	8 024	9 709	13 264
Überschuss der Zu- (+) bzw. Fortgezogenen (-)	a	- 754	-1 150	+1 129	+2 565	+2 338	+5 093	+4 528
	b	- 119	- 306	+1 463	+2 288	+2 603	+4 237	+5 896
Gesamtsaldo <sup>2)</sup>	a	-2 497	-3 104	- 864	-9 041	+ 684	+3 857	+4 567
	b	-1 159	-1 446	+ 219	-21 274	+1 782	+4 135	+7 162
	c	- 4,3	- 5,3	- 1,5	- 15,8	+ 1,2	+ 6,7	+ 7,9

\*) Bevölkerungsfortschreibung auf Basis Volkszählung 1987 und Zensus 2011 – 1) Die Gliederung „deutsch/nichtdeutsch“ ist durch die Reform des Staatsangehörigkeitsrechts von 1999 ab dem Berichtsjahr 2000 beeinflusst. – 2) einschließlich Bestandskorrekturen aufgrund nachträglich berichteter Meldefälle und einschließlich der Fälle eines Wechsels zur deutschen Staatsangehörigkeit

Die gegenwärtigen Bevölkerungsprognosen gehen davon aus, dass die Einwohnerzahl Dortmunds in den nächsten Jahrzehnten steigen wird (siehe Tab. 6-8). Lebten im Jahr 2014 noch 575.944 Menschen in der Stadt, so sollen es 2025 bereits 601.232 bzw. im Jahr 2040 605.141 Personen sein, was einem Anstieg von 4,4 Prozent bzw. 5,1 Prozent entsprechen würde (vgl. IT.NRW 2015e: 9).

**Tab. 6-8: Bevölkerungsvorausberechnung in der Basisvariante in Dortmund 01.01.2014-01.01.2040 (Quelle: IT.NRW 2015e: 9)**

Bevölkerungsvorausberechnung\*) (Basisvariante) 1.1.2014 – 1.1.2040 nach Altersgruppen und Geschlecht

Altersgruppe Geschlecht	Dortmund, krfr. Stadt				Nordrhein-Westfalen		
	1.1.2014	1.1.2025		1.1.2040		1.1.2025	1.1.2040
	Anzahl	2014=100		Anzahl	2014=100	2014=100	
<b>Bevölkerung insgesamt</b>	<b>575 944</b>	<b>601 232</b>	<b>104,4</b>	<b>605 141</b>	<b>105,1</b>	<b>100,9</b>	<b>99,5</b>
davon im Alter von ... Jahren							
unter 6	28 809	31 714	110,1	28 596	99,3	103,3	90,5
6 bis unter 18	61 481	62 995	102,5	64 377	104,7	92,5	90,8
18 bis unter 25	50 807	45 482	89,5	46 236	91,0	86,2	83,1
25 bis unter 30	40 421	44 763	110,7	39 693	98,2	101,1	86,7
30 bis unter 40	72 525	90 842	125,3	79 220	109,2	115,0	98,3
40 bis unter 50	86 391	73 568	85,2	86 548	100,2	78,8	87,2
50 bis unter 60	83 111	81 789	98,4	77 518	93,3	96,5	84,9
60 bis unter 65	34 615	42 210	121,9	32 398	93,6	131,3	92,5
65 und mehr	117 784	127 869	108,6	150 555	127,8	114,0	140,1
18 bis unter 65	367 870	378 654	102,9	361 613	98,3	98,0	88,6
<b>Männlich</b>	<b>281 101</b>	<b>299 847</b>	<b>106,7</b>	<b>306 028</b>	<b>108,9</b>	<b>102,1</b>	<b>101,5</b>
<b>Weiblich</b>	<b>294 843</b>	<b>301 385</b>	<b>102,2</b>	<b>299 113</b>	<b>101,4</b>	<b>99,9</b>	<b>97,7</b>

\*) Für die Bevölkerungsvorausberechnung in den kreisfreien Städten und Kreisen werden Ergebnisse der Statistiken der Geburten, Sterbefälle und Wanderungen, der Fortschreibung des Bevölkerungsstandes sowie der Sterbefälle genutzt.

### Wirtschafts- und Beschäftigtenstruktur

Dortmund entspricht nach dem Bericht der Enquetekommission "Zukunft der Städte in NRW" dem Stadttyp 6 der "Städte im Umbruch bei starker sektoraler Streuung" (PRÄSIDENT DES LANDTAGS NORDRHEIN-WESTFALEN 2004: 81). Die Stadt zählt 212.622 sozialversicherungspflichtig Beschäftigte, von denen 106 Personen bzw. 0,1 Prozent im Bereich der Fischerei, Land- und Forstwirtschaft, 40.790 Personen bzw. 19,2 Prozent im produzierenden Gewerbe und 23,7 Prozent oder 50.487 Personen im Bereich Handel, Gastgewerbe, Verkehr und Lagerei beschäftigt sind (siehe Abb. 6-51). Mit 57 Prozent liegt der größte Teil der Arbeitsplätze jedoch im Bereich der sonstigen Dienstleistungen, wo 121.232 Personen beschäftigt sind. Während der Anteil an sonstigen Dienstleistungen in Dortmund leicht unter den Werten des der Stadt entsprechenden Typs "große Großstadt" liegt, überschreitet der Anteil des produzierenden Gewerbes die Vergleichswerte leicht (Stand: 30. Juni 2014 - vgl. IT.NRW 2015e: 15).

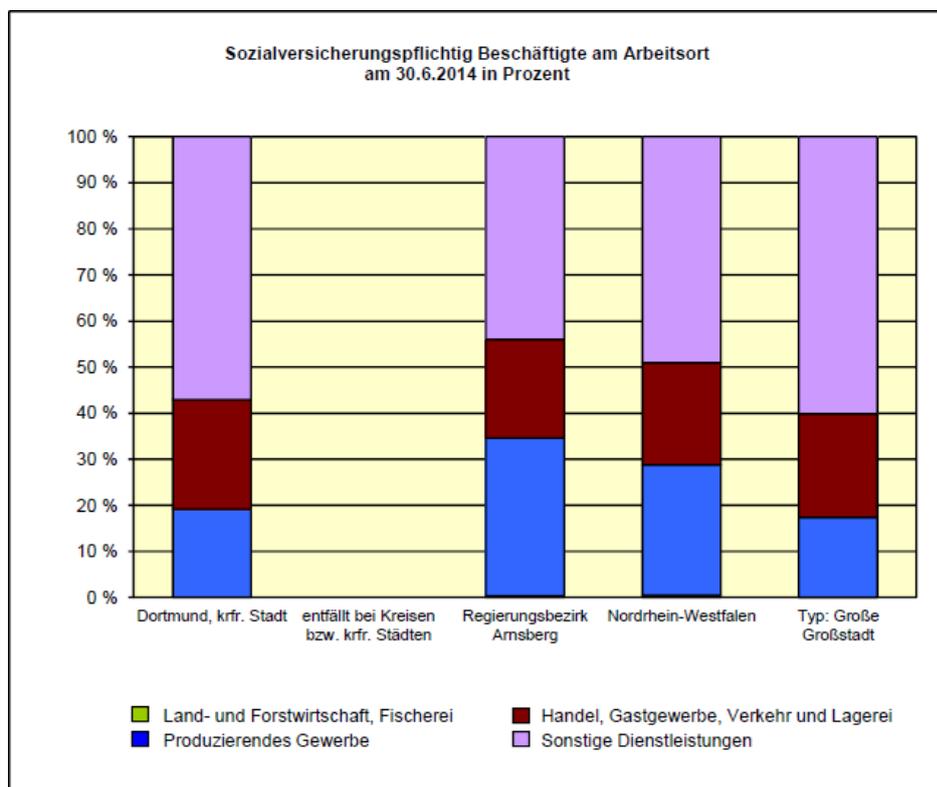


Abb. 6-51: Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte am Arbeitsort am 30.6.2013 in Dortmund (Quelle: IT.NRW 2015e: 15)

Das verfügbare Einkommen der privaten Haushalte liegt im Jahr 2011 deutlich unter dem Landesdurchschnitt von 20.056 Euro (siehe Abb. 6-4). Im Vergleich zu den anderen untersuchten Städten ist der Wert Dortmunds am niedrigsten. Der Anteil hochqualifizierter Beschäftigter an den sozialversicherungspflichtig Beschäftigten (siehe Abb. 6-5) liegt im Jahr 2013 leicht über dem Landes- und Bundesdurchschnitt (11,7 und 12,5 Prozent). Mit diesem Wert befindet sich Dortmund zwar hinter den Städten Bonn und Essen, jedoch leicht vor der Stadt Bielefeld und deutlich vor der Stadt Bottrop (vgl. WEGE MBH 2014).

Mit dem *dortmund-project* wurde eine ökonomische Neuausrichtung forciert. Durch dieses Wirtschaftsförderungsprogramm, an dem sich ThyssenKrupp um die Jahrtausendwende beteiligte und das durch 200 Millionen Euro Fördergelder von EU, Bund und Land NRW unterstützt wurde, sollte der Wegfall der Roheisenproduktion und der dazugehörigen Arbeitsplätze in Dortmund

ausgeglichen werden, indem "zukunfts feste" Branchen mit Erfolg angesiedelt wurden. Dazu zählen beispielsweise die Bereiche Informationstechnologie und E-Commerce sowie die Mikrosystemtechnik und Biotechnologie. Von ThyssenKrupp wurde auch die Unternehmensberatung McKinsey finanziert, die bei der Formulierung der Zielsetzungen beratend tätig wurde. Viele der weggefallenen Arbeitsplätze konnten durch die Umsetzung der daraus hervorgegangenen Entwicklungsstrategie aufgefangen werden. 2010 waren 800 IT-Firmen, 831 Logistikunternehmen und 45 Mikro- und Nanotechnologiefirmen in der Stadt ansässig. Im Jahr 2015 arbeiteten mehr als 8.500 Beschäftigte im Technologie-Park in den nun 280 Hightech-Unternehmen, so dass dieser unter anderem um das ca. 200 Hektar große PHOENIX-Areal im Stadtteil Hörde erweitert wurde. Dabei griffen wirtschaftliche Neustrukturierung und städtebauliche Entwicklung ineinander (vgl. FRANK & GREIWE 2008: 576; HOPPE 2016: 34f.). Das *dortmund-project* konnte dazu beitragen, dass in Dortmund „ein neuartiges Netzwerk zur Förderung von Wirtschaft, Wissenschaft und Stadtentwicklung“ entstanden ist, das durch Kommunikation, Interaktion und Zielabstimmung öffentlicher und privater Akteure geprägt ist (IRLE & RÖLLINGHOFF 2008: 642).

Die Arbeitslosenquote beträgt im Juni 2013 dennoch 13,2 Prozent. Damit liegt der Wert nicht nur erheblich über dem Durchschnitt Deutschlands (6,6 Prozent) und Nordrhein-Westfalens (8,2 Prozent, siehe Abb. 6-6), sondern übertrifft auch alle Werte der anderen untersuchten Standorte (Stand: 30. Juni 2013 - BUNDESAGENTUR FÜR ARBEIT 2016).

### **Marketingaktivitäten**

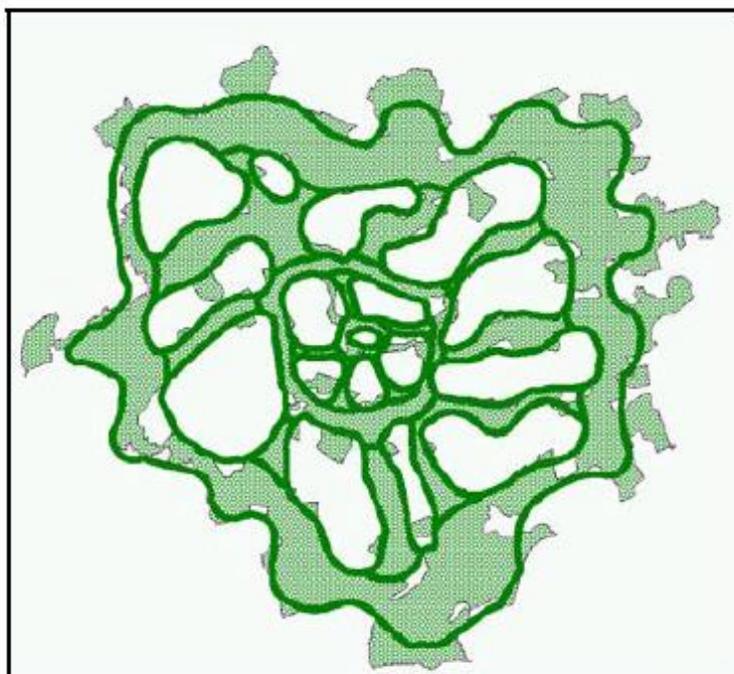
„Eine der dynamischsten Städte der neuen Wirtschaft in Deutschland, ein rasant wachsender Technologiestandort und gleichzeitig lebens- und liebenswertes Wohlfühlgebiet – die ehemalige Hansestadt Dortmund ist die größte Stadt Westfalens und der Metropolregion Rhein-Ruhr. Mit innovativen Konzepten und geschickter Standortpolitik gestalten wir hier optimale Bedingungen“, so präsentiert die Wirtschaftsförderung Dortmund die Stadt auf ihrer Internetpräsenz. Die Positionierung der Stadt Dortmund als Wirtschafts- und Lebensstandort ist Aufgabe der Dortmunder Wirtschaftsförderung. Sie hat sich zum Ziel gesetzt, „unternehmerisches Engagement zu fördern und die Stadt zu einem modernen Wirtschafts- und Lebensstandort weiterzuentwickeln“, wobei „die Schaffung und Sicherung von Arbeitsplätzen“ eine besondere Rolle spielt, wie es auf der Internetseite heißt. Die Stadt wird dort als "Tor zur Rhein-Ruhr-Region" und "Stadt des Mittelstands" beschrieben, in der neben Technologie und Dienstleistungen immer noch die Industrie eine wichtige Rolle spielt. Dabei ist jedoch der als Zukunftsbranche gesehene Bereich der Informationstechnologien, Mikro- und Nanotechnologie sowie die Biomedizin und Robotik stärker in den Fokus gerückt. So sieht sich Dortmund heute als innovativen Wissenschaftsstandort, der darum bemüht ist, Studiengänge und Forschungseinrichtungen stetig weiterzuentwickeln und eine gute Vernetzung von Hochschulen, Forschungsinstituten und Unternehmen zu erzielen. Zudem wird die Lebensqualität der Stadt hervorgehoben, was sich zum Beispiel in einer attraktiven Innenstadt mit vielen Geschäften, Restaurants und Cafés widerspiegelt. Dabei wird auch das "grüne Dortmund" beworben und dass nahezu die Hälfte des Stadtgebiets aus Gärten und Parks, Wiesen, Feldern und Waldgebieten besteht, deren Schutz und Entwicklung hohe Priorität genießt (siehe Abb. 6-52). Darüber hinaus wird betont, dass sich Dortmund „vom klassischen Industriestandort zu einem modernen Dienstleistungszentrum mit breitem Angebot entwickelt“ hat, das über eine „ausgezeichnete räumliche Lage“ und Infrastrukturausstattung verfügt (vgl. STADT DORTMUND 2016n). Neben der Wirtschaftsförderung gibt es die DORTMUNDtourismus GmbH, die sich um die touristische Vermarktung der Stadt kümmert.



Abb. 6-52: Präsentation der Stadt Dortmund durch die Wirtschaftsförderung (Quelle: STADT DORTMUND 2016n)

### ***Naturraum und grüne Infrastruktur***

Die grüne Infrastruktur Dortmunds entspricht einem radial-konzentrischem Freiraummodell (siehe Abb. 6-53), was das Leitbild für die Freiraumentwicklung in Dortmund ist. Hierbei werden konzentrische und radiale Elemente zusammengeführt, um „langfristig die ökologischen Ausgleichsleistungen, die Ansprüche an ausreichende Lebensqualität und die Erfordernisse bezüglich Siedlungsgliederung und Stadtgestaltung [zu] gewährleisten“ (STADT DORTMUND 2003: 19).



*Radial-Konzentrisches Freiraummodell*

Abb. 6-53: Radial-konzentrisches Freiraumkonzept Dortmund (Quelle: STADT DORTMUND 2003: 19)

Neben einem inneren, einem mittleren und einem äußeren Grünring gibt es radiale Elemente, die zentrumsorientierte Grünverbindungen vom inneren zum mittleren Grünring und stadtrandorientierte Grünverbindungen vom mittleren zum äußeren Grünring herstellen. Während erstere eine stadtgestaltende Funktion erfüllen, wirken letztere siedlungsgliedernd. Der erste Grünring dient vor allem der Verbesserung der Aufenthaltsqualität im Innenstadtbereich. Der mittlere Grünring dient als durchgängiger Freiraum den Bewohnerinnen und Bewohnern des mit Freiraum unterversorgten Innenstadtbereichs. Zudem schafft er eine Verknüpfung der Freizeit- und Erholungseinrichtungen und der großen Parkanlagen. Der äußere Grünring bringt ökologische Ausgleichsleistungen für die hoch verdichteten Siedlungsbereiche. Hier findet man große zusammenhängende land- bzw. forstwirtschaftlich geprägte Freiräume (vgl. STADT DORTMUND 2003: 19; STADT DORTMUND 2015a: 66).

Als erklärte Zielperspektive für die Stadt Dortmund gilt die „Fortführung einer ökologisch orientierten Freiraumentwicklung als Grundlage einer hohen Lebensqualität“. Hierzu sollen „ökologisch, sozial und kulturell bedeutsame Grünzüge, Parks, öffentliche Grünanlagen und andere Stadträume“ in das Freiraumverbundsystem der Stadt integriert werden. Die Stadt Dortmund hat einen Umweltplan aufgestellt, der als Steuerungsinstrument für eine zukunftsbeständige und nachhaltige Stadtentwicklung dient und der dazu beitragen soll, die „ökologischen Qualitätsanforderungen systematisch und nachvollziehbar in den langfristigen Zukunftsplan der Dortmunder Stadtentwicklung“ zu integrieren. Dafür werden die existenten umweltrelevanten Informationsgrundlagen ausgewertet, ergänzt, aktualisiert und zusammengeführt, wodurch „eine rationale Steuerungsgrundlage in Kenntnis der maßgeblichen stadtoökologischen Ausgangsbedingungen und Zielsetzungen“ entsteht. So fungiert der Umweltplan „als Arbeits-, Planungs- und Entscheidungsgrundlage“. Er unterstützt damit die kommunalen Akteure im Bereich der Planung und Projektentwicklung und informiert Politik, Fachöffentlichkeit und Bürgerschaft, indem er als „flächendeckende überblickshafte Informations-, Beurteilungs- und Entscheidungsgrundlage“ Auskunft darüber erteilt, welche Standorte sich „im Stadtgebiet aus ökologischer Sicht gut, eingeschränkt oder gar nicht für bestimmte Raumnutzungen“ eignen. Somit leistet er auch einen ökologischen Fachbeitrag zum Flächennutzungsplan und beeinflusst unter anderem die integrierten Stadtbezirkentwicklungskonzepte. Dennoch handelt es sich beim Umweltplan auch um eine eigenständige informelle Fachplanung (STADT DORTMUND 2003: 7f.). Als formelles Planungsinstrumentarium für den Naturschutz und die Landschaftspflege auf kommunaler Ebene existieren für das Stadtgebiet Dortmunds die drei Landschaftspläne Dortmund-Nord, Dortmund-Mitte und Dortmund-Süd (vgl. STADT DORTMUND 2016i), die dem Schutz, der Pflege und der Entwicklung von Natur und Landschaft dienen (vgl. STADT DORTMUND 2003: 9).

Zum Freiraum Dortmunds gehören 7.840 Hektar landwirtschaftlich und gärtnerisch genutzte Flächen, 2.947 Hektar Wald und Forst sowie 1.489 Hektar öffentliche Parks, Grünanlagen, Friedhöfe sowie Spiel- und Sportplätze sowie 510 Hektar öffentliche Gewässer. Abgesehen davon sind zudem noch ca. 115.000 Straßenbäume und das entsprechende Begleitgrün im Verkehrsflächenanteil enthalten. Dortmund hat 26 Naturschutzgebiete und 38 Landschaftsschutzgebiete, die einen Anteil von 6 Prozent bzw. 31,2 Prozent an der Stadtfläche einnehmen (vgl. STADT DORTMUND 2008a; STADT DORTMUND 2016d). Einige Grünanlagen werden im Folgenden exemplarisch vorgestellt.

Der Blücherpark liegt im Bereich der Innenstadt Nord. Er entstand 1982 als wohnungsnaher Grünfläche. Mit dem 1985 beschlossenen "Nordstadt-Programm" wurde ein Gesamtkonzept entwickelt, das dazu dienen sollte, durchgehende Grünverbindungen zu schaffen und die

bestehenden Teilbereiche neu zu gestalten. Die Anlage des heutigen Parks erfolgte zwischen 1995 und 2001. Hierbei wurden verschiedene Teilflächen zusammengelegt. Durch die Einbeziehung einer früheren Querstraße konnte eine Grünverbindung geschaffen werden, die über die westliche Innenstadt durch die Nordstadt bis zum Fredenbaumpark führt. Der Park dient mit seinen Spielplätzen und Aufenthaltsbereichen der Naherholung (vgl. STADT DORTMUND 2016a).

Der Fredenbaumpark in Eving (siehe Abb. 6-54) ist der älteste Stadtpark Dortmunds. Er ist vor 100 Jahren aus dem Stadtwald Westerholz hervorgegangen und beherbergt eine vielfältige Vegetation mit großen Rhododendren, Buschwindröschen und dichtem Waldbestand. Zudem findet man Teiche und Wiesen im 63 Hektar großen Park, der ein Zentrum für Freizeit, Erholung und Sport in Norden der Stadt darstellt. Das Freizeitangebot ist breit aufgestellt. Es gibt unter anderem viele Spazierwege, Bänke und Liegewiesen, einen Rosengarten, Pavillons, diverse Spielplätze, einen Bootsverleih, einen Modellboot-Teich, eine Joggingstrecke, einen Inlineskating-Rundkurs, eine Minigolfanlage, einen Bouleplatz, ein Beachvolleyballfeld, Tischtennisplatten, Grillplätze und ein gastronomisches Angebot. Daneben finden verschiedene Veranstaltungen im Fredenbaumpark statt (vgl. STADT DORTMUND 2016c).



**Abb. 6-54: Fredenbaumpark in Dortmund (Quelle: STADT DORTMUND 2016c)**

Der 65 Hektar große Botanische Garten Rombergpark ist im Jahr 1822 im Auftrag der Adelsfamilie von Romberg als ein englischer Landschaftspark entstanden (siehe Abb. 6-55) und liegt im Dortmunder Süden. Im Jahr 1927 wurde er von der Stadt Dortmund gekauft, die einen Botanischen Garten anlegte und das Gelände erweiterte. Eine Besonderheit sind die 1.000 m<sup>2</sup> umfassenden Pflanzenschauhäuser, in denen man exotische und tropische Pflanzen findet. Zudem wachsen 4.500

verschiedene Gehölzarten und -sorten im Park, der ganzjährig geöffnet ist (vgl. STADT DORTMUND 2016b).



**Abb. 6-55: Botanischer Garten Rombergpark in Dortmund (Quelle: STADT DORTMUND 2016b)**

Der Hoeschpark im Bereich der Innenstadt Nord hat seinen Ursprung im städtischen Ballspielplatz *Weißer Wiese*, der um 1909 die erste Spielstätte von Borussia Dortmund war. Damals sollte neben dem Fredenbaumpark eine weitere Parkanlage entstehen, die sich mehr am Sport ausrichten sollte. 1951 entstanden unter anderem ein Freibad und ein Tennisheim. Das Angebot wurde um Gastronomie und eine Tierschau mit Vogelvolieren ergänzt und erfreute sich zunächst großer Beliebtheit. Veränderungen im Freizeitverhalten führten jedoch dazu, dass die Besucherzahlen in den letzten Jahrzehnten deutlich rückläufig waren. Nachdem der Park bis zu diesem Zeitpunkt vom Unternehmen Hoesch unterhalten wurde, gab das Unternehmen nach der Fusion mit Krupp-Hoesch die Pflege in den 1990er-Jahren aus finanziellen Gründen auf und die Stadt Dortmund kaufte den Park. Aktuell befindet sich die Anlage im Umbau und soll wieder vermehrt für Spiel und Sport dienen. Es ist bereits eine Baseballanlage entstanden und der zentrale Weg soll zu einer Kommunikations- und Spielachse umgestaltet werden. Im Norden soll ein Waldlehrpfad mit Schautafeln und Biotop entstehen, während im Süden eine Tartanbahn geplant ist. Finanziert wird das Projekt von der EU-Gemeinschaftsinitiative URBAN II, dem Land und der Stadt Dortmund (vgl. STADT DORTMUND 2016f).

Der Landschaftspark *Alte Körne* in Scharnhorst entstand während der Internationalen Bauausstellung Emscherpark (1986-1996) als Stadtteilpark. Im Rahmen dessen wurden auch eine unter ökologischen Aspekten erstellte Kleingartenanlage und eine Spiellandschaft errichtet. Der Park grenzt im Norden an zwei Kleingartenanlagen aus den 1960er- und 1970er-Jahren an. Südlich des Parks befinden sich das Naturschutzgebiet *Alte Körne* sowie Teile des Stadtwaldes. Der Park dient für viele Menschen der Naherholung, da er durch ein Wegenetz an eine Großsiedlung angebunden ist. Der Landschaftspark *Alte Körne* schafft eine Verbindung verschiedener Teilbereiche von Freiraum zu einer Einheit, so dass im nordöstlichen Stadtgebiet ein zusammenhängendes Erholungsgebiet von 64 Hektar entstehen konnte. Vom Ortsteil Grevel gelang man durch die Freiraumstrukturen bis zum südlichen Teil vom

Stadtteil Scharnhorst und weiter über einen Fuß- und Radweg entlang des Baches *Alte Körne* (siehe Abb. 6-56) bis zu den östlich anschließenden Waldgebieten (vgl. STADT DORTMUND 2016h).



**Abb. 6-56: Bachverlauf im Landschaftspark *Alte Körne* in Dortmund (Quelle: STADT DORTMUND 2016h)**

Im Stadtteil Huckarde befindet sich der Revierpark Wischlingen. Der Park inklusive See entstand auf einer zuvor landwirtschaftlich genutzten Fläche in den 1970er-Jahren. In unmittelbarer Nähe zum Park befindet sich das Natur- und Vogelschutzgebiet Hallerey. Ein 45 Hektar großer Waldbestand, der heute der Naherholung dient, wurde in den Park integriert. Zudem ist eine neue Grünanlage mit Rasenflächen entstanden, auf denen man sich erholen, Sport treiben oder spielen kann. Neben den Spielanlagen für Kinder gibt es eine Sportzone mit Fußballplatz, Mehrzweckspielfeldern und Tischtennisplatten sowie verschiedene teilweise beleuchtete Wege zum Spazieren oder Joggen. Weiter gibt es einen Naturseilgarten, der in den natürlichen Baumbestand im westlichen Teil des Parks integriert wurde, zwei Tennisplätze und eine Minigolfanlage. Auch ein Campingplatz, ein Sole- und ein Allwetterbad sowie ein Restaurant mit Biergarten befinden sich im Park (vgl. STADT DORTMUND 2016j).

Der 70 Hektar große Westfalenpark in der Innenstadt Ost ist Dortmunds größter Park und wurde zur Bundesgartenschau eröffnet, die dort in den Jahren 1959, 1969 sowie 1991 stattgefunden hat. Neben Teichen, Rasen- und Wiesenflächen findet man verschiedene Spielflächen und zahlreiche, abwechslungsreiche Anlagen wie eine Heidelandschaft (siehe Abb. 6-57), einen Dahliengarten oder einen Bereich, der im ostasiatischem Stil gestaltet ist (vgl. STADT DORTMUND 2016m).



Abb. 6-57: Heidelandschaft im Westfalenpark in Dortmund (Quelle: STADT DORTMUND 2016m)

Heute finden im Park diverse Veranstaltungen wie Festivals, Konzerte, Themenführungen oder Aufführungen statt, die verschiedenste Zielgruppen bedienen. Zudem dient der Park der Naherholung. Das breite Angebot des Parks, der sich vom Florianturm im Zentrum des Parks überblicken lässt, zeigt Abb. 6-58. Der Zugang zum Park ist nur bei Zahlung einer Eintrittsgebühr möglich (vgl. STADT DORTMUND 2016m).



Abb. 6-58: Westfalenpark in Dortmund (Quelle: STADT DORTMUND 2016m)

Den Zoologischen Garten in Hombruch gibt es seit dem Jahr 1953. Das 20 Hektar große Areal ist ein beliebtes Ausflugsziel. Hier findet man neben den 1.500 Tieren, die 230 verschiedenen Arten angehören, eine Parklandschaft mit altem Baumbestand (vgl. STADT DORTMUND 2016o).

### ***Besonderheiten des Standortes in der Stadt- und Freiraumentwicklung***

In Dortmund fielen durch den Rückzug der Montanindustrie diverse Industrieareale brach. Dazu zählt auch das PHOENIX-Gelände (siehe Abb. 6-59), dessen Entwicklung in den letzten Jahren im Sinne eines nachhaltigen Strukturwandels und einer zukunftsorientierten Stadtentwicklung erfolgte (IRLE & RÖLLINGHOFF 2008: 643). Als Grundlage der städtebaulichen Entwicklung dient der vom Planungs- und Bauordnungsamt der Stadt Dortmund im Jahr 2000 entwickelte städtebauliche Rahmenplan (STADT DORTMUND 2008b: 42).



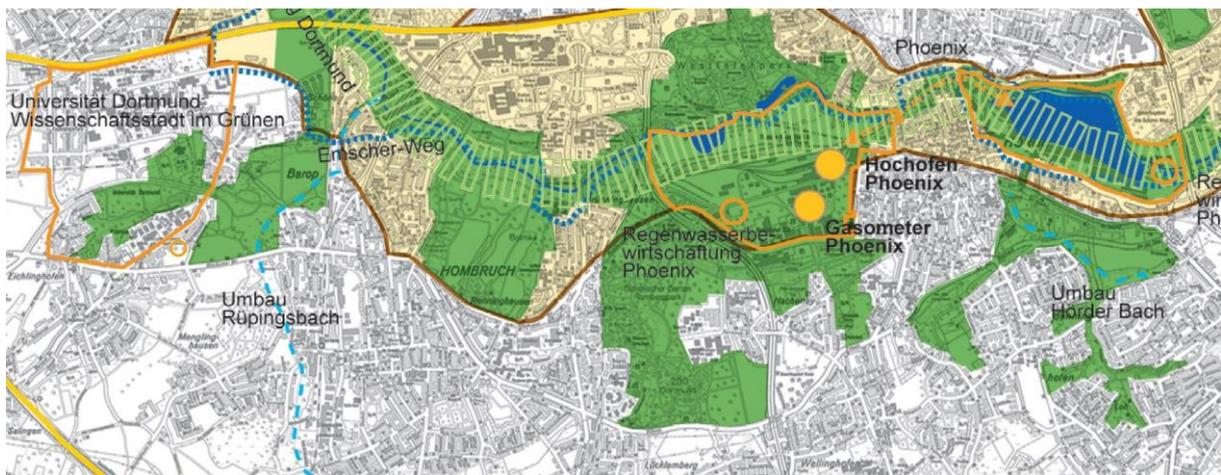
**Abb. 6-59: Zukunftsstandort PHOENIX in Dortmund (Quelle: STADT DORTMUND 2015b)**

Das Gebiet des Stadtentwicklungsprojektes PHOENIX befindet sich im Stadtteil Hörde in fünf Kilometern Entfernung zur Dortmunder Innenstadt. In den vergangenen Jahren wurde es zu einem modernen und innovativen Wirtschafts-, Arbeits- und Lebensraum entwickelt, bei dem die Lebensqualität durch den hohen Wohn- und Freizeitwert sowie den Grünstrukturen ein zentrales Element darstellt. Das Areal umfasst ca. 200 Hektar und ist an Autobahnen und den Dortmunder Flughafen angebunden. Früher befand sich auf dem Gelände ein Stahlwerk der ThyssenKrupp AG, das durch Flächenrecycling dieser ehemaligen Industrieflächen wieder nutzbar gemacht wurde (STADT DORTMUND 2015f).

Das Stadtbezirkszentrum Hördes zwischen PHOENIX West und PHOENIX-See, das bezüglich der stadtfunktionalen und stadträumlichen Entwicklung Defizite aufzeigt, soll von den neuen Entwicklungspotenzialen profitieren. So stellen die „gezielte Zentrumserweiterung, Neustrukturierung des Arbeitsplatzangebotes sowie Einbindung in den lokalen und regionalen Freiraumverbund“ ebenfalls Ziele des Projektes dar (IRLE & RÖLLINGHOFF 2008: 643). Der Stadtteil Hörde ist ein ehemaliges Arbeiterquartier, dessen Bewohner bis zur Werksschließung größtenteils im industriellen Großbetrieb vor Ort gearbeitet haben. So ist eine städtebauliche Aufwertung und soziale Stabilisierung des Quartiers, an der seit langem gearbeitet wird, dringend notwendig. Das Hörder Zentrum, für das ein integriertes städtebauliches Entwicklungskonzept erarbeitet wurde, ist Gebiet des *Stadtumbau West*. Dort treffen ein "altes" und ein "neues" Dortmund aufeinander. Das ist

aufgrund der sozialen Ungleichheiten nicht unproblematisch. So kam es bereits zu einer wahrnehmbaren Steigerung der Miet- und Kaufpreise (vgl. FRANK & GREIWE 2012: 580ff.).

Das Land Nordrhein-Westfalen, der Bund und die Europäische Union unterstützen das Projekt durch verschiedene Förderprogramme bzw. dem Strukturfonds (EFRE). Der PHOENIX-See wurde durch die PHOENIX-See Entwicklungsgesellschaft, einer Tochtergesellschaft der Dortmunder Stadtwerke, der EMSCHERGENOSSENSCHAFT und der Stadt Dortmund gemeinsam entwickelt. Er sollte die Keimzelle einer multifunktionalen städtebaulichen Entwicklung darstellen. Der östliche Teil des Projektes umfasst die ca. 100 Hektar große Naherholungsanlage PHOENIX-See, die Teil des Emscher Landschaftsparks ist. Die Eröffnung erfolgte im Frühjahr 2011. Seitdem kann man die 3,2 km Fußgänger- und Fahrradwege zum Spaziergehen, Joggen, Radfahren oder Skaten nutzen. Auf dem 24 Hektar großen See besteht zudem die Möglichkeit, Wassersport zu betreiben. Das Baden ist im ca. 3 Meter tiefen See hingegen nicht erlaubt (vgl. STADT DORTMUND 2015c). Der See erfüllt nicht nur eine Naherholungsfunktion, sondern dient auch als Hochwasserrückhalteraum für die Emscher (vgl. SCHÖPFER et al. 2010: 676). Die Kosten für die Anlage des Sees sollten sich ursprünglich auf 160 Millionen Euro belaufen. Neben den 70 Millionen Euro aus Fördergeldern sollte sich das Projekt aus den Grundstücksverkäufen refinanzieren. Daher entstehen am südlichen sowie nördlichen Ufer des Sees neue Wohngebiete mit Einfamilien-, Doppel- oder Mehrfamilienhäusern, die zusammen ca. 1.000 Wohneinheiten umfassen. Aufgrund der aufgerufenen Preise gilt die gehobene Mittelschicht als Zielgruppe für diese Immobilien. Weiter entsteht am Westufer mit dem Hafenbereich ein Büro- und Dienstleistungsviertel, das unter anderem über einen Yachthafen verfügt. So wird auch hier auf eine zahlungskräftige Klientel abgezielt, die einen Standort mit Prestige sucht. Wie schon bei den Immobilien am Südhangufer, deren Vermarktung erfolgreich verlief, wurden auch hierfür bereits diverse Investoren gefunden (vgl. FRANK & GREIWE 2012: 578f.). Dennoch liegen die Kosten mit 230 Millionen Euro deutlich höher als anfangs veranschlagt (GUTH 2016), was unter anderem an nicht eingeplanten Bodensanierungsmaßnahmen und der damit verbundenen zeitlichen Verzögerungen liegt (vgl. FRANK & GREIWE 2012: 579).



**Abb. 6-60: PHOENIX Dortmund – Einbindung in den Emscher Landschaftspark (Quelle: STADT DORTMUND 2015e)**

Eine wesentliche Grundlage für PHOENIX schaffte die Emschergenossenschaft mit der Offenlegung der Emscher, die den westlichen und den östlichen Teil des Areals miteinander verbindet und von ihrer Quelle bis zur Mündung regionale Grünstrukturen vernetzt (siehe Abb. 6-60). Auch der See übernimmt eine verbindende Funktion in dem regionalen Biotopverbundsystem. Das 60 Hektar große Parkgelände beheimatet heute geschützte Arten wie die Kreuzkröte oder den Wanderfalken

und wurde mit dem Botanischen Garten Rombergpark, dem Westfalenpark und dem Naturschutzgebiet Bolmke verknüpft, was zudem die Vernetzung des städtischen Grünsystems verbessert. Dabei ist auch die Geschichte des Areals weiterhin durch die Erhaltung und Integrierung von Industriedenkmalern erlebbar (vgl. STADT DORTMUND 2015d).

Neben dem Erholungsgebiet entstand der 115 Hektar große Technologie- und Dienstleistungsstandort PHOENIX West, der Unternehmen der Mikro- und Nanotechnologie, der Produktionstechnologie und der Informationstechnologie einen Standort bieten soll, aber auch Dienstleistungen und der Freizeitwirtschaft zur Verfügung steht. Das Nutzungskonzept wird dabei von der NRW.URBAN GmbH & CO.KG umgesetzt (vgl. STADT DORTMUND 2015b). Unternehmen aus der Mikro- und Nanotechnologie sowie Software-Unternehmen wurden für Dortmund als Leitbranchen identifiziert. Ziel ist, am Standort PHOENIX West ein spezialisiertes Technologiecluster zu etablieren. Der Standort soll durch seine Kombination aus Technologieschwerpunkt und dem hochwertigen Angebot an Wohnen, Erholung und Freizeit (siehe Abb. 6-61) auch attraktiv für die wissensbasierten Dienstleistungsbranchen sowie deren Beschäftigte sein, da diese Standortqualität als weicher Standortfaktor fungiert und positiv auf das Image der Stadt wirkt (IRLE & RÖLLINGHOFF 2008: 643f.).

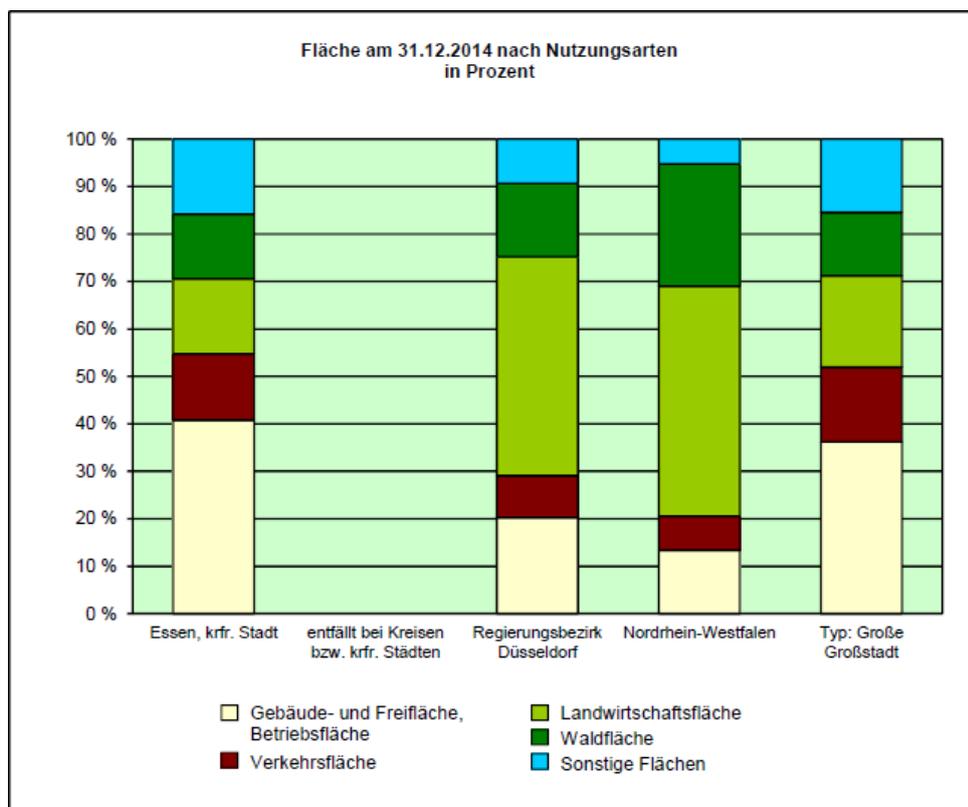
Zu Beginn des Projektes wurde die Fläche PHOENIX West „im Auftrag der Landesregierung von der Landesentwicklungsgesellschaft NRW (LEG) über den Grundstücksfonds NRW von der Krupp Hoesch Stahl AG angekauft“. Zudem bildete „eine vom Rat der Stadt beschlossene Kooperationsvereinbarung zwischen der Landesentwicklungsgesellschaft (LEG) und der Stadt Dortmund“ die Grundlage für die Entwicklung des Standortes PHOENIX West (STADT DORTMUND 2008: 44). Das Dortmunder Büro Stegepartner lieferte im Jahr 2000 die Grundlage der städtebaulichen Konzeption, nach der für PHOENIX West „die Entwicklung zu einem technologieorientierten Gewerbepark mit begleitenden Freizeit- und Kultureinrichtungen“ vorgesehen ist (STADT DORTMUND 2009: 31).



Abb. 6-61: Abbildung aus einer Imagebroschüre zum Projekt PHOENIX Dortmund (Quelle: STADT DORTMUND 2010: 10)

## 6.6 Der Standort Essen

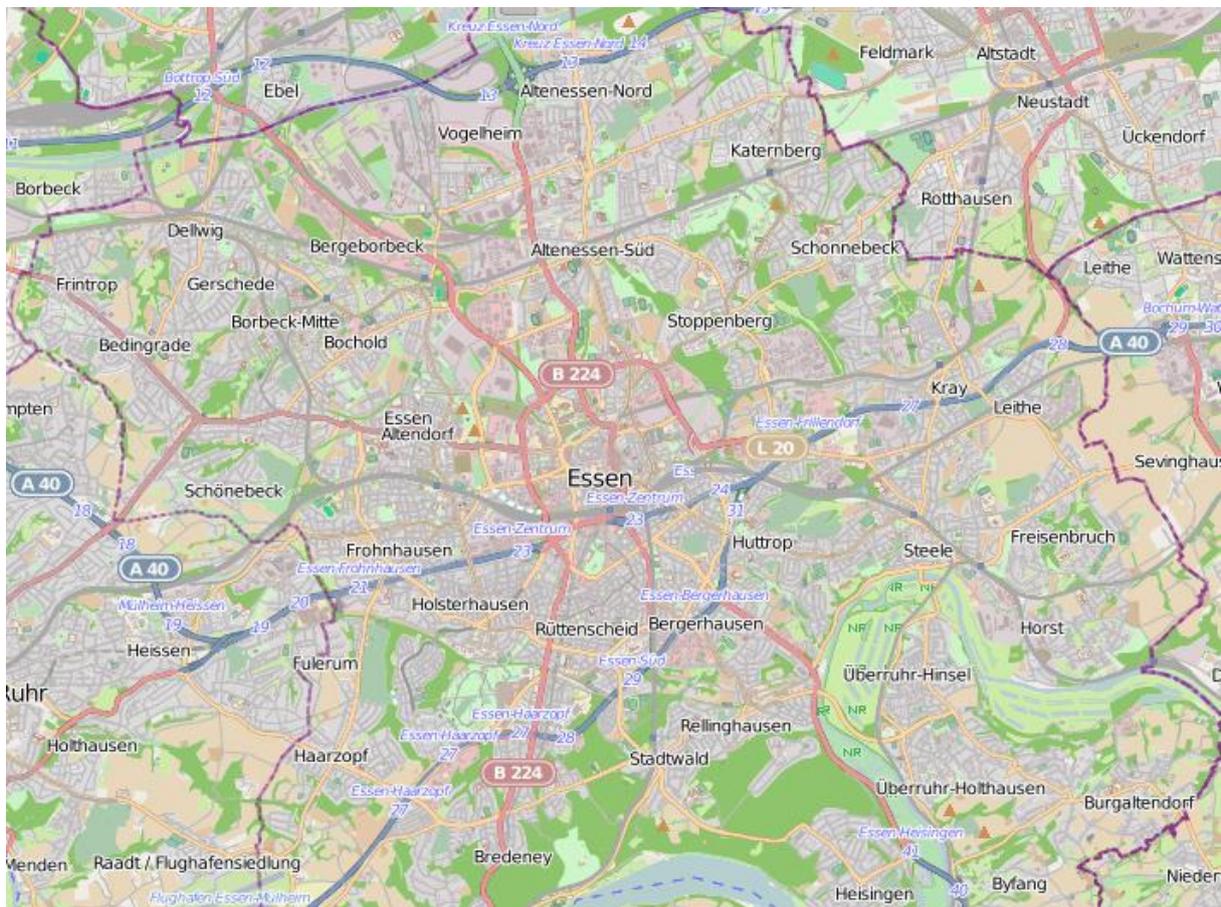
Die kreisfreie Großstadt Essen liegt im Regierungsbezirk Düsseldorf (vgl. IT.NRW 2015e: 1) im südlichen Teil des Ruhrgebiets. Mülheim an der Ruhr, Oberhausen, Bottrop, Gelsenkirchen und Bochum zählen zu den direkt angrenzenden Nachbarstädten. Heute hat die Stadt Essen eine Gesamtfläche von ca. 210,34 km<sup>2</sup> (siehe Abb. 6-62). Davon sind 142,21 km<sup>2</sup>, also zwei Drittel der Fläche, Siedlungs- und Verkehrsfläche. Mit 68,13 km<sup>2</sup> zählt knapp ein Drittel des Stadtgebiets zu den Freiflächen außerhalb der Siedlungs- und Verkehrsfläche. Im Jahr 2003 betrug die Fläche des Stadtgebiets vergleichbare 210,37 km<sup>2</sup>, von denen mit 141,91 km<sup>2</sup> 67,4 Prozent der Siedlungs- und Verkehrsfläche und mit 68,46 km<sup>2</sup> 32,5 Prozent zu den Freiflächen außerhalb der Siedlungs- und Verkehrsfläche zuzurechnen waren. Somit ist der Freiflächenanteil annähernd konstant geblieben (vgl. IT.NRW 2015f: 3f.).



**Abb. 6-62: Flächenanteile in Essen (Quelle: IT.NRW 2015f: 3)**

Mitte des 9. Jahrhunderts wird vom späteren Bischof Hildesheims und einer seiner Verwandten, der späteren ersten Äbtissin, auf ihrem Gut eine geistliche Frauengemeinschaft gegründet, die als Keimzelle Essens gilt. An dieser Stelle steht heute das Essener Münster. Bereits um 800 gibt es südlich des Damenstifts im heutigen Stadtteil Werden ein Kloster, welches vom ersten Bischof von Münster gegründet wurde. In der Region ließen sich Handwerker, Bauern und Kaufleute nieder. Im Jahr 1244 wird ein Vertrag zwischen Vertretern der Bürgerschaft und den Ministerialen der Äbtissin über den Bau einer Stadtmauer abgeschlossen. Seit dem 16. Jahrhundert ist die Gewehrinterie das wichtigste Gewerbe der Stadt, die jedoch im 18. Jahrhundert ihre Bedeutung verlor. 1802 besetzen preußische Truppen Essen und Werden und es folgt die Aufhebung der geistlichen Fürstentümer. Das Stift Essen und die Abtei Werden werden säkularisiert. Bis zur Mitte des 19. Jahrhunderts hatte Essen nicht mehr als 8.000 Einwohnerinnen und Einwohner, was sich jedoch bald änderte. Ausschlaggebend dafür waren der „Aufschwung des Bergbaus [...], der Ausbau des Eisenbahnnetzes

und der Aufstieg der Kruppschen Gusstahlfabrik zum Weltkonzern“ (WISOTZKY o.J.). 1873 wurde Essen kreisfreie Stadt. Bereits 1847 erhielt Essen den ersten Bahnanschluss in Altenessen (vgl. STADT ESSEN 2016a). 1862 baute Alfred Krupp das erste Bessemer-Stahlwerk Europas, welches als Voraussetzung für die Massenproduktion von Stahlerzeugnissen gilt. Daneben hatte Essen auch zahlreiche Zehengesellschaften und Bergbauverbände. 1893 wurde das Rheinisch-Westfälische Kohlen-Syndikat in der Stadt gegründet, eine Verkaufsorganisation des Ruhrbergbaus. Im Jahr 1896 erreichte Essen 100.000 Einwohnerinnen und Einwohner und wurde damit zur Großstadt (vgl. WISOTZKY o.J.; STADT ESSEN 2016a). In den folgenden drei Jahrzehnten wurden Altendorf, Rüttenscheid, Huttrop, Rellinghausen, Borbeck, Altenessen, Bredene, Steele, Werden, Heisingen, Kupferdreh, Übrühr, Kray, Frillendorf, Schonnebeck, Stoppenberg, Katernberg und Karnap in die Stadt eingemeindet und machten Essen damit zur größten Stadt des Ruhrgebiets. Essen befand sich im Aufschwung. Im Zweiten Weltkrieg war die Stadt jedoch Ziel diverser Angriffe, so dass die Innenstadt zu 93 Prozent zerstört wurde. Die Stadt, die zuvor auf 660.000 Menschen angewachsen war, schrumpfte auf 285.000 Bewohner. Zudem vollzog sich in Essen ein starker Strukturwandel. Die Kruppsche Stahlproduktion wurde eingestellt und auch der Bergbau geriet Ende der 1950er-Jahre in eine Krise. Viele der Zechen wurden geschlossen. Zuletzt traf es 1986 die Zeche Zollverein, womit die Kohleförderung in Essen endete. Es musste ein Umdenken erfolgen und so sieht sich die Stadt heute zunehmend als Standort des Handels und der Dienstleistungen. Mit den Eingemeindungen von Burgaltendorf und Kettwig in den 1970er-Jahren gewann das Stadtgebiet nochmals an Größe. Seit 1958 ist Essen Bischofssitz und die Stadt hat seit 1973 eine Universität (vgl. WISOTZKY o.J.). Abb. 6-63 zeigt das heutige Stadtgebiet der Stadt Essen.



**Abb. 6-63: Stadtgebiet Essen (Quelle: AMBIWEB GMBH 2016d)**

Heute studieren mehr als 30.000 Menschen an den verschiedenen Hochschulen und Bildungseinrichtungen in der Stadt, zu der die Universität Duisburg-Essen und die private FOM Hochschule zählen. Daneben befinden sich diverse Forschungseinrichtungen wie das Kulturwissenschaftliche Institut Essen (KWI), das Rheinisch-Westfälische Institut für Wirtschaftsforschung (RWI), das Zentrum für Türkei Studien und Integrationsforschung (ZfT) oder das Gas- und Wärme-Institut Essen e.V. (GWI) am Standort (EWG o.J.g). Im Bereich der Forschung und Entwicklung legt der Standort Essen den Schwerpunkt auf die Themenfelder Energie, Umwelt und Wasser, Information und Kommunikation, Gesundheit, Kreativwirtschaft und Bildung. Diese Gebiete werden in der Stadt als Zielbranchen und Potenziale für die Standortprofilierung gesehen (vgl. STADT ESSEN 2016c). Weiter besteht am Standort ein umfangreiches Kulturangebot, das auch die Industriekultur des Standortes zum Gegenstand macht. So ist die Zeche Zollverein seit 2001 UNESCO-Welterbestätte. Darüber hinaus gibt es in der Stadt mit dem Museum Folkwang ein Museum, das nicht nur durch seine renommierte Sammlung moderner Gemälde, sondern auch für seinen Chipperfield-Neubau bekannt ist. Zudem zählen das Opernhaus und das Grillo-Theater zu den Einrichtungen, die international ein hohes Ansehen genießen. Neben der Industrie- und der Hochkultur bestehen eine freie Kulturszene und ein breites Veranstaltungsangebot vor Ort. So ist zum Beispiel die Lichtburg einer der größten historischen Filmpaläste Deutschlands (vgl. EMG o.J.c).

Bezüglich ihrer verkehrlichen Infrastruktur sieht sich die Stadt als „Schnittpunkt internationaler Verkehrsnetze“, wo nach eigenen Angaben das „dichteste Autobahnnetz, der größte Verkehrsverbund im öffentlichen Personennahverkehr, das am besten ausgebaute Kanal- und Hafensystem Europas und mehrere Flughäfen“ zu finden sind. Zu den Bundesautobahnen zählen die A1, A2 und A3, mit denen sowohl die Ost-West- als auch die Nord-Süd-Achsen Deutschlands abgedeckt werden. Durch das Stadtgebiet selbst führen die A42 und die A40. Zudem ist der Flughafen Düsseldorf über die A52 innerhalb von 20 Minuten zu erreichen. Der Hauptbahnhof Essens ist Haltepunkt von Thalys-, ICE-, Intercity- und Eurocity-Zügen. Regionalbahnen, U- und S-Bahnen verbinden Essen mit den Nachbarstädten. Über den Rhein-Herne-Kanal sind die niederländischen Seehäfen, die Nordsee, Berlin und die Häfen Osteuropas erreichbar. Der größte Binnenhafen Europas, der in Duisburg liegt, befindet sich in 25 km Entfernung westlich der Stadt (STADT ESSEN 2016d).

Die Stadt Essen nimmt mit ihrem Stadtentwicklungsprozess 2015+ als Pilotkommune am Forschungsfeld *Stadtumbau West* teil, das im Rahmen des Forschungsprogramms Experimenteller Wohnungs- und Städtebau vom Bund eingerichtet wurde. Ziel des Pilotprojektes ist es herauszufinden, wie mit künftig voraussichtlich schrumpfenden Städten bzw. Stadtteilen umgegangen werden kann. Dafür wurden unter Federführung des Planungsdezernats aus allen Fachbereichen der Verwaltung und in Kooperation mit der Wohnungswirtschaft Projektgruppen gebildet. Die sechs entstanden fachübergreifenden Gruppen haben zum einen thematische Bestandsanalysen durchgeführt und zum anderen Handlungsziele sowie Impulsprojekte erarbeitet. In der weiteren Arbeit ist daraus eine Qualifizierung, Bearbeitung und Umsetzung der Handlungsziele und Impulsprojekte entstanden, wobei auch externe Akteure mit einbezogen wurden. Eine der Projekt-Familien ist *Freiraum schafft Stadtraum*. Ihr Impulsprojekt ist das stadträumliche Entwicklungsprogramm *ESSEN.Neue Wege zum Wasser* (vgl. ARBEIT & BILDUNG ESSEN GMBH o.J.b).

Die gegenwärtige Stadtentwicklung Essens ist zu einem großen Teil von der Umnutzung großer Industriebrachen geprägt. So ist beispielsweise mit dem GRUGACARREE unter dem Motto „Wohnen und Arbeiten in grünem Umfeld“ ein neuer und energieeffizienter Wohn- und Bürostandort

entstanden, der 214 Wohnungen und 97.000 m<sup>2</sup> Bürofläche umfasst und an dem 4.200 Beschäftigte ihren Arbeitsplatz haben. Das Areal im Stadtteil Rüttenscheid befindet sich in unmittelbarer Nähe zum Grugapark und zur Messe Essen. Die Innenstadt ist mit der U-Bahn innerhalb von sechs Minuten zu erreichen (EWG o.J.a). Ein weiteres Projekt, welches am westlichen Rand der Innenstadt angesiedelt ist, entwickelt die Stadt Essen mit ThyssenKrupp und der EWG – Essener Wirtschaftsförderungsgesellschaft mbH. Der sogenannte Krupp-Gürtel (siehe Abb. 6-64) ist ein ca. 2,3 km<sup>2</sup> großes Areal, auf dem ein neues Stadtviertel mit einer gemischten Nutzung aus Arbeiten, Wohnen und Freizeit entsteht. Die Schaffung einer neuen Haupteerschließungsstraße, die Errichtung eines Stadtparks (Krupp-Park) als Basis einer hochwertigen Quartiersentwicklung, die Entwicklung der Altendorfer Straße (B 231) sowie „die Arrondierung von Flächen für innenstadtnahes Wohnen“ zählen zu den Hauptbestandteilen der Rahmenplanung (EWG o.J.b).

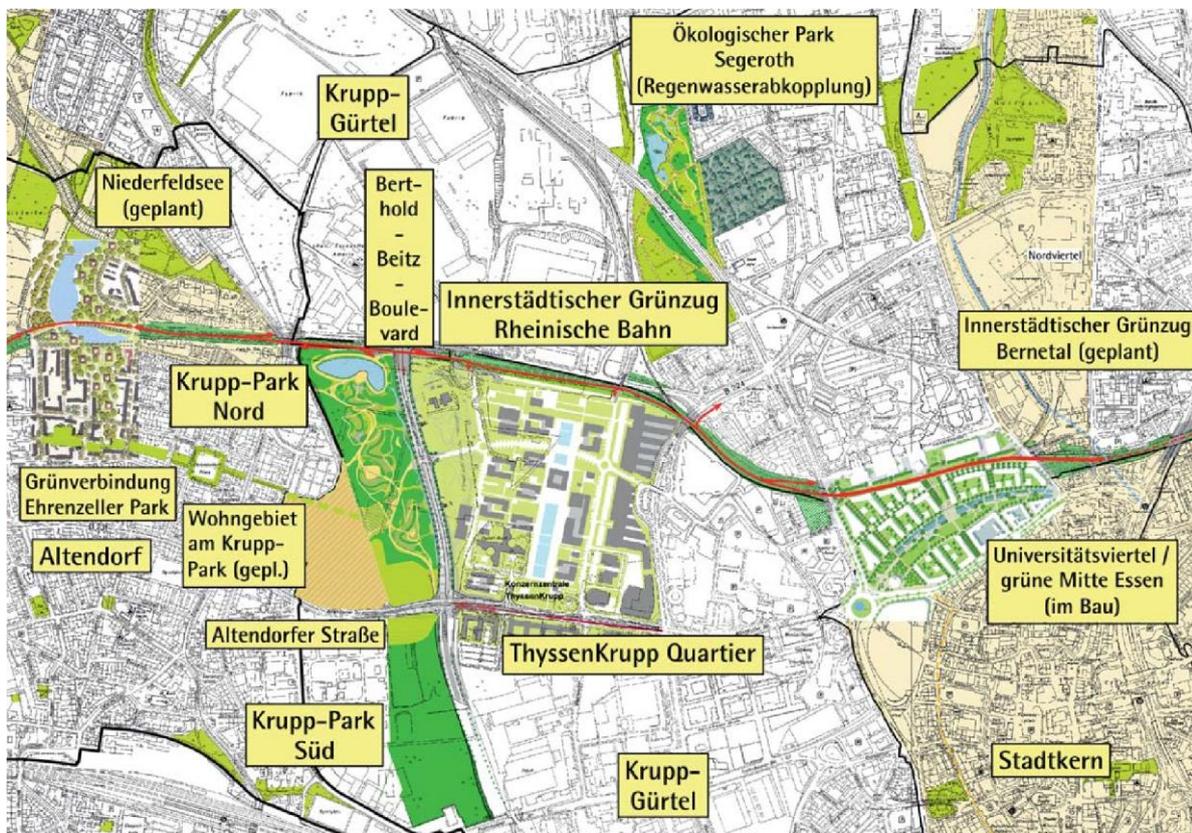


Abb. 6-64: Krupp-Gürtel mit Krupp-Park Nord und Krupp-Park Süd in Essen (Quelle: GOLLES 2011: 63)

Zudem besteht mit dem *Universitätsviertel - grüne mitte Essen* ein Revitalisierungsprojekt einer ehemaligen Brachfläche, das laut der Stadt Essen „zu einem urbanen Viertel zum Wohnen, Leben und Arbeiten“ entwickelt werden und die Essener Innenstadt und die Universität miteinander verbinden soll. Der zentrale Park (siehe Abb. 6-65), bei dem es sich um eine 560 Meter lange Grün- und Wasserfläche handelt, wurde im Juli 2010 eingeweiht. Damit umfassen nahezu ein Drittel des neuen Viertels Grün- und Wasserstrukturen. Neben dieser "grünen Oase" wurde auch ein Kultur-, Gastronomie- und Shoppingangebot geschaffen. Das Universitätsviertel ist der Startpunkt des Radschnellwegs, „der auf der ehemaligen Rheinischen Bahntrasse entstanden ist“, und der „am Krupp-Park mit dem ThyssenKrupp Quartier, dem Niederfeldsee in Essen bis zum Mülheimer Hauptbahnhof und zukünftig bis nach Duisburg“ vorbeiführt (EWG o.J.d).



**Abb. 6-65: Freiraum im Universitätsviertel Essen (Quelle: EWG o.J.d – Bild von Rainer W. Seck)**

Was die Kooperationen mit der Region betrifft, so existiert ein Regionaler Flächennutzungsplan (RFNP). Hierbei handelt es sich um ein Planungsinstrument, das die beiden Planungsebenen des Regionalplans und des Flächennutzungsplans in einem Planwerk vereinigt. Der regionale Flächennutzungsplan für die 2005 gegründete Planungsgemeinschaft, die aus den sechs Städten Bochum, Essen, Gelsenkirchen, Herne, Mülheim an der Ruhr und Oberhausen besteht, ist im Jahr 2010 nach fünfjähriger planerischer Zusammenarbeit wirksam geworden. Die Stadt Essen erfüllt die Funktion der Geschäftsstelle, die die Planungsaktivitäten der Städte bündelt und die verschiedenen Verfahrensschritte der Änderungsverfahren koordiniert. Das Instrument des Regionalen Flächennutzungsplans ist seit 2010 nicht mehr im Landesplanungsgesetz enthalten, da es eine Neuordnung der Regionalplanungskompetenzen im Ruhrgebiet gab. Zwar entfällt künftig der regionalplanerische Teil des RFNP, jedoch wird der flächennutzungsplanerische Teil als Gemeinsamer Flächennutzungsplan (GFNP) weiterhin bestehen. Den Beschluss darüber haben die sechs Räte im Jahr 2013 gefasst, was deutlich macht, dass die Fortsetzung der regionalen Kooperation in der Städtereion Ruhr ausdrücklich gewünscht und ein gemeinsames Problembewusstsein vorhanden ist (vgl. STADT ESSEN 2014: 5).

### ***Demographie***

Im Jahr 2014 leben in Essen 573.784 Menschen (siehe Tab. 6-9). Betrachtet man die Entwicklung der Einwohnerzahl seit 2008, als in der Stadt 579.759 Einwohnerinnen und Einwohner lebten, so fällt auf, dass diese Zahl zuerst rückläufig ist, jedoch seit dem Jahr 2012 wieder ansteigt. In diesem Zeitraum überwog die Zahl der Gestorbenen in jedem Jahr die Zahl der Geburten, während es in den meisten Jahren einen Wanderungsüberschuss gab, der in den letzten Jahren sogar stetig anstieg. Dieser Überschuss konnte den negativen Geburtensaldo zuletzt ausgleichen (Stand: 31. Dezember 2014 - vgl. IT.NRW 2015f: 6).

**Tab. 6-9: Bevölkerungsstand und -bewegung zwischen 2008-2014 in Essen (Quelle: IT.NRW 2015f: 6)**

Bevölkerungsstand\*) und -bewegung 2008 – 2014

Merkmal		2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
a = Insgesamt								
b = Nichtdeutsche <sup>1)</sup>								
c = je 1 000 Einwohner								
Bevölkerung am 31.12.	a	579 759	576 259	574 635	565 900	566 862	569 884	573 784
	b	69 877	68 418	69 263	56 774	59 121	63 890	69 146
Lebendgeborene	a	4 751	4 619	4 632	4 603	4 809	4 852	5 171
	b	466	339	448	422	344	513	599
Gestorbene	a	7 319	7 286	7 359	7 221	7 180	7 503	7 070
	b	157	181	180	210	200	216	234
Überschuss der Geborenen (+) bzw. Gestorbenen (-)	a	-2 568	-2 667	-2 727	-2 618	-2 371	-2 651	-1 899
	b	+ 309	+ 158	+ 268	+ 212	+ 144	+ 297	+ 365
Zugezogene	a	20 917	21 873	21 619	22 881	24 417	26 539	31 349
	b	6 426	7 046	7 476	7 802	8 989	10 889	13 510
Fortgezogene	a	20 742	22 708	20 532	21 440	21 205	21 074	22 552
	b	5 539	7 687	5 935	5 661	5 718	5 260	6 894
Überschuss der Zu- (+) bzw. Fortgezogenen (-)	a	+ 175	- 835	+1 087	+1 441	+3 212	+5 465	+8 797
	b	+ 887	- 641	+1 541	+2 141	+3 271	+5 629	+6 616
Gesamtsaldo <sup>2)</sup>	a	-2 381	-3 500	-1 624	-8 735	+ 962	+3 022	+3 900
	b	+ 227	-1 459	+ 845	-12 489	+2 347	+4 769	+5 256
	c	- 4,1	- 6,1	- 2,8	- 15,4	+ 1,7	+ 5,3	+ 6,8

\*) Bevölkerungsfortschreibung auf Basis Volkszählung 1987 und Zensus 2011 – 1) Die Gliederung „deutsch/nichtdeutsch“ ist durch die Reform des Staatsangehörigkeitsrechts von 1999 ab dem Berichtsjahr 2000 beeinflusst. – 2) einschließlich Bestandskorrekturen aufgrund nachträglich berichteter Meldedefälle und einschließlich der Fälle eines Wechsels zur deutschen Staatsangehörigkeit

Laut Bevölkerungsvorausberechnung wird die Einwohnerzahl Essens in den nächsten Jahrzehnten weiter ansteigen (siehe Tab. 6-10). Liegt die Einwohnerzahl im Jahr 2014 noch bei 569.884 Personen, so wird sie bis zum Jahr 2025 voraussichtlich um 2,8 Prozent steigen und sich auf 585.710 Personen erhöhen. Bis 2040 sollen insgesamt 3,6 Prozent hinzukommen, so dass 590.163 Personen in der Stadt leben könnten (vgl. IT.NRW 2015f: 9).

**Tab. 6-10: Bevölkerungsvorausberechnung in der Basisvariante in Essen 01.01.2014-01.01.2040 (Quelle: IT.NRW 2015f: 9)**

Bevölkerungsvorausberechnung\*) (Basisvariante) 1.1.2014 – 1.1.2040 nach Altersgruppen und Geschlecht

Altersgruppe Geschlecht	Essen, krfr. Stadt				Nordrhein-Westfalen		
	1.1.2014	1.1.2025		1.1.2040		1.1.2025	1.1.2040
	Anzahl	2014=100		Anzahl	2014=100	2014=100	
<b>Bevölkerung insgesamt</b>	<b>569 884</b>	<b>585 710</b>	<b>102,8</b>	<b>590 163</b>	<b>103,6</b>	<b>100,9</b>	<b>99,5</b>
davon im Alter von ... Jahren							
unter 6	28 062	31 657	112,8	28 639	102,1	103,3	90,5
6 bis unter 18	58 465	59 895	102,4	62 426	106,8	92,5	90,8
18 bis unter 25	47 170	40 243	85,3	42 023	89,1	86,2	83,1
25 bis unter 30	38 546	40 105	104,0	36 304	94,2	101,1	86,7
30 bis unter 40	70 021	88 858	126,9	76 724	109,6	115,0	98,3
40 bis unter 50	83 865	72 243	86,1	85 810	102,3	78,8	87,2
50 bis unter 60	83 889	79 529	94,8	77 907	92,9	96,5	84,9
60 bis unter 65	35 377	41 961	118,6	31 739	89,7	131,3	92,5
65 und mehr	124 489	131 219	105,4	148 591	119,4	114,0	140,1
18 bis unter 65	358 868	362 939	101,1	350 507	97,7	98,0	88,6
Männlich	273 876	286 654	104,7	293 112	107,0	102,1	101,5
Weiblich	296 008	299 056	101,0	297 051	100,4	99,9	97,7

\*) Für die Bevölkerungsvorausberechnung in den kreisfreien Städten und Kreisen werden Ergebnisse der Statistiken der Geburten, Sterbefälle und Wanderungen, der Fortschreibung des Bevölkerungsstandes sowie der Sterbetafeln genutzt.

### Wirtschafts- und Beschäftigtenstruktur

Essen entspricht nach dem Bericht der Enquetekommission "Zukunft der Städte in NRW" dem Stadttyp 2 der "Städte mit eigenständigem dynamischem Dienstleistungsprofil" (PRÄSIDENT DES LANDTAGS NORDRHEIN-WESTFALEN 2004: 78f.). In der Stadt Essen arbeiten aktuell 228.540 sozialversicherungspflichtig Beschäftigte. Davon sind mit 0,1 Prozent 127 Beschäftigte dem Bereich der Fischerei, Land- und Forstwirtschaft und mit 17,2 Prozent 39.254 Personen dem produzierenden Gewerbe zuzuordnen. Weitere 21,2 Prozent oder 48.418 Personen sind im Bereich Handel, Gastgewerbe, Verkehr und Lagerei beschäftigt (siehe Abb. 6-66). Der größte Teil der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten sind jedoch mit 61,6 Prozent den sonstigen Dienstleistungen zuzurechnen. Hier sind 140.739 Personen beschäftigt. Damit gleichen die Werte Essens den durchschnittlichen Werten des Typs "große Großstadt" (Stand: 30. Juni 2014 - vgl. IT.NRW 2015f: 15).

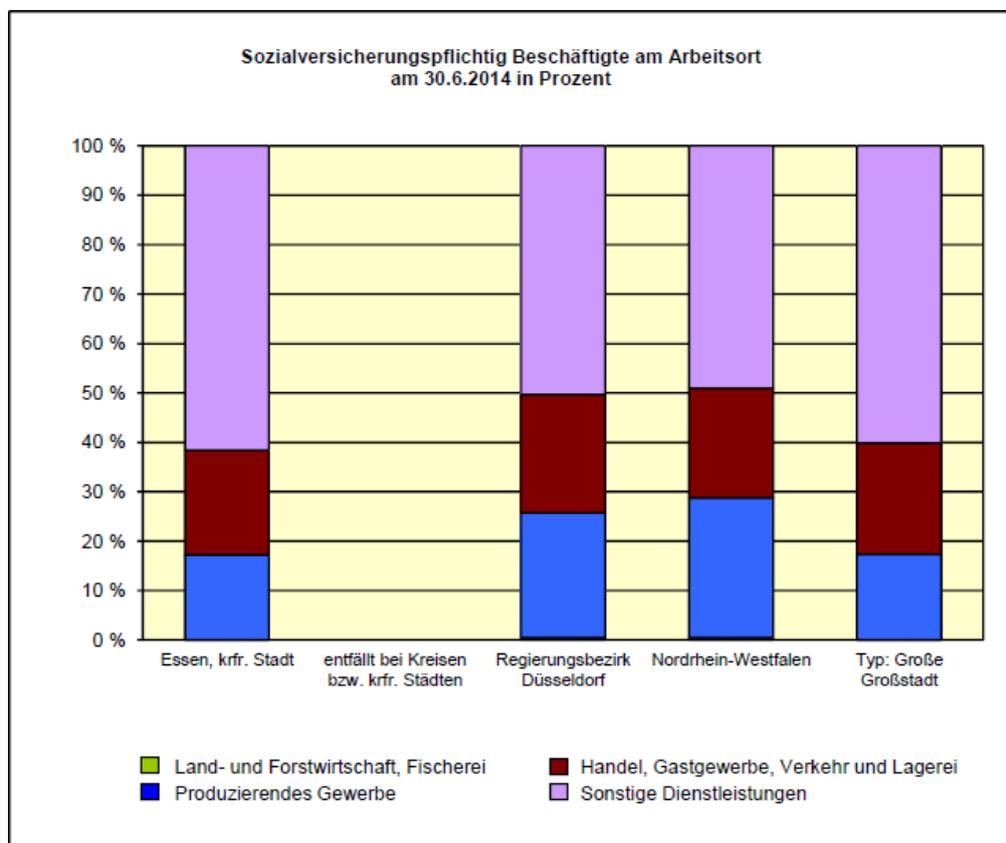


Abb. 6-66: Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte am Arbeitsort am 30.6.2013 in Essen (Quelle: IT.NRW 2015e: 15)

Betrachtet man das verfügbare Einkommen der privaten Haushalte im Jahr 2011 (siehe Abb. 6-4), so liegt der Wert Essens leicht unter dem landesweiten Durchschnitt von 20.056 Euro. Im Vergleich zu den anderen untersuchten Städten liegt Essen damit noch vor Bottrop und Dortmund, aber hinter Bielefeld und Bonn. Anders verhält es sich beim Anteil hochqualifizierter Beschäftigter an den sozialversicherungspflichtig Beschäftigten (siehe Abb. 6-5). Im Jahr 2013 liegt Essen deutlich über dem Landes- und Bundesdurchschnitt (11,7 und 12,5 Prozent) und auch vor den Städten Bottrop, Bielefeld und Dortmund. Lediglich Bonn verzeichnet einen besseren Wert (vgl. WEGE MBH 2014).

Die Stadt Essen, die auch heute noch ein bedeutender Industriestandort ist, sieht sich zunehmend als Konzern- und Messestadt mit starkem Dienstleistungssektor. So haben sechs der 100 bzw. zwölf der 500 umsatzstärksten Unternehmen Deutschlands ihren Hauptsitz in der Stadt. Dabei ist die

Wirtschaftsstruktur nicht nur durch Großunternehmen geprägt. Die Stadt ist laut Eigendarstellung auch Standort des Mittelstandes und des Handwerks. Zu den größten Unternehmen der Stadt zählen die RWE AG, die thyssenkrupp AG, Aldi Nord, die HOCHTIEF AG und die Schenker AG (vgl. EWG o.J.f).

Die Arbeitslosenquote liegt in Essen zum 30. Juni 2013 bei 12,1 Prozent. Der Wert für Nordrhein-Westfalen liegt zum gleichen Zeitpunkt bei 8,2 Prozent und in Deutschland insgesamt bei 6,6 Prozent (siehe Abb. 6-6), womit die Zahl der Arbeitslosen in Essen nahezu doppelt so hoch wie der Bundesdurchschnitt ist und bis auf Dortmund alle weiteren untersuchten Standorte übertrifft (vgl. BUNDESAGENTUR FÜR ARBEIT 2016).

### **Marketingaktivitäten**

Für das Stadt- und Standortmarketing der Stadt Essen sind die Essen Marketing GmbH (EMG) bzw. die EWG – Essener Wirtschaftsförderungsgesellschaft mbH verantwortlich. Zu den Aufgaben der EMG gehören die Stadtwerbung, die Touristik, das Citymanagement und das Stadtteilmarketing. Durch die Arbeit soll „das positive Image und de[r] hoh[e] Bekanntheitsgrad der Stadt regional bis international“ verstetigt werden. Die Leitthemen der EMG lauten "Kultur", "Industriekultur", "Shopping", "Freizeit" und "Entertainment" (EMG o.J.a). Die Zielgruppe der EMG liegt in erster Linie außerhalb Essens. So bewirbt sie die Stadt vor allem als Kultur-, Medien- und Messestadt (vgl. EMG o.J.b). Daneben zählt die Stadtentwicklung, die bei vielen Vorhaben durch Public-Private-Partnerships unterstützt wird, zu den Aufgaben der EWG (EWG o.J.c). Der Unternehmensservice der EWG sieht sich als „zentrale Anlauf- und Servicestelle für die Wirtschaft“, um „Unternehmen und Investoren bei der Realisierung ihrer Expansions-, Restrukturierungs- oder Investitionsprojekte“ zu unterstützen. Zum Serviceangebot gehören unter anderem das Standortmarketing, die Funktion als Anlauf- und Beratungsstelle für Unternehmen, die Existenzgründungsberatung und die Unterstützung bei der Standort- und Unternehmenssicherung sowie der Rekrutierung von Fachkräften (EWG o.J.e). Für die Präsentation Essens als *Grüne Hauptstadt Europas* wurde von der Stadt ein Projektbüro eingerichtet. Aktuell „wird an der Errichtung eines Prozessmanagements gearbeitet, ein Sponsoringkonzept sowie ein Kommunikationskonzept mit einem eigenständigen Corporate Design und Logo entwickelt“. Darüber hinaus wird eine Programmkonzeption erarbeitet. Weiter heißt es seitens der Stadt Essen: „Um möglichst viele Menschen in Essen zu begeistern und ihnen den persönlichen Nutzen der "Grünen Hauptstadt" zu vermitteln, wird ganz stark auf Kommunikation vor Ort und über Social Media-Kanäle gesetzt werden.“ Der Internetauftritt wurde bereits überarbeitet. Auch die „Partizipation von Bürgern, Vereinen und Institutionen“ ist erwünscht. Hierbei sind fünf Themenfelder von Relevanz. Diese lauten "Meine Wege in der Stadt" (Mobilitätsaspekte), "Mein Leben zwischen den Flüssen" (Baden in der Ruhr, "Neue Wegen zum Wasser"), "Mein Grün" (Grünflächen, Bürgerengagement etc.), "Mein Einkauf" (nachhaltiges Verhalten im Alltag) und "Meine Zukunft" (Beschäftigungsformen in der Umweltwirtschaft, Umweltbildung etc.) (STADT ESSEN 2015b).

### **Naturraum und grüne Infrastruktur**

Laut Landschaftsplan der Stadt Essen unterstehen mit 345 Hektar lediglich 1,6 Prozent der Stadt dem Naturschutz. Zum Landschaftsschutzgebiet gehören 7.234 Hektar oder 34,4 Prozent der städtischen Fläche (vgl. STADT ESSEN 1992: 5). Im Süden der Stadt Essen befinden sich große Areale, die landwirtschaftlich genutzt werden oder bewaldet sind. Hier liegen auch das Ruhrtal, das Naturschutzgebiet Heisinger Ruhraue und der Baldeneysee, wobei es sich um ein wichtiges

Erholungsgebiet handelt. Entlang der westlichen und östlichen Stadtgrenze verlaufen in südöstlicher Richtung die regionalen Grünzüge, die wegen ihrer lössreichen Böden landwirtschaftlich genutzt werden. Diesen Landschaftsraum durchziehen gehölzbestandene Bachtäler. Im besiedelten Bereich der Stadt ist ein breites Angebot an Grünstrukturen und Freiräumen zu finden. Hierzu zählen die Schlossparks sowie die Stadt- und Volksgärten. Seit den 1970er-Jahren haben sich Politik und Verwaltung zum Ziel gesetzt, vor allem die Stadtteile im industriell geprägten Essener Norden zu begrünen, die zuvor vernachlässigt worden waren. Unterstützt wird die Stadt dabei durch das Land Nordrhein-Westfalen. Die dabei entstandenen Grünanlagen dienen zu Erholungszwecken und der Freizeitgestaltung der Anwohnerinnen und Anwohner. Auch im bebauten Bereich gab es Bemühungen, Wohnsiedlungen mit einer hohen Aufenthaltsqualität und Grünanteil zu versehen. Ein Ziel der städtischen Freiraumentwicklung ist die Verbindung von Landschaft mit den alten und neuen Grünflächen und den Wohn- und Gewerbegebieten durch innerstädtische Grünzüge. Um das zu erreichen, werden beispielsweise innerstädtische Grünzüge auf ehemaligen Bahnanlagen gestaltet oder das Emschersystem mit seinen Bächen ökologisch umgebaut. Die Bäche, die einst als Abwasservorfluter dienten, führen durch den besiedelten Raum. Heute werden sie mit Wander- und Radwanderwegen versehen und somit einer neuen Nutzung zugeführt (vgl. STADT ESSEN 2016e). Einige der Parkanlagen werden im Folgenden exemplarisch vorgestellt.

Der Grugapark (siehe Abb. 6-67) bietet mit seinem Landschaftspark, dem Botanischen Garten, dem Tierpark, dem Spiel- und Sportgelände, den verschiedenen Grill- und Aufenthaltsplätzen, dem gastronomischen Angebot, dem Open-Air-Museum, der Konzertarena und vielem mehr ein breites Angebot für die Freizeitgestaltung. Er entstand im Zuge der Ruhrländischen Gartenbauausstellung im Jahr 1929 und ist ein wichtiges Freizeitgelände für die Stadt Essen. Nachdem bereits eine erste Erweiterung im Jahr 1938 von 25 auf 47 Hektar erfolgte, wurde das Gelände während der Bundesgartenschau im Jahr 1965 auf seine heutige Größe von ca. 70 Hektar erweitert (vgl. GRUGAPARK ESSEN o.J.).



Abb. 6-67: Grugapark in Essen (Quelle: GRUGAPARK ESSEN o.J.)

Der Krupp-Park (siehe Abb. 6-68) entstand im Rahmen des Förderprogramms *Stadtumbau West - Bochold/Altendorf-Nord* im sogenannten Krupp-Gürtel. Der Krupp-Gürtel befindet sich westlich des Essener Stadtkerns im Bereich der ehemaligen Kruppschen Gussstahlfabrik. Das 230 Hektar große Gelände wurde während des Zweiten Weltkrieges zu großen Teilen zerstört und die meisten Fabrikanlagen wurden stillgelegt, weswegen Teile des Geländes brachfielen und nicht zugänglich waren. Neben Büro-, Wohn- und Gewerbeimmobilien gibt es auf dem Gelände auch einen 23 Hektar großen Park für die Bürgerinnen und Bürger Essens. Unter anderem entstand ein See, der mit Regenwasser des Krupp-Parks und der Dächer des ThyssenKrupp Quartiers gespeist wird. Waldflächen sollen Kühlung schaffen und neben den Wiesen und dem See die Biodiversität steigern. Gefördert wurde das Projekt durch die EU-, Bundes- und Landesmittel sowie durch die EmscherGenossenschaft und die Stiftung Lebendige Stadt (vgl. STADT ESSEN o.J.d).



**Abb. 6-68: Krupp-Park in Essen (Quelle: STADT ESSEN o.J.d)**

Das Hangetal ist eine Station der sogenannten Erlebnisroute Nord. Oberhalb des Tals liegt ein Höhenrücken, auf dem sich mit einem Umfang von 30 Hektar die größten zusammenhängenden Waldflächen des Essener Nordens befinden. Zuvor war dort eine Bauschutt- und Bodendeponie. Vor ca. zehn Jahren wurde diese rekultiviert und mit einem Netz aus Wanderwegen überzogen. Dass Grün ein wichtiger Standortentwicklungs- und Standortfaktor ist, wird an dieser Stelle sichtbar. So entstanden am nördlichen Rand des Hangetals neue Wohngebiete. Die Nähe zum Stoppenberger Bach soll künftig zur Attraktivität des Gebiets beitragen. Aktuell dient das Gewässer noch als Abwasservorfluter, soll aber im Rahmen des Emscherumbaus renaturiert werden. Zudem soll eine Wegeverbindung für Radfahrer und Fußgänger geschaffen werden, die am Hangetal und Stoppenberger Bach vorbei bis zum Ruhrtal führt (vgl. STADT ESSEN o.J.a).

Der 25 Hektar große Helenenpark (siehe Abb. 6-69) befindet sich auf dem Areal der ehemaligen Zeche Helene in den Stadtteilen Altenessen-Süd und Stoppenberg und entstand in den 1970er-Jahren. Die an einen Volkspark erinnernde Grünanlage ist ein wichtiges Erholungsgebiet für die angrenzenden Wohngebiete. Zu Beginn der 1980er-Jahre wurden die bis dahin fehlenden Wegeverbindungen zum nahegelegenen Gesundheitszentrum Zeche Helene ergänzt und einige Spielbereiche geschaffen (vgl. STADT ESSEN o.J.b).



**Abb. 6-69: Helenenpark in Essen (Quelle: STADT ESSEN o.J.b)**

Der Kaiser-Wilhelm-Park (siehe Abb. 6-70) in Altenessen wurde 1897 zum 100-jährigen Geburtstag von Kaiser Wilhelm I. eingeweiht und nach ihm benannt. Er gehört zu den historischen Parkanlagen der Stadt und wurde in der Vergangenheit mehrfach erweitert. Er verfügt über weite Rasenflächen, einen umfangreichen Baumbestand, einen Teich und verschiedene Spieleinrichtungen (vgl. STADT ESSEN o.J.c).



**Abb. 6-70: Kaiser-Wilhelm-Park in Essen (Quelle: STADT ESSEN o.J.c)**

Der 42 Hektar große Schlosspark Borbeck (siehe Abb. 6-71) wurde erstmals Mitte des 17. Jahrhunderts erwähnt. Seit 1920 konnte man den Park gegen einen Eintrittspreis besichtigen. Im Jahr 1941 hat die Stadt Essen den Schlosspark erworben. Seitdem stehen die „Rasenflächen, ein vom Schloßbach gespeister Teich und ein forstlich gepflegter Laubmischwald mit Wanderwegen“ der Öffentlichkeit uneingeschränkt zur Verfügung (vgl. STADT ESSEN o.J.e).



**Abb. 6-71: Schlosspark Borbeck in Essen (Quelle: STADT ESSEN o.J.e)**

Der Stadtgarten (siehe Abb. 6-72) ist 1864 im Zuge einer Privatinitiative der Essener Bürgerschaft entstanden. Für seine Finanzierung wurde die Essener gemeinnützige Aktiengesellschaft gegründet. Seit 1881 befindet sich der Stadtgarten im Besitz der Stadt Essen und ist damit die älteste öffentliche Grünanlage. Nach mehreren Erweiterungen ist sie heute die größte innerstädtische Grünfläche und umfasst neben Liegewiesen einen Teich und zwei Spielbereiche (vgl. STADT ESSEN o.J.f).



**Abb. 6-72: Stadtgarten in Essen (Quelle: STADT ESSEN o.J.f)**

Der Volksgarten Kray (siehe Abb. 6-73) ist im Jahr 1913 entstanden. Auf seinen zehn Hektar Fläche findet man alten Baumbestand, zwei Teiche, Spielbereiche und Liegewiesen sowie einen Bolzplatz. In den 1970er-Jahren wurde der Park nicht nur erweitert, sondern auch an die angrenzenden Wohngebiete angeschlossen. Die beiden Teiche werden aktuell saniert (vgl. STADT ESSEN o.J.g).



Abb. 6-73: Volksgarten Kray in Essen (Quelle: ARBEIT & BILDUNG ESSEN GMBH o.J.h)

### ***Besonderheiten des Standortes in der Stadt- und Freiraumentwicklung***

Beim Handlungsprogramm *ESSEN.Neue Wege zum Wasser* geht es um die Entwicklung und Vernetzung von Freiräumen, wobei das Element Wasser in Form von Fließ- und Stillgewässern der Stadt eine zentrale Rolle einnimmt. Das Handlungsprogramm ist Teil des Masterplans *Freiraum schafft Stadtraum*, das wiederum in den Stadtentwicklungsprozess STEP2015+ (siehe Abb. 6-74) eingegliedert ist (ARBEIT & BILDUNG ESSEN GMBH o.J.f).

Der Masterplan greift die vorhandenen innerstädtischen Fließgewässer auf und betrachtet diese als ideelle Leitlinien. Entlang dieser sogenannten Strahlen sollen durch verschiedene Maßnahmen und die Schaffung von Sichtbeziehungen neue Freiräume entstehen, die wiederum an das Umfeld angebunden werden sollen. Die unterschiedlichen Strahlen sind verschiedenen Themen zugeordnet. Im Westen der Stadt soll mit den Wasserläufen Borbecker Mühlenbach, Kesselbach und Wolfsbach ein direkter Bezug zum Wasser deutlich werden, während im Zentrum der Fokus „auf der städtischen Prägung mit Kultureinrichtungen und innerstädtischen Parkanlagen“ gesetzt wird. Das Strahlenmodell soll Essen neue Impulse geben, vorhandene Potenziale nutzen und so zu einem Motor der Stadtentwicklung werden (vgl. ARBEIT & BILDUNG ESSEN GMBH o.J.a; KIPARLANDSCHAFTSARCHITEKTEN MILANO DUISBURG (2006)).

## Stadtentwicklungsprozess Essen 2015+ Perspektive Freiraum schafft Stadtraum

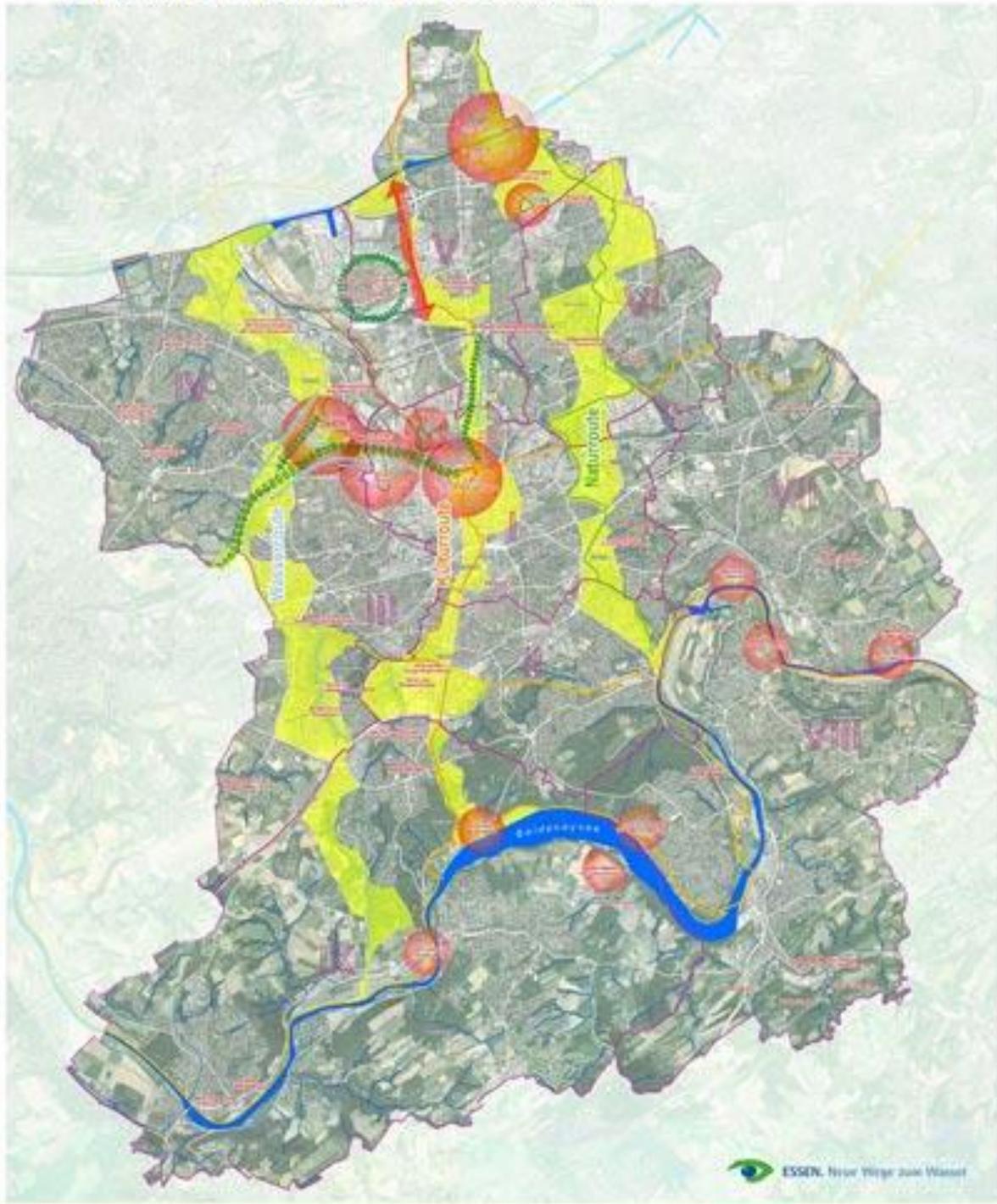


Abb. 6-74: Übersichtsplan zur Freiraumentwicklung im Rahmen der Perspektive *Freiraum schafft Stadtraum* in Essen (Quelle: ARBEIT & BILDUNG ESSEN GMBH o.J.b)

Das Handlungsprogramm *ESSEN. Neue Wege zum Wasser* soll dazu beitragen, die Qualitäten der Stadt herauszuarbeiten und die Attraktivität Essens zu erhöhen, um das Image der Stadt als Wohn- und Wirtschaftsstandort positiver zu gestalten (ARBEIT & BILDUNG ESSEN GMBH o.J.c). Auf städtischer Seite sind neben der Stadtplanung, dem Tiefbauamt, dem Amt für Bodenordnung sowie

Grün und Gruga Essen auch das Umweltamt, das Büro für Stadtentwicklung, das Presse- und Kommunikationsamt, das Jugendamt und die Essener Wirtschaftsförderungsgesellschaft beteiligt. Zudem sind unter anderem die EmscherGenossenschaft, der Regionalverband Ruhr oder die Regionalagentur bei der IHK Projektpartner in der Region (ARBEIT & BILDUNG ESSEN GMBH o.J.h).

Durch das Handlungsprogramm sollen nicht nur Verbindungen zwischen dem Norden und dem Süden Essens geschaffen, sondern auch das Umfeld eingebunden und der Lebens- und Freizeitwert der Region gesteigert werden. Zudem handelt es sich um ein kommunales arbeitsmarktpolitisches Projekt, was der Beschäftigung, Qualifizierung und Integration von Arbeitslosen in den Arbeitsmarkt dienen soll. Derzeit besteht das Handlungsprogramm aus ca. 200 Einzelprojekten, bei denen Wasser oftmals ein zentrales Thema darstellt. Viele Projekte beschäftigen sich mit dem Emschersystem und seinen Zuläufen. Andere haben die Thematik des Wohnens am Wasser und im Grünen, um die Attraktivität von Wohnstandorten zu steigern. So wurden zum Beispiel Wasserflächen im Segerothpark und im Schlosspark Borbeck geschaffen, die den Anwohnern Aufenthaltsqualität im Freien bieten, ohne dass diese weit fahren müssen (vgl. ARBEIT & BILDUNG ESSEN GMBH o.J.f).

Auch die Gestaltung von Wirtschaftsstandorten wird thematisiert, da in einer entsprechenden Standortqualität ein „Schlüssel für eine erfolgreiche ökonomische Entwicklung“ gesehen wird. So sollen eine attraktive landschaftliche Umgebung, die Einbindung von Wohnen und Wasser sowie die Schaffung eines Freizeit- und Wassersportangebotes dabei helfen, Gewerbe- und Dienstleistungsunternehmen an alten und ungenutzten Industriestandorten anzusiedeln und auf diesem Weg neue Arbeitsplätze zu schaffen (vgl. ARBEIT & BILDUNG ESSEN GMBH o.J.d). Gerade in der Anlage von Stillgewässern wird eine große Impulswirkung gesehen, da diese sich besonders dafür eignen, positiv auf das Image der Stadt zu wirken. Im naturnahen Umbau der Fließgewässer wird die Entstehung neuer Qualitäten gesehen, die Verbindungen schaffen und das Wohnumfeld verbessern können. So werden vorherige Abwasserläufe in hochwertige Erholungsräume umgestaltet. Durch die Ergänzung mit Wegeverbindungen abseits vom Autoverkehr werden zuvor unzugängliche oder unattraktive Räume für die Bürgerinnen und Bürger erlebbar (vgl. ARBEIT & BILDUNG ESSEN GMBH o.J.e).

Zu den Freiraumprojekten zählen auch die Nord-Süd-Routen (siehe Abb. 6-75). Hierbei handelt es sich um verschiedene Grünzüge, die vom neuen Emschertal aus bis in das Ruhrtal führen und dadurch den Norden und den Süden der Stadt verbinden. Die neu entstandenen Wegeverbindungen sollen Radfahrer und Wanderer ansprechen und sind verschiedenen Themen zugeordnet. Die Wasser Route liegt im Westen, die Stadt Route führt durch das Zentrum Essens und die Natur Route befindet sich im Osten der Stadt. Seit 2014 gibt es noch eine Tal Route im Westen der Stadt. Daneben bestehen Ost-West-Routen, zu denen der Ruhrtal Radweg, der Emscher Park Radweg und drei Erlebnisrouten (Route West, Route Nord und Route Süd) zählen. Zudem entsteht mit den Bahntrassenwegen ein Netz von Rad- und Gehwegen, an dem die Stadt Essen in Kooperation mit dem Regionalverband Ruhr arbeitet. Hierbei werden häufig aufgegebene Bahnanlagen umgestaltet (vgl. ARBEIT & BILDUNG ESSEN GMBH o.J.g).

## Freiraum

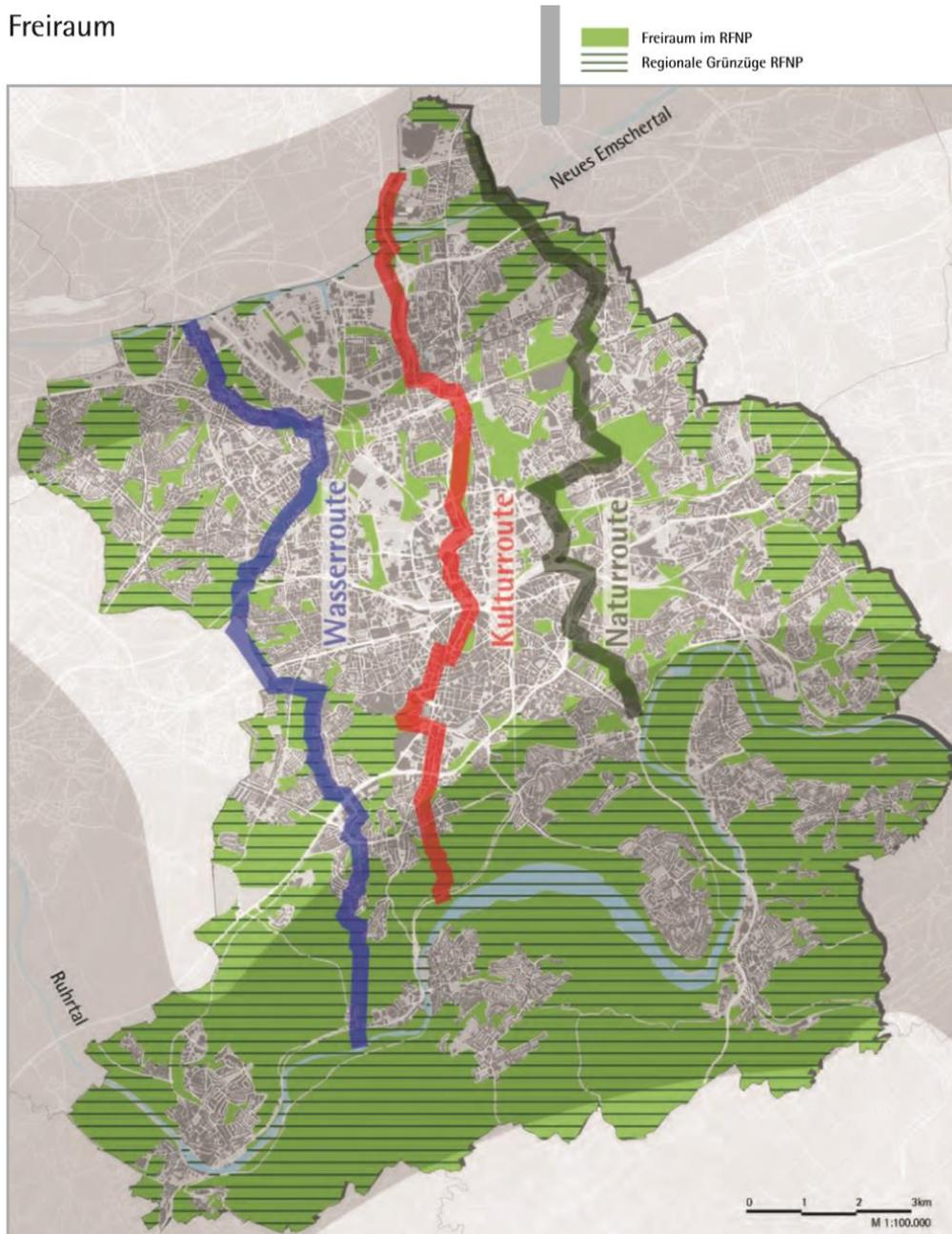


Abb. 6-75: Nord-Süd-Routen in Essen (Quelle: STADT ESSEN 2011: 32)

Das Programm *ESSEN.Neue Wege zum Wasser* ist auch ein wesentlicher Bestandteil der Bewerbung Essens um den Titel *Grüne Hauptstadt Europa 2017* (siehe Abb. 6-76). Dieser Titel wird seit 2010 von der Europäischen Kommission an EU-Städte mit über 200.000 Einwohnerinnen und Einwohnern und dauerhaft hohen Umweltstandards verliehen. *Green Capital Europe* konnten sich bislang Stockholm, Hamburg, Vitoria-Gasteiz, Nantes, Kopenhagen, Bristol und Ljubljana nennen. Die Auswahl erfolgt anhand von zwölf Kriterien:

- Klimawandel: Emissionssenkung und Anpassung
- Lokales Verkehrswesen
- Städtische Grünflächen unter Berücksichtigung nachhaltiger Landnutzung

- Natur und biologische Vielfalt
- Luftqualität
- Qualität des Lärmschutzes
- Abfallerzeugung und -bewirtschaftung
- Wasserbewirtschaftung
- Abwasserbehandlung
- Öko-Innovation und nachhaltige Beschäftigung
- Energieeffizienz
- Integriertes Umweltmanagement

Auf vielen Feldern überzeugt Essen bereits mit seinen Potenzialen und so konnte sich die Stadt neben Oslo, Nijmegen und Umea über den zweiten Platz im Jahr 2016 freuen. Eine Folgebewerbung für das Jahr 2017 konnte die Stadt für sich entscheiden und so ist Essen nun *Grüne Hauptstadt Europas 2017* (vgl. STADT ESSEN 2016b). Mit der klima|werk|stadt|essen existiert bereits eine Dachmarke für ein integriertes Energie- und Klimaschutzkonzept. Auch beim Abwassermanagement kann Essen mit Emscherumbau und -renaturierung bereits Fachkompetenzen vorweisen. Bezüglich der Verkehrsplanung wird aktuell am Radschnellweg Ruhr gearbeitet, der die ehemalige Trasse der Rheinischen Bahn nutzt und das gesamte Ruhrgebiet durchqueren soll. Zudem war die Erarbeitung von Impulsprojekten für einen nachhaltigen Stadtumbau im Rahmen eines integrativen Stadtentwicklungsprozesses zur Stärkung der Lebensqualität und der Wettbewerbsfähigkeit Gegenstand des städtischen Strategieprozesses ESSEN.2030, der auf den Stadtentwicklungsprozesses STEP2015+ folgte (vgl. STADT ESSEN 2015a). Durch den Titel erhofft man sich eine nachhaltige Steigerung der Lebensqualität und eine Stärkung der Identifikation der Menschen mit dem Standort.



Abb. 6-76: Logo "Essen 2017 – Grüne Hauptstadt Europas" (Quelle: STADT ESSEN 2016b)

## 6.7 Zwischenfazit: Grün als (eine) Zukunftschance

So unterschiedlich wie die (Eigen-)Darstellungen und Informationslagen der einzelnen Städte ist auch ihr Umgang mit ihren urbanen Grünstrukturen. Das liegt darin begründet, dass die Städte individuelle Ausgangssituationen bezüglich ihres geschichtlichen, demographischen oder wirtschaftlichen Hintergrunds vorweisen. Deutlich wird das an ihrem Umgang mit der städtischen Fläche, die zudem auch von Faktoren wie dem demographischen Wandel und dem Klimawandel beeinflusst wird. Während die Standorte des Ruhrgebiets gegenwärtig prüfen, wie sie mit ihren Industriebrachen umgehen, stehen Städte wie Bielefeld und Bonn vor der Herausforderung, ihre knappen Flächen sinnvoll zu nutzen und dabei dennoch ihre Freiraumqualitäten zu erhalten. Allen Standorten stellt sich die Frage nach der Finanzierung von Maßnahmen der Stadtentwicklung, die häufig durch Fördergelder unterstützt wird. Gemeinsam ist allen Städten zudem, dass sie ihre Grünstrukturen in irgendeiner Form in den Fokus nehmen und ihren Einfluss auf die Profilierung des Standortes nutzen.

Im Rahmen des Programms *StadtParkLandschaft* versucht Bielefeld, die grünen Qualitäten einzusetzen, um sich als lebenswerte Stadt zu präsentieren und das Image auszuwerten. Auch in Bonn werden die Freiraumqualitäten gerne genutzt, um die Attraktivität des Standortes über Bilder zu transportieren, da vor allem die naturräumliche Lage der Stadt dafür prädestiniert ist. Das geschieht jedoch häufig losgelöst von Projekten. Bottrop nutzt die urbanen Freiräume, um über ihren Einfluss auf die Lebensqualität eine Aufbesserung des Images zu erzielen. Dabei setzt die Stadt einen Schwerpunkt auf die Themen Klimaschutz und Klimaanpassung. Gerade in Bottrop kann die Vorgehensweise der Stadt als integrativ bezeichnet werden, da verschiedenste Themen und Fachbereiche inkludiert werden und ineinandergreifen. Dortmund konzentriert sich mit PHOENIX auf ein Leuchtturmprojekt der Stadtentwicklung und erhofft sich so eine Verbesserung des Standortimages durch entsprechende Ausstrahlungseffekte. Essen wählt mit der Bewerbung zur *Grünen Hauptstadt Europas* wiederum einen gesamtstädtischen Ansatz, der durch die Kombination mit einer umfassenden Freiraumentwicklung zur Aufwertung des Images als Wohn- Lebens- und Wirtschaftsstandort beitragen soll.

Dass urbane Grünstrukturen einen wichtigen Beitrag auf sozialer, ökologischer und ökonomischer Ebene für Städte leisten, sich positiv auf deren Lebensqualität sowie Image auswirken und somit als weicher Standortfaktor fungieren, geht aus den theoretischen Überlegungen hervor und spiegelt sich auch in den Aktivitäten der untersuchten Standorte wieder. In der Einbeziehung der grünen Infrastruktur in die Stadtentwicklung von Standorten könnte generell eine Zukunftschance liegen, um das Profil von Standorten zu stärken und ihre Außenwahrnehmung zu verbessern. Inwieweit das jedoch geschieht, ist immer abhängig von den Interessen und Zielsetzungen des jeweiligen Standortes. So individuell wie die Profile der Standorte ist dabei auch ihre Herangehensweise an die Thematik. Das lässt bereits an dieser Stelle vermuten, dass es keine allgemein gültige Strategie für den Umgang mit der urbanen Grünstruktur in der Stadtentwicklung und ihrem Einsatz im Standortmarketing geben kann. Für alle Standorte stellt sie jedoch einen Standortfaktor dar, da sich die urbanen Grünstrukturen in vielfältiger Weise auf die Lebensqualität der Standorte auswirkt und damit nicht nur für die Städte selbst und für die am Standort lebenden und arbeitenden Menschen von Interesse ist, sondern auch stärker von den Unternehmen fokussiert werden sollte. Im Weiteren gilt es, die theoretischen Vorüberlegungen aus den Kapiteln 2, 3 und 4 und die (Eigen-)Darstellungen der einzelnen Städte, die in diesem Kapitel erläutert werden, um die Untersuchungsergebnisse der einzelnen Standorte, die in Kapitel 7 vorgestellt und in Kapitel 8 verglichen werden, hinsichtlich der Praxiserfahrung zu ergänzen.

## 7 Untersuchungsergebnisse

Im Folgenden werden die aus den geführten Interviews resultierenden Untersuchungsergebnisse vorgestellt. Das Kapitel gliedert sich in die Resultate aus den allgemeinen Interviews und die Resultate aus den Gesprächen an den einzelnen Standorten, die für jede Stadt separat erläutert werden. In allen Fällen werden die Ergebnisse sechs Kategorien zugeordnet, die zum Teil in Unterkategorien gegliedert sind. Begonnen wird jeweils mit der Ausführung der Aussagen seitens der Akteure zur generellen Bedeutung von Standortfaktoren bzw. zur Wahrnehmung des jeweiligen Standortes bezüglich Standortfaktoren, Alleinstellungsmerkmalen und städtischer Attraktivität. Im nächsten Schritt wird die Bewertung der Interviewpartner bezüglich der Bedeutung weicher Standortfaktoren ausgeführt. Weiter werden ihre Einschätzungen zur grünen Infrastruktur dargelegt, bevor eine Ausführung über die genannten Aktivitäten von städtischer, unternehmerischer sowie privater Seite bezüglich "grüner" Themen erfolgt. Nachdem im nächsten Schritt die Beurteilung der Akteure bezüglich des Potenzials von "Grün" für die künftige Standortausrichtung Erörterung findet, werden in einem Fazit die Ergebnisse zur jeweiligen Bedeutung grüner Infrastruktur als Standortfaktor und als Potenzial für das Standortmarketing resümiert.

Aufgrund der Anonymisierung der Interviews wird jeder Gesprächspartner mit einem Code versehen. So steht der erste Großbuchstabe des Codes für den Standort, an dem das Interview geführt wurde (A: allgemeines Interview; B: Bielefeld; C: Bonn; D: Bottrop; E: Dortmund; F: Essen). Die Zahl dahinter bezeichnet die Nummer des geführten Interviews (1: erstes Interview; 2: zweites Interview usw.). Wurde das Interview mit mehreren Gesprächsteilnehmern geführt, so werden diese entsprechend der Reihenfolge ihrer ersten Antwort mit Kleinbuchstaben versehen, die sich hinter der Zahl befinden (a: erster Antwortender im Interview; b: zweiter Antwortender im Interview; c: dritter Antwortender im Interview). Wird also eine Antwort von Akteur B4c wiedergegeben, so handelt es sich um die Aussage des dritten Interviewteilnehmenden des vierten in Bielefeld geführten Interviews. Im Anhang befindet sich neben den Interviewleitfäden auch eine Tabelle, die die wesentlichen Angaben über die Interviewpartner in einer Übersicht auflistet.

Im nachfolgenden Text kennzeichnen drei Punkte in einer eckigen Klammer, also [...], alle Äußerungen, die in der Darstellung ausgelassen wurden. Bei einem Text in einer eckigen Klammer handelt es sich entweder um eine anonymisierte Stelle im Zitat oder um eine Ergänzung, die der Verständlichkeit bzw. Lesbarkeit dient.

### 7.1 Allgemeine Interviews

#### ***Standortwahrnehmung: Harte und weiche Standortfaktoren für Standorte heute***

Als wichtige Standortfaktoren der Gegenwart werden von den Akteuren, die hierzu eine Einschätzung abgeben, auf unternehmerischer Seite die steuerliche und sonstige finanzielle Situation, die Arbeitskräfteverfügbarkeit, die infrastrukturelle Anbindung und das Image einer Stadt gesehen. Zudem müssen für die in der Stadt lebenden und arbeitenden Menschen auch Faktoren wie Bodenpreise, das Bildungs-, Kultur- und Freizeitangebot und die Lebensqualität stimmen.

Diese Faktoren werden auch von Akteur A1 genannt. Er unterscheidet trotz gegebener Überschneidungen die Interessen von Kommune, Politik, Bürgerinnen und Bürgern sowie Unternehmen: „Für ein Unternehmen ist es interessant zu wissen, ob die Lage/die Stadt/die Gemeinde eine Lebensqualität hat, die ihnen Mitarbeiter zuführt und für Menschen, [...]

Unternehmen und deren Mitarbeiter ist das natürlich auch die erste Frage. Ist das eine Lage, in der ich leben möchte, in der ich mir vorstellen könnte, sesshaft zu werden und glücklich zu werden?“ Weiter geht er davon aus, dass die Kommunen in diesem Zusammenhang auch ein Interesse an den urbanen Grünstrukturen haben, da sich diese auf das Wohlbefinden und die Lebensqualität der Menschen auswirkt, aber auch Ökosystemleistungen – beispielsweise im Bereich des Wassermanagements – erfüllen. Genannt werden von ihm ihr Potenzial als Ausgleichsflächen für zu viel Regenwasser. So bieten die Grünstrukturen seiner Einschätzung nach „Potenzialflächen für Versickerung und natürlich umgekehrt auch für langsame Verdunstung und dann auch Klimaregelung.“

Akteur A2 konzentriert sich in seinen Ausführungen auf die harten Faktoren und betont die Bedeutung von Lage und Anbindung: „Als Unternehmensstandort muss natürlich einerseits die Lage so sein, dass ich eine gute Anbindung habe, je nachdem, wo ich oder wie ich mit meinem Unternehmen angesiedelt bin.“

Anders als Akteur A2 geht Akteur A4 verstärkt auf die weichen Faktoren ein und hebt hervor: „Die Stadt muss vielfältig sein. Sie muss versuchen, ihre weichen Standortfaktoren zu pflegen. Dazu gehört das urbane Grün. Sie muss attraktiv sein für neue Zielgruppen, also für jüngere natürlich, für Kreative.“

Auch die Akteure A6ab sind der Meinung, dass sich ein moderner Standort durch Vielfältigkeit auszeichnet. Zudem müssen nicht nur die Interessen der Wirtschaft, sondern auch die der Bewohnerinnen und Bewohner beachtet werden, die eine gewisse Lebensqualität fordern. Hierzu sagt Akteur A6a: „Definitiv [ist es] Vielfältigkeit. Also ich kann da nicht nur in eine Richtung gehen. Ich sage mal, ich kann nicht nur Industrie ansiedeln. Die Menschen müssen ja auch leben.“ Auch wenn das Vorhandensein von Arbeitsplätzen seiner Auffassung nach die Basis bildet, bewertet er ein attraktives Umfeld als wichtig („Ich will natürlich auch in meiner Freizeit mit meiner Familie und mit meinen Freunden raus in die Stadt, und die muss dann auch wirklich ein angenehmes Ambiente bieten.“).

Akteur A5 nennt aufgrund seines Berufs die Grün- und Freiflächen („Da stehen bei mir allein schon von der Professionalität natürlich die Freiflächen im Fokus.“), die er mit einer entsprechenden Stadtentwicklung in Verbindung bringt („Das fällt ja nicht irgendwo auf die Städte runter, sondern das hat ja ganz klar auch was mit der Stadtentwicklung zu tun.“).

### ***Weiche Standortfaktoren: Einschätzungen zur Bedeutung***

Weiche Standortfaktoren werden vor allem für die Bindung der Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer an den Standort von den Akteuren, die hierzu eine Einschätzung abgeben, als wichtig empfunden. Wenn auch zuerst die harten Faktoren entscheidend sind, so steigt die Bedeutung der weichen Kriterien beim direkten Vergleich von infrage kommenden Standorten. Dabei stellt sich generell die Frage, um wessen Entscheidung es sich handelt: um die Standortwahl eines produzierenden Unternehmens, eines der gehobenen Dienstleistung oder um die Wahl eines qualifizierten Beschäftigten.

Akteur A1 ist der Meinung, dass weiche Faktoren durchaus für Firmen und deren (potenzielle) Beschäftigte eine steigende Bedeutung haben, sei es, um für diese attraktiv zu sein oder um ihr Image aufzuwerten. Er sagt dazu: „Ein Unternehmen wünscht sich für seine Mitarbeiter eine

angenehme Lebensumwelt, denn man will natürlich die Leute möglichst binden. Die sollen langfristig da sein.“ Seiner Einschätzung nach wird dieser Aspekt in Zukunft noch an Bedeutung gewinnen („Wenn man sich die Arbeitsmarktsituation anguckt, dann wird es für Unternehmen immer wichtiger, Leute dauerhaft an sich zu binden.“).

Die Akteure A3abc sehen momentan an erster Stelle die harten Faktoren. Sind diese berücksichtigt, so wird im weiteren Prozess jedoch verglichen und dann entscheiden die weichen Faktoren. Das begründet Akteur A3c wie folgt: „Ich würde aus ökonomischer Sicht sagen, dass die harten Faktoren erstmal eine grundlegende wichtige Rolle spielen. [...] Dann kommen die weichen Faktoren erst zum Tragen. Also wenn kein Marktpotenzial da ist, lässt sich da niemand nieder, der was verkaufen will. Und wenn keine Universität vor Ort ist, die da konstant hochqualifizierte Leute zur Verfügung stellt, dann lässt sich da kein Start-Up nieder. Aber wenn das alles in Ordnung ist, [...], dann fangen die Leute an, zwischen den Städten zu vergleichen, die diese Grundausrüstung an harten Faktoren haben. Dann schauen sie auf die weichen und da steht Grün, denke ich, ziemlich schnell an einer wichtigen Stelle.“ Und Akteur A3a ergänzt den Stellenwert des Images eines Standortes („Ich glaube, bevor sich ein Unternehmen an einem neuen Standort ansiedelt, muss es für sich klar machen ‚Was brauche ich für ein Image und was brauche ich für einen Standort?‘, und das muss ja schon zusammenpassen.“). Darüber hinaus stellt sich für ihn grundlegend die Frage, was das jeweilige Unternehmen vermitteln möchte („Kommen die Kunden ins Haus oder nicht und wirbt es mit der Außenfassade? Also steht das für Grün generell? Steht das für Innovation? Steht das für Kreativität? Sitzt da das Headquarter von der Firma oder ist es nur das Callcenter?“). Zudem erachtet auch er es für wichtig, hochqualifizierten Mitarbeitern eine entsprechende "Quality of Life/Quality of Work" am Standort zu bieten, was laut Akteur A3c künftig noch an Bedeutung gewinnen könnte. Das sieht er wiederum im Wandel der Arbeitswelt begründet („Dass Leute von morgens um 8 Uhr bis abends um 17 Uhr irgendwie durchgehend im Büro sitzen, wird im Zweifel weniger werden, gerade in kreativen Berufen. Die müssen raus, die wechseln Büros, die sind interaktiver und kommunikativer und im Zweifel sind Grünflächen dafür sehr gut geeignet, auch im Sinne von Gesundheitsbewusstsein.“). In diesem Zusammenhang prognostiziert er auch den urbanen Grünstrukturen als weichen Standortfaktor einen weiteren Bedeutungsgewinn: „Was jetzt die Städte machen, werden bestimmt auch irgendwann die Unternehmen machen, nämlich zu sagen ‚Wenn du in Bonn wohnst, dann komm doch zu uns. Da hast du eine schöne Ecke zum Arbeiten und du kannst da gut hinkommen und kannst dich da gut aufhalten in den Pausen, die du dir frei aussuchen kannst.‘ [...] So denke ich mal, dass Grün in der Hinsicht eine Zukunft hat, auch als Selling Point für Unternehmen.“

Akteur A5 hat zu der Bedeutung weicher Standortfaktoren eine ähnliche Meinung wie die Akteure A3abc. Dabei bezieht er sich vor allem auf die Beschäftigten, die nach seiner Auffassung zwar in erster Linie wegen des Jobs an einen Standort kommen, jedoch auch weiche Faktoren im Kultur- und Freizeitbereich nachfragen und vom Image des Standortes beeinflusst werden, was in letzter Instanz entscheidungsgebend sein kann: „[Es sind] vor allen Dingen auch junge Leute, die nach Köln kommen, die gerade gut ausgebildet sind. [...] Die suchen natürlich in erster Linie hier einen guten Job in der Medienbranche oder sonst irgendwas. Die gehen aber dann vielleicht doch eher nach Köln und nicht in eine andere Stadt, weil Köln ein sehr gutes Image hat als offene, tolerante und lebenswerte Stadt und auch als Großstadt. [...] Also ich glaube schon, dass diese sogenannten weichen Standortfaktoren schon sehr entscheidend sind.“ Dabei sieht er den Bedeutungsschwerpunkt weicher Faktoren auf Arbeitnehmerseite: „Wenn ich jetzt als mittelständisches Unternehmen irgendwo meinen Betrieb neu aufstellen will oder müsste, dann

interessiert mich nicht, ob die Stadt grün ist. Da geht es darum, wie die Gewerbepreise und Flächenpreise sind. [...] Aber es ist ein wesentlicher Faktor der Entscheidung, wenn einzelne Personen [...] gut ausgebildet und jobsuchend sind und in der einen und in der anderen Stadt einen Job angeboten bekommen. Ich glaube schon, dass die Entscheidung, wo man tatsächlich hingeht, schon auch was mit all diesen weichen Standortfaktoren zu tun hat.“

Auch die Akteure A6ab schreiben den weichen Faktoren eine hohe Bedeutung zu, die Akteur A6a anhand der Arbeitnehmerseite darlegt: „Ich glaube, die weichen [Faktoren] sind unheimlich wichtig [...]. Auf der einen Seite arbeite ich acht oder zehn Stunden und die anderen 16 Stunden oder 14 Stunden verbringe ich ja privat irgendwo und da muss es mir gefallen.“

### ***Einschätzungen zur grünen Infrastruktur***

#### **➤ *Rolle grüner Infrastruktur***

Insgesamt schreiben alle Akteure aus den allgemeinen Interviews den urbanen Grünstrukturen eine wichtige Rolle zu, die vom sozialen Aspekt als Interaktions- und Erholungsraum bis hin zu wirtschaftlichen Aspekten durch die Erbringung von Ökosystemleistungen oder einer Wirkung auf das Image von Unternehmen und Kommunen reicht.

Akteur A1 sieht neben ihrem sozialen, ökologischen und ökonomischen Mehrwert urbane Freiräume auch als Ursache potenzieller Interessenkonflikte, da seiner Einschätzung nach die Gefahr besteht, dass sich finanziell besser ausgestattete Bevölkerungsgruppen in den grüneren Stadtteilen bündeln. Dennoch betont er: „Aus sozialen Gründen ist natürlich in den Stadtteilen, in denen wenig privates Grün da ist, das öffentliche Grün viel wichtiger für das Wohlbefinden und für die Lebensqualität.“ Auch Kommunen und Unternehmen haben den Mehrwert urbanen Grüns und seine positive Imagewirkung seiner Einschätzung nach erkannt („Wenn man mal "grüne Stadt" [...] googelt, wird man feststellen, dass sehr viele Kommunen, aber genauso auch sehr viele Unternehmen sich mit einem grünen Image schmücken.“). Hierzu kann er berichten: „Bauunternehmen bzw. Immobilienträger werben regelmäßig bis immer mit dem Umfeld und mit Grünaspekten.“

Akteur A2 hebt den Bedeutungswandel urbaner Grünstrukturen hervor („Früher war Grün eben Lückenfüller und Grün war eben auch Nutzfläche.“). Urbanes Grün sieht er heute als Luxusgut und ähnlich wie Akteur A1 als Verkaufsargument. Um als Stadt bzw. Unternehmensstandort interessant zu sein und Bewohner zu halten, müssen seiner Auffassung nach Lebensräume mit Lebensqualität geschaffen werden, wobei das urbane Grün unterstützend wirken kann. Auch unter ökologischer Perspektive spielen die urbanen Freiräume eine Rolle („Es ist ja bekannt, dass Bäume oder generell Grün mit viel Blattwerk in der Lage ist, Feinstaub zu binden.“). Dabei gibt er aber auch zu bedenken: „Grün muss auch in Stand gehalten, gepflegt [und] weiterentwickelt werden, um zu einem Mehrwert zu führen. Tut man das nicht, kann Grün eben auch das Gegenteil bewirken.“

Die Akteure A3abc unterscheiden bei der Rolle urbaner Grünstrukturen zwischen wachsenden und stagnierenden bzw. schrumpfenden Städten (Akteur A3b: „Natürlich ist es den Städten, die schrumpfen, tendenziell leichter, grüne Infrastruktur zu realisieren.“). Diese Unterschiede zeigen sich auch im Umgang mit den Grünstrukturen, wie Akteur A3c berichtet: „Wenn man eine schrumpfende Stadt hat, dann gibt es mehr Aktivitäten wie Urban Gardening [...], dass sozusagen die Menschen wieder in die Fläche geholt werden. Also ich finde, da merkt man, dass es eine ganz andere Art ist, mit Grün umzugehen. Die schrumpfenden Städte sind sich der Sache auch bewusst. Die können eben nur nichts aktiv machen und müssen sich andere Sachen ausdenken.“ Die Experten sagen weiter,

dass der urbane Freiraum aber in allen Städten eine entscheidende Rolle spielen sollte, auch wenn die finanziellen Mittel knapp sind. Oftmals ist das laut Akteur A3b nicht der Fall: „Es gibt dann einfach doch in der Prioritätensetzung andere Sachen, die wichtiger sind [...], ohne zu berücksichtigen, dass die angrenzende Nutzung wie zum Beispiel Wohnen, aber auch Bürostandorte, natürlich indirekt darunter leiden.“

Akteur A4 geht hauptsächlich auf die Rolle städtischer Grünstrukturen für Kommunen und damit auch für den Menschen ein („Das ist als Wohnumfeld natürlich gerade bei Wohnstandorten ein großes Thema.“). Berichtet wird vor allem über die urbanen Grünstrukturen im Kontext der Stadtentwicklung, die einen wichtigen Bestandteil darstellt: „Ich habe hier für uns in der Abteilung mal ein Papier geschrieben [...], wo ich mal zusammengeführt habe, welche Rolle Grün in der Stadtentwicklung spielt. Also vor dem Hintergrund von Klimaschutz und Klimafolgenanpassung, die ganze Umweltthematik, Feinstaubbindung, Frischluftschneisen [...], Feuchtigkeitsentwicklung bei Hitzeinseln und so weiter. Das ist dieser ganze ökologische Bereich. [...] Dafür ist das Grün in der Stadt schon mal sehr wichtig. Und hinzu kommt natürlich der Gesundheits-, Wohlfühl- und Lebensqualitätsaspekt.“

Akteur A5 schreibt urbanem Grün vor allem eine Rolle für das Freizeitverhalten zu, erkennt seine Bedeutung aber auch für ökologische Aspekte. Seiner Meinung nach ist eine gut vernetzte Grünstruktur auch für die Voraussetzung für Biotopverbünde oder ein gutes Stadtklima („Erst dann kann auch ein System diese Wirkungen erfüllen.“).

Ähnlich wie Akteur A5 sind auch die Akteure A6ab der Meinung, dass Grünstrukturen für Menschen bezüglich der Freizeitgestaltung und der Lebensqualität eine Rolle spielen, aber auch ihre ökologische Bedeutung gestärkt werden muss. Zur Stadt Münster sagt Akteur A6a in diesem Zusammenhang: „Ich habe kurze Wege, die ich immer sicher über ein super tolles Fahrradwegesystem nutzen kann. Da kann ich zur Arbeit fahren, da kann ich meine Kinder zum Kindergarten bringen, die Kinder kommen zur Schule und das alles letztendlich immer über Grünzüge und über grüne Wege. Und mit dem großen Aasee, den wir mitten in der Stadt haben, haben wir auch ein Naherholungsgebiet, wo man wirklich auch innerhalb von fünf Minuten pur in der Natur ist. Und das hat eine ganz hohe Lebensqualität.“ Weiter berichtet er, dass Münster 2010 mit dem 2. Platz beim Wettbewerb *Hauptstädte der Biodiversität* ausgezeichnet worden ist. In diesem Zusammenhang wird den Freiräumen ebenfalls eine wichtige Rolle zuteil („Dieser naturnahe Raum ist ja nicht nur für den Menschen da, der ist natürlich auch ein Refugium stadtoökologischer Art für Tiere und Pflanzen. Also wir haben wirklich mitten in der Stadt Orchideenvorkommen, Eisvogelvorkommen, Brutvorkommen von Eisvögeln und das aber auch nur, weil wir für die Tiere oder für diese Pflanzengruppen Räume schaffen, dass sie sich dort ansiedeln und wohlfühlen.“).

#### ➤ *Nutzungsvoraussetzungen grüner Infrastruktur*

Eine pauschale Antwort wird bezüglich der Nutzungsvoraussetzungen grüner Infrastruktur von den verschiedenen Akteuren nicht getroffen. Als wichtig wird jedoch von allen Experten erachtet, dass die Strukturen netzwerkartig aufgebaut, gut erreichbar und abwechslungsreich sind. Zudem sollten sie gepflegt werden, da sich ein verwahrloster Zustand negativ auf die Nutzung auswirkt.

Akteur A1 ist zudem der Meinung, dass es keine allgemeingültige Antwort auf die Frage gibt, wie hoch der Anteil an urbanen Freiräumen in einer Stadt sein soll, auch wenn eine gewisse Größe

vorhanden sein muss. Als sinnvoll erachtet er, dass ein Netzwerk von Grünflächen besteht, das gut verteilt und abwechslungsreich ist. Auch der Erreichbarkeit der Freiräume misst er einen hohen Stellenwert bei („[Menschen] brauchen möglichst fußläufig erreichbare Grünflächen, die es zumindest ermöglichen, der Stadt für einen Moment zu entfliehen. [...] Das ist natürlich umso wichtiger in Bereichen von Städten, wo wenig private Gärten zu Verfügung stehen.“).

Eine ähnliche Auffassung wie Akteur A1 vertritt Akteur A5, der den prozentualen Anteil an Grün als nicht entscheidend bewertet: „Ich habe so und so viel Quadratmeter Grünfläche pro Einwohner, diese Angabe nützt gar nichts, denn es kann ja sein, dass die Grünflächen alle irgendwo im Norden der Stadt angesiedelt sind und dann interessiert das den Süden überhaupt nicht, wie viele Quadratmeter rein rechnerisch dann auf die Einzelperson entfallen sollen, denn sie hat keinen Zugang.“ Vielmehr kommt es seiner Einschätzung nach auf eine gute Verteilung und vor allem eine gute Vernetzung mit fußläufigen Entfernungen an, die auch eine alltägliche Nutzung ermöglicht. Am Beispiel der Stadt Köln erklärt er die hohe Bedeutung einer durchdachten Planung: „[In Köln] haben Sie ein Grünsystem, was auf Planungen der 1920er-Jahre zurückgeht, was auch so in der städtebaulichen Entwicklung der Stadt immer weiterverfolgt worden ist, so dass Sie hier eine richtige netzartige Verteilung oder radartige Verteilung der Grünstrukturen über das ganze Stadtgebiet haben. Und das ist meines Erachtens eigentlich ein ganz wesentlicher Vorteil, dass Sie nicht nur einen großen zentralen Park haben, sondern dass Sie eine Vernetzung im Stadtorganismus und Durchdringung des Stadtorganismus mit Grün haben, so dass Sie in der Regel in fußläufiger Entfernung überall Grün erreichen können und von da aus innerhalb dieses grünen Systems durch Wanderwege und so weiter alles erreichen können oder Fahrrad fahren können, ohne das System zu verlassen.“ Und so kommt er zu dem Schluss, dass eine gute Erreichbarkeit und Vernetzung da sein muss, „wo die Menschen sie nutzen wollen und das macht auch eine Stadt erst lebenswert.“

Akteur A2 erachtet eine "Grünversichtung" (grüne Inseln) für wichtig. Um als Stadt attraktiv zu bleiben, müssen zudem Parkanlagen nicht nur vorhanden, sondern auch gut gepflegt sein („Die Rheinauen sind auch nur deshalb so schön, weil sie so top gepflegt sind. Wenn da das Ganze wuchern und verunkrauten würde und wenn die Bäume über den Wegen liegen würden und die wassergebundene Wegedecke abgetragen und hucklig und bucklig wäre, würde das auch keiner toll finden. Im Gegenteil. Dann hätte das eine äußerst negative Ausstrahlung.“).

Wie schon Akteur A1 sprechen auch die Akteure A3abc davon, dass grüne Infrastruktur netzartig aufgebaut sein muss (Akteur A3c: „Und das ist, glaube ich, bei Grün wichtig, wenn man sie als Infrastruktur betrachtet. Grün ist nicht nur ein Park, sondern ein Netzwerk von Parks und Spielplätzen und genau den Charakter wollen die Städte erhalten.“). Zudem erhöht eine Eventisierung oftmals den Nutzen, wie Akteur A3a skizziert: „Auf der anderen Seite kommt – ein bestes Beispiel ist da Dortmund – auch hinzu, dass diese Eventisierung wie mit dem PHOENIX-See natürlich auch Leute anzieht. [...] Dortmund alleine mit dem Grünfingersystem wäre im Moment nicht so attraktiv wie mit dem PHOENIX-See. [...] Es hat sich durchaus sehr positiv auf das Image ausgewirkt. Nicht nur innerhalb der Stadt, sondern auch in der Region.“ Und Akteur A3c fügt hinzu: „Da sind wir nämlich wieder genau an dem Punkt mit dem Vernetzen von Grünflächen, dass Leute sozusagen durch Grün zur Arbeit fahren wollen und nicht entlang der Autobahn oder man kann auch sagen entlang der Bundesstraße.“ So kommt er zu dem Ergebnis, dass sich eine gute Grünstruktur vor allem durch Multifunktionalität auszeichnet.

Auch Akteur A4 betont die Bedeutung der Vernetzung von Grünstrukturen, was auch bereits umfangreich Umsetzung findet („Es ist in der Vernetzung zwischen Stadtteilen, zum Beispiel in dem Ruhrgebietsbereich mit dem Emscher Landschaftspark, ein wichtiges Thema. Und ich glaube, es ist im Moment [...] fast ein richtiger Hype.“).

Die Akteure A6ab schreiben ähnlich wie Akteur A5 einer gut vernetzten und vielfältigen Grünstruktur eine hohe Bedeutung zu, wie Akteur A6a am Beispiel der Stadt Münster erläutert: „Ich habe ein Grünsystem, so dass ich wegemäßig immer im Grünen bin. Und durch die Grünordnung habe ich verschiedene Grünringe, so dass ich in jedem Stadtquartier und in jedem Stadtteil immer meinen Stadtpark habe, den ich auf einem grünen Weg erreichen kann. Auch wenn ich von den Vororten in die Stadt will, kann ich das über grüne Fußwege.“ Dabei gilt es auch, die Interessen verschiedener Nutzergruppen zu berücksichtigen („Grünfläche ist ja nicht gleich Grünfläche. Derjenige, der mit seinen Kumpels Fußball spielen will, der braucht einen Kurzschnittrasen. Dem nützt kein Wasserbiotop oder eine Wiesenformation. Und der, der Naherholung oder Natur sucht, für den ist ein Rasen öde.“). Bei den Münsteraner Parkanlagen wurde dieser Umstand berücksichtigt: „Auch im Bereich des Aaseeparkes haben wir im Prinzip für alle was dabei. Wir haben für den Griller/Chiller was, der grillen oder Sonnenbaden will [...]. Und gleichzeitig ist in dem Gebiet ein Übergang. Da ist ein bisschen Mähwiese, da ist ein bisschen kurz Geschnittenes, aber dann wird es immer naturnaher bis es dann wirklich in den naturnahen Bereich übergeht, wo stille Erholung stattfindet, wo Leute spazieren gehen, Tiere beobachten, was überhaupt keinen urbanen Charakter mehr hat. Da sind natürlich auch sehr viele Wasserflächen, weil die Kombination aus Wasserflächen und Grünflächen ist natürlich vom Erholungswert auch immer sehr hoch.“ Dabei wird auch stark auf die Grünvernetzung geachtet.

#### ➤ *Wert grüner Infrastruktur*

Der Wert grüner Infrastruktur wird von den Akteuren, die hierzu eine Einschätzung abgeben, sehr unterschiedlich bewertet und hängt auch davon ab, für wen die Aussage getroffen werden soll. Es gibt Meinungen, die eine hohe Bedeutung urbaner Freiräume für Bereiche wie den Tourismus, Image/Werbung, das menschliche Wohlbefinden, die Freizeitgestaltung oder Ökosystemleistungen sehen. Dort können sowohl Kommunen als auch Unternehmen, aber auch Privatleute von der grünen Infrastruktur profitieren. Auf der anderen Seite wird der Mehrwert jedoch oftmals nicht im vollen Ausmaß erkannt bzw. geschätzt, weil die Kosten, die beispielsweise durch Pflege und Erhaltung entstehen, im Vordergrund stehen.

Akteur A1 berichtet, dass das urbane Grün sowohl von Kommunen – zum Beispiel für die touristische Attraktivität – als auch von Firmen für das Image und in der Vermarktung eingesetzt wird („Unabhängig davon, welche Produktausrichtung oder Dienstleistungsausrichtung ein Unternehmen hat, kann man sagen, dass sie pauschal ein Interesse daran haben, sich mit einem grünen, ökologischen Image zu belegen.“). Des Weiteren ist sie für das Wohlbefinden der Menschen wichtig („Wenn man Bürger nach ihren Erwartungen an ihr Lebensumfeld fragt, dann spielt Grün immer eine bedeutende Rolle.“). Zudem können durch Grünstrukturen nicht nur Wohlbefinden und Lebensqualität gesteigert, sondern auch Kosten durch Ökosystemleistungen gesenkt werden. Beispielhaft nennt er den Bereich des Wassermanagements. So stellt das urbane Grün Ausgleichsflächen für zu viel Regenwasser, Potenzialflächen für Versickerung und beeinflusst die Verdunstung und damit auch das Stadtklima.

Ähnlich wie schon Akteur A1 ist auch Akteur A2 der Meinung, dass urbanes Grün für Unternehmen vor allem einen Wert für das Image und die Repräsentativität hat sowie die Unternehmenskultur widerspiegeln kann. Zudem schafft sie für die Mitarbeiter ein angenehmes Arbeitsumfeld durch Steigerung des Wohlbefindens („In vielen Bereichen gibt es einen Fachkräftemangel, insbesondere bei hochqualifizieren Leuten. Und da ist es wichtig, dass die [Menschen] ein angenehmes Arbeitsumfeld haben und ein angenehmes Arbeitsumfeld wird durch Grün hergestellt.“).

Die Akteure A3abc sehen zwar, dass ein Wert durch Grün gegeben ist. Dieser wird aber in der Planung ihrer Auffassung nach noch zu wenig beachtet. So kann Akteur A3c berichten: „Es ist eigentlich in der Literatur völlig klar, dass es einen hohen Nutzen gibt von Grün. Man kann den Nutzen auch fassen und bewerten und überall steht in so einem Nebensatz drin ‚Das sollte bitte auch in der Planung stattfinden.‘ Das tut es aber nicht. [...] Also es ist zwar Leuten im Zweifel im Kopf, dass es so was wie Ökosystemdienstleistungen gibt und es gibt so was wie einen Wert von Grün. Der wird aber nicht aktiv in den Prozessen mitgedacht.“. Bei einer integrierten Planung kann der Wert jedoch maximiert werden, indem man zum Beispiel Hochwasserschutz und Freizeitmöglichkeiten koppelt. Die Akteure sehen die Gefahr, dass die Qualität der Stadt sinkt, wenn der Fokus nicht genug auf den Grünstrukturen liegt (Akteur A3b: „Andere Städte können es sich vielleicht einfach finanziell nicht erlauben oder wollen es sich nicht erlauben. Wobei dann immer die Gefahr bei der Nachverdichtung besteht, dass irgendwann vielleicht der Punkt erreicht ist, wo meine Attraktivität als Stadt auch möglicherweise wieder sinkt. Und dann habe ich im Prinzip genau das Falsche gemacht.“).

Akteur A5 vertritt die Ansicht, dass die Freiraumqualitäten zwar genutzt, aber häufig nicht bewusst wahrgenommen werden. Hierzu sagt er am Beispiel der Stadt Köln: „Wenn man die Leute mal drauf anspricht und sagt ‚Hier am Aachener Weiher kann ich mich aufs Fahrrad setzen, durch den Lindenthaler Kanal, den Stadtwald und den äußeren Grüngürtel fahren und dann durch den Grünzug Süd wieder zurückfahren. Dann bin ich wieder am Aachener Weiher.‘ Dann sagen die ‚Ja, die Tour habe ich schon mal gemacht.‘ Und dann fragt man ‚Ja und, findest du das gut?‘ Dann kommt das erst ins Bewusstsein und wird als Vorteil wahrgenommen.“ In der Planung sollte man seiner Meinung nach auch an zukünftige Generationen denken, die langfristig von den Strukturen profitieren, wenn es zum Beispiel um Freizeit- oder Klimaaspekte geht. Hierzu begründet er: „Insofern wird man die Bedeutung [vieler] Projekte vielleicht im Augenblick noch gar nicht gut einschätzen können. [...] Langfristig, wenn es dann gelingt, dieses Ziel [der Sicherung und Vernetzung] auch tatsächlich zu erreichen, dann wird es natürlich ähnlich sein wie es heute der Fall auf Köln bezogen ist, wo wir natürlich sehr dankbar als Kölner sind, dass in den 1920er-Jahren Schumacher, Adenauer und so weiter vorausgedacht haben und ein Grünsystem konzipiert haben, wovon wir heute profitieren und wovon wir heute sagen, hätten die das damals nicht gemacht und sich die nachfolgende Generation nicht daran abgearbeitet, dann ständen wir heute viel schlechter da, was die Attraktivität der Stadt angeht, was die weichen Standortfaktoren und die klimatischen Aspekte betrifft.“

Die Akteure A6ab können berichten, dass sich der hohe Stellenwert grüner Infrastruktur in Münster regelmäßig, zum Beispiel in Bürgerumfragen, zeigt (Akteur A6a: „Da sind immer die Grünanlagen, die Parkanlagen, das grüne Münster und die Fahrradverträglichkeit ganz weit oben.“). Zudem ist das urbane Grün ein großer Freizeit- und auch Wirtschaftsfaktor, wie Akteur A6a erläutert: „Wir haben zum Beispiel mit dem Aaseepark [...] das große Naherholungsgebiet in der Stadt [...]. Und es geht ja natürlich auch um wirtschaftliche Faktoren. Und so ein Aasee ist wirklich hochattraktiv für Cafés, Restaurants, Segeln und Veranstaltungen.“ In Münster wirkt sich das grüne Image auch positiv auf den Wirtschaftsstandort aus, wie Akteur A6a berichtet: „Wir messen uns ja mit ganz vielen anderen

Städten und wir sind bei den Umweltsachen immer ganz weit vorne [...]. Und es siedeln sich natürlich auch hier Betriebe und Strukturen an, die mit dem grünen Image für sich und ihre Mitarbeiter auch was Attraktives darstellen wollen. Also wir sind sehr viel im Biotechnikbereich und sehr viel im naturwissenschaftlichen Bereich, was Firmen angeht. [...] Und die sammeln sich natürlich auch, wenn die Standortfaktoren passen, und die einzelnen Betriebe auch wiederum von sich untereinander profitieren, gerade im Verbund mit wissenschaftlichen Einrichtungen.“

➤ *Grüne Infrastruktur und Immobilienwerte*

Die meisten Akteure können eine Auswirkung attraktiver Grünstrukturen auf Immobilienwerte bestätigen. Dieser Umstand ist auch durch wissenschaftliche Studien, von denen zum Teil berichtet wird, belegt (siehe Kapitel 4.3.4). Einige Akteure merken jedoch auch an, dass sich diese Wertsteigerung negativ auf sozial schwächere Schichten auswirken kann, wenn sich diese den entsprechenden Wohnraum nicht mehr leisten können. Die Akteure A6ab geben keine Einschätzung zu einem Zusammenhang von Grün und Immobilienwerten ab.

Akteur A1 bestätigt einen Zusammenhang von Immobilienpreisen und einem attraktiven Umfeld („Nicht zufällig gibt es in der Immobilienszene den Satz ‚Entscheidend ist Lage, Lage, Lage‘ und Lage hat natürlich viel mit Grünflächen zu tun.“). Seiner Beobachtung nach ist die Nähe zu Parks ein Argument für neue Bauvorhaben („Wenn man sich jüngere Bauvorhaben anguckt, zumindest in der Planung, wird auch regelmäßig das halbprivate oder sagen wir halböffentliche Umfeld der Gebäude in grünsten Farben gezeichnet.“).

Akteur A2 gibt an, dass Grünanlagen den Wert von Immobilien erhöhen können, wenn sie einen entsprechenden Pflegezustand vorweisen („Nichtsdestotrotz ist es aber so, dass Grünanlagen – Studie von Prof. Gruehn – zu einer Wertsteigerung beitragen können. [...] Vorausgesetzt, das Grün wird entwickelt und gepflegt.“). Zudem können sie kostensenkend wirken, wie er erklärt: „Der zweite Punkt ist eben, dass ich mit Gebäudebegrünung, sei es auf dem Dach, sei es an der Fassade, Regenwasser binden kann. Ich kann es zwischenspeichern, ich kann es puffern und somit Extremereignissen entgegenwirken. Ich habe nicht mehr so viele Überflutungen und kann zum anderen die Kosten für das Einleiten des Regenwassers in das Kanalnetz reduzieren. Das spart einmal bares Geld. Dazu kann ich mit einer Grauwassernutzung, die sich dann anbietet, noch mehr Kosten bei dem Thema Wasser einsparen und noch dazu gibt es je nach Region eben auch Fördermittel vom Land und von der Kommune, wenn ich entsprechend versickerungsfähiges Pflaster verwende oder Dach- und Fassadenbegrünung berücksichtige. Und ich kann eben aufgrund der thermischen Eigenschaften Heizkosten sparen oder Klimaanlagekosten sparen.“

Auch nach Aussage der Akteure A3abc wirken sich attraktive Grünflächen auf Immobilienwerte aus (Akteur A3c: „Ketzerisch gesprochen ist es doch genau das, was wir immer analysieren, dass Leute für Grün und Blau bereit sind, zu zahlen. [...] Und da sieht man, dass bei qualitativ hochwertigen Grünflächen die Preise drum herum höher sind. [...] Da sieht man, dass Grün einen Effekt hat. Bei solchen Investitionen sieht man doch wovon wir reden, dass Grün sich auch im Markt auswirkt.“). Darüber hinaus wird angemerkt, dass eine attraktive Umgebung auch soziale Benachteiligungen mit sich bringen kann, wenn sozial schwächere Schichten verdrängt werden, da für sie die höheren Immobilienpreise nicht zu finanzieren sind.

Die Akteure A4 und A5 teilen die Einschätzung der übrigen Akteure. Das wird von ihnen vor allem auf der Investorenebene als ein Thema gesehen, wie beispielsweise Akteur A5 berichtet: „Der [Investor] schreibt ‚Wohnen am Stadtwald‘ und dann wissen Sie genau, dass Sie da mehr für den Quadratmeter zahlen, als wenn Sie weit weg vom Stadtwald wohnen.“

➤ *Grüne Infrastruktur und Klima- sowie Gesundheitsaspekte*

Dass sich Grünstrukturen positiv auf das urbane Klima und die menschliche Gesundheit auswirken, ist bei allen Akteuren unumstritten. Es wird davon ausgegangen, dass zumindest der Klimaaspekt künftig noch mehr Beachtung in der Planung finden wird. Die meisten Akteure teilen die Einschätzung, dass die Wirkung auf die Gesundheit bislang eher als ein positiver Nebeneffekt und nicht als ein konkretes Handlungsfeld gesehen wird, auch wenn einige Städte hier mittlerweile ganzheitlicher denken. Dabei sehen nicht alle Akteure die Notwendigkeit, den Faktor Gesundheit durch konkrete Maßnahmen in die Konzepte zu integrieren.

Akteur A1 erkennt nicht nur einen Zusammenhang von grüner Infrastruktur und Stadtklima sowie Gesundheit, sondern auch zu sozialen Aspekten und dem menschlichen Wohlbefinden. Diese Zusammenhänge werden seiner Meinung nach heute noch viel zu wenig beachtet („Es gibt auch just vor zwei oder drei Wochen neue Untersuchungen zum Zusammenhang von Herz-Kreislauf-Erkrankungen sowie Atemwegserkrankungen und Grünflächen. Der Zusammenhang ist da und den kommunizieren wir auch. Das ist aber komischerweise trotzdem immer noch ein weicher Faktor, obwohl es volkswirtschaftlich gesprochen ein extrem harter Faktor ist. Aber ich glaube, der Sprung ist immer noch nicht erfolgt, das tatsächlich zu einem planungsrelevanten Tool zu machen.“).

Akteur A4 sieht vor allem noch in den innerstädtischen Bereichen Handlungsbedarf bezüglich der Themenfelder Klimaanpassung und Gesundheit („Das Problem sind eben diese ganzen innerstädtischen Bereiche, die sehr aufheizbar sind. Und dafür mit Grün Vorschläge zu machen, aber auch mit Wasser und mit nicht nur steinernen Plätzen, das ist eigentlich mein Hauptanliegen [...], weil da die Aufheizung auch am größten ist und sein wird.“).

Akteur A2 merkt an, dass die Wirkung von urbanen Grünstrukturen bezüglich des Klimas umfangreich ist („Dazu kommt [...], dass man gerade zum Beispiel bei Dachbegrünungen in Innenhöfen, wo Sie ja eine sehr hohe Stauhitz haben, mit Grünanlagen Verdunstungskühlung erzeugen kann, was quasi eine biologische Klimaanlage ist und für mehr Aufenthaltsqualität sorgt.“). Der Zusammenhang von städtischen Freiräumen und der menschlichen Gesundheit und Erholung spielt seiner Auffassung nach für die Gestaltung von Arbeitsplätzen und für Krankenhäuser eine wichtige Rolle. So kann er von einer psychiatrischen Einrichtung erzählen, wo die beruhigende Wirkung von Grün ganz bewusst eingesetzt wurde, um hyperaktiven Kindern ein angenehmes und beruhigendes Umfeld zu bieten. Weiter profitiert er selbst von den Vorteilen eines Arbeitsplatzes im Grünen („Wir sitzen mitten im Grünen. Wir haben zwei Mitarbeiterinnen, die gehen in ihrer Mittagspause hier einmal eine Runde spazieren, um einen klaren Kopf zu bekommen und mal runterzukommen. Das Grün und die Parkanlage helfen dabei. [...] Auf der anderen Seite machen wir auch Sport [...] und dann joggen wir hier am Emscherkanal entlang durch die Parkanlagen. Das ist wichtig und da sind wir nicht alleine. Das machen viele andere Unternehmen auch.“).

Die Akteure A3abc sprechen bezüglich der Klimawirkung urbanen Grüns zum Beispiel Klimaanpassungsmaßnahmen an, die alleine schon wegen des politischen Stellenwertes gegenwärtig

ein Thema in der Stadtentwicklung sind (Akteur A3b: „Dafür ist ja auch Klimawandel und Klimaanpassung momentan einfach viel zu sehr in allen Bereichen. Von Marketing bis hin zur Forschung wird überall darüber geredet, selbst in der Politik.“). Akteur A3a gibt an, dass gerade große Städte sehr darauf bedacht sind, Kaltluftschneisen zu erhalten. Vor allem für dichtbesiedelte Agglomerationsräume wird das als sehr wichtig erachtet und künftig noch an Bedeutung gewinnen. Auch neue Gewerbegebiete bzw. Neubauten von Gewerbehäusern werden seiner Berichterstattung nach heute schon deutlich "grüner" gebaut und mit Dach- und Fassadengrün oder Atrien für eine "Frischluftpause" ausgestattet. Weiter betont er die Bedeutung einer ganzheitlichen Denkweise in der Stadtentwicklung, so dass mit Beginn jeder Planung verschiedenste Faktoren – auch der Gesundheitsaspekt – berücksichtigt werden sollte. Das kann jedoch nur gelingen, wenn ein Bewusstsein für die Thematik besteht („Dieser Gedanke von Ökosystemdienstleistungen, also was Grün sozusagen alles an öffentlichen Gütern erzeugt, das muss einfach ins Bewusstsein und in den Konzepten der Planung ankommen. Das muss in Behörden ankommen und das setzt sich jetzt auch immer mehr durch.“). Die Idee eines ganzheitlichen Ansatzes erläutert er wie folgt: „Hochwasserschutz in der Stadt wird ja auch bei uns mit dem Klimawandel aktueller werden. Hitze und Wasser sind da die beiden großen Sachen, wo Grün eigentlich aktiv werden kann [...] und nebenbei auch noch [...] Naherholungsqualität liefert und die Leute gesünder macht [...]. Also ich glaube, der Effekt der Gesundheit, der ist auch nicht so zu vernachlässigen.“

Für Akteur A5 steht das urbane Grün zwar in direktem Zusammenhang mit Gesundheit. Dieser Umstand stellt aber kein eigenes Handlungsfeld dar („Das ist ein ganz wesentlicher Punkt, der aber nicht direkt im Vordergrund steht.“). Grün bietet vielmehr einen Raum für Bewegung und wird auch dafür genutzt. Angebot und Nutzung unterliegen einem gesellschaftlichen und deswegen auch zeitlichen Wandel. Wichtig ist seiner Auffassung nach, dass Freiraumstrukturen zur Verfügung stehen, die kreativ genutzt werden können („Die Grünflächen sind häufig so strukturiert, dass sie sehr einfach sind: Weg, Wiese, Baum, Gehölzbestand und vielleicht mal ein Weiher oder so was. Das heißt also, das Nutzungsangebot ist eigentlich zunächst mal in der Ausstattung sehr extensiv. Das führt aber dazu, dass es auch sehr flexibel ist.“). Durch die einfache Gestaltung soll möglichst vielen Gruppen ein Raum zur Aneignung zur Verfügung gestellt werden: „[Man sieht heute], dass doch sehr viele Menschen diese Anlagen für sportliche Aktivitäten nutzen. [...] Die machen es einfach, ohne dass man denen für diese Aktivitäten ein großes Angebot darlegen müsste. [...] Jeder sucht sich dann so seine Nische, wo er das macht und das ist natürlich der Vorteil, wenn Sie ausgedehnte Grünflächen haben.“ Auch die Wirkung auf das lokale Klima ist unumstritten, wie er berichten kann: „Setzen Sie sich unter einen Baum, dann merken Sie direkt, dass die Transpirationskühlung und die Schattenwirkung natürlich zur lokalen Klimaverbesserung beitragen. Und da sind dann natürlich auch die großen zusammenhängenden Grünflächen von Bedeutung, die ja selber ein Lokalklima ausbilden können und das dann auch an das Umfeld abgeben. Und das merkt auch jeder, der einmal mit dem Fahrrad aus der Innenstadt durch den inneren Grüngürtel fährt.“ Jedoch leidet auch die grüne Infrastruktur unter dem Klimawandel („Weniger Niederschläge, hohe Einstrahlung, da leidet natürlich eine Grünfläche und die Bäume auch drunter.“).

Am Beispiel der Stadt Münster wird von den Akteuren A6ab aufgezeigt, wie eine integrierte Vorgehensweise unter Berücksichtigung verschiedenster Themenbereiche wie das Stadtklima und die menschliche Gesundheit ablaufen kann. Generell wird die Ausgangssituation der Stadt als sehr gut empfunden (Akteur A6a: „Es ist wirklich einfach viel Grün da, sowohl Parkanlagen, aber auch wirklich der Baumbestand und das ist stadtoökologisch, stadtklimatisch wirklich von größter Bedeutung.“) und

es wird auch darauf geachtet, die Situation zu bewahren bzw. weiter zu verbessern. Im Bereich des Klimas (Schutz und Anpassung) ist Münster mit vielen Projekten sehr aktiv. Um auf dem Feld der Klimaanpassung erfolgreich zu arbeiten, wurde dort erkannt, dass es eine Gesamtstrategie geben muss, an der alle Beteiligten mitwirken und die auch mit Themen wie "Grün", Gesundheit und demographischer Wandel verknüpft wird. Zuvor lag der Fokus in vielen Städten auf dem Klimaschutz. Der Aspekt der Anpassung kam erst in den letzten Jahren dazu. Münster hat daraufhin einen Förderantrag beim BMU gestellt, um ein Klimaanpassungskonzept entwickeln zu lassen. Die Fördermittel wurden bewilligt und im Mai 2014 wurde mit der Entwicklung eines Konzeptes begonnen. Neben der Erhaltung der Grünzüge stellt eine hohe Beteiligung der unterschiedlichsten Akteure die Grundlage der Vorgehensweise dar. So wurde geprüft, welche Gruppen neben den städtischen Ämtern noch von der Thematik betroffen sind. Akteur A6b berichtet dazu: „Wir haben die Landwirtschaft, die Forstwirtschaft und das Gewerbe eingeladen. Die haben uns erstmal mit ganz großen Augen angeguckt. [...] ‚Betrifft uns das?‘ Ja, es betrifft auch Euch, denn es geht auch viel um Hitze. Es geht viel um Hitzebelastung. Was ist dann in den Büros noch leistbar? Wie müssen sich gewerbliche Betriebe darauf einrichten? [...] Was ist eben zum Beispiel mit so einem Busfahrer? Wie sind die Endhaltestellen, wo er seine Pause macht? Sind die verschattet oder sitzt er dann da eine halbe Stunde im brütenden Kasten? [...] Also es sind dann plötzlich Räder ins Laufen gekommen, die sich nicht nur um Grün und um Landschaft drehen, sondern die einfach auch auf die Menschen eingehen. Und dann kommt auch wieder die andere Frage. Brauchen wir noch mehr Grün? Wo brauchen wir Verschattung? Kriegen wir es mit Grün hin? Kriegen wir es baulich hin? [...] Also das sind alles Fragen, auf die wir jetzt gucken und die wir jetzt versuchen zu analysieren, um dann zu sagen, wie wir mit dem, was wir bislang gedacht haben, weiterhin umgehen.“

### ***Aktivitäten von städtischer, unternehmerischer und privater Seite***

#### ***➤ Zukunftsweisende Projekte im Bereich der Stadt- und Freiraumentwicklung***

Die Akteure berichten von ganz unterschiedlichen Projekten und Zielsetzungen im Bereich der "grünen" Stadtentwicklung, die auch soziale Aspekte umfassen. Zum Beispiel konnte die Anlage eines Parks mit Unterstützung der Anwohner ein vorher sozial schwieriges Stadtviertel stabilisieren. Jedes Projekt und jede Stadt hat dabei einen eigenen Hintergrund und Zweck. So ist die Anlage des Parks nicht vergleichbar mit einem Stadtentwicklungsprojekt wie PHOENIX in Dortmund oder der Durchführung einer Bundes- bzw. Landesgartenschau, die als Antriebsmotor einer langfristig positiven wirtschaftlichen Entwicklung dienen soll.

Akteur A1 nennt ein Projekt in Rotterdam, das zur positiven Entwicklung eines sozialen Brennpunkts durch die Beteiligung der Bevölkerung bei der Anlage eines Parks beigetragen hat. Hierzu sagt er: „Wer da Immobilien besaß, war überhaupt nicht glücklich. Und da hat man einen Teil der Gebäude abgerissen – städtische Entscheidung – und hat einen Park gebaut [...] und darauf ein Begegnungszentrum gesetzt und mit den Anwohnern gemeinsam ein kleines Angebot aufgebaut, wo sie einen Kaffee oder einen Kakao trinken können und sich in die Sonne setzen können. Die [Anwohner] haben den Park selbst mit angelegt, gepflanzt, gepflastert. Die pflegen den und es zeigt sich eine positive Wirkung durch das eingebunden sein.“

Akteur A2 merkt an, dass Bundes- und Landesgartenschauen als Antriebsmotor für langfristige positive wirtschaftliche Entwicklung fungieren und die Attraktivität des Standortes steigern können. Internationale Gartenausstellungen (zum Beispiel in Venlo) wirken ebenfalls als Wegweiser und zeigen innovative Ideen. Um das zu verdeutlichen, berichtet er über die BUGA in Koblenz: „Die

[BUGA] hat sämtliche Besucherrekorde gebrochen. Wenn man sich Koblenz vorher als Stadt angeguckt hat, dann war alles heruntergekommen. [...] Und mit der Gartenschau wurden Mittel frei. Es wurden nachhaltig Investoren angelockt, eben nicht nur bezogen auf die Gartenschau, sondern bezogen auf die nächsten 20 Jahre, was die Entwicklung des Wegenetzes, des Verkehrsnetzes und eben auch was das Grün in einer Stadt angeht. Und dieses Grün trägt zu einer erheblichen Bereicherung des Standortes bei.“ Und bezüglich innovativer Ideen nennt er Beispiele von der internationalen Gartenschau in Venlo, wo unter anderem Dachgärten präsentiert wurden („So kann man in extrem verdichteten Bereichen mit Bautechnik, mit nachhaltiger Planung Grün aufs Dach bringen.“).

Die Akteure A3abc halten Kooperationen zwischen Kommunen wie zum Beispiel in Düsseldorf für einen guten Ansatz, um den Siedlungsdruck zu verteilen und die Grünqualitäten zu erhalten (Akteur A3c: „Das passiert zum Beispiel auch viel in Düsseldorf, dass sie sich der Tatsache bewusst sind, dass sie mit Einwohnern vollgelaufen sind. Die überlegen sich jetzt Kooperationsansätze mit Nachbarkommunen, um sozusagen den Zuzug zu verteilen, um sich die Qualitäten freizuhalten.“).

Akteur A4 ist der Meinung, dass Grün in der Stadtentwicklung ein Schwerpunkt sein kann, die Städte aber ihre Probleme selbst erkennen und integrierte Handlungskonzepte entwickeln müssen („Das heißt, die Städte müssen sich selbst klar darüber sein, mit welchen Instrumenten, welchen Mitteln und welchen Partnern/Akteuren [...] sie in diesem Gebiet intervenieren wollen.“). Dafür benötigt es nach Einschätzung des Experten eine umfangreiche Bestandsaufnahme: „Was fehlt? Wo müssen wir vernetzen? Wie sind auch die Sportstätten oder Kleingärten einzubinden bzw. für die Stadtteilbevölkerung zu öffnen? Wie wird zukünftig mit Friedhöfen umgegangen? [...] Wie können Frischluftschneisen erhalten werden? Wie kann die richtige Vegetation beitragen? Man sieht ja gerade, dass der Sturm hier die Hälfte des urbanen Grüns weggefegt hat.“ Problematisch ist oftmals jedoch die finanzielle Situation der Kommunen bezüglich der dauerhaften Pflege.

Laut Akteur A5 gibt es trotz der oftmals schlechten kommunalen Finanzsituation dennoch Spielräume, die unter anderem durch Fördergelder entstehen („Es ist ja nicht so, dass sich nichts bewegt, sondern dass man auch mit Fördergeldern aus unterschiedlichen Ebenen schon noch Dinge bewegen kann.“). Das zeigt sich am Beispiel Mülheim. Hier wurde ein Stadtteil auch durch Grünstrukturen aufgewertet („Da geht es um soziale Projekte und Integrationsprojekte, aber auch um städtebauliche Entwicklungsmaßnahmen. Und hier konnten in einem hoch verdichteten Stadtteil, wo vorher kein Grün war, die ersten Grünstrukturen reingebracht werden.“). Die räumliche, zeitliche und inhaltliche Ebene bei solchen Projekten kann sehr unterschiedlich sein, wie er erläutert: „Wir sind da ja auf sehr unterschiedlichen Ebenen. Der PHOENIX-See ist ja der Motor für einen konkreten Gewerbestandort und *RegioGrün* ist ja eine andere Ebene, die letztendlich den Gedanken hat, doch eher für die nächsten Generationen vorausschauend zu denken.“

Die Akteure A6ab sehen die Münsteraner Promenade als ein Beispiel für ein grünes und nachhaltiges Projekt (Akteur A6a: „Mit der Promenade haben wir natürlich eine grüne Autobahn. Das ist ein Alleinstellungsmerkmal für eine Stadt. [...] Und da die ja kreisförmig angeordnet ist, treffe ich immer auf diesen Ring, von dem aus ich mich wieder in der Stadt verteilen kann.“). Darüber hinaus wird der hohe Stellenwert betont, Strukturen auch langfristig zu erhalten („Und diese Grünordnung über 50, 60 Jahre auch beizubehalten und sie nicht durch Baumaßnahmen oder Straßendruck überplanen zu lassen, das macht Münster aus.“).

➤ *Aktivitäten von privater und privatwirtschaftlicher Seite bezüglich "grüner" Themen*

Zwar können zu dieser Frage nicht alle Akteure eine Antwort geben, aber die Aktivitäten bezüglich des Stadtgrüns, von denen berichtet wird, sind sehr vielfältig. Sie reichen von Firmen, die ihren Mitarbeitern einen Garten für die Mittagspause zur Verfügung stellen, über Stiftungen, die sich um das Stadtgrün kümmern, bis hin zu Privatleuten, die sich beim Urban Gardening betätigen oder Baumpatenschaften übernehmen.

Akteur A1 bestätigt, dass es Unternehmen gibt, die sich ganz bewusst im Bereich des Stadtgrüns betätigen, weil sie dadurch einen Mehrwert – zum Beispiel Mitarbeiterbindung durch Steigerung des Wohlbefindens – erkennen. So gibt es Firmen, die an einem Wettbewerb teilnehmen, der sich mit den Firmengärten von Unternehmen befasst („Die Unternehmen, die an dem Wettbewerb mitgemacht haben, haben ausdrücklich erklärt, dass sie die Freiflächengestaltung sowohl für die eigenen Mitarbeiter als auch für die Anwohner als auch darüber hinaus für ihre Klientel ganz bewusst so gestaltet haben. [...] Das hat mit Mitarbeiterbindung zu tun und das hat mit deren Wohlbefinden zu tun.“). Zudem wird von Bemühungen unternehmerischer Seite berichtet, Innenstädte auch mit Grün aufzuwerten, um das Image und die Attraktivität der Stadt zu verbessern: „Ich glaube, das war in Gießen, wo sich mehrere Unternehmen zusammengetan haben, um vor Ort in den öffentlichen und semiöffentlichen Freiraum herein gemeinsam finanzierte und natürlich auch gemeinsam verabschiedete Grünentwicklung zu machen. Und Grünentwicklung kann dann natürlich auch die Pflasterung eines Platzes sein oder der Aufbau eines Springbrunnens.“ Zudem wird das bürgerschaftliche Engagement im Bereich des Urban Gardenings genannt. Das zeigt, dass sich die Menschen für das Grün in der Stadt interessieren („Es ist für mich der Ausweis eines Bürgerwillens oder Bürgerinteresses oder Bürgerbedürfnisses, was durchaus bemerkenswert ist.“).

Akteur A2 bestätigt, dass es Unternehmen gibt, die sich im Bereich des Stadtgrüns engagieren und sich dadurch ein verbessertes Image oder eine stärkere Mitarbeiterbindung versprechen. Wie bereits Akteur A1 kann auch er in diesem Zusammenhang von einem Wettbewerb berichten, der sich mit den Firmengärten von Unternehmen befasst („Dann gibt es natürlich so große Unternehmen wie Bayer oder Sie können eigentlich sämtliche große Versicherungen nehmen, die investieren ausnahmslos äußerst viel Geld in Grünanlagen, einfach aus repräsentativen Zwecken und dann eben auch aus Gründen der Mitarbeiterbindung.“).

Akteur A5 sieht im Stadtgrün einen wichtigen Raum für bürgerschaftliches Engagement, das auch zu einer stärkeren Identifizierung mit dem Standort beiträgt. Er nennt in diesem Zusammenhang das Beispiel der Stadt Köln, wo sich sehr viele Bürgerinnen und Bürger, aber auch Firmen für das Stadtgrün starkmachen: „Wir haben deswegen ein Konzept aufgestellt und haben es ‚Ein Wald für Köln‘ genannt. [...] Wir waren überrascht, mit welcher riesen Resonanz die Leute dieses Angebot angenommen haben. Die haben so viel gespendet, dass wir innerhalb von drei Jahren die Fläche voll hatten und mittlerweile schon die zweite Fläche im Angriff haben. [...] Firmen machen das auch. [...] Das fängt an [...], dass man sich um einen Baum kümmert, ihn wässert und das Umfeld freihält oder bepflanzt und geht bis hin zu Patenschaften, die ganze Teile von Grünflächen übernehmen [...] und damit auch ein Stück weit was für das Stadtbild tun wollen. [...] Und dadurch wächst auch die Verbundenheit mit dem Standort.“ In Köln gibt es eine eigene Stiftung für die Stadt, die sich aus dem bürgerschaftlichen Engagement entwickelt hat und ebenfalls von Unternehmen unterstützt wird („Die hat jetzt auch in ihrem Kuratorium eine große Anzahl von hier ansässigen Firmen, die sich da vereint engagieren. Und die Kölner Grün Stiftung hat in ihrer Satzung ganz klar das Ziel gesetzt, das öffentliche Grün zu fördern.“).

Die Akteure A6ab berichten über Münster, wo viele Unternehmen ansässig sind, die sich im Bereich des urbanen Grüns engagieren, um beispielsweise ihr eigenes Image und das des Standortes zu stärken, wie Akteur A6a erläutert: „Ich selber betreue die Marketingkampagne ‚Münster bekennt Farbe‘, wo sich auch Industrieunternehmen in irgendeiner Form am Grün beteiligen und die läuft jetzt seit acht Jahren. Die [Kampagne] hat einfach einen starken Zuwachs, weil Firmen sagen ‚Ich wohne hier, ich arbeite hier und würde gerne was für mein Firmenumfeld tun, damit es noch schöner, noch attraktiver wird.“ Hierunter fallen unter anderem Baumspenden oder die Grünflächengestaltung, wenn Unternehmen die Pflege großer Bereiche übernehmen. Zudem tut auch die Stadt sehr viel, um "Grün" als wichtigen Standortfaktor zu stärken. Diese Aktivitäten greifen oftmals ineinander und sind ganzheitlich angesetzt (Akteur A6a: „Auf der anderen Seite haben wir natürlich auch Gewerbegebiete, die wir von vornherein schon attraktiv gestalten. Wir haben jetzt zum Beispiel in der Loddenheide [...] im Gewerbegebiet ökologische Auflagen für die Firmen. [Das reicht] von ökologischer Regenwassernutzung bis hin zu Ökologiestandards, die wir vorgeben. Wir bieten aber gleichzeitig auch große Parkanlagen in diesem Gewerbegebiet, wo die Leute in den Mittagspausen mal über Wasserflächen wandern können und ausgiebige Grünflächen mitten in einem reinen Arbeitsgebiet haben. Also da achten wir als Stadt schon drauf, wirklich Freiraum zu lassen, dass es nicht nur ein Katen nach dem anderen ist, wo nichts Kreatives passieren kann.“).

### ***Standortmarketing unter Einbezug "grüner" Themen (Potenziale und Hemmnisse)***

Einige Experten vertreten die Auffassung, dass es im Bereich des Standortmarketings wie auch im Bereich der Stadtentwicklung vor allem wichtig ist, ganzheitlich vorzugehen und Fachleute verschiedenster Hintergründe einzubeziehen. Zudem muss jedes Konzept die Eigenheiten des jeweiligen Standortes berücksichtigen. Wenn das gegeben ist, kann urbanes Grün dazu beitragen, dass Standorte als lebenswert wahrgenommen werden und ein gutes Image ausstrahlen, wovon auch die Bevölkerung profitiert. Als größtes Hemmnis wird neben fehlenden Konzepten die finanzielle Situation von Kommunen gesehen. Für den Umgang mit Grünstrukturen hat das zur Folge, dass viele kommunale Akteure mögliche Folgekosten befürchten, die die Freiraumstrukturen mit sich bringen. Dabei ist es generell möglich, dass Freiräume durch Ökosystemleistungen zur Kostenreduzierung beitragen oder sich in einem gewissen Umfang Einnahmen aus dem städtischen Grün generieren lassen. Ein Akteur gibt hierzu keine Einschätzung ab.

Akteur A1 betont den Stellenwert einer integrierten Vorgehensweise unter Einbezug aller entscheidenden Akteure vor Ort („Jedenfalls würde es auf das Thema integrierte Stadtentwicklung hinauslaufen [und das] funktioniert nur mit hoher Fachkompetenz auf allen Seiten. Und dazu sind Geographen und Städteplaner und Gartenbauer und Mediziner und Psychologen am besten jeweils mit ihrer Profession und ihrem Erfahrungshintergrund, aber vor einem konkreten, individuellen, lokalen Hintergrund gemeinsam aktiv und zwar auf Augenhöhe.“). Was den Bereich der Finanzierung betrifft, so sieht er zum Beispiel in der Beteiligung der lokalen Wirtschaft an den Kosten zur Grünflächenunterhaltung eine Chance: „Ich kenne Projekte, wo man versucht, die lokale Wirtschaft, die aus einer guten grünen Infrastruktur profitiert, auch an den Kosten zu Versorgung der Grünflächen zu beteiligen.“ Weiter regt er an, für einige intensiv gepflegte Grünflächen Eintritt zu nehmen, wobei er der Auffassung ist, dass das nicht für alle Bereiche eine Lösung sein kann.

Akteur A2 berichtet, dass bei den urbanen Grünräumen oftmals die Angst vor den Konsequenzen bei mangelnder Pflege und den Unterhaltungskosten vorherrscht, die seiner Einschätzung nach überschaubar sind („Das Problem ist einfach, dass Leute sagen ‚Mensch, da muss ich Geld in die Hand

nehmen und wenn ich da mal kurz nicht aufpasse, dann verwehrlost so eine Anlage und dann stehe ich da und habe ein Problem.“). Dennoch beobachtet er, dass die Vorteile einer gepflegten Grünstruktur gerne genutzt werden, wobei die Bereitschaft zur Finanzierung gering ausfällt und als städtische Aufgabe begriffen wird („Da haben andere schon mal was gemacht und dann ist die Einstellung, dass man ja schon stadtentwicklerisch einen tollen Standort hat. Was interessiert da das Unternehmen die Gesamtplanung einer Stadt.“). Die Kommunen sind häufig finanziell schwach aufgestellt. Deswegen muss man seiner Meinung nach die Wirtschaft mit ins Boot holen und hoffen, dass sie die Vorteile für ihr Image und ihre Beschäftigten erkennen. Hierzu berichtet er: „Momentan ist die wirtschaftliche Lage verhältnismäßig gut. Das heißt, wenn ein Impuls zur grünen Stadtentwicklung stattfindet, dann doch eher von den Privatleuten, von den gewerblichen, öffentlichen Auftraggebern, die dann sagen ‚Mensch, wir müssen hier was tun. Wir müssen unseren Standort entwickeln, um die Leute zu halten oder um für unsere Kunden interessant zu sein.‘ Und wir versuchen jetzt eben über diese lokale Standort- und Quartiersentwicklung durch Eigeninitiativen Städte dazu zu bringen, zu erkennen, dass da was passiert und dass sie in dem Bereich aktiv werden müssen, wenn sie als Stadt weiter attraktiv bleiben wollen.“

Die Akteure A3abc sind der Meinung, dass obwohl der Faktor "Grün" von vielen Kommunen im Marketing eingesetzt wird, es an Konzepten fehlt (Akteur A3c: „Städte werben massiv mit dem Faktor "Grün". Ob sie grün sind oder nicht, spielt immer erstmal keine Rolle [...]. Grün, blau, gesund und lebenswert und wenn es um lebenswert geht, geht es häufig immer um Grün.“). Dabei stellt sich das urbane Grün ihrer Meinung nach als "Unique Selling Point" für Städte dar, der laut Akteur A3c auch mit Inhalten besetzt sein muss („Die Leute kriegen das nämlich auch mit, wenn das nicht passiert.“). Gerade in wachsenden Städten spielt das seiner Einschätzung nach eine entscheidende Rolle („Wenn die [Städte] unter Wachstumsdruck stehen, sind sie sich bewusst, dass sie Korridore freihalten müssen.“). Über den Grund, mit dem städtischen Grün zu werben, wird spekuliert und daran gedacht, dass auf diesem Weg Investoren angelockt werden sollen. Von dem Status *Grüne Hauptstadt Europas* können Städte zum Beispiel bezüglich des Marketings profitieren, wenn mittel- oder langfristig gedacht wird und Konzepte bzw. Strategien dahinterstehen, die sich von anderen abgrenzen. Akteur A3a berichtet in diesem Zusammenhang: „Als wir mit dem CSI-Projekt<sup>34</sup> angefangen haben, war unsere Partnerstadt Sheffield in dem Jahr nämlich *European Green Capital*. Und die haben da super von profitiert. [...] Die haben in ihrem Stadtmarketing, aber dann auch in der Stadtentwicklung darauf aufbauend viele Plätze umstrukturiert. [...] Das ist alles im Zuge dieses Wettbewerbs passiert.“ Das Generieren von Fördermitteln spielt dabei eine große Rolle, da Kommunen sonst häufig kaum Handlungsspielräume haben. Das berichtete bereits Akteur A2. Außerdem braucht es Menschen, die hinter den Projekten stehen und diese auch umsetzen, wie es am Beispiel PHOENIX deutlich wird (Akteur A3a: „Und jetzt nach 15 Jahren, muss man einfach sagen, gibt es diesen Leuten Recht. Es hat eine Menge Geld gekostet, aber heute fragt da keiner mehr nach, weil das einfach vom Prinzip her aufgegangen ist.“). Dennoch können solche Vermarktungsprozesse auch kritisch betrachtet werden (Akteur A3b: „Im Süden so ein Filetstück oder so eine Filetlage auszuschreiben, wenn man daneben die Nordstadt sieht.“). So kann es im Zuge von Aufwertungsmaßnahmen und entsprechenden Vermarktungsprozessen auch zu Verdrängungseffekten kommen. Auf der anderen Seite profitieren jedoch auch die schwächeren Schichten von den Prozessen der Aufwertung mit grüner Infrastruktur, da sie die Gebiete ebenfalls in

---

<sup>34</sup> Bei CSI handelte es sich um das Projekt *Creating a Setting for Investment*, im Rahmen dessen der „Einfluss von Landschaftsmaßnahmen auf das Wirtschaftswachstum“ untersucht wurde (ILS 2016a).

ihrer Freizeit nutzen können, genauso wie Touristen (Akteur A3b: „Es ist auch mit in die Route der Industriekultur eingebettet, also Ruhr- und Emscherumbau. Es passt sich da einfach gut in die Gesamtstrategie ein.“). Darüber hinaus gibt Akteur A3b zu bedenken, dass es aus städtischer Sicht nicht strategisch gewesen wäre, das PHOENIX-Areal nicht zu entwickeln („Die müssen ja auch irgendwie ein bisschen ans Geld denken.“ Bzw. Akteur A3a: „Und es sind ja auch Geschäftshäuser entstanden und die sind voll.“).

Wie bereits Erwähnung fand, merkt Akteur A5 an, dass Grünstrukturen vor allem von Investoren im Marketing von Immobilien eingesetzt werden („Gehen Sie mal auf die Immobilienmesse nach Cannes oder sonst irgendwas [...]. Da werden Sie vielleicht den Investor sehen, der sein Baugebiet anpreist und der direkt am Stadtwald baut.“). Auf kommunaler Ebene könnte die grüne Infrastruktur mehr einbezogen werden, wobei er sich in seiner Ausführung auf Köln bezieht: „Eine Kommune wie Köln insgesamt macht das in der strategischen Aufstellung eher nicht. Da könnte viel mehr passieren.“

Wie man bei der Vermarktung einen klaren Fokus auf die grünen Strukturen einer Stadt setzen kann, berichten die Akteure A6ab am Beispiel von Münster. So hat die Stadt unter anderem erfolgreich an diversen Wettbewerben teilgenommen, wie Akteur A6a berichtet: „Wir haben 2004 mit der "lebenswertesten Stadt der Welt" angefangen. Das ist natürlich ein toller Begriff. Das kann man super gut vermarkten. Das war aber im Prinzip der Startschuss, weil dass man mit Grün Geld verdienen konnte, das hat bis dahin keiner so richtig geglaubt.“ Mit dem Titel der "lebenswertesten Stadt der Welt" kamen auch eine verstärkte Medienaufmerksamkeit und ein gesteigertes öffentliches Interesse an der Stadt. Infolgedessen stiegen die Übernachtungszahlen ausländischer Gäste um mehrere Prozent. Das zeigt wiederum der politischen Ebene, dass Grün als Marketingfaktor und als weicher Standortfaktor eine Berechtigung hat und eine Stadt werbetekhnisch positionieren kann. So ist Münster heute neben Freiburg als grüne Stadt bekannt. Hierzu berichtet Akteur A6a: „Damit habe ich ein Image, was auch für Firmen, die im innovativen, regenerativen Bereich sind, interessant ist. Die gucken natürlich nach so einer Stadt und ob hier alles passt. Und das passt für die Mitarbeiter. Für die Mitarbeiter ist es attraktiv, mit ihrer Familie nach Münster zu kommen und hier zu leben. [...] Das hat die Folge gehabt, dass sich hier viele Industrieunternehmen oder auch Verwaltungen angesiedelt haben, weil es hier einfach diese Standortfaktoren gibt.“ Um den Faktor "Grün" erfolgreich im Marketing zu nutzen, bedarf es allerdings nicht nur der richtigen Ausgangssituation, sondern auch ausreichend Durchhaltevermögen und den Mut, bei negativen Erfahrungen an sich zu arbeiten, so die Experteneinschätzung von Akteur A6a: „Wir haben 2004 angefangen und jetzt haben wir 2014. Wir machen dieses Green Marketing schon seit zehn Jahren super intensiv. [Wir machen das] sowohl auf Wettbewerbsebene und stellen unsere Sachen weltweit in Vorträgen, auf Foren und Workshops [vor]. Wir sind in mehreren internationalen Arbeitsgruppen [tätig] und tragen das Ganze einfach auch progressiv nach außen. Aber wie gesagt, im Zeitraum von zehn Jahren. Ein Wettbewerb reicht nicht. Ich meine, wenn ich die Grundlagen nicht habe, um gut bei einem Wettbewerb abzuschneiden, geht das nicht.“ Das Einbeziehen der Bevölkerung hat bei diesem Prozess einen besonders hohen Stellenwert, wie Akteur A6a betont: „Die Bevölkerung zieht daher mit, weil [...] Münster da auch seine Hausaufgaben gemacht hat. Das ist auch nicht einfach und auch nicht billig. Wir haben richtig große Bürgerbeteiligungsprozesse. [...] Und das kostet einfach viel Geld und wahnsinnig viel Zeit. Aber das investiert Münster einfach auch seit zehn Jahren. Wo es wirklich markante Punkte der Veränderung gibt, da werden die Bürger von vornherein mit ins Boot geholt [...]. Diese Mitbestimmung ist nicht nur auf dem Papier gegeben. Die ist definitiv da und wird auch gelebt.“

### **Grüne Infrastruktur: Bedeutung für Standorte und deren Marketing**

Die Experten teilen grundsätzlich die Auffassung, dass grüne Infrastruktur ein Standortfaktor ist. Die Gewichtung fällt dabei jedoch unterschiedlich aus. Einige gehen von einer weiteren Steigerung der Bedeutung aus, während andere der Meinung sind, dass die Bedeutung auch stark von der Klientel abhängig ist. Die Meinung zum Gebrauch vom Faktor "Grün" im Standortmarketing fällt differenziert aus. Zum einen wird berichtet, dass Grün bereits umfangreich im Marketing eingesetzt wird, was die Bedeutung aufzeigt. Zum anderen wird angemerkt, dass dieser Aspekt deutlich mehr Potenzial bietet, aber bislang noch viel zu wenig im Marketing berücksichtigt wird und andere Länder – zum Beispiel im asiatischen Raum – an dieser Stelle bereits viel weiter sind. Andere Stimmen betonen, dass dieser Ansatz nicht für jeden Standort geeignet ist und man sich lieber breit aufstellen oder gar ganz darauf verzichten sollte. Zudem gibt zum Aspekt des Standortmarketings nicht jeder Akteur eine abschließende Einschätzung ab.

Für Akteur A1 ist die grüne Infrastruktur im Resümee ein Faktor für Standort und Marketing („Die Tatsache, dass sich so viele Städte als grüne Stadt – am Wasser, am Fuße des Feldberges oder was auch immer – bezeichnen, bestätigt ja, dass das passiert.“). Dabei hält er eine ganzheitliche Betrachtungsweise für sinnvoll („Da gibt es also tatsächlich Ansätze und Ansatzpunkte, dass man in Zusammenarbeit und im Austausch mit Tourismus und Wirtschaftsförderung und anderen Referaten bis hin von mir aus zu Gesundheit und Verkehr diesen Grünaspekt höher bewertet.“).

Akteur A2 ist der Meinung, dass die Bedeutung von grüner Infrastruktur für Standorte noch zunehmen wird, was sich auch in der Politik widerspiegelt („Wir haben eine Verankerung der grünen Stadt im Koalitionsvertrag. Das gab es vorher auch nicht so in diesem Maße.“). Hier wird das Beispiel Ruhrgebiet genannt, wo sich ein deutlicher Wandel vollzogen hat („Wenn ich jetzt die gleiche Straße entlangfahre [...], sehe ich den riesen PHOENIX-See, sehe ich entwickelte und gut vernetzte Freiräume. Ich sehe, wie die Grundstückspreise da explodieren.“). Die Bedeutung von urbanen Grünstrukturen zeigt sich seiner Einschätzung nach auch bereits in der Stadtentwicklung der Gegenwart: „Wenn man jetzt zum Beispiel in Essen auf der Zeche Zollverein ganz oben steht, [...], und dann mal so über das Ruhrgebiet schaut, dann sind immer alle ganz erstaunt [...]. Und das zeigt eben auch, dass gerade im Ruhrgebiet die Erkenntnis, dass Grün zur Stadtentwicklung wichtig ist, schon angekommen ist und dass es auch umgesetzt wird und dass es funktioniert. Und das ist eben nicht nur so ein kleines Aufblitzen, sondern das funktioniert nachhaltig.“

Die Akteure A3abc stimmen alle zu, dass grüne Infrastruktur ein Faktor für Standorte und deren Marketing ist. Angemerkt wird jedoch, dass es nicht nur um Marketing, sondern auch um die entsprechenden Inhalte geht und der Faktor "Grün" nicht für jeden Standort, jedes Gewerbe und jeden Menschen ein Thema ist, weswegen man das Marketing breit aufstellen sollte (z.B. Akteur A3a: „Ich glaube, eine Stadt sollte sich mittelfristig einfach mehrere Strategien überlegen. Also Grün ist nicht für jeden der Zugfaktor, nicht für jedes Gewerbe und nicht für jeden Bürger. [...] Ich glaube, Grün als Standortfaktor zieht für eine gewisse Klientel und im Standortmarketing sollte man sich halt breit auslegen und wenn man das macht, dann auch dahinterstehen.“).

Laut Akteur A4 ist die grüne Infrastruktur ein Standortfaktor und Städte, die in diesem Bereich nicht vorsorgen, werden die Konsequenzen spüren („Da bin ich ziemlich überzeugt. Und die Städte, die da keine Vorsorge treffen und die sich in dieser Richtung nicht attraktiv und auch klimaresistent und resilient machen, die sind selber schuld.“). Ob man diesen Faktor auch in das Standortmarketing

einbeziehen sollte, wird während des Interviews nicht gesagt. Im Nachgang wurden daran jedoch Zweifel geäußert.

Akteur A5 ist überzeugt, dass grüne Infrastruktur für Städte ein Standortfaktor ist, jedoch von ihnen aktuell noch nicht genug ins Marketing einbezogen wird („Auch in den Werbestrategien der Städte kommt es noch nicht so richtig zum Ausdruck.“). Das ist seiner Einschätzung nach zu bedauern. Einige Länder im asiatischen Raum sind dort einen erheblichen Schritt weiter, wie er berichtet: „Da muss man sich mal den ostasiatischen Raum ansehen, wo das Stadtwachstum in den letzten Jahrzehnten in einem Umfang stattgefunden hat, der enorm ist [...]. Da wird jetzt versucht, mit einem riesigen Aufwand grüne Strukturen wieder [in die Stadt] reinzuholen. [...] Das machen sie ja nicht, weil sie zu viel Geld haben, sondern weil sie eben diesen Standort mit allen Konsequenzen verbessern wollen und die Lebensbedingungen der Menschen in den Städten verbessern wollen.“ Image ist ein wichtiger Teil einer Standortentscheidung und da gehören auch die Grünstrukturen mit dazu, weswegen es seiner Meinung nach viel mehr als Thema nach außen getragen werden müsste: „Seit Mitte des 19. Jahrhunderts ist die Frage der grünen Infrastruktur Bestandteil unseres Städtebaus. [...] Wenn man dann sieht, was wir schon haben und wie wenig wir damit werben und diesen Standortvorteil herausarbeiten, ist das schon sehr eklatant. Und ich meine, da ist mit Sicherheit sehr viel Potenzial und da müsste viel mehr gemacht werden. [...] Wenn Sie überlegen, ob Sie nach Bielefeld oder nach Köln gehen, da würde jeder sagen, dann gehe ich lieber nach Köln, weil das Image von Köln insgesamt attraktiver ist als das von Bielefeld. Und da gehört Grün dann mit dazu.“

Auch die Akteure A6ab sind der Meinung, dass grüne Infrastruktur eine entscheidende Rolle für Standorte und deren Marketing spielt, da der Mensch einen Ausgleich braucht und diesen im Grünen findet („Eine entschleunigte Welt kann ich am besten im Grünen erleben und deshalb finde ich, dass es ein extrem wichtiger Standortfaktor ist.“). Dabei werden von Akteur A6a vor allem die verschiedenen Zusammenhänge grüner Infrastruktur mit anderen Faktoren betont: „Ich kann aber nicht nur eine grüne Stadt bauen und keine Arbeitsplätze haben. [...] Das muss natürlich alles gut im Zusammenspiel sein. [...] Der hohe Lebensstandard, den wir haben, hat seine Opfer. Und wenn der Mensch da nicht auf sich aufpasst und einfach auch Möglichkeiten hat, auf sich aufzupassen und durch grüne Strukturen und die Naturnähe einen Erholungswert bekommen kann, wird es in manchen Städten einfach sehr schwierig [...]. Aber das muss wirtschaftlich natürlich passen. Und deshalb ist dieser grüne Standortfaktor ein Kreislauf. Ich habe eine grüne Struktur. Es siedeln sich Betriebe an, die vielleicht auch in dem Bereich tätig sind, und die für sich und ihre Mitarbeiter ein grünes Image haben und so dreht sich das. Es baut sich aufeinander auf. Es kommen mehr "Grüne". Es ist eine Win-Win-Situation. Deswegen ist Grün ein Standortfaktor und weich ist fast untertrieben. Ich finde, das ist schon ein mittelharter [Faktor] in der heutigen Zeit geworden, um sich da auch zu positionieren und auch abzugrenzen von anderen Städten. Und Städte, die da ihre Hausaufgaben machen, vielleicht mal auf die ein oder andere Baulücke verzichten, um Freiraum zu schaffen, die haben am Ende der Zielgeraden einfach Vorteile, glaube ich.“

## 7.2 Bielefeld

### **Standortwahrnehmung**

#### ➤ *Bild des Standortes*

Bielefeld wird von den Akteuren als eine sehr grüne Stadt von angenehmer Größe wahrgenommen, die vom Teutoburger Wald, der Sparrenburg, der Vergangenheit als Leineweberstadt, den von Bodelschwingschen Anstalten und der Firma Dr. Oetker geprägt wird. Einige Experten sind der Ansicht, dass die Stadt unterschätzt wird und ihre Qualitäten von Außenstehenden nicht wahrgenommen werden. Diesbezüglich wird von einer Akteursgruppe insbesondere auf den Satire-Beitrag "Bielefeldverschwörung" verwiesen, der sich negativ auf das Bild der Stadt auswirkt.

Akteur B1 sieht Bielefeld als eine unterschätzte Stadt mit der Besonderheit, am Teutoburger Wald zu liegen. Zu erkennen ist immer noch die Geschichte als Leineweberstadt. Ein Wahrzeichen ist die Sparrenburg und der Klinik-Stadtteil Bethel („Die von Bodelschwingschen Anstalten [...] darf man eigentlich auch überhaupt nicht vergessen [...]. Das hat sogar schon ein bisschen was von einem weichen Standortfaktor.“).

Akteur B2 hat ein sehr positives Bild von seiner Stadt. Wie schon Akteur B1 erwähnt auch er, dass die Stadt sehr grün ist („Ich empfinde Bielefeld als weltoffen, grün und es hat irgendwie genau die richtige Größe.“).

Ähnlich wie die Akteure B1 bzw. B2 empfindet Akteur B3 Bielefeld als eine vielfältige, aber unterschätzte Stadt mit einer angenehmen Größe, einer schönen Landschaft und einer geringen Dichte. Dr. Oetker, der Fußballverein Arminia Bielefeld und Bethel werden direkt mit der Stadt in Verbindung gebracht, aber seiner Einschätzung nach gibt es keine klare Linie im Standortprofil („Wo wir jetzt letztendlich übergeordnet stehen, das ist nicht so richtig klar, muss ich sagen.“). Obwohl die Stadt mit 325.000 Einwohnerinnen und Einwohner eine Großstadt ist, erkennt er auch viele Facetten einer Mittelstadt („Wenn man sich mal in den Kernbereich reinbegibt, haben wir ungefähr 50.000 Einwohner. [Das ist] ähnlich oder vergleichbar zu Osnabrück in der Kernstadt.“). Die Vielfältigkeit sieht er sowohl in den Stadtraumtypen als auch in den landschaftsräumlichen Typen gegeben, wobei der Teutoburger Wald ein prägendes Element ist („Im Grunde ist das eigentlich so unser Fluss. Wenn Düsseldorf oder Köln oder Neuss am Rhein liegen, dann liegen wir halt am Teutoburger Wald. Das ist unser zentraler Freiraum.“). Aber auch die Senne und das oftmals parkartige Landschaftsbild des Münsterlandes werden von ihm erwähnt. Die geringe Dichte der Stadt spiegelt sich seiner Auffassung nach auch stadtklimatisch wieder („Wenn man hier in der Innenstadt wohnt, dann wohnt man immer noch sehr grün.“).

Die Akteure B4abc sehen Bielefeld als eine Industriestadt im Grünen mit dem Teutoburger Wald als zentralem Element. Aktuell wird versucht, die Stadt mehr als Hochschul- und Wissenschaftsstandort mit Lebensqualität zu profilieren. Zudem erwähnen die Akteure, dass Bielefeld ein bekanntes Imageproblem als ‚Stadt, die es eigentlich gar nicht gibt‘ hat. Geändert hat sich das erst mit dem Stadtjubiläum im Jahr 2014 (Akteur B4a: „Jetzt heißt es tatsächlich ‚800 Jahre Bielefeld – Das gibt’s doch gar nicht!‘ Das war aber auch ein langer Prozess, der gerade im Bielefelder Stadtmarketing auch gelernt werden musste.“). Weiter berichten die Akteure, dass die Probleme mit der Selbstwahrnehmung und dem Image in Bielefeld seit Jahrzehnten bestehen (Akteur B4a: „Im Vergleich zu Münster, die ja auch sehr offensiv auftreten [...] oder auch zu anderen Städten ist Bielefeld ja immer ein bisschen zurückhaltender gewesen.“).

Für Akteur B5 ist Bielefeld eine Großstadt mit provinziellem Charakter und viel Fläche („Das ergibt sich auch aus den Eingemeindungen 1973.“). Während die einen die Stadt für durchgrünt halten, bezeichnen sie andere als zersiedelt, wobei er die Stadtstruktur als positiv empfindet („Ich könnte sagen, Bielefeld ist eine Stadt im Grünen oder eine grüne Stadt.“).

➤ *Harte und weiche Standortfaktoren, Alleinstellungsmerkmale und Nachteile des Standortes*

Die Verkehrsanbindung sowie die Unternehmens- und Sozialstruktur werden von den Akteuren als gut empfunden. Das Vorhandensein einer Universität, auf die bezüglich des Wissenschaftsstandortes momentan ein Fokus gelegt wird, stellt ebenfalls einen Standortfaktor dar. Der hohe Anteil an Grünstrukturen mit dem Teutoburger Wald als Alleinstellungsmerkmal, das Kultur- und Freizeitangebot und die Lebensqualität in der Stadt werden als Vorteil wahrgenommen. Als negativ empfinden die Akteure die mangelhafte Verfügbarkeit von Gewerbeflächen, die etwas abschüssige Lage von der Rhein-Ruhr-Schiene und das Fehlen von Wasser in der Stadt.

Akteur B1 beschreibt Bielefeld als eine durchschnittliche Stadt. Vorteile sieht er in den internationalen Unternehmen, dem Kulturangebot und der durchmischten Sozialstruktur („Das heißt, diese klassischen sozialen Brennpunkte [...] sind hier nicht so ausgeprägt, wie man das vielleicht in anderen Großstädten hat.“). Auch die vorhandenen Grünstrukturen mit dem Teutoburger Wald empfindet er als weichen Imagefaktor („Das ist diese Grünraumversorgung, wo Bielefeld mit Sicherheit sehr gut aufgestellt ist.“). Als Nachteil ist das Fehlen von Wasser zu sehen, wie er berichtet: „Es gibt im Bielefelder Norden den Obersee. Das ist ein Staugewässer. Das ist das einzige größere Gewässer, was wir überhaupt in Bielefeld haben. Also selbst der größte Bach, den wir in Bielefeld haben, ist immer noch ein kleineres Bächlein. Es fehlen offenliegende Gewässer in Bielefeld, die etwas größer sind.“ Problematisch empfindet er die Situation auch deswegen, weil er mit dem Thema Wasser die Naherholung in Verbindung bringt. So ist beispielsweise das Baden im Obersee nicht gestattet.

Akteur B2 zählt die Zentralität mit Autobahnanbindung zu den Standortvorteilen („Zumindest in Ostwestfalen sind wir dann ja hier in Bielefeld eigentlich sehr zentral.“). Weiter empfindet er die Industrie mit den verschiedenen familiengeführten Betrieben sowie den Freizeitwert der Stadt als Vorteile („Wenn wir zu den weichen Faktoren kommen, ist es garantiert irgendwie so was wie Freizeitbeschäftigung. Da sind wir wieder beim Thema Grün.“). Im größeren Maßstab zeigt Bielefeld jedoch eine etwas abgeschiedene Lage von der Rhein-Ruhr-Schiene.

Ähnlich wie Akteur B2 wird auch von Akteur B3 die Wirtschaftsstruktur mit den Familienunternehmen und dem Gesundheitsbereich als stark angesehen: „Gerade die inhabergeführten oder familiengeführten Unternehmen wie zum Beispiel Dr. Oetker [...]. Aber auch das Thema Gesundheitswesen [...]. Bielefeld wirbt ja auch ein bisschen damit, Hauptstadt der Diakonie zu sein.“ Die Grünstrukturen mit dem Teutoburger Wald werden ebenfalls als großer Vorteil wahrgenommen, wobei an der Stelle noch viel ungenutztes Potenzial ist („Die Einbindung von kulturellen Einrichtungen in die Landschaftsstruktur ist so ein Thema, an dem wir auch eigentlich gerne noch arbeiten wollen und was wir noch verbessern wollen. Die Grünflächenausstattung ist ein riesen Potenzial, was Bielefeld hat.“). Insgesamt wird Bielefeld als eine lebenswerte Stadt mit einer angenehmen Größe beschrieben, wobei die Vorteile der Stadt nicht offensiv nach außen getragen werden wie zum Beispiel in Münster. Das wurde auch schon von den Akteuren B4abc erwähnt.

Die Akteure B4abc zählen den Hochschulstandort, die Infrastruktur und Verkehrsanbindung, was Autobahn und Bahn betrifft, sowie die Lebensqualität bezüglich des Wohnens und der Erreichbarkeit von zentralen Funktionen zu den Vorteilen Bielefelds. Für wichtig erachten sie ein Zusammenspiel von harten und weichen Standortfaktoren. Ihrer Einschätzung nach wäre eine bessere Verfügbarkeit von Fachkräften und Gewerbeflächen jedoch von Vorteil für die Stadt. Bielefeld ist immer noch eine Industriestadt. Gerade die Verfügbarkeit von Gewerbeflächen und günstige Gewerbesteuern sind deswegen entscheidend, was jedoch beides vor allem im Vergleich zum Umland nicht ausreichend gegeben ist (Akteur B4a: „Das ist in Bielefeld schon ein sehr deutlich zu Tage tretendes Problem.“). Akteur B4b berichtet von einem Umfrageprojekt eines Bielefelder Marktforschungsinstituts zum deutschlandweiten Tag der Marktforschung, im Rahmen dessen die Bevölkerung und die Unternehmen der Stadt in einer Stichprobe zum Image Bielefelds befragt worden sind. Dort wurden vor allem die Infrastruktur, die Verkehrsanbindung und die Unternehmenslandschaft, aber auch die Größe und die Atmosphäre der Stadt als gut bewertet. Negative Aspekte waren aus Sicht der Firmen neben der Höhe der Gewerbesteuern und dem Mangel an Gewerbeflächen die Bürokratie und das Image Bielefelds.

Akteur B5 beschreibt, dass sich Bielefeld von der Leinenstadt zur Hochschulstadt bzw. vom Industriestandort zum Dienstleistungsstandort entwickelt hat, was auch im Stadtbild auffällt: „[Die Wissenschaftsstadt] wird ja auch vom Bielefeld-Marketing über [das Wissenschaftsfestival] *Geniale* in den letzten Jahren beworben. Es ist also in dem Sinne eine Hochschulstadt. Ganz früher war es ja mal die Leinenstadt, aber das ist zurückgegangen. Das ist ja nicht mehr das, was Bielefeld heute ausmacht. Wenn man oben auf der Sparrenburg steht, sieht man kaum noch einen Schornstein, so wie das früher war. Insofern hat sich auch das Stadtbild verändert. Es ist mehr Dienstleistung geworden.“ Als Problem wird oft empfunden, dass die knappen Gewerbeflächen deutlich teurer als im Umland sind („Das hat auch wieder den Nachteil, dass Bielefeld für Investoren und Ansiedlungswillige immer ein bisschen teurer ist, weil der Druck auf die Flächen größer ist. Da kostet die Gewerbefläche fast doppelt so viel wie in Halle im Ravenna-Park.“). Diese Aspekte wurden auch von den Akteuren B4abc aufgeführt.

➤ *Einschätzungen zur Attraktivität des Standortes*

Wie bereits Erwähnung fand, wird von den Akteuren berichtet, dass Bielefeld ein Problem mit seinem Image hat und unter anderem deswegen bezüglich der Attraktivität weit hinter Städten wie Berlin, Hamburg oder München liegt. Zudem wirkt sich für einige Akteure das Fehlen von Wasser in der Stadt negativ auf die Attraktivität aus. Viele Menschen haben keine Assoziation mit Bielefeld oder sehen sich nicht dauerhaft in der Stadt. Wenn sie jedoch erst einmal dort leben, beginnen viele, die Qualitäten der Stadt zu schätzen. Dabei werden vor allem der Einzelhandel, der Kultur- und Freizeitwert sowie die Lebensqualität als gut eingestuft.

Akteur B1 ist der Meinung, dass das Image ein Problem für Bielefeld ist, da die Stadt vielen unbekannt ist („Ich habe sogar schon von Leuten mitbekommen, dass sie Stellen in Bielefeld nicht angetreten haben.“). Daran im Marketing zu arbeiten, „hat Bielefeld ein Stück weit verschlafen.“ Am Beispiel der Universität wird sichtbar, dass Bielefeld für viele Menschen nur eine Durchlaufstation ist („Es kommen unglaublich viele hier hin, machen hier ihre Habilitation und sind dann sofort wieder weg.“). Eine Kampagne der Universität soll dazu beitragen, auch hochqualifizierte Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler nach Bielefeld zu holen und anschließend auch dort zu halten. Besonders deutlich wird die Problematik der Fachkräftesicherung seiner Meinung nach bei

der ärztlichen Ausbildung: „Mit Bethel ist ja auch ein sehr ausgeprägter Standort mit internationalem Ruf hier. Man merkt auch, dass wir hier überhaupt keine Ausbildungsstätte für das Thema Medizin haben.“ Zudem zählt Akteur B1 zu den Personen, die der Meinung sind, dass sich das Fehlen von Wasser im Stadtbild negativ auf die Standortqualität auswirkt.

Akteur B2 findet, dass Bielefeld zwar durchaus attraktiv ist, aber mit den Metropolen des Landes nicht mithalten kann. Auch die ausgeprägte Grünstruktur kann dies nicht ausgleichen. Dennoch findet er, dass die Stadt viele Qualitäten zeigt, die von den Menschen wahrgenommen werden („Deswegen glaube ich schon, dass das auch für Fachkräfte ganz attraktiv ist, hier zu bleiben.“). Auch für Akteur B3 ist Bielefeld eine attraktive Stadt, wobei es seiner Meinung nach immer Verbesserungsmöglichkeiten gibt („Ja, attraktiv ist sie auf alle Fälle, aber man kann natürlich immer noch Sachen besser machen.“). Konkrete Vorschläge diesbezüglich macht er nicht.

Die Akteure B4abc halten ähnlich wie Akteur B1 das Image, den demographischen Wandel und den Fachkräftemangel für problematisch (Akteur B4b: „Die Region hat schon ein zunehmendes Fachkräfteproblem und hat sicherlich auch ein Imageproblem.“). Die Ausstattung mit weichen Faktoren (Teutoburger Wald, Kinderbetreuung, Golfplatznähe) werden ebenso wie der Einzelhandel als attraktiv angesehen, so dass die Ausgangssituation für die Gewinnung von Fachkräften diesbezüglich positiv ist. Verschiedene Geschäfte weisen darauf hin, dass die Kaufkraft hoch ist und auch eine gehobene Klientel bedient. Akteur B4b berichtet zudem, dass viele Privatbanken wie die Berenberg Bank sich in der Stadt niedergelassen haben. Problematisch ist jedoch die Konkurrenz von Städten wie Köln, die beispielsweise bezüglich der Bevölkerungsentwicklung besser dastehen (Akteur B4b: „Richtig wachsen werden dann nur noch Düsseldorf, Köln und vielleicht noch Bonn und dann war es das aber auch in NRW.“).

Akteur B5 nimmt Bielefeld als eine Stadt wahr, in der man sich wohlfühlen kann („Es ist nicht so großstädtisch wie vielleicht andere Städte. Es ist aber auch nicht so provinziell wie vielleicht in anderen Dörfern. Man ist relativ schnell in der Innenstadt.“). Manchmal ist es jedoch schwierig, innovative Projekte durchzusetzen, wie er berichtet: „Das ist immer so eine typische Bielefelder Krankheit, dass viele gute Ideen mit Vorbehalt betrachtet werden [...]. Und das blockiert dann manches und die Neuerungen auch.“ Zudem erwähnt auch er, dass die Stadt mit ihrem Image zu kämpfen und als unscheinbar gilt, wobei das nicht alle Menschen als Nachteil empfinden („Manche Bielefelder mögen das auch.“). Positiv bewertet er, dass die Stadt durch die Universität relativ jung ist: „Auch mit der Uni/FH pulsiert da so ein bisschen junges Leben.“

#### ➤ *Ideen für Verbesserungen und Potenziale des Standortes*

Bis auf einen Akteur nennen alle Experten Verbesserungspotenziale. Zu den Ideen zählen, mehr Wasser in das Stadtbild zu integrieren oder attraktiven und zentralen Wohnraum zu schaffen. In diesem Zusammenhang wird der fehlende Zugang zum Wasser ebenfalls bemängelt, der auch beim einzigen größeren Gewässer, dem Obersee, nicht ausreichend gewährleistet ist. Weiter wird angeregt, die Randbezirke, in denen sich der demographische Wandel und Segregationsprozesse abzeichnen, aufzuwerten. Einige Verbesserungen sind bereits umgesetzt worden. So haben die Sanierung der Altstadtfußgängerzone und des Kesselbrinks bereits zu einer Qualitätssteigerung beigetragen. Es wird angemerkt, dass viele Probleme nicht spezifisch für Bielefeld sind, sondern bundesweit bestehen.

Vor allem Akteur B1 hält es für sinnvoll, mehr Wasser in die Stadt zu bringen. Dieser Punkt wird in der Stadt immer wieder thematisiert und im Kleinen durch die Lutterfreilegung umgesetzt. Zudem berichtet er, dass es im Bielefelder Süden immer wieder Überlegungen gab, verschiedene Baggerseeareale, die durch die Förderung von Sand entstehen, zu gestalten, um ein großes Badegewässer zu etablieren. Ob das geschehen wird, hält er für fraglich („Ich habe das Gefühl, das ploppt alle fünf Jahre wieder hoch. Im Moment ist es mal gerade kein Thema.“).

Akteur B3 ist der Meinung, dass es an attraktivem und zentralem Wohnraum für gut Situierte fehlt („Wo zieht dann der Akademiker hin, der ein urbanes Milieu haben will, und der solche Standorte sucht?“). Auch den Zugang zum Wasser hält er ähnlich wie Akteur B1 für problematisch, was er am Beispiel des Obersees skizziert: „Der Obersee ist aber auch stadträumlich durch eine Bahntrasse und durch Hauptverkehrsstrassen relativ stark eingekesselt.“ Weiter berichtet er, dass in diesem Umfeld zwar neue Baugebiete entstehen, diese jedoch nicht für den gehobenen Bedarf bzw. ein urbanes Akademikermilieu vorgesehen sind, weil der Standort und das Umfeld dafür nicht stimmen („Man hat noch diese gewerbliche Prägung und die Freiräume sind auch nicht an diese Bauflächen angepasst.“). Positiv hervorgehoben wird, dass in der Innenstadt durch die Sanierung der Altstadtfußgängerzone und durch die Gestaltung des Kesselbrinks, einem innerstädtischen Platz, mehr Aufenthaltsqualität entstanden ist („Man will in die Innenstadt. Man will eine Urbanität erleben. Und es korrespondiert natürlich auch, dass man urbane Freiräume in der Innenstadt erleben will.“). Diese Entwicklungen haben dazu beigetragen, die Innenstadt zu profilieren. Weiteres Entwicklungspotenzial zeigen die Randbezirke, die vom demographischen Wandel und Segregationstendenzen gezeichnet sind. Eine Arbeit an den Freiräumen könnte dort positiv zur Stadtentwicklung beitragen.

Nach Auffassung der Akteure B4abc sind die städtischen Probleme wie der demographische Wandel und der Fachkräftemangel nicht spezifisch für Bielefeld, sondern für ganz Deutschland. Deswegen ist es schwierig, dagegen anzukämpfen. Die Stadt investiert aber bereits umfangreich in die Bildungslandschaft, so Akteur B4b: „Ich denke, die Bildungsangebote sind gut und werden noch ausgebaut. Also hier an der Fachhochschule und an der Universität sind mit die größten Baustellen landesweit zu finden. Hier werden wirklich zig Millionen investiert.“ Und B4a ergänzt, dass die Universität auch von den Studentenzahlen gewachsen ist.

Akteur B5 findet, dass ein Schwerpunkt der Stadt darauf liegt, auch jüngere Menschen zu binden, da diese ein Potenzial für die Zukunft darstellen („[Das macht die Stadt, um] vielleicht auch so ein bisschen dem demographischen Wandel entgegenzuwirken.“). Er erkennt jedoch, dass das andere Städte auch versuchen.

### ***Weiche Standortfaktoren: Einschätzungen zur Bedeutung***

Alle befragten Akteure sind der Meinung, dass weiche Standortfaktoren neben den harten Standortfaktoren eine wichtige Rolle für Bielefeld spielen. Ihre Bedeutung wird teilweise unterschätzt, was man in der Stadt, die in der Vergangenheit und auch in der Gegenwart erkennbare Probleme mit ihrem Image hatte und hat, beobachten kann. Die weichen Qualitäten Bielefelds, die sich im Kultur- und Freizeitwert bzw. in der Lebensqualität wiederfinden, werden häufig erst erkannt, wenn Menschen am Standort angekommen sind. Um Menschen an den Standort zu binden und vor allem auch jüngere Menschen vom Standort zu überzeugen, sind diese Qualitäten jedoch mitentscheidend.

Akteur B1 ist der Meinung, dass weiche Faktoren generell häufig unterschätzt werden. Das kann einer Stadt wie Bielefeld zum Verhängnis werden, wenn es um das Image geht. So haben viele Außenstehende kein Bild von der Stadt. Geht es darum, die Entscheidung zu fällen, für ein Unternehmen nach Bielefeld zu kommen, dann kommen die Menschen nicht wegen der Stadt, sondern wegen des Unternehmens nach Bielefeld („Dafür weiß man über die Stadt zu wenig und dafür wirkt sie auch erstmal zu beliebig.“). Auf der anderen Seite schätzen viele Menschen die weichen Faktoren Bielefelds, wenn sie erst einmal dort wohnen („Wenn man drei Jahre hiergeblieben ist, dann kommt man nicht mehr weg.“). Dazu tragen auch die Freiraumqualitäten der Stadt bei, wie er berichtet: „[Man hat] eben diesen direkten Kontakt zur Natur, völlig egal, wo man sich in der Stadt befindet.“

Akteur B2 bezieht sich in seiner Aussage vor allem auf jüngere Menschen, für die es seiner Einschätzung nach sehr wichtig ist, weiche Qualitäten vorzufinden, um am Standort zu bleiben: „Ich glaube, vielleicht sind [weiche Faktoren] sogar manchmal wichtiger als die harten Faktoren [...], um eben gerade auch Nachwuchs von der Fachhochschule [oder] von der Uni in Bielefeld tatsächlich auch hier zu halten.“

Akteur B3 schreibt den weichen Faktoren ebenfalls eine hohe Bedeutung zu. Er ist der Meinung, dass sie gerade wichtig sind, wenn es darum geht, Menschen für die Stadt zu gewinnen. Zwar verfügt Bielefeld als Universitätsstadt über viele Studierende. Es stellt sich jedoch die Frage, wo diese hingehen, wenn sie das Studium abgeschlossen haben. In Bielefeld ist dabei schwierig, dass die Stadt nicht als "hipp" gilt und die Außenwahrnehmung problematisch ist. Viele bevorzugen seiner Beobachtung nach Städte wie Köln oder Düsseldorf, die als urbaner gelten („Bielefeld hat ja schon ein bisschen diesen Makel. Wir sind Provinz [...] und Bielefeld gibt es gar nicht.“). Dennoch sagt auch er wie schon Akteur B2, dass die Menschen die weichen Qualitäten der Stadt sehr schätzen, wenn sie sich doch für Bielefeld entscheiden. So besteht zum Beispiel ein breites Angebot an Kultur, wie er berichtet: „Es gibt eine sehr aktive Kulturszene, die vielleicht auch auf den ersten Blick gar nicht erkennbar ist. Die hat aber eine sehr hochwertige Qualität.“ Um diesen Bereich weiter zu stärken, gibt es einen Kulturentwicklungsplan für die Stadt („Wir sehen das bei uns im Arbeitsbereich auch immer ein Stück weit als ein Potenzial der Stadtentwicklung.“).

Für die Akteure B4abc muss es ein Zusammenspiel zwischen harten und weichen Standortfaktoren geben. Bei Entscheidungen für einen Standort kann die Stadt von ihren weichen Qualitäten wie den attraktiven Grünstrukturen profitieren (Akteur B4a: „Ich glaube schon, dass wenn Führungskräfte oder Arbeitskräfte in einem Vorstellungsgespräch bei Bielefelder Unternehmen sitzen, dass denen das recht grüne Bielefeld mit den Ausflugsmöglichkeiten, mit dem Teutoburger Wald und dem landschaftlich sehr schönen Umfeld auch sicherlich zugutekommen wird.“). Darüber hinaus können auch Bildungsmöglichkeiten oder das Kulturangebot ausschlaggebend sein. Viele gutverdienende Menschen, die in den umliegenden Unternehmen arbeiten, ziehen gezielt nach Bielefeld, weil sie dort das Kultur- und Freizeitangebot vorfinden, wie Akteur B4c berichtet: „[Es] wohnen sehr viele davon in Bielefeld und ziehen auch ganz bewusst den Bielefelder Standort vor. [...] Das hat eben die Vorteile des Kulturangebotes, des Wissenschaftsangebotes, der Zentralen-Orte-Funktion und natürlich auch des Einkaufens und [es hat] eben dieses Thema Grün/Lebensqualität, weil der Teutoburger Wald mitten drin liegt.“

Akteur B5 findet ebenfalls, dass weiche Standortfaktoren wie der Kultur- und Freizeitwert über das Stadtgebiet hinaus von hoher Bedeutung sind. Bielefeld steht diesbezüglich seiner Meinung nach gut

da: „Das macht Bielefeld aufgrund der Vielfalt der Veranstaltungen in diesem Bereich schon aus und zieht da auch Leute an, die nicht unbedingt in Bielefeld wohnen.“ Als noch wichtiger erachtet er jedoch das Arbeitsplatzangebot, auch wenn den weichen Qualitäten eine zentrale Rolle zukommt („Ob das nun der Faktor ist? Es ist sicherlich für viele das Arbeitsplatzangebot, aber daneben ist sicherlich auch die Nähe zum Grün für viele ein Faktor, sich irgendwo anzusiedeln.“).

### **Einschätzungen zur grünen Infrastruktur**

#### ➤ *Qualität und Quantität der grünen Infrastruktur*

Einige der Akteure berichten über eine Ungleichverteilung der Grünstrukturen zwischen dem Norden und dem Süden der Stadt. Ansonsten werden Qualität und Quantität bezüglich Faktoren wie Umfang, Vielfalt, Vernetzung, Pflegezustand und Zugänglichkeit als gut eingeschätzt, wenn auch an einigen Stellen noch Verbesserungspotenzial gesehen wird. So wird der mangelnde Zugang zum Wasser auch in diesem Kontext als problematisch gesehen. Trotz der angespannten Haushaltslage ist es möglich, über die Städtebauförderung Gelder zu generieren, die zum Teil auch in Grünstrukturen fließen.

Ein Ungleichgewicht der Verteilung der Grünstrukturen zwischen Norden und Süden wird vor allem von Akteur B1 erwähnt: „Da kann man ja auch erkennen, dass es da im Westen und Nordwesten ein ausgeprägtes Grünraumsystem entlang der Gewässerverläufe gibt. [...] Das sieht im Bielefelder Norden ein bisschen anders aus. Da fehlt es an vielen Stellen eben an diesem Grün, weil da die Gewässer teilweise komplett abgedeckt worden sind.“ Generell bewertet er aber Quantität und Qualität als gut: „Die Grüengebiete, die wir hier in Bielefeld haben [...], sind naturschutzfachlich teilweise von einer sehr hohen Qualität. Da gibt es Gebiete, die gleichzeitig städtische Grünfläche und FFH-Gebiet sind.“ Neben der naturschutzfachlichen Qualität empfindet er auch die Qualität für den Menschen als gut. Das führt er vor allem auf die Freiraumplanung der Vergangenheit zurück („Da muss man auch sagen, dass es in der Vergangenheit einige Grünflächenamtsdirektoren gegeben hat, die sich sehr dafür eingesetzt haben, dass die Zugänglichkeit der Gebiete gewährleistet ist und dass sich die Wege in einem guten Zustand befinden.“). Geht es um die Sauberkeit, so wird diese ebenfalls als sehr gut bewertet („Das scheint auch schon stark hier im Bewusstsein der Bevölkerung drinzustecken.“).

Akteur B2 empfindet Qualität und Quantität der urbanen Freiräume ebenfalls als hoch („[Das ist] allein schon durch den Teutoburger Wald [gegeben], ganz abgesehen von den Grünzügen.“), wenn auch hin und wieder Verbesserungs- oder Entwicklungspotenzial besteht: „Es gilt, das natürlich auch noch weiter auszubauen, und sicherlich auch nochmal interessanter zu machen und Lücken im grünen Band zu schließen.“

Akteur B3 beschreibt, dass sich Qualität und Quantität im Teutoburger Wald und dem schnellen Zugang zum Grünen widerspiegeln. Schwierig ist jedoch, den Pflegezustand unter der aktuellen Haushaltssituation zu halten, zumal die Stadt durch ihre Geschichte über viel Fläche verfügt. Um Kosten einzusparen, werden neue Konzepte zur Gestaltung der Grünanlagen entwickelt, damit diese möglichst pflegeextensiv sind. Vor allem im Rahmen des Stadtumbaus ist es möglich, dennoch finanzielle Mittel für die Freiräume zu generieren. So wird zum Beispiel in der Sennestadt an der Qualität der Grünflächen, gearbeitet. Dort werden Spielflächen erneuert und die Wegeverbindungen verbessert, um die Erlebbarkeit, den Zugang und die Nutzbarkeit von den Freiräumen zu stärken. Das urbane Grün wird ganz bewusst zur Standortprofilierung eingesetzt. So entsteht in Sieker – einem Gebiet der *Sozialen Stadt* – ein zehn Hektar großer Park, um den Standort insgesamt zu stabilisieren.

Erschwert wird die Situation auch dadurch, dass Bielefeld eine Nothaushaltskommune ist, wie Akteur B3 berichtet: „Die [Bezirksregierung] guckt uns sehr auf die Finger, was wir denn so an Geld ausgeben. Dann werden halt tatsächlich Diskussionen geführt, ob wir uns das Feuerwehrauto noch leisten können und was wichtiger ist. Soll man das Schlagloch schließen, ein Feuerwehrauto kaufen oder in eine Grünfläche investieren?“ Oftmals erscheinen die Grünflächen dann als weniger relevant, obwohl die Fachämter sie als ein strukturprägendes Element und auch als Wirtschaftsförderungselement sehen. Ihrer Auffassung nach ist die Attraktivität einer Stadt von hoher Bedeutung, was Akteur B3 erläutert: „Sie muss sich positionieren, sie muss junge Leute gewinnen und sie auch halten. Und da brauchen wir auch einfach ein gutes Bild der Stadt und wir brauchen letztendlich gute Freiräume.“

Von den Akteuren B4abc werden Qualität und Quantität ebenfalls als gut eingeschätzt. Bielefeld liegt durch den Teutoburger Wald mitten im Grünen und die Vernetzung in der Stadt ist durch Grünzüge, Parks und entsprechende Infrastruktur gewährleistet (Akteur B4b: „Es gibt Grünstreifen, wo man fast durchgehend mit dem Fahrrad oder zu Fuß über Grünanlagen von einem Stadtteil in den anderen gehen kann.“). Auch der Pflegezustand ist für die finanzielle Situation der Stadt noch positiv einzuschätzen. Zudem ist eine Vielfältigkeit durch Flächen für alle Interessengruppen gegeben, wie Akteur B4c berichtet: „Der Teutoburger Wald an sich bietet eben den Naherholungsbereich und die einzelnen Parks haben dann eher so einen kleinen Aufenthalts-/Quartierscharakter. Dann gibt es auch noch rund um den Obersee sehr freizeitorientierte Bereiche.“ Zwar fehlt es nach Meinung der Akteure an Wasser im Stadtbild. An dieser Thematik wird jedoch durch Projekte wie die Lutterfreilegung gearbeitet, wie Akteur B4a erläutert: „Man hat diese verrohrte Lutter an einer markanten Stelle in Altstadtnähe [...] rausgeholt und renaturiert.“ Ohne Sponsoren hätte dieses Projekt jedoch keine Umsetzung gefunden.

Akteur B5 ist der Meinung, dass Qualität und Quantität eine Frage der Bewertung sind. So könnte man die Stadt auch als zersiedelt und den Teutoburger Wald als eine Barriere betrachten („Der Teutoburger Wald geht ja einmal mitten durch die Innenstadt.“). Seiner Einschätzung nach stellt der Teutoburger Wald jedoch sowohl eine große Quantität als auch eine Qualität dar („Der Teutoburger Wald als Mittelgebirgszug und als großes Waldgebiet ist natürlich schon etwas, das nicht jede größere Stadt hat.“). Zudem bedient das vielseitige und feinteilige Grünnetz ebenfalls Qualität und Quantität, wobei es weniger große Anlagen als kleinteilige Grünzüge gibt, die durch ihre gute Erreichbarkeit überzeugen („Man kann in fünf Minuten praktisch fast in den Puschen das Grün erreichen.“). Betrachtet man die Stadt von oben, zeigt sich der grüne Charakter Bielefelds besonders („Das Grün dominiert doch schon über die baulichen Erscheinungen.“).

#### ➤ *Nutzungsvoraussetzungen grüner Infrastruktur*

Als Nutzungsvoraussetzungen werden von den Akteuren Aspekte angesprochen, die zum Teil schon als Kriterien für die Qualität grüner Infrastruktur genannt wurden. So wird ein hoher Vernetzungsgrad als ebenso wichtig erachtet wie eine gute Erreichbarkeit der Freiräume. Auch ein abwechslungsreiches Angebot an Grünstrukturen und Möglichkeiten für die Freizeitgestaltung werden genannt.

Auch Akteur B1 hält den Vernetzungszustand für eine Nutzungsvoraussetzung, die für Bielefeld hauptsächlich als gut eingeschätzt wird. Der Aspekt der Vernetzung wird auch deswegen für wichtig gehalten, da sich daran Faktoren wie die Erreichbarkeit anschließen. Weiter weiß er zu berichten,

dass für Bielefeld eine Strategie zur Verbesserung der Freiraumvernetzung besteht, da im Bielefelder Osten und Nordosten Bereiche existieren, wo das Grünflächennetz noch nicht so gut ausgebildet ist. Anders verhält es sich im Bielefelder Süden, Westen und Norden („Ich würde sagen, dass es viel besser gar nicht geht.“). So muss man seiner Einschätzung nach in weiten Teil der Stadt keine Straßen mit dem Fahrrad bzw. zu Fuß nutzen, da es häufig parallel Wege gibt, die durchs Grüne führen, „die teilweise sogar schneller sind, als wenn man über die Straße unterwegs wäre, weil es direktere Wegeverbindungen sind.“

Akteur B2 merkt ebenfalls an, dass die guten Freiraumstrukturen in Bielefeld es ermöglichen, alles auf grünen Wegen zu erledigen und so auch seine Freizeit zu gestalten. Vernetzung und Erreichbarkeit sind dafür wichtige Faktoren, die gegeben sind: „[Man] muss vielleicht mal eine Straße überqueren, aber das war es. Man hat den Teutoburger Wald, der Bielefeld ja auch ein bisschen in zwei Teile teilt, mitten in der Stadt. Da gibt es Untersuchungen, dass niemand länger im Prinzip als [...] vielleicht zehn Minuten braucht, um das nächste Grün zu erreichen. Wir haben schöne große gepflegte Parks [und] den Teutoburger Wald. Wandern, Radfahren, Walken, Joggen, [das ist] alles möglich.“

Für Akteur B3 sind ebenfalls eine gute Erreichbarkeit und Vernetzung durch grüne Trittsteine wichtige Voraussetzungen, die die grüne Infrastruktur erfüllen muss („Was wir im Prinzip als Gedanken in der Stadtentwicklung verfolgen ist, über die öffentlichen Räume, die im Stadtraum liegen, eine gute Erreichbarkeit der Parkanlagen hinzubekommen.“). Dabei wird versucht, bestehende Wegeverbindungen aufzugreifen. Die Umsetzung erfolgt unter Abstimmung der einzelnen Ämter der Stadtverwaltung („Wir müssen aber in den Gebieten immer integriert denken. Wir müssen alle Fachdisziplinen zusammenbringen und dann gemeinsam zu einem Konzept kommen.“). Auch er sieht weiterhin Verbesserungspotenzial der Stadt: „[Die nördliche Innenstadt] ist eher ein industriell-gewerblich geprägter Bereich, wo es wenig Grünflächen gibt, wo aber auch Menschen wohnen. Diese Menschen haben aber Probleme, in die Freiräume reinzukommen. [...] Dann versuchen wir, die Zugänglichkeit von diesen Menschen in diese Grünräume ein Stück weit zu verbessern, dass sie auch ihre Ruheräume und Freizeiträume finden.“

Die Akteure B4abc stimmen zu, dass Aspekte wie Erreichbarkeit, Sauberkeit, Erholungsfunktion und Vielfalt zu den Nutzungsvoraussetzungen zählen. Akteur B4b nennt zudem im Speziellen die Vernetzung der Freiräume, auf die in der Vergangenheit Wert gelegt wurde: „Es gibt eben die in den 1920er-Jahren entstandenen Grünkonzepte oder grüne Bänder bzw. grüne Verbindungen, die mit Parks zusammenhängen.“

Akteur B5 erwähnt ebenfalls den hohen Stellenwert einer guten Vernetzung, die auch schon seit über 100 Jahren berücksichtigt wird und vor allem im Westen der Stadt als hervorragend bewertet wird. Durch die Anlage eines grünen Bandes, was über Mittel des Stadtumbaus möglich wurde, wird dieser Gedanke in der Gegenwart weiterverfolgt („[Das ist auch ein Thema] für das östliche Stadtgebiet, um dort die Grünzüge miteinander zu vernetzen und eben auch den Leuten aus der östlichen Innenstadt einen Zugang in die vorhandenen Grünzüge zu ermöglichen.“). Als Vorteil wird aber auch die schnelle Erreichbarkeit der Freiräume gesehen, die schon von Akteur B2 angesprochen wurde. Zusammenfassend zeigt das der entwickelte Grünflächenplan („Für das gesamte Stadtgebiet ist das eben der Masterplan.“). Neben der Vernetzung und Erreichbarkeit beschreibt er auch die Vielfältigkeit der Strukturen, die als wichtig erachtet wird. Es gibt Flächen für die Erholung bzw. Freizeit, für den Naturschutz und auch Kulturlandschaft.

➤ *Wert grüner Infrastruktur*

Laut der Akteure hat die grüne Infrastruktur in der Bevölkerung Bielefelds einen hohen Stellenwert, was auch Studien belegen. Gerade im Freizeitbereich spielen die Freiraumstrukturen eine wichtige Rolle. Auch das Stadtklima wird von den urbanen Grünstrukturen positiv beeinflusst und kommt so den Bürgerinnen und Bürgern zugute. Zudem wird vermutet, dass die Freiraumqualitäten einen positiven Einfluss auf das Image der Stadt haben können. Unternehmen tun sich mit diesem Gedanken jedoch bislang schwer. Zudem merkt ein Akteur an, dass der Wert, den Grünstrukturen mit sich bringen, häufig geringer geschätzt wird, als die Kosten, die durch sie entstehen.

Vor allem Akteur B1 ist der Ansicht, dass das urbane Grün einen hohen Stellenwert in der Bevölkerung hat. In diesem Zusammenhang berichtet er von einer Studie: „Im Jahr 2003 ist ja auch als eine der ersten großen Initiativen von *Bielefeld 2000plus* diese Initiative gegründet worden, die sich eben [im Rahmen der Studie] "Grün für Körper und Seele. Zur Wertschätzung und Nutzung von Stadtgrün durch die Bielefelder Bevölkerung" mit der Thematik auseinandergesetzt hat.“ Diese Befragung hat laut seiner Aussage deutlich gezeigt, dass den Bielefeldern und Bielefelderinnen das Stadtgrün wichtig ist, sie sich entsprechend viel darin aufhalten und dass sie es schätzen, dass die urbanen Freiräume schnell zu erreichen sind.

Akteur B2 betont vor allem die Bedeutung von Freiräumen für die Freizeitgestaltung. Zudem schreibt er der grünen Infrastruktur eine Erholungsfunktion zu, da sie zum Beispiel den städtischen Lärm schluckt: „Das ist ja vielen Städtern gar nicht mehr bewusst, weil das immer so ein Hintergrundrauschen ist. Aber das haben wir eben allein schon durch den Teutoburger Wald zu bieten. Das ist, glaube ich, was das Thema Erholung angeht total wichtig.“ Weiter erwähnt er die positive Wirkung auf das Stadtklima, die auch den Menschen zugutekommt („Natürlich [gehören dazu] auch Frischluft und Schatten spendende Bäume etc., wenn man jetzt an heiße Sommer denkt.“).

Auch Akteur B3 ist der Meinung, dass grüne Infrastruktur für die Menschen wichtig ist. Damit diese am Standort bleiben, muss die Stadt auch attraktiv sein und dazu tragen seiner Einschätzung nach entsprechende Freiräume als strukturprägendes Element oder Wirtschaftsförderungselement bei. Dennoch kann es gerade bei der Interessenabwägung dazu kommen, dass ihr Stellenwert diskutiert wird („Da muss man auch ehrlich sagen, dass die Grünflächen dann auch oftmals schlechte Karten haben, weil sie erstmal als nicht so wichtig erscheinen.“).

Die Akteure B4abc sind der Ansicht, dass der Faktor "Grün" den Unternehmen für die Repräsentativität und als weicher Standortfaktor für Fachkräfte und deren Wohlbefinden dienen kann (Akteur B4c: „Wenn wir eben darüber sprechen, das Unternehmen in Konkurrenz beim Kampf um Fachkräfte sind, ist es vielleicht schon so, dass es dann vernünftige Aufenthaltsmöglichkeiten mit Grünflächen bei den Unternehmen in den Außenbereichen gibt, und wenn neu gebaut wird, dass sie das im Blick haben.“). Die Stadt ist äußerst durchgrünt, was gerade für die Beschäftigten und deren Familien positiv ist. Das kann auch eine Erklärung dafür sein, dass sich Unternehmen eventuell eher im Bereich des Kultursponsorings bewegen, weil die Ausgangssituation im Bereich der Freiräume als sehr gut empfunden wird. So ist laut Auskunft der Akteure selbst der soziale Wohnungsbau in Bielefeld sehr grün gehalten.

Wie schon Akteur B3 und B4abc ist auch Akteur B5 der Meinung, dass die Attraktivität einer Stadt von der Qualität und Quantität ihrer Grünstrukturen beeinflusst wird („Die [Fördergeldernutzung]

war hier ja schon immer sehr grünlastig. Das begrüßen wir, weil wir auch sagen, dass Innenstädte nur dann attraktiv sein können, wenn eine entsprechende Freiraumversorgung damit einhergeht.“). Das zeigt sich auch in der Lutterfreilegung, in der Nutzung des grünen Bandes sowie in Umfragen: „Die [Menschen] freuen sich eigentlich, dass sie einen Anschluss ans grüne Band bekommen und dadurch eben an den Luttergrünzug gelangen können.“ So profitiert die Stadt seiner Auffassung nach von der schnellen Erreichbarkeit der Freiräume, die den Bürgerinnen und Bürgern der Stadt wichtig ist („Die wollen nicht erstmal zehn Minuten durch die Straße laufen, bevor sie in einen grünen Park kommen, sondern möglichst auf grünem Wege dorthin [gelangen].“).

➤ *Grüne Infrastruktur und Immobilienwerte*

Bis auf einen Akteur, der hierzu keine Einschätzung abgibt, bestätigen alle befragten Personen den Einfluss einer attraktiven und grünen Umgebung auf Immobilienpreise. Hierzu werden verschiedene Beispiele aus der Stadt selbst und aus anderen Kommunen gegeben.

Akteur B1 verweist bezüglich des Zusammenhangs zwischen Immobilienpreisen und einer attraktiven und grünen Umgebung unter anderem auf eine Studie der Universität Bielefeld, die sich mit dieser Frage beschäftigt. Dort wurden Probanden nach einem Zufallsprinzip Fotos von einem Platz vorgelegt. Die Aufnahmen zeigten immer denselben Platz. Es variierte lediglich die Anzahl der Bäume. Zum Ergebnis sagt er: „Interessant ist, dass hochsignifikant die [Bilder], auf denen die Platzstrukturen mit viel Grün zu sehen waren, als deutlich sauberer und als sicherer eingestuft wurden [und bei denen] höhere Immobilienpreise vermutet wurden, obwohl die einzige Veränderung war, dass Bäume dazu genommen wurden oder herausgenommen wurden.“ Ergänzt wird von ihm dabei die Bedeutung von Wasserelementen, was zum Beispiel in Dortmund am PHOENIX-See oder an der Kölner Rheinpromenade deutlich wird („Da gibt es jetzt ja auch aktuelle Studien, die aufzeigen, dass wenn man dann auch noch gleichzeitig eine Waterfront wie zum Beispiel am PHOENIX-See in Dortmund hat, die Immobilienpreise in Nullkommanichts durch die Decke gehen.“). Auch in Hanglage zum Teutoburger Wald werden hohe Immobilienpreise aufgerufen.

Akteur B2 berichtet, dass die Immobilienpreise in den letzten Jahren gestiegen sind. Ihm ist jedoch nicht bekannt, ob Freiraumqualitäten dabei eine Rolle spielen. Die Wohnquartiere im Grünen sind seiner Beobachtung nach jedoch teurer. Auch er verweist dabei auf den Einfluss des Teutoburger Waldes („Wenn wir uns mal die Stadtteile und Wohngebiete anschauen, sind das dann so rund um den Teutoburger Wald sicherlich schon die teureren besseren Gegenden.“).

Der Zusammenhang von Immobilienpreisen und einer attraktiven, grünen Umgebung wird von Akteur B3 am Beispiel des Kesselbrinks in Bielefeld erläutert: „Gerade bei der Randnutzung, wo wir auch lange Jahre einen Sanierungsstau hatten, [...] haben wir jetzt einen unheimlichen Investitionsschub erlebt, weil jetzt einfach die Häuser, die am Kesselbrink liegen, eine ganz andere Lage haben. [...] Und da gibt es ja auch Studien, die das sehr deutlich belegen, dass die Grundstücks- oder die Bodenwerte an gut gepflegten Grünflächen steigen.“

Die Akteure B4abc können die Auswirkungen einer attraktiven, grünen Umgebung auf die Immobilienpreise – auch am Standort – ebenfalls bestätigen. Hierzu sagt Akteur B4a: „Es gibt wahrscheinlich fünf, sechs sehr beliebte stadtnah im Grünen gelegene durch Einfamilienhäuser geprägte Wohngebiete, die immer einer permanenten Steigerung unterliegen, was die Immobilienpreise angeht, und die sehr beliebt sind.“

➤ *Grüne Infrastruktur und Klima- sowie Gesundheitsaspekte*

Dass sich die grüne Infrastruktur positiv auf das urbane Klima und das Wohlbefinden auswirkt, ist bei den Akteuren unbestritten. Laut ihrer Meinung ist die Ausgangssituation mit der Lage am Teutoburger Wald und der vorausschauenden Freiraumplanung der letzten Jahrzehnte auf einem hohen Niveau. Bei der Initiative *Bielefeld 2000plus*, wobei es sich um eine Kooperation der Stadt mit der Universität handelt, wurden in jüngster Zeit auch die Zusammenhänge von grüner Infrastruktur und Gesundheitsaspekten zum Gegenstand gemacht. Auf Ebene der Stadtverwaltung werden die Themen Klimaanpassung und Wohnumfeldverbesserungen in den Planungen mitgedacht, wobei der Gesundheitsaspekt jedoch aktuell keinen Schwerpunkt darstellt. Einige Stimmen halten es für nicht nötig, andere sind jedoch der Meinung, dass man den Bereich mehr in den Fokus nehmen und auch ämterübergreifend agieren sollte. Die Akteure B4abc merken lediglich bezüglich des Stadtklimas in Bielefeld an, dass dieses als eher gut empfunden wird. Ansonsten geben sie hierzu keine weitere Einschätzung ab.

Akteur B1 erläutert, dass die direkte Lage am Teutoburger Wald das Stadtklima positiv beeinflusst („Natürlich gibt es in Bielefeld Erwärmungsgebiete und die werden auch stärker. Aber es ist eben nicht die ausgeprägte Kessellage, die wir hier haben. Wir haben mit dem Teutoburger Wald eher noch eine Klimaschneise, die sogar in allen Klimaklassifikationen prägnant heraussticht.“). Durch die Kooperation mit der Wissenschaft bei der Initiative *Bielefeld 2000plus* war die Stadt Vorreiter, wenn es darum ging, die Grünqualitäten in Verbindung mit der Gesundheitswirkung zu setzen. Die Stadt hat sowohl in der Vergangenheit als auch in der Gegenwart großen Wert darauf gelegt, dieses Feld zu berücksichtigen und etwas für die Erholungsvorsorge zu tun. Zudem war die Grünplanung Ende des 20. Jahrhunderts schon auf einem sehr hohen Niveau durch das Engagement des damaligen Grünflächendirektors, wie Akteur B1 berichtet: „Der alte Grünflächendirektor [hat] weite Teile des 20. Jahrhunderts diese Grünraumentwicklung in Bielefeld vorangetrieben und der hat immer gesagt ‚Wir tun das ja für die Erholungsvorsorge. Wir tun das, damit sich die Menschen da bewegen können.‘ Und damit hat er implizit eigentlich die ganze Zeit auch von Gesundheit gesprochen.“. Geht es um die Investition in Grün, stellt sich die Situation als schwieriger dar, weil viele Fördermittel nur auf Klimaschutz, jedoch nicht auf Klimaanpassung ausgerichtet sind. Dennoch hat die Stadt die Bedeutung der grünen Infrastruktur erkannt („Nichtsdestotrotz – und jetzt kommen wir auf das Thema Klimaanpassung – ist in der Stadt sehr wohl das Klimaanpassungspotenzial, welches in den städtischen Grünräumen liegt, längst erkannt worden.“).

Akteur B2 gibt an, dass grüne Infrastruktur bezüglich Gesundheit mitgedacht wird, ohne speziell ein Themenschwerpunkt darzustellen. Langfristig wird es seiner Einschätzung nach zum Thema werden müssen, da Freiraumplanung auch in Zusammenhang mit gesundheitlichen Belangen steht. Als Beispiel nennt er den Bereich Lärm. Mit der Kopplung tun sich die einzelnen Fachbereiche jedoch häufig noch schwer, was auch bei den Aufgaben Klimaschutz und Klimaanpassung deutlich wird. Aktuell geht er nicht davon ausgegangen, dass das in naher Zukunft passieren wird („Das muss wahrscheinlich – so schlimm wie das auch ist – dann doch schon mal die ein oder andere negative Umweltauswirkung geben, bevor man das dann merkt.“). So kommt es in Bielefeld zwar auch zu Starkregenereignissen, aber durch das Fehlen großer Fließgewässer halten sich diese Herausforderungen in Grenzen. Anders verhält es sich mit Problematiken wie Trockenheit und Hitzeinseln, die in der Innenstadt bestehen und in Beziehung zur Gesundheitsthematik stehen („Dass das natürlich eine Herz-Kreislauf-Geschichte für ältere Menschen ist, dass das für kleine Kinder super anstrengend ist, [...], da denkt halt erstmal keiner drüber nach.“). Maßnahmen der Klimaanpassung

und der Gesundheitsvorsorge werden jedoch nicht integriert betrachtet („Da müsste man viel mehr mit dem hiesigen Gesundheitsamt zusammenarbeiten. Und obwohl es zum gleichen Dezernat gehört wie das Umweltamt, haben die da – und das meine ich auch nicht despektierlich – garantiert überhaupt keine Kapazitäten frei, sich jetzt um so [...] ein neues Thema zu kümmern.“). So gilt es, eine stärkere Sensibilisierung für diese Zusammenhänge zu schaffen. Aktuell geht es jedoch verstärkt um die Nahmobilität, die sich ebenfalls an die Aspekte Gesundheit und Freiraum koppeln lässt („Das hat natürlich auch etwas mit grünen Wegen und grüner Infrastruktur zu tun. Was kann man zu Fuß erledigen? Warum nehme ich das Auto? Weiß ich vielleicht gar nicht, wie schnell ich durchs/ins Grün komme?“).

Akteur B3 berichtet, dass Klimaschutz und Klimaanpassung schon seit langer Zeit Themen in der Stadtplanung sind. Auch in der Wohnumfeldverbesserung spielt das eine wichtige Rolle. Er bestätigt, dass das Thema Gesundheit eher ein Resultat aus Verbesserungen – zum Beispiel städtebaulich durch die Freiraumentwicklung oder in Zusammenhang mit dem demographischen Wandel – ist und nicht explizit berücksichtigt wird: „Wenn ich eine Freiraumausstattung verbessere, dann lebt es sich irgendwie auch gesünder. [...] Aber ausdrücklich sind Fragen der Gesundheit in der Stadtentwicklung eigentlich nicht thematisiert worden.“ Auch die Zusammenarbeit mit anderen Fachbereichen ist unterschiedlich stark und könnte noch ausgebaut werden. Dafür ist jedoch ein Problembewusstsein Voraussetzung („Es gibt aber auch einfach Ämter und Dezernate, zu denen man etwas mehr Distanz hat. Da muss sich das auch ein Stück weit entwickeln. Das ist zum Beispiel [bei den Beziehungen] zum Gesundheitsbereich auch so. Es muss auch erst mal erkannt werden, dass das auch eine Frage von Stadtteilentwicklung und von Quartiersentwicklung ist.“). Auch beim gemeinsamen Arbeitskreis von Universität, Stadt und privaten Akteuren sind zwar der Umweltbereich und der Planungsbereich, jedoch nicht der Gesundheitsbereich vertreten, obwohl dieser Themenbereich Berücksichtigung findet („Wenn wir auf die Verkehrsbelastungen in den Straßenräumen gucken, hat das was [mit Gesundheit] zu tun.“).

Akteur B5 berichtet ähnlich wie Akteur B3, dass für die innerstädtische Klimaproblematik ein Problembewusstsein herrscht und dieser Faktor auch in der Freiraumplanung berücksichtigt wird. Die Bedeutung von grüner Infrastruktur für die Klimaanpassung wurde dabei erkannt („Das sieht man auch gerade im Innenstadtbereich, wo wir jetzt auch schon eine Hitzeinsel und überwärmte Bereiche haben, wo wir dann natürlich auch im Rahmen von städtebaulichen Planungen versuchen, Grün einzubringen.“). So wird beispielsweise die Wahl der Begrünung darauf abgestimmt, um dadurch den Erwärmungsprozess abzubremsen. Auch durch die Wahl der Baumarten wird darauf reagiert, dass es in den Innenstädten wärmer wird. Ein weiterer Aspekt, der Berücksichtigung findet, ist die Tatsache, dass die Innenstädte an Attraktivität als Wohnstandort gewinnen. Dadurch erhöht sich der Druck auf die Freiflächen („Man muss aufpassen, dass man nicht noch seine letzten Freiflächen verbaut und dadurch wieder das Ganze ins Gegenteil verkehrt.“). Für das Thema "Grün und Gesundheit" sieht er am ehesten über den Sportbereich Kooperationsmöglichkeiten: „Wir wissen ja alle, dass Bewegung mehr positiv als negativ ist. Und daneben [besteht] die Wirkung, die das Grün auf Körper, Geist und Seele hat. Und die Aktivitäten, die man dort macht, sind eigentlich als Ausgleich sehr positiv zu sehen.“ Dabei verweist er auf eine Umfrage der Universität, die die Zusammenhänge von Bewegung im Grünen und einer gesundheitsfördernden Wirkung bzw. den Stressabbau zum Gegenstand macht.

## **Aktivitäten von städtischer, unternehmerischer und privater Seite**

### ➤ *Stadt- und Freiraumentwicklung*

Einige Akteure aus der Verwaltung berichten, dass zwar noch viele Projekte im Bereich der Freiraumentwicklung umgesetzt und auch als äußerst wichtig erachtet werden, diese jedoch vor allem über Mittel der Städtebauförderung finanziert werden, da die Kommune einen Nothaushalt hat. Diverse Projekte werden näher vorgestellt. Auch andere Akteure nehmen wahr, dass weiterhin in den Freiraum investiert wird. Kooperationen und Austausch finden zum einen über verschiedene Arbeitskreise und Projekte mit der Universität und zum anderen mit den umliegenden Kommunen statt. Letztere beschäftigen sich vor allem mit dem Thema Klimaschutz.

Akteur B1 berichtet, dass das Grünflächennetz zum Teil sogar noch ausgebaut wird. Dies geschieht oftmals im Zusammenhang mit der Ausweisung von Sanierungsgebieten. Beispiele dafür sind der Kesselbrink oder ein Park im Stadtteil Sieker, die näher erläutert werden: „Das sieht man in dem Moment, wo mitten in der Innenstadt ein vorher wirklich potthässlicher Platz umgestaltet wird, [...], der jetzt mit viel mehr Grün versehen ist, als es ursprünglich der Fall war. [...] Oder wenn dann in Sieker ein gesamtes Quartier in einer groß angelegten Sanierungsmaßnahme mit einem ganz neuen Park versehen wird.“ Weiter berichtet er über die Entwicklungen im Stadtteil Sennestadt. Dabei handelt es sich um ein großes Sanierungsgebiet im Südosten der Stadt jenseits des Teutoburger Waldes („Dieses Gebiet wird gerade komplett saniert [...] und in dem Zuge weiß ich, dass auch das Grünraumsystem nochmal überdacht wird, weil man dort ohnehin gerade im großen Stile eingreifen muss.“). Zudem besteht mit den Arbeiten an der Bielefelder Universität ein großes Projekt, bei dem die Grünraumanbindung ebenfalls eine Rolle spielt („Da werden dann Klimaschutz- und teilweise auch Klimaanpassungsmaßnahmen direkt miteinander gedacht.“). Darüber hinaus kommt er auf die Freilegung der Lutter zuspochen. Auch im Stadtteil Bethel wurde ein Gewässer vor Jahrzehnten komplett unter die Erde verlegt. Heute überlegt man ebenfalls, ob Teile davon wieder freigelegt werden können.

Akteur B2 bezieht sich in erster Linie auf Maßnahmen des Klimaschutzes und berichtet von Klima- und Solarsiedlungen, die in der Stadt bestehen. Zudem spielen Klimaschutzthemen bei den Bebauungsplänen eine Rolle. Klimaanpassung wird in der Politik weniger als Schwerpunkt gesehen, obwohl seitens der Verwaltung die Bedeutung solcher Maßnahmen bekannt ist („Die Politik wiederum findet das Thema Klimaanpassung überhaupt nicht wichtig. Wir haben eine bestimmte 20-seitige Vorlage in den Ausschuss gebracht und die wurde nicht mal zur Kenntnis genommen.“). So wäre es denkbar, dass man daran arbeitet, mehr Dachbegrünung oder Wasserelemente in den Innenstadtbereich zu integrieren. Da Bielefeld selbst klimatisch jedoch relativ gut dasteht, könnte das der Grund dafür sein, dass aktuell kein Handlungsbedarf gesehen wird. Dennoch wird darauf geachtet, keine Frischluftschneisen zu verbauen („Das wird schon gemacht, aber das [passiert] alles nicht unter diesem Deckmantel der Klimaanpassung.“). Weiter hat Bielefeld ein Handlungsprogramm Klimaschutz aufgestellt, wobei das Thema Klimaanpassung allerdings nicht integriert wird. Im Bereich des Klimaschutzes besteht auch ein Austausch mit dem Umland, wie er berichtet: „Wir machen in ganz Ostwestfalen-Lippe immer zwei Mal im Jahr einen Austausch, wo sich alle, die sich mit dem Klimaschutz befassen, treffen.“

Wie schon Akteur B1 gibt auch Akteur B3 an, dass viele Projekte aus finanziellen Gründen nur noch mit Hilfe der Städtebauförderung umgesetzt werden können. Durch die Haushaltslage der Stadt werden die Projekte zu 80 Prozent gefördert. Der Anteil an Eigenmitteln beträgt somit lediglich 20 Prozent. In den Maßnahmen sieht er ein Wirtschaftsförderungsprogramm für die Stadt („Wir sagen

immer, dass ein Euro in der Städtebauförderung ungefähr acht Euro private Investition zusätzlich auslöst.“). Seit dem Jahr 2008 fokussiert die Stadt Bielefeld den Stadtumbau intensiv. So wurde für die gesamte Stadt ein städtebauliches Entwicklungskonzept aufgestellt, das auch die demographische und wirtschaftsstrukturelle Entwicklung berücksichtigt. Dabei wurde der städtische Freiraum als ein zentraler Baustein und Schlüsselthema für die Stadtentwicklung identifiziert („Wir haben auch gesagt, dass wir auch viel stärker mit der stadträumlichen Vielfalt in dieser Stadt arbeiten müssen. Das müssen wir nutzen, um uns auch insgesamt zu profilieren und da ist der Freiraum immer ganz zentral.“). Das ist nicht zuletzt deswegen von Bedeutung, da der Freiraum den Eindruck über die Stadt prägt („Wenn ich irgendwo hinkomme, und dann sehe ich da einen völlig verwahrlosten öffentlichen Raum, dann habe ich gleich einen Eindruck davon, wie die Stadt tickt und wie die Stadt denn ist.“). Aus diesem Grund wird im gesamten Stadtgebiet daran gearbeitet, die öffentlichen Räume zu verbessern und die Übergänge in die Freiräume mit zu bedenken. Dennoch stellt es sich seiner Erfahrung nach als äußerst schwierig dar, für die Thematik bei den Menschen ein Verständnis zu schaffen („Aber wie transportiert man diese Botschaft?“). Als Herausforderung empfindet er zudem, eine richtige Schwerpunktsetzung zu finden, Weitblick zu behalten und alle Belange abzuwägen, was oftmals zu Diskussionen führt („Das ist so die Frage, inwieweit man sich auch auf so eine etwas weitere Perspektive gedanklich einlässt oder nicht. Das sind so Diskussionen, die wir auf kommunaler Ebene ständig führen.“). Gerade Befürworter von Maßnahmen im Bereich der grünen Infrastruktur zu finden wird problematisch, wenn man aufgrund mangelnder finanzieller Ausstattung kaum noch Schlaglöcher reparieren kann („Wenn man Grün wirklich auch als Standortfaktor sieht und das auch nutzen will, dann muss man sehr stark dafür werben, dass die Gelder dann auch wirklich bleiben und nicht in das Schlagloch oder irgendwelche andere Dinge reingehen.“).

Die Akteure B4abc sprechen das Handlungsprogramm Klimaschutz an, das bei den entsprechenden Akteuren aus Verwaltung, Politik und Wirtschaft bekannt ist und von der Stadt auch beworben wird. Zudem sind ihnen Konzepte für Gewerbegebiete bekannt, die auf Nachhaltigkeit ausgerichtet sind. Bei diesem Projekt wird laut Akteur B4c versucht, „das ein bisschen einzusetzen und auch damit Standortwerbung zu machen oder das zumindest den Leuten ein bisschen in die Köpfe zu bringen.“ Zwar wird es als sinnvoll angesehen, Gewerbegebiete nachhaltiger zu planen, jedoch müssen dabei auch die harten Faktoren stimmen (Akteur B4a: „Dass man dann Gewerbegebiete auch grün und nachhaltig plant und vielleicht mit zum Teil autarker Energieanbindung, also mit eigenen regenerativen [Energien] oder BHKs [ausstattet], ist gut und zukunftssträchtig, aber das eine wird nicht ohne das andere gehen.“). Die Entwicklung der städtischen Grünstrukturen wird von den Akteuren B4abc generell als gut bewertet, wobei die Stadt von ihrer guten Ausgangssituation profitiert (Akteur B4a: „Dadurch, dass diese natürliche Geschichte mit dem Teutoburger Wald da ist, muss man natürlich nicht so wahnsinnig viel drauflegen.“). Über eine konkrete Entwicklung im Freiraum wird mit der Freihaltung der B66n berichtet, zu der Akteur B4a sagt: „Dieser Bereich ist auch im Flächennutzungsplan als Grünzug freigehalten worden. Offiziell [ist das passiert,] um die Trasse für eventuelle Neubauvorhaben doch wieder erwecken zu können. [...] Allerdings formt sich das gerade als Grüngürtel oder als Grünzug um und erhält natürlich auch eine gewisse Grünqualität und ist dann eigentlich nicht mehr wirklich überwindbar.“

Akteur B5 berichtet hauptsächlich von einem großen Projekt in der Freiraumplanung, was sich *StadtParkLandschaft* nennt und die Freiraumqualitäten ins Bewusstsein rufen soll („*StadtParkLandschaft* ist ein Projekt, was auch das Bielefelder Grün als Markenname und

Qualitätsmerkmal nach außen bewerben will.“). Dieses Projekt wurde auch von den Akteuren B1 und B4abc erwähnt. Es soll dazu beitragen, ein grünes Netzwerk zu etablieren, das auch als Kulisse für verschiedene Aktivitäten, Veranstaltungen und den Sport dient („Grüne Wege verbinden Stadtteile. Insofern [ist die Absicht], das auch bewusst zu machen, wie vielfältig dieses Grün ist und wozu es überall genutzt werden kann. [Es dient] zum Ausruhen, zum Laufen, zum Joggen [und] klimatische Aspekte spielen eine Rolle.“). So soll die Nutzungsvielfalt urbaner Freiräume herausgearbeitet und eine Steigerung der Wertschätzung herbeigeführt werden. Weiter bestätigt er wie bereits die Akteure B1 und B3, dass viele Maßnahmen mit Hilfe der Städtebauförderung umgesetzt werden, da die kommunale Haushaltslage sehr angespannt ist („Beim grünen Band, dem grünen Kesselbrink, Stadtumbau Sieker und Siekerpark haben wir sehr viel ins öffentliche Grün investiert, was wir sonst in diesem Rahmen nie hätten machen können.“). Zudem erwähnt er den Masterplan, der für die Innenstadt erstellt wurde. Er dient der Bestandserhebung und zeigt, was planerisch noch möglich bzw. sinnvoll ist. Kooperationen innerhalb der Verwaltung sieht er vor allem zwischen dem Umwelt- und dem Sportbereich („Das ist seit einigen Jahren ämterübergreifend.“). Über eine Sportpauschale besteht sogar die Möglichkeit, Fitnessstationen zu schaffen. So ist in Sennestadt ein kleiner Trimmparcours entstanden. Aktuell ist im sogenannten Bultkampgrünzug eine alte Sportanlage aufgegeben und umgenutzt worden („Da gibt es Parcours, Boule-Anlagen und eine BMX-Bahn. [Das ist] also auch für jedermann zugänglich.“).

➤ *Aktivitäten von privater und privatwirtschaftlicher Seite bezüglich "grüner" Themen*

Mehrere Akteure berichten, dass es Bielefelder Unternehmen gibt, die ein Interesse daran haben, das Image der Stadt und ihr eigenes Image zu verbessern, und die sich deswegen an verschiedenen Projekten beteiligen. Einige Aktivitäten liegen auch im Bereich der grünen Infrastruktur. Auch Privatleute und ein Verein engagieren sich für das Stadtgrün. Ein Akteur merkt jedoch an, dass er in diesem Bereich Schwierigkeiten sieht. So könnte sehr schnell die Gefahr von Korruption aufkommen, wenn sich Unternehmen verstärkt in den öffentlichen Raum einbringen würden.

Nach Einschätzung von Akteur B1 haben die Bielefelder Unternehmen ein generelles Interesse an einer Aufwertung Bielefelds („[Im Bereich Stadtentwicklung] geht es dann ja auch um die Imageaufwertung der Stadt bzw. um die Profilierung der einzelnen Unternehmen.“). So unterstützen sie zum Beispiel städtische Parkanlagen („Da fließen natürlich auch entsprechende finanzielle Mittel rein.“). Seinen Ausführungen nach engagieren sich nicht nur die großen Unternehmen wie Schüco oder Dr. Oetker, sondern auch viele kleinere Unternehmen sowie Privatleute für die Freiräume der Stadt. Weiter berichtet er vom Tierpark in Olderdissen. Für den Park wird keine Eintrittsgebühr erhoben („An schönen Wochenendtagen hat man das Gefühl, dass sich halb Bielefeld in diesem Park aufhält. [...] Das ist alles nur möglich, weil die ganz explizit und auch im großen Stil von Bielefelder Unternehmen gefördert werden.“). Zudem nennt er mit der *StadtParkLandschaft* ein städtisches Projekt, was bereits Erwähnung fand. Diese Initiative wurde vor einigen Jahren angestoßen, um Bereiche des Teutoburger Waldes (die Sparrenburg auf der einen Seite und die Johannesburg auf der anderen Seite) als visuelle Kontrapunkte in der Stadt zu modernisieren. Vor allem der Johannesberg war kaum zugänglich, bevor diese Parklandschaft wieder freigestellt wurde. Hierbei kam es ebenfalls zu Sponsoring-Aktivitäten („Da hat man auch das Gefühl, dass diese Bielefelder Unternehmen diesbezüglich auch recht aktiv sind, finde ich zumindest.“).

Akteur B2 berichtet lediglich von Unternehmen, die sich bezüglich des Klimaschutzes im Rahmen vom Projekt Ökoprotit engagieren („Und das nicht nur als "green washing", sondern die haben auch

tatsächlich Investitionen in dieser Art und Weise betrieben.“). Neben dem Imagegedanken haben gerade Familienunternehmen auch ein Verantwortungsgefühl für den Standort. Akteur B3 berichtet lediglich, dass es neben dem Verein *Pro Grün*, der sich für die Entwicklung der Grünstrukturen in Bielefeld einsetzt, immer mal wieder Sponsoring-Aktivitäten gibt. Dabei gibt es jedoch keine systematische Zusammenarbeit auf diesem Gebiet.

Wie Akteur B2 nennen auch die Akteure B4abc das Projekt Ökoprofit, durch das einige Bielefelder Unternehmen in die Klimaschutzthematik involviert sind. Ihrer Einschätzung nach könnten solche Themen für die Arbeitskräftegewinnung wegen der Imagewirkung in Zukunft wichtiger werden. Einige Unternehmen unterstützen den Tierpark Olderdissen oder die Freilegung der Lutter. Akteur B4c kann wie schon Akteur B1 berichten, dass der Tierpark Sponsoren hat, die Tierparkgehege oder Sitzgelegenheiten finanzieren. Grünflächen dienen einigen Unternehmen auch zu repräsentativen Zwecken. Akteur B4a berichtet, dass es Unternehmen wie Seidensticker gibt, die Gärten oder Parks haben („Das fand ich dann schon ganz interessant, dass es so was tatsächlich auch gibt, und dass das den Mitarbeitern zur Verfügung steht.“). Inwiefern dieses Angebot angenommen wird, kann er jedoch nicht sagen. Bei neukonzeptionierten Gewerbestandorten in der Region ist die Integration von Freiraumstrukturen seiner Beobachtung nach kaum gegeben. Weiter berichtet er über eigene Aktivitäten: „Wir haben seit ungefähr 20 Jahren [...] eine eigene Umweltstiftung. [...] Und deswegen fördern wir mit einem kleinen, bescheidenen Stiftungsgrundkapital kleinere Projekte. Und da haben wir uns auch schon mal mit einem Geldbetrag in die Lutterteilsanierung eingebracht.“). Er vermutet, dass sich diese Aktivitäten positiv auf das Image der Region und damit auch auf das Image Bielefelds auswirkt.

Akteur B5 führt wie schon Akteur B3 den Verein *Pro Grün* an, der Projekte wie die Lutterfreilegung unterstützt („*Pro Grün* hat sich ja auch für die Offenlegung der Lutter starkgemacht, um auch deutlich zu machen, dass Bielefeld im Innenstadtbereich auch einen Bach und ein Gewässer hat, was man eben fast gar nicht sieht. Das ist jetzt noch in der Planung begriffen.“). An der Stelle erwähnt er einen Ratsbeschluss, der besagt, dass der Stadt Bielefeld dadurch keine investiven Kosten entstehen dürfen. Ein Engagement durch die Wirtschaft schätzt er generell als korruptionsgefährdet ein („Wir müssen da auch immer ein bisschen vorsichtig sein, wenn Firmen irgendwas für uns machen. Das ist immer schnell die Schnittstelle zur Korruption.“). Es gibt aber die Idee, Spendenaktionen zu initiieren. So werden Gelder gesammelt, um ein Informationssystem am Johannisberg zu etablieren („Das heißt, wir wollen auf Stelen oder auch auf Pulten Informationstafeln aufstellen, [auf denen] es dann darüber Informationen gibt, was dort passiert, was dort war und ist. Das ist auch politisch beschlossen worden.“). Einige unterstützende Personen wurden bereits gefunden.

### ***Standortmarketing unter Einbezug "grüner" Themen (Potenziale und Hemmnisse)***

Einige Akteure berichten, dass Bielefeld lange Zeit damit geworben hat, die Stadt am Teutoburger Wald zu sein, ohne diesbezüglich ein klares Konzept zu verfolgen oder eine Verknüpfung zu Themen wie Stadtklima, Tourismus oder Lebensqualität zu schaffen. Ein neuer Ansatz ist mit dem Projekt *StadtParkLandschaft* entwickelt worden, was diese Qualitäten in den Vordergrund rücken soll. Das ist laut einiger Akteure jedoch kein Thema im offiziellen Marketing der Stadt, sondern lediglich im entsprechenden Fachbereich angesiedelt. Die Akteure B4abc geben hierzu keine Einschätzung ab.

Was das Standortmarketing unter Einbezug grüner Infrastruktur angeht, so thematisiert Bielefeld laut Akteur B1 die Lage am Teutoburger Wald. Daneben rückt die Stadt auch ihre Unternehmensstruktur

in den Vordergrund („Neben dem Grün, neben dem Teuto, wirbt Bielefeld natürlich auch mit den international tätigen Unternehmen.“).

Tätigkeiten im Bereich des Klimaschutzes sind laut Akteur B2 kaum ein Thema der Vermarktung, obwohl ein Einbezug seiner Meinung nach sinnvoll wäre: „Ich glaube, da könnte Bielefeld noch deutlich mehr machen. Das liegt aber auch ganz deutlich an einem organisatorischen Problem [...]. Andere Klimaschutzmanager oder Klimaschutzbeauftragte sind häufig Stabsstellen beim Oberbürgermeister oder mindestens in dem Dezernat. Und das ist bei uns nicht der Fall. Und das ist manchmal ein Nachteil, dass man mit seinen Themen nicht ganz durchdringt. Ansonsten haben wir schon einen Oberbürgermeister, der das durchaus auch nach vorne trägt.“. Es wird aber zum Beispiel mit dem Status der European Energy Award Goldkommune geworben.

Akteur B3 berichtet, dass das urbane Grün zwar ein Thema ist, mit dem sich Bielefeld präsentiert. Es scheint für ihn aber so, als ob man aktuell nach einer Identität sucht. Das erläutert er wie folgt: „Das Grün ist natürlich ein großes Thema [mit der] *StadtParkLandschaft*, aber das kommt jeweils sehr stark aus der fachlichen Richtung. Also ein übergeordneter Slogan, wofür wir als Stadt Bielefeld eigentlich stehen, ist im Moment sehr schwer zu benennen.“ Früher galt Bielefeld als ‚die freundliche Stadt am Teutoburger Wald‘. Heute findet dieser Slogan kaum noch Verwendung. Gerade im Bereich der Grünstrukturen bleibt seiner Einschätzung nach viel Potenzial ungenutzt, wie er darlegt: „Ich denke manchmal, dass wir die Landschaftsräume hier in Bielefeld touristisch noch viel besser erschließen könnten. Wir sind natürlich in die Marketingaktivitäten der Tourismusverbände eingebunden, aber das fokussiert sich schon auch sehr auf den Teutoburger Wald als solchen. [...] Das Projekt vom Umweltamt *StadtParkLandschaft* zielt ja darauf hinaus, das Grünsystem in der Stadt ein bisschen stärker zu profilieren und auch besser als Marketinginstrument zu nutzen, aber ich finde, da haben wir hier in Bielefeld schon noch Entwicklungsbedarf, das noch stärker aufzugreifen.“

Obwohl es Projekte wie *StadtParkLandschaft* gibt und die Bemühungen des betreuenden Amtes dort groß sind, bestätigt Akteur B5 die Einschätzung von Akteur B3, dass die Thematik der grünen Infrastruktur im regulären Stadtmarketing nicht auftaucht („Das Stadtmarketing macht [das Grün] leider auch nicht immer zu ihrem Thema und da bleiben insofern nur wir als Nicht-Fachleute, die versuchen, [...] Aktivitäten im Freiraum zu befördern, zu bewerben und darauf aufmerksam zu machen, was da alles passiert.“). Der Ansatz, die urbanen Freiräume der Stadt stärker in die Vermarktung mit einzubeziehen, besteht seit dem Jahr 2004 („Es hat auch ein Gutachten gegeben, wo untersucht wurde, wie sich Bielefeld in Hinblick auf das Grün besser vermarkten kann.“). Die Umsetzung erfolgt hauptsächlich durch das Umweltamt, das Sportamt und das Amt für Jugend und Schule („Das heißt also, dass man sich auch interdisziplinär zusammensetzt und guckt, wie wir das Grün bewerben können.“). Ziel ist es, durch diese Arbeit Defizite im Stadtmarketing zu schließen.

### ***Grüne Infrastruktur: Bedeutung für Standorte und deren Marketing***

Generell teilen die Akteure die Meinung, dass die grüne Infrastruktur ein Standortfaktor für die Stadt ist. Dennoch ist die Gewichtung des Wertes unterschiedlich. So ist ein Akteur der Auffassung, dass das Grün vor allem für die Lebensqualität der Menschen und auch für Städte wegen des Einflusses auf das Image eine Rolle spielt. Andere Stimmen sehen aus einer anderen Perspektive auf die Fragestellung. Sie sind der Meinung, dass grüne Infrastruktur kein Grund ist, um in eine Stadt zu kommen, diese jedoch dafür sorgen kann, dass sich Menschen an einem Standort wohlfühlen und dort bleiben. Dritte gehen davon aus, dass eine attraktive Freiraumstruktur niemals allein

ausschlaggebend sein wird, aber Standortentscheidungen zumindest beeinflussen kann. Zudem ist ein Akteur der Meinung, dass man die Qualitäten, die Bielefeld besitzt, auch nach außen tragen sollte. Bislang fehlt jedoch ein Konzept, wie man das sinnvoll tun könnte.

Akteur B1 kommt zu dem Ergebnis, dass grüne Infrastruktur vor allem für die Bewohnerinnen und Bewohner und deren Lebensqualität sowie deren soziale und gesundheitliche Belage eine Rolle spielt. Damit ist sie auch für das Image von Städten wichtig, wobei dieser Gedanke seiner Meinung nach nicht rein unternehmensorientiert erfolgen sollte: „Indem wir die städtischen grünen Infrastrukturen erhalten, fördern [und] teilweise weiter ausbauen, sorgen wir dafür, dass die innerstädtische Qualität [und] die Lebensqualität erhöht werden, dass sich die Menschen unterschiedlicher sozialer Struktur [und] unterschiedlicher kultureller Historie dort aufhalten können [...], weg von der reinen Unternehmensorientierung, hin zu der Imageorientierung für die Städte und für die Orientierung an den Bedürfnissen der Bewohnerinnen und Bewohner.“

Akteur B2 zieht als Fazit, dass der Einsatz von "grünen" Themen im Standortmarketing für sinnvoll gehalten wird und verweist auf das Beispiel Freiburg („Also diese Vermarktung nach außen ist [in Freiburg] in diesem Gesamtpaket unglaublich gut. Und deswegen glaube ich, kann man da in der Hinsicht garantiert auch noch ordentlich eine Schippe drauflegen und das verbessern.“). Was die Frage nach dem Wert als Standortfaktor betrifft, so ist sie seiner Meinung nach nicht der ausschlaggebende Punkt, in eine Stadt zu kommen, aber vielleicht um dort zu bleiben. („Also die Jobs müssen vorhanden sein. Aber man bleibt vielleicht gerne, wenn man dann da ist und den Standort oder die Stadt kennen und lieben lernt.“).

Akteur B3 sagt abschließend, dass die grüne Infrastruktur ein Standortfaktor ist und zwangsläufig ein Thema für das Standortmarketing sein muss, zumal die Potenziale gegeben sind. Dabei ist sowohl der Handlungsbedarf, als auch der Anteil an Entwicklungen, die bereits vollzogen wurden, hoch. Bis jetzt münden alle Bemühungen jedoch noch in kein Gesamtkonzept, wie er findet: „[Es wird deutlich], dass das bisher nicht so richtig in ein Gesamtbild der Stadt Bielefeld gemündet ist. Ich glaube, es gibt unheimlich viele Themen, ob das jetzt an der Uni ist oder in der Stadt, die sich mit Nachhaltigkeitsfragen [und] Klimaanpassungsfragen, also eigentlich mit Zukunftsthemen beschäftigen, die aber im Standortmarketing eigentlich gar nicht gebündelt sichtbar werden.“

Auch wenn sie nach Aussage der Akteure B4abc nicht an erster Stelle steht, so ist die grüne Infrastruktur ein Standortfaktor und ein Thema für das Standortmarketing in Bielefeld, zumal die Ausgangssituation mit der Lage am Teutoburger Wald sehr gut ist. So kommt Akteur B4a zu dem Schluss: „Wenn es dann dazu führt, dass das ein oder andere Unternehmen oder der ein oder andere Mitarbeiter deswegen nach Bielefeld kommt, was gäbe es Besseres?“ Und Akteur B4b ergänzt: „Wenn Bielefeld dann vielleicht ein Merkmal hat, dann ist es eine Großstadt – [...] – im Grünen. [...] Wenn man sozusagen irgendwelche Unique Selling Points sucht, dann ist das vielleicht einer.“

Laut Akteur B5 sollten die Grünstrukturen der Stadt gekoppelt an andere Themen Teil des Standortmarketings sein, da sie einen Standortfaktor darstellen. So sagt er abschließend: „Unter diesem Motto wird ganz viel vermarktet. Und dann denke ich, das würden Sie ja nicht tun, wenn das keine Rolle spielen würde [...]. Insofern denke ich schon, dass da das Interesse groß ist, und dass es auch wichtig ist, darauf abzielen. Es ist ja ein Konglomerat aus ganz vielen Aspekten.“

## 7.3 Bonn

### **Standortwahrnehmung**

#### ➤ *Bild des Standortes*

Insgesamt haben alle Akteure ein positives Bild von Bonn, das unter anderem durch die landschaftliche Qualität sowie die Lebensqualität und die angenehme Größe geprägt wird. Zu dieser Einschätzung kommt auch Akteur C2 („Bonn ist eine unwahrscheinlich grüne, landschaftlich qualitätsvolle Stadt mit kurzen Wegen, mit Rhein und Siebengebirge und mit einer entsprechend hohen Lebensqualität.“). Ähnliche Assoziationen hat Akteur C8, der neben dem hohen Bildungs- und Einkommensniveau ebenfalls die Lebensqualität der Stadt erwähnt, zu der die landschaftliche Qualität beiträgt: „[Es gibt eine] vielfältige [und] schöne Naturlandschaft mit dem Siebengebirge [und] mit dem Rheintal.“ Akteur C3 hebt besonders hervor, dass es in Bonn einen guten Mix aus Stadt und Nähe zur Natur gibt („Wenn Sie die Dinge des alltäglichen Lebens und ein bisschen städtisches Flair haben wollen, dann können Sie das haben. Wenn Sie Ruhe und Frieden haben wollen, setzen Sie sich ins Auto oder in die Bahn und sind in 15 Minuten raus aus diesem Gefühl und sind, egal in welche Richtung Sie fahren, im Grünen, im Ländlichen und können dort Ruhe tanken.“). Gerade für Familien ist das seiner Meinung nach von Vorteil.

Akteur C5 hatte zuerst kein besonders positives Bild von der Stadt. Auf den zweiten Blick hat er jedoch festgestellt, dass Bonn viele Qualitäten zu bieten hat („Aber aufgrund dessen, dass Bonn eine so internationale Stadt ist, [...] die ideal zwischen Siebengebirge, Rhein, letztendlich Eifel und Vorgebirge liegt, hat es dadurch, dass es auch so grün ist, einen ganz angenehmen, fast noch dörflichen Charakter bewahrt.“). Auch Akteur C6 findet, dass die Stadt einen dörflichen und grünen Charakter hat und alles zu Fuß und mit dem Fahrrad gut erreichbar ist („Bonn ist ein großes Dorf mit glücklicherweise noch vielen Grünflächen.“).

Akteur C7 hält Bonn sogar für die unterschätzteste Stadt Deutschlands. Trotz großer Potenziale ist die Außenwahrnehmung nicht entsprechend der städtischen Qualitäten („Gerade was das Thema Marketing und Außenwahrnehmung angeht, wird Bonn im In- und Ausland nicht richtig wahrgenommen.“). Wie Akteur C7 ist auch Akteur C10 der Meinung, dass Bonn eine unterschätzte Stadt ist („Das ist noch so ein bisschen dieses Hauptstadtimage [als] langweilige, aber auch gemütliche, beschauliche Beamtenstadt.“). Er selbst sieht die Stadt heute viel positiver („Ich finde, Bonn hat auch in der Entwicklung schon eine gewisse Dynamik.“). Akteur C9 hat vor allem aus immobilienwirtschaftlicher Sicht ein positives Bild von Bonn, das er als B+-Standort bezeichnet („Es gibt diese sechs, sieben A-Standorte und dann kommt sofort Bonn.“). Seiner Einschätzung nach profitiert die Stadt diesbezüglich vor allem vom Kulturangebot und ihrem Wirtschaftsprofil. Einen ähnlichen Eindruck teilt Akteur C11, der auch das Kulturangebot und die Internationalität positiv hervorhebt („Unser Kulturleben hier in Bonn kann sich wirklich sehen lassen.“).

#### ➤ *Harte und weiche Standortfaktoren, Alleinstellungsmerkmale und Nachteile des Standortes*

Als Alleinstellungsmerkmale Bonns nennen die Akteure Beethoven, die Bundesstadt und die Internationalität der Stadt. Als harte Standortfaktoren werden die Lage an der Rhein-Ruhr-Schiene, die Unternehmensstruktur, die Dichte an wissenschaftlichen Einrichtungen und die verkehrliche Anbindung gesehen. Zu den weichen Standortfaktoren zählen laut Ansicht der Akteure das Bildungsniveau, die Lebensqualität, die Innenstadt, das Freizeit- und Kulturangebot sowie die

landschaftliche Lage. Als negativ werden die politischen Verhältnisse empfunden, die kommunale Entscheidungen in der Vergangenheit oftmals blockiert haben. Zudem werden in der Außendarstellung so viele Themen bespielt, dass einige Akteure der Meinung sind, dass es schwierig sein wird, eine Marke zu fokussieren. Auch die Attraktivität für jüngere Menschen halten einige Akteur als ausbaufähig.

Viele dieser Faktoren werden auch von Akteur C1 genannt. So hält er beispielsweise die Lage an der Rhein-Ruhr-Schiene und die verkehrliche Infrastruktur für vorteilhaft („Was ich auch von anderen höre ist, dass Bonn sehr überschaubar ist, [...] andererseits aber doch nahe an Köln und Düsseldorf oder an der ganzen Rheinschiene bis zum Ruhrgebiet liegt, was sicherlich auch ein Vorteil ist.“). Zu den weichen Vorteilen zählt er die Innenstadt und die Kulturszene. Weiter empfindet er die landschaftliche Lage als einzigartig („Das höre ich auch immer wieder von Besuchern. Bonn liegt ja am Rhein mit Blick auf das Siebengebirge.“). Nachteile sieht er in den politischen Verhältnissen: „Die sind nicht gerade sehr glücklich, um Entscheidungen zu treffen.“

Zu einer ähnlichen Einschätzung kommt Akteur C2, der auch Faktoren wie eine gute Erreichbarkeit und Verkehrsanbindung und das hohe Bildungsniveau nennt („Jeder vierte Bonner Beschäftigte hat einen Hochschulabschluss, und das liegt weit über den Grenzen, die wir in NRW haben.“). Weiter sieht er Bonn als eine wachsende, weltoffene Stadt mit international agierenden Unternehmen und einer Dichte an Wissenschaftseinrichtungen. Er ist aber auch der Meinung, dass es der Stadt schwerfällt, eine Marke herauszubilden („Wenn man sieht, dass Bonn eigentlich so viele top Qualitäten hat, dass es schwierig ist, eine einzige Marke zu fokussieren, mag das dann auch die Schwäche sein, dass man im Profil des Standortes eine starke Blassheit erfährt.“). Zu den weichen Faktoren der Stadt zählt er ebenfalls die landschaftliche Qualität.

Die Akteure C3 und C4 bestätigen die gute Verkehrsanbindung (Akteur C3: „Die Infrastrukturanbindung, öffentliche Verkehrsmittel, Flughäfen ist nahezu optimal.“). Darüber hinaus sieht Akteur C3 aber Probleme bei der Einzelhandelsstruktur, die seiner Meinung nach eine zu geringe Qualität hat („Die Leute, die höher gestellte Positionen haben, [...], werden es schwer haben, in Bonn einen schönen Shoppingtag zu verbringen, weil das Angebot nicht dementsprechend ist.“).

Akteur C5 gibt an, dass Bonn vor allem als ehemalige Bundeshauptstadt und Beethovenstadt bekannt ist („Wenn ich Freunde und Bekannte von mir frage ‚Was ist hier typisch?‘, fällt vielen und auch mir das Thema Beethoven ein.“). Zu den weichen Faktoren zählt er die Lebensqualität in der Stadt. Noch vor dem kulturellen Angebot hält er das Angebot an Kindergärten und Schulen für wichtig und dass man insgesamt ein gutes Lebensumfeld hat. Dabei sieht er den Arbeitsmarkt an oberster Stelle, was die Standortwahl von Menschen betrifft. Gerade für Familien ist aber auch das Thema Freizeit und Sicherheit wichtig, obwohl das Sicherheitsgefühl durch verschiedene Vorfälle in Bonn abgenommen hat, wie er berichtet: „Auch gerade, wenn ich hier mit internationalen Gruppen unterwegs bin [...], dann sagten die immer, dass es so sicher und so toll ist. Die Aussagen kriege ich jetzt nicht mehr so.“ Auch was die Infrastruktur betrifft, werden Defizite erkannt. So liegt der öffentliche Personennahverkehr seiner Einschätzung nach eher im Mittelfeld.

Die Themen Bundesstadt, Beethoven und UNO-Stadt werden auch von Akteur C7 als Alleinstellungsmerkmale begriffen. Auch er bewertet die verkehrliche Infrastruktur, die Dichte an Forschungseinrichtungen und das Fachkräftepotenzial als gut und sieht im Kultur- und Freizeitangebot sowie in der landschaftlichen Umgebung Standortvorteile („Ich glaube, Bonn hat als

Tor zum Mittelrhein [...] unheimliche Potenziale, was das Thema Naherholung/Freizeit angeht.“). Gerade was die Nähe zum Rhein betrifft, werden seiner Auffassung nach jedoch viele Potenziale nicht ausgeschöpft. Zudem könnte das wirtschaftliche Klima verbessert werden, wie er sagt: „In vielen Teilen der Verwaltung – da nehme ich jetzt mal die Wirtschaftsförderung außen vor – werden die Belange der klein- und mittelständischen Unternehmen immer noch nicht berücksichtigt.“ Seiner Einschätzung nach ist das auch in der Geschichte der Stadt begründet: „Das ist einfach so, weil die Stadt in früheren Jahren durch den Bund verwöhnt worden ist und sich jetzt im Wettbewerb mit anderen Städten beweisen muss.“ So ist er der Meinung, dass die Stadt im Bereich des Stadt- und Standortmarketings besser und präsenter auftreten müsste („Es ist einfach nicht gelungen, sich auf bestimmte Faktoren, sei es Wirtschaft, Beethoven oder internationale Stadt, festzulegen.“).

Akteur C6 zählt neben der hohen Kaufkraft und der starken Mittelschicht ebenfalls das Freizeit- und Kulturangebot zu den Standortvorteilen, erkennt aber ähnlich wie Akteur C7 Defizite in der Vermarktung des kulturellen Bereichs („Positiv zu nennen ist die Kulturlandschaft, wobei das Beethovensthema von städtischer Seite nicht genug aufgegriffen wird.“). Zudem hält er die angespannte Haushaltlage für problematisch und in Hinblick auf die Bevölkerungsprognose und die bestehende Flächenknappheit merkt er kritisch an: „Aus meiner Sicht hätte man bei der Gemeindegebietsreform die ein oder andere Gemeinde mit nach Bonn einbeziehen müssen.“

Die Akteure C8, C9 und C10 verbinden mit Bonn ebenfalls die Bundesstadt und eine internationale Stadt. Daneben sehen sie in Bonn ähnlich wie Akteur C2 einen Dienstleistungsstandort mit vielen wissenschaftlichen Einrichtungen, einem hohen Bildungsniveau und einer guten Verkehrsanbindung. Wie viele andere Akteure werden im Kultur- und Freizeitangebot, im hohen Anteil an Grün und der Attraktivität der Innenstadt weiche Vorteile gesehen (Akteur C10: „Wenn ich hier mal so aus Bonn in das Landschaftsbild hineingucke, ist das Siebengebirge direkt vor der Tür [...]. Mitten durch die Stadt fließt der Rhein mit den tollen Rheinuferpromenaden.“). Als Nachteil könnte sich nach Einschätzung von Akteur C8 die einseitige Ausrichtung erweisen, falls einmal eines der großen Unternehmen den Standort verlassen würde („Dann könnten Standortentscheidungen dazu führen, dass Bonn geschwächt wird.“). Eine ähnliche Gefahr sieht auch Akteur C9: „Ökonomisch betrachtet wäre es jetzt dringend daran zu überlegen, was passiert, wenn jetzt mal doch irgendwann die Entscheidung käme, [...] die Hardthöhe und im Endeffekt diese ganzen anderen Geschichten in die Hauptstadt [zu] verlagern.“ Wie schon von Akteur C6 angesprochen, erkennt auch Akteur C10 in der Flächenknappheit eine Problematik, da Bonn weiter Bevölkerungswachstum verzeichnen wird („Wenn der Bonner Bogen voll ist, wenn die Achse an der B9 dicht gelaufen ist, können größere Entwicklungen eigentlich nur noch bei den Bestandsimmobilien angestoßen werden und bei dieser niedrigen Leerstandsquote, die Bonn aufweist, ist das Thema Bestandsimmobilien natürlich auch nur begrenzt verfügbar.“). Zudem ist auch Akteur C10 der Meinung, dass die Außenwahrnehmung verbesserungswürdig ist: „Wenn man den Leuten mal erzählt, dass Bonn von der Marktkapitalisierung mit den DAX-Unternehmen an einer der vordersten Stellen in Deutschland hinter Frankfurt und Hamburg oder München liegt, glaubt das kein Mensch.“

Wie schon andere Akteure gesagt haben, hält auch Akteur C11 Bonn für einen unterschätzten Standort. Weiter wird Bonn auch von Akteur C11 vor allem als Beethovenstadt und Standort der UNO gesehen, wobei sich im Bereich der nachhaltigen Entwicklung ein spezielles Cluster entwickelt hat („Nachhaltigkeit ist ein top Aspekt. Insofern spielt natürlich auch die grüne Infrastruktur eine Rolle.“).

➤ *Einschätzungen zur Attraktivität des Standortes*

Bis auf Akteur C12, der zu dieser Frage keine Einschätzung abgibt, nehmen alle Akteure den Standort Bonn als attraktiv wahr, was auch das Bevölkerungswachstum zeigt. Dabei kann die Stadt zum Beispiel mit der Bildungslandschaft, der Unternehmensstruktur oder der Lage an Rhein und Siebengebirge sowie dem damit verbundenen Freizeitangebot und der Lebensqualität punkten. Zwei Akteure berichten aus eigener Erfahrung, dass sie Unternehmen bzw. hochqualifizierte Beschäftigte kennengelernt haben, die sich aus diesen Gründen speziell für Bonn entschieden haben. Das Angebot für junge Leute und die Außenwahrnehmung halten einige Akteure jedoch für verbesserungswürdig. Letzteres kam bereits zur Sprache und wird nochmals betont.

Laut Akteur C1 wird Bonn als eine attraktive Stadt empfunden. Er kann aus eigener Erfahrung berichten, dass in Bereichen wie dem Bonner Bogen die Attraktivität des Standortes bei der Standortwahl für einige Unternehmen eine entscheidende Rolle gespielt hat: „Ich denke da an die Betriebe, die an der [ehemaligen] Zementfabrik [am Bonner Bogen] angesiedelt worden sind. [...] [Das] wäre ja vielleicht interessant, die Leute da zu fragen, warum sie denn gerade hier hingekommen sind. Und dann glaube ich, dass man ganz schnell ‚Natürlich wegen der Nähe zum Rhein und wegen dieses tollen Landschaftsbildes‘ hört.“ Für die Beschäftigten und ihre Familien sind das Angebot an Schulen und Kindergärten und das Thema Sicherheit bedeutsam. Diesbezüglich wird Bonn als attraktiv eingeschätzt. Ein Punkt, der oftmals bemängelt wird, ist die fehlende Öffnung zum Rhein („Wenn man jetzt auf dem Markplatz oder am Beethovenhaus steht, dann denkt man, dass es irgendwo auch den Rhein geben muss. Aber wo genau, weiß man nicht.“).

Laut Akteur C2 verzeichnet Bonn immer noch ein Bevölkerungswachstum, was dafürspricht, dass es sich um einen attraktiven Standort handelt. Diese Einschätzung teilt Akteur C8, der die Attraktivität der Stadt durch ihr Bevölkerungswachstum, ihre hohe Lebens- und Bildungsqualität und dem attraktiven Umland bestätigt sieht („Wir wachsen ja nach wie vor [...]. In jedem Fall zeigt das, dass Bonn offensichtlich sehr attraktiv für Menschen ist, die von außen zu uns kommen.“). Auch Akteur C3 bewertet Bonn als einen attraktiven Standort, der sich durch die Atmosphäre, die kurzen Wege und die Lebensqualität auszeichnet. Dieser Umstand wird seiner Meinung nach aber zu wenig vermarktet.

Die Aussichten, Fachkräfte zu akquirieren, sind in Bonn laut Akteur C4 höher als im Umland, was für die Attraktivität des Standortes spricht. Das kann er an einem Beispiel belegen: „Wir haben ja jetzt für Rheinwerk 3 [am Bonner Bogen] einen großen Mieter [...]. Und die haben sich eben auch entschieden, nach Bonn zu kommen, weil sie hier sehr viel bessere Aussichten sehen, vernünftige Fachkräfte zu bekommen oder direkt zu akquirieren.“ Die junge Bevölkerungsstruktur, die oftmals im gehobenen Dienstleistungssektor tätig ist, liegt auch an der Attraktivität des Standortes. Zudem werden viele Universitätsabsolventen direkt für den Standort rekrutiert. Diese bleiben seiner Einschätzung nach auch gerne in Bonn, weil die Stadt lebenswert ist.

Akteur C5 kann aus eigenen Erfahrungen berichten, dass hochqualifizierte Menschen gerade wegen der Qualität und der Attraktivität des Umfeldes in Bonn bleiben: „Ich habe einen guten Juristenkollegen. Der [Kollege] ist ziemlich hochrangig bei internationalen Unternehmen ansässig und der hat eine Entscheidung für sich für die nächsten Jahre zu treffen, ob er in der Nähe von Bonn bleiben möchte oder ob er im Bereich von Nord-Ost-Deutschland unterkommen möchte. Und der macht es eindeutig an der Qualität und der Attraktivität des Umfeldes fest, dass er hierbleiben möchte, ausschließlich sogar.“

Akteur C6 nimmt die Stadt ebenfalls als attraktiv wahr. Das macht er an den zuvor besprochenen Standortfaktoren wie der Infrastruktur, dem Kultur- und sonstigen Freizeitangebot fest, das gerade für Familien attraktiv ist. Dabei profitieren Familien nicht nur von den attraktiven Freiräumen und Kultureinrichtungen, sondern auch von der Bildungslandschaft, zu der auch die International School zählt. Das nächtliche Angebot für junge Menschen stuft er allerdings als verbesserungswürdig ein („Aber da haben wir dann ja Köln, was wir in 20 Minuten erreichen.“). Diese Einschätzung teilt auch Akteur C7 („Gerade die jüngere Zielgruppe orientiert sich doch sehr stark Richtung Köln oder Düsseldorf.“). Darüber hinaus empfindet er die Stadt jedoch ebenfalls als attraktiv. Seiner Einschätzung nach liegt der Charme Bonns vor allem in der Kleinteiligkeit der Stadtstruktur.

Zwar erkennt auch Akteur C9 Bonns Attraktivität, die sich im Wachstum der Stadt zeigt. Seiner Einschätzung nach fehlt es der Stadt für die Zukunft jedoch an Forschung und Entwicklung, um neue Fachkräfte am Standort zu generieren („Am Ende des Tages sind es dann doch eher Unternehmen, die schon eine gewisse wirtschaftliche Reife haben, [die am Standort ansässig sind]. Klar haben sie Spin Offs und haben auch entsprechende Inkubatorencenter, aber am Ende des Tages ist halt immer noch die Verwaltung hier und Verwaltungen sind jetzt nicht gerade per Definition Innovatoren.“).

Auch Akteur C10 geht ebenfalls auf die Bevölkerungsentwicklung ein, die er mit der Beliebtheit und Attraktivität Bonns in Verbindung setzt. Seiner Meinung nach kommt an Standorten wie dem Bonner Bogen noch hinzu, dass heutzutage mehr Wert auf Nachhaltigkeit und moderne Mobilität gelegt wird, weswegen dieser konkrete Standort besonders gefragt und attraktiv ist („Das ist gerade für moderne Unternehmen extrem wichtig.“).

Im Gegensatz zu den anderen Akteuren bewertet Akteur C11 den Stellenwert der städtischen Attraktivität deutlich geringer. Zwar wird eine attraktive Umgebung von ihm generell als positiv eingestuft und in Bonn erkannt, jedoch liegt es eher an den großen Unternehmen am Ort, dass sich weitere Firmen ansiedeln („Ich glaube, die schätzen das, was drum herum ist und sicherlich siedelt man sich lieber in einer reizvollen Umgebung in einer Stadt an, aber letztendlich ist ausschlaggebend, wer ist mein Kunde in dieser Stadt.“).

#### ➤ *Ideen für Verbesserungen und Potenziale des Standortes*

Da es vor einiger Zeit die Überlegung gab, einen Nationalpark Siebengebirge zu schaffen, wurden die Akteure gefragt, ob sie der Auffassung sind, dass das einen Einfluss auf die Attraktivität des Standortes haben könnte. Hierzu sind die Meinungen sehr unterschiedlich. Einige Stimmen gehen davon aus, dass es einen positiven Einfluss auf das Image der Stadt gehabt und die touristische Attraktivität gesteigert hätte. Eventuell wäre dieser Umstand auch für Unternehmen aus dem Nachhaltigkeitssektor von Interesse gewesen. Andere Stimmen werfen jedoch ein, dass sie das Siebengebirge wegen seiner geringen Größe ungeeignet für einen Nationalpark halten und dieser in erster Linie dem Schutz des Gebirges und nicht zu Marketingzwecken dienen sollte. Zudem würde sich am Wert des Siebengebirges auch durch einen anderen Schutzstatus nichts ändern. Geht es um generelle Verbesserungspotenziale für den Standort, so werden von den Akteuren unter anderem der Zugang zum Rhein und das Angebot für jüngere Menschen genannt. Ein hochwertiges Angebot an Kultur und Freizeit ist nach Auffassung der Akteure wichtig, um Menschen am Standort zu halten. Gerade in der Rheinaue und auf der Museumsmeile ist in den letzten Jahren einiges an kulturellem

Programm weggebrochen. Auch das World Conference Center Bonn<sup>35</sup> und das potenzielle Festspielhaus<sup>36</sup> waren lange Themen, die die Stadt und ihre Menschen beschäftigt haben. So vertreten einige Akteure die Meinung, dass ein Festspielhaus einen Mehrwert für die Stadt Bonn dargestellt hätte. Zudem besteht laut Meinung einiger Akteure durch die gegebene Attraktivität des Standortes eine Flächen- und Immobilienknappheit. Würde man an die Freiräume jedoch bebauen, so gingen wichtige Qualitäten in der Stadt verloren. Auch hier bestehen deshalb Potenziale, die Situation zu entspannen, indem man beispielsweise mehr mit der Region kooperiert.

Die Idee, dass ein Nationalpark Siebengebirge die Attraktivität des Standortes steigern würde, wird von Akteur C1 kritisch gesehen: „Für das Image – Sie haben das in Beziehung gesetzt zur UNO und diesen internationalen Kriterien – denke ich, ist das sicherlich nachvollziehbar, [...] dass das sicherlich von Vorteil gewesen sein könnte, weil die Leute damit was verbinden [...]. Andererseits ändert das natürlich nichts am Wert.“ Das begründet er vor allem auf der fachlichen Ebene („Wir haben da jetzt ein Naturschutzgebiet und ein FFH-Gebiet, und das ist eigentlich völlig ausreichend für die Natur.“). Zudem befürchtet er, dass das Gebiet eine umfassendere touristische Inanspruchnahme nicht bewältigen könnte („Dafür ist dieses Gebiet für meine Begriffe einfach zu klein.“). Aus diesen Grund befürwortet er das Vorhaben nicht, auch wenn es finanziell lohnenswert gewesen wäre. Und zum Zugang zum Rhein, der oftmals als verbesserungswürdig erachtet wird, kann er berichten: „Die Verbindungen [zum Rhein] sind ja nicht schlecht, man sieht sie bloß nicht.“ Er geht jedoch davon aus, dass sich das in Zukunft ändern wird („Im Zusammenhang mit dem Masterplan für die Innenstadt wird es auch in dem Sinne eine Verbesserung geben, aber das kann noch ein bisschen dauern.“).

Gerade im Bereich der Fachkräftesicherung spielen weiche Qualitäten eine Rolle, die noch stärker hervorgehoben werden könnten, so Akteur C2. Hierzu zählen die Vereinbarkeit von Familie und Beruf, flexible Arbeitszeiten, kulturelle Einrichtungen, aber auch die Freiraumqualität bzw. der Freizeitwert, was sich auf die Lebensqualität auswirkt und Standorte attraktiv macht. In diesem Zusammenhang schreibt er auch den Freiräumen eine hohe Bedeutung zu, die von den Menschen nachgefragt werden („[Die Menschen suchen Faktoren] wie Kultur und Freizeitmöglichkeiten oder eben Möglichkeiten für Kinder – also Schule und Kindergarten und so weiter – und da ist das Thema Freiflächen eingebettet. Das ist eine Art Kitt, der diese Faktoren verbindet, und das als gesamtes Gefüge sieht.“). Im Gegensatz zu Akteur C1, der das Vorhaben eines Nationalparks Siebengebirge zwar auch kritisch sieht, jedoch einen Imagegewinn für die Stadt erwartet, vertritt Akteur C2 die Auffassung, dass ein Nationalpark Siebengebirge den Standort für internationale Unternehmen und Organisationen nicht attraktiver gemacht hätte, da diese andere Faktoren nachfragen.

Akteur C3 erachtet es als wichtig, die Veranstaltungen und das Freizeitangebot einem Wandel zu unterziehen, damit die Stadt für die Menschen attraktiv bleibt. Gerade im Freiraum liegen seiner Einschätzung nach die Stärken Bonns. Weiter ist er der Meinung, dass ein Nationalpark Siebengebirge dem Standort dabei keine Verbesserung bringen und sich am Wert des Siebengebirges

---

<sup>35</sup> Das Projekt erlangte vor allem öffentliche Aufmerksamkeit, weil der angeblich finanzkräftige Investor SMI Hyundai nicht in der Lage war, das Vorhaben zu finanzieren und es zu einem Baustopp und Insolvenzverfahren kam. Zwar konnte die Stadt die Grundstücke und WCCB-Bauten zurückkaufen, jedoch waren die Kosten für die Fertigstellung enorm.

<sup>36</sup> Das Festspielhaus Beethoven sollte bis zum Jahr 2020 anlässlich des 250. Geburtstags Beethovens entstehen. Die Finanzierung sollte größtenteils durch Deutsche Telekom, Deutsche Post und Postbank erfolgen. Die in Bonn ansässigen Unternehmen stiegen jedoch aus dem Vorhaben aus, da sich die Umsetzung des Projektes immer weiter herauszögerte und ihrer Einschätzung nach keine eindeutige Willensbekundung seitens der Stadt zu erkennen war.

durch den Namenszusatz nichts ändern würde. Generell fehlt es Bonn seiner Einschätzung nach an Highlights. Einen Zuwachs an Besuchern würde der Stadt beispielsweise ein Festspielhaus bringen. Auch die Freiraumstrukturen oder der Einzelhandel der Stadt bieten seiner Meinung nach Potenzial für Verbesserungen („Es gibt ja kaum Städte, die in dem Verhältnis Fläche zur Grünfläche so ein großes Grünflächenverhältnis haben. [Es ist wichtig], dass man das stärker herausarbeitet. [...] Es müssen weitere Highlights geschaffen werden. Ob das im Bereich des Einzelhandels ist, ob das im Bereich Kultur, Festspielhaus ist, wenn wir nicht irgendwann ganz hinten anstehen wollen, dann müssen wir da attraktiv bleiben.“).

Akteur C4 merkt an, dass es eher eine Herausforderung ist, dass Bonn so attraktiv ist, da es an Flächen für Büros und Wohnraum mangelt und mit dem Wachstum umgegangen werden muss („Die Stadt selber hat ja die Probleme, dass sie gar nicht genügend Flächen dafür ausweisen kann. [...] Bonn ist ja kein industrieller Standort. Wir haben hier ganz wenige Gewerbebetriebe.“). Prinzipiell gibt es immer Potenziale, die Attraktivität einer Stadt zu erhöhen. Dazu zählt seiner Einschätzung nach beispielsweise die Fertigstellung des WCCB-Projekts, was mittlerweile erfolgt ist. Ein Nationalpark hätte außer einem kurzfristigen Hype seiner Einschätzung nach jedoch nicht zu einer Attraktivitätssteigerung beigetragen.

Die Idee, dass ein Nationalpark Siebengebirge die Attraktivität des Standortes steigern würde, wird von Akteur C5 von zwei Seiten betrachtet. Für internationale Akteure wie die UNO wäre es ein Standortfaktor gewesen. Das Siebengebirge selbst ist seiner Meinung nach jedoch bereits umfangreich geschützt und auch zu klein, um dem Status Nationalpark gerecht zu werden. Zudem gibt er wie schon Akteur C1 zu bedenken, dass es in erster Linie um den Schutz des Gebiets geht, auch wenn es dem Standort Bonn einen positiven Image- und Marketingeffekt gebracht hätte („Ein Nationalpark hat ja erst mal den Sinn, besondere Natur langfristig zu schützen.“).

Wie schon Akteur C3 ist auch Akteur C6 der Meinung, dass ein Festspielhaus ähnlich wie das Beethovenhaus eine Magnetwirkung erzielt hätte. Auch einem Nationalpark Siebengebirge hätte er einen Imageeffekt und Einfluss auf die touristische Attraktivität zugesprochen („Es wäre sicherlich für die Tourismusbranche interessant zu sagen, wir haben den Nationalpark Siebengebirge. Sicherlich [wäre das] ein Werbeeffekt.“).

Ähnlich wie Akteur C3 merkt auch Akteur C7 an, dass viele Angebote wie Rheinkultur weggefallen sind. Die Konzertreihe *Kunstrasen* ist ein Versuch, das aufzufangen. Seiner Einschätzung nach müsste jedoch mehr in dieser Richtung geschehen. Das ist nicht zuletzt deswegen wichtig, um auch für junge Menschen attraktiv zu sein („Da gibt es viele Studenten, die vielleicht über Tag hier sind, und dann abends leider aus der Stadt rausfahren, weil sie einfach sagen, dass hier kein Angebot ist.“). Einen Nationalpark Siebengebirge hätte er als Chance für die Außenvermarktung gesehen („Das ist einfach ein Label oder ein Siegel, das man nicht kaufen kann.“).

Akteur C8 sieht in einer stärkeren Kooperation mit dem Umland und dem *Integrierten Freiraum-System* Potenziale, die zu Qualitätserhaltung beitragen können („Das ist der Weg für die Zukunft. Deshalb bin ich absolut dagegen, dass man meint, man hätte irgendwo noch Flächen in Bonn zur Verfügung und könnte die einfach mal zubauen.“). Ob das Siebengebirge dem Standort als Nationalpark einen Vorteil gebracht hätte, ist seiner Einschätzung nach fraglich.

Ob ein Nationalpark dem Standort große Vorteile bringen würde, ist für Akteur C9 eher zweifelhaft. Trotzdem ist er der Meinung, dass es einen Effekt als Imagefaktor gehabt hätte. Möglichkeiten dieses

Vorhabens für die Zukunft erkennt er weiterhin: „Das hat definitiv seinen Charme und Charakter, aber es ist aktuell wahrscheinlich eher ein Imagefaktor oder ein Blick in die Zukunft, was sich heute noch nicht auszahlt.“

Laut Akteur C10 würden zum Beispiel einige innovative architektonische Gebäude und eine flexiblere Stadtverwaltung zu einer Attraktivitätssteigerung beitragen („So ein paar Leuchtturmprojekte oder moderne Architekturprojekte sind in Bonn noch schwierig umzusetzen.“). Er berichtet, dass das Verhältnis zwischen der Verwaltung und der Politik in Bonn jedoch sehr "speziell" ist: „Von der Verwaltung mal moderne Themen durchzusetzen, wird auch oft durch die Politik ausgebremst.“ Zudem ist die Kooperation mit der Region, die auch Akteur C8 für wichtig erachtet, seiner Auffassung nach unabdingbar, um mit der Flächenknappheit umgehen und den Bevölkerungszuzug bewältigen zu können. Das begründet er wie folgt: „Topographisch ist es von der Lage begrenzt. Die Nachverdichtungsmöglichkeiten sind ganz eng.“ Wie schon andere Akteure ist auch er der Meinung, dass ein Nationalpark zwar einen Werbeeffect haben würde, der Ansatz aber insofern ungläubwürdig wäre, weil eine entsprechende Größe des Gebiets nicht gegeben ist („Das Siebengebirge ist schön, aber zum Nationalpark gehört ein bisschen mehr dazu.“). Auch Akteur C11 bezweifelt den Mehrwert eines Nationalparks: „Für die UNO [ist das] irrelevant. Das Siebengebirge ist genauso reizvoll als Nationalpark wie als Nichtnationalpark.“

Anders wird die Situation von Akteur C12 eingeschätzt: „Das Siebengebirge hat einen naturschutzfachlich so hohen Wert, dass man die Darstellung als Nationalpark über diesen Wert durchaus begründen kann.“ Das Siebengebirge zu einem Nationalpark zu erklären, wäre seiner Einschätzung nach für die gesamte Region zuträglich gewesen.

### ***Weiche Standortfaktoren: Einschätzungen zur Bedeutung***

Bis auf zwei Akteure, die zu dem Thema keine direkte Einschätzung abgeben, schreiben alle Akteure den weichen Standortfaktoren eine hohe Bedeutung zu, wenn auch die Gewichtung unterschiedlich ist. Ein Akteur merkt an, dass diese Faktoren häufig als Selbstverständlichkeit gesehen werden, obwohl Bonn gerade mit seinen weichen Qualitäten im Bereich Landschaft, Sicherheit, Kultur oder Freizeit Menschen für sich gewinnen kann. Da Standortentscheidungen in letzter Instanz nicht rein rational getroffen werden, sind solche Faktoren umso wichtiger. Vor allem für die zum Teil sehr gut ausgebildeten Menschen, die am Standort leben und arbeiten, bieten laut der Meinung verschiedener Akteure solche weichen Faktoren und die entsprechende Lebensqualität einen wichtigen Ausgleich zur Arbeitswelt.

Die hohe Bedeutung weicher Standortfaktoren betont auch Akteur C1 („Ich denke, dass das oft eine entscheidende Frage bei der Standortentscheidung von Unternehmen ist, wie dort die weichen Standortfaktoren beschaffen sind.“). Diese Einschätzung teilt Akteur C2, der der Meinung ist, dass weiche Standortfaktoren eine hohe Bedeutung für die in der Stadt lebenden und arbeitenden Menschen haben. Obwohl die Qualitäten der Stadt oftmals für selbstverständlich gehalten werden, spielen sie doch auch gerade bezüglich der Sicherheit eine wichtige Rolle, wie er sagt: „Wenn ich irgendwo in Rio arbeite oder woanders, dann sind da viel schwerwiegendere Restriktionen gegeben, wo ich mich gar nicht so frei draußen bewegen kann. Insofern ist die Kombination aus Landschaft und öffentlichem Raum und Sicherheit hier ein ganz großer Standortvorteil.“

Akteur C4 schreibt den weichen Faktoren vor allem für den Alltagsausgleich der Menschen in Bonn einen hohen Stellenwert zu („Wer arbeitet, der braucht auch Freizeit und in der Freizeit kann er

entweder Golf spielen oder Tennis spielen oder sich einfach mal abends irgendwo hinsetzen oder sich irgendeiner kulturellen Möglichkeit hingeben. Also das halte ich schon für sehr wichtig.“). Die Ausgangssituation Bonns schätzt er diesbezüglich als gut ein.

Aus eigener Erfahrung berichtet Akteur C5, dass gerade die weichen Standortfaktoren für hochqualifizierte Menschen in Bonn eine entscheidende Rolle spielen. Neben einer netten Innenstadt sind dabei auch die Grünstrukturen in der Stadt und das Umland zu nennen, die Bonn zu einer attraktiven und lebenswerten Stadt machen. Für Familien spielt zudem der Sicherheitsaspekt eine Rolle. Er gibt ein Beispiel: „Da hatte ich zwei Kollegen, mit denen ich mich unterhalten habe. [...] Die [Kollegen] kriegen auch immer noch so eine Standortbefragung ‚Könnt ihr Euch vorstellen, noch länger hier zu bleiben?‘ Und die bleiben wegen der lebenswerten Umgebung hier.“ Neben den kulturellen Einrichtungen zählt dazu auch der Standortfaktor "Grün" („[Das] ist für viele ganz bedeutend. [...] Ich habe die Möglichkeit zu wandern, meine Kinder wachsen sicher auf und trotzdem bin ich in der Großstadt.“). Auch in der Stadtentwicklung Bonns spielt der Freiraum eine wichtige Rolle. So wurde im Stadtteil Buschdorf-Rosenfeld zuerst die Grünanlage fertiggestellt, bevor das Baugebiet erschlossen wurde („Dann bin ich mir sicher, dass der Standortfaktor dort natürlich neben der Anbindung an den öffentlichen Nahverkehr, um schnell Köln und Bonn zu erreichen, dann ausschließlich die Lage direkt an einer fertiggestellten Grünanlage ist.“).

Akteur C6 vertritt die Auffassung, dass weiche Standortfaktoren sowohl für Menschen bei ihren persönlichen Standortentscheidungen, als auch für die Firmen, die Menschen für sich gewinnen wollen, relevant sind: „Es ist nicht mehr so, dass man den Job wechselt und sagt, man geht jetzt in die oder die Stadt, weil es eine tolle Firma ist, sondern die Leute gucken sich schon aus, ob da auch eine entsprechende Infrastruktur vorhanden ist und ob das Freizeitangebot entsprechend hoch ist.“ Seiner Einschätzung nach kann das ein Faktor sein, der Standortentscheidungen erheblich beeinflusst („Wenn das nicht vorhanden ist, dann werden sich die Leute es auch drei Mal überlegen, ob sie die Stadt wechseln.“). So kann er von Kunden berichten, die sich speziell für Bonn entschieden haben, weil sie es als gemütlicher, schöner, und grüner empfinden. Auch viele Bonner Unternehmen haben den Stellenwert weicher Standortfaktoren seiner Beobachtung nach erkannt („Das heißt, sie bieten nicht nur mehr Jobs an, sondern bieten eben auch Freizeitmöglichkeiten an.“).

Akteur C7 ist nicht nur der Meinung, dass weiche Standortfaktoren sehr wichtig sind, sondern dass ihre Bedeutung in Zukunft noch steigen wird („Ich glaube, dass der Leidensdruck bei Unternehmen größer werden wird, wenn sie an das Thema Fachkräfte herangehen und wenn sie schauen, wie sie Fachkräfte in die Region holen können. [...] Und ich glaube, dann kommen die weichen Standortfaktoren auch viel stärker zum Tragen.“). Seiner Einschätzung nach kann sich ein attraktiver Arbeitgeber nur in einem attraktiven Umfeld positionieren („Und da ist es wichtig, auf die weichen Standortfaktoren zu setzen.“). Das begründet er auch damit, dass Standortentscheidungen von den Familienangehörigen mitgetragen werden müssen.

Ähnlich wie Akteur C5 denkt auch Akteur C8, dass gerade bei dem Bonner Profil weiche Standortfaktoren sehr wichtig sind, da diese die Leute anziehen („Gerade was die Stadt Bonn mit diesem Qualifikationsprofil, dem relativ hohem Bildungsstandard und im Durchschnitt relativ hohem Einkommen angeht, dass da diese weichen Standortfaktoren umso wichtiger werden.“). Akteur C9 merkt zudem an, dass die Bedeutung weicher Standortfaktoren auch von der Zielgruppe abhängig ist. Insgesamt geht er ähnlich wie Akteur C7 davon aus, dass konkrete Standortentscheidungen selten rein rational getroffen werden und seitens der Unternehmen auch die Bedürfnisse der Beschäftigten

eine entscheidende Rolle spielen: „Die Möglichkeiten, den Job zu wechseln, sind ausgeprägter, also muss man die [Leute] halten.“

Akteur C10 berichtet, dass es Unternehmen gibt, die die höheren Kosten in Bonn auf sich nehmen, da es dort leichter ist, qualifizierte Fachkräfte anzuwerben: „Der Gesellschafter von der [Firma] SER hat mal gesagt, dass der Hauptgrund, warum sie vom Westerwald nach Bonn ziehen, der ist, dass er hier besser Arbeitskräfte rekrutieren und auch an das Unternehmen binden kann, weil er sie nämlich an den Standort Bonn bindet.“ So bietet die Stadt den Menschen langfristige Perspektiven. Seiner Auffassung nach profitiert Bonn in diesem Zusammenhang von seiner attraktiven Umgebung und dem guten Kulturangebot. Für Firmen, die es sich leisten können, spielt bei der konkreten Standortwahl auch das Image eine Rolle, was durch die weichen Qualitäten positiv beeinflusst wird. Er bezieht sich dabei konkret auf den Standort Bonner Bogen: „Da gibt es viele Dienstleistungsberufe, die sich auch präsentieren müssen und für die ist das natürlich hier eine ideale Lage.“ Zudem sagt er zur eigenen Standortwahl, dass diese ganz eindeutig von der attraktiven Lage beeinflusst wurde („Der Rhein [liegt vor der Tür] und wenn man dann ins Siebengebirge schaut, sind das ja Traumblicke, die man hier hat.“).

Akteur C11 schätzt die Bedeutung weicher Standortfaktoren von allen befragten Akteuren am geringsten ein. Er gibt an, dass Aspekte wie die Lebensqualität zumindest bei einer international operierenden Organisation wie der UNO nur nachgelagert eine Rolle spielen („Natürlich punktet man mit der reizvollen Lage Bonns, aber nur indirekt.“). Dennoch beeinflussen sie das Image eines Standortes positiv. Bei den Beschäftigten hält er jedoch das Arbeitsplatzangebot für prioritär.

### ***Einschätzungen zur grünen Infrastruktur***

#### ***➤ Qualität und Quantität der grünen Infrastruktur***

Die meisten Akteure empfinden sowohl die Qualität als auch die Quantität der Bonner Grünstrukturen als hoch, was sie unter anderem in der Vergangenheit der Stadt begründet sehen. Die Vielfalt, die sich beispielsweise durch den Rhein mit den Rheinauen, die kurfürstlichen Anlagen, den Rheinauenpark und die Kulturlandschaft am Messdorfer Feld zeigt, werden positiv hervorgehoben. Die Qualität der Bonner Grünstrukturen darf jedoch nicht mit denen des Umlands verwechselt werden. Die Kosten für die Unterhaltung der Freiräume werden von mehreren Akteuren als problematisch angesehen. Für die knappen finanziellen Mittel wird der Zustand der Grünstrukturen jedoch als hoch eingestuft. Dem stimmt auch Akteur C1 zu. Zu den wichtigen Säulen des Freiraums zählt er neben den Parks und dem Wald auch die Kulturlandschaft, wie sie am Messdorfer Feld zu finden ist („Die landwirtschaftlich genutzten Flächen sind neben dem allen, neben der wilden Natur, dem Wald und den Parks noch eine ganz wichtige Säule, wo man sich auch erholen kann, wo man spazieren gehen kann [und] wo man schöne Erlebnisse haben kann.“).

Akteur C2 berichtet, dass Bonn durch den geschichtlichen Hintergrund schon immer eine sehr durchgrünte Stadt war („Bonn war nie Industriestandort. Es hatte immer schon einen höheren Grünanteil.“). Zudem ist die Stadt erst 1969 aus vier Teilen zusammengeführt worden, weswegen auch zwischen den Stadtteilen viele grüne Bereiche bestehen. Dieser Umstand zeigt nicht nur Quantität, sondern auch Qualität, weil eine Vernetzung gegeben ist.

Die Quantität und Qualität der Grünflächen wird von Akteur C3 als äußerst hoch eingestuft, zumal man bedenken muss, dass die Personaldecke für die Pflege sehr dünn ist. Das gab bereits Akteur C1 zu bedenken. Seiner Einschätzung nach ist es jedoch notwendig, neue Angebote im Freizeitbereich zu

schaffen, wenn man die Qualität halten möchte („Wir haben in Poppelsdorf natürlich den Botanischen Garten, der immer wieder Besuchermagnet ist. Hier in der Rheinaue ist das Angebot nicht so hochwertig.“). Das begründet er vor allem dadurch, dass Menschen in ihrer knapp bemessenen Freizeit einen Erlebniswert nachfragen („Einfach nur durch den Wald spazieren zu gehen, ist für gewisse Generationen nicht mehr interessant.“). Jedoch stellt sich dabei immer die Frage nach der Finanzierung.

Akteur C4 hält die Quantität für hoch und sieht das ähnlich begründet wie schon Akteur C2. So hat die Stadt Bonn seiner Meinung nach in den letzten Jahrzehnten viel Weitsicht bei der Planung gezeigt, was sich im Stadtbild widerspiegelt: „Wenn man auf einem Gebäude steht, was sechs Etagen hat, [...], dann würde man sehr schön erkennen können, dass man eigentlich nicht auf Häuser guckt, sondern dass man eigentlich auf so ein grünes Dach schaut.“

Bezüglich der Quantität liegt Bonn für Akteur C5 nur im Mittelfeld. Was die Qualität angeht, stellt sich seiner Auffassung nach die Frage nach den Parametern („Sage ich Qualität macht sich am Pflegezustand fest oder macht sich Qualität an der stabilen, langjährigen Struktur oder an dem Innovativen fest?“). Geht es um Innovation, fehlt es in Bonn an Qualität („Wenn ich also Qualität mit Entwicklung in den letzten Jahrzehnten gleichsetze [...], dann ist Bonn ziemlich langsam.“). Geht es jedoch um die Stadtstruktur und die naturräumliche Lage, wird die Situation Bonns als sehr gut erachtet („Wenn ich jetzt mal vom "Heimatsblick" runter schaue, dann sehe ich Bonn mit dem Siebengebirge im Hintergrund von oben und dann sehe ich eine super grüne Stadt aufgrund der baumbestandenen Straßen.“). Dabei ist jedoch zu beachten, dass das Umland Bonns nichts über die Qualität und Quantität der städtischen Grünstrukturen aussagt. Das erklärt er wie folgt: „Wenn ich oben auf dem Stadthaus Führungen mache und [...] die Entstehungsgeschichte der Stadt Bonn mit diesem schönen Fluss erkläre und dann noch sage ‚Da endet das Siebengebirge, da endet das Mittelrheintal‘, dann erklärt sich das alles so schön. [...] Aber ist das die Qualität der Grünanlagen dieser Stadt? Das ist die Qualität des Umfeldes [und] die naturräumliche Lage.“

Sowohl Qualität als auch Quantität des Grüns in der Stadt, aber auch des Umlandes werden von Akteur C6 als hoch eingeschätzt. Das erläutert er am Beispiel der Rheinaue: „Durch die Rheinaue, die ja riesengroß ist und auch hoffentlich noch lange oder immer so bleibt, haben wir ja mitten in der Stadt eine große Freizeiteinrichtung mit ich weiß jetzt nicht wie viel Kilometer Wege.“ Als Vorteile werden dabei die schnelle Erreichbarkeit und Vielfalt an Möglichkeiten gesehen, die auch die Qualität erhöhen („Ich persönlich wohne in Kessenich und ich bin nun mal in zwei Minuten im Wald und [...] in zehn Minuten am Rhein.“).

Auch Akteur C7 empfindet die Quantität und die Qualität der Grünstrukturen als hoch („Bonn ist eine sehr grüne Stadt [und] eine sehr junge Stadt.“). Er identifiziert jedoch auch Probleme: „Ich glaube, was nicht so wahrgenommen wird, ist, dass man an den Stadtgrenzen nicht einfach Halt machen darf, sondern das Konzept muss einfach über Bonn hinausgehen.“ Einen ähnlichen Eindruck teilt Akteur C8. Seiner Meinung nach liegt eine wichtige Aufgabe darin, die Strukturen unter dem wachsenden Nutzungsdruck auch zu sichern: „Wenn ich jetzt die Region insgesamt nehme, haben wir einfach so viel Grün. [...] Wir müssen trotzdem ein wenig aufpassen, weil es leider immer noch die Mentalität gibt, dass man einfach mal Flächen zubaut.“ Zwar hält er es für nötig, Flächen weiter zu bebauen, um die Wohnungsverorgung zu sichern. Das kann seiner Meinung nach jedoch nicht nur zu Lasten der Freiräume geschehen.

Quantitativ besteht für Akteur C10 der Eindruck, dass innerstädtisch ein ausreichend hoher Grünanteil gegeben ist. Zwar ist qualitativ immer Verbesserungsbedarf vorhanden, aber insgesamt wird der Zustand als gut erachtet: „Das ist natürlich auch ein gewisser Erhaltungsaufwand für das Amt für Stadtgrün. [...] Aber ansonsten habe ich in Bonn nie das Gefühl, jetzt ist mir das alles zu viel Asphalt, zu viel Haus und zu wenig Grün, wenn ich durch die Stadt gehe.“

Sowohl Qualität als auch Quantität werden von Akteur C11 als hoch eingeschätzt. Der prozentuale Anteil an Freiflächen und der Anteil an Schutzflächen im Stadtgebiet sind äußerst hoch und es gibt viele Projekte, die der Qualitätssteigerung dienen („Von diesen 142 km<sup>2</sup> stehen über 51 Prozent unter Natur- und Landschaftsschutz. [...] Und dazu kommen noch die normalen Grünflächen. [...] Es wird an der Qualität wahnsinnig viel gemacht.“). Im Gegensatz zu Akteur C7, der an diesem Punkt Verbesserungspotenzial sieht, wird vor allem die Zusammenarbeit bezüglich der Vernetzung der Freiräume mit den umliegenden Kommunen positiv erwähnt: „Das Gute daran ist, dass wir innerhalb einer sehr dichten Region leben, in der die Kommunen auch untereinander vernetzt sind und die Kreise gemeinsam Projekte angehen.“

Akteur C12 ist der Meinung, dass sowohl Qualität als auch Quantität sehr hoch sind, was beispielsweise die Vielfalt und Anzahl an Schutzgebieten zeigt, die schon Akteur C11 erwähnte: „Bedenken Sie, dass Bonn von großflächigen Naturschutz- und FFH-Gebieten eingekreist ist und diese Naturschutzgebiete haben einen solchen Wert, dass sie tatsächlich auch FFH-Gebiete sind.“

#### ➤ *Nutzungsvoraussetzungen grüner Infrastruktur*

Bis auf einen Akteur, der hierzu keine Einschätzung abgibt, zählen die meisten Akteure Aspekte wie Vielfalt, Sicherheit und Freizeitmöglichkeiten zu den Nutzungsvoraussetzungen grüner Infrastruktur. Weiter werden die Faktoren Vernetzung und Erreichbarkeit von verschiedenen Akteuren hervorgehoben. Auch der Faktor Innovation bzw. Weiterentwicklung wird von einem Akteur als besonders wichtig erachtet. Ein anderer merkt an, dass es zudem darauf ankommt, dass die Anlagen einen gewissen Pflegezustand und Attraktivität aufweisen sowie Beständigkeit beweisen.

Akteur C1 bezieht sich in seiner Aussage vor allem auf das vielfältige Angebot an grüner Infrastruktur, das unterschiedliche Interessengruppen bedient: „Ich würde einfach mal die Unterscheidung machen zwischen repräsentativen Bereichen wie Promenaden oder Parks, wo man lieber nur spazieren geht oder auch gesehen wird, und auf der anderen Seite dann den Wald und die wilde Natur, wo ich Natur erleben will. Das sind aber beides Dinge, die wir in Bonn haben.“ So stellt der Kottenforst einen Bereich dar, der es ermöglicht, auf unbefestigten Wegen zu wandern oder zu joggen, während die befestigten Wege entlang des Rheins zum Flanieren und Spazieren einladen. Ergänzt wird das Angebot unter anderem durch den Rheinauenpark, der verschiedene Nutzungen ermöglicht. Insgesamt findet man neben naturnäheren Bereichen viele gepflegte Parkanlagen wie den Redoutenpark in Bad Godesberg, wodurch allen Nutzergruppen ein Angebot zur Verfügung steht. Ähnlich wie Akteur C1 sieht auch Akteur C9 vor allem in der Vielfalt urbaner Grünstrukturen und ihrer Kombination mit Faktoren wie Freizeit wichtige Nutzungsvoraussetzungen („Am Ende des Tages ist das Vielfaltsthema eigentlich das, was dann auch ein stabilisierendes Element ist.“).

Akteur C2 ist der Ansicht, dass Stadtgrün vor allem erreichbar und vielfältig sein muss. So können verschiedenste Bedürfnisse erfüllt werden („Das fängt bei den Naherholungs- und Waldarealen mit Nutzungsmöglichkeiten an und geht bis hin zu innerstädtischen Grünbereichen wie der

Hofgartenwiese, die auch zum Spielen und zum sich kurz Erholen genutzt werden kann.“). Das Angebot an Flächen in der unmittelbaren Nachbarschaft wird dabei durch Anlagen wie den Rheinauenpark ergänzt, der durch die verkehrliche Anbindung gut zu erreichen ist. Weiter betont er den hohen Stellenwert einer guten Vernetzung: „Ich denke, dass diese Vernetzung ja auch dazu beiträgt, diese Biotoptrittsteine [...] zu gewährleisten, und das tut man natürlich durchaus auch im Sinne der nachhaltigen Wirtschafts- und Stadtentwicklung.“

Für Akteur C3 muss grüne Infrastruktur nicht nur eine gewisse Größe, Vielfalt, Sicherheit, Erholungs- und Freizeitmöglichkeiten bieten, sondern auch weiterentwickelt werden, um attraktiv für die Menschen zu sein („Man nennt den Raum hier immer Freizeitpark Rheinaue. Seine Freizeit muss man dann aber auch relativ alleine gestalten.“). Eine Weiterentwicklung ist seiner Meinung nach wichtig, da sich der Freizeitanspruch der Menschen verändert hat („Nur mit einem grünen Grashalm kriege ich keinen mehr gezogen.“).

Akteur C4 gibt lediglich an, dass sich die Attraktivität Bonns im Vernetzungsgrad der Freiräume widerspiegelt („Wenn man das einfach mal sieht, wie schön grün durchmengt die Bebauung mit der grünen Infrastruktur mit Bäumen und kleinen Plätzen ist, [...], dann finde ich das schon sehr attraktiv.“).

Für Akteur C5 ist es zum einen wichtig, feste und beständige Grünstrukturen zu haben („Es muss eine ganz starke Struktur sein, die gesellschaftliche Strömungen und städtebaulichen Fragestellungen über einen großen Zeitraum überlebt.“). Zudem muss man verschiedene Bedürfnisse berücksichtigen, was die verschiedenen Freiraumstrukturen Bonns erläutert: „Der Rhein ist für Bonn die Grünstruktur zum Joggen gehen, zum Spazieren, informellen Sitzen, sich erholen und durchatmen. Dann kommen meines Erachtens diese kurfürstlichen Anlagen [...]. Die müssen natürlich in einem gewissen Zustand sein, dass sie für die Menschen gut nutzbar sind und meines Erachtens müssen sie auch in der Qualität ästhetisch sein, dass sich die Menschen auch damit identifizieren können [...]. Und das dritte Standbein, was ich eben gesagt habe, ist Wald.“ Neben den großen Strukturen braucht man auch die kleinen Bereiche wie Spielplätze oder Friedhöfe, um eine Verbindung zwischen den verschiedenen Einheiten zu schaffen. Weiter ist es wichtig, einen gewissen Pflegezustand zu halten. Wie schon von Akteur C1 angemerkt fehlen an dieser Stelle oftmals die finanziellen Mittel, was zu einem hohen Qualitätsverlust, der von den Bürgerinnen und Bürgern wahrgenommen wird („Das spiegelt sich in kleineren Grünanlagen in dem Zustand von Bänken, Blumenrabatten, aber auch dem Pflegezustand von Bäumen und Wiesen oder auch der Schließung von Brunnen wider.“). Um die Strukturen zu stärken, bedarf es mutiger Entscheidungen, die durchgehalten werden müssen („Was wir gerade machen, ist trotz schwieriger Haushaltslage gerade in solche Grünflächen zu investieren. Und das finde ich sowohl politisch als auch aus Sicht eines Bürgers einfach mutig und richtig.“).

Akteur C6 hält es für wichtig, dass die Grünstrukturen vor allem für den Menschen attraktiv und nutzbar sind („Es muss was da sein, wo man flanieren kann, wo man ausruhen kann und wo man sich setzen kann.“). Das begründet er mit dem Wandel der Arbeitswelt: „Heutzutage hat man ja nicht mehr einen Job "9 to 5", sondern in der Regel [arbeitet man] wesentlich länger.“

Neben den Freizeitmöglichkeiten ist vor allem auch die Vernetzung wichtig, findet Akteur C7. Bedarf sieht er dafür vor allem innerhalb der Stadt, um ein grünes Band zu etablieren („Da wäre es einfach wichtig, dass man auch in der Stadt eine Verknüpfung dieser Achsen hinbekommt.“). Seiner Meinung

nach sind die einzelnen Freiraumpotenziale aktuell noch nicht genug miteinander verknüpft („[Das ist] auch zum Beispiel beim Thema Venusberg und Kottenforst [der Fall].“).

Ähnlich wie von Akteur C4 oder C7 angesprochen, wird auch von Akteur C8 vor allem die Vernetzung von Grünstrukturen als wichtig erachtet („Es ist zwar sehr schön, einzelne Flächen zu haben, aber insgesamt für das Naturerlebnis, aber auch für die Natur in unserer Stadt, ist es wichtig, diese verschiedenen Flächen tatsächlich auch so zusammenzubinden.“). Daneben ist für ihn auch eine Vielfalt wichtig: „Ich nehme mal das Beispiel Kottenforst. [Das ist] ein komplettes Waldstück zum Spazieren gehen. Dann [gibt es] die Rheinaue als Parklandschaft oder einzelne Flächen wie den Hofgarten und das *Grüne C* [...] im Bereich Bonn Nord, um diese Vernetzung auf die andere Rheinseite hinzubekommen.“

Wie schon von verschiedenen anderen Akteuren (z.B. Akteur C4, C7 oder C8) wird auch von Akteur C10 die Bedeutung der Vernetzung der Freiräume als wichtig erachtet („Da muss man gucken, dass man Sachen vernetzt, so dass durchgehende Landschaftserlebnisse möglich sind.“). Darüber hinaus hält er ihre Erreichbarkeit und die Erlebbarkeit durch ein entsprechendes Angebot von Bedeutung („Ich muss möglichst aus dem Haus rausgehen und dann schon ein Grünerlebnis haben. Das kann eine kleine Insel sein oder [das kann] ein kleiner Park sein, wo ich ein bisschen Boule spielen kann oder wo ich mich auf eine Bank setzen kann und vielleicht ein kleines gastronomisches Angebot finde.“). Das begründet er dadurch, dass ein entsprechendes Angebot die Motivation der Menschen stärkt, Grünräume zu nutzen. Positiv erwähnt Akteur C10 das Angebot in der Rheinaue, das vor allem von Akteur C3 als verbesserungswürdig eingestuft wird.

Akteur C12 bezieht sich vor allem auf die Schutzgebiete. Hier ist er der Meinung, dass es auch Bereiche geben muss, die vom Menschen unbetreten bleiben, um die Qualität der Freiräume zu erhalten. Zudem wird auch unter dem Naturschutzaspekt eine Grünflächenvernetzung als wichtig erachtet.

#### ➤ *Wert grüner Infrastruktur*

Dass grüne Infrastruktur für Menschen und Standorte eine Bedeutung hat, wird von den Akteuren bestätigt. Auch bei dieser Frage ist die Gewichtung jedoch sehr unterschiedlich. Einige Akteure sind der Meinung, dass urbane Grünstrukturen vor allem bei der persönlichen Standortwahl einen großen Einfluss haben, weil sie sich auf das persönliche Wohlbefinden auswirken. Gerade für die Freizeitgestaltung und den Alltagsausgleich sind diese Strukturen dann wichtig. Das zeigen auch Bürgerumfragen. Zudem berichten einige Akteure, dass das urbane Grün für das Image und die Repräsentativität bei einigen Unternehmen eine Rolle spielt und es Firmen gibt, die gezielt nach "grünen" Standorten suchen, da diese kreativitätsfördernd wirken. Andere halten Grünstrukturen jedoch für einen Faktor, der im Prozess der Standortentscheidung besten Falls ergänzend wirkt.

Akteur C1 ist der Meinung, dass vor allem für die persönliche Standortwahl von Menschen weiche Faktoren gerade in Form der Grünstrukturen eine Rolle spielen, da sie auf Faktoren wie das persönliche Wohlbefinden und den Wohn- und Freizeitwert Einfluss nehmen („Es geht um das gesamte Landschaftsbild, um "sich wohlfühlen" und es geht auch um die Freizeitmöglichkeiten der Mitarbeiter.“). Darüber hinaus schreibt er den Grünstrukturen auch einen repräsentativen Charakter für Standorte zu. Das zeigt sich seiner Meinung nach in Bonn zum Beispiel im Bereich der Poppelsdorfer Allee, wobei es sich um eine historische Grünachse handelt („Das ist ja auch noch eine

der besten Adressen in Bonn, wenn man in der Poppelsdorfer Allee sein Büro oder seine Kanzlei hat.“). Problematisch ist oftmals die finanzielle Situation der Stadt, die die Pflege der Strukturen zu einer Herausforderung macht. Früher gab es von der Bundesregierung einen Zuschuss für die Pflege der Grünflächen, der heute weggefallen ist.

Laut Akteur C2 ist der Wert grüner Infrastruktur hoch, denn er macht einen Großteil der Standortqualität aus. Aufgrund der eher geringen baulichen Dichte sind viele Wohnbaugebiete mit einem hohen Grünflächenanteil versehen, was zur Attraktivität der Stadt beiträgt („Man kann also von jedem Wohnquartier in Bonn aus sehr rasch zu Fuß oder mit dem Fahrrad oder dem ÖPNV Grünflächen erreichen.“). Durch die anhaltenden Zuzüge gilt es, Konflikte zwischen der Qualitätserhaltung und dem Zuwanderungsmanagement zu bewältigen. Aus diesem Grund ist eine Kooperation mit der Region unabdingbar („Das geht dann auch nur im Rahmen einer Entwicklung, die sich letztendlich im regionalen Kontext abspielt.“). Die vielen Veranstaltungen im Grünen belegen den hohen Bedarf der Nutzung für die Menschen. Aus diesem Grund ist es wichtig, an die Zukunft zu denken und solche Bereiche langfristig zu schützen. Der Stellenwert der Freiräume zeigt sich auch dadurch, dass es eine Diskussion darum gab, den Rheinauenpark unter Denkmalschutz zu stellen. Zudem ist Grün auch für einige Unternehmen ein Standortfaktor, wenn es um Kreativität und Image geht. Hierzu kann er aus eigener Erfahrung berichten: „Ich habe Kontakt zu einem Unternehmen aus der ITK-Branche gehabt und [...] die suchten mal einen neuen Unternehmensstandort am Rhein, und zwar nicht nur wegen der guten Adresse. [...] Der [Geschäftsführer] hat gesagt, dass er einen Standort sucht, wo man sich in einem landschaftlichen Kreativraum mit sehr viel Ruhe bewegen kann. [...] Der hat gesagt, dass er nur in Bonn bleibt, wenn er diesen Standort findet.“

Akteur C3 berichtet aus eigener Erfahrung, dass Beschäftigte die grüne Infrastruktur in der Mittagspause zur Entspannung nutzen oder sich mit ihren Büroteams nach der Arbeit zum Ausgleich treffen („Die Rheinaue wird bei gleitenden Arbeitszeiten auch sehr häufig genutzt, um mal eine verlängerte Mittagspause zu machen und sich den Kopf freizumachen.“). Auch Arbeitsmeetings werden heute schon im Grünen abgehalten, was auch mit dem Gedanken der Kreativitätsförderung zu tun hat, der bereits von Akteur C2 aufgeführt wurde („Es ist auch tatsächlich so, dass wir im Moment eine Funkantenne auf das Dach kriegen, weil bei T-Mobile sehr häufig reklamiert wurde, dass man auf der großen Blumenwiese der Rheinaue nicht im Internet surfen und arbeiten kann.“). Daran sieht man seiner Meinung nach, dass eine Verbindung von Grünfläche und Arbeit gewünscht ist („Ich glaube, dass das gerade für die DAX-Unternehmen, die wir hier sitzen haben, enorm wichtig ist, weil man fernab seines ursprünglichen Arbeitsplatzes dort ganz andere Kreativität schöpfen kann.“). Zudem bietet das Umland Bonns auch gute Freizeitqualitäten für Familien.

Akteur C4 berichtet, dass Grünstrukturen für Freizeit und Ausgleich sehr wichtig sind. Zudem ist er ähnlich wie Akteur C3 der Auffassung, dass auch der Tourismus von diesem Faktor profitiert („Nicht umsonst kommen so viele Externe und Ausländer hier hin, um diese Rheinlage und Siebengebirgslage zu erfahren.“). Ebenso verhält es sich mit den Bürostandorten im "Grünen". Neben dem Prestige und der Atmosphäre können die Beschäftigten auch einen Ausgleich in den Pausen finden, wie er am Beispiel des Bonner Bogens erläutert: „Die Leute fühlen sich da einfach richtig wohl. Die fahren gerne zur Arbeit und die machen gerne in so einer Atmosphäre Mittagspause. [...] Wenn sich der Unternehmer selber was Schönes leistet, sprich ein gutes Büro in einer guten Lage und mit einer guten Ausstattung, dann tut der sich aus meiner Erfahrung und auch aus den Gesprächen mit unseren Mietern sehr viel leichter, gute Leute zu bekommen.“

Gerade die Grünstrukturen spielen für die Menschen, die in Bonn leben und arbeiten, eine besondere Rolle, berichtet Akteur C5. Das zeigen auch regelmäßig die Bürgerumfragen: „[Da ging es darum,] wie wichtig attraktive Grünanlagen [...] für die Lebensqualität sind und für eine Standortfrage, hier in Bonn zu leben. 98 Prozent der 519 Teilnehmer gaben an, dass sie Parkanlagen generell als sehr wichtig erachten. 78 Prozent der Befragten haben gesagt, dass es für die Wahl ihres Wohnstandortes elementar ist, in Bonn in der Nähe einer Parkanlage zu wohnen. [...] Zwar ist die Umfrage nicht repräsentativ. Sie gibt aber ein Meinungsbild wieder.“

Akteur C6 sieht in der grünen Infrastruktur einen Imagefaktor und ein Aushängeschild für Firmen („Wenn jetzt Neubauten entstehen, dann wird da grundsätzlich viel Grün eingebracht.“). Oftmals spielt in diesem Zusammenhang auch eine nachhaltige Bauweise eine Rolle. Neben der Einsparung von Energiekosten stellt das auch einen Imagefaktor dar. Weiter berichtet er, dass am Bonner Bogen ein Investor speziell nach einem Standort gesucht hat, der eine attraktive, naturräumliche Lage hat: „Der hat sich den Standort bewusst ausgesucht, weil er gesagt hat, er möchte einen neuen, modernen, innovativen Standort kreieren, der nah an der Natur ist.“ Heute haben sich dort seiner Auskunft nach mehrere innovative Unternehmen angesiedelt, für die diese Qualitäten eine entscheidende Rolle bei der Standortwahl gespielt haben („Die haben ganz klar gesagt, sie wollen diese Beziehung zum Rhein und die Blickrichtung in die Rheinauen haben, dass man eben zwischendurch auch entspannen kann und diese grüne Umgebung hat.“). Das begründet er wie folgt: „Es ist schon so, dass wenn Sie die Blickbeziehung zum Wasser und zur Natur haben, dass Sie mit Sicherheit kreativer sein können, weil Sie anders entspannen.“

Für Akteur C7 ist es heute nur ein zusätzlicher Vorteil für Unternehmen, in einer grünen Stadt zu sein, in der man sich wohl fühlt. Dennoch werden Nachhaltigkeitsthemen seiner Einschätzung nach künftig an Bedeutung gewinnen. Bonn ist dabei in einer guten Ausgangssituation („Das Thema grüne Infrastruktur immer in Verbindung mit dem Rhein, mit der Rheinaue und mit dem Siebengebirge, ist ein Potenzial, das bis jetzt noch gar nicht herausgearbeitet und erkannt worden ist.“). Vor allem für den UNO-Standort könnte darin eine Zukunftsaufgabe liegen („Gerade da spielt ja auch das Thema Natur sehr stark eine Rolle.“). Außerdem kann auch Akteur C7 von der Ansiedlung eines Unternehmens am Bonner Bogen berichten, bei dem die grüne Infrastruktur eine zentrale Rolle gespielt hat: „Da sagte [der Geschäftsführer], dass der Bonner Bogen von der ganzen Umgebung, den Räumlichkeiten und dem Kreativpotenzial, aber eben auch vor der [Nähe zur] Natur geeignet ist.“ So stellte dort die direkte Lage am Rhein einen Mehrwert und Alleinstellungsmerkmal des Standortes dar. Ähnliches lässt sich seiner Beobachtung nach beim Standort der Deutschen Post oder des Unternehmens Solar World beobachten („Sie sagen, dass das für die Mitarbeiter super ist.“). Er gibt jedoch zu bedenken, dass es sich dabei um Angebote für eine gewisse Klientel handelt („Das werden aber nicht die kleinen Unternehmen sein, weil die es sich einfach nicht leisten können.“).

Akteur C8 sieht in der grünen Infrastruktur einen wichtigen Teil der weichen Standortfaktoren. Gerade in einer Umgebung zu leben, die äußerst attraktiv ist, und die Möglichkeit zu haben, diese Strukturen zu nutzen, ist ein großer Vorteil für Standorte. Die Ausgangsvoraussetzungen Bonns empfindet er diesbezüglich als sehr gut: „Wenn jemand überlegt, mit seiner Familie nach Bonn zu ziehen, dann weiß er auch, dass es eine sehr attraktive Umgebung in Bonn und über die Stadt hinaus gibt.“ Eine ähnliche Einschätzung teilt Akteur C11. Er kann beispielsweise berichten, dass die attraktive Umgebung, für die der Freiraum ein wichtiges Element darstellt, von den Beschäftigten des Nachhaltigkeitssektors, der als Beispiel dient, geschätzt werden („Wir kriegen Resonanz, dass den Mitarbeitern hier sehr gut gefällt, dass es auch ein familienfreundliches Umfeld ist.“).

Für Akteur C9 ist die grüne Infrastruktur nur zweitrangig. Zwar ist es schön, diese zu haben, aber die jüngeren Menschen sind nicht wegen der Attraktivität des Standortes in Bonn, sondern wegen der Karrierechancen. In der Phase der Familiengründung ist es eher ein Argument, obwohl da auch zuerst ein gutes Betreuungsangebot von Interesse sind. Eventuell ändert sich das, wenn die Standorte anfangen müssen, aggressiv um Fachkräfte zu werben („Wenn es schwierig wird, Leute nach Bonn zu bekommen, dann wird das Thema in dem aggressiven Werben um Arbeitnehmer oder um hochqualifizierte Menschen wahrscheinlich eine andere Relevanz spielen.“). So wird die grüne Infrastruktur gern von Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmern in der Freizeit genutzt und spielt aus diesem Grund eine Rolle („Es ist etwas, das alle gerne mitnehmen.“).

Ökologische Themen sind zwar zeitweise in den Hintergrund gerückt, haben aber immer noch eine hohe Aktualität, findet Akteur C10. Städte wie Köln, aber auch Bonn haben seiner Meinung nach erkannt, dass ihre Grünflächen unangetastet bleiben müssen, weil diese in Bezug zum Thema Freizeit/Alltagsausgleich einen wichtigen Standortfaktor darstellen („Gerade dieses Thema Burn-Out und Überarbeitung der Gesellschaft und dieses Bedürfnis, auch wieder innerstädtisch einen naturnahen Gegenpol zu finden, ohne eine Stunde mit dem Auto irgendwo hinzufahren, ist ja gerade sehr aktuell.“). Neben der Bestanderhaltung, ist deswegen auch die Weiterentwicklung und die überregionale Entwicklung wichtig („Sie haben hier ja auch das *Grüne C* angesprochen. Das sind extrem wichtige Themen, um auch Menschen an so eine Stadt zu binden.“). Dazu zählt für ihn auch der Nachhaltigkeitsgedanke im Baubereich, der eine Einheit mit der grünen Infrastruktur bildet.

#### ➤ *Grüne Infrastruktur und Immobilienwerte*

Einige Akteure können keine konkrete Einschätzung geben, ob sich eine attraktive, grüne Umgebung auf den Immobilienwert auswirkt, da sie sich nicht als Experten auf dem Gebiet sehen. Alle übrigen bestätigten jedoch einen Zusammenhang. Das zeigt sich auch in Studien, die sich unter anderem mit Bonn beschäftigen und in der Praxis zum Beispiel an Standorten innerhalb der Stadt.

Akteur C4 bestätigt, dass sich eine attraktive Lage in Kombination mit der entsprechend hochwertigen Bebauung auf Immobilienwerte auswirken kann und belegt das am Standort Bonner Bogen: „Ich sage immer spaßeshalber für die gute Lage zahlen Sie 1,50 Euro, wenn Sie auf den Rhein gucken können. [...] Und wir bekommen in Bonn ohne Frage auch die höchsten Mieten.“ Weiter berichtet er, dass trotz der hohen Mieten am Standort kein nennenswerter Leerstand zu verzeichnen ist („Die Leute entscheiden also fast zwei Jahre bevor sie einziehen können, dass sie da hingehen und unterschreiben den Mietvertrag.“).

Akteur C5 bestätigt, dass sich das städtische Grün auf den Immobilienpreis und den Bodenrichtwert auswirkt. Das wurde wissenschaftlich in einer Studie der Universität Dortmund untersucht und auch speziell für Bonn belegt, wie er berichtet: „Die Studie hat genau untersucht, mit wie viel Prozent sich eine Grünanlage oder eine grüne Struktur auf einen spezifischen Bodenrichtwert oder einen Immobilienpreis auswirkt. Und die Ergebnisse sind für uns im Prinzip super. Man kann sagen, dass es bis zu 30 Prozent des Bodenrichtwertes steigert. Das hängt damit zusammen, ob die umgebende Struktur grün, attraktiv und qualitativ ist oder nicht.“

Wie schon Akteur C4 berichtet auch Akteur C6 von den Entwicklungen am Bonner Bogen, wo sich die attraktive, grüne Umgebung auch auf die Immobilienwerte auswirkt: „Die Preise, die am Bonner Bogen erzielt werden, die hätte man früher mit Sicherheit nicht annähernd geschätzt. Das ist da jetzt

so ein urbanes Feld, wo sie alles finden, wo Sie Freizeit haben und wo Sie Natur haben.“ Zwar findet er es schwierig, eine konkrete Aussage zu treffen. Er rechnet aber damit, dass eine attraktive und grüne Umgebung die Immobilienwerte um mindestens zehn bis 15 Prozent steigert. Das kann Akteur C10 ebenfalls am Beispiel des Bonner Bogens bestätigen: „Wir nehmen die Miete vom Bundesviertel plus einen Euro für das Siebengebirge. [...]. Die [Menschen] zahlen auch alle die Mieten, weil sie direkt am Rhein sitzen und einen schönen Ausblick haben.“

➤ *Grüne Infrastruktur und Klima- sowie Gesundheitsaspekte*

Abgesehen von einigen, die zu diesem Aspekt keine direkte Einschätzung abgeben, ist bei den Akteuren unumstritten, dass sich Grünstrukturen positiv auf Gesundheit und Wohlbefinden auswirken und diese auch das Stadtklima beeinflussen. In der Planung wird dieser Faktor indirekt durch die gesetzlich geforderten Ausgleichsmaßnahmen berücksichtigt. Dabei wird innerhalb der Stadtverwaltung auch besprochen, welche Auswirkungen das Klima auf die Gesundheit hat und welchen Beitrag die grüne Infrastruktur bezüglich dieser Thematik leisten kann. Bonn sieht sich zudem auch als Gesundheitsstandort. Diesbezüglich sind jedoch einige Akteure der Meinung, dass es an einem Handlungskonzept unter Beteiligung verschiedener Fachbereiche fehlt. Ein Akteur gibt hierzu an, dass das aufgrund der fokussierten Zielgruppe für nicht sinnvoll erachtet wird.

Für die Akteure C1 und C3 ist die Wirkung von Grünstrukturen auf die Gesundheit ein wichtiges Thema, da sie für das physische und psychische Wohlbefinden, aber auch für die menschliche Kreativität von Bedeutung sind. Für Akteur C1 ist es zudem wichtig, dafür die Voraussetzungen zu schaffen, damit das Grün auch für Sport und Freizeit zu nutzen ist („Gerade was das Inlinern angeht sind ja am Messdorfer Feld kürzlich nochmal die Wege asphaltiert worden, weil das ein Wunsch aus der Bevölkerung war.“).

Die Akteure C6 und C10 berichten seitens der Wirtschaft, dass es durch den Wandel der Arbeitswelt nötig wird, Entspannungsräume für die Beschäftigten zu schaffen, die man im Grünbereich findet und die der Erholung dienen. Auch Unternehmen machen laut Akteur C6 mit ihren Beschäftigten Ausflüge ins nahegelegene Grüne, um einen Erholungseffekt zu erzielen. Das wurde bereits im Zusammenhang mit dem Wert grüner Infrastruktur erwähnt.

Akteur C7 ist der Meinung, dass der Zusammenhang zwischen der Gesundheitsbranche und der grünen Infrastruktur bis jetzt in Bonn noch nicht gesehen wird. Seiner Auffassung nach besteht gerade im Bezug zum Klimawandel Potenzial, an der Stelle einen Schwerpunkt zu setzen: „Alle sagen, Bonn ist ja auch Gesundheitsstandort. Das ist richtig, aber diesen Gesundheitsstandort zum Beispiel mit dem Thema Wellness/Freizeitwert zu verbinden, funktioniert im Moment einfach noch nicht.“ Auch wenn er es als wichtig erachten würde, daran zu arbeiten, so erkennt er momentan keine Ansätze, dass sich jemand des Themas annimmt („Ich glaube schon, dass das Thema [Gesundheit] zunehmend mit dem Thema Klimawandel Potenzial hat, eben auch so ein Alleinstellungsmerkmal auszuarbeiten. Das müsste aber jetzt passieren und nicht erst in zehn oder 15 Jahren.“).

Ähnlich positiv steht diesem Ansatz Akteur C8 gegenüber. Er erkennt ebenfalls Potenzial, die Gesundheitsthematik in Bonn konzeptionell auszuweiten: „Richtig ist natürlich grundsätzlich, dass wir uns Gesundheitsstandort nennen und das auch sein wollen. Selbstverständlich passt das zum Thema Grün und weiche Standortfaktoren [...]. Es wäre auf jeden Fall eine Verbindung wert zu sagen, wir wollen Gesundheitsstandort sein und wir tragen auch dazu bei und machen darauf aufmerksam, wie

zum Beispiel eine Stadt auch zur Gesundheit beitragen kann.“ Er hat zudem die Idee, die Thematik an den Bereich der Elektromobilität zu koppeln bzw. den Fahrradverkehr stärker zu fördern („Oder man sagt, man will möglichst kurze und mittlere Wege mit dem Fahrrad abwickeln und stellt dafür auch eine Infrastruktur zur Verfügung, gerade auch für Besucher.“).

Laut Akteur C5 beschäftigt sich die Stadt mit den Auswirkungen des Klimawandels und der Frage nach Anpassungsmaßnahmen. Dabei spielen auch der Freiraum und das Thema Gesundheit eine entscheidende Rolle, wie er sagt: „Wir haben ja gerade die ganz intensive Diskussion um das Stadtklima und das geht ja auch am Schluss um Gesundheit. Wie kann ich noch in einer Stadt der Zukunft leben, wenn es im Schnitt 2° wärmer wird und wir dann in Zukunft in Bonn ein Mailänder Klima haben werden?“ Für ihn ist das urbane Grün für diese Fragestellung ein ganz wichtiger Standortfaktor („Wie viel Grün habt ihr in der Stadt als Schattenspender, als Frischluftspender, aber auch als Blockierer für den Feinstaubtausch?“). Weiter hält er den Gesundheitsaspekt für ein großes Thema der Gegenwart („Wenn man weiß, dass in einer Stadt als Beispiel die Schadstoffwerte immer über dem bundesdeutschen Schnitt sind, dann spricht sich das rum.“). Was das für die Stadt Bonn heißt und welche Handlungsansätze daraus resultieren, wird nicht näher ausgeführt.

Anders als die Akteure C5, C7 und C8 wird eine Kombination der grünen Qualitäten mit der Gesundheitsthematik von Akteur C11 für nicht sinnvoll erachtet, da es den Menschen, die deswegen kommen, alleine um die medizinische Behandlung geht („Die Leute sind kurzzeitig hier, um sich behandeln zu lassen. Die erfahren natürlich, dass Bonn ihnen eine Umgebung bietet, in der die Rekonvaleszenz angenehm ist. Für sie ist aber wichtiger, dass sie hier an diesem Standort hochklassige medizinische Leistungen bekommen.“). Dennoch finden die Freiraumqualitäten in der Außendarstellung Erwähnung, wie berichtet wird: „Man kann in einem Text irgendwo auf Seite 20 darauf hinweisen, dass die Folgen des Klimawandels in Bonn abgemildert werden und dass es eine angenehme Luftqualität gibt. Man kann es also unter den top Umweltqualitäten erwähnen, aber nicht vorne im Premiumbereich.“

Akteur C2 teilt eine ähnliche Einschätzung wie Akteur C11. Zwar gibt er an, dass die gesundheitsfördernde Wirkung von städtischem Grün und ihr Potenzial, Arbeitsstress abzufedern, bekannt sind. Dieser Umstand findet jedoch keine Integration im Bereich der Wirtschaftsförderung. So wird der Status des Gesundheitsstandortes vor allem von harten Faktoren wie der Klinikdichte abgeleitet. Über den Sinn, diesen Faktor im Marketing mit Grün zu koppeln, wurde bislang nicht nachgedacht. Dennoch identifiziert er Standorte innerhalb der Stadt, an denen in diesem Bereich Wechselwirkungen vermutet werden: „[Es ist toll], dass eine Uniklinik Bonn auf dem Venusberg liegt, wo man draußen sofort alles grün hat [...]. Ich denke, dass das sicherlich auch eine Rolle für Heilungsprozesse oder generell für das Wohlbefinden allgemein gesehen spielt.“ Auch wenn seiner Einschätzung nach das Thema Gesundheit mit Freiflächen in Verbindung zu bringen ist, hält er den Standort Bonn für diese Thematik nicht für prädestiniert („Bonn ist ja jetzt kein Standort von Reha-Kliniken. Es sind ja keine Kurkliniken da, die so was vielleicht mehr transportieren würden.“). Bezüglich stadtklimatischer Aspekte werden im Zusammenhang der Freiräume und Klimaanpassung vor allem Themen wie Versiegelung und Starkregenereignisse angesprochen: „Ich glaube, dass man aufgrund der subjektiv oder vielleicht auch schon statistisch angedeuteten erhöhten Starkregenereignisse gucken muss, inwieweit man da jetzt genügend Retention im Sinne von freien Flächen hat, die dann diese nicht ausreichenden Kanalkapazitäten auffangen. [...] Und dann ist eben die Kombination aus diesem Klimaschutzgedanken und eben diesen freien Flächen sehr wichtig.“ Inwieweit dieser Umstand Gegenstand der aktuellen Planungen ist, kann er nicht beantworten.

## **Aktivitäten von städtischer, unternehmerischer und privater Seite**

### ➤ *Stadt- und Freiraumentwicklung*

Eines der größten Projekte im Bereich der Freiraumplanung, von dem die Akteure berichten, ist das *Grüne C* im Rahmen der *Regionale 2010*. Hierbei wird stark mit dem Umland kooperiert. Gerade vor dem Hintergrund der Flächenknappheit in Bonn nimmt die Bedeutung regionaler Kooperationen laut Einschätzung verschiedener Akteure zu. Um die Grünraumvernetzung im Umland aufrecht und die Region attraktiv zu erhalten, wird das von einem Akteur sogar als unabdingbar eingestuft. Auf kommunaler Ebene im Bereich der Stadtentwicklung gibt es den Masterplan *Innere Stadt*, im Rahmen dessen auch Projekte im Bereich der grünen Infrastruktur verwirklicht werden. Oftmals sind Maßnahmen im Freiraum ein Nebenprodukt von Hochwasserschutzmaßnahmen oder ähnlichem. Einige Akteure merken an, dass die Stadt kaum finanziellen Mittel für die Weiterentwicklung der Freiräume hat. Zudem sind einige Chancen, die durch die *Regionale 2010* und den Masterplan *Innere Stadt* entstanden sind, verpasst worden. Von einigen Interviewpartnern wird auch die Kommunikation über die Maßnahmen als nicht ausreichend empfunden. Jedoch geben nicht alle Akteure zu dieser Fragestellung eine Einschätzung ab.

Akteur C11 berichtet vor allem vom *Grünen C* und dem Projekt *chance7*<sup>37</sup>, die beide in Kooperation mit dem Umland durchgeführt werden. Zudem gibt es von städtischer Seite zum Beispiel das Projekt *Junge Buchen unter alten Fichten* („Die Stadtförsterei arbeitet jetzt seit geraumer Zeit daran, die Fichtenmonokulturen im Stadtwald aufzubrechen und wieder eine klassische Buchenbepflanzung zu erreichen.“). Weiter erwähnt er das *RegioSaatGut*-Projekt der biologischen Station in Bonn. Auf das Projekt *chance7*, das vom Rhein-Sieg-Kreis initiiert wurde, geht auch Akteur C12 ein. Der Kreis hat die Stadt seiner Angabe nach kurz bevor sie einen Förderantrag beim Bundesamt für Naturschutz gestellt haben darüber informiert („Zu diesem Zeitpunkt war es leider für uns zu spät [...]. Der Rhein-Sieg-Kreis hat aber mit dem BfN und mit dem Bund insoweit diskutiert, dass die Tür für die Stadt Bonn immer offensteht, und von der Sache her bietet es sich auch an.“). Auf dem Stadtgebiet gibt es auch kleinere Projekte wie die Bepflanzung von Verkehrsgrün mit Wildblumen. Das ist kostengünstig, erhöht die Attraktivität des Stadtbildes und dient der Artenvielfalt („Sie haben da eigentlich ein ganz schönes Beispiel an der Sandkaule. Da sind die Verkehrsinseln von der biologischen Station in Zusammenarbeit mit unserem Amt für Stadtgrün als Lebensräume für trockenheitsliebende Vegetation umgestaltet worden.“).

Was die generellen Arbeiten am städtischen Freiraum betrifft, so ist die Verbesserung der Durchgängigkeit des urbanen Grüns laut Akteur C1 genauso ein Thema wie die Naturschutzentwicklung und die Steigerung der Erholungsfunktion („[Es geht darum,] die grüne Infrastruktur zu verbessern, die Durchgängigkeit zu verbessern und Anschlüsse herzustellen.“). Dabei

---

<sup>37</sup> Im Jahr 2010 „hat der Rhein-Sieg-Kreis ein langfristiges und auf Freiwilligkeit beruhendes Naturschutzprojekt“ namens *chance7* initiiert. Dabei handelt es sich um „ein Förderprogramm für ausgewählte Naturräume zwischen dem Siebengebirge im Südwesten und der mittleren Sieg im Nordosten“, bei dem „Biotope außerhalb der bebauten Wohn- und Gewerbeflächen, vor allem Wälder, Streuobstbestände, Weinbergsbrachen, Feuchtwiesen und Gewässer“ im Mittelpunkt stehen. Ziel ist es, diese „als Lebensstätten gefährdeter Tier- und Pflanzenarten in einen besseren Zustand“ zu überführen und stärker miteinander zu verbinden, wenn es erforderlich ist. Ein Teil des Fördergeldbudgets wird genutzt, um „in der Region gezielt über das Projekt zu informieren“ und so den in der Region lebenden Menschen „und den Erholungssuchenden den hohen Wert landschaftlicher und biologischer Vielfalt zu vermitteln“. Die Zahl 7 steht für die am Naturschutzprojekt beteiligten Gebietskörperschaften, zu denen neben dem Rhein-Sieg-Kreis als Projektträger die Städte Bad Honnef, Königswinter, Sankt Augustin und Hennef sowie die Gemeinden Eitorf und Windeck zählen (RHEIN-SIEG-KREIS 2012: 3f.).

geht es zum Beispiel um die Gestaltung von Fuß- und Radwegen. Ein großes Projekt in der Freiraumplanung auf interkommunaler Ebene ist das *Grüne C*, dessen Umsetzung vor allem durch die umfangreichen Fördermittel möglich ist. Ziel ist es, die grüne Infrastruktur nicht nur in Bonn, sondern insgesamt in der Region zu stärken und das Angebot an Freizeitmöglichkeiten zu verbessern. Laut Akteur C2 findet eine regionale Kooperation generell vor allem aufgrund des Strukturwandelprozesses statt („Die regionale Zusammenarbeit ist seit 1991 in diesem engeren Umland in dieser Kernregion Bonn/Rhein-Sieg/Ahrweiler gewachsen.“). Ein allgegenwärtiges Thema ist dabei auch die Qualität der gewachsenen Kultur- und Naturlandschaft.

Wie schon von Akteur C1 angesprochen berichtet auch Akteur C5 vom *Grünen C*. Das Projekt hält er vor allem deswegen für wichtig, da die aktuelle Freiraumplanung der umliegenden Kommunen aufgrund des hohen Versiegelungsgrades als nicht weitsichtig empfunden wird („Im Moment rückt die Bebauung zwischen Köln und Bonn immer enger aneinander und dieser "Standortfaktor Grün" geht im Prinzip zumindest in diesem Bereich täglich verloren.“). Eine Kooperation in diesem Bereich erachtet er als unabdingbar, weil man sich so besser den Herausforderungen der Zukunft stellen kann („Die Idee des *Grünen C* ist es, genau da anzusetzen und zu sagen, dass man diese große Brille aufbewahren muss, weil es nicht funktioniert, wenn jeder nur in seinen Grenzen denkt.“). So ist es seiner Meinung nach von hoher Bedeutung, nicht nur die Entwicklungen in der Stadt zu fokussieren, sondern auch über die Stadtgrenzen hinauszudenken, um eine Vernetzung zu schaffen und den Flächenverlust zwischen Köln und Bonn zurückzuhalten. In der Region sieht er das einzige Instrument, das auch im Wettbewerb der Kommunen untereinander etwas bewirken kann. Bei der praktischen Arbeit im Fachamt geht es hauptsächlich um Sanierung von Grünanlagen oder Spielplätzen, die einen enormen Stellenwert als grüne Trittsteine und soziale Begegnungsräume haben. Dabei erweist sich die finanzielle Situation als zunehmend schwierig. Über den Masterplan *Innere Stadt* sollen unter den drei Leitaspekten "Urbanes C", "Grüne Trittsteine" und "Bonner Promenaden" durch die Umsetzung einiger Projekte Grünstrukturen aufgewertet und weiterentwickelt werden („Wenn das in den nächsten 20 Jahren umgesetzt würde, dann wäre das für die Qualität, so wie ich die Qualität verstehe – starke Struktur und Pflegezustand – eine richtige Weiterentwicklung.“). Ansonsten ist die Grünraumentwicklung meistens ein Nebenprodukt von Hochwasserschutzmaßnahmen oder Maßnahmen im Rahmen der *Sozialen Stadt NRW*, wie er berichtet: „Wir partizipieren im Prinzip immer an technischen Einrichtungen oder städteplanerischen Fragestellungen.“

Zwar bestätigt auch Akteur C7, dass im Rahmen der *Regionale 2010* über das *Grüne C* viele Maßnahmen umgesetzt werden, jedoch wurden an dieser Stelle seiner Auffassung nach bei Themen wie der Öffnung zum Rhein Chancen verpasst. Auch im Rahmen des Masterplans *Innere Stadt* sieht er diesbezüglich keine Verbesserung. Dafür macht er auch die finanzielle Situation der Stadt verantwortlich, weil das Geld für solche Maßnahmen knapp bemessen ist. Gerade was das *Grüne C* angeht, so fehlt vor allem jemand, der den Marketingprozess steuert („Die Zielgruppe war ja zunächst auch die Bevölkerung vor Ort und die hätte man einfach ganz anders mitnehmen müssen.“). Als problematisch wird auch ein Mangel an Visionen und Perspektiven bezüglich der Veranstaltungen im Grünen gesehen, wie er berichtet: „Im Bereich der Rheinaue machen wir es uns auch immer wieder schwer, indem immer wieder die Auflagen erhöht werden. Die Festivitäten werden weniger.“ Zudem vertritt er die Auffassung, dass auch die Kooperation mit der Region bezüglich der Stadt- und Wirtschaftsentwicklung zu schwach ist. Das begründet er damit, dass die Stadt nur wachsen kann, wenn sie Gewerbe-, Büro- oder Wohnflächen im Umland ausweist, jedoch keine Regelung

interkommunaler Art geschaffen wurde („Das heißt, wenn Sie jetzt zum Beispiel in Alfter ein Gewerbegebiet oder Büroimmobilien schaffen, dann profitiert die Kommune dort von den Einnahmen.“). Seiner Meinung nach müsste es diesbezüglich einen Ausgleich geben, weswegen die Schaffung eines Zweckverbandes und die Vermarktung als Gesamtregion notwendig wäre. So könnten beispielsweise gemeinsame Gewerbegebiete entwickelt werden. Auch Akteur C8 vertritt die Auffassung, dass die Stadt Bonn aufgrund der Flächenknappheit stärker mit dem Umland kooperieren und als Region denken müsste, um die Qualitäten der Stadt zu bewahren und Herausforderungen wie die Wohnraumversorgung zu bewältigen. Als problematisch stellt sich das Konkurrenzdenken der Kommunen dar („Es ist in der Wahrnehmung zum Beispiel so, dass wenn man Bevölkerung an das Umland abgibt, diese hier keine Steuern bringen.“). Seiner Meinung nach zeugt dieser Ansatz von zu wenig Weitsicht („[Wir] können nicht mehr so vereinzelt denken. [...] Es ist zwar nett, wenn sie hier die Steuern zahlen, aber das darf nicht dazu führen, dass hier die letzten Gebiete auch noch zugebaut werden.“).

Akteur C3 merkt an, dass es seiner Einschätzung nach zu wenig Weiterentwicklung der Freiflächen gibt, weil die Stadt das finanziell nicht bewältigen kann. Unter diesen Voraussetzungen hält er die Leistungen, die dennoch erbracht werden, jedoch für bemerkenswert. Positiver wird die Situation von Akteur C10 empfunden, der das Engagement der Stadt als gut empfindet. Die Kommunikation der Inhalte erscheint jedoch, wie schon Akteur C7 bemängelte, bei Weitem nicht ausreichend („Das ist auch beim Masterplan *Innere Stadt* der Fall. Als der auf einmal beschlossen war, gab es Leute, die meinten, sie haben gar nichts davon mitbekommen.“).

➤ *Aktivitäten von privater und privatwirtschaftlicher Seite bezüglich "grüner" Themen*

Die Antworten zu den Aktivitäten von Unternehmen in Bezug auf ihr "grünes" Engagement sind vielfältig. Einige Akteure berichten, dass einzelne Firmen zum Beispiel mit ihren Beschäftigten an Baumpflanzaktionen teilnehmen. Das soll dem Zusammengehörigkeitsgefühl des Teams zugutekommen. Zudem kümmern sich einige Unternehmen besonders intensiv um ihre Außenanlagen, weil sich das positiv auf die Repräsentativität auswirkt, weiß ein weiterer Akteur zu berichten. Zwei Akteure können dazu ergänzen, dass auch schon speziell grüne Standorte nachgefragt wurden, weil sich das Umfeld auf die Kreativität der Mitarbeiter auswirkt. Ein Akteur ist der Meinung, dass man es jedoch zumindest kritisch hinterfragen sollte, wenn sich die freie Wirtschaft zu stark in den öffentlichen Raum einbringt. Ein anderer Akteur hat diesbezüglich keine Bedenken und würde mehr Sponsoring-Aktivitäten begrüßen, wenn sich das positiv auf die Grünstrukturen auswirken würde.

Die Akteure C1 und C11 berichten von den zuvor erwähnten Pflanzaktionen. Hierzu sagt Akteur C1 beispielsweise: „Was es auf jeden Fall gibt, [ist] eine Zusammenarbeit mit Telekom und der Post, wo die vom Betrieb aus in die Landschaft gehen und von der obersten Hierarchie bis unten hin zum Trainee Bäume pflanzen. Das ist dann eine Maßnahme, um Gemeinschaft zu bilden, aber das kommt dann ja auch der grünen Infrastruktur zugute.“ Laut Akteur C11 unterstützt vor allem die Deutsche Post die Initiative *Plant for the Planet* umfangreich („Da gibt es regelmäßig Pflanzaktionen, wo sich auch die Deutsche Post intensiv einbringt.“). Auch Akteur C12 berichtet, dass die Stadtförsterei mit Unternehmen zusammenarbeitet, die sich mit ihren Beschäftigten für den Naturschutz betätigen: „Die [Stadtförsterei] und erstaunlicherweise auch unsere biologische Station werden von großen Unternehmen angesprochen. Die machen gemeinsame Projekte. Da kommen also Mitarbeiter eines deutschen Autokonzerns [...] zur Düne Tannenbusch und machen einen Tag Naturschutzarbeit.“

Bezüglich der Bautätigkeiten berichtet Akteur C2, dass grüne Infrastruktur teilweise in die Gebäudekomplexe integriert wird. Das ist zum Beispiel im Bundesviertel Bonns zu beobachten. Von solch einem grünen Umfeld sollen auch die Beschäftigten profitieren. Für verschiedene Unternehmen sind zudem eine nachhaltige Bauweise und ein entsprechendes Umfeld von Interesse, was speziell nachgefragt wird, wie er berichtet: „Andererseits haben wir letztes Jahr ganz konkret am Bonner Bogen festgestellt, dass institutionelle Anleger das Gebäude Rheinwerk 2 am Bonner Bogen gekauft haben, weil dieses Gebäude von der deutschen Gesellschaft für nachhaltiges Bauen in Silber zertifiziert worden ist. [...] [Es ist so,] dass sich die Themen Grün und Energie und Klima und Klimawandel letztendlich im Sinne der Standortqualität ergänzen.“

Bei der Bebauung neuer Areale wie dem Bonner Bogen wird die Integration grüner Qualitäten laut Akteur C4 von der Privatwirtschaft genutzt, um Atmosphäre und Attraktivität zu schaffen. Ähnlich wie Akteur C2 ist auch nach seiner Einschätzung vor allem der Bereich des nachhaltigen Bauens, wie es am Bonner Bogen mit Rheinwerk 2 und 3 der Fall ist, aktuell ein gefragtes Thema. Dabei geht es langfristig um Einsparungspotenzial, aber es ist auch positiv für das Image des Standortes bzw. des Unternehmens. Akteur C6 teilt die Einschätzung der Akteure C2 und C4, dass vor allem der Bereich des Green Buildings bei hochwertigeren Bauvorhaben zunehmen wird, gerade weil es ein Thema des Images und der Ressourcenverknappung ist („Alle größeren Gesellschaften und Unternehmen, die in dem Immobilienbereich tätig sind, werden versuchen, Green Buildings darzustellen, weil es eben ein sehr gutes Image hat und die Ressourcen zu Ende gehen.“).

Zwar wurde laut Akteur C3 schon angeregt, dass Unternehmen sich stärker für den Freiraum engagieren, jedoch ist der Umfang dieser Aktivitäten eher gering. Seiner Einschätzung nach zählt zu den Gründen, dass die größeren Unternehmen es nicht mehr für notwendig halt, sich zu etablieren. Zudem hat beispielsweise die Deutsche Post jedes Jahr ihr eigenes Sommerfest, was sie im eigenen Garten veranstalten. Dennoch wäre es wichtig, auf diesem Feld neue Wege zu gehen, da die Stadt finanziell eher schwach aufgestellt ist („Viele Blumenbeete werden nicht mehr bepflanzt, weil es einfach zu teuer ist.“). Kooperationen mit privaten Unternehmen oder Sponsorings könnten hier ein Ansatz sein („Warum soll ich den japanischen Garten nicht von einem japanischen Autohersteller sponsern lassen? [...] Natürlich müssen wir hier keinen bunt beflaggten Kirmesplatz draus machen. Aber wenn wir irgendwann sehen, dass wir gewisse Dinge nicht mehr aus normalen Budgets heraushalten können, muss man sich halt einfach andere Gedanken machen.“). Die Stadtverwaltung wird in diesem Bereich jedoch als eher unflexibel wahrgenommen („Das ist für die Politik gerade hier in Bonn ein sehr heikles Thema und das ist auch sehr langsam.“). Auch darin sieht er ein mögliches Hemmnis für Unternehmen, sich stärker innerhalb der Stadt zu engagieren.

Akteur C5 kann einige Beispiele für das Engagement in grüne Projekte durch Privatpersonen und Unternehmen nennen. So engagiert sich die Bürgerschaft intensiv für die Freiräume und ihre Pflege, wie er berichtet. Verschiedene Firmen übernehmen die Gestaltung von Kreisverkehren und die Deutsche Post unterhält die Grünanlagen an ihrem Standort an der B9, um eine positive Außenwirkung zu gewährleisten. Den betreffenden Unternehmen geht es seiner Einschätzung nach hauptsächlich um ihr Image, die entsprechende Außendarstellung oder die Identifikation mit dem Standort. Es wird jedoch von ihm angemerkt, dass man das privatwirtschaftliche Engagement im öffentlichen Raum auch kritisch betrachten kann („Wenn wir dann aber in den Neubaucharakter reingehen und in Bonn Privatunternehmen komplette Grünanlagen errichten, wie es in den USA passiert, sind das dann auch wieder andere rechtliche Fragestellungen.“). Dennoch sieht er künftig Bedarf, neue Wege zu gehen („Ich glaube, in Zukunft wird es gar nicht mehr gehen, innovative große

Projekte im Bereich der Grünstrukturen voranzubringen, ohne eine zweite Finanzierung über die Kommune hinaus zu haben, egal, ob das Land, Bund oder EU ist oder ob es private Sponsoren wie bei einem Projekt wie dem Haus der Natur sind.“). Seiner Meinung nach fehlen dafür aktuell jedoch noch die Grundlagen: „Aber da bedarf es natürlich auch einer neuen Denke. [...] Und da darf man durchaus selbstkritisch sein. Eine Verwaltung ist alles, nur keine gute Marketingeinheit.“

Neben dem Projekt Ökoprofit werden von Akteur C7 als Beispiele für ein "grünes" Engagement – wie bereits von den Akteuren C2, C4 und C6 – die Aktivitäten am Bonner Bogen angesprochen. Weiter verweist er auf Unternehmen wie Forst Finance, deren Unternehmenskonzept sich nach ihrer eigenen Schwerpunktsetzung auf Nachhaltigkeit stützt. Dennoch könnte auf diesem Gebiet seiner Auffassung nach deutlich mehr geschehen. So sagt er zur Motivation der Unternehmen, dass viele diese Thematik aktuell noch nicht als Mehrwert für das Image sehen. Zudem kommt hinzu, dass es zwar in Bonn einen Schwerpunkt im Nachhaltigkeitsbereich gibt, daraus jedoch niemand ein Cluster entwickelt, wie er sagt: „Wir stellen jetzt zum Beispiel in unserer nächsten Zeitschrift [...] vier oder fünf Unternehmen vor, die sich mit ökologischen Investments und Waldinvestments befassen. [...] Es gibt schon eine Ballung von solchen Unternehmen, die sich hier angesiedelt haben. [...] Das heißt, es gibt immer wieder Zusammenarbeiten in dem Bereich, aber es gibt keinen, der eine Vernetzung oder ein Cluster hinbekommt. Die ganzen NGOs oder der Klimabereich und so weiter lebt alles so ein bisschen nebeneinander her.“

Akteur C8 zeigt am eigenen Beispiel, dass ein "grüner" Standort – in dem Fall der Standort der Konzernzentrale – das Image des Unternehmens beeinflusst. Neben der Glaubwürdigkeit des Unternehmens spielt seiner Meinung nach auch die Zufriedenheit der Beschäftigten eine Rolle, die ebenfalls von der Attraktivität des Standortes profitieren sollen: „Sie merken das ja auch von der ganzen Umgebung und von der Gestaltung her. Hier ist auch viel Wert darauf gelegt worden, dass die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in einer angenehmen Umgebung arbeiten können, was auch die Kreativität fördert.“ So kommt er zu dem Schluss, dass der Standort zum Produkt des Unternehmens passt und damit auch das Image des Unternehmens positiv beeinflusst („Es ist ja ein ökologisch orientiertes, grünes Produkt und der Standort hier ist sehr grün. [...] Ich denke, dieser Standort passt auf jeden Fall sehr gut zu dem Image der Firma.“).

Akteur C9 berichtet ebenfalls, dass für verschiedene Unternehmen eine nachhaltige Bauweise von Interesse ist, die auch das Firmenimage beeinflusst („Es ist ja A gesetzlich vorgeschrieben und B gehört es zum guten Ton, dass man im Endeffekt so was macht.“). Jedoch muss man sich das auch leisten können („Unternehmen fragen so was auf der einen Seite massiv nach, aber eigentlich [ist das] nur die Avantgarde.“). Zwar berichtet er, dass der eigene Unternehmensgarten intensiv genutzt wird, jedoch schreibt er dem Vorhandensein von Kindergartenplätzen eine höhere Priorität zu.

Wie schon zuvor verschiedene andere Akteure spricht auch Akteur C10 das Beispiel Bonner Bogen für die Investition in Grünstrukturen an, für die es seiner Meinung nach verschiedene Motive gibt: „Erst mal [haben wir] das Motiv für uns als Entwickler. Dem [Chef] ist das schon ein wichtiges Anliegen, Grünaspekte und ökologische Aspekte mit umzusetzen.“ So hat der Standort mit der Lage am Rhein und dem Blick auf das Siebengebirge gute Voraussetzungen mitgebracht, die durch eine Grünvernetzung zwischen den teilweise DBNG-zertifizierten Gebäuden ergänzt wurde. In dieser ganzheitlichen Sichtweise spiegelt sich das Selbstverständnis des Entwicklers wieder, der einen Standort geschaffen hat, der durch das entstandene Image wiederum eine Zielgruppe anspricht, die sich mit diesen Werten identifiziert.

### **Standortmarketing unter Einbezug "grüner" Themen (Potenziale und Hemmnisse)**

Was den Einbezug "grüner" Themen ins Marketing angeht, passiert in Bonn aktuell noch relativ wenig, obwohl viele Akteure hierfür ein Potenzial erkennen. Auch eine Kooperation der entsprechenden Fachämter der Stadt untereinander ist hierbei nicht gegeben. Es existiert auch keine spezielle Strategie, hierauf künftig einen Fokus zu legen. Viele Projekte wie das *Grüne C* werden von der Bevölkerung nicht wahrgenommen, da die Inhalte unzureichend kommuniziert werden. Aktuell werden die attraktiven Grünstrukturen lediglich gerne auf Bildern dargestellt, was auch als sinnvoll erachtet wird und sich positiv auf das Image der Stadt auswirkt. Einige Stimmen sind jedoch der Meinung, dass das nicht ausreicht und man mehrere Themenbereiche wie zum Beispiel Gesundheit, Nachhaltigkeit, Tourismus, urbanes Klima und Freizeit miteinander verknüpfen und damit nach außen treten müsste. Dieses Feld stellt einen Komplex weicher Standortfaktoren dar, der heutzutage von hoher Wichtigkeit ist. Als Hemmnis sehen einige Akteure immer noch die finanzielle Situation der Stadt und potenzielle Kosten, die die grüne Infrastruktur mit sich bringt.

Akteur C1 bestätigt, dass bezüglich der Vermarktung der grünen Qualitäten kaum eine Zusammenarbeit zwischen den verschiedenen Ämtern vorhanden ist („Leider müssten wir auch mehr mit denen reden und sagen ‚Leute, wir haben ein Pfund, mit dem wir wuchern können, bringt das mal ordentlich raus!‘ [...]. Zusammenarbeit gibt es in dem Sinne eigentlich nicht.“). Auch im Stadtmarketing findet dieser Themenbereich keine Berücksichtigung („Da stehen eben andere Dinge wie Events in der Fußgängerzone, verkaufsoffene Sonntage und Veranstaltungen im Vordergrund.“). Für ihn stellt sich dabei auch die Frage, wie ein stärkerer Einbezug der Thematik geschehen sollte, wer dadurch angesprochen werden soll und wie man ein solches Vorhaben finanziert.

Laut Akteur C2 wird mit den grünen Qualitäten des Standortes hauptsächlich über Bilder geworben („Die emotionale Ansprache des Standortes ist auch eine enorm wichtige Sache für das Thema Standortmarketing.“). Dafür gibt es allerdings keine spezielle Strategie („Das ist ja eher so eine "Huckepack-Mitnahmevermarktung".). Nach Einschätzung des Experten böte es sich an, das Thema "Grün" verstärkt mit dem Aktiv- und Tagungstourismus zu verbinden. Eine alleinige Konzentration auf die Grünstrukturen wird allerdings als nicht sinnvoll erachtet, da dieser Ansatz zu eindimensional wäre. Jedoch wird eine Schärfung des Standortmarketings, bei dem auch die Potenziale der Stadt Bonn und ihre grüne Seite einbezogen werden, angestrebt. So arbeitet eine Standortbroschüre der Region Bonn/Rhein-Sieg/Ahrweiler sehr stark mit Bildern des Siebengebirges und eines grünen Bonns. Wie schon Akteur C1 stellt sich dabei auch für ihn die Frage, welche Zielgruppe man damit erreichen möchte. Problematisch bleiben für ihn die Kosten der Grünerhaltung wegen der angespannten Haushaltslage („Grün ist eine Qualität, die kein Selbstläufer ist.“).

Gerade was die finanzielle Ebene betrifft, vertritt Akteur C3 eine vollkommen andere Auffassung als Akteur C2. Seiner Einschätzung nach wäre ein Ansatz, die Pachteinnahmen aus den Veranstaltungen im Freiraum ausschließlich dem Grünflächenamt zur Verfügung zu stellen und diese direkt wieder in das Stadtgrün zu investieren, um so die finanziellen Schwierigkeiten zu überwinden und gleichzeitig von der steigenden Qualität der Freiräume zu profitieren („Die Erträge, die man da herauszieht, die gehören für mich direkt wieder als Invest in den Park zurück und das ist leider Gottes nicht so.“). Andernfalls besteht laut Akteur C2 die Gefahr, dass die Freiräume infrage gestellt werden, wenn sie weiter an Qualität verlieren.

Akteur C4 berichtet vor allem vom Einsatz attraktiver Grünstrukturen im Marketing seitens der Privatwirtschaft. Dort wird der Mehrwert, den sie leistet, bereits erkannt. Dabei liegt auch dort der

Schwerpunkt auf der bildlichen Darstellung („Hier haben wir das [in einer Broschüre] bildlich dargestellt und das sind eigentlich die Highlights, von denen ich einfach denke, dass sie sehr wichtig sind.“). Dennoch müssen die Strukturen auch vorhanden sein, wie er sagt: „Wir legen sehr viel Wert auf schöne Außenanlagen mit sehr viel Grün und sehr viel Atmosphäre. Und das wissen die Mieter auch zu schätzen.“ Auch Akteur C9 berichtet von Marketingaktivitäten, die die Freiraumqualitäten über Bilder transportieren. Zudem sieht er in der grünen Infrastruktur einen Imagefaktor, der sich ständig im Wandel befindet. Davon profitieren die Städte aktuell („Die Städte nutzen das natürlich auch ein bisschen durch Fördermittel, um über das Image hinaus in die Infrastruktur zu investieren.“).

Wie schon die Akteure C2 und C4 berichtet haben, findet die Vermarktung von Grünstrukturen laut Akteur C5 sowohl von Seiten der Kommunen als auch von Seiten der Wirtschaft vor allem durch die emotionale Ansprache über Bilder statt („Jedes Werbefoto von Bonn macht diesen Blick nach Süden.“). Da der Einbezug grüner Themen ins Marketing aktuell in der Stadt kaum eine Rolle spielt, kommt die Idee auf, eine Koordinationsstelle zu schaffen, die die "grünen" Belange aller städtischen Ämter zusammenbringt. So wäre eine Teilnahme an Wettbewerben möglich, wodurch auch eine positive Außendarstellung und eine bessere Kommunikation nach außen zu erzielen wäre („Ich erreiche [mit einer guten Kommunikation] andere Zielgruppen. Ich lande in Fachzeitschriften, in der Tageszeitung und ich gebe den Menschen, die hier wohnen, das Gefühl, in einer Region zu wohnen, die irgendwie positiv besetzt ist. Ich kann es umdrehen. Wenn ich das nicht tue, beschäftigen sich die Medien und die Außendarstellung vor allem mit Problemen.“). Gerade beim *Grünen C* wurde deutlich, dass die Kommunikation ein Schlüssel zum Erfolg vieler Projekte ist und mangelnde Kommunikation negative Effekte mit sich bringt („Das *Grüne C* ist mit Beton und viel Geld verbunden.“). Heute reicht es seiner Einschätzung nach nicht, eine Homepage und Flyer zu erstellen, sondern es benötigt persönliche Gespräche. Geht es generell um die Einbringung des Faktors "Grün" im Marketing, so muss er seiner Einschätzung nach an Themen wie Gesundheit, Stadtklima und Lebensqualität gekoppelt werden, damit das Marketing schlüssig wird („Natürlich ist das ein wichtiger Punkt, um damit als Standortfaktor zu werben, aber man muss es zusammenbringen mit dem Gesundheitsaspekt, mit der Klimafragestellung, mit dem Faktor "lebenswert", um die Leute hier zu binden, denn da gehört einfach mehr dazu.“).

Akteur C7 ist der Meinung, dass die Stadt aktuell bezüglich Stadtentwicklung und Stadtmarketing zu sehr auf sich fokussiert ist. Gerade auf dem Gebiet der Freiräume würde sich jedoch eine Zusammenarbeit der Stadt mit dem Umland anbieten. Potenzial erkennt er dabei in der gemeinsamen Fokussierung von Themen aus den Bereichen Natur und Kulturlandschaft. Erste Ansätze sieht er diesbezüglich in der Kooperation über die Tourismus & Congress GmbH, woran die Regionen, aber auch die Privatwirtschaft beteiligt sind. Dort erkennt er Tendenzen, dass die grüne Infrastruktur als zusätzlicher Standortfaktor gesehen wird. Geht es um die Ansiedlung von Unternehmen und Fachkräften, so wird die grüne Infrastruktur zwar nicht alleine entscheidend sein, jedoch kann sie seiner Einschätzung nach erheblich zur positiven Wahrnehmung des Standortes beitragen und dadurch Entscheidungen dementsprechend beeinflussen. Seiner Auffassung nach wird dieser Umstand, der künftig noch an Bedeutung gewinnen wird, zu wenig berücksichtigt („Die Bewerber werden in Zukunft eine viel stärkere Macht haben, und diesen Bewerbermarkt muss ich einfach abfangen, indem ich diesen potenziellen Fachkräften etwas biete.“). So gilt es, die weichen Standortfaktoren, zu denen auch die Bereiche Kultur und Natur zählen, zu stärken und ihre Potenziale miteinander zu verknüpfen. Aktuell werden Themen wie der Erlebniswert der Rheinaue,

der zum Beispiel durch die Konzertreihe *Kunstrasen* gegeben ist, zu wenig in der Vermarktung berücksichtigt, wie er findet. Er kommt ähnlich wie Akteur C5 zu dem Schluss, dass er Faktor "Grün" in Verbindung mit Faktoren wie Kultur, Freizeitwert und Natur in Zukunft an Bedeutung gewinnen wird („Wenn man die gesamten weichen Standortfaktoren verclustert, dann könnte es in Zukunft ein Potenzial für das Thema Fachkräftegewinnung oder Ansiedlung von Unternehmen werden.“). Das kann jedoch nur erfolgreich funktionieren, wenn zudem die regionale Kooperation ausgebaut wird.

Zwar sind Akteur C6 Projekte wie das *Grüne C* bekannt, aber wie schon ausführlich von Akteur C5 berichtet, schätzt auch er die Vermarktung als verbesserungswürdig ein („Und [das ist es] auch mit dem *Grünen C*. Das letzte, [was man gehört hat], war ja jetzt die Mondorfer Fähre. Da gab es einen Artikel. Aber da müssten aus meiner Sicht dann auch mehr Aktionen stattfinden, um da mehr drauf hinzuweisen.“). Auch für Akteur C10 liegt ein Hemmnis an der mangelnden Mitnahme der Menschen, was schon von Akteur C5 angesprochen wurde („Die direkte Ansprache [ist wichtig]. Man darf das nicht immer nur passiv irgendwo reinsetzen und dann hoffen, dass da mal zufällig irgendwer drauf stößt und das liest.“). Zudem sieht er ein generelles Potenzial in der interkommunalen Zusammenarbeit, die schon Akteur C7 angesprochen hat („Für mich ist dieses Instrumentarium extrem wichtig. Solche interkommunalen Sachen sind ja ohnehin schon schwierig genug wegen dieses Kirchturmdenkens.“).

Da in Bonn zahlreiche UNO-Sekretariate im Nachhaltigkeitsbereich ihren Sitz haben und die Stadt sehr durchgrünt ist, sollte sie nach Akteur C8 grüne Themen verstärkt fördern und in das Standortmarketing integrieren. Ansätze dafür sieht er beispielsweise im Bereich der nachhaltigen Mobilität: „Ich denke da zum Beispiel an ein Fahrradsystem. Das ist auch etwas für Besucher und das Standortmarketing. [...] Glaubwürdige Mobilität und glaubwürdige Energieversorgung wären für mich Stichworte, auch in der Außenwerbung und in der Außendarstellung.“

Akteur C11 ist ähnlich wie Akteur C4 der Meinung, dass die grünen Qualitäten der Stadt am besten über Bilder transportiert werden. Speziell vermarktet werden die Grünstrukturen nicht („Natürlich steht in jedem Profiltext was von Bonns reizvoller Lage zwischen Rhein und Siebengebirge und den Freizeitmöglichkeiten, aber mehr nicht.“). Anders als Akteur C8 ist er der Auffassung, dass die grüne Infrastruktur für die Vermarktung als Nachhaltigkeitsstandort und internationaler Standort nicht von Interesse ist. So sind die Lebensqualität Bonns und die attraktive Umgebung zwar erwähnenswert, stellen aber keinen Themenschwerpunkt dar. Diese Auffassung teilt Akteur C12 nicht. Für ihn ist die grüne Infrastruktur durch die guten Ausgangsvoraussetzungen gerade ein Thema, was Potenzial für das Standortmarketing hätte („Ich denke mal der Themenkreis, über den wir schon gesprochen haben, [...], sind Pfunde, mit denen man wuchern kann [...]. Wir haben eine Vielzahl von solchen grünen Strukturen und Parkanlagen.“). In welcher Form das geschehen könnte, wird nicht gesagt.

### ***Grüne Infrastruktur: Bedeutung für Standorte und deren Marketing***

Alle Akteure sind der Auffassung, dass grüne Infrastruktur heutzutage ein Standortfaktor ist und man die Qualitäten, die bereits vorhanden sind, auch für die Außendarstellung nutzen sollte. Die Gewichtung ist jedoch sehr unterschiedlich. Als allein entscheidend stuft kein Akteur die grüne Infrastruktur ein. Ein Akteur vermutet, dass die grüne Infrastruktur kein Grund ist, an einen Standort zu kommen, jedoch dazu beiträgt, dass man sich in einer Stadt wohlfühlt und dort bleiben möchte. Einige Akteure sind der Meinung, dass vor allem beim heutigen Wettbewerb der Standorte, die ähnlich gut mit harten Faktoren ausgestattet sind, in letzter Instanz solche weichen Standortfaktoren

entscheiden können und sich auch auf das Image eines Standortes auswirken. Gerade bei einem Dienstleistungsstandort wie Bonn, der viele hochqualifizierte Menschen beschäftigt, ist ein gehobenes Niveau von Kultur- und Freizeitangeboten bei einer entsprechend hohen Lebensqualität unabdingbar. Andere Stimmen fügen hinzu, dass es wichtig ist, auch ein Konzept zu haben. Das Thema Grün muss demnach an andere Themenbereiche wie Stadtklima, Gesundheit, Nachhaltigkeit und Freizeit gekoppelt werden.

Für Akteur C11 ist die grüne Infrastruktur vor allem ein Standortfaktor für die Menschen, die bereits hier leben („Ich denke, die grüne Infrastruktur wird als Basis dafür notwendig sein und sie wird auch wahrgenommen.“). Bei Standortentscheidungen spielen seiner Einschätzung nach andere Dinge eine Rolle, wenngleich der Faktor "Grün" zur Zufriedenheit am Standort und zur Glaubwürdigkeit des Standortes beiträgt. Akteur C1 hingegen sieht die grüne Infrastruktur in der Gegenwart als einen wichtigen Standortfaktor, was er mit der gesellschaftlichen Entwicklung begründet („In einer Wohlstandsgesellschaft, wie wir sie sind, ist das ein ganz besonders wichtiger Faktor.“). Zwar glaubt er, dass auch mit Bundesgartenschauen und Landesgartenschauen neue Impulse zu setzen sind, Bonn bezüglich der grünen Infrastruktur aber vor allem von der naturräumlichen Lage profitiert.

Grüne Infrastruktur ist laut Akteur C2 gerade vor dem Hintergrund der Wettbewerbsfähigkeit ein wichtiger Standortfaktor, da nach dem Abgleich der harten Faktoren emotionale Aspekte zum Tragen kommen, die die grüne Infrastruktur bedient, und zudem auch Qualitäten wie einen Freizeitwert bietet. Dadurch, dass Bonns Dienstleistungssektor über 90 Prozent umfasst und viele hochqualifizierte Beschäftigte in der Stadt arbeiten, sind die Ansprüche an den Standort seiner Meinung nach besonders hoch. Dennoch ist er der Meinung, dass sich mit der Frage nach dem Stellenwert der grünen Infrastruktur auch immer Fragen der Finanzierung von Pflege und Instandhaltung anschließen. Eine generelle Steigerung des Wertes als Standortfaktor sieht er in der Kopplung an den Bereich der nachhaltigen Mobilität („Ich glaube, dass grüne Infrastruktur auch sehr gut an grüne Mobilität, also an E-Mobility, an E-Bikes, an gute Radwege und Erreichbarkeiten gekoppelt werden kann und dass man damit auch diesen Wert von Grün noch stärken und damit auch steigern kann.“).

Für Akteur C3 ist grüne Infrastruktur zwar nicht alleine für einen Standort entscheidend, stellt aber einen wichtigen Faktor dar, der ins Standortmarketing einbezogen werden sollte. Obwohl es seiner Einschätzung nach nahezu ein Selbstläufer sein könnte, geschieht auf dem Feld der Weiterentwicklung aktuell wenig. Das begründet er wie folgt: „Wenn Sie sich mal die Zeit nehmen und sich politische Sitzungen anschauen, dann wissen Sie, warum das nicht passiert. Wenn man für einfachste Entscheidungen ein halbes bis dreiviertel Jahr braucht, dann wissen Sie, warum das nicht passiert.“

Akteur C4 sieht in der grünen Infrastruktur zwar nicht generell, aber für Bonn einen Standortfaktor, mit dem man auch werben sollte, weil hier die Voraussetzungen stimmen („In anderen Städten ist das sicherlich schwieriger. Also ich glaube, da haben wir schon einen riesen Vorteil.“). Ähnlich sieht es auch Akteur C5, der jedoch ergänzt, dass das Thema grüne Infrastruktur an Themen wie Gesundheit, Sicherheit oder Lebensqualität gekoppelt werden muss, wenn es ein Standortfaktor sein soll, der auch im Standortmarketing Einsatz findet („In Kombination mit dem Thema gesunder, sicherer und grüner Lebensstandort ist das auf jeden Fall so.“).

Wie schon von Akteur C5 angesprochen sieht auch Akteur C7 in der grünen Infrastruktur einen Standortfaktor, wenn man eine Art grünes Cluster entwickeln würde, wie er erläutert: „Die Themen UNO/NGOs und Wirtschaft werden im Moment nicht miteinander verknüpft. Das könnte das Thema grüne Infrastruktur schaffen.“ Aktuell ist es für Bonn aber kein Alleinstellungsmerkmal, weil die Vermarktung im Bereich Gesundheit oder Internationalität isoliert von der Thematik geschieht und die Stadt andere Schwerpunkte für sich definiert hat, wie er feststellt: „Leider ist es so, dass die Gewichtung nach wie vor eher in Richtung UNO und Beethoven geht.“

Für Akteur C6 ist es sinnvoll, grüne Infrastruktur ins Marketing einzubeziehen, weil sie durch ihren Freizeit-, Image- und Erholungswert ein Standortfaktor darstellt, der für Menschen und Firmen, die nach Bonn kommen, wichtig ist („Die Menschen und die Firmen siedeln sich ja nicht nur an, weil sie in der Nachbarschaft von Konkurrenten oder Mitbewerbern sein wollen, sondern sie wollen sich dann auch schon in einer Umgebung ansiedeln, wo diese Faktoren gegeben sind.“). Im Bereich des Marketings erkennt er noch Verbesserungspotenzial: „Das *Grüne C* ist aber noch nicht genügend angekommen, meine ich. Also müsste man das Ganze in dem Bereich noch etwas intensivieren und dann wird man vielleicht noch besser dastehen, als dass wir das jetzt tun.“ Durch die knappen Flächen wird es zudem als wichtig erachtet, die vorhandenen Strukturen zu erhalten, da sie zur Qualität des Standortes beitragen.

Die Bedeutung grüner Infrastruktur für die Stadt Bonn wird von den Akteuren C12 und C8 bestätigt (Akteur C12: „Aus meiner Sicht ist es auf jeden Fall so und ich könnte mir auch vorstellen, dass das Standortmarketing diesen Gedanken auch nochmal aufgreifen sollte.“). So stellt sie ihrer Meinung nach einen weichen Standortfaktor dar. Was das Standortmarketing betrifft, sieht Akteur C8 ähnlich wie die Akteure C5 und C7 vor allem Potenzial darin, das Thema Grün an andere Bereiche zu koppeln („Ich finde für das Standortmarketing sollte man weitere Potenziale ausnutzen. [...] Die Verbindung vom Gesundheitsstandort und der grünen Stadt kann man sicherlich auch zum Thema machen.“).

Diese Auffassung vertritt auch Akteur C9, der in der grünen Infrastruktur in Verbindung mit anderen Themen einen Standortfaktor und Marketingmittel sieht, was nicht isoliert betrachtet werden kann. Da die harten Faktoren zunehmend vergleichbar sind, kommt es seiner Einschätzung nach heute auf andere Dinge an: „Ich frage auch bei der Wirtschaftsförderung nach, wo ich den Ökostrom herkrieke [...]. Oder ich habe die Frage nach der Feinstaubbelastung in der Innenstadt. [...] Das Thema "Grün" ist absolut positiv besetzt.“ So stellt sich für ihn die Frage nach den Key-Performance-Indikatoren, damit Unternehmen an einen Standort kommen bzw. dort bleiben: „Die Entscheider, die in der Altersklasse zwischen 40 und 50 kommen, entscheiden nicht rational nach der Wirtschaftsförderungsbroschüre, obwohl die für sie gemacht ist, sondern die entscheiden eher emotional über familiäre Netzwerke und Strukturen [...]. Und bei den Jüngeren spielt das Thema "Grün" als Schlagwort natürlich eine viel stärkere Rolle.“

Auch Akteur C10 sieht in der grünen Infrastruktur einen Standortfaktor, der für das Marketing von Vorteil ist, da eine attraktive Umgebung, zu der auch die Grünstrukturen beitragen, Menschen zum Bleiben bewegt: „Vielleicht ergibt das Zusammenwirken von diesen ganzen Teilen erst den Erfolg, denn was nutzt mir eine Stadt, wo ich ein tolles Opernhaus, schöne Kleinkunstabühnen und Theater habe, aber wo ich ein hässliches Stadtbild, keine Naherholung und kein Grün habe [...]. Um Menschen zum Bleiben zu bewegen und als Wohnort gehören alle Faktoren als Eigenschaften zusammen. Und ich glaube, das gelingt in Bonn ganz gut.“

## 7.4 Bottrop

### **Standortwahrnehmung**

#### ➤ *Bild des Standortes*

Laut Aussagen der Interviewpartner verkörpert Bottrop immer noch das Bild eines Industriestandorts, der sich aber nach und nach vom Image der klassischen Ruhrgebietsstadt lösen kann. So befindet sich der Standort spürbar im Wandel. Vor allem Akteur D1 beschreibt Bottrop aktuell immer noch als einen typischen Industriestandort des Ruhrgebiets („Es ist sehr industriell geprägt. Es ist sehr bodenständig. Es lebt sicherlich noch vom Bergbau.“).

Akteur D2 denkt, dass viele Menschen kein Bild von der Stadt Bottrop haben oder nicht mehr von der Stadt kennen als die Warner Brothers Movie World („Es gibt keine großen Anziehungspunkte. Man fährt hier nicht hin, um sich kulturelle Veranstaltungen anzuschauen. Man fährt hier nicht hin, um toll einzukaufen. Vielleicht fährt man zum Movie Park. Das ist der einzige Berührungspunkt für einen Ruhri.“). Bottrop ist für ihn aber eine Stadt im Aufbruch, in der Energie nach wie vor eine wichtige Rolle spielt. So wechselt die Stadt gerade die Ära, da im Jahr 2018 mit dem Bottroper Bergwerk Prosper-Haniel die letzte Zeche des Ruhrgebiets schließt. Akteur D2 geht nicht davon aus, dass sich diese Situation ähnlich problematisch auf die Stadt auswirken wird wie auf andere Städte des Ruhrgebiets, wie er erläutert: „Wir werden das nicht so krass merken wie andere Städte. Auf der anderen Seite bekommen wir aber dafür von der Landesregierung und bundesweit so viel Aufmerksamkeit – was passiert jetzt mit dieser Stadt –, dass uns jetzt auch fördertechnisch der ein oder andere Weg geebnet wird.“ So sieht er Bottrop als Stadt, die sich neu erfindet, ohne ihre Wurzeln zu vergessen („Energie konnten wir immer gut und jetzt widmen wir uns eben den zukunftsfähigen Energien.“).

Wie schon von Akteur D2 angesprochen berichtet auch Akteur D3, dass sich das Stadtbild Bottrops gewandelt hat. Es ist nicht länger von großen Kohlefabriken geprägt, wie er berichtet: „Als ich das erste Mal mit [meinem Partner] in Bottrop war, hat [er] mich gefragt, wie man hier nur anfangen kann. Man fuhr da durch den Bottroper Süden mit den großen Kohlefabriken und obenliegenden Abwasserleitungen und all so was. Das war für jemanden, der im Münsterland aufgewachsen ist, eigentlich fast unvorstellbar. Mittlerweile hat sich das Bild aber komplett gewandelt.“ So hat sich seiner Auffassung nach auch die Außenwahrnehmung geändert: „Nach und nach ist da der Blickwinkel ein bisschen anders, also dass die Wäsche hier nicht unbedingt schwarz wird, wenn man die hier am Wochenende draußen hängen lässt und solche Sachen. Diese Klischees waren vor 25 Jahren noch weit verbreitet und inzwischen ist der Aspekt des grünen Ruhrgebiets viel weiter und deutlicher in den Vordergrund gestoßen.“

Akteur D4 empfindet Bottrop als eine sehr grüne Stadt mit geringer baulicher Dichte, was auch aus der Geschichte des Ruhrgebiets resultiert („Diese Vielfalt überrascht schon viele Leute und auch die Innenstadt oder überhaupt der Teil, der Ruhrgebiet ist, ist ja wirklich grün, weil es keine wirklich dichte Stadtstruktur gibt. Die Innenstadt ist relativ kompakt, und sobald man ein bisschen außerhalb der Innenstadt ist, ist man in Einfamilienhausgebieten.“). Dabei findet er, dass das Imageproblem Bottrops den Vorteil hat, dass die Leute immer positiv überrascht sind, wenn sie dann erst einmal in der Stadt sind. Die Meinung der Ur-Bottroper über die Stadt könnte jedoch besser sein, wie er findet: „Es gibt viele Ur-Bottroper, die ihre Stadt sehr kritisch sehen, und ich denke, das hat damit zu tun, dass Bottrop lange Zeit ein sehr negatives Image innerhalb des Ruhrgebiets hatte.“

Akteur D5 gibt an, dass Bottrop heute eine grüne Stadt mit vielen Potenzialen ist („Von der Fachseite aus gesehen würde ich sagen, dass auch sehr viele Potenziale schlummern. Das bedeutet, dass wir auch viele Flächen haben, die sozusagen gar nicht im öffentlichen Fokus sind. Die Grünverteilung zeigt das aber auch ganz gut im Umweltleitplan der Stadt Bottrop.“). Die Stadt bietet für ihn eine hohe Lebensqualität. Das wird seiner Erfahrung nach auch von den Menschen in vielen Quartieren und Stadtteilen wahrgenommen, was er an der Nutzung der Freiräume ausführt: „Meine Erfahrungen zeigen, dass die Bürger hier eigentlich doch auch sehr gerne leben und auch das Grün und natürlich auch die umliegenden Bereiche wie den Kölnischen Wald, die Kirchheller Heide und die landschaftlich geprägten Bereiche gerne nutzen.“

➤ *Harte und weiche Standortfaktoren, Alleinstellungsmerkmale und Nachteile des Standortes*

Von den Akteuren wird es als positiv wahrgenommen, dass die Stadt relativ überschaubar ist. Da die Stadt kreisfrei ist, kann die Verwaltung flexibel agieren. Zudem hat die Stadt durch ihre Vergangenheit eine geringe Bebauungsdichte mit vielen Grünstrukturen und bietet günstigen Wohnraum. Als harter Standortfaktor werden die zentrale Lage und die verschiedenen Gewerbegebiete gesehen, die zum Teil im Gebiet der *InnovationCity* liegen und von den dadurch gegebenen Veränderungen profitieren. Während ein Akteur die Leerstandsquote im Stadtbild bemängelt, wird diese für einen anderen Akteur als überschaubar eingestuft. Hier herrscht also Uneinigkeit. Deutlich wahrzunehmen ist für einige Akteure der Imagewandel zur "Ökostadt", die ein Alleinstellungsmerkmal darstellen könnte.

Akteur D1 beschreibt Bottrop als eine Stadt mit unterschiedlich geprägten Wohn- und Gewerbegebieten, ohne konkret auf Standortvorteile einzugehen. Weiter erwähnt er den industriellen Schwerpunkt, den die Stadt vorzeigt („Wir haben in diesem ganz kleinen Stadtgebiet auch noch die Großindustrie mit einer großen Kokerei und mit einem der letzten großen Bergwerke.“).

Akteur D2 hebt den Imagewandel Bottrops als positiv hervor, von dem die Stadt profitiert: „Durch die mediale Aufmerksamkeit, die wir hier ja auch erfahren, ist Bottrop plötzlich ein Begriff geworden.“ Während früher Freiburg und Münster als "Vorzeigeökostädte" bekannt waren, schaut man seiner Beobachtung nach mittlerweile insbesondere in der Fachwelt auch sehr aufmerksam nach Bottrop und die dortigen Entwicklungen. Auf der anderen Seite sieht er in der Stadt auch Probleme, die sich beispielsweise in der hohen Leerstandsquote widerspiegeln. Dadurch, dass die Stadt an sich zentral gelegen ist, sind seiner Aussage nach auch Einrichtungen wie das CentrO in Oberhausen, die nicht am Ort gegeben sind, gut zu erreichen („Wer groß einkaufen will, der fährt nach Oberhausen ins CentrO und wer Kino gucken will, fährt nach Essen. Wir sind einfach so zentral gelegen, dass andere Städte und deren Einrichtungen gut zu erreichen sind.“).

Anders als Akteur D2 erkennt Akteur D3 weder große Leerstände noch viele Brachen in der Stadt („In Bottrop gibt es ja keine Brache, das finde ich immer faszinierend.“). In der Strukturierung mit den kleinen Häusern und den großen Gärten sieht er einen weichen Standortfaktor („Diese typischen Bergbausiedlungen, die ja schon immer sehr grün im Sinne der Gartenstadt waren, spielen dadurch ihre Qualitäten aus.“). So wirkt sich der Freiraum und seine Funktionen seiner Einschätzung nach sehr positiv auf die Situation der Stadt aus, die direkt an einem Naturpark liegt („Der Naturpark Hohe Mark beginnt quasi am Stadtpark und zieht sich dann bis ins gesamte Münsterland hinein. Ich kann quasi von der Fußgängerzone dort hin und sofort bin ich im Grünen.“). Die überschaubare Größe und

die flexible Verwaltung, die darauf zurückzuführen ist, dass Bottrop eine kreisfreie Stadt ist, werden ebenfalls als Standortvorteil empfunden („Bottrop hat eine schöne Größe, ist überschaubar und ist von den Verwaltungsstrukturen her komplett eigenständig, weil wir kreisfrei sind. Das heißt, dass wir relativ kurze Wege haben, uns relativ gut kennen und dementsprechend Dinge machbar machen können, die sonst schwieriger machbar sind.“).

Bottrop vereint für Akteur D4 die Vorteile von einer Groß- und einer Kleinstadt. Das Kultur- und Einkaufsangebot stellen weiche Standortfaktoren dar („Eigentlich ist das eine Stadt mit der perfekten Größe. Die ist groß genug, um viele interessante Themen zu haben. Das Kulturangebot ist gut und die Einkaufs- und sonstige Möglichkeiten sowieso. Sie ist aber klein genug, um sie überschauen zu können.“). Dadurch, dass sich viele Dörfer zu einer Metropole zusammengesetzt haben, sind abgesehen von den Kernen der Innenstädte im Ruhrgebiet überall sehr durchgrünte Bereiche zu finden. Das hat jedoch auch Nachteile für den öffentlichen Personennahverkehr, der teilweise weite Strecken zurücklegen muss.

Bottrop bietet laut Akteur D5 günstigen Wohnraum, eine heterogene Struktur und moderne Gewerbegebiete („Wir haben auch neuere Gewerbegebiete wie das Prosper 3. Man sieht hier natürlich auch ganz klar den Ansatz der Nachfolgenutzung.“). Von den Entwicklungen im Rahmen der *InnovationCity* sollen auch die bestehenden Gewerbegebiete profitieren („Da gibt es beispielsweise Prosper 2. Das ist ein wichtiger Standort, der auch im Pilotgebiet der *InnovationCity* gelegen ist, wo man jetzt schon richtigerweise von Seiten der Stadt Bottrop darüber nachdenkt, Wohnen, Gewerbe usw. weiter zu qualifizieren.“). Weiter sieht er auch Verbesserungen im Wohnumfeld: „Dort ist auch eine Menge in der Innenstadt gemacht worden, gerade in den letzten Jahren.“

#### ➤ *Einschätzungen zur Attraktivität des Standortes*

Laut der Akteure hat vor allem das Projekt *InnovationCity* positiv zu Außenwahrnehmung der Stadt beigetragen. Auch die Bottroper mögen ihre Stadt. So ist Bottrop aktuell noch weniger stark von Schrumpfung betroffen als andere Ruhrgebietsstädte. Der attraktive grüne Norden trägt mit seinem hohen Freizeitwert zur Qualität des Standortes bei, wobei Akteur D3 hierzu keine Bewertung abgibt.

Die Einschätzung zu den positiven Effekten des Projektes *InnovationCity* teilt auch Akteur D1: „Das [*InnovationCity*-Projekt] kommt überwiegend positiv an. Wir haben ja in unseren Energiekonzepten viel mit Unternehmen zu tun und versuchen, die für eine Mitarbeit zu gewinnen. Und da hat dieses Projekt auch eine enorme Strahlkraft dahingegen, dass wir da offene Türen einrennen.“

Akteur D2 berichtet, dass auch die Bottroper ihre Stadt schätzen, da die nachbarschaftlichen Strukturen gut sind und die Sozialstruktur gemischt ist: „Wir sind auch keine Großstadt wie Dortmund, die ja doch in vielen Bereichen ein großes Migrantenproblem hat. Wir haben zwar auch eine große Anzahl an Migranten vor Ort, aber [...] Bottrop zeigt eigentlich eine gute Vermischung.“ Diesen Umstand sieht er in der Bergbauvergangenheit begründet („Die Arbeiter, die sich hier aufgrund der Bergbautätigkeit letztendlich auch aus dem Ausland angesiedelt haben, sind niemals in eine Siedlung gegangen, sondern das hat sich gut über Bottrop verteilt. Und das ist jetzt natürlich ein Vorteil.“). Der Wanderungssaldo ist nicht so hoch wie in anderen Ruhrgebietsstädten. Das führt er darauf zurück, dass sich die Menschen, in ihrer Stadt wohlfühlen und zudem sehr heimatverbunden sind („Wer hier in Bottrop wohnt, der bleibt auch eigentlich in Bottrop. [...] Wir haben nicht unter dem großen Wegzug zu leiden wie die anderen Großstädte im Ruhrgebiet.“). Auch der Freizeitwert

ist durch den Bereich Kirchhellen sehr gut und wird in Anspruch genommen, wie er berichtet: „Wir haben durch unseren Grünbereich Kirchhellen ein großes Potenzial. Und da merken wir, dass das von außen natürlich auch als Qualität wahrgenommen wird. Wir haben gerade am Wochenende viele Freizeitbesuche. Die Leute fahren mit dem Rad oben nach Kirchhellen und da wird der Freizeitwert schon sehr geschätzt.“

Die Attraktivität der Stadt verbessert sich laut Akteur D4 durch das *InnovationCity*-Projekt merklich („Ich glaube, dass so gut wie alle wahrnehmen, dass das dem Image der Stadt ausgesprochen guttut.“). Dabei werden von den Menschen aber eher die Sanierungsprojekte als die Freiraumprojekte wahrgenommen („Ich glaube, dass das Thema Grünflächen, Freiflächen und diese Regenwasserprojekte noch eher weniger in der Öffentlichkeit angekommen sind. Also die Öffentlichkeit nimmt eher diesen reinen technischen Sanierungsaspekt wahr.“). Anders stellt sich die Situation bei den Unternehmen dar. Einige haben das *InnovationCity*-Projekt als Standortfaktor erkannt und kommen zum Teil sogar speziell deswegen nach Bottrop, wie er berichtet: „Es gibt ja inzwischen sogar Unternehmen, die sich gezielt hier angesiedelt haben und sagen, dass sie gerne nach Bottrop wollen, weil sie mit neuen Energien zu tun haben und dass dafür ein gutes Pflaster ist.“

Akteur D5 ist der Meinung, dass es auch in Bottrop noch Bereiche gibt, in denen sich etwas ändern muss („Es gibt natürlich Bereiche in Bottrop wie das Gewerbegebiet Prosper 1, die sehr stark in die Jahre gekommen sind.“). Das begründet er damit, dass die finanzielle Situation angespannt ist („Die Haushaltsmittel sind knapp, was die öffentlichen Mittel angeht.“). Die Menschen selbst nehmen einen Wandel durch die *InnovationCity* in ihrer Stadt wahr. Oftmals fehlt ihnen jedoch der Zugang zu den Projekten („Das Projekt [*InnovationCity*] ist sehr wohl in den Köpfen verankert und das Interesse, gerade auch bei der Wirtschaftswerkstatt, ist da. Man muss allerdings schon Zugang zu dem Projekt haben. [...] Also im Prozess war auch häufig so eine kleine Skepsis dabei. Das muss man ganz ehrlich sagen.“). Das wird auch von Akteur D4 angemerkt. Aus diesem Grund ist es wichtig, die Menschen mit einzubinden und ihnen den Prozess zu erklären, wie er erläutert: „Dann muss man die Menschen auch da abholen, wo sie stehen, dass sie es vor allen Dingen auch verstehen.“

#### ➤ *Ideen für Verbesserungen und Potenziale des Standortes*

Mit dem *InnovationCity*-Projekt ist die Stadt Bottrop laut einiger Akteure schon auf einem guten Weg, den Standort attraktiver und lebenswerter zu gestalten. Gerade durch die Unterstützung verschiedener Partner aus der Industrie werden dabei viele Schritte wie die Beschaffung von Fördergeldern erleichtert. Es ist jedoch nach der Ansicht eines Akteurs vor allem wichtig, Weitsicht zu bewahren und der Linie und der Grundidee der *InnovationCity* zu folgen. Das erklärt er am Beispiel von Gewerbeansiedlungen, die durchdacht erfolgen müssen. Ein anderer Gesprächspartner ergänzt, dass der Bereich der nachhaltigen Mobilität aktuell noch unterrepräsentiert und verbesserungswürdig ist.

Das Projekt *InnovationCity* steigert laut Akteur D1 die Attraktivität und Lebensqualität der Stadt und wertet diese auf. So berichtet er: „Wir sehen jetzt schon während des Projektverlaufes, dass es die Attraktivität deutlich steigert, weil wir auch sehr viele illustre Gäste haben. Wir haben sehr viele Besucher aus Ministerien oder [es kommen auch] Bundesminister, weil wir auch eine überregionale Berichterstattung über das Projekt haben und die Auswirkungen des Projektes steigern nochmal die gesamte Lebensqualität der Stadt. Also wenn man dann wirklich mal zu einem späteren Zeitpunkt [...] das Stadtgebiet erfasst und dann alle 500 Meter irgendein Projekt sieht [...], steigert das dann

natürlich zusammen mit der Wohnraumbewirtschaftung, mit der Grünflächenplanung und so weiter die ganze Lebensqualität in der Stadt.“

Nach Angabe von Akteur D2 setzt der *InnovationCity*-Prozess einen Umdenkungsprozess in Gang, bei dem auch Nachhaltigkeitsthemen an Interesse gewinnen, was sich auch wiederum positiv auf das Image der Unternehmen auswirkt. Das kann er aus eigener Erfahrung bestätigen: „Mein [Partner] ist bei der STEAG beschäftigt. Das ist eigentlich der Energie-/Kohleversorger schlechthin. Aber auch die haben mittlerweile eine riesen Abteilung "New Energies" gegründet, weil einfach klar ist, dass [diese Energieform] endlich ist. [...] Und das gehört mittlerweile zum Image dazu, wenn man sich zukunftsfähig aufstellt, sich dem Thema Nachhaltigkeit zu widmen.“ So gibt es auch eine Reihe an Unternehmen, die den Prozess als Industriepartner unterstützen („Wir haben mittlerweile eine gute Anzahl an Unternehmen, die uns aus einem wirtschaftlichen Interesse und weil sie uns als innovatives Feld sehen, entsprechend mit Projekten unterstützen.“). Zudem spielt der Initiativkreis Ruhr, der den Wettbewerb um die *InnovationCity* initiiert hat, eine zentrale Rolle: „Der Initiativkreis Ruhr ist ja ein Unternehmensverbund von 66 großen Unternehmen aus dem Ruhrgebiet, die sich damals zusammengeschlossen haben, um den Strukturwandel gemeinsam anzugehen und zu schauen, dass das Ruhrgebiet nach vorne gebracht wird. [...] Und das hilft uns dann immer wieder weiter, wenn wir zum Beispiel einen EU-Fördermittelantrag stellen wollen, der immer sehr kompliziert ist.“

Nach Akteur D3 muss die Stadt künftig bei ihren Aktivitäten vor allem Weitsicht behalten. Darunter fällt auch, dass potenzielle Ansiedlungen gut überdacht werden, um die Qualität und Attraktivität des Standortes zu halten. Das erläutert er wie folgt: „Ich gehe ja teilweise auch noch einen Schritt weiter und sage, dass man für derartige [innovative] Betriebe Gewerbegebiete ausweisen und stark reglementieren muss, damit die Firmen sicher sind, dass da auch keine anderen Unternehmen reinkommen, die das Image kaputt machen können. [...] Da muss ich eigentlich das städtebauliche Instrumentarium nutzen und sagen, dass [bestimmte Betriebe] da keine Genehmigung krieg[en], weil da nur die Betriebe reingehen, die die Energiestandards und die Grünstandards halten.“

Was die Nachhaltigkeit der Stadt betrifft, ist das Mobilitätsthema nach Angabe von Akteur D4 noch ausbaufähig („Da ist es bei Firmen ganz schwierig, einen Fuß in die Tür zu kriegen, weil das ja auch wirklich eine Verhaltensänderung bedeutet. Das ist ja nichts, was man mit einer neuen technischen Einrichtung lösen könnte, sondern das setzt wirklich ein Umdenken voraus.“). Diesen Umstand findet er jedoch nicht für Bottrop, sondern für das gesamte Ruhrgebiet spezifisch. Auch innerhalb der Stadt besteht an der Stelle noch Verbesserungspotenzial.

Wie schon von den Akteuren D1 und D2 angesprochen vertritt auch Akteur D5 die Auffassung, dass die *InnovationCity* durch zahlreiche Aktivitäten Verbesserungspotenziale bietet und die Außenwahrnehmung positiv verbessert („*InnovationCity* hat vor allen Dingen das Bewusstsein für Bottrop und für die Aktivitäten, die hier laufen, geschärft.“). Dennoch ist die *InnovationCity* für ihn als Prozess zu verstehen, der stetig vorangetrieben werden muss. Leuchtturmprojekte alleine sind allerdings für eine nachhaltig positive Entwicklung nicht ausreichend, wie er sagt: „Eine Region, die sich als Metropole versteht, ist darauf angewiesen, national und international positiv wahrgenommen zu werden. Insofern gehören Leuchtturmprojekte wie die zehnjährige IBA 1989 bis 1999, die *Kulturhauptstadt* 2010 oder auch die jetzt ganz aktuell laufende Bewerbung des RVRs zur Internationalen Gartenbauausstellung 2027 sowie die *InnovationCity* natürlich auch dazu, um auf sich aufmerksam zu machen. [...] Es ist schon das richtige, auch über solche Sachen die Aufmerksamkeit

auf sich zu richten. Die müssen aber auch mit Qualitäten, die erlebbar sind, unterfüttert sein. [...] Nur mit Leuchttürmen kommt man nicht weiter.“

### ***Weiche Standortfaktoren: Einschätzungen zur Bedeutung***

Zwei der Akteure geben zu dieser Thematik keine konkrete Einschätzung ab. Die übrigen Befragten geben an, dass weiche Standortfaktoren eine hohe Bedeutung für Standorte haben, da diese das Image sowie die Attraktivität eines Standortes beeinflussen und wie in Bottrop auch zu einem Imagewandel beitragen können. Gerade Fachkräfte verlangen nach Einschätzung der Akteure nach einem attraktiven Umfeld. Ein Akteur merkt am Beispiel des Grüns an, dass viele Menschen diese Faktoren jedoch als Selbstverständlichkeit betrachten.

Gerade wenn es um weiche Faktoren wie das Image eines Standortes geht, so werden diese von Akteur D2 als wichtig eingestuft. Die *InnovationCity* ist beispielsweise ein wichtiger Standortfaktor, um sich von dem Bild der Ruhrgebietsstadt loszulösen und einen Imagewandel zu vollziehen, wie er sagt: „*InnovationCity* ist der Standortfaktor schlechthin geworden. Das ist die Marke für Bottrop geworden. [...] Bottrop jetzt nochmal unter diesem Licht des Masterplans zu verkaufen, wird uns wieder eine unglaubliche Argumentationshilfe sein, wenn es darum geht, öffentliche Fördermittel nach Bottrop zu bekommen, aber auch auswärtige Firmen hier für Bottrop zu interessieren.“ Dafür ein Bewusstsein zu schaffen, versteht er als eine der wichtigsten Aufgaben („Die Leute verstehen überhaupt noch nicht, was für eine Außenwirkung wir mit diesem Projekt bekommen. Das wird noch eine unserer Hauptaufgaben sein, zu vermitteln, welche Vorteile Bottrop letztendlich über die *InnovationCity*, den Masterplan und die umzusetzenden Projekte auch für den einzelnen Bürger beinhaltet.“).

Die weichen Qualitäten, die sich auch im Freiraum widerspiegeln, tragen laut Akteur D4 zur Attraktivität des Standortes. Ihr Vorhandensein wird jedoch vorausgesetzt („Den Leuten ist nicht bewusst, dass das eine Qualität ist, sondern man erwartet das einfach. [...] Wenn es dann mal irgendwo nicht so gut funktioniert, das wird dann wahrgenommen.“). Dennoch werden weiche Faktoren wie die Wohnumfeldqualität der Stadt seiner Meinung nach geschätzt: „Bottrop hat durchaus als Wohnstandort einen ganz guten Ruf und das hat mit Sicherheit mit der Grünstruktur zu tun.“

Laut Akteur D5 spielen gerade für Fachkräfte und deren Familien die weichen Faktoren eine wichtige Rolle, da sie dazu beitragen, dass sich Menschen an einem Standort wohlfühlen. Das betrifft nicht nur Bottrop, sondern ist allgemein zu sagen. Dabei ist er der Meinung, dass man diese Qualitäten nicht nur bewerben, sondern auch stärken muss: „Bottrop ist sowieso in aller Munde, aber man muss es auch vor Ort machen. Man muss das Angebot schaffen und man muss auch glaubwürdig bleiben und auch nach außen vermitteln, dass man auch was für das Umfeld und das Wohnumfeld tut. Es muss letztendlich etwas rauskommen, wo der Mensch sich auch an seinem Wohnstandort mit seiner Arbeit wohlfühlt. Also das ist uneingeschränkt ganz wichtig.“

### ***Einschätzungen zur grünen Infrastruktur***

#### ➤ *Qualität und Quantität der grünen Infrastruktur*

Die Akteure stufen die grüne Infrastruktur bezüglich ihrer Qualität und Quantität in Bottrop als sehr gut ein. Ein Akteur gibt an, dass Bottrop eine der grünen Städte des Ruhrgebiets ist, was er in der Geschichte der Stadt begründet sieht. Dabei ist der Norden stärker durch Freiräume geprägt als der

Süden. Zur Qualität tragen laut einem Akteur aktuell verschiedene Maßnahmen der Klimaanpassung bei. Ein weiterer Akteur berichtet, dass zudem viele Bereiche einem Schutzstatus unterliegen. Ein dritter Akteur gibt an, dass alle Überlegungen immer vor dem Hintergrund knapper finanzieller Mittel getroffen werden müssen. Dabei werden die Attraktivität und der ökologische Wert jedoch immer bedacht.

Akteur D1 berichtet, dass das gesamte Ruhrgebiet generell viel grüner als sein Ruf ist. Auch in Bottrop werden Qualität und Quantität als hoch eingestuft, wie berichtet wird: „Wenn man oben auf dem Gasometer steht, findet man das typische Ruhrgebiet ja überhaupt nicht wieder. [...] Wenn man hier auf dem Tetraeder<sup>38</sup>, diesem Denkmal oben auf der Halde, steht und das adaptiert, sieht es ähnlich aus. Also das ist schon alles sehr grün. Das hat sich schon alles sehr geändert, weil die Großindustrie wirklich nur noch zu ganz kleinen Teilen vertreten ist.“ So bewertet er Qualität und Quantität als sehr gut („Es gibt auch ganz viele kleine Oasen oder kleine Inseln. Es gibt wunderschöne Stadtparks. Es gibt auch Waldflächen. Also das ist alles in einem sehr gesunden Verhältnis zueinander.“).

Bottrop wird von Akteur D2 sogar als die grünste Stadt des Ruhrgebiets bezeichnet („Wir sind die grünste Stadt des Ruhrgebiets.“), wobei sich die Freiräume vor allem auf den Norden konzentrieren („Wir haben eine dichte Besiedlung im Süden und je weiter es in den Norden geht, desto größer sind zum Teil die landwirtschaftlichen Flächen, aber auch die Waldflächen.“). Bezüglich der Qualität ist der Bereich der Klimaanpassung ein wichtiges Thema, wie er sagt: „Dann sind wir schon immer sehr darauf bedacht, Klimaschutz [...] und Klimaanpassung zu betrachten. Wir sehen schon, dass wir einen Teil des Wandels verkraften müssen und stellen uns konsequent darauf ein.“ So berichtet er von einem Förderprogramm, im Rahmen dessen an der Dach- und Fassadenbegrünung gearbeitet wird. Zudem wurde kürzlich eine Klimapotenzialanalyse fertiggestellt („In dieser Klimapotenzialanalyse zeigen wir Möglichkeiten für Klimaanpassungsmaßnahmen auf und verfolgen das dann planerisch auch ganz konsequent.“

Für eine Ruhrgebietsstadt sind Quantität und Qualität der Freiräume laut Akteur D3 eindrucksvoll („Die Quantität und Qualität ist für eine Ruhrgebietsstadt einzigartig.“). Gerade der Anteil an Schutzgebieten wird als äußerst hoch beschrieben: „Wir machen im Moment einen neuen Landschaftsplan. In diesem Landschaftsplanentwurf haben wir knapp 20 Prozent der Bottroper Stadtfläche unter einen speziellen Schutz gestellt. Damit ist nicht der Landschaftsschutz, sondern der Naturschutz und höhere Kategorien gemeint. Und das ist jedenfalls für das Ruhrgebiet einzigartig.“

Obwohl die finanziellen Mittel knapp sind, wird laut Einschätzung von Akteur D4 viel für eine qualitative Aufwertung der Freiräume getan, wie er erläutert: „Ich nehme eigentlich zwei Dinge wahr. Das eine ist, das unser Grünflächenbereich eigentlich schon am Limit ist. [...] Aber die andere Seite ist, dass ich wahrgenommen habe, dass gerade unser Grünflächenbereich versucht, über eine Extensivierung der Pflege zu wirtschaftlicheren Ergebnissen zu kommen und dadurch aber oftmals gleichzeitig eine ökologische Verbesserung erreicht wird. Und irgendwie ist es auch gelungen, das gut in der Öffentlichkeit zu kommunizieren.“ Als Beispiel dafür nennt er den Einsatz von Wildwiesen („Da schlägt man dann wirklich drei Fliegen mit einer Klappe. Man spart Geld, es wird ökologischer für Bienen und sonst was und es sieht noch hübsch aus.“). Seiner Meinung nach ist es unerlässlich,

---

<sup>38</sup> Der 50 Meter hohe Tetraeder wurde als Konstruktion aus Stahlrohren und Gussknoten auf einer ehemaligen Bergehalde des Bergbaus errichtet und soll ein Symbol für den Strukturwandel in der Region darstellen. Die Skulptur ist durch Treppen- und Aussichtsplattformen begehbar (vgl. STADT BOTTROP 2016h).

öffentliche Grünflächen zu entwickeln und diese auch weiterhin in Bebauungsplänen auszuweisen. Für ihn wird es aber darauf ankommen, Akzeptanz bei den Menschen zu schaffen, da aufgrund der kommunalen Finanzlage nicht alle Bereiche in der intensiven Pflege bleiben können („Aber ich denke schon, dass die Bevölkerung irgendwie akzeptieren muss, dass eben nicht mehr alles englischer Rasen sein kann und nicht jede Hecke perfekt geschnitten sein kann.“).

Die Quantität der Freiräume Bottrops wird von Akteur D5 als hoch eingestuft („Bei der Stadt Bottrop würde ich sagen, dass die Quantität, was den Anteil der Parks und Grünflächen und sonstigen Grünflächen betrifft, gut ist.“). Auch das Umfeld von Bottrop ist mit dem ländlich geprägten Münsterland im Nordwesten der Stadt sehr attraktiv („Im Westen sind die ausgedehnten Waldstrukturen. Es gibt den Köllnischen Wald, die Kirchheller Heide, naturnahe Fließgewässer und den Rhein-Herne-Kanal als Anziehungspunkt.“). Geht es bei Qualität um Aspekte wie Pflege, Erreichbarkeit und Vielfalt, so ist das ebenfalls gegeben, wie er berichtet: „Der [Anteil] ist hoch und auch gut über das Stadtgebiet verteilt. Wir haben im Rahmen von *InnovationCity* auch eine Analyse der Erreichbarkeit gemacht. Und wenn man von den einzelnen Quartieren ausgeht, gibt es so gut wie keine Defizite. Ob es der Volkspark Batenbrock ist, der sehr gerne angenommen wird, ob es der historisch bedeutsame Stadtgarten im Westen des Pilotgebiets ist oder ob es der Gesundheitspark Quellenbusch ist. Es gibt eine Menge an Grünflächen, die auch von der Bevölkerung angenommen werden.“ Gerade die Stadt ist sehr bemüht, Attraktivität, ökologischen Wert und Kosten in Einklang zu bringen. Das wurde schon von Akteur D4 berichtet und auch von Akteur D5 erläutert: „Wenn man darüber nachdenkt, dass Grünpflege ein großes Thema vor dem Hintergrund der Kosten ist, dann denkt man in Bottrop sehr wohl über intelligente Grünpflegekonzepte nach.“ Er berichtet von vom Mittelstreifen der Haupterschließungsstraße, die vom Hauptbahnhof Bottrop nach Norden führt. Dort wird versucht, durch Wildblumeneinsaat eine Art gestalterisches Bild zu erzeugen („Das tut man natürlich auch vor dem Hintergrund, in anderen Bereichen die Mahdhäufigkeit zu reduzieren und damit Kosten zu sparen.“).

#### ➤ *Nutzungsvoraussetzungen grüner Infrastruktur*

Bezüglich der Nutzungsvoraussetzungen werden verschiedene Aspekte erwähnt. Ein Akteur hat angemerkt, dass es wichtig ist, entsprechende Pflegekonzepte vorzuhalten, die sich auch mit der Müllbeseitigung befassen. Der Eindruck der Verwahrlosung findet bei den Menschen keine Akzeptanz. So müssen auch die Wildblumenwiesen laut einem anderen Akteur eine gewisse Gepflegtheit ausstrahlen, um akzeptiert zu werden. Des Weiteren werden Vernetzung und Erreichbarkeit als Voraussetzungen genannt. Zudem merkt ein Akteur an, dass generell die Bedürfnisse der Menschen und Aspekte wie der demographische Wandel und das urbane Klima berücksichtigt werden müssen. Da Akteur D1 sich bei diesem Aspekt nicht als Experte fühlt, verweist er diesbezüglich auf einen Kollegen.

Gerade was die Freizeitnutzung betrifft ist es laut Akteur D2 wichtig, entsprechende Pflegekonzepte vorzuhalten, die sich um Themen der Finanzierung und der Müllbeseitigung kümmern („Das wird häufig außer Acht gelassen. Das ist für mich aber auch Daseinsvorsorge, solche Räume zu schaffen und sie dann auch planerisch in die Bepflanzung aufzunehmen.“). So sieht er solche Ausgleichsräume zwar als überaus wichtig, damit sich Menschen in der Stadt wohl fühlen. Seiner Auffassung nach gilt es jedoch, auch die Folgekosten mit zu betrachten, da diese haushaltstechnisch bedient werden müssen. Dabei plädiert er dafür, dass in einer weiteren Verringerung der Personaldecke keine Lösung liegen kann.

Akteur D3 vertritt ähnlich wie Akteur D2 die Meinung, dass neben der Vernetzung, die auch der Naherholung und Erschließung mit dem Fahrrad dient, innerstädtisch auch die Gepflegtheit der Grünstrukturen wichtig ist („Natürlich muss ich Biotopverbünde oder Vernetzungsstrukturen haben, gerade in Bezug auch auf Naherholung oder wenn ich Fahrradnutzung will. Und man braucht das Pantoffelgrün, dass man da mal eben mit dem Hündchen von der Haustür aus spazieren kann.“). Dabei fehlt dort oft die Bereitschaft, Geld in die Pflege des Freiraums zu investieren. Die Anlage von Wildblumenwiesen ist kostengünstig und bietet eine hohe ökologische Qualität („Wir haben jetzt anfangen, intensiv genutzte Wiesen in Wildblumenwiesen umzuwandeln. Damit haben wir gute Erfahrungen gemacht. Die sehen sehr schön aus. Für uns ist das eine deutliche Erleichterung in der Unterhaltung und es hat auch eine enorm hohe ökologische Qualität.“). Ein solches Vorgehen wird jedoch nur mit Mähkante akzeptiert, da Menschen sonst das Gefühl haben, dass die Flächen nicht ausreichend gepflegt werden.

Laut Akteur D4 ist gerade die Grünraumvernetzung ein wichtiger Punkt, die im Ruhrgebiet und damit auch in Bottrop eine lange Tradition hat: „Die IBA hat das, glaube ich, in allen Städten und auch in vielen Köpfen nochmal bewusstgemacht, dass so eine Grünstruktur auch gerade in so einer dispersen räumlichen Situation wichtig ist. Es ist wichtig, dass man da eine vernünftige Gliederung hat. [...] Das wird auch in Bottrop sehr hoch gehalten.“ Parallel zum Flächennutzungsplan ist ein Umweltsleitplan aufgestellt worden, der sich mit Themen wie der Vernetzung von Grünflächen oder der Erhaltung von Frischluftschneisen und Kaltluftentstehungsgebieten auseinandersetzt. Auch die Entwicklungsflächen, die in Bottrop noch gesehen werden, betrachtet man unter diesen Aspekten („Diese Grundaussagen der Grünstruktur und der Vernetzung der Grünflächen sind wirklich im Flächennutzungsplan verankert und auch Leitthema.“).

Für Akteur D5 ist neben dem Pflegezustand und einer guten Erreichbarkeit der Freiräume wichtig, dass die Bedürfnisse, die an das urbane Grün gestellt werden, Beachtung finden („Die Grünstruktur muss einen gepflegten Eindruck machen und sie muss gut erreichbar sein. Es geht um die Stadt der kurzen Wege.“). Das betrifft Themen wie das Stadtklima, den Freizeitwert oder gesellschaftliche Entwicklungen, wie er sagt: „Wichtig ist dabei, Grünstruktur nicht nur in der eigentlichen Thematik des Grüns zu denken, sondern mitzudenken, welche Handlungsfelder des gesellschaftlichen Lebens dabei noch eine Rolle spielen. [...] Klimafolgeanpassung ist ein wichtiger Aspekt, aber natürlich auch der demographische Wandel bezüglich des Angebotes an altersgerechtem Wohnen, zentralen Einrichtungen etc.“ Weiter erachtet er es als wichtig, dass alle sozialen Gruppen mit einbezogen werden: „Es muss oder sollte allerdings meiner Meinung nach auch Aneignungsräume geben, die beispielsweise Jugendlichen als einer Zielgruppe die Möglichkeit geben, eine Fläche auch experimentell zu nutzen [...] und den unterschiedlichsten Bevölkerungsgruppen ein Angebot zu Verfügung zu stellen.“

#### ➤ Wert grüner Infrastruktur

Von den Akteuren wird bestätigt, dass grüne Infrastruktur einen hohen Wert für die Menschen und deren Lebensqualität hat. Ein Akteur weist darauf hin, dass die Steigerung der Lebensqualität zudem ein Teil des *InnovationCity*-Projektes ist und dass dadurch gewährleistet wird, dass die Aufenthaltsqualität in der Stadt unter anderem durch Freiraumprojekte gesteigert wird. Ein anderer Akteur ergänzt, dass der Wert auch von der Wirtschaft erkannt wurde und gerade in der Immobilienbranche mit attraktiven Grünstrukturen geworben wird. Dabei merkt ein Akteur an, dass Menschen zwar in einem hohen Umfang im Bereich der Freizeitnutzung und über eine Verbesserung

des urbanen Klimas von den Freiraumqualitäten profitieren, diese jedoch oft als selbstverständlich genommen werden. Akteur D1 gibt hierzu keine Einschätzung ab.

Akteur D2 ist der Meinung, dass Lebensqualität ein wichtiger Faktor für die Menschen in einer Stadt ist, die durch eine entsprechende Aufenthalts- und Wohnqualität gesteigert werden kann. Das spiegelt sich auch im Konzept der *InnovationCity* wider, wie er sagt: „Unser Slogan gibt das ja letztendlich schon wieder. Der heißt ja "minus 50 Prozent CO<sub>2</sub> bis zum Jahr 2020 bei gleichzeitiger Erhöhung der Lebensqualität", denn das merken wir doch unbedingt. Man kann die Menschen natürlich mit Fördermitteln für die Gebäudesanierung locken, aber wenn ich es nicht schaffe, gleichzeitig die Aufenthaltsqualität in der Stadt zu erhöhen, so dass eben auch ein spürbarer Mehrwert für die Wohnqualität entsteht, dann scheitert man mit so einem Projekt.“

Ähnlich wie Akteur D2 vertritt auch Akteur D3 die Auffassung, dass sich die Grünstruktur auf die Lebensqualität auswirkt. Er erläutert das anhand der Bottroper Freiräume: „Wenn man da bei Prosper guckt, dann sieht man die ersten Ansätze mit den Renaturierungen der Bäche und welches Potenzial da auch noch schlummert.“ Auch Investoren werben mit den grünen Qualitäten, die Standortentscheidungen positiv beeinflussen oder auch Quartiere stabilisieren können. Das lässt sich auch innerhalb Bottrops beobachten, wie er weiß: „Man sieht das ja alleine bei uns teilweise in der Welheimer Mark, wo ja noch die Emscher vor sich hin riecht. Aber alleine die Option, dass es da in absehbarer Zukunft zu einer Veränderung kommt und die Wohnungsbaugesellschaften dort angefangen haben, das Umfeld attraktiver, grüner und nutzbarer zu gestalten, hat ja dazu geführt, dass man auf einmal solche Stadtteile stabilisieren kann und Leerstände wegkriegt [...]. Und der Bottroper Süden wird in Zukunft sehr stark vom Emscherumbau und dem Umbau der Beue profitieren. Die wird ja ein grünes Element mit Wasser als Entwicklungsperspektive darstellen.“ Dabei findet er es problematisch, dass zwar gerne in Werbebroschüren mit attraktiven Grünstrukturen geworben wird und sich Betriebe gern in einer grünen Landschaft präsentieren, die Investitionsbereitschaft in das urbane Grün aber gering ausfällt.

Anders als Akteur D3 erkennt Akteur D4 zwar ebenfalls die Bedeutung urbaner Grünstrukturen. Er glaubt aber nicht, dass sie Standortentscheidungen in Bottrop beeinflussen. Die Freiraumqualitäten erfahren seiner Meinung nach einen hohen Bedeutungsgewinn, wenn die Menschen die Grünqualitäten der Stadt erst einmal kennen gelernt haben („Den meisten Leuten ist gar nicht bewusst, dass Bottrop so strukturiert ist. Wenn man dann mal hier ist, ist das eine Qualität, die die meisten Leute wahrnehmen. Und ihnen ist das auch bewusst. Und sie nutzen das auch.“). Viele Menschen sehen die urbanen Freiräume allerdings einfach als Selbstverständlichkeit an, wie er berichtet: „Man nutzt es und man nimmt wahr, dass es schön ist. Ich glaube aber, dass es auch irgendwie selbstverständlich für die Leute ist, die hier wohnen.“

Nach Akteur D5 erlebt die grüne Infrastruktur gerade im Zusammenhang der Klimaanpassung nochmal eine Steigerung des Stellenwertes („Durch die Thematik der Klimafolgenanpassung und auch der Verwundbarkeit der Innenstädte ist es so, dass diese Bedeutung jetzt nochmal gesteigert wird.“). Auch für den Bereich der Freizeit- und Erholungsnutzung ist der urbane Freiraum sehr wichtig. Bottrop ist diesbezüglich sehr gut aufgestellt, wie er findet: „Was die Ausstattung der Quartiere mit Umfeldgrün für Freizeit- und Erholungsnutzung sowie Feierabenderholung angeht, sehe ich es als sehr wichtig an, dort auch Infrastrukturen in Form von geeigneten Grünbereichen vorzuhalten, dass man auch Grünstrukturen in die Wohnquartiere hineinführt, dass man über den Vernetzungsgedanken hinaus überlegt, wie man so was in das Wohngebiet bringen kann.“ So zeigen

sich in Strukturen wie dem Köllnischen Wald, dem Gesundheitspark Quellenbusch, der Kirchheller Heide, dem Tetraeder als Landmarke und Alleinstellungsmerkmal aus der IBA-Zeit 1989 bis 1999 die Freiraumqualitäten des Standortes („Das sind schon Dinge, die eine zentrale Rolle spielen und das Grün immer mehr in den Fokus rücken. [...] Das ergänzt sozusagen im städtischen Raum das Bild, was wichtig ist, um weiche Standortfaktoren abzubilden.“).

➤ *Grüne Infrastruktur und Immobilienwerte*

Die Frage, ob sich urbanes Grün auf Immobilienwerte auswirken kann, können nicht alle Befragten beantworten. Die übrigen Akteure bestätigen diese Aussage jedoch. Hier ergänzt ein Akteur, dass das vor allem von den Wohnungsbauunternehmen erkannt wurde. Von Akteur D1 wird ein Einfluss von attraktiven Freiräumen auf Immobilienwerte lediglich vermutet („Ich denke schon, dass es so ist, aber es ist schwer, zu argumentieren.“).

Akteur D3 hat zu dieser Thematik einen praktischen Bezug. Seinen Beobachtungen nach wirkt sich eine attraktive und grüne Umgebung auf die Immobilienwerte aus, wie er sagt: „Wenn man guckt, wo die Immobilienpreise am höchsten sind, ist das ja nicht mal gerade da, wo es kein Grün gibt. Investoren werben gerne mal mit "Wohnen am Park" und derartigen Dingen. Dann ist alleine deshalb schon der Bodenpreis 50 Euro mehr und derartige Dinge spielen in den Standortentscheidungen eine ganz entscheidende Rolle, denke ich.“

Auch Akteur D5 ist der Meinung, dass sich attraktive Grünflächen auf Immobilienwerte auswirken. Das belegt er unter anderem am Beispiel der Wohnungsbauunternehmen: „Die Wohnungsbauunternehmen haben auch relativ früh erkannt, dass die Sanierung der Immobilie oder der Wohnung als solche zwar wichtig und gut ist [...], aber dass sich natürlich eine höhere Rendite erzielen lässt, wenn auch das Wohnumfeld mit gepflegt wird oder attraktiv ist.“ Auch ihm sind Studien bekannt, die diese Zusammenhänge untersuchen und bestätigen („Soviel ich weiß kam auch genau das bei den Studien als Mehrwert heraus, die mir bekannt sind.“).

➤ *Grüne Infrastruktur und Klima- sowie Gesundheitsaspekte*

Dass sich Grünstrukturen auf das urbane Klima und damit auch auf die Gesundheit auswirken, ist bei den Befragten unumstritten. Laut Angaben einiger Akteure wurden verschiedene Projekte im Rahmen der *InnovationCity* ins Leben gerufen, die sich mit der Thematik des Stadtklimas befassen. Dabei findet auch der Gesundheitsfaktor Berücksichtigung.

Akteur D1 bestätigt zwar den Einfluss von grüner Infrastruktur auf das Stadtklima, sieht den Gesundheitsaspekt jedoch eher als Mitnahmeeffekt. Dennoch wird dieser Umstand bei verschiedenen stadtentwicklerischen Projekten im Rahmen des Masterplans aufgegriffen. Generell wird es auch für sinnvoll gehalten, technische und naturräumliche Aspekte zusammen zu denken („Ich halte es schon für sehr wichtig, das aneinanderzukoppeln und ich denke mal, dass das in der Vergangenheit viel zu wenig berücksichtigt wurde.“). Der Masterplan soll diesen Ansatz stärken („Man kann diese Gedanken alle mal zusammenführen und man hat mal alles komplett auf einer Ebene.“).

Anders als Akteur D1 vertritt Akteur D2 die Auffassung, dass der Gesundheitsaspekt neben Aspekten der Klimaanpassung sehr wohl bei verschiedenen Projekten im Fokus steht. Das belegt er an Projekten innerhalb der Stadt: „Wir haben uns beispielsweise gerade entschlossen, eine große

Innenstadtachse, wo sich in erster Linie Alleenbäume befinden, die den Feinstaub wie ein Schirm gefangen halten, umzugestalten.“ Weiter berichtet er, dass parallel zu dem im Jahr 2006 neu aufgestellten Flächennutzungsplan für Bottrop ein Umweltleitplan entwickelt wurde, der die Bereiche Luft-, Wasser- und Flächenentwicklung zum Gegenstand hat. Seiner Meinung nach setzt der Masterplan diese Überlegungen fort, da dort nicht nur die Wohn- und Arbeitsbereiche, sondern auch das Handlungsfeld Stadt betrachtet wird. Im Rahmen dessen werden die Lebensqualität und die Wohnumfeldqualität thematisiert. Seiner Einschätzung nach erschwert es die ministerielle Trennung der Bereiche Klimaschutz und Klimaanpassung in der Praxis oftmals, verschiedene Maßnahmen aneinanderzukoppeln. So geht es bei dem Projekt *InnovationCity* zwar hauptsächlich um Klimaschutz, jedoch werden daran auch die Themen Klimaanpassung, Gesundheit und Lebensqualität gekoppelt („Klimaschutz und Klimaanpassung kann man gar nicht voneinander trennen. Das muss ganzheitlich betrachtet werden.“). Weiter berichtet er, dass es unabhängig von der *InnovationCity* einen *Aktionsplan Umwelt und Gesundheit* gibt, im Rahmen dessen die Auswirkungen von Lärm und Schmutz auf die Gesundheit untersucht und Verbesserungspotenziale identifiziert wurden: „Es trifft ja meistens Leute, die mit einem niedrigen Einkommen gezwungen sind, in solche schlechteren Gegenden zu ziehen, und die ja eigentlich fast das schwächste Glied in der Kette sind. Insbesondere haben da auch Kinder und ältere Menschen unglaublich drunter zu leiden. Von daher ist das für uns auch eine ganz wichtige Aufgabe, über konkrete Messungen nachweisen zu können, dass wir da auch was in Richtung Lebensqualität verbessert haben.“

Akteur D3 berichtet ebenfalls, dass der Zusammenhang von Stadtklima und den urbanen Freiräumen ein Thema in der Stadt ist. Durch Stadtklimaanalysen wurden Probleme identifiziert und Handlungsfelder daraus abgeleitet („Wir haben uns das mal simulieren lassen, um zu gucken, wie sich denn dann die Wärmeinsel ausprägt und welche Dinge im zweiten Schritt getan werden müssen, um die Auswirkungen möglichst im Griff zu behalten, dass das eben eine lebenswerte Stadt bleiben kann. [...] Da gibt es sehr dezidierte Vorschläge wie Platzbegrünungen, Straßenbegrünungen oder Fassadenbegrünungen.“). Neben der Klimathematik soll nun auch der Gesundheitsaspekt von Grünstrukturen im Rahmen des IC-Projektes eine Einbindung finden, wie er berichtet. So soll in Kooperation mit der Universität Bielefeld eine Weiterqualifikation des Masterplans für die Grünflächen erfolgen („Wir haben ja durch den Masterplan einen umfangreichen Potenzialatlas gekriegt und sind jetzt im Moment dabei, das noch mit diesen Gesundheitsdaten zu verschneiden [...], um dann zu sagen, wie eigentlich das Grünsystem der Stadt aussehen müsste, um diesen Aspekten optimal Rechnung zu tragen.“). Ziel ist es seiner Aussage nach, darüber Aufschluss bzw. Empfehlungen zu erhalten, wie man Kinder, Jugendliche und auch Erwachsene wieder verstärkt hinaus ins Freie bekommt („Vielleicht machen wir ja demnächst irgendwo in den Grünanlagen Hot Spots, damit sie wenigstens mit WLAN draußen sitzen und solche Dinge. [...] Da muss man, glaube ich, einfach neue Wege gehen und offen sein.“). Generell wird die Aussage von Akteur D2 bestätigt, dass es sinnvoll ist, die Thematiken Klimaschutz und Klimaanpassung aneinanderzukoppeln, wobei das die Förderlandschaft oftmals sehr schwierig macht: „Wir haben immer gesagt, dass sich bei Klimawandel, Klimaschutz und Klimaanpassung immer dieses gesamte Grün dahinter verbirgt. Das ist eigentlich eine Begrifflichkeitstrennung, die absolut keinen Sinn macht.“ In der Stadt Bottrop stand seiner Erzählung nach immer ein umweltplanerisches Leitkonzept hinter den Energieeffizienzmaßnahmen, weil man den Blick für die Stadtentwicklung und Stadtqualitäten nicht außer Acht lassen darf. Das gilt auch für die Bewerbung als *InnovationCity*, wie er sagt.

Wie schon die Akteure D2 und D3 berichtet auch Akteur D4, dass der Aspekt der Klimaanpassung ausführlich durch den Umweltleitplan und im Flächennutzungsplan beachtet wird: „Im Flächennutzungsplan sind wir sogar bis in die Blockinnenbereiche gegangen und haben geguckt, wo sind Flächen, wo ist noch Nachverdichtungspotenzial und wo sollten lieber rechts und links die Blockinnenbereiche frei bleiben, weil es zum Beispiel entlang eines Bachlaufes ist, der wirklich als Frischluftschneise da ist.“ Zudem wird berichtet, dass dieser Umstand auch bei verschiedenen stadtentwicklerischen Projekten im Rahmen des Masterplans aufgegriffen wird. Zur Gesundheitsthematik wird keine Auskunft gegeben.

Gerade durch den multifunktionalen Ansatz des *InnovationCity*-Projektes werden nach Akteur D5 auch Bereiche wie die urbanen Freiräume mit Themen wie Klimaanpassung, Gesundheit oder dem demographischen Wandel zusammengebracht („Es geht auch um Gesundheit, soziale Aspekte oder Ansprüche der Jugend und alter Menschen. Es ist ein sehr weites Feld. Sonst wäre man dazu gekommen zu sagen, unser Maßnahmenblatt heißt jetzt "Begrünung von Fassaden".“).

### **Aktivitäten von städtischer, unternehmerischer und privater Seite**

#### ➤ *Stadt- und Freiraumentwicklung*

Das größte Projekt im Bereich der Stadtentwicklung ist laut der Akteure die *InnovationCity*, die sich wiederum in zahlreiche Einzelmaßnahmen gliedert. Darunter fallen beispielsweise verschiedene Aktivitäten im Bereich der Klimaanpassung wie Dach- und Fassadenbegrünungen oder ein Neubepflanzungsprojekt zur Feinstaubbindung, berichtet ein Akteur. Ein anderer ist der Meinung, dass man Stadtentwicklung generell von der grünen Infrastruktur ausgehend durchdenken sollte. Die Akteure geben zudem an, dass es im Ruhrgebiet grundsätzlich einen regen Erfahrungsaustausch und viele gemeinsame Projekte gibt. Vieles passiert dabei über den Regionalverband Ruhr.

Akteur D1 berichtet von Projekten im Rahmen der *InnovationCity*, die das Thema Überhitzung behandeln. Dabei geht es um die Bildung grüner Inseln, was unter anderem durch die Wegnahme von Wohnraum sowie weitere Maßnahmen geschieht. Zudem soll auch weiter an der Vernetzung und Durchgängigkeit gearbeitet werden, wie er sagt: „Es gibt Ideen, Verkehrswege im Außenbereich zur Innenstadt zu überplanen oder komplett neu zu strukturieren. Das passt ganz gut, weil aufgrund des Wegfalls der Industrie auch teilweise alte Bahngleise frei werden etc. Und da werden eben grüne Adern oder Laufwege zur Innenstadt platziert. Und das sind doch alles sehr spannende Dinge, die im Masterplan verankert sind.“

Akteur D2 berichtet von städtischen Projekten, die sich mit dem Thema der Klimaanpassung beschäftigen. Ziel ist es, in diesem Zusammenhang auch noch weitere Bereiche mit Dach- und Fassadenbegrünung auszustatten. Weiter soll seiner Erzählung nach eine Fläche über einer Tiefgarage neugestaltet werden. An Stelle der Pflastersteine, die aktuell eine Hitzeinsel darstellen, soll dort eine wassersensible Oberfläche mit diversen Bäumen und Grünnutzung entstehen. Das erhöht gleichzeitig die Aufenthaltsqualität, wie er erklärt. Ein anderes Projekt ist die Neubepflanzung einer Verkehrsachse, die der Feinstaubbindung dient und dabei gleichzeitig Kosten erspart und ebenfalls die Aufenthaltsqualität erhöht. Abgesehen davon berichtet auch er vom Großprojekt *InnovationCity*. Nicht nur diesbezüglich ist ein ständiger Austausch mit den umliegenden Städten gegeben: „Wir stehen sowieso im engen Austausch. [...] Wir haben ja den Regionalverband Ruhr, der hier so ein bisschen die Strategien für die Metropole Ruhr bündelt und als Regionalplanung schaut, die Region nach vorne zu bringen.“ So hat das kommunale Konkurrenzdenken seiner Meinung nach

deutlich abgenommen. Heute profitieren die einzelnen Städte vielmehr vom Austausch, wie er findet: „Und es ist auch kein Problem, wenn Kollegen wie neulich aus Dortmund, aus Bochum oder aus Essen vorbeikommen und wir uns mal an einen runden Tischen setzen und die uns aus Dortmund mal vorstellen, wie sie jetzt gerade ihren Masterplan aufgestellt haben und die aus Essen erklären, wie sie sich jetzt weiter für die *Grüne Hauptstadt Europas* aufgestellt haben.“

Akteur D3 vertritt die Auffassung, dass der Freiraum Grundlage der Stadtentwicklung sein sollte („Man muss die Stadtentwicklung eigentlich vom Grünen aus denken und nicht umgekehrt, wie das häufig gemacht wird.“). Er beobachtet, dass diesbezüglich ein Umdenken einsetzt. Bezüglich der Freiraumentwicklung in Bottrop spricht er unter anderem von den Konzepten für den ökologischen Umbau des Emscher-Systems („Im Rahmen des Emscherumbaus wird ja in den nächsten Jahren der ganze Bottroper Süden mit der Emscher, mit der Berne und mit der Beue renaturiert und dementsprechend durch Wegeverbindungen und Bachauen etc. erschlossen werden, so dass sich da natürlich enorm viel tun wird und auch da die Aufwertung im Bottroper Süden sehr groß sein wird.“). Daneben geht er auf den im Rahmen des *InnovationCity*-Prozesses entstandenen Masterplan ein, der zuerst sehr techniklastig war, mittlerweile aber auch den Freiraum als Thema inkludiert hat: „Nach und nach hat man gemerkt, dass der Faktor Lebensqualität doch höher ist als man sich das vorher gedacht hatte. Wenn man sich mittlerweile die ganzen Projekte wie den grünen Ring, die Sitzrouten oder die kleinen Westentaschenparks anguckt, dann sieht man schon, wie sich der Schwerpunkt hinsichtlich Grün deutlich verschiebt und welchen Stellenwert das auch hat.“ Das Interesse der Fachwelt an der *InnovationCity* ist seiner Beobachtung nach groß, weswegen auch eine umfangreiche Kommunikation nach außen stattfindet („Mit der *InnovationCity* sind wir ja quasi auf Dauertournee [...]. Und da merkt man schon, dass das Projekt im Fokus der Fachwelt schon sehr weit fortgeschritten und auch anerkannt ist.“).

Akteur D4 bezieht sich ebenfalls auf das *InnovationCity*-Projekt, bei dem er zwei Schwerpunkte beschreibt: „Die *InnovationCity* hat ja sozusagen zwei Pole. Das eine ist tatsächlich die CO<sub>2</sub>-Einsparung als energietechnischer Teil und das andere ist eben das Thema Lebensqualität.“ Im Rahmen dessen spielt auch die Klimaanpassung eine Rolle, wie er berichtet: „Obwohl Bottrop sehr grün ist, haben wir natürlich wie alle anderen Städte auch das Thema Wärmeinseln.“ Für ihn erweist es sich in diesem Zusammenhang als problematisch, dass bei der *InnovationCity* die Herausforderungen im Bestand bewältigt werden müssen („Da sind dann eben so Themen wie Dachbegrünung oder Fassadenbegrünung nachträglich relativ schwierig umzusetzen.“). Dennoch gibt es Konzepte für die nachträgliche Dach- und Fassadenbegrünung oder die Begrünung von Straßenräumen, wobei auch Fragen der Entwässerung und des Umgangs mit Regenwasser thematisiert werden. Für Akteur D4 ist an dieser Stelle ein direkter Zusammenhang mit der Steigerung der Lebensqualität gegeben, da die Menschen davon profitieren, wenn trotz zunehmender Starkregenereignisse die Keller seltener unter Wasser stehen und das Stadtbild durch die Arbeiten an den Freiräumen an Attraktivität gewinnt („Auf der Stadtentwicklungsebene hat dieses Thema Lebensqualität im Zusammenhang mit *InnovationCity* eben ganz stark mit der Grüngestaltung in Form von Platzgestaltung, Straßengestaltung, Freiflächengestaltung und mit dem Thema Wasser zu tun und wie wir damit umgehen.“). Generell wird die Kooperation mit dem gesamten Ruhrgebiet auch von Akteur D4 als gut und umfangreich empfunden: „Ich glaube [...], dass das [Thema Klima und Nachhaltigkeit] im Moment in der Region allgemein ein durchaus hoch aufgehängtes Thema ist und sich fast alle Städte damit beschäftigen.“ Der Austausch findet seiner Auskunft nach vorwiegend zu einzelnen Projekten und nicht zu dem Gesamtprozess statt.

Akteur D5 berichtet ebenfalls, dass bezüglich des *InnovationCity*-Projektes neben dem technischen Aspekt der gleichwertige Aspekt der Steigerung der Lebensqualität besteht. Um diese Ziele zu erreichen, wurde ein Masterplan aufgestellt. Die Umsetzung erfolgt auf Projektebene. Dabei handelt es sich erst einmal um eine Sammlung von Ideen, die auf ihre Machbarkeit geprüft werden müssen. So wurde zum Beispiel darüber nachgedacht, um die Innenstadt herum einen grünen Ring zu erzeugen, wie er erklärt: „Der grüne Ring bedeutet multifunktional gedacht, einmal Fahrradverkehr und Fußgängerverkehr zu fördern, weil es attraktiv ist, diesen grünen Ring zu begehen. Zudem sollen schattenspendende Bäume als Maßnahme der Klimafolgenanpassung gepflanzt werden, und das kann man jetzt modular einhängen.“ Dadurch soll der Anteil an vernetzten Grünstrukturen in der Stadt erhöht, aber auch die Mobilität als ein Handlungsfeld mitgedacht werden. Insgesamt gibt es fünf Handlungsfelder, die jedoch zusammen betrachtet werden sollen, wie er erläutert. Die Handlungsfelder Wohnen, Arbeiten und Energie sind technisch orientiert. Weiter gibt es das Handlungsfeld Mobilität und das Handlungsfeld Stadt, was sich aus den Bereichen Städtebau, Freiraumentwicklung und Wasserwirtschaft zusammensetzt. Das Ziel, die Lebensqualität zu steigern, steht dabei seiner Meinung nach im engen Zusammenhang mit Maßnahmen der Klimafolgenanpassung. So geht es beim entstandenen Handbuch Stadtklima vor allem um die Themen Hitzereduktion und Starkregenereignisse („Dabei ist es wichtig, sich auch darüber Gedanken zu machen, eine Parkfläche möglicherweise auch bei Starkregenereignissen als Retentionsraum zu nutzen.“). Eine wichtige Grundlage für die Überlegungen stellt nach Aussage von Akteur D5 die bestehenden Planwerke der Stadt Bottrop, zu denen auch der Umweltleitplan zählt, dar. Im Weiteren wurden überörtliche Aspekte ergänzt, um beispielsweise die Einbindung in den Emscher Landschaftspark zu gewährleisten. Als innovativ empfindet er an der *InnovationCity* die Verknüpfung von Thematiken und eine Multifunktionalität, was Aspekte wie Klimaanpassung, Gesundheit oder den demographischen Wandel betrifft („Dachbegrünung und Fassadenbegrünung sind schön und gut, aber die Frage ist jetzt, wie man das unter dem Fokus Klimafolgenanpassung macht und wie die Randbedingungen, die man zu betrachten hat, dort mit reinspielen. Der demographische Wandel ist beispielsweise ein ganz wesentlicher Faktor.“). Die Aktivitäten haben laut Akteur D5 einen deutlichen Ausstrahlungseffekt, so dass auch andere Kommunen an den Bottroper Projekten Interesse zeigen.

➤ *Aktivitäten von privater und privatwirtschaftlicher Seite bezüglich "grüner" Themen*

Laut der Akteure beteiligen sich Unternehmen vor allem über die *InnovationCity* bei Maßnahmen im Bereich des Klimaschutzes und der nachhaltigen Energienutzung, wobei sie sich in erster Linie Einsparungspotenziale und eventuell einen Imagegewinn erhoffen. Im Bereich der grünen Infrastruktur berichtet ein weiterer Akteur von Unternehmen, die sich an kleineren Projekten wie zum Beispiel der Gestaltung von Kreisverkehren beteiligen. Hier gibt es aber keine kontinuierlichen Partnerschaften. Zudem wird von einer Stiftung berichtet, die sich um die Aufwertung des Images der Stadt kümmert und unter anderem Begrünungsaktionen unterstützt. Akteur D2 gibt zu dieser Thematik keine Einschätzung ab.

Gerade der Bereich des Green Buildings hat laut Akteur D1 durch das Projekt *InnovationCity* zugenommen. Die Unternehmen, die daran Interesse bekunden, stehen auch ideell dahinter, wie er sagt: „Wir haben zum Beispiel ein Unternehmen, dass Technobox heißt und auch ganz in der Nähe sitzt. Das ist ein stahlverarbeitendes Unternehmen [...] und die schweißen jetzt mit der reinen Solarkraft. Der Geschäftsführer und der Inhaber sind von sich aus vor zwei Jahren auf uns zugekommen und haben gefragt, was sie denn machen könnten, weil die auch diesem Thema sehr

verbunden sind.“ Als die Firma dann neu gebaut hat, haben sie eine komplette Photovoltaik-Anlage auf dem Dach errichtet, wodurch der komplette Energieverbrauch mit eigenem Solarstrom abgedeckt werden kann, weiß Akteur D1 weiter zu berichten. Weiter erzählt er, dass das Unternehmen auch die Heizungsanlage umgestellt hat und nun über eine Stückgutheizungsanlage verfügt („Gleichzeitig kommen bei denen halt immer große Exponate auf riesen Paletten an. Das heißt, wenn die das verarbeiten, dann schmeißt der LKW erst mal eine halbe Tonne Holz daneben, das man braucht, um die auf diesen Schwertransporten zu verankern. [...] Und jetzt können sie mit den Paletten, die da wirklich als Nebenprodukt anfallen, 80 Prozent ihres ganzen Betriebs heizen.“). Seiner Bewertung nach handelt es sich bei diesem Betrieb um einen Vorzeigebetrieb, da auch noch ein Elektroauto angeschafft wurde und aktuell darüber nachgedacht wird, eine Windkraftanlage zu installieren. So ist das jeweilige Engagement stark von der Einstellung des Geschäftsführers abhängig.

Akteur D3 berichtet von Unternehmen, die teilweise die Gestaltung von Kreisverkehren übernehmen, und von einer Stiftung, die sich um die Verbesserung des Images von Bottrop bemüht: „Wir haben die Bremer Stiftung, die sich auf die Fahne geschrieben hat, das Image von Bottrop zu fördern. Die unterstützen uns sehr stark bei den Begrünnungsaktionen und solchen Sachen. Dann geben die uns die Pflanzmaterialien oder Blumenampeln. Die versuchen eben unter ästhetischen Gesichtspunkten das Grüne, Farbe und Pflanzen in die Stadt zu kriegen. Wir hatten auch mal die Aktion "Bottrop blüht auf" und derartige Dinge.“ Problematisch ist es laut seiner Erfahrung jedoch, kontinuierliche Kooperationen zu finden.

Akteur D4 weiß von keinem Unternehmen, das sich speziell für Freiraumprojekte engagiert. Es gibt jedoch Unternehmen, für die der Nachhaltigkeitsgedanke eine wichtige Rolle spielt, der auch als Werbung dient. Wie schon Akteur D1 geht auch er auf die Schlosserei Technobox ein, die ihre Energie unter dem Motto "Sonne schweißt Stahl" zu 100 Prozent aus Solarenergie beziehen. Weiter berichtet er von Firmen, die in den letzten Jahren am Ökoprotit-Projekt teilgenommen haben, weil sie das Thema als wichtig erachten und sich etwas überdurchschnittlich im Bereich der Nachhaltigkeit engagieren. Der Mangel an finanziellen Mitteln erschwert jedoch häufig die Beteiligung an ökologisch sinnvollen Projekten, wie er sagt: „Bei Klimaanpassung kann man ja immer noch argumentieren, dass die Keller nicht mehr unter Wasser stehen. Aber da gibt es eben auch viele Sachen, die sich nicht rechnen lassen und die man trotzdem machen will und soll.“

Geht es um die Ausstattung von Arbeitsplatz und Arbeitsumfeld durch das Unternehmen, findet es Akteur D5 generell sinnvoll, diese Bereiche so zu gestalten, dass sich die Beschäftigten wohlfühlen: „Es gibt ja zum Beispiel bei Gewerbebetrieben oder gewerblichen Flächen sehr wohl die Überlegungen, das Wohlfühlen am Arbeitsplatz natürlich auch vor dem Hintergrund der Arbeitsleistung, die damit erbracht wird, zu steigern. Das geht über Angebote direkt im Umfeld in Form von Grünstrukturen oder auch über das Raumklima. [...] Das haben wir beispielsweise auch beim Gewerbegebiet Prosper 1 empfohlen, dass man auch über solche Aspekte eine Qualität erzielt, die sich dann nicht nur auf das bauliche Umfeld, sondern auf den dort Arbeitenden und seine Ansprüche und Bedürfnisse bezieht. [...] Und [das] ist auch ein ganz wichtiger Faktor, was meiner Meinung nach Unternehmen auch erkannt haben.“ Welchen Stellenwert der Arbeitgeber dem beimisst und wie viel er bereit ist, dort hinein zu investieren, variiert jedoch nach Branche, wie er sagt: „Ob es dann umgesetzt wird, ist noch eine andere Sache, weil das kostet. Da wird natürlich auch hart gerechnet. Einigen Logistikunternehmen scheint das dann vielleicht auch egal zu sein, aber ich denke, dass angekommen ist, zumindest darüber nachzudenken und abzuwägen.“

### **Standortmarketing unter Einbezug "grüner" Themen (Potenziale und Hemmnisse)**

Abgesehen von der Einschätzung eines einzelnen Akteurs vertreten die Interviewpartner die Meinung, dass die *InnovationCity* ein Thema im Standortmarketing darstellt, was vor allem dem Engagement des Bürgermeisters zu verdanken ist. Dabei finden sich neben der Energiethematik auch die Grünstrukturen in Zusammenhang mit Aspekten wie der Klimaanpassung, Gesundheit und Lebensqualität wieder. Dennoch ist ein Akteur der Meinung, dass auf diesem Gebiet noch deutlich mehr passieren könnte und man sich an Städten wie Münster diesbezüglich ein Beispiel nehmen könnte. Als Hemmnis wird auch in Bottrop die finanzielle Situation der Stadt gesehen, und dass man den Grünstrukturen immer nur Kosten für die Unterhaltung zuschreibt, aber weniger ihren Mehrwert sieht. Ein Akteur gibt hierzu keine Einschätzung ab.

Das Projekt *InnovationCity* wird laut Akteur D1 aktuell eher weniger im Standortmarketing verwendet: „Mit *InnovationCity* wird schon nach außen getreten, aber das geht überwiegend vom Oberbürgermeister aus, der auch ein großer Verfechter dieses Projektes ist. [...] Im Stadtmarketing spielt das eigentlich keine Rolle.“

Anders als Akteur D1 ist Akteur D2 der Meinung, dass die *InnovationCity* ein Thema im Standortmarketing ist („Von der Wirtschaftsförderung gibt es ein ganz klares Bekenntnis in Richtung *InnovationCity*. Letztendlich macht ja die *InnovationCity* Management GmbH nichts Anderes als pure Wirtschaftsförderung. Also von daher ist da eine sehr gute Zusammenarbeit.“). Gerade durch den Weggang des Bergbaus und die Zurückgewinnung großer Areale sind eine gute Kooperation der Fachbereiche und intelligente Lösungsansätze im Bereich der Stadtentwicklung künftig von hoher Bedeutung, wie er erläutert: „Wenn wir jetzt innerstädtische Flächen, die eben von der Bergbaunutzung befreit sind, wieder zur Verfügung bekommen, muss man schon ganz genau überlegen, für was man die nutzt. Von daher wird dieser Wirtschaftsförderungsaspekt auch über die Flächennutzung und die enge Verzahnung zur Stadtplanung hin betrachtet.“ So liegt ein Fokus seiner Aussage nach darauf, das Thema *InnovationCity* mit der Gewerbeflächenentwicklung in Verbindung zu bringen. Das erläutert er wie folgt: „Wir lösen uns gerade von der alten Bergbauvergangenheit und deswegen möchten wir schauen, dass wir viel Green-Tech-Unternehmen an den Standort bekommen, die sich mit neuen Energien und innovativen Unternehmenskonzepten präsentieren.“ Dennoch erachtet er es als wichtig, die neuen Entwicklungen mit der Vergangenheit in Einklang zu bringen: „Wahrscheinlich werden wir ein Schaubergwerk nach Bottrop bekommen. So können wir einen Teil der Vergangenheit weiter erlebbar lassen. Wir haben dann natürlich auch Potenzial an Ausgleichsflächen, und wir überlegen gerade, dass da dann Primärpflanzen angepflanzt werden, um sie hinterher als Biomasse zu nutzen, was ja erstmal hilft, die Luftqualität zu verbessern.“

Die *InnovationCity* ist auch für Akteur D4 ein wichtiger Baustein des Standortmarketings. Er findet, dass Bottrop dadurch bekannter geworden ist, was er aber auch auf das große Engagement des Bürgermeisters zurückführt („*InnovationCity* konnte nur deswegen so erfolgreich sein oder wird auch in Zukunft nur deswegen so erfolgreich sein, weil der Oberbürgermeister selbst das als sein Baby ansieht und das verkörpert und nach außen trägt. Und schon allein dadurch ist das auf jeden Fall für das Standortmarketing wichtig, weil auch Bottrop dadurch einfach nochmal bekannt geworden ist.“). Betont wird aber, dass dabei das Energiethema der entscheidende Punkt und die Kernkompetenz ist: „Und diese Aussage ‚Wir wissen wie man Energie produziert‘ ist zentral. Wir haben das halt früher mit Steinkohle gemacht, machen es im Moment auch noch mit Steinkohle, aber wir stricken das jetzt um. Wir bleiben aber beim Kernthema Energie. Das kann man einfach gut für ein Marketing nutzen.“

Dennoch wird in der Kopplung an Themen wie Gesundheit großes Potenzial erkannt („Der Gesundheitsbereich ist prädestiniert, da mit einzusteigen.“).

Bezüglich des Marketings mit "grünen" Themen vertritt Akteur D3 die Auffassung, dass in der Hinsicht mehr geschehen sollte. Ein Beispiel könnte man sich an der Stadt Münster nehmen, die auf diesem Feld ein ganz anderes Selbstverständnis ausstrahlt, wie er findet: „Da finde ich *Münster bekennt Farbe* sehr beispielgebend, wo gesagt wird, dass die Leute stolz sein können, wenn sie mitmachen dürfen, ihre Stadt grün zu gestalten oder farblich zu gestalten. Das ist so ein bisschen die Umkehr des Images. Bisher ist man so im Grünbereich immer auf so einer Betteltour. Die Grünflächen haben immer so ihr Nichtselbstbewusstsein gepflegt. [...] Und da sind wir dabei, nach und nach zu sagen, dass das eigentlich die Qualität ist, die eine Stadt ausmacht und dass man die Ehre hat, dabei mitzumachen.“ Aktuell sieht er die Grünflächenämter noch in einer Verteidigungsrolle. Seiner Meinung nach ist das ein nahezu fataler Ansatz, wie er erklärt: „Ich will ja zum Beispiel private Investoren ansprechen. Die haben ja keinen Bock, Lückenbüßer zu sein. Da müssen wir sagen, dass wir eine tolle Stadt sind und tolle Sachen haben. Und wenn man dazu einen Teilbeitrag leistet, ist das auch gut für das Image. Wenn ich Gartenbaubetrieb, Farbenhersteller oder Lackierer bin, mache ich halt einen sehr schönen bunten Kreisel und derartige Dinge. Aber das funktioniert nur, wenn das Image des Grüns gut ist.“ Seiner Beobachtung nach erkennen die relevanten Akteure jedoch langsam den Mehrwert des urbanen Grüns („Innerhalb der Stadtverwaltung und auch innerhalb der *InnovationCity* sieht man auf einmal, dass Grün eben mehr ist als ein bisschen im Garten herum zu kratzen [...]. Und dann kann man mit einem ganz anderen Selbstbewusstsein an die Sache herangehen. Also der Stellenwert ist da eindeutig gestiegen.“). Weiter merkt er jedoch an, dass sich die Öffentlichkeitsarbeit anders aufstellen und neue Wege gehen muss: „Wenn man alleine guckt, was im Endeffekt an Millionen hier nach Bottrop geflossen ist und wie viele Leute schon davon profitiert haben, müsste man das eigentlich anders vermarkten. [...] Aber da tut sich die Wirtschaftsförderung oft noch sehr schwer.“

### ***Grüne Infrastruktur: Bedeutung für Standorte und deren Marketing***

Die Akteure vertreten insgesamt die Auffassung, dass die *InnovationCity* ein Standortfaktor ist und dieser auch Einsatz im Standortmarketing finden sollte, da dadurch das Image und die Außenwahrnehmung des Standortes positiv beeinflusst werden. Ein wichtiger Baustein sind dabei auch die Freiraumprojekte, die sich positiv auf das Stadtklima, Gesundheitsaspekte, den Freizeitwert und die Lebensqualität auswirken. Auf die Freiraumqualität beziehen sich auch einige Akteure konkret und sehen speziell in ihr einen Standortfaktor. Inwieweit die *InnovationCity* im Kontext der Lebensqualität am Standort bereits Gegenstand des Standortmarketings ist, sind sich die Akteure nicht einig.

Dass das Projekt *InnovationCity* Einfluss auf den Standort hat, bestätigt auch Akteur D1. So lässt sich der Standort nach außen besser und attraktiver präsentieren, wie er sagt: „Wir sind ja im Moment noch in der Aufbruchsstimmung. Im Moment partizipiert man am Standort davon. Das sieht man ja an verschiedenen Kriterien. Sogar die Hotelübernachtungen haben dramatisch zugenommen.“ Auch die künftige Ausrichtung des Standortes könnte sich seiner Einschätzung nach durch den *InnovationCity*-Prozess verändern. Dabei geht er zwar nicht speziell auf die grüne Infrastruktur, jedoch auf die ökologische Ebene ein, die weiter an Stellenwert gewinnen könnte: „Die Erschließung der Gewerbeflächen, die wir aus diesen Brachflächen dieses irgendwann ehemaligen Bergbaus haben, wird natürlich in diesem Projekt unter ganz anderen Anforderungen gesehen. Da spielen eben

genau diese ökologischen Gründe eine viel stärkere Rolle. Und dann kann ich natürlich auch mit diesem Projekt qualitativ ganz andere Unternehmen ansprechen.“

Grüne Infrastruktur ist laut Akteur D2 ein Standortfaktor und für Städte in Zukunft unabdingbar, gerade wenn es um Aspekte wie den Klimawandel, Lebensqualität oder das Vorhandensein von Rückzugsräumen geht („Ohne, dass man sich mit dem grünen Potenzial einer Stadt auseinandersetzt, hat eine Stadt keine Zukunft. Wenn man das jetzt unter dem Aspekt des Klimawandels betrachtet, braucht man diese grünen Rückzugsräume.“). In den gesellschaftlichen Entwicklungen wie dem demographischen Wandel, der mit einem Bevölkerungsrückgang verbunden sein wird, sieht er in dem Zusammenhang auch Chancen: „[Da] wird es Räume geben, die einer neuen und eben durchaus auch einer grünen Nutzung zugeführt werden sollten. [...]. Wir haben kaum hoch verdichtete Räume, sondern wir haben durch die Bergbauvergangenheit viele Ein- und Zweifamilienhäuser mit großer Gartennutzung. [...]. Und das ist natürlich ein Aspekt, der jetzt eben auch nochmal zur Lebensqualität beiträgt. Und uns ist klar, dass das Qualität ist, und dass wir das in jedem Fall auch in dieser Form erhalten müssen.“ Er geht in diesem Zusammenhang nicht speziell auf die *InnovationCity* ein.

Akteur D3 ist der Meinung, dass grüne Infrastruktur ein wichtiger Standortfaktor und Aspekt in der Stadtentwicklung ist („Ich glaube, Grün ist das Grundgerüst der Stadtentwicklung und die Stadtentwicklung muss vom Grünen gedacht werden.“). Ähnlich wie Akteur D2 schreibt er den urbanen Grünstrukturen gerade im Kontext des demographischen Wandels und des Klimawandels einen weiteren Bedeutungsgewinn zu, der sich auch auf die Unternehmen und die Menschen einer Stadt auswirkt („Einige Städte haben schon massivst mit Wegzug zu tun. Und ich glaube, da können derartige Bereiche schon für eine Stabilisierung sorgen.“). Vor allem eine Stadt wie Bottrop, die die *InnovationCity* als Alleinstellungsmerkmal hat, muss die grüne Infrastruktur in ihr Standortmarketing einbeziehen und ein entsprechendes Image aufbauen und langfristig sichern, wie er findet: „Wir haben jetzt die ersten Betriebe, die nur aufgrund von *InnovationCity* kommen. Im Endeffekt muss man nachher auch dafür sorgen, dass die so eine Art Imagegewähr bekommen, denn sonst wird sich das langfristig nicht tragen.“

Auch Akteur D4 sieht in der grünen Infrastruktur einen Standortfaktor. Das wird von den Menschen aber oftmals erst erkannt, wenn sie länger an einem Ort sind. Ein Einsatz im Standortmarketing in Zusammenhang mit Lebensqualität wäre seiner Auffassung nach möglich, wie er sagt: „Ich glaube schon, dass man das für ein Standortmarketing einsetzen kann und dass man den Leuten bewusstmachen kann, dass das eine Qualität ist. [...] Also dieses vernetzt sein im Sinne von "jeder kennt jeden" und man hat kurze Wege zeichnet Bottrop jetzt erstmal besonders aus. Das könnte man ja eigentlich gut auf die Grünstruktur übertragen.“ Das wird aber aktuell noch nicht genug getan. Wie schon Akteur D2 geht auch er in diesem Zusammenhang nicht speziell auf die *InnovationCity* ein.

Laut Akteur D5 ist die grüne Infrastruktur in Kombination mit anderen Themen ein Standortvorteil und wird auch als ein solcher herausgearbeitet („Das ist ein Standortfaktor. Das geht in die gleiche Richtung wie die Wohnumfeldqualität. Wohnumfeldqualität hat ja sehr viele Facetten. Das ist ja nicht nur die Grünausstattung, sondern das sind die Dienstleistungsangebote, die Nahversorgung, der Nahverkehr und alles Mögliche, was da mit reinspielt.“). Anders als Akteur D4 ist er der Meinung, dass sich die Thematik auch im Standortmarketing der *InnovationCity* wiederfindet: „Das wird auch von der *InnovationCity* Management GmbH, die ja sozusagen auch jetzt für andere Städte und Regionen tätig wird, ganz klar als Standortvorteil herausgearbeitet und dargestellt, denke ich. Also auch zum Einsatz im Standortmarketing gebe ich selbstverständlich ein uneingeschränktes "Ja".“

## 7.5 Dortmund

### **Standortwahrnehmung**

#### ➤ *Bild des Standortes*

Die Akteure sehen Dortmund als eine lebenswerte Stadt, die sich durch den Strukturwandel im Umbruch befindet, aber auch mit Problemen wie sozialer Armut zu kämpfen hat. Diese Einschätzung teilt auch Akteur E1, der zudem die Auffassung vertritt, dass die Potenziale der Stadt von außen unterschätzt werden („Dortmund ist eine lebenswerte Stadt, die völlig in ihren Möglichkeiten von außen betrachtet unterschätzt wird [...]. Wir haben hier seit 40, 50 Jahren einen sehr intensiven Strukturwandel im Schleppe, der auch ganz stark das Image beeinflusst.“). So hat der Oberbürgermeister Dortmund einmal mit einer unterbewerteten Aktie verglichen, wie er berichtet: „Das fand ich gar nicht mal so schlecht. Aber Aktien sind auch sehr dynamisch, und ich glaube, dass das Image von Städten und auch Strukturwandel an sich etwas ist, was man langfristig bewegen kann.“ Welche Entwicklungen die Stadt gegenwärtig durchlebt, zeigt sich seiner Einschätzung nach am deutlichsten im Stadtteil Hörde („Gerade am Beispiel Hörde kann man sehr gut nachvollziehen, wie sich Strukturwandel mit allen Facetten und Schwierigkeiten, die damit verbunden sind, und mit allen Brüchen in der Stadtgesellschaft, die damit einhergehen, gestaltet.“).

Auch Akteur E2 sieht Dortmund als eine Stadt im Umbruch, die mit Strukturwandel, Altlastensanierung und der Internationalen Bauausstellung IBA verbunden wird. Diese Entwicklungen hat er selbst miterlebt („Ich bin in einer Zeit nach Dortmund gekommen, als dieser Strukturwandel sich auch optisch und räumlich im Rückgang der Bergwerke und dem Rückgang der Schwerindustrie darstellte. Das war sehr eindrucksvoll.“). Heute sind die Ergebnisse zu sehen, die aus dieser Entwicklung hervorgegangen sind, wie er erläutert: „In der ersten Phase dieser IBA sind vorwiegend die städtebaulichen Projekte und in der zweiten Phase dann mehr so die grünplanerischen Ideen vorangeschoben worden. Und am Ende wurde schließlich der Emscher Landschaftspark qualifiziert und der ist ja bis heute noch ein Leitbild für die gesamte Metropolregion geblieben.“

Dortmund wird von Akteur E3 mit den bekannten Ruhrgebietsklischees und sozialer Armut in Verbindung gebracht, wobei der Bergbau heute kein allzu präsent Thema mehr ist. Sein Bild von der Stadt ist deutlich negativer als das der anderen Akteure („Ganz typisch sind die Klischees. Das ist vielleicht auch so, weil sie sich in den knapp zehn Jahren, die ich in Dortmund bin, festgesetzt haben. Das sind Fußball, Bier und Malochertum. Bergbau ist nicht mehr so ein Thema, aber soziale Armut und Marginalisierung.“).

Akteur E4 schätzt Dortmund ähnlich ein wie die Akteure E1 und E2. Er sieht Dortmund vordergründig als eine lebenswerte und lebenswerte Stadt, die sich im Strukturwandel befindet und darin ihre Chancen sucht, wie er sagt: „Es ist auch eine kämpferische Stadt, weil diese Stadt sozusagen immer wach bleiben muss. Wir haben nicht ganz einfache Voraussetzungen, uns im wirtschaftlichen Wandel und notwendigen Strukturwandel zu behaupten. Aber wir nehmen das eigentlich ein bisschen als Herausforderung und jammern nicht, sondern gucken, wo im Strukturwandel, der ja auch mit vielen Verwerfungen verbunden ist, die Chancen liegen.“

#### ➤ *Harte und weiche Standortfaktoren, Alleinstellungsmerkmale und Nachteile des Standortes*

Zu den Standortvorteilen Dortmunds zählen die Akteure die Erreichbarkeit bzw. Verkehrsanbindung, die Verfügbarkeit von Gewerbeflächen, die Bildungslandschaft, den günstigen Wohnungsmarkt, das

Kultur- und Freizeitangebot und die hohe Anzahl an Freiräumen. Als nachteilig gelten das teilweise negative Image, die hohe Arbeitslosigkeit und die Tatsache, dass in einigen Vierteln eine problematische Sozialstruktur sowie hohe Kriminalitätsraten existieren. Das PHOENIX-Projekt wird als Alleinstellungsmerkmal gesehen.

So berichtet Akteur E1, dass er beispielsweise auf Messen auf den Strukturwandel Dortmunds und insbesondere das Projekt PHOENIX-See als Leuchtturmprojekt angesprochen wird. Seiner Einschätzung nach vermittelt es ein Bild von einem neuen Dortmund, das in den letzten Jahren entstanden ist. Darüber hinaus berichtet er, dass der Wandel der Stadt inzwischen durchaus wahrnehmbar ist: „Ich habe Verwandtschaft in München. Wenn die zu Besuch kommen und wir mit denen auf den Fernsehturm hier in der Stadt fahren, dann fragen die, wo eigentlich die Stadt ist. Es ist ja irgendwie alles grün, wenn man im Sommer da ist. Das ist schon ein richtig dicker Vorteil und ein dickes Plus aus meiner Sicht.“ Neben der Ausstattung mit Freiräumen empfindet er die Vielfalt an kulturellen Einrichtungen als einen weiteren Vorteil, der nicht losgelöst vom restlichen Ruhrgebiet betrachtet werden kann, wie er erklärt: „Das müssen Sie dann auch immer im Verbund mit dem Ruhrgebiet sehen. Nach Bochum fährt man elf Minuten mit dem Zug [...] und das geht dann so weiter nach Essen und Duisburg einmal quer durchs Ruhrgebiet. In dem ganzen Raum leben fünf Millionen Einwohner.“ So erkennt er auch in diesem Umstand einen Standortvorteil. Darüber hinaus verfügt die Stadt seiner Einschätzung nach über einen ausgeglichenen und vielfältigen Wohnungsmarkt („Das ist ein Punkt, der völlig unterschätzt wird, auch was Standortentscheidungen für Unternehmen betrifft.“) sowie ein gutes Angebot an Flächen für wirtschaftliche Ansiedlungen („Wir haben über 300 Hektar Reserveflächen. Das ist das nächste Plus [...]. 160 Hektar haben wir sogar kurzfristig verfügbar.“). Auch die Nahversorgungsstruktur und die Bildungslandschaft skizziert er als vorteilhaft: „Dann haben wir den dicken Vorteil, eine Universität zu haben. Die TU bietet auch eine Menge Arbeitsplätze und bildet auch eine Menge junge Leute aus, die nach Möglichkeit dann auch hierbleiben. Dann sind wir auch schon so in der Verbindung von TU, Technologiezentrum und Technologiepark.“ Zudem spielt der Fußball eine wichtige Rolle in der Stadt, wie er sagt: „Ansonsten spielt abends Borussia, wenn Sie hier die Dortmunder fragen. Das ist ganz wichtig für die Leute und auch für die Stadt. Und so verrückt das ist, das gewinnt auch zunehmend an Relevanz, was den Standort angeht.“ Er erkennt jedoch auch Defizite: „Schwierig ist das schon angesprochene Image, finde ich. [...] Wir sind auch Großstadt. [...] Damit gehen eine ganze Menge Probleme einher. Es gibt hier durchaus eine Wahrnehmung, dass wir viele Randgruppen haben. Insbesondere die Innenstadt Nord ist da betroffen. Drogenabhängige, eine Säuferszene und eine offene Straßenprostitution gab es lange Zeit.“ In der starken Dominanz des motorisierten Individualverkehrs erkennt er ein weiteres städtisches Problem („Dadurch bedingt hat man auch eine relativ hohe Lärmkulisse insgesamt.“). Zudem beurteilt er die zunehmende Verfestigung einer Trennung zwischen Süd und Nord, was Aspekte wie das Einkommen und die Arbeitslosenquote betrifft, als kritisch.

Akteur E2 beschreibt Dortmund als eine Stadt, die sich zunehmend zu einem Dienstleistungsstandort mit einem ausgeprägten Freizeitsektor entwickelt, was sich auch in den Freiraumstrukturen durch planerische Projekte wie dem IBA Emscherpark zeigt („Heute ist Dortmund eben vorwiegend Dienstleistungsstadt mit einem enormen Schub im Bereich des Freizeitsektors“). Die durchmischte Sozialstruktur empfindet er als Vorteil der Stadt. Durch den Strukturwandel sind jedoch auch viele Arbeitsplätze für gering Qualifizierte weggefallen, was er als negativ beurteilt. Das erläutert er wie folgt: „Die Menschen sind eben nicht abgehoben, sondern bodenständig und durch ihre Historie auch robust. [...] Und das ist eigentlich eine wichtige soziale Basis, dass die Menschen hier durchaus auch

heimatbewusst sind. [...] Die Sozialstruktur ist auch durch Zuwanderung aus osteuropäischen Ländern und dem italienischen Raum entstanden, die damals als Gastarbeiter kamen. Das bildet sich einfach sehr sympathisch in der Sozialstruktur ab, wenngleich wir natürlich heute durch das Wegbrechen dieser Groß- und Schwerindustrien ein Problem damit bekommen haben, dass die einfacheren Arbeitsplätze nicht mehr da sind und sich die Arbeitsbedingungen völlig verändert haben.“

Akteur E3 ergänzt bezüglich der harten Faktoren die zentrale Lage in Europa, die gute Autobahnanbindung, eine starke Wirtschaftsförderung und die neue Ausrichtung auf moderne Technologien, die Arbeitsplätze schafft („Die andere Seite ist, dass wir eine große Erfolgsgeschichte mit der Ansiedlung des ersten Technologieparks haben, der sehr erfolgreich läuft. Und man muss dann auch sagen, dass Dortmund mittlerweile wieder die gleiche Beschäftigungsanzahl wie Ende der 1980er-, Anfang der 1990er-Jahre erreicht hat.“). Als negativ nennt er wie auch Akteur E1 das Image der Stadt, das es erschwert, Menschen am Standort zu halten: „Ein großes Problem ist [...], dass die Fachkräfte, die an der Universität ausgebildet werden, abwandern, weil das Ruhrgebiet für sie nicht attraktiv ist. Und da sind wir bei einem weichen Faktor, weil das Image des Ruhrgebiets einfach schlecht ist. [...] Eine andere schlechte Sache ist natürlich auch eine massive Arbeitslosigkeit von 12 oder 13 Prozent, die mit zu den höchsten in Nordrhein-Westfalen gehört.“

Durch die universitären und außeruniversitären Ausbildungsstätten gibt es laut Akteur E4 prinzipiell ein großes Potenzial an Fachkräften („Wir haben [...] viele Institute, die Universität, die Fachhochschulen und wir haben den Verbund zwischen den Universitäten und den Unternehmen, wo auch Innovation immer neu belebt wird. Das ist ein ganz wichtiges Moment des strukturellen Wandels.“). Die Nähe zu wissenschaftlichen Einrichtungen sieht er zudem als unabdingbar, um Dortmund weiter als Technologiestandort zu positionieren („Wir haben uns ja ab den 1980er-Jahren auch als Technologiestandort entwickelt [...] und das kriegt man nicht ohne die enge Kooperation zwischen Wissenschaft und Wirtschaft hin.“). Ein weiterer Vorteil sind die auch von den Akteuren E1 und E3 genannte Infrastruktur sowie die Flächenverfügbarkeit („Wir haben einen Hafen, wir sind eingebunden in Autobahnnetze, wir haben einen ICE-Knotenpunkt hier und wir haben einen Flughafen. [...] Auch, was die digitalen Infrastrukturen, also Breitbandnetze angeht, sind wir gut aufgestellt. Wir haben [...] in Dortmund auch aufgrund dieses strukturellen Wandels noch Flächenpotenziale.“). Neben diesen harten Faktoren wurde in den letzten Jahren auch daran gearbeitet, Dortmund zu einem Lebensstandort zu machen. Akteur E4 vertritt die Auffassung von Akteur E3, dass das Image des Ruhrgebiets und auch Dortmunds nicht nur diesbezüglich eher schlecht ist. So wurde in jüngster Vergangenheit an den weichen Qualitäten gearbeitet und das Angebot an hochwertigen Grün- und Freizeiteinrichtungen, die Innenstadt und Kulturlandschaft, aber auch das Wohnungsangebot verbessert, wie er berichtet: „Es reicht eigentlich nicht aus, eine Autobahn, einen Breitbandanschluss und eine Fläche anzubieten. Weil das Facharbeiterthema so wichtig ist, gehen die Unternehmen dorthin, wo die Menschen auch eine gewisse Lebensqualität haben. [...] Da hat das Ruhrgebiet ja auch nicht immer so das beste Image, und je weiter man sich vom Ruhrgebiet entfernt, desto schlechter ist das Image. Und diejenigen, die dann einmal das Ruhrgebiet oder den Standort Dortmund kennen gelernt haben, sind sehr überrascht. Wenn sie mal hier sind, dann bleiben sie auch gerne. Aber die Menschen erstmal dahinzuführen, ist schwierig.“

➤ *Einschätzungen zur Attraktivität des Standortes*

Die Akteure berichten, dass Dortmund wie auch das gesamte Ruhrgebiet ein Problem mit dem Image hat, was bereits bei der Frage nach möglichen Nachteilen am Standort deutlich wurde. Ob das PHOENIX-Projekt dazu beiträgt, das städtische Image zu verbessern, wird von einigen Akteuren bejaht. Andere sind sich darüber nicht sicher bzw. geben diesbezüglich keine Einschätzung ab. Obwohl sich die Situation verbessert hat und das Freizeitangebot für junge Menschen breiter geworden ist, sieht ein Akteur eine Herausforderung darin, hochqualifizierte junge Menschen am Standort zu halten und diese nicht an die großen Metropolen zu verlieren.

Auch Akteur E1 merkt vor allem an, dass die Stadt ein Problem mit ihrem Image hat. Er berichtete bereits, dass Dortmund sich zwar im Strukturwandel befindet und auch PHOENIX dazu beiträgt, dass die Außenwahrnehmung besser wird, dieser Prozess aber noch längst nicht abgeschlossen ist. Das bestätigt auch Akteur E3. Ob der PHOENIX-See den Standort attraktiver macht, möchte er nicht beurteilen („Vielleicht ist es noch nicht messbar, ob es Auswirkungen durch den PHOENIX-See gibt. In erster Linie geht es erstmal darum, wo man arbeiten und Geld verdienen kann, wenn man von der Uni kommt.“). Was jedoch eine Rolle spielt, ist der Arbeitsmarkt und ein attraktives Freizeit- und Kulturangebot, das vor allem junge Menschen nachfragen, wie er findet. Er bestätigt mit seiner Einschätzung die Aussage von Akteur E4, dass sich dieses Angebot in der Vergangenheit deutlich verbessert hat: „Die [Universitätsabsolventen] wollen das Leben noch genießen und planen nicht direkt das Haus im Grünen mit Familie, sondern die wollen abends noch weggehen. [...] Dafür muss ich trendige Cafés und Lokale haben, ich muss Kneipen und Discos haben und ich brauche Veranstaltungen wie Poetry Slams und Konzerte. Das ist mittlerweile gegeben und wird auch immer besser in dieser Stadt.“ Dennoch ist er der Auffassung, dass sich viele junge Menschen weiterhin gegen das Ruhrgebiet und damit auch gegen Dortmund entscheiden werden („Ich glaube, wenn ich nicht gerade aus dem Ruhrgebiet komme und wenn es das Studienangebot, was ich anstrebe, auch woanders gibt, dann entscheide ich mich für woanders.“).

Akteur E4 erkennt einen Mehrwert des PHOENIX-Projektes bezüglich der Standortqualität, die seiner Auffassung nach jedoch stetig gepflegt und optimiert werden muss („PHOENIX hat auf jeden Fall dazu beigetragen. Das ist irgendwie so ein Stück neue Qualität. Ich glaube, man muss aber ständig daran arbeiten, seine Qualität erstens irgendwie aufrecht zu erhalten und zweitens irgendwie auch auszubauen.“).

➤ *Ideen für Verbesserungen und Potenziale des Standortes*

Abgesehen von der positiven Entwicklung am Standort PHOENIX besteht in Dortmund vor allem im sozialen Bereich, wo die Stadt mit zahlreichen Problemen wie einer hohen Arbeitslosenquote zu kämpfen hat, Verbesserungsbedarf. Auch die Freiraumvernetzung bietet laut Einschätzung eines Akteurs immer noch Möglichkeiten zur Optimierung.

Von Akteur E1 wird angeführt, dass im PHOENIX-Projekt auch in der Zukunft ein großes Potenzial liegt, die Standortattraktivität zu verbessern: „Zum Wohnen ist das beim Projekt PHOENIX sicherlich das Thema Wohnen am Wasser. Das ist schon ein Alleinstellungsmerkmal in der Region. [...] Das hat schon eine hohe Attraktivität und entsprechend sind die Zielgruppen. [...] Wenn man sagt, man ist eine Stadt im Strukturwandel, da gibt es auch Gewinner im Strukturwandel und da wohnen jetzt auch nicht nur die BVB-Profis.“ Weiter ist er der Meinung, dass zuerst die Projekte beendet werden sollten, die bereits bestehen, bevor neue Themen angegangen werden („Wir sind ja noch lange nicht

fertig mit den Projekten, die wir haben. Die großen Flächenprojekte müssen weiterverfolgt werden. Also bevor wir jetzt neue Sachen anpacken, bin ich immer der Meinung, dass wir erstmal das andere fertigmachen sollten, weil wir sonst eine unfertige Stadt sind.“). Verbesserungspotenziale sieht er vor allem in der Nordstadt, wie er erklärt: „Als Stadtentwickler, der eher aus der sozialen Stadtentwicklung kommt, sehe ich schon nochmal eine sehr große Aufgabe, auf die ich keine Antwort habe. [...] Damit meine ich das Nord-Süd-Gefälle und die Zukunft einzelner Stadtteile, die abrutschen könnten.“

Akteur E2 sieht unter anderem in der Vernetzung der Freiräume ein Verbesserungspotenzial („Man sieht das ja vielfach, dass auch in der City Strukturen geschaffen werden, die nicht konsequent gedacht worden sind.“). Gerade in Bezug auf das Stadtklima wäre das seiner Einschätzung nach wichtig. Das erläutert er anhand eines Beispiels innerhalb der Stadt: „Wir haben mit dem Boulevard Kampstraße ein sehr schönes Umbauprojekt für die zentrale Achse durch die Innenstadt. [...] Man hat den Boulevard mit zig neuen Platanen ausgestattet, aber da drunter auf beiden Seiten den luxuriösesten Parkplatz der City gebaut. Boulevard ist was Anderes. Boulevard ist das, wo sich die Menschen aufhalten, wo sie verweilen wollen und wo sie vielleicht auch mal eine Veranstaltung drauf machen würden. Das ist völlig missverstanden worden nach meinem Dafürhalten.“ Seiner Meinung nach hätte dieser Bereich anders gestaltet werden müssen („Da könnte so etwas entstehen, dass die Bäume hinterher mal einen Schirm bilden und die Leute sich da drunter setzen können. Aber wer will das denn unter diesen Umständen machen, wenn dieser Parksuchverkehr die eigentliche Aktivität auf diesem schönen Boulevard ist?“). Dennoch hält er die Planungen für korrigierbar, was er anhand eigener Ideen skizziert: „Im östlichen Teil ist es fast ebenerdig. Das hat kaum Gefälle. Da könnten wir im Winterhalbjahr eine riesige Eisbahn hinmachen. [...] Dann wäre der Boulevard lebendig und im Sommer hätten wir da fernab von Lärm die Erholungsachse. Der Stadtgarten um das Rathaus herum ist ja auch sehr schön, aber da tobt ja der Verkehr. Da hält man sich auch nicht gerne auf. Für die Erholung und den Klimaausgleich an heißen Tagen wäre es wahnsinnig schön, wenn man konsequenter an diese Themen drangehen würde.“

Laut Akteur E3 ist es sehr schwer, Lösungsansätze für die Probleme Dortmunds zu finden („Wie kann man die Leute in der Stadt halten? Da zerbrechen sich die Stadtoberen seit ziemlich vielen Jahren den Kopf drüber und haben noch nicht das Allheilmittel dafür gefunden.“). Auch er kann hierauf keine Antwort geben, hält es aber für wichtig, dass in der Stadt attraktive Jobs verfügbar sind und das Umfeld stimmt. Das hat er bereits anhand der Bedürfnisse jüngerer Menschen erläutert.

Nach Einschätzung von Akteur E4 ist es wichtig, ständig an Projekten zu arbeiten („Wir müssen uns eigentlich ständig wieder anstrengen, neue Projekte auflegen, über unsere Qualitäten neu nachdenken und gucken, dass die Innenstadt sich wieder modernisiert.“). Ähnlich wie Akteur E3 findet er es wichtig, das Kultur- und Freizeitangebot attraktiv zu halten: „Die Nicht-Fußballleute mögen das jetzt nicht so wichtig finden, aber die Idee, hier ein DFB-Fußballmuseum hinzubringen, zählt genauso dazu wie das Dortmunder U oder dass man das kulturelle und das Freizeitangebot weiter ausbaut. Um neue Qualitäten zu ringen, und das auch nach außen deutlich zu machen, ist einfach ein ständiger Wegbegleiter.“

### ***Weiche Standortfaktoren: Einschätzungen zur Bedeutung***

Alle Akteure vertreten die Auffassung, dass weiche Standortfaktoren heutzutage eine wichtige Rolle spielen. Gerade bei der Gewinnung von hochqualifizierten Beschäftigten für Standorte bzw.

Unternehmen und vor allem auch, um diese am Standort zu halten, haben die weichen Qualitäten einen hohen Einfluss auf den Entscheidungsprozess.

Akteur E1 geht sogar noch einen Schritt weiter und stellt infrage, ob man heutzutage noch nach harten und weichen Faktoren unterscheiden kann, da sich die Ansprüche der Menschen gewandelt haben und die so genannten weichen Standortfaktoren eine enorm hohe Bedeutung haben („Ich würde fast so weit gehen und sagen, dass es eigentlich keine weichen Standortfaktoren gibt.“). Das begründet er mit dem Bedeutungswandel von Standortfaktoren, den er am Beispiel des Schienenanschlusses erläutert: „Früher war das immer so, dass Sie einen Schienenanschluss haben müssen. Den braucht heute fast keiner mehr.“ So fragen Unternehmen seiner Einschätzung nach heute komplette Standorte nach, wobei auch die Bedürfnisse der Beschäftigten einen hohen Stellenwert haben („Sie denken auch viel mehr an ihre Mitarbeiterschaft, wenn dann mal einer von extern kommt, was ja auch gar nicht so oft ist. Und dann gucken die sich die gesamten Rahmenbedingungen in der gesamten Bandbreite an und fragen auch, wo sie ihre "High-Potentials" wohnen lassen können. Was habe ich davon, eine schöne Fläche zu haben, wenn ich dann irgendwelche besonders gut ausgebildeten Leute brauche, die sich weltweit den Arbeitsplatz aussuchen können.“). Er kommt zu dem Ergebnis, dass man die weichen Standortfaktoren insgesamt gar nicht hoch genug einschätzen kann („All diese Dinge muss man zusammen sehen, und das Bild eines Standortes wird immer vielfältiger.“). Das Angebot Dortmunds an weichen Standortfaktoren wie der Bildungslandschaft bewertet er als gut („Da haben wir die gesamte Bandbreite.“).

Weiche Standortfaktoren haben laut Ansicht von Akteur E2 auch eine hohe Bedeutung, um die Menschen in der Stadt zu halten. Dazu zählen seiner Einschätzung nach auch die Grünstrukturen („Ohne diese Qualitäten bleibt es dabei, dass die Leute möglichst schnell nach der Arbeit weg wollen aus Dortmund. Und deshalb schätze ich all das, was mit der lebensräumlichen Qualität verbunden ist, auch durch natürliche oder gestaltete Grünstrukturen, sehr hoch ein. Und das machen eigentlich viele.“). Zudem wird eine Trennung zwischen weichen und harten Faktoren von ihm ebenfalls infrage gestellt: „Wenn ich jetzt diesen Begriff der weichen Standortfaktoren nochmal nehme, dann schätze ich den schon sehr hoch ein. Ich würde bis hin zu der Aussage gehen, dass es eigentlich eine Verkennung der Dimension dieser Faktoren ist, wenn man sie weiche Standortfaktoren nennt. Das sind inzwischen für eine erfolgreiche Wirtschaftsförderung und Politik in einer Kommune und auch für die Attraktivierung einer Stadt ganz harte Faktoren geworden.“

Auch Akteur E3 findet die weichen Standortfaktoren für einen Standort wichtig. Dabei ist der konkrete Stellenwert seiner Einschätzung nach jedoch auch von der jeweiligen Zielgruppe abhängig: „Beim Umfeld kann ich mir das schon vorstellen, dass die Leute auf die Idee kommen, dass in Hörde was passiert und dass sie da hinziehen wollen, weil der Wohnraum drum herum noch günstig ist. Ich glaube tatsächlich, dass für junge Familien andere Standortfaktoren eine Rolle spielen als so ein Leuchtturmprojekt. Da geht es dann tatsächlich darum, wie ich meine Kinder großziehen möchte, ob ich einen Garten haben möchte oder ob ich in einer Stadtwohnung leben möchte. Es wird geguckt, wo Grundschulen sind und wo KITAs sind.“

Akteur E4 erklärt die Bedeutung weicher Standorte mit dem hohen Stellenwert des Faktors Lebensqualität („Die Unternehmen bleiben dort oder gehen dorthin, wo die Menschen auch eine gewisse Lebensqualität haben.“). Aus diesem Grund hält er es für sehr wichtig, dass die Steigerung der Lebensqualität auch in der Arbeit der Wirtschaftsförderung fokussiert wird („Eine moderne Wirtschaftsförderung muss sich eigentlich so ein bisschen als ein Motor für Lebensqualität

verstehen.“). Seiner Auffassung nach kann das nur gelingen, wenn man integrierte Ansätze verfolgt: „Stadtentwicklung und Wirtschaftsförderung gehören einfach unmittelbar zusammen, und das ist ganz wichtig.“

### **Einschätzungen zur grünen Infrastruktur**

#### ➤ *Qualität und Quantität der grünen Infrastruktur*

Die meisten Akteure bewerten die Quantität und Qualität der Dortmunder Grünstrukturen als hoch. Trotz der angespannten Haushaltslage ist der Pflegezustand ihrer Einschätzung nach gut und Faktoren wie Erreichbarkeit, Freizeitwert oder Vernetzung sind gegeben.

Die positive Einschätzung teilt auch Akteur E1, der die Ausstattung mit grüner Infrastruktur als vielfältig und umfassend einstuft. Das erläutert er wie folgt: „Das beginnt bei Parkanlagen und geht bis hin zu Friedhöfen. Dann haben wir jede Menge Freiräume. Wir haben auch einen relativ hohen Waldanteil für eine Großstadt. Wir haben Gewässerbereiche. Also da gibt es eine ziemliche Vielfalt.“ Die hohe Quantität begründet er damit, dass etwa die Hälfte des Stadtgebiets im weitesten Sinne als Grünflächen einzuordnen sind („Das reicht von der Parkanlage über den Maisacker bis hin zum alten Laubwald oder zu alten Steinbrüchen, wo es mittlerweile irgendwelche seltenen Arten gibt.“). Weiter berichtet er, dass der größte Teil des Freiraums im Außenbereich durch die Ausweisung von Landschaftsschutzgebieten oder Naturschutzgebieten geschützt ist („Wir haben auch das Bestreben, einige der heutigen Landschaftsschutzgebiete zu Naturschutzgebieten umzuwandeln.“). Darüber hinaus beschreibt er das umfangreiche Angebot an städtischen Parkanlagen („Der Hoeschpark und der Fredenbaumpark sind so die beiden Großen im Norden. Im Westen ist es der Revierpark Wischlingen und in der Innenstadt Süd gibt es mit dem Westfalenpark natürlich ein Angebot, was weit über die Grenzen der Stadt bekannt ist und was auch genutzt wird. Wir haben mit der Rombergparkanlage einen Botanischen Garten, der mittlerweile fast 200 Jahre alt ist. Und so setzt sich das mit großen Parkanlagen in den Stadtteilen fort.“). Auch die Stadtbezirke verfügen seiner Auskunft nach über viele kleinere Eichrichtungen. Als Beispiel nennt er den Volksgarten Mengede. Weiter finden die größeren Wasserbereiche Erwähnung, die mit dem Lanstroper See, dem Hengsteysee oder dem PHOENIX-See bestehen („Der PHOENIX-See ist ja mittlerweile auch ein Ausflugsziel geworden. Wenn Sie dahingehen, ist da samstags und sonntags bei gutem Wetter kaum noch ein Parkplatz zu finden.“). Zudem zählt er die Friedhöfe zum Pantoffelgrün der Stadt („Da haben wir viele schöne alte Anlagen, die schon eher in Richtung Parknutzung gehen.“). Als letztes berichtet er von der ausgeprägten Kultur an Dauergartenanlagen („Wir haben jede Menge von den sogenannten Grabeländern, die dann auch einen Rechtsstatus haben.“). Der gegenwärtige Qualitätszustand ist seiner Meinung nach der kommunalen Haushaltslage geschuldet, wobei er keine großen Defizite in der Pflege sieht („Ich habe jetzt aber nicht die Wahrnehmung, dass es da ganz massive Ausbrüche nach unten gibt.“).

Akteur E2 berichtet, dass Dortmund bezüglich seiner Grünstrukturen zweigeteilt ist. Der naturbelassene Teil bzw. die Kulturlandschaft mit Landwirtschaft und Wald liegt im Norden. Dennoch gilt der Süden der Stadt generell als attraktiver. Insgesamt werden Quantität und Qualität als gut empfunden, was sich zum Beispiel in der großen Anzahl an Parks und Schutzgebieten zeigt, die von Akteur E1 vorgestellt wurden. Akteur E2 unterscheidet grundsätzlich zwischen der Qualität der städtischen Grünanlagen (klassische Parkanlagen und Spielmöglichkeiten) und den naturbelasseneren Flächen. Bezüglich letzterem verweist auch er darauf, dass im Landschaftsplan große Teile als Naturschutzgebiete oder als Landschaftsschutzgebiete festgesetzt sind („Die Qualität

unserer Freiflächen ist schon ordentlich.“). Die Qualität der städtischen Grünflächen, worunter er die klassischen Stadtparks zählt, zeigt sich seiner Meinung nach an in der Vernetzung. Als Beispiel nennt er den Bereich des Westfalenparks und des Rombergparks, wo eine Art Landschaftskreuz besteht. Diese Qualität wird um neue gestaltete Areale ergänzt, wie er erklärt: „Jetzt kommt eben der sogenannte PHOENIX-Park hinzu. Das ist die postindustrielle Parklandschaft nach der Stahlzeit. Und das ist ein hoch spannendes und spektakuläres Projekt in diesem Bereich des Emschertals.“ Weiter sieht er in den Friedhöfen der Stadt ein Element, was auch einen ökologischen Mehrwert mit sich bringt. Ähnlich wie schon Akteur E1 beschreibt er die Quantität der Freiräume als hoch, wobei er den Pflegezustand ebenfalls an die kommunale Haushaltslage koppelt („In qualitativer Hinsicht tun wir, was wir auch tun können.“). Als problematisch erweist es sich zudem, dass sich die städtischen und stadtnahen Freiräume im Spannungsfeld verschiedener Ansprüche befinden, wie er erläutert: „Wir schaffen es natürlich nicht ansatzweise, den Naturschutz effektiv umzusetzen, weil der Erholungsdruck einfach zu stark ist.“

Akteur E3 ist der Meinung, dass hauptsächlich die Randgebiete sehr grün sind („Dortmund ist aus vielen Dörfern zusammengesetzt. Wenn ich in die Außenbereiche reinkomme, dann ist es absolut grün.“). In der Innenstadt erkennt er jedoch Defizite in der Freiraumstruktur, die er wie folgt erläutert: „Die Innenstadt als solche empfinde ich aber gar nicht als grün. Der Park, der bei mir in der Nähe ist, ist der Ostfriedhof. Und da möchte ich am Sonntagmorgen nicht laufen gehen. Wir haben natürlich den großen Westfalenpark, aber der kostet Eintritt. [...] Dann haben wir den Westpark, wo sich alle Studenten jeden Abend bei gutem Wetter sammeln und der komplett überfüllt ist. Ein bisschen südlicher davon in der Himmelsrichtung liegt der Tremoniapark. Das ist auch eine alte Bergwerksfläche und sehr nett angelegt. So langsam bekommt die Bevölkerung das aber auch mit und zieht dann auch da rüber. Und dann haben wir noch den Rombergpark in der Nordstadt. Auch eine große Parkfläche, aber da – und das sage ich auch ganz offen – haben wir dann wieder zu großen Teilen eine Klientel, die auch nicht jedermanns Sache ist. Und das war es dann im Prinzip.“

Die Quantität und Qualität der Dortmunder Freiräume werden von Akteur E4 als hoch empfunden. Anders als Akteur E3 ist er der Meinung, dass es ein großes Angebot an innerstädtischen Grünanlagen gibt, die auch in einem guten Zustand sind: „Wir haben ja sehr schöne Parkanlagen. Das ist sozusagen ein Dauerangebot an die erholungssuchende Bevölkerung. Wir haben den Westfalenpark, den Rombergpark als Botanischen Garten und den Fredenbaumpark im Norden. Wir haben den PHOENIX-Park als einen postindustriellen Park und wir haben den PHOENIX-See als eine ganz andere Parklandschaft. Und das sind auch wichtige Bestandteile. Die haben auch eine gewisse Wertigkeit. Und es gibt ja neben den Parkanlagen auch ganz viele Grünstrukturen in der Stadt.“

#### ➤ *Nutzungsvoraussetzungen grüner Infrastruktur*

Die Akteure erachten vor allem eine gute Erreichbarkeit und Vernetzung der Grünstrukturen als wichtig, was durch die radial-konzentrische Struktur des Dortmunder Freiraumsystems gewährleistet werden soll. Zudem wurde durch das PHOENIX-Projekt eine neue Struktur geschaffen, die Abwechslung bringen soll. Auch auf den Pflegezustand wird seitens der Nutzerinnen und Nutzer geachtet. Ein Akteur merkt an, dass es wichtig ist, dass Flächen für die Freizeitnutzung zur Verfügung stehen, ein funktionierendes Freiraumsystem aber auch Bereiche braucht, die weitestgehend frei von menschlicher Nutzung sind. Akteur E3 gibt zu diesem Aspekt keine Einschätzung ab.

Laut Akteur E1 ist die unmittelbare Erreichbarkeit der Dortmunder Freiräume wichtig und auch in den verdichteten Bereichen gegeben („Dieses bunte Pantoffelgrün, dass man mal eben nach Feierabend nochmal um die Ecke ein bisschen Luft schnuppern geht, haben Sie hier an jedem Standort innerhalb von fünf bis maximal zehn Minuten.“). Das liegt daran, dass auf eine gute Vernetzung geachtet wird („Selbst in der hochverdichteten Innenstadt Nord und auch in der südlichen Innenstadt gibt es das, wobei es in der Nordstadt insgesamt noch viel besser mit der Grünausstattung ist als im Süden.“). In der gegenwärtigen Planung wird vor allem Wert auf Vernetzung gelegt: „Wenn Sie dann mal vom PHOENIX-See aus entlang der Emscher gehen, da haben wir auch durch den Emscherumbau und durch den Emscher Landschaftspark, der übrigens 32 Prozent des Stadtgebiets einnimmt, eine völlig neue Qualität in der Stadt hingekriegt. [...] Und dieser Grünzug durchzieht den Dortmunder Süden komplett entlang der Emscher bis in den Nordwesten rein. Er erschließt auch viele andere Grünräume, so dass da auch Vernetzungsqualitäten entfaltet werden können. Das war auch bei der Emscher Landschaftspark-Planung ein ganz wichtiges Motiv.“ Damit die Grünstrukturen durch den Menschen zu nutzen sind, wird neben der Vernetzung und Erreichbarkeit auch ein entsprechender Pflegezustand und ein gewisses Maß an Sicherheit benötigt, wie er erläutert: „Das muss beleuchtet sein und das muss gepflegt sein. Das sind diese ganzen Dinge, die mehr zur Hardware gehören, dass so was überhaupt funktioniert. Hundehaufen sind zunehmend ein Problem, finde ich. Aber wichtig ist aus meiner Sicht auch vor allem die Verknüpfung zu den Wohnbereichen, die wir herstellen müssen. Das hilft mir alles nichts, wenn das Insellagen sind, wo kein Mensch hinkommt oder nur umständlich hinkommt. Grün muss erreichbar sein. Das ist die entscheidende Voraussetzung, dass es genutzt wird.“

Akteur E2 betont, dass die urbanen Freiräume an gegenwärtige Entwicklungen wie den demographischen Wandel und den Klimawandel angepasst werden müssen: „[Es ist] ganz wichtig, dass die Stadtstruktur so ist, dass die Siedlungen von grünen Elementen durchdrungen werden [...] Das ist auch für die jungen Leute, aber insbesondere auch für die älteren, die ja jetzt wesentlich wichtiger werden, von Bedeutung. Die brauchen tatsächlich erlebbaren Klimaausgleich. Also das, was man unter Klimawandel als riesen Problem prognostiziert, kann man abmildern, indem man eben Bäume im Siedlungskernbereich vorhält, unter denen sich die alten Menschen auch mal auf eine Bank setzen können.“ So erachtet er es als entscheidend, der Bevölkerung Dortmunds die Möglichkeit zu geben, auf kurzem Wege aus den besiedelten Bereichen herauszukommen und Natur erleben zu können. Generell findet er es bedeutsam, dass der urbane Raum von Grünstrukturen durchzogen wird, um eine gute Vernetzung und Erreichbarkeit zu erhalten. Dabei geht die Stadt seiner Erzählung nach wie folgt vor: „Wir haben schon 1996 [...] das System der Umweltqualitätsziele entwickelt [...] Das ist dieses sogenannte radial-konzentrische Freiraumsystem. Wir haben wie gesagt drei Grünringe. Das ist jetzt mehr oder weniger die Wunschvorstellung. Wir haben mit dem Wallring den inneren Grünring, den mittleren und den äußeren Ring. Und dann haben wir diese radialen Strukturen aus der Innenstadt nach draußen oder andersrum, je nachdem wie man es will.“ Das radial-konzentrische Freiraumsystem ähnelt optisch einer Amöbe. Durch diesen Wiedererkennungswert verankert sich das Bild seiner Einschätzung nach auch in den Köpfen der Politikerinnen und Politiker („Man muss also neben der Flächennutzungsplanung und der Landschaftsplanung, die wesentlich differenzierter sind, diese Dinge vorantreiben.“). Die Entwicklung teilräumlicher Ziele wie die ökologische Stabilisierung der Freiraumbereiche gehört seit langem zu den Aufgaben der Stadt, berichtet er („Das ist natürlich auch für die Menschen sehr wichtig, dass sie solch einen Raum auch mal durchgängig erleben können.“). Seiner Einschätzung nach ist das nahezu mustergültig beim Emschertal gelungen („Man hat es niemals geglaubt, dass das jemals nochmal für

die Menschen erlebbar sein würde, das Emschertal von der Quelle im Südosten quasi bis hinaus nach Nordwesten durchfahren zu können. Das ist also Ausdruck oder Ergebnis dieses ökologischen Umbaus des Gesamtsystems und damals stark durch die IBA Emscherpark geprägt worden.“). Dabei betont Akteur E2, dass die Funktionen der Freiräume nicht nur für den Menschen als Erlebnisraum, sondern auch für die wild lebende Natur als Lebensraum gesichert werden müssen.

Als Grundlage für die Nutzung der Freiräume empfindet Akteur E4 die radial-konzentrische Struktur, die bereits von Akteur E2 erläutert wurde. Eine Grünraumvernetzung kommt nicht nur dem Menschen, sondern auch Flora und Fauna zugute, wie er berichtet: „Es gibt letztendlich einen grünen Ring in der Stadt, um Vernetzungsstrukturen, Biotopstrukturen und Biotopvernetzungen aufzubauen. Ich denke, das ist gut für Fauna und Flora, aber das ist auch gut, weil Dortmund dadurch irgendwie so leicht wirkt. Das ist nicht so geballt. Es ist nicht so eine massive Ansammlung von Baukörpern, sondern es ist alles sozusagen leicht durchdrungen und das macht Dortmund auch ein bisschen aus.“

#### ➤ *Wert grüner Infrastruktur*

Nach Einschätzung der Akteure spielt die grüne Infrastruktur durch ihren Freizeit- und Erholungswert für die Menschen an einem Standort eine wichtige Rolle. Indirekt kann sie daher auch für Unternehmen von Bedeutung sein, weil sie auf die Zufriedenheit der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter am Standort und das Image eines Standortes Einfluss nehmen kann. Dabei wird betont, dass der Stellenwert je nach Branche sehr unterschiedlich ist. So denkt Akteur E1, dass weiche Qualitäten, zu denen auch der Freiraum und sein Erholungswert zählt, für produzierende Unternehmen oder Unternehmen der einfachen Dienstleistungen keine Rolle spielen („Dem Schrauber an der Ecke [...] ist das ziemlich egal.“). Für die gehobene Dienstleistung schreibt er solchen Aspekten eine höhere Bedeutung zu, wobei das Image des gesamten Standortes stimmen muss. Das erläutert er wie folgt: „Jetzt unterstellen wir mal, da kommt irgendein Produktionsbetrieb, der ein bisschen forscht, von außen und platziert hier 200 Arbeitsplätze. Das kann ja sein. Ich glaube, der sucht sich den Standort schon sehr genau aus und schaut auch auf Freizeitqualität und Erholungsmöglichkeiten. Der kommt auch erst gar nicht nach Dortmund, wenn er mit dem Image hier nicht einverstanden wäre.“ Der Nachhaltigkeitsbereich genießt bei den meisten Unternehmen vor Ort seiner Einschätzung nach jedoch aktuell keinen hohen Stellenwert („Ich glaube ehrlich gesagt, dass eine nachhaltige Flächenstrategie für die Unternehmen insgesamt relativ unwichtig ist. Es gibt welche, die da ganz großen Wert drauflegen. [...] Die haben wir hier auch, aber die sind sicherlich nicht in der Mehrzahl.“). Zudem berichtet er bezüglich der Bedeutung des Freiraums für die Menschen am Standort, dass das Umland gerne für die Naherholung und Freizeitgestaltung genutzt wird und dieser Faktor in den Planungen berücksichtigt wird („Wir haben natürlich auch eine Planung im Rahmen des Emscher Landschaftsparks, was eine landschaftsorientierte Naherholung oder freiraumbezogene Erholung angeht. Da können Sie über die grüne Infrastruktur im weitesten Sinne Radwege, Fußwege und Wanderwege nutzen und da gibt es zusammenhängende Grünzüge.“).

Nach Einschätzung von Akteur E2 ist für die in der Stadt lebenden und arbeitenden Menschen das Naturerlebnis wichtig. Weiter berichtet er, dass der Stellenwert auch innerhalb der Stadtverwaltung erkannt und berücksichtigt wird: „[Unser Oberbürgermeister hat] gesagt, dass er nicht will, dass die Leute hier nur arbeiten und dann am Freitag wieder nach Hause ins Umland fahren. Die Menschen bleiben aber nur hier, wenn sie ihre Familie und die Kinder mitbringen. Damit sie hier auch Natur erleben können, müssen wir alles tun, dass solche Qualitäten entstehen.“ So resultiert Lebensqualität für ihn nicht nur aus kulturellen oder Eventinfrastrukturen, sondern auch aus dem Zugang zur Natur.

Dabei erwähnt er, dass sich die Präferenzen bei den Bürgerinnen und Bürgern und damit auch die Gestaltung der Freizeit gewandelt hat. Viele junge Menschen nutzen die innerstädtischen Parks seiner Beobachtung nach zum Grillen und Feiern, was den Stellenwert dieser Strukturen unterstreicht: „Ich wohne unmittelbar am Westpark in der City, und dieser Westpark ist permanent bei schönem Wetter insbesondere von jungen Leuten, die ja dann auch in Universitätsnähe wohnen, mit Decken und Gartenstühlen besetzt und wird dann zum Grillen benutzt. Das hat dann inzwischen Ausmaße, wo man sich sagt, dass die Leute offensichtlich einen riesen Bedarf haben, im Freien zu sein. [...] Mit dem ökologischen Ausgleich brauchen die Leute auch einen Regenerationsausgleich und eine Möglichkeit, einfach abzuschalten.“

Akteur E3 ist ebenfalls der Meinung, dass Grünstrukturen gerade für die Freizeit der Menschen, die in Dortmund leben und arbeiten, eine Bedeutung haben. Das zeigt sich seinem Wissen nach auch am PHOENIX-See, der stark frequentiert ist: „Sonntagnachmittag bekommen Sie da kein Bein an die Erde, weil es einfach so voll ist. Jeder in der Region geht am PHOENIX-See flanieren [...]. [Der See] wird aktiv von den Dortmunder Bürgern und auch sicherlich von der Umlandbevölkerung angenommen und das ist nicht nur die Neugier, sondern die Menschen kommen auch wieder, weil es eine massive Aufwertung des Freizeitangebotes in dieser Region war.“ Die Ansiedlung in einer attraktiven Umgebung wie in der des PHOENIX-Sees wirkt zudem imagefördernd und prestigesteigernd, wenn man über die finanziellen Mittel verfügt, wie er erläutert: „Für die Unternehmen, die sich dort angesiedelt haben, muss man schon sagen, dass es auch eine Adresse ist. [...] Es ist sicherlich spannender, aus dem Büroraum heraus auf den See zu gucken als auf die nächste Häuserfassade. Das ist momentan schon der attraktivste Standort in dieser Stadt vom Prestige und vom Image her und teilweise auch von der Lage. Ziel ist es natürlich, dass sich das dann weiter ausbreitet, dass der ganze Standort Hörde davon profitiert.“ Viele kreativ Tätige profitieren nach seiner Einschätzung jedoch nicht von den Grünstrukturen des PHOENIX-Sees, da der Bereich zu hochpreisig ist („Der PHOENIX-See an sich zieht die Kreativen eher nicht an. Wer da Büroräume anmietet, der hat die nötigen finanziellen Mittel und der kann sich die Büroräume dort auch leisten. Die Höchstmieten für Büroräume werden in dieser Stadt am PHOENIX-See verlangt und gezahlt. Und das können viele Kreative nun mal einfach nicht.“).

Wie schon Akteur E3 ist auch Akteur E4 der Meinung, dass die Attraktivität des PHOENIX-Sees auf gewisse Unternehmen bzw. Dienstleister anziehend wirkt („Wir haben am PHOENIX-See auch gewerbliche Bereiche. Da sind auch Dienstleister und da ist auch ein Technologieunternehmen, wobei die schwerpunktmäßig eher auf PHOENIX West angesiedelt sind. Dieses Wasser zieht ja erstmal schon an sich an.“). Dabei betrachtet er PHOENIX West und PHOENIX-See als eine Einheit, bei der unterschiedlichste Qualitäten zusammenkommen. In Kombination mit anderen Aspekten wie der Einbettung in die postindustrielle Landschaft sieht er in der grünen Infrastruktur einen Baustein, um ein innovatives Milieu zu schaffen („Da ist auch postindustrielle Landschaft entstanden und der PHOENIX-Park ist nochmal ganz anders als der PHOENIX-See, der angelegt wurde. [...] Ich habe immer gesagt, dass es so was wie ein innovatives Milieu ist, was da irgendwie auch so entsteht.“). Weiter berichtet er über die positive Resonanz auf unternehmerischer Seite bezüglich des Standortes: „Ich merke auch bei den Diskussionen bei den Firmen über PHOENIX West, dass sie es mittlerweile klasse finden, an so einem Hochofen zu arbeiten. Das gehört so ein bisschen zu einer interessanten Umfeldgestaltung dazu.“ Als besonders bemerkenswert erachtet er die Tatsache, dass der Standort mithilfe von Fördergeldern der Europäischen Union geschaffen worden ist. Mit den Mitteln für die Infrastruktur von Wirtschaftsräumen wurde auch der PHOENIX-Park angelegt, wie er sagt: „Da sieht

man auch in der Denkweise der Europäischen Union, dass vernünftige Landschaftsstrukturen in so einen Gewerbepark gewoben für die nicht nur so irgendwas ist, sondern das gehört auch unmittelbar zu solchen Gewerbestandorten dazu.“

➤ *Grüne Infrastruktur und Immobilienwerte*

Bis auf Akteur E2, der hierzu keine Einschätzung abgibt, bestätigen alle Gesprächspartner den Einfluss einer attraktiven, grünen Umgebung auf die Immobilienwerte. Das zeigt sich auch am PHOENIX-See, wie Akteur E1 berichtet: „Die These würde ich sofort unterschreiben. Ich wohne selbst in der Nähe des PHOENIX-Sees und ich weiß, was für eine Wertsteigerung mein Grundstück in den letzten zehn Jahren erlebt hat. Das ist bemerkenswert. Es standen jetzt Zahlen vom Gutachterausschuss in der Zeitung. Die Leute am PHOENIX-See haben den Quadratmeter für 300 Euro gekauft. Mittlerweile ist der Einstiegspreis 500 Euro. 200 Euro in kurzer Zeit ist etwas.“ Das begründet er damit, dass solche Aufwertungsmaßnahmen auf das Image von Quartieren ausstrahlen und dadurch die Immobilienpreise steigen oder Immobilien überhaupt erst interessant werden („Wenn Sie am PHOENIX-See an der Weingartenstraße oder Am Remberg sind, hat sich vor zehn Jahren kein Mensch für diese Immobilien interessiert. [...] Das ist nicht ohne Grund ein Sanierungsgebiet gewesen. Sie hatten einen sehr hohen Migrantenanteil, einen sehr hohen Anteil arbeitsloser Menschen und Transferleistungsbezieher. Und da findet jetzt ein Wechsel statt.“). Weiter berichtet er, dass einige Personen in Hörde bereits von Gentrification sprechen. Er selbst hält das für nicht gerechtfertigt: „Es war ja auch beabsichtigt, dass da in der Tendenz ein massiver Aufwertungstrend und eine Entwicklung eingesetzt.“

Akteur E3 schließt sich gerade in Bezug auf die Entwicklungen am PHOENIX-See der Einschätzung von Akteur E1 an („Die Nordseite des Ufers ist in ziemlich kurzer Zeit komplett vermarktet und auch bebaut worden. Und es gibt da auch Festsetzungen im Bebauungsplan, damit es keine Spekulationen auf Grundstücksentwicklungen gibt.“). Weiter berichtet er, dass sich dieser Umstand auch auf die nähere Umgebung auswirkt: „Da profitiert nicht nur unmittelbar der PHOENIX-See von, sondern auch die umliegenden Bereiche, die im Wert steigen. Ebenso profitiert das Stadtbezirkszentrum davon.“

Zwar ist auch Akteur E4 der Meinung, dass sich die Attraktivität eines Standortes auf den Immobilienwert auswirkt. Er sieht jedoch keine dramatischen Veränderungen („Ich glaube, die Preise haben sich leicht nach oben bewegt.“).

➤ *Grüne Infrastruktur und Klima- sowie Gesundheitsaspekte*

Dass sich grüne Infrastruktur auf das urbane Klima und die menschliche Gesundheit auswirkt, ist bei den Akteuren unumstritten. Akteur E4 gibt hierzu keine spezifische Einschätzung ab, weil er sich diesbezüglich nicht als Experte sieht. Anders als der Bereich der Klimaanpassung ist der Gesundheitsaspekt dabei kein eigenständiges Thema, sondern scheint lediglich von den positiven Auswirkungen der Maßnahmen zu profitieren. So gibt Akteur E1 an, dass vor allem die Themen Klimaanpassung und Erholung in der Freiraumplanung zum Beispiel im Ringkonzept und den Flächennutzungsplänen immer mit bedacht werden („Das geht ja nicht, ohne Klimaanpassung oder Klimafolgeanpassungsgeschichten zu beachten. Ich meine, was für die Naherholung gut ist, ist letztendlich auch für das Klima gut.“).

Laut Akteur E2 ist Klimaanpassung auch ein Thema im neuen Landschaftsplan („Wie man Bäche umgestaltet, ist hier nun wirklich mustergültig erprobt worden. Wie man Landschaftsschutz und Naturschutz betreibt, hat meine Mannschaft auch unter Beweis gestellt, was möglich ist. Und wir führen das jetzt gerade fort, indem wir den Landschaftsplan neu aufstellen und an die Verhältnisse der Zukunft anpassen. Wir wollen das Thema Klimaanpassung konkret fassen.“). Seiner Meinung nach ist es wichtig, nicht nur Theoriearbeit zu leisten, sondern auch Maßnahmen in der Praxis umzusetzen („Ich habe immer das Problem, dass ich meine, dass sich alle Welt um Klimaschutz und Klimawandel zusammenfindet und diskutiert und kubikmeterweise Papiere über Dinge produziert, die eigentlich schon seit 25 Jahren bekannt sind.“). Geht es um die Finanzierungsebene, so steht Dortmund seiner Einschätzung nach gut da: „Das Geldthema ist aus unserer Sicht gar nicht so wichtig für uns. Wir haben tatsächlich den großen Vorteil, dass wir da schon noch ein recht gutes Budget für Landschaftsmaßnahmen haben, und wir können da auch Fördermittel über den Naturschutz abrufen, die gleichermaßen klimaausgleichend wirken.“

Gerade im Zusammenhang der Klimaanpassung müssen Städte laut Akteur E3 künftig mehr Verantwortung übernehmen und sich auf dem Feld stärker betätigen, weil die Auswirkungen des Klimawandels auf das Stadtklima stärker zu spüren sein werden. Das erläutert er wie folgt: „Wenn wir dann irgendwann die Umweltauswirkungen in Form von Überschwemmungsgebieten oder solchen Dingen spüren, dann muss ich mich damit beschäftigen und mich mit dem Klimawandel stärker auseinandersetzen. Das müssen die Städte tun und das werden sicherlich auch zum Teil die Unternehmen tun und das wird massiv an Bedeutung gewinnen. Da bin ich fest von überzeugt. Und da hilft auch kein "Green Washing".“

### ***Aktivitäten von städtischer, unternehmerischer und privater Seite***

#### ***➤ Stadt- und Freiraumentwicklung***

Alle Akteure berichten bezüglich der gegenwärtigen Stadtentwicklung vom PHOENIX-Projekt. Im Bereich der Freiraumentwicklung bildet das radial-konzentrische Freiraummodell, von dem zwei Akteure berichten, die Grundlage. Daneben finden einige weitere Projekte der Stadt- und Freiraumentwicklung Erwähnung. Dass die Kooperation mit der Region eine lange Tradition hat, wurde bereits im Zusammenhang mit der Stadt Bottrop erwähnt. Auch die Dortmunder Akteure können das bestätigen. Der Erfolg zeigt sich unter anderem in den Resultaten der Internationalen Bauausstellung IBA, in deren Rahmen Projekte wie der ökologische Umbau des Emscher-Systems oder die Entwicklung des Emscher Landschaftsparks initiiert wurden.

Akteur E1 kann von mehreren Projekten der Dortmunder Stadtentwicklung berichten. Zu den großen Flächenprojekten zählt er PHOENIX, in dessen Zusammenhang unter anderem auch ein neuer Park mit Anbindung an das Emscher-System entstanden ist („Ansonsten muss man nochmal auf die großen Flächenprojekte hinweisen, wozu die beiden PHOENIX-Flächen und deren Verbindungsraum zählen [...] Das ist sicherlich im Moment der Hingucker überhaupt in Dortmund.“). Weiter berichtet er von der sogenannten Stadtkrone Ost, wo hochwertiges Wohnen in grüner Umgebung ermöglicht werden soll („Der Südteil von dieser großen Fläche ist zu einem Wohngebiet geworden, was bis auf ein oder zwei Grundstücke innerhalb kürzester Zeit komplett voll gewesen ist. [Dort findet man] hochwertiges Wohnen in einer sehr schönen Umgebung. Das ist mitten im Grünen, muss man sagen.“). Darüber hinaus gibt es mit der Westfalenhütte ein großes Areal im Dortmunder Norden, auf das er näher eingeht: „Dort wird es im Kern weiterhin eine gewerbliche Nutzung geben. Wir werden aber auch einen Grünzug einrichten, den es vorher nicht gab. Wir haben das Modell eines inneren

grünen Rings um die Innenstadt und damit ist dann ein wichtiger Baustein erfüllt.“ Bezüglich der regionalen Kooperation bestätigt er, dass ein Austausch und gemeinsame Planungen mit den Nachbargemeinden stattfinden („Das hat auch eine alte Tradition aus der IBA heraus. Und wenn es jetzt auch nicht in der Gebietskulisse des Emscher Landschaftsparks liegt, dann reden wir natürlich trotzdem mit den Nachbargemeinden.“). Zudem erläutert er die Freiraumplanung innerhalb der Stadt anhand des radial-konzentrischen Freiraummodells, das schon seit den 1980er-Jahren besteht und an dem weiterhin gearbeitet wird: „Das ist natürlich in einer fertig gebauten Stadt niemals komplett wiederherzustellen, aber wir hatten schon die Idee, dass wir einmal um unsere City [...] einen Grüngürtel schaffen und damit die großen, eher offenen Landschaften [vernetzt] haben.“ Das radial-konzentrische Freiraummodell ist seiner Erläuterung nach mit den drei Dortmunder Landschaftsplänen verknüpft und im Flächennutzungsplan hinterlegt. Zudem sind die Flächen in den Bebauungsplänen gesichert, wie er sagt („Das ist in sich schon eine ganz gute konsistente Planung, die bis in die Regionalplanung reinght.“).

Stadtintern beteiligt sich Dortmund laut Akteur E2 am Bündnis *Kommunen für Biologische Vielfalt*. Ziel ist es, biologische Vielfalt in die Siedlungen hineinzubringen („Die Kollegen vom Tiefbauamt, [...], haben tatsächlich gerade da, wo ich jetzt wohne, auf den Mittelinseln im letzten Jahr Wildblumen eingesät. [...] Und mit der Strategie wird ja das Ziel verfolgt, auch Lösungen durch die Bürgerinnen und Bürger selbst zu entwickeln, wie man denn im Umfeld des Wohnortes was für die biologische Vielfalt machen kann.“). Ein weiterer Schwerpunkt ist die Wiederbelebung der Gewässersysteme, die ebenfalls dem Biotop- und Artenschutz dient und Gegenstand der Landschaftsplanung ist. Aber auch die Bedürfnisse der Bürgerinnen und Bürger finden Berücksichtigung: „Auf der anderen Seite ist natürlich der Anspruch auf die Nutzung der Landschaft durch Wanderwege und Radwege durchaus ein völlig berechtigtes Anliegen. Nur da muss man einfach schauen, dass man nicht beides in maximaler Form haben kann.“ Den Stellenwert der Freiraumplanung sieht er generell als problematisch. So ist er der Meinung, dass es immer noch als negativ angesehen wird, auf Bauprojekte und Infrastruktur zu verzichten („Und genau das Gegenteil ist heute eigentlich angesagt. [...] Baustrukturen kann man überall hinschaffen, aber die Landschaft zu verstetigen und wieder zurück zu einer lebenswerten Umwelt zu entwickeln, ist eine ganz aufwendige Arbeit und vielfach wird das noch immer nicht verstanden.“). Eine regionale Kooperation ist zum Beispiel über den Regionalplan oder den Landschaftsplan gegeben und hat durch die Arbeit von Institutionen wie dem Regionalverband Ruhr oder der EmscherGenossenschaft Tradition („Die regionale Kooperation läuft ja auf verschiedensten Ebenen wie über unseren Regionalverband Ruhr.“). Weiter gibt es beim RVR einen digitalen Landschaftsplan, der sich aus den kommunalen Landschaftsplänen speist und stetig fortentwickelt wird, wie er sagt: „Das sind alles so Beiträge auf der regionalen Ebene, die dazu führen, dass man sich auch als Metropole begreift.“ Das frühere Konkurrenzdenken ist seiner Beobachtung nach heute deutlich weniger stark ausgeprägt, weil die einzelnen Kommunen die Vorteile regionaler Kooperationen erkennen. Das erläutert er am Beispiel des Emscher Landschaftsparks („Den hat sich ja quasi jede Stadt auf die Fahne geschrieben.“). Aktuell gibt es mit dem Projekt *KuLaRuhr* auf der regionalen Ebene einen Ansatz, die Kulturlandschaft nochmal neu zu definieren, wie er berichtet.

Im Bereich der Stadtentwicklung wird PHOENIX von Akteur E3 als das zentrale Projekt der Gegenwart bezeichnet: „Das ist ein sogenanntes Leuchtturmprojekt, würde ich sagen. Man darf den PHOENIX-See eigentlich nicht komplett isoliert betrachten, weil die Fläche ja größer ist als nur der See an sich. Es gibt ja noch das PHOENIX-Areal West, auf dem Gewerbe angesiedelt wird. Das ist schon lange

fertig, aber es könnte noch etwas besser laufen. Das liegt aber vielleicht auch an den Festsetzungen im Bebauungsplan.“

Akteur E4 sieht im PHOENIX-Projekt eine Strategie, den Wandel Dortmunds zu zeigen und Industrieansiedlungen an Faktoren wie Lebensqualität, gutes Wohnen, Erholung und Kultur in der Stadt zu koppeln („Lebensqualität und Arbeitsqualität gehören sozusagen als Strategie zusammen.“). So symbolisiert PHOENIX einen Paradigmenwechsel, wie er erläutert: „Wenn man sich PHOENIX West mal anschaut, dann sieht man, dass da riesige grüne Flächen entstanden sind. Da kann man sich ja dann als Wirtschaftsförderung fragen, wieso das nicht irgendwelche Ansiedlungsflächen geworden sind. Aber gerade diese Verzahnung, dass auch in einem Gewerbepark moderne Stadtstrukturen mit eingeflochten werden, ist einfach wichtig und erst recht an dem Beispiel PHOENIX-See, wo 30 Hektar Wasserfläche entstanden sind. Das kann man auch besiedeln, aber das ist die Qualität, über die man auch so einen Paradigmenwechsel hinbekommt. [...] Das steht ein bisschen für eine neue Qualität des Lebens und der Lebensbedingungen in so einer Stadt wie Dortmund.“ Auch er sieht darin einen Leuchtturm, der dazu dient, das Image der Stadt zu überarbeiten und zu zeigen, dass es ein neues Dortmund gibt („Ich glaube, dass man solche Leuchttürme braucht, mit denen man einfach mal das bestehende Image quer bürstet. Das ist natürlich auch so ein Aha-Effekt mit dem PHOENIX-See.“). Dabei sind PHOENIX-See und PHOENIX West seiner Meinung nach als eine Einheit zu betrachten. Bei der Bevölkerung kommt das Projekt seiner Einschätzung nach gut an. So ist der PHOENIX-See von den verschiedensten Gruppen stark frequentiert, wie er sagt: „Man kann kaum noch zum PHOENIX-See fahren, weil es voll ist. [...] Aber das ist ja auch schön und es ist auch deswegen irgendwie interessant, weil sich da auch sehr unterschiedliche Bevölkerungsschichten mischen [...]. Es ist auch eine Freizeitanlage, die ganz bewusst für die Dortmunder und nicht nur für bestimmte Schichten entstanden ist. Es ist auch so konzipiert. Da gibt es kein Grundstück, was unmittelbar an den See heranführt, sondern der See ist für die Allgemeinheit zugänglich.“

➤ *Aktivitäten von privater und privatwirtschaftlicher Seite bezüglich "grüner" Themen*

Zwei Akteure berichten, dass es in Dortmund einzelne Unternehmen gibt, die beispielsweise mit Dach- und Fassadenbegrünungen arbeiten, weil sie unter anderem auf ihre Außenwirkung bedacht sind. Auch die Wohnungsunternehmen legen laut der Aussage eines Akteurs zunehmend Wert auf eine nachhaltige Entwicklung. Zudem wird berichtet, dass im Rahmen von PHOENIX West sogenannte Pocketparks entstehen, die den Beschäftigten zur Verfügung stehen und von den angesiedelten Unternehmen gepflegt werden. Dazu gibt es jedoch noch keine Erfahrungswerte.

Akteur E1 berichtet von Versicherungsunternehmen, die mit Fassaden- und Dachbegrünung arbeiten („Wir haben hier ein großes Versicherungsunternehmen am Ort, die ausgebaut haben. Die haben schon sehr auf Klimaschutzstandards, Fassadenbegrünung und Dachbegrünung geachtet. All diese Dinge spielen dabei eine große Rolle.“). Bezüglich der Außendarstellung legen Unternehmen zunehmend Wert auf solche Faktoren, wie er glaubt: „Der Dortmunder Flughafen wirbt auch damit, jetzt ein Öko-Airport zu sein. Die haben da auch diese Zertifizierung durchlaufen. Ich glaube, auf dieses Thema Außengestaltung mit Firmengärten und so was achten die Unternehmen auch immer mehr drauf. Das ist deren Visitenkarte.“ Auch die Wohnungsbauwirtschaft agiert seiner Beobachtung nach auf dem Feld der nachhaltigen Entwicklung („Ich finde noch erwähnenswert, dass viele Wohnungsunternehmen auch sehr auf eine nachhaltige Entwicklung setzen und anfangen, die Bestände erstmal ein Stück weit klimagerechter zu machen, dass weniger Energie verbraucht wird

und was so dazugehört. Das koppeln die oft mit der Herstellung von Barrierearmut oder Barrierefreiheit und Modernisierungsmaßnahmen.“).

Akteur E2 hat auf diesem Feld kaum Erfahrungen. Er kann jedoch von den Pocketparks im Gebiet PHOENIX West berichten, die den Beschäftigten in ihren Pausen zur Verfügung stehen sollen: „Wo es unterstützt wird, ist natürlich in der modernen Gewerbeflächenentwicklung und in der Bauleitplanung. Da werden ja die strukturellen Voraussetzungen festgesetzt. Auch auf dem Gebiet PHOENIX West wurden sogenannte Pocketparks mit in die Baufenster eingebaut. Die wurden mit der Erwartung dazwischen gelegt, dass sich dann genau so was abspielt und dass sich diese Parks auf möglichst einfache Weise entwickeln und sich die Mitarbeiter in ihren Pausen dann da auch erholen können. Das ist schon eine moderne Form des Flächenmanagements im gewerblichen Bereich.“

Akteur E4 berichtet ebenfalls von den Pocketparks auf dem PHOENIX-Areal, die von den Unternehmen betreut werden: „Das mit den Pocketparks ist eigentlich einfach. [...] Das sind kleine Grünverbindungen von Süd nach Nord. Da sind jetzt aber noch nicht so viele angelegt. Einer ist jetzt angelegt. Der ist dann auch in der Verantwortung der angrenzenden Unternehmen. In die Mitte kommt so eine kleine Durchwegung für die Öffentlichkeit. Das sind so kleine grüne Finger durch diesen Gewerbepark.“ Aktuell lässt sich über deren Bedeutung bzw. Wirkung jedoch noch nichts sagen („Wir haben jetzt am Standort PHOENIX West 20 Prozent vermarktet. Der Effekt wird sich erst zeigen, wenn es so richtig komplett vermarktet ist. Dann wird man die Qualität deutlicher wahrnehmen. Im Moment ist da auch noch keine große Fläche.“).

Akteur E3 weiß von Unternehmen, die sich für Nachhaltigkeit einsetzen („Ich kann das Unternehmen WIL0 nehmen. Das ist ein Pumpenhersteller, für den das natürlich ein Thema ist. Ich weiß nicht, wie viel Kohlendioxid sie hier am Standort produzieren, aber das Produkt, was sie produzieren, und zwar diese Wasserpumpen, ist nachhaltig und ermöglicht Menschen in anderen Ländern ein würdigeres Leben.“). Investitionen in Freiräume sind ihm nicht bekannt.

### ***Standortmarketing unter Einbezug "grüner" Themen (Potenziale und Hemmnisse)***

Bis auf Akteur E3, der hierzu keine Einschätzung abgibt, werden "grüne" Themen von den Akteuren als Potenzial für das Standortmarketing gesehen. Im Rahmen des PHOENIX-Projektes sind sie auch bereits Gegenstand der städtischen Vermarktung. So berichtet Akteur E1, dass die Vermarktung als grüner Standort sowohl touristisch als auch im Bereich der Wirtschaftsförderung stattfindet und zunehmend an Stellenwert gewinnt: „Ich habe das Gefühl, dass das hier zunehmend an Bedeutung gewinnt und auch die Akzeptanz in der Wirtschaftsförderung nimmt zu. Also aus dem Umweltgedanken der nachhaltigen Entwicklung heraus stehen die dem doch durchaus auch positiv gegenüber.“ Auch in der Praxis festigt sich seiner Meinung nach die Überzeugung, dass der Freiraum in der Stadtentwicklung eine zentrale Rolle einnimmt („Ich mache hier natürlich gleichzeitig Wirtschaftsflächenentwicklung und Freiraumentwicklung. Hier in der Abteilung haben wir das zusammen. Da muss man beide Aspekte beachten. Das eine geht nicht ohne das andere, wenn man Stadtentwicklung macht.“). So kommt Akteur E1 zu dem Ergebnis, dass dieser Umstand auch im Bereich der Wirtschaftsförderung erkannt wird („Ich glaube schon, dass die Karte gespielt wird und das auch mit Überzeugung, dass wir hier eine grüne Stadt sind und dass man hier nicht das alte Ruhrgebiet erwarten darf, wenn man hier ankommt und dass uns das auch wichtig ist. [...] Das denken auch die Kollegen in der Wirtschaftsförderung, die dann mit den Unternehmen die Gespräche führen. Die hinterlassen da jetzt auch nicht den Eindruck, dass das irgendwie zweitrangig

sei. Das ist schon ein Standortfaktor für die.“). Weiter berichtet er, dass im Landesentwicklungsplan festgehalten wurde, dass die weichen Standortfaktoren berücksichtigt werden sollen: „Nehmen wir jetzt mal die grüne Infrastruktur als weichen Standortfaktor, weil das zunehmend nachgefragt wird. Also das Thema ist da in der vollen Bedeutung angekommen.“

Akteur E2 merkt dabei jedoch an, dass Kampagnen allein nicht reichen, sondern dass auch Taten folgen müssen: „Kampagnen zu machen, ist schon gut. Wir haben jetzt für Dortmund sogar einen Preis gewonnen. Unserer Klimakampagne "Klima ist Heimspiel" wurde prämiert. Das ist natürlich tatsächlich ein gelungener Wurf gewesen. Diesen Slogan haben Studenten entwickelt. Das war schon klasse, aber damit hat man ja immer noch nicht eine Änderung herbeigeführt.“

Laut Akteur E4 sieht sich Dortmund vor allem als Stadt der Vielfalt, wobei auch der Erholungs- und Freizeitwert in der Außendarstellung eine Rolle spielt („Ich glaube schon, dass Dortmund irgendwie so ein Standort der Vielfalt ist. [...] Vielleicht ist das auch eine neue Qualität oder eine neue Stabilität. Wir sind eine Technologiestadt, wir sind eine Sportstadt und wir sind eine Stadt mit vielen Angeboten für Freizeit und Erholung. Man kann das aber nicht auf etwas fokussieren und sagen, dass Dortmund nur dies oder das wäre.“). Als generelles Hemmnis, den Faktor "Grün" stärker zu fokussieren, sieht er die Finanzierung von Grünstrukturen: „Was schwer ist, ist diese grüne Infrastruktur zu pflegen. Das ist ein ganz großes Thema. Man hat sozusagen einmal investiert, wo man eine wunderbare Parklandschaft und Biotopstrukturen und sonst was geschaffen hat, und das irgendwie weiterzuentwickeln, zu pflegen und zu unterhalten, ist schwierig. Da wird oft sozusagen nur noch nach Verkehrssicherungspflichten geschaut.“

### ***Grüne Infrastruktur: Bedeutung für Standorte und deren Marketing***

Abschließend vertreten alle Akteure die Auffassung, dass grüne Infrastruktur ein Standortfaktor ist. Gerade was die Bereiche Naherholung, Klimafolgeanpassungen und das Feld der Gesundheit betrifft, werden Grünstrukturen nach Einschätzung einiger Akteure künftig noch an Bedeutung gewinnen. Zudem wird es von ihnen als sinnvoll erachtet, diese Qualitäten nach außen zu präsentieren. Dabei geht es aber nicht nur darum, Menschen für den Standort zu gewinnen, sondern diese auch dort zu halten. Das kann nur gelingen, wenn auch die entsprechende Lebensqualität vorhanden ist, wozu die Grünstrukturen ihren Beitrag leisten.

Akteur E1 zählt zu den Experten, die die Auffassung vertreten, dass der Standortfaktor "Grün" zunehmend an Bedeutung gewinnen wird („Da spielt selbstverständlich das Thema Naherholung rein, aber auch zwei relativ neue Aspekte wie Klimaschutz und Klimafolgeanpassung. Wir können diese Räume nicht mehr zubauen. Wir können sie nicht anders nutzen. Wir brauchen sie ohnehin, aber wir brauchen sie auch aus Klimagründen.“). Neben dem klimatischen Aspekt erkennt er auch einen Zusammenhang zum Thema Gesundheit, der seiner Auffassung nach aktuell zu wenig berücksichtigt wird („[Das] ist eine etwas unterbelichtete Dimension in der Stadtplanung. Und wenn man das so ein bisschen weiterdenkt, was Grün im allerweitesten Sinne für positive Gesundheitswirkungen hat, spricht da eine ganze Menge für die Freiräume.“). Bezüglich der Außendarstellung betont er den Einfluss auf das Image und die Lebensqualität vor Ort, die gerade für die am Standort lebenden Menschen von hoher Bedeutung ist („Man muss ja auch nicht immer nur daran denken, dass Leute kommen. Hier leben ja auch eine ganze Menge Leute und denen muss man ja auch was bieten können.“). So gilt es seiner Meinung nach, diese Qualitäten auch in der Planung zu berücksichtigen, um die Attraktivität der Stadt zu erhalten: „Den Nachbarstädten laufen die Leute

weg, weil die auch draußen keine neuen Wohngebiete mehr ausweisen können. Die sind nämlich voll. Und wenn sie dann noch mehr machen, dann würden sie ihre Grünqualitäten kaputt machen, die eigentlich nachgesucht werden. Naturnähe ist ja der Hauptgrund, warum die Leute rausziehen. Und wir müssen hier natürlich auch aufpassen, dass wir unsere vorhandenen Grünqualitäten nicht kaputt machen, weil das hier natürlich auch ein großer Standortfaktor ist.“

Akteur E2 geht ebenfalls davon aus, dass grüne Infrastruktur gerade in Zusammenhang mit den Aspekten Stadtklima und demographischer Wandel für Standorte ein Standortfaktor ist, der einen Bedeutungszuwachs erfahren wird: „Da bin ich felsenfest von überzeugt, dass dieser Standortfaktor an Bedeutung gewinnen wird. Da schließt sich ja wieder so ein bisschen der Kreis vom Anfang, weil sich die Bevölkerungsstruktur ja auch wandelt. Das älter werden, auch der aktive Zeitraum mit dem Dasein außerhalb des Berufslebens, ist ja soziologisch ein ganz massiver neuer Faktor. Und da sind dann die Voraussetzungen auch ganz klar an die natürlichen Lebensgrundlagen gekoppelt, wenn das funktionieren soll. Und insofern sind wir mit der Art und Weise wie wir in Dortmund versuchen, unser Gesamtsystem zu stabilisieren, auf dem richtigen Weg.“

Wie schon von den Akteuren E1 und E2 angesprochen ist auch Akteur E3 der Meinung, dass die Bedeutung der grünen Infrastruktur für Standorte zunehmen wird. Gerade im Zusammenhang mit dem Stadtklima ist das aktuell bereits zu bemerken („Ich merke das hier ganz massiv. Wenn es hier warm wird, sind es abends im Sommer gefühlt vier bis fünf Grad wärmer als sieben Kilometer weiter draußen in Kamen. Das ist einfach so, weil ich ganz andere Luftzirkulationen habe.“). Es gibt Städte, die auf diesem Gebiet Vorreiter sind und auch von der Grünstruktur und der finanziellen Ausstattung eine bessere Ausgangssituation haben, wie er berichtet. Das erläutert er am Beispiel der Stadt London: „Ich habe vor zwei oder drei Wochen gelesen, dass die Stadt London vor zehn Jahren bereits ohne, dass das groß kommuniziert wurde, angefangen hat, die Stadt mit Bäumen etc. zu begrünen, um sich auf zukünftige Umweltauswirkungen vorzubereiten, auch in Bezug auf Klima etc.“ Für Ruhrgebietsstädte wie Dortmund könnte sich ein mangelndes Engagement auf diesem Gebiet problematisch auswirken, wie er denkt („Die Stadt hat momentan nicht einmal die finanziellen Mittel, um Schlaglöcher zu beseitigen. Wenn das Ruhrgebiet da nicht massiv Fördergelder bekommt, um auch diese Aspekte berücksichtigen zu können, dann werden sie weiter verlieren. Ich halte das wirklich für ganz wichtig.“). Auch für Unternehmen und die Beschäftigten werden die weichen Faktoren, zu denen der Freiraum zählt, seiner Meinung nach verstärkt zu einem Thema werden. Das erläutert er wie folgt: „Das ist nicht nur für Unternehmer wichtig. Unternehmen bestehen nicht nur aus dem Arbeitgeber, sondern vor allen Dingen aus Arbeitnehmern. Und da sind wir dann genau wieder bei den weichen Faktoren. Und wenn ich keine Möglichkeit habe, meinen Arbeitnehmern attraktiven Wohnraum anzubieten, ist das schlecht.“

Für die Unternehmen direkt ist die grüne Infrastruktur laut Akteur E4 kein wichtiger Faktor. Sie wird seiner Einschätzung nach aber dann wichtig, wenn es darum geht, Fachkräfte zu generieren und ein positives Image zu verkörpern. Das erläutert er folgendermaßen: „Unternehmen bleiben bzw. gehen dorthin, wo Menschen sich wohlfühlen. Also ich brauche das Grün nicht für meine Produktion, aber ich brauche das Grün für die Menschen, die in der Produktion arbeiten. Da ist es unheimlich wichtig. Es ist auch ein Imagefaktor. Es ist ein erheblicher Imagefaktor für die Menschen und auch für die Unternehmen. Und das ist sozusagen auch unser Thema bei PHOENIX gewesen. Es ist einfach ganz wichtig, dass das ein intaktes Umfeld ist, dass das ein lebenswerter Standort ist und dass Lebensqualität und Arbeitsqualität wirklich zusammenpassen. Dem messe ich eine sehr große Bedeutung und eigentlich eine immer wichtiger werdende Bedeutung bei.“

## 7.6 Essen

### **Standortwahrnehmung**

#### ➤ *Bild des Standortes*

Das Bild, das die Akteure von der Stadt Essen haben, ist sehr unterschiedlich. Ein Akteur verbindet Essen in erster Linie mit dem Strukturwandel zum Dienstleistungsstandort, während andere betonen, wie grün sie die Stadt wahrnehmen und wiederum ein dritter die Stadt als überhaupt nicht attraktiv empfindet. Akteur F1 gibt hierzu keine Einschätzung ab und erwähnt lediglich, dass Essen mit allen Stärken und Schwächen seine Heimatstadt ist.

Vor allem für Akteur F2 verkörpert Essen den Strukturwandel im Ruhrgebiet: „Die Stadt Essen hat – wie die anderen Städte des Ruhrgebiets – in den letzten Jahrzehnten einen erheblichen strukturellen Wandel durchlebt. [...] Heute liegt der Anteil der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten des verarbeitenden Gewerbes bei unter zehn Prozent. Dagegen hat der Dienstleistungssektor enorm an Bedeutung gewonnen.“

Für die Akteure F3ab vermittelt Essen das Bild einer grünen Stadt, was viele erst erkennen, wenn sie einmal dort gewesen sind (Akteur F3b: „Essen ist eine grüne Stadt und zwar grüner als man eigentlich denkt. [...] Wenn man am Baldeneysee am Jagdhaus Schellenberg steht, dann ist es doch viel hügeliger als in Berlin und es hat auch Wasser und Grün. Und das ist etwas, was man auf den ersten Blick nicht im Hinterkopf hat. Da denkt man vielleicht doch immer noch an Stahl und Kohle und Zechen und solche Dinge.“). So erkennt Akteur F3a, dass die Stadt über viele versteckte Qualitäten verfügt, die sich einem nicht auf den ersten Blick erschließen: „Damit meine ich Dinge wie die Margaretenhöhe und die Durchgängigkeit, die wir gerade mit dem grünen Wegesystem überall schaffen. Man erreicht überall tolle Punkte, wo man vielleicht einfach nicht glaubt, dass es die gibt, wenn man nur mal am Hauptbahnhof ist und 50 Meter in jede Richtung läuft.“

Anders als die Akteure F3ab vermittelt Essen für Akteur F4 nicht den Eindruck einer besonders attraktiven Stadt („Ich ganz persönlich finde Essen nicht so besonders attraktiv.“). Eine konkretere Einschätzung wird an dieser Stelle nicht abgegeben.

#### ➤ *Harte und weiche Standortfaktoren, Alleinstellungsmerkmale und Nachteile des Standortes*

Zu den Standortvorteilen zählen die Akteure die Erreichbarkeit und Infrastrukturausstattung, die Arbeitsplatzdichte, das Bildungsniveau sowie die vorhandenen wissenschaftlichen Einrichtungen. Es werden aber auch das Kultur- und Freizeitangebot sowie die grünen Qualitäten der Stadt genannt. Ein Akteur ergänzt den preiswerten Wohnungsmarkt, der gleichzeitig auch kritisch gesehen wird, da die Mieten vor allem in sozialen Brennpunkten günstig sind. Als negativ werden von einem Akteur die finanzielle Situation der Stadt und die überlastete Verkehrsinfrastruktur wahrgenommen. Andere sehen ein bestehendes Nord-Süd-Gefälle als problematisch an. So ist der Norden industriell geprägt, während die landschaftlichen Qualitäten vor allem im Süden zu finden sind.

Neben den Vorteilen der zentralen Lage im Ruhrgebiet und der guten Erreichbarkeit sieht Akteur F1 Essen als Einpendlerstadt und wirtschaftliches Zentrum des Ruhrgebiets, das eine hohe Freizeitqualität vorzuweisen hat. Zu einer ähnlichen Einschätzung kommt auch Akteur F2, der ebenfalls die zentrale Lage im Ruhrgebiet und die gute Infrastruktur erwähnt. Dabei bezieht er sich in seinen Ausführungen jedoch teilweise auf das gesamte Ruhrgebiet („Das Ruhrgebiet erschließt in

einem Umkreis von 250 km einen Markt von 60 Millionen Menschen.“). Hervorgehoben wird von ihm die vielfältige Wissenschaftslandschaft der Universitätsstadt Essen („Das *Haus der Technik*, Außenstelle der RWTH-Aachen, fördert den technischen und wirtschaftswissenschaftlichen Informationsaustausch mit einer Vielzahl von Veranstaltungen.“) und das breit gefächerte Angebot an Kultur und Freizeit („Hochwertige und abwechslungsreiche kulturelle, sportliche oder ganz allgemeine Freizeiteinrichtungen sind für ein modernes Dienstleistungszentrum wie die Stadt Essen zu einem wichtigen Standortfaktor geworden.“). Hier verweist er auf mehrere hochkarätige Kultureinrichtungen: „Die Stadt Essen führt die traditionsreiche Form des Stadttheaters fort und setzte mit der Eröffnung des Aalto-Theaters neue Akzente in der Opernlandschaft. Das Essener Folkwang-Museum genießt mit seiner repräsentativen Sammlung der Kunst vom 19. Jahrhundert bis in die Gegenwart einen internationalen Ruf.“ Auch den Freizeitwert hebt er besonders hervor („Der Revierpark Nienhausen [...] bietet zahlreiche Freizeit- und Sportmöglichkeiten. Wer nur Erholung im Grünen sucht, findet in Essen und Umgebung mit den zahlreichen Wald- und landwirtschaftlich genutzten Flächen.“). Das Engagement der Stadt Essen für den Umweltschutz wird ebenfalls betont, da „die ökologischen Folgen der Industrialisierung wie Luftverschmutzung, Wasserbelastung, Landschaftszerstörung, Abfall-Lawinen und Lärmbelästigung“ seiner Meinung nach frühzeitig „als ein zentrales Problem einer industriell verdichteten Region“ identifiziert wurden. Hierzu führt er die Entwicklungen rund um die IBA an: „Die von der nordrhein-westfälischen Landesregierung geförderte *Internationale Bauausstellung Emscherpark (IBA)* hatte zum Ziel, alte industrielle Strukturen neuen Nutzungsmöglichkeiten zuzuführen sowie die durch die Industrialisierung zerstörten Landschaften und ökologischen Systeme in ihrem ursprünglichen Zustand wiederherzustellen, so auch in Essen.“ Als problematisch empfindet er unter anderem die finanzielle Situation der Stadt („Von Nachteil ist sicherlich die finanzielle Lage der Stadt, der Mangel an Gewerbeflächen sowie die Tatsache, dass die Verkehrsinfrastruktur zwar dicht, aber auch hoch belastet ist.“).

Die Akteure F3ab ergänzen bezüglich der Standortvorteile die Zahl der hochqualifizierten Mitarbeiter, das hohe Bildungsniveau und die hohe Arbeitsplatzdichte (Akteur F3b: „Von Vorteil ist sicherlich, dass wir hier sehr viele hochqualifizierte Mitarbeiter sowie ein hohes Bildungsniveau mit einer Universität und Forschungseinrichtungen haben. Und sicherlich sind wir traditionell auch immer eine Stadt mit einer hohen Arbeitsplatzdichte. Wir haben ja 140.000 Berufseinpender pro Tag. Im Saldo sind es sogar zwischen 40.000/45.000 pro Tag mehr, die zu uns kommen, als die, die auspendeln.“). Weiter wie die verkehrliche Infrastruktur von Akteur F3b als gut erachtet. Zudem zählt auch er die Umweltqualität und die Bildungslandschaft zu den weichen Standortfaktoren („Bei den weichen Faktoren ist es natürlich so, dass wie neben den Themen Grün und Umweltqualität auch tatsächlich eine sehr gute Bildungslandschaft haben.“). Als Nachteil ist das Nord-Süd-Gefälle zu sehen, an dem jedoch gearbeitet wird, wie Akteur F3a erläutert „Die Aufteilung des industriellen Nordens und des naturräumlich stärker geprägten Essener Südens ist vielleicht so ein historisches Manko. Wir haben das Ruhrtal mit all seinen landschaftlichen Schönheiten, mit dem Relief, mit dem Baldeneysee und mit dem Stadtwald. Das war immer schon der Erholungsraum für die Stadt Essen. Und wir haben den Norden mit Zechen wie dem Zollverein als herausragendes Beispiel, was eben auch ein Standortfaktor ist, aber eben in einem stärker urban geprägten Raum. Und diese Gegensätze miteinander zu versöhnen, ist letztlich auch eines der Ziele, an denen wir alle gemeinsam arbeiten.“

Neben den Vorteilen der zentralen Lage und der verkehrlichen Infrastruktur geht Akteur F4 besonders auf die weichen Faktoren wie das Angebot an Kultur und Freizeit ein: „Der Baldeneysee ist ja zum Beispiel wirklich schön. [...] Dann ist es ja für eine Stadt in solch einen Ballungsraum sehr grün.“

[...] Und es gibt ja auch Anstrengungen [...], da noch mehr zu tun. Dann haben wir Kultur mit dem Folkwang-Museum und der Folkwang Musikschule. Es finden auch durchaus eine Menge Konzerte und Veranstaltungen statt, auch Modernere für ganz junge Leute. Das ist jetzt nicht nur so die klassische Philharmonie, was ganz interessant ist. "Musik am Kiosk" ist zum Beispiel auch so eine nette Sache. [...] Da haben Kunststudenten vor Kiosken gespielt [...]. Es gibt also auch auf kleiner Ebene nette Sachen, die man hier machen kann. Und man ist natürlich auch schnell mit Bus und Bahn in Wuppertal, um ins Von der Heydt Museum zu gehen, wenn man das möchte.“ Daneben werden die moderaten Mieten als Vorteil gesehen („Das sind schon Faktoren, die in Essen bei gleichzeitig nicht so dramatisch hohen Mieten wie in Düsseldorf sehr positiv sind.“). Als Nachteil wird die Lage des günstigen Wohnraums genannt, der sich häufig in benachteiligten Quartieren befindet („Wobei hier natürlich der Nachteil ist, dass günstige Wohnungen dann natürlich auch nicht in den schönen Stadtteilen, sondern dann in den sozialen Brennpunkten liegen.“).

➤ *Einschätzungen zur Attraktivität des Standortes*

Die Wahrnehmungen über die Attraktivität der Stadt Essen und deren Anstrengungen, diese zu steigern, wird sehr unterschiedlich eingeschätzt. Die Bemühungen der Stadt, den Titel der *Grünen Hauptstadt Europas* zu gewinnen, tragen nach Ansicht einiger Akteure aber dazu bei, das Image und die Attraktivität des Standortes zu verbessern. Eine solche Entwicklung war bereits bei der Ernennung zur *Kulturhauptstadt* im Jahr 2010 zu beobachten. Alleine Akteur F1 gibt zu dieser Thematik keine Einschätzung ab. Akteur F2 kann hingegen berichten, dass Projekte wie die Bewerbung als *Grüne Hauptstadt Europas* oder stadtentwicklerische Projekte wie das *Universitätsviertel - grüne mitte Essen* von den Essener Unternehmen ganz unterschiedlich wahrgenommen werden („[Zur Wahrnehmung der genannten Projekte] kann ich leider keine allgemeingültige Aussage treffen. Die Wahrnehmung variiert zwischen der Einschätzung, dass es eine gute Aktion ist, um ein positives Image zu entwickeln, reicht aber auch bis hin zu der Einschätzung, dass es wichtigere Aktivitäten gibt.“). Generell ist er aber der Meinung, dass "grüne" Bauprojekte wie das GRUGACARREE die Attraktivität von Standorten fördern können: „Gerade mittelständische Unternehmen bis hin zu Großunternehmen schätzen solche Standorte wie das GRUGACARREE. Vor allem bei Neubauten ist zu beobachten, dass Unternehmen auf innovative und ressourcenschonende Technologien setzen. So können neben dem ökonomischen auch noch ein ökologischer Effekt erzielt werden.“ Grundsätzlich ist er zwar der Meinung, dass derzeit alle Regionen im Wettbewerb um hochqualifizierte Fachkräfte stehen („Insofern kann man eigentlich nie attraktiv genug sein.“). Seiner Beobachtung nach stellt der Standort bei guten Arbeitsangeboten aber keinen Absagegrund dar.

Durch den Titel der *Kulturhauptstadt Europas* und die darauffolgenden städtischen Projekte konnte laut Aussage der Akteure F3ab bereits das Interesse am Ruhrgebiet und auch speziell an Essen mittel- bis langfristig gesteigert werden. Das erläutert Akteur F3b wie folgt: „Wir haben im touristischen Bereich Besucherzahlen, die stabil über dem Niveau des Kulturhauptstadtjahres liegen. Und die Hotelinvestitionen haben sich ja nicht nur enorm vor der *Kulturhauptstadt* entwickelt, sondern jetzt auch danach. [...] Die Ausrichtung als Tagungs- und Kongressstandort ist eine wirtschaftliche Zukunftsfrage einer Stadt, und das hat wiederum was mit der Attraktivität des Tagungsortes zu tun. Kann ich da abends ins Theater gehen? Da ist dann die *Kulturhauptstadt* wieder wichtig. Haben die ein ordentliches Museum? Kann man da gut essen gehen? Und in Essen kann man sehr gut essen gehen.“ Weiter berichtet Akteur F3b, dass Prozesse wie die Bemühungen Essens um den Titel der *Grünen Hauptstadt Europas* von einigen Unternehmen sogar aktiv mitgestaltet werden: „Die

Wirtschaft kennt die Bewerbung [zur *Grünen Hauptstadt Europas*] über den Initiativkreis Ruhr seit 2010. Das heißt, wir sind auch im Initiativkreis bekannt. Man hat damals unser Memorandum, das ist dieses grüne Buch, was wir geschrieben haben, sogar mitgeschrieben. Das heißt, der Initiativkreis hat zu diesem Memorandum *Grüne Hauptstadt Europas* seinen eigenen Beitrag geschrieben. Genauso wie die RAG oder wie die Stadtwerke oder die Umweltverbände. Dieses Memorandum haben 30 Autoren mitunterzeichnet.“ Da auch die Unternehmen um Nachwuchskräfte kämpfen, besteht die Meinung, dass man als Unternehmen solche Bemühungen, die das Image und Profil der Stadt verbessern, nur begrüßen kann (Akteur F3b: „Die [Unternehmen] kämpfen ja auch um Nachwuchskräfte. [...] Und ich glaube, das ist nochmal ganz wichtig, dass wir auch Innovationsführer in Bezug auf Arbeitsplätze bei den Themen Klimaschutz, Mobilität, Wasser und Abwasser sind. Was der Emscherumbau an Arbeitsplätzen gebracht hat, ist unglaublich. Und ich denke, das muss man auch nochmal transformieren, dass es auch ein wirtschaftliches Thema ist.“).

Akteur F4 vermutet, dass die Bemühungen des Standortes um den Titel der *Grünen Hauptstadt Europas* von der Bevölkerung und den Unternehmen zumindest positiv aufgenommen werden („Ob es jetzt was bewegt oder bewirkt, kann ich gar nicht beurteilen.“). Er erhofft sich zudem, dass die Schwerpunktsetzung künftig auf dem Themenfeld "Umwelt und Nachhaltigkeit" bleibt: „Ich verbinde die Hoffnung damit, dass es auch so einen gewissen Zugzwang auslöst, wenn einmal solche Prozesse in Gang gesetzt sind, man sich beworben hat und auch schon so weit gekommen ist und dass man jetzt nicht wieder hinter diese Linien zurückfallen möchte, die man schon einmal anvisiert oder sogar schon geschafft hat. Und da sehe ich im Grunde den größten Vorteil drin.“

Zum Zeitpunkt der Interviewführung war noch nicht klar, ob Essen den Titel der *Grünen Hauptstadt Europas* gewinnen wird, so dass lediglich Aussagen über den Effekt des Bewerbungsprozesses getroffen werden konnten.

#### ➤ *Ideen für Verbesserungen und Potenziale des Standortes*

Ein generelles Verbesserungspotenzial stellt laut der Aussage eines Akteurs das Image des Standortes dar. Eine andere Akteursgruppe hält es für wichtig, dass der Bereich der Wissenschaft weiter gestärkt wird. Auf diesem Gebiet werden vor allem hochqualifizierte Arbeitskräfte benötigt. Da diese die weichen Standortfaktoren nachfragen, wird es als wichtig erachtet, den Fokus auf das Kultur- und Freizeitangebot bzw. insgesamt die Umwelt- und Lebensqualität zu setzen. Akteur F1 gibt hierzu keine Einschätzung ab.

Da Menschen wirtschaftlichen Wohlstand und ein gutes Image nachfragen, sollte nach Ansicht von Akteur F2 daran gearbeitet werden: „Wirtschaftlicher Wohlstand und ein gutes Image ziehen Menschen an. Daran orientiert wird es noch eine Reihe von Maßnahmen geben, die umzusetzen sind.“ Welche Maßnahmen darunter genau zu verstehen sind, wird jedoch nicht erläutert.

Die Akteure F3ab werden diesbezüglich konkreter. Ihrer Einschätzung nach bietet die Universität bzw. der Bereich Forschung, Wissenschaft und Innovation eine gute Grundlage, um Menschen für den Standort zu gewinnen (Akteur F3b: „Hochqualifizierte kann man natürlich mit einer guten Universität locken und da ist die Universität Duisburg-Essen auf einem guten Weg, würde ich sagen. [...] Ich glaube, der Bereich Forschung/Wissenschaft/Innovation ist schon wichtig. Und da spielt Essen aufgrund seiner Lage in der Region eine zentrale Rolle, weil wir geographisch mittendrin liegen.“). In diesem Zusammenhang ist es ihrer Meinung nach auch wichtig, dass die Menschen einen Raum

vorfinden, der die Kreativität fördert. Hier bietet das Ruhrgebiet und insbesondere Essen eine breite Kulturszene und grüne Qualitäten, wie Akteur F3b erläutert: „Ich finde, dass wir nicht nur in Essen, sondern insgesamt in der Metropole Ruhr eine gute Kulturszene haben. Hier muss man von der Alternativkultur über die Selbstverwirklichung bis hin zur Hochkultur nichts vermissen. Wir haben immer noch mit eine der besten Opern in Deutschland und mit dem Museum Folkwang ein Spitzenmuseum. Wir haben aber auch die Zeche Carl mit einem alternativen Kulturort. Ich glaube, diese Kreativwirtschaft ist durch die *Kulturhauptstadt* sehr stabil. Sie hat sich auch weiterentwickelt. Und die Bildungslandschaft und die Frage nach den Kindergärten und Schulen ist das Entscheidende für Kreative, weil die ja irgendwann vielleicht doch mal Familie gründen wollen.“ Und Akteur F3a ergänzt dazu den Stellenwert des Freiraums: „Ich würde durchaus auch als Thema anführen, weil das ja eine Qualität ist, die manch eine Stadt hat, dass man sich an einen Fluss legen kann [...]. Und wir versuchen auch gemeinsam mit dem Ruhrverband, vielleicht auch ein paar Badestellen an der Ruhr hinzukriegen [...]. Aber das Projekt ist noch in der Mache.“ Daraufhin wirft Akteur F3b ein, dass es ein Leitthema innerhalb der Stadt ist, den Menschen in Essen ihren Fluss wiederzugeben („Ich finde, das ist ein schönes emotionales Bild, den Fluss den Menschen wieder zurückzugeben, genauso wie wir den Menschen die Emscher wieder zurückgeben. Im Essener Norden sind das zwar nur zwei oder zweieinhalb Kilometer, aber über das ganze Ruhrgebiet ist es natürlich viel.“). So wird berichtet, dass die Emschergenossenschaft bis zum Jahr 2018 nahezu 500 Millionen Euro auf Essener Stadtgebiet in die Bachzulaufsysteme der Emscher investiert (Akteur F3b: „Und entlang dieser Nord-Süd-Verbindungen verbinden wir ja das Ruhrtal mit dem Emschertal.“).

Für Akteur F4 würde die Verbesserung der Fahrradfreundlichkeit und ein generell verstärkter Fokus auf nachhaltige Mobilität einen großen Mehrwert darstellen. So hat Essen Anfang der 1990er-Jahre die "Rostige Speiche" als fahradunfreundlichste Stadt erhalten. Zwar werden seiner Beobachtung nach bereits Maßnahmen umgesetzt. Jedoch könnte auf diesem Gebiet mehr geschehen, wie er erläutert: „Wenn man es jetzt aber mit Münster oder einer wirklich fahradfreundlichen Stadt vergleicht, ist es halt immer noch mies. [...] Es ist gut, auf den alten Bahntrassen Radwege anzulegen, wenn man sich aber ins Getümmel des Verkehrs stützt, dann macht man das besser mit Helm. [...] Es tut sich durchaus was, aber wir würden uns wünschen, dass das Fahrrad nicht nur als Freizeitspaßfaktor, sondern eben auch als normales Verkehrsmittel einzusetzen wäre. Und das ist immer noch ziemlich schwierig.“ Zwar weiß Akteur F4, dass ein solcher Ansatz in einer Großstadt wie Essen kaum umsetzbar ist, jedoch würde für ihn das Optimum in einer weitgehend autofreien Stadt liegen, die konsequent auf Fahrrad, öffentlichen Nahverkehr und Fußgänger ausgerichtet ist („Es gibt durchaus Städte, die ganze Bezirke autofrei haben. Das ist in Aachen und meines Wissens auch in Belgien so.“). Auch eine Überprüfung der versiegelten Flächen und Windräderstandorte wäre denkbar, um den Standort insgesamt im Sinn der *Grünen Hauptstadt Europas* nachhaltiger zu gestalten („Man könnte ja mal mit den Wegeflächen anfangen. [...] Vor kurzem war zum Beispiel auch ein Termin über Windenergie. Ich verstehe nicht, dass es einen Windatlas der Stadt Essen für Standorte gibt, aber da gar keine Windräder aufgebaut worden sind.“).

### **Weiche Standortfaktoren: Einschätzungen zur Bedeutung**

Die Akteure, die an dieser Stelle eine Antwort geben, schätzen die Bedeutung weicher Standortfaktoren als hoch ein. Die Akteure F1 und F2 stimmen dem zwar auch zu, geben diesbezüglich aber keine konkrete Einschätzung ab. Akteur F2 verweist dazu auf eine bestehende Umfrage. Da sich diese Studie jedoch nicht nur auf den Standort Essen bezieht, werden die Ergebnisse nicht berücksichtigt.

Die Akteure F3ab berichten, dass weiche Standortfaktoren bezüglich der Gewinnung von Fachkräften für Standorte, Unternehmen und Menschen von hoher Bedeutung sind, da die Menschen weiche Faktoren nachfragen. So muss ein Standort im Wettbewerb der Regionen auch Lebens- und Umweltqualität mitbringen, wie Akteur F3b erläutert: „Ich glaube, der Kampf um die kreativsten und innovativsten Köpfe wird bei den Menschen auch über weiche Standortfaktoren laufen. [...] Wenn man dann aber alles zusammen addiert und die Lebenshaltungskosten in München mit Essen vergleicht und dann vielleicht noch die Immobilienpreise vergleicht, und gleichzeitig vielleicht doch nochmal guckt, wie schnell man zur Schule kommt, wo die KITA ist, wo der See ist, wo ich baden möchte, und wie ich Fahrrad fahren kann, dann könnte man sich in einer Gesamtbilanz zwischen München und Essen auch durchaus mit gutem Gewissen für Essen entscheiden.“ Akteur F3a schließt sich diesem Eindruck an: „Ich sehe es absolut genauso. Weiche Standortfaktoren sind für eine Stadt zwingend. Das stellt sich ja in allen Berichten oder allen Artikeln letztlich dar. Das rückt immer stärker in den Vordergrund. Eine Stadt muss im Wettbewerb aller Städte und Regionen einfach auch eine Lebens- und Umweltqualität bieten.“

Die Bedeutung weicher Standortfaktoren für die Menschen, die in einer Stadt leben und arbeiten, wird von Akteur F4 ebenfalls als hoch eingeschätzt. Dabei spielt neben einer attraktiven Lebensumgebung vor allem das Betreuungsangebot für Kinder eine wichtige Rolle, wie er findet: „Für mich persönlich ist das natürlich auch sehr wichtig. Klar. Ich denke, das ist für jeden Bürger wichtig. [...] Generell ist es ja wichtig [...], wie es auch mit Kinderbetreuungsangeboten und so weiter aussieht, weil das ja auch für Familien, die hier herziehen wollen, quasi der Dreh- und Angelpunkt ist. Auch Schulen und so weiter sind ein Thema.“

### ***Einschätzungen zur grünen Infrastruktur***

#### **➤ *Qualität und Quantität der grünen Infrastruktur***

Trotz der angespannten Haushaltslage, die auch an dieser Stelle ein Thema ist, bewerten die meisten Akteure sowohl die Quantität der grünen Infrastruktur als auch deren Qualität, die sich beispielsweise in der Erreichbarkeit, Vielfalt oder Vernetzung auszeichnet, als gut. Ein Akteur bemängelt jedoch, dass diesbezüglich Verbesserungspotenzial besteht.

Akteur F1 hebt hervor, dass 50 Prozent der Stadtfläche als grün anzusehen sind und Essen generell in einer grünen Umgebung liegt. Das Ruhrtal mit dem Baldeneysee und dem Rhein-Herne-Kanal sowie der Emscher Landschaftspark werden hierfür beispielhaft genannt. Diese Einschätzung teilt auch Akteur F2, der angibt, dass Essen die grünste Stadt in Nordrhein-Westfalen ist und dementsprechend ein großes Angebot an Grünstrukturen hat („Vor einiger Zeit wurde damit geworben, dass Essen die grünste Stadt in Nordrhein-Westfalen sei. Insofern gibt es tatsächlich einen hohen Anteil an Grünflächen. Mit dem Grugapark oder auch der *Grünen mitte Essen* gibt es Flächen, die die Attraktivität der Stadt steigern.“). Die Quelle zu dieser Aussage und Bewertungskriterien werden hierzu jedoch nicht genannt.

Konkretere Angaben können die Akteure F3ab machen. Abgesehen von der angespannten Haushaltssituation, die leichte Einschränkungen verursacht, ist die Qualität der Freiräume ihrer Einschätzung nach gut und auch die Quantität ist gegeben (Akteur F3a: „Wir sind ja durchaus die drittgrünste Stadt in Deutschland und insoweit sind wir bei der Quantität sehr gut aufgestellt, denke ich. Da wird auch nicht mehr sehr viel Neues hinzukommen.“). Das Freiraumsystem ist durchdacht und die Erreichbarkeit gewährleistet, wie Akteur F3a erläutert: „Wir haben eigentlich ein sehr

durchdachtes Freiraumsystem. Wir haben eine hervorragende Erreichbarkeit unserer Grünflächen, was auch im Rahmen der *Grünen Hauptstadt Europas* dargestellt wurde. Fast die ganze Bevölkerung kann im Abstand von 500 Metern Grünflächen erreichen. Da gibt es also keine großen Defizite mehr. Woran wir arbeiten, ist eine bessere Durchgängigkeit. Und wenn Sie nach Qualität fragen, müssen wir auch durchaus unserer Haushaltssituation Tribut zollen. Da ließe sich durchaus auch das ein oder andere gestalterisch oder vom Pflegestandard verbessern.“ Akteur F3b ergänzt zudem, dass auch die Vielfalt hervorzuheben ist: „Wir haben auch unterschiedliche Qualitäten. Wir haben ja sehr repräsentative Parkanlagen wie den Schlosspark in Borbeck. Das ist ein ganz bedeutender Landschaftsgarten, auch unter gartendenkmalpflegerischen Gesichtspunkten. Wir haben den Grugapark als das emotionale grüne Herz der Stadt, wo wir aber auch den Pflegestandard aufgrund der Haushaltslage senken mussten.“ Ähnlich wie bei der Aussage von Akteur F2 wurde auch hier nicht berichtet, woran es festgemacht wird, dass Essen drittgrünste Stadt in Deutschland ist.

Anders als die Akteure F1, F2 und F3ab berichten könnte nach Einschätzung von Akteur F4 bezüglich der Qualität und der Quantität der grünen Infrastruktur einiges besser sein: „Es wird dieses Programm und jenes Programm gemacht und das suggeriert immer, dass mehr Freifläche entstehen würde.“ Dabei bemängelt er vor allem, dass selten neue Freiräume entstehen, sondern die Maßnahmen hauptsächlich zu Lasten anderer Freiflächen durchgeführt werden („Es wird ja nie versiegelte Fläche entsiegelt, um neue Freiflächen zu schaffen und dann darauf Wald zu pflanzen, sondern es wird immer Ackerfläche umgewandelt oder sogar Wege durch Gebüsche hindurch gebaut und so weiter und dann als Umweltmaßnahme verkauft.“). Zwar ist das seiner Beobachtung nach nicht überall der Fall, so dass man differenzieren muss („Es gibt auch Stellen, wo das super gut geklappt hat.“). Das Projekt *Neue Wege zum Wasser* sieht er jedoch kritisch, wie er erläutert: „Letztendlich gab es da erstmal unter dem Strich einen Verlust von Grünfläche. Jetzt sind die [Fuß- und Radwege] zwar gut sichtbar [...] und das ist alles sicher positiv zu bewerten. [...] Aber zum Teil ist das auch mit Verlust von natürlichen Strukturen einhergegangen.“ Dennoch werden von ihm auch viele Maßnahmen positiv bewertet („Grundsätzlich ist natürlich das gesamte Umgestaltungssystem der Emscherbachläufe etwas sehr positiv zu Wertendes [...]. Dass die [Strukturen] dann auch durch diese Radwege begehbar sind oder befahrbar sind, ist natürlich auch nicht schlecht.“). Viele Projekte sind seiner Einschätzung nach von zwei Seiten zu betrachten. Das erläutert er am Beispiel der Entwicklungen im Stadtteil Essen-Altendorf: „In Altendorf, wo tatsächlich auch bestehender und nicht sanierungswürdiger Altbaubestand an einigen Stellen, natürlich zugunsten von Neubau, abgerissen worden ist, wurde ein See angelegt. Das ist der sogenannte Niederfeldsee. Das ist allerdings auf der Fläche einer ehemaligen Kleingartenanlage angelegt. [...] Es ist unter dem Strich ja keine Vergrößerung der Freifläche. [...] Und dann gibt es auch in Altendorf eine große Fläche, wo ehemalige Firmenflächen von ThyssenKrupp, die auch belastet waren, begrünt worden sind. [...]. Der hübsche Park ist sicherlich für den Stadtteil sehr nett. Wenn man aber weiß, was da unten drunter ist, vergisst man das natürlich nicht.“

#### ➤ *Nutzungsvoraussetzungen grüner Infrastruktur*

In Essen ist es laut zwei Akteuren wichtig, weiter an der Behebung des Nord-Süd-Gefälles, das sich auch im Freiraum widerspiegelt, zu arbeiten. Zu den Nutzungsvoraussetzungen grüner Infrastruktur zählen die Akteure vor allem eine gute Vernetzung, die auch Akteur F1 anspricht. Hierin sieht er eine oftmals schwierige Aufgabe, die jedoch auch der Klimastabilisierung dient. Akteur F2 gibt keine Auskunft darüber, wie die grüne Infrastruktur an sich strukturiert sein sollte.

Eine umfangreiche Einschätzung zu dieser Frage geben die Akteure F3ab, die bei der Arbeit mit den Grünstrukturen vor allem das Thema der Vernetzung für wichtig erachten. Akteur F3a erläutert das Vorgehen der Stadt näher: „Nachdem wir Wasserflächen wie den Niederfeldsee, den See im Krupp-Park, aber auch den See hier vorne im Universitätsviertel geschaffen haben, haben wir ja den Fokus stärker auf die Verbindung all dieser Qualitäten gelegt. Was schon mehrfach anklang ist, den Essener Süden mit dem Norden, aber auch mit den ganzen Stadtteilen zu verbinden. Das zu verbessern, steht bei uns im Fokus. Und da arbeiten wir die nächsten Jahre weiter dran.“ Zudem werden die Strukturen ihrer Auskunft nach auch an den Klimawandel angepasst, was ein weiteres wichtiges Thema ist, um die Freiräume langfristig stabil zu halten. Auch dieses Vorgehen ist für die Nutzung, gerade im Zusammenhang mit dem demographischen Wandel und den Bedürfnissen älterer Menschen, relevant.

Bezüglich der Vernetzung, der auch Akteur F4 einen hohen Stellenwert zuschreibt, wird noch Verbesserungsbedarf gesehen. Hierbei spielt für ihn vor allem das bereits angesprochene Nord-Süd-Gefälle eine Rolle. So erläutert er, dass die Schwerpunkte der Freizeitnutzung im Süden liegen („Diese Ausflugsgebiete sind eindeutig im Süden. Also zum Beispiel der Baldeneysee und der Stadtwald in Kettwig, was vom historischen Stadtkern auch sehr attraktiv ist und eben diesen Wald drum herum hat, liegt eindeutig im Süden.“). Der Norden gilt als benachteiligt, obwohl es seitens der Stadt durchaus Bemühungen gibt, das zu ändern („[Es ist so, dass der Norden] im Grunde genommen immer noch benachteiligt ist, obwohl von der Planung und auch von der Realisierung her da viel passiert ist. [...] Aber mein Eindruck ist eben, dass das in den Köpfen der Leute auch noch nicht so angekommen ist.“). So werden verschiedene Strukturen seiner Beobachtung nach gegenwärtig nicht von der Bevölkerung angenommen. Das erläutert er am Beispiel eines Essener Stadtparks: „Der Segerothpark wird auch zum Beispiel von der Bevölkerung nicht so als Park angenommen, obwohl der durchaus sehr schön ist. Also jetzt nach dem Sturm Ela war ich zwar noch nicht drin, aber der ist durchaus attraktiv.“ Die Gründe dafür liegen wahrscheinlich in der Vergangenheit des Standortes, wie er vermutet: „Vielleicht ist das so, weil die Leute mit Segeroth einfach nichts zu tun haben wollen. Das hat noch einen schlechten Klang von früher. Das war eine unschöne Ecke hinter der Universität, die zu einem Park umgewandelt worden ist. Das sind halt auch ehemalige Friedhöfe [...]. Das nutzen schon einige Leute, die vielleicht da in der Gegend wohnen, aber wenn man jemand aus dem Süden sagt, dass der Segerothpark doch eigentlich auch ganz schön ist, dann reagieren alle, als ob sie das noch nie gehört hätten.“

#### ➤ *Wert grüner Infrastruktur*

Der Wert grüner Infrastruktur für Standorte, Unternehmen und die in der Stadt lebenden und arbeitenden Menschen wird von den Akteuren zum Beispiel in einer Anhebung der Lebensqualität gesehen, die durch attraktive Freiraumstrukturen gesteigert werden kann. Auch in der Stadtentwicklung spielt dieser Faktor laut einer Akteursgruppe eine Rolle, da er die wirtschaftliche Entwicklung fördern kann und Grünstrukturen im privaten und beruflichen Umfeld nachgefragt werden. Akteur F4 gibt diesbezüglich keine Einschätzung ab. Akteur F1 bezieht sich in seiner Einschätzung vor allem auf den Einfluss grüner Infrastruktur auf die Lebensqualität der Menschen, den er erkennt. Zudem gibt er an, dass die urbanen Grünstrukturen ein Standortfaktor für Unternehmen aus dem Bereich der gehobenen Dienstleistung sein können, da sie sich positiv auf die Außenwahrnehmung des Unternehmens und das Wohlbefinden der Beschäftigten auswirken.

Laut Akteur F2 liegt der Wert grüner Infrastruktur vor allem in ihrem Mehrwert für die Freizeit der Menschen. Er schätzt den Freizeitwert des gesamten Ruhrgebiets, der sich auch in der grünen Infrastruktur wiederfindet, als hoch ein („Das Ruhrgebiet als Ballungsraum mit dem hohen Freizeitangebot ist ein wichtiger Faktor.“). An anderer Stelle hält er jedoch fest, dass die grüne Infrastruktur nur in Verbindung mit anderen Faktoren einen Mehrwert darstellen kann: „Grüne Infrastruktur allein stellt aus meiner Sicht keinen Mehrwert dar. Es kommt auf eine sinnvolle Verbindung mit weiteren Elementen wie wirtschaftlicher Entwicklungsmöglichkeit, Verfügbarkeit von gut qualifizierten Fachkräften, unternehmerfreundlicher Kommune, Umfeld und guter Erreichbarkeit an. In diesem Zusammenspiel kann grüne Infrastruktur positive Effekte bewirken.“

Da eine grüne Stadtentwicklung laut der Akteure F3ab andere Nutzungen in der Entwicklung befördern kann, hat sie auch für Unternehmen einen hohen Wert. Dieser Zusammenhang wird von Akteur F3b anhand von Beispielen innerhalb der Stadt Essen näher erläutert: „Wir haben in den letzten knapp zehn Jahren gemerkt, dass die grüne Stadtentwicklung eigentlich die anderen Nutzungen in der Entwicklung anschiebt. Als Beispiel nenne ich jetzt unser Universitätsviertel. Da haben wir 2009 im Hochsommer den Park mit Wasserflächen eröffnet. Drum herum war schon seit 20 Jahren nur Brache und wenige Monate später waren alle Kaufverträge für 500 Wohneinheiten unterschrieben. [...] Das heißt, das Vertrauen der Investoren hat sehr viel mit der öffentlichen Vorleistung in Grün und Infrastruktur zu tun. Das gilt auch indirekt für den Krupp-Park, weil ThyssenKrupp ja aus Düsseldorf wieder zurückgekommen ist. [...] Das ist auch als drittes Beispiel beim Niederfeldsee in Altendorf der Fall, wo wir Wohnungsbau auch mit Grün und Wasser angeschoben haben.“ Das wird auch von Akteur F3a bestätigt: „So haben wir an einer Perlenkette, die sich Rheinische Bahn nennt, auch ein Entwicklungsband mit genau diesen Projekten, wo eben Grün in Vorleistung gegangen ist und ganz deutlich war, dass dieses Grün dann privates Invest angeschoben hat.“ Zudem ergänzt Akteur F3a, dass urbane Grünstrukturen auch von der jüngeren Generation im Lebensumfeld, Wohnquartier oder Arbeitsbereich nachgefragt werden.

#### ➤ *Grüne Infrastruktur und Immobilienwerte*

Bis auf Akteur F4, der hierzu keine Einschätzung abgibt, gehen alle Akteure davon aus, dass sich ein attraktives, grünes Umfeld auf die Immobilienwerte auswirkt. Diese Auffassung vertritt auch Akteur F1, der jedoch betont, dass Grünstrukturen im Anschluss auch gepflegt werden müssen, was wiederum Kosten verursacht. Ähnlich kritisch bewertet diesen Faktor Akteur F2, der einen Einfluss von attraktiven Freiräumen auf Immobilienwerte zwar vermutet. Er geht jedoch davon aus, dass diese nicht isoliert betrachtet werden können, sondern nur in Kombination mit anderen Faktoren von Bedeutung sind („Der Faktor "Grün" wird sicherlich einen Einfluss haben, jedoch kommen eine Reihe weiterer, zum Teil wichtigerer Faktoren wie die Lage, das Umfeld, der Zustand, die Erreichbarkeit oder Ausstattung dazu.“).

Die Akteure F3ab können allerdings berichten, dass es in Essen die Tendenz gibt, dass ein hochwertiges und grünes Umfeld die Mietpreise stabilisieren und teilweise auch steigern kann. Diesbezüglich berichtet Akteur F3b von Untersuchungen innerhalb der Stadt Essen: „Professor Niemann von der Universität Duisburg-Essen hat eine Evaluation zu dem Leitprojekt *ESSEN.Neue Wege zum Wasser* gemacht. Und da hat er sich zumindest mal die Mietpreisentwicklung nach Bau des Sees, nach Bau der rheinischen Bahn, nach Abriss der alten Wohnungen und nach Neubau durch [das Immobilienunternehmen] Allbau angeguckt. Das heißt, man kann es anhand der Mietpreisentwicklung schon nachvollziehen, dass es eine Stabilisierung oder sogar ein Steigen gibt.

Im Gegensatz zu Bonn haben wir ja keinen ganz so angespannten Mietwohnungsmarkt, aber man sieht, dass es dort zu Mietpreisstabilisierungen kommt. Und ich bin auch sicher, [...] dass das auch zur Stabilisierung von Bodenpreisen führt.“ Akteur F3a ergänzt dazu, dass es als bestätigt gilt, dass sich eine attraktive, grüne Umgebung auf Immobilienwerte auswirkt („Das findet man ja auch nicht umsonst in jedem Immobilienteil. Da wird ja dann letztlich bei der Immobilie auch gleichzeitig mit dem grünen Umfeld geworben.“).

➤ *Grüne Infrastruktur und Klima- sowie Gesundheitsaspekte*

Dass sich Grünstrukturen nicht nur auf das urbane Klima, sondern auch auf die Lebensqualität und das Wohlbefinden von Menschen auswirkt, wurde von mehreren Akteuren bereits angesprochen und wird an dieser Stelle auch noch einmal von Akteur F1 zum Ausdruck gebracht. Während Akteur F2 diesbezüglich keine Einschätzung abgibt, berichten die Akteure F3ab, dass dieser Themenkomplex auch in Zusammenhang mit der menschlichen Gesundheit in der praktischen Arbeit stark berücksichtigt wird. Dort findet eine Kopplung an die Themen Lärm, Stadtklima und Luftqualität statt (Akteur F3b: „Das Thema Luftqualität ist natürlich bei der Gesundheit wichtig. [...] Und das hat wieder sehr viel mit Wasser und Grün zu tun, um das zu beeinflussen.“). Gerade das Thema Sport wird durch den gesellschaftlichen Wandel künftig stärker in die Überlegungen mit einfließen müssen, wie Akteur F3b erläutert: „Die Leute haben einen anderen Lebensrhythmus und deswegen macht man ja sehr viel. Man joggt im Wald und man macht ja teilweise inzwischen auch schon Übungen zur Stärkung der Muskulatur an öffentlichen Plätzen und nicht mehr in der Muckibude. Das heißt, der vereinsungebundene Sport steigt im Anteil, und der findet ja in der Regel im Freiraum statt.“ So erzählt er, dass es im Grugapark im Winter bereits kostenfrei beleuchtete Joggingstrecken gibt („Also von daher ist das Thema Bewegung und Gesundheit sehr aktuell.“). Akteur F3a führt strategische Partnerschaften ins Feld, die denkbar wären: „Manches Mal glaube ich auch, dass wir vielleicht nochmal versuchen sollten, an die Krankenkassen heranzukommen, um denen deutlich zu machen, wie wichtig wir oder unsere Freiräume letztlich für die Gesunderhaltung der Bevölkerung sind.“ So sieht er im Bereich der Gesundheit noch deutlich mehr Potenzial, das Thema an die urbanen Freiräume zu koppeln („Ich glaube, aus diesem Thema Gesundheit und Grün könnte man noch mehr draus machen.“). Dem stimmt auch Akteur F3b zu, der das Potenzial des Freiraums als Lärmpuffer anspricht: „Bisher wird Feinstaub und sicherlich klimatisch auch die Temperatur in Bezug auf Hitzeinseln oder vielleicht auch noch Retention bei Hochwasser mitgedacht, aber das Thema Lärminderung und Grün ist jetzt eher so im Kommen. Wie schütze ich die Menschen vor dauerhaften Lärmpegeln? Und da sind die Grünflächen natürlich in einer bestimmten wohnortnähe auch wichtig für Wohngebiete.“ Laut Akteur F3a wird aktuell daran gearbeitet, die Waldflächen zum Erholungswald weiterzuentwickeln. Zudem ist die Anpassung der Freiräume an den Klimawandel seiner Auskunft nach ein Themenschwerpunkt („Gleichzeitig haben wir rund 160.000 Straßenbäume oder Bäume an Straßen und in Parks, die nicht zum Wald gehören. Dort haben wir auch eine Anpassung an einen möglichen Klimawandel durch die Wahl verschiedenster Baumarten ganz stark im Fokus, dass wir eben auch für nähere Zukunft gut aufgestellt sind, um zu schauen, welche Baumarten sich hier in Essen dauerhaft halten können.“). Das erläutert Akteur F3b genauer: „Wir arbeiten ja auch mit Bundesforschungsprojekten. Wir haben zur Klimaanpassung im Umweltamt gerade urbane Strategien zur Klimaanpassung abgeschlossen. [...] Dann arbeiten wir sehr stark im Netzwerk *Dynaklim*. Da geht es um die dynamische Anpassung im Klimawandel in Bezug auf Flüsse und Wasserflächen. Das macht die Emschergenossenschaft, aber da machen alle Städte mit.“

Auch Akteur F4 vertritt die Meinung, dass Fragen des Stadtklimas und der Gesundheit in Zusammenhang mit den Freiräumen in der Stadt besprochen und durch Maßnahmen bearbeitet werden. So berichtet er, dass im Rahmen der Klimawerkstatt die Auswirkungen des Klimawandels auf die Bevölkerung der Stadt untersucht werden. Dabei ist auch ein Thema, wie sich Freiflächen mildernd auf die Situation auswirken würden, wenn man sie an verschiedenen Orten schaffen würde. Seiner Beobachtung nach hat sich das auch auf das Handeln der Stadt ausgewirkt („Das war sicherlich auch zum Beispiel ein Grund dafür sein, diesen Niederfeldsee so zu gestalten wie er denn nun ist. Also einmal geht es um Stadtquartierserneuerung und -verbesserung und gleichzeitig wird das eben auch gemacht, weil es ein solch eng bebautes Areal war, in dem sich die Hitze sehr schön staute. Deswegen wurde für Altendorf so eine Freifläche geschaffen, die sich auch klimatechnisch günstig auswirkt und durch Verdunstung ein bisschen kühlt und so weiter.“). Dennoch gibt es seiner Einschätzung nach auf diesem Feld noch deutliches Verbesserungspotenzial. So empfindet er die Versiegelungsrate als viel zu hoch und sieht in der schwachen Rate an Dachbegrünung kaum eine Wirkung auf das Stadtklima: „Es gibt ja schon ganz lange [Ideen], dass man mit Efeu oder wildem Wein grüne Hüllen um die Häuser legt, die sich auch klimatechnisch positiv auswirken. Das kostet nahezu nichts. Das ist nur ein bisschen Arbeit. Aber es läuft nahezu überhaupt nicht. Und das ist natürlich sehr enttäuschend. [...] Und es gibt heute ja schon Vertikalgärten, die man an hohen Häusern anlegen kann. Technisch ist das alles machbar. Von daher geht uns das alles immer viel zu langsam.“

### **Aktivitäten von städtischer, unternehmerischer und privater Seite**

#### ➤ *Stadt- und Freiraumentwicklung*

Die Projekte Essens im Bereich der Stadt- und Freiraumentwicklung sind laut Aussage der Akteure vielfältig. Zum einen hat sich die Stadt um den Titel der *Grünen Hauptstadt Europas* beworben und diesen nun für das Jahr 2017 gewonnen. Des Weiteren wird von zahlreichen Projekten wie dem Universitätsviertel oder *ESSEN.Neue Wege zum Wasser* berichtet, bei denen die grüne Infrastruktur spezielle Berücksichtigung findet. Wie auch schon in Bottrop und Dortmund erwähnt wird auf verschiedenen Ebenen und seit langer Zeit mit dem Umland kooperiert. Das ergibt vor allem Sinn, weil die Übergänge der Städte im Ruhrgebiet oftmals fließend sind. So gibt es für die Städte Bochum, Essen, Gelsenkirchen, Herne, Mülheim an der Ruhr und Oberhausen auch einen regionalen Flächennutzungsplan.

Akteur F1 berichtet von mehreren Projekten der Stadtentwicklung und des Stadtumbaus, die gegenwärtig von der Stadt bearbeitet werden und urbane Grünstrukturen thematisch inkludieren. So entsteht seiner Aussage nach mit dem *Universitätsviertel - grüne mitte Essen* ein innenstadtnahes Wohn- und Arbeitsquartier, das einen hohen Grünanteil vorweisen kann. Des Weiteren wird vom Krupp-Gürtel berichtet, der durch den Abbruch von Industriebrachen und die Umwandlung von belasteten Böden in landschaftliche Qualitäten entstanden ist und verschiedene Nutzungen wie Arbeiten, Wohnen und Freizeit umfasst. Zudem berichtet auch er über den Umbau am Niederfeldsee in Essen-Altendorf, im Rahmen dessen eine Seepromenade entstanden ist. Zudem wird der Gewerbepark M1, der von Wald eingerahmt ist, thematisiert. Seiner Aussage nach soll die Lage dazu beitragen, den Beschäftigten einen Erholungsraum für die Mittagspause zu Verfügung zu stellen. Der hohe Grünanteil wird unter anderem über Maßnahmen der Dach- und Fassadenbegrünung erreicht, wie er erläutert. Weiter erklärt er, dass ein Pflegevertrag bei Kauf von Flächen der Unterhaltung der öffentlichen Grünanlagen dient, die den Eigentümern übertragen wird. Generell wird gegenwärtig darauf Wert gelegt, dass keine Umwandlung von Freiflächen, sondern nur eine Umnutzung von

Industriebrachen stattfindet, wobei die Grenzen des Machbaren seiner Einschätzung nach langsam erreicht sind. Neue Mobilität hält er generell für ein Thema ist der Stadt. Neben der Rheinischen Bahn, wobei es sich um einen Fahrradweg auf einer ehemaligen Güterbahntrasse handelt, berichtet er von der Idee, die Universitätsstandorte und Gewerbegebiete mit Fahrradwegen zu verbinden. Regionale Kooperationen finden seiner Erzählung nach vor allem über die Metropolregion Ruhr statt. Dabei ist Wasser als verbindendes Element zu sehen, was auch durch den ökologischen Umbau des Emscher-Systems seit vielen Jahrzehnen einen thematischen Schwerpunkt darstellt.

Das Engagement der Stadt in dem Bereich der Freiraumentwicklung wird von Akteur F2 als hoch empfunden: „Mit der grünen Mitte und verschiedenen Radtrassen wird eine ganze Reihe für die grüne Infrastruktur gemacht.“ Gerade vor dem Hintergrund einer angespannten Haushaltslage stellt sich dabei seiner Meinung nach generell die Frage nach der Prioritätensetzung („Bei der Frage nach dem "genug investieren" kann man sich immer fragen, was "genug" eigentlich ist und welche anderen Bereiche wie Straßen, Schulen oder ÖPNV ebenfalls noch dringende Investitionen erfordern. Insofern muss die Stadt hier immer abwägen und Prioritäten setzen.“).

Den umfassendsten Überblick über die aktuelle Situation der Stadt im Bereich der Stadt- und Freiraumentwicklung geben die Akteure F3ab. Thematisiert werden unter anderem die Entwicklungen um das Universitätsviertel, das Kruppareal und den Bereich des Niederfeldsees, die auch den bestehenden Bedarf an qualitativ hochwertigem Wohnraum bedienen (Akteur F3b: „Eigentlich bräuchten wir noch viel mehr davon. [...] Die Frage ist nur, wo sie stattfinden. Sie sollten natürlich möglichst nicht zu Lasten des Landschaftsraumes in den Außenbereich gehen, sondern da müssen wir schon intelligenter rangehen und da ist der Krupp-Gürtel natürlich ein super Beispiel, wo jetzt auf einer ehemaligen Realmarktfläche Wohnungsbau entsteht.“). Akteur F3b ergänzt zudem, dass Essen für das Universitätsviertel im Jahr 2013 einen Immobilien-Award in der Kategorie Stadtentwicklung gewonnen hat („Es ist also nicht so, dass das nicht auch in der Immobilienbranche bundesweit als eine sehr kreative Stadtentwicklungsstrategie wahrgenommen wird.“). Bezüglich der Freiraumentwicklung ist Akteur F3a der Meinung, dass es zwar wenig einzelne Projekte gibt, die bundesweite Ausstrahlungskraft besitzen, diese Wirkung aber von den Entwicklungen um die *Grüne Hauptstadt Europas* erzielt werden kann („Wir haben vielleicht mit Ausnahme des Krupp-Parks nicht das Projekt, was bundesweit ausstrahlt, weil wir uns sehr stark dezentral und über das gesamte Stadtgebiet bewegen. [...] Aber solche Themen wie die *Grüne Hauptstadt Europas* könnten das schon im Endeffekt sein, weil man dann natürlich schon neugierig wird und schaut, wie sich Essen aufgestellt hat.“). Der Umgang mit dem Freiraum ist somit flächendeckend ein Thema, was aktuell auch das Programm *ESSEN.Neue Wege zum Wasser* zeigt. Dabei sollen vor allem Norden und Süden vernetzt werden. Zudem wird kontinuierlich an den Waldflächen, den Parkanlagen und der generellen Durchgängigkeit gearbeitet, wobei die Anpassung an den Klimawandel ein zentrales Thema ist (Akteur F3a: „Im Rahmen von Stadtumbaumaßnahmen gibt es immer wieder auch die Überarbeitung von Parkanlagen [...]. Wir arbeiten weiter an der Durchgängigkeit und versuchen auch im Rahmen unserer Möglichkeiten, den Bestand weiterzuentwickeln.“). Die regionale Kooperation ist gut ausgeprägt, so dass man bei vielen Projekten mit anderen Kommunen kooperiert. Das erläutert Akteur F3a wie folgt: „Gerade beim Emscher Landschaftspark gibt es Maßnahmen, die wie Radwege und die Rheinische Bahn über die Stadt hinausreichen. [...] Letztlich endet unser Wegesystem beispielsweise nicht an den Stadtgrenzen, sondern wir denken immer die Nachbarstädte mit.“ Viele der großen Projekte waren ursprünglich bzw. sind immer noch als Metropolenprojekte ausgelegt. So hat die Regionalbewerbungsinitiative bei der *Grünen Hauptstadt Europas* laut Akteur F3b dazu

geführt, dass es in der Metropole Ruhr bereits acht Workshops zum Thema "Nachhaltige Metropole Ruhr" gab („Das heißt, diese Idee der Regionalbewerbung hat jetzt nicht dazu geführt, dass die [Überlegungen] in die Schublade gewandert sind, sondern dass daraus jetzt eine Debatte in der Region über gemeinsame Umweltziele angestoßen wurde.“). Weiter thematisiert Akteur F3a den Gewässerausbau der Emscher und die regionalen Grünzüge an den Stadtgrenzen, was laut Akteur F3b zeigt, dass regionale Kooperationen schon seit Jahrzehnten bestehen („Da liegt die regionale Kooperation sozusagen in der Wiege dieser Region, weil man diese Themen nie alleine lösen konnte.“).

Eine kritische Anmerkung kommt an dieser Stelle von Akteur F4, der der Meinung ist, dass bei Projekten wie dem Universitätsviertel vor allem die Bebauung und weniger der Freiraum im Vordergrund steht. Seiner Auffassung nach wäre es Aufgabe der Stadtverwaltung, entsprechende Voraussetzungen zu schaffen, "grüner" zu bauen. Die Entwicklungen der letzten Jahrzehnte weisen seiner Einschätzung nach jedoch nicht darauf hin, dass sich das in nächster Zeit nicht ändern wird („Als ich in den 1980er-Jahren aus Bonn hierher zurückgekommen bin, haben wir zum Beispiel über Fassadenbegrünung gesprochen und gesagt, dass es das doch wäre. [...] Und da hat sich vielleicht im Promillebereich was getan oder noch nicht mal. Dafür ist bei anderen wieder der Efeu abgerissen worden. Unter dem Strich ist also kein Mehr, sondern ein Weniger herausgekommen.“). Das begründet er unter anderem mit den Strukturen der Verwaltung: „Zum Beispiel wird, soweit ich weiß, bei der Verwaltung in der unteren Landschaftsbehörde auch stellenmäßig oder stundenmäßig oder wie auch immer eingespart. Oder es wird einfach der Arbeitsdruck erhöht, ohne dass die Leute dafür mehr Zeit kriegen. Also bleibt mehr liegen und weniger kontrolliert. Also hat der Mensch XY, der gegen Gesetze verstößt, gute Chancen, dass er überhaupt nicht zur Rechenschaft gezogen wird, weil überhaupt keine Zeit dafür da ist, sich damit zu beschäftigen.“ So kam es in der Vergangenheit seiner Beobachtung nach sogar zu einer Verringerung der Freiräume: „Was Grün und Gruga angeht, ist an der Gruga selbst, also an diesem großen Park, ja schon immer wieder sehr geknabbert worden. Zum Glück ist die Bevölkerung da sehr aufmerksam und wehrt sich in der Regel gegen Flächeninanspruchnahme der Gruga immer sehr aktiv.“ Diese Entwicklungen führt er unter anderem auf die Haushaltssituation der Stadt zurück („Dass sie da vielleicht auch nicht mehr so viel Geld reinstecken können, ist auch klar, weil die Stadtkasse klamm ist. Insofern ist das schwierig.“).

➤ *Aktivitäten von privater und privatwirtschaftlicher Seite bezüglich "grüner" Themen*

Laut Beobachtung der Akteure gibt es Unternehmen, die in "grüne" Projekte investieren. Beispiele dafür sind der Außenbereich der Firma ThyssenKrupp oder die Zeche Zollverein mit ihrem Industriepark. Hier dienen die Bemühungen vor allem der Verbesserung des eigenen Images und der Repräsentativität. Einige Unternehmen engagieren sich auch im Projekt Ökoprofit oder haben an der Aktion FirmenGärten teilgenommen. Dabei geht es ebenfalls um die Wirkung auf das Image, aber auch um die Nutzung von Kosteneinsparpotenzialen. Zudem weiß eine Akteursgruppe zu berichten, dass es kleine Sponsoring-Projekte von Gartenbauunternehmen bezüglich der Unterhaltung von Kreisverkehren gibt oder eine Gruppe von Unternehmen den Grugapark finanziell unterstützt. Das sorgt nicht zuletzt für Werbung. Auch Privatleute interessieren sich für die Grünstrukturen in der Stadt, was unter anderem das Aufkommen von Urban Gardening-Initiativen zeigt.

Akteur F1 berichtet vom Außenbereich des RWE-Towers, deren attraktive Gestaltung vor allem der Unternehmenspräsentation dient. Weiter erzählt er, dass die Firma ThyssenKrupp ihren Außenbereich aus vergleichbaren Gründen mit einem Wasserbecken und Baumreihen

landestypischer Bäume der Geschäftspartner gestaltet hat. Zudem vertritt er die Auffassung, dass der Grugapark und das Messegelände, die in unmittelbarer Nachbarschaft zueinander liegen, sich mit ihrem Angebot und der Gestaltung gegenseitig aufwerten. Industriepark und Industriewald der Zeche Zollverein tragen seiner Einschätzung nach ebenfalls zur Attraktivität der Anlage bei. Die urbanen Grünstrukturen werden von ihm vor allem als repräsentativer Raum gesehen, der für Mittelstand und Unternehmen mit Beziehung zum Standort interessant ist, da bei großen Konzernen die Aktionäre nach Wirtschaftlichkeit entscheiden und keinen Bezug zum Standort haben.

Bezüglich der Aktivität von Unternehmen im "grünen" Bereich nennt Akteur F2 vor allem das Projekt Ökoprofit, aber auch den *FirmenGärten*-Wettbewerb, wobei vor allem bei ersterem technische Aspekte und Einsparungspotenziale im Vordergrund stehen („Auch in Essen beteiligt sich eine ganze Reihe von Unternehmen an dem Projekt Ökoprofit. Hier wird aufgezeigt, wie die Betriebe Ressourcen einsparen und gleichzeitig "Profit" machen können. Darüber hinaus hat sich der IHK-Bezirk [Essen] auch an der Aktion *FirmenGärten* beteiligt. Gerade auch bei Neubauten oder Modernisierungen achten viele Unternehmen auf eine ressourcensparende Bauweise.“).

Das Projekt *FirmenGärten* ist auch Akteur F4 ein Begriff. Darüber hinaus ist ihm wenig unternehmerisches Engagement bekannt („Das mit der Gestaltung der Innenhofgärten von solchen Hochhäusern habe ich auch schon gesehen, aber dass sich jetzt Firmen speziell solche Dinge auf die Fahne geschrieben haben, wüsste ich nicht.“). Nach kurzem Überlegen verweist er zudem auf BAUM, den Bundesdeutschen Arbeitskreis für umweltbewusstes Management („Da geht es auch auf jeden Fall um Firmen und Umweltschutz oder auch Freiflächen und so weiter. Und da haben sich auch welche beworben, aber da müsste ich nachfragen, welche Firmen das wohl waren und ob das was bringt.“). Weiter nennt er einen Pferdespezialfutterhersteller, dessen Verwaltung in einem Essener Gewerbegebiet liegt („Das Häuschen ist auch total ökologisch gebaut und hat ein Kiesdach.“). Abschließend berichtet er vom Hügelpark, der seiner Meinung nach auch ein Beispiel für "grünes" Engagement darstellt: „Das ist ja der Kruppsche Park und die haben auch eine eigene interne Verwaltung, soweit ich weiß. [...] Und der Park ist auch Landschaftsschutzgebiet. Da hat die Stadt durchaus einen Blick drauf.“

Die Akteure F3ab können ergänzen, dass die Gestaltung von Kreisverkehren zum Teil von Betrieben des Garten- und Landschaftsbaus übernommen wird, was vor allem der eigenen Werbung dient. Das erläutert Akteur F3b wie folgt: „Die machen Sponsoring-Geschichten für den Umbau eines großen Kreisverkehres, den wir gerade zurückbauen und mit Bäumen und Pflanzen grün machen, oder auch Mustergartenanlagen in eigener wirtschaftlicher Trägerschaft im Grugapark, um den Menschen zu zeigen, wie nachhaltig auch der private Gartenbau sein kann. Das ist natürlich immer auch verbunden mit der Idee, Aufträge zu generieren, aber erstmal machen sie es mal und die öffentliche Hand muss es nicht tun.“ Diesen Eindruck teilt auch Akteur F3a („Es gab auch mal einen Garten- und Landschaftsbaubetrieb, der Straßenbäume entlang des Innenstadtrings gepflanzt hat. Und so gibt es überall immer mal Beispiele, wo sich Unternehmer einbringen. Meistens ist das direkt vor ihrer Haustüre, aber manchmal auch innerhalb des sonstigen Stadtgebiets.“). Generell gibt es immer wieder Einzelmaßnahmen, bei denen sich Firmen engagieren. RWE sponserte zum Beispiel die Beleuchtung für den Grugapark (Akteur F3a: „Oder was mir noch einfallen würde, wäre jetzt durchaus dieses Sponsoring von RWE mit der Beleuchtung im Grugapark.“). Für den Park gibt es zudem einen Stiftungsverein, der Gelder sammelt. Vorbild ist dabei die Kölner Grün Stiftung, wie Akteur F3b sagt: „Da sind über 20 Unternehmen, auch große und mittelständische Unternehmen der Stadt, vereint, um den Grugapark zu unterstützen [...] Da sammeln wir jetzt auch über so einen

Grugapark-Stiftungsverein Gelder ein und das ist im Wesentlichen die Wirtschaft, um dem Park zu helfen. Wir haben ein Parkentwicklungskonzept mit starker öffentlicher Beteiligung der Bürger entwickelt und es ist ein bisschen die Idee der in Köln bestehenden Grüngürtelstiftung. Das war das Vorbild.“ Das bürgerschaftliche Engagement für das urbane Grün empfindet Akteur F3a ebenfalls als stark ausgeprägt („Es gibt dann natürlich auch den Bürger, der sich durchaus einbringt. Der bringt sich im Grugapark ein. Dort gibt es auch rund 40 Freiwillige, die bei unterschiedlichen Arbeiten teilnehmen. Es gibt auch auf Spielplätzen Patenschaften und auch einige tausend Baumbepflanzpatenschaften.“). Auch die Nachfrage nach Urban Gardening steigt, wie Akteur F3b berichtet: „Das geht bis hin zu Urban Gardening, dass man da jetzt auch teilweise beginnt. Im Siepental haben wir ein Projekt mit 3.000 Quadratmetern, wo die Bürger dann auch in einer öffentlichen Grünanlage bewirtschaften und ernten dürfen.“

### **Standortmarketing unter Einbezug "grüner" Themen (Potenziale und Hemmnisse)**

Was die Berücksichtigung "grüner" Themen im Standortmarketing angeht, berichten zwei Akteure vom Programm *ESSEN.Neue Wege zum Wasser* sowie von der Bewerbung zur *Grünen Hauptstadt Europas*, wobei es sich auch um wichtige Themen für die Außendarstellung handelt. Ein Akteur ist jedoch der Meinung, dass Städte wie Münster auf diesem Gebiet deutlich fortgeschrittener sind. Akteur F2 gibt diesbezüglich keine Einschätzung ab.

Während Akteur F1 nur kurz berichtet, dass die Bewerbung Essens um den Titel der Umwelthauptstadt ebenso wie das Programm *ESSEN.Neue Wege zum Wasser* für die Außendarstellung der Stadt in der Vermarktung genutzt werden, gehen die Akteure F3ab etwas genauer auf diese Thematik ein. Sie bestätigen, dass im Standortmarketing gerne mit den Vorzügen von Grünstrukturen gearbeitet wird (Akteur F3b: „Entweder wirbt man mit Grün oder Wasser. Mit grüner Infrastruktur wird auch das Marketing in der Werbung für die genannten Objekte gemacht.“). Auch die Stadt Essen vermarktet ihre grünen Projekte, wie Akteur F3b berichtet: „Wenn ein Viertel wie das Universitätsviertel "grüne Mitte" heißt, dann sieht man auch, dass das im Marketing natürlich auch sofort mitläuft.“ Als besonders wichtig und in der Bedeutung steigend wird dabei das Angebot im Internet und in den sozialen Netzwerken erachtet (Akteur F3b: „Wenn man jetzt *Grüne Hauptstadt* wird, sollte man es auch irgendwie [bewerben]. Wir haben auch eine schöne Internetseite zu *ESSEN.Neue Wege zum Wasser*. Wir haben auch ein tolles interaktives Portal zum Radfahren. Ein Radfahrportal, [...], wo sie sogar dynamisch Ihre Routen selbst planen können. Und das sind Dinge, wo die Menschen inzwischen schon ziemlich drauf abfahren. [...] Auch die sozialen Netzwerke sind für uns immer wichtiger. Das läuft beim Grugapark sehr aktiv. Die Stadt selbst arbeitet auch in Twitter, Facebook etc. Das ist ja heute Standard. [...] Von daher muss man da heute mitspielen, wenn man die Bürger erreichen will.“).

Anders als die Akteure F3ab empfindet Akteur F4 die "grünen" Marketingaktivitäten der Stadt Essen im Vergleich zu anderen Städten als wenig fortschrittlich („Die Stadtverwaltung Münster ist ja in Sachen Müll und in verschiedensten Aspekten viel fortschrittlicher, und das schon seit Jahrzehnten.“). Ideen für die Bekämpfung möglicher Hemmnisse bestehen jedoch auch nicht.

### **Grüne Infrastruktur: Bedeutung für Standorte und deren Marketing**

Alle Akteure sind sich darin einig, dass die grüne Infrastruktur ein Standortfaktor ist. Während die meisten Gesprächspartner die Bedeutung hoch einordnen, ist ein anderer mit seiner Einschätzung zurückhaltender. Auch die Bedeutung für das Standortmarketing schätzt er geringer ein als die

übrigen Akteure, die das Potenzial für hoch und noch zunehmend halten. So vertritt Akteur F1 die Auffassung, dass die grüne Infrastruktur bezüglich Fragen der Nachhaltigkeit in Zukunft zwangsläufig eine Rolle in der Standortentwicklung spielen wird und einen Standortfaktor darstellt. Etwas anders wird die Situation von Akteur F2 eingeschätzt. Grüne Infrastruktur sieht er zwar als Standortfaktor, befürchtet jedoch, dass eine zu starke Fokussierung der Thematik zu einer Benachteiligung von Unternehmen führen könnte („Grüne Infrastruktur ist sicherlich ein Standortfaktor, der aus meiner Sicht jedoch mit Augenmaß eingesetzt werden muss. [...] Ein Beispiel ist die sogenannte Umweltzone, die gerade kleinere Unternehmen trifft, aber nur wenige Auswirkungen auf die eigentliche Problematik Feinstaub hat.“). Obwohl auch er es für sinnvoll hält, die grünen Qualitäten der Stadt ins Standortmarketing zu integrieren, sollte der Schwerpunkt seiner Auffassung nach jedoch eher auf den Bereichen Wissenschaft und Innovation liegen („Im Ruhrgebiet wird häufig berichtet, wie häufig Außenstehende nach einem ersten Besuch gesagt haben, wie überraschend grün es hier ist. Das kann ein Faktor im Marketing sein. Aus meiner Sicht müsste der Schwerpunkt aber eher auf andere Bereiche gelegt werden, wie beispielsweise auf die Wissensregion, das Innovationsthema oder ähnliches.“).

Für die Akteure F3ab ist die grüne Infrastruktur hingegen eindeutig ein wichtiger Standortfaktor und Thema für das Standortmarketing (Akteur F3b: „Unsere EMG war jetzt auf der ITB in Berlin und womit haben sie geworben? Mit Fahrradtourismus. Die Essener Marketinggesellschaft – das ist unsere Stadtmarketinggesellschaft – wirbt seit Jahren mit Radtourismus. Die machen jetzt einen Raderlebnistag.“). Jedoch muss die grüne Infrastruktur nach ihrer Einschätzung auch an Themen wie Work-Life-Balance, Gesundheit oder nachhaltige Mobilität gekoppelt werden, wie Akteur F3b erläutert: „Das heißt, das ganze Thema wird immer wichtiger. Das betrifft Fahrradfahren, mit E-Bikes fahren und Work-Life-Balance. Wie mache ich das in meinem Tagesablauf, dass auch meine Mobilitätswege Gesundheitsaspekte haben? Sei das zu Fuß zu gehen, sei es mit Fahrrad zu fahren oder den ÖPNV zu nutzen und nicht nur Auto [zu] fahren. Und deswegen wird es auch immer mehr zu einem Marketingfaktor und das Bild von den Alpen bei Föhn hinter München kennen wir ja jetzt inzwischen.“ So ist Akteur F3b der Meinung, dass gerade die emotionale Ansprache über Bilder eine Wirkung zeigt („Vielleicht brauchen wir mal das Bild mit unserem grünen Weltkulturerbe und unserem Baldeneysee, was als Werbebild ja auch schon bekannt ist. Das sind natürlich hochemotionale Bilder, die man braucht, um in eine Stadt die kreativen Leute zu bekommen.“). Akteur F3a sieht an der Stelle noch Verbesserungspotenzial. Neben den Bildern sind seiner Bewertung nach auch Projekte wichtig, die die gewonnenen Eindrücke verfestigen: „Die Bilder und die Stadtteile muss man vielleicht noch ein bisschen mehr in die Köpfe bringen. Da fällt mir jetzt noch ein Projekt ein, was wir erst im Juni [2014] haben. Das heißt Walkability, glaube ich. Da geht es dann darum, die Stadtteile oder die Quartiere an sich nochmal besser ans Freiraumsystem anzubinden. Also es geht überall weiter. Auch die EMG hat das zunehmend als Thema entdeckt, wie wichtig grüne Infrastruktur in der Stadt und für die Stadt ist.“

Insgesamt ist auch Akteur F4 der Auffassung, dass grüne Infrastruktur ein Faktor ist, der für Standorte, Menschen und Unternehmen von Interesse sein sollte bzw. ist und auch durch Aktionen wie der Bewerbung als *Grüne Hauptstadt Europas* nach außen getragen werden sollte. Hierzu wird, ohne noch einmal tiefer in den Inhalt einzusteigen, gesagt: „Also das würde ich mit einem runden, glatten "Ja" beantworten.“

## 8 Vergleich der Standorte

Der Vergleich der Standorte orientiert sich an der Gliederung, der Kapitel 7 folgt. So werden die Standorte folgend in den Punkten "Standortwahrnehmung", "Bedeutung weicher Standortfaktoren", "Einschätzungen zur grünen Infrastruktur", "Aktivitäten von städtischer, unternehmerischer sowie privater Seite", "Potenziale für die künftige Standortausrichtung" und "Grüne Infrastruktur: Bedeutung für Standorte und deren Marketing" miteinander und mit den Ergebnissen der allgemeinen Interviews verglichen.

### 8.1 Standortwahrnehmung

Aus den generellen Interviews geht hervor, dass ein Standort heute als Grundvoraussetzung alle wichtigen harten Standortfaktoren (siehe Tab. 2-1) bedienen muss. Im Weiteren müssen diese um Faktoren wie ein ansprechendes Kultur- und Freizeitangebot ergänzt werden. Das Vorhandensein einer hohen Lebensqualität und eines positiven Images ist wichtig, um Menschen und insbesondere Hochqualifizierte für den Standort zu gewinnen bzw. diese dort zu halten.

#### ***Bielefeld***

Geht es um die Wahrnehmung, die die Akteure von der Stadt Bielefeld haben, so ist deutlich geworden, dass diese durch Bereiche wie den Teutoburger Wald von Grünstrukturen geprägt wird. Zudem wird die Stadt mit ihrem Kultur- und Freizeitangebot als lebenswert empfunden. Obwohl die Stadt über 300.000 Einwohnerinnen und Einwohner hat, wird die Größe als angenehm und überschaubar wahrgenommen. Auch die Verkehrsanbindung sowie die Unternehmens- und Sozialstruktur werden positiv bewertet. Die Stadt legt ihren Fokus heute zunehmend auf die Wissenschaft. Bielefeld ist ein Universitätsstandort und hat sich vom Industrie- zum Dienstleistungsstandort gewandelt, wobei die Industrie auch heute noch eine Rolle spielt. Die Stadt ist vor allem als Unternehmenssitz von Dr. Oetker bekannt. Zudem prägen die v. Bodelschwingschen Stiftungen Bethel<sup>39</sup> sowie die Leinewebervergangenheit das Stadtbild. Die Sparrenburg gilt als ein Wahrzeichen. Nach Auffassung der Akteure werden die Qualitäten der Stadt in einigen Punkten unterschätzt, was sich vor allem bei der Außenwahrnehmung zeigt. Besonders nachhaltig hat sich dabei der Satirebeitrag "Bielefeldverschwörung" in den 1990er-Jahren ausgewirkt, in dem behauptet wird, dass es die Stadt gar nicht gibt. Bielefeld hat ein Imageproblem, denn viele Menschen verbinden die Stadt nicht mit Faktoren wie der attraktiven Lage am Teutoburger Wald, sondern eher mit dem Satirebeitrag oder haben gar kein konkretes Bild von der Stadt. Aktuell wird an diesem Umstand gearbeitet. So wurde zum 800-jährigem Bestehen der Stadt im Jahr 2014 mit dem Slogan "800 Jahre Bielefeld – Das gibt's doch gar nicht" geworben. Dadurch wurde der Satirebeitrag nach nahezu 20 Jahren selbstironisch im Marketing eingesetzt, um damit eine positive Wirkung zu erzielen. Weiter wird versucht, durch Maßnahmen wie dem Programm *StadtParkLandschaft* die Aufmerksamkeit wieder verstärkt auf die grünen Qualitäten der Stadt zu lenken. Das wurde bereits in den 1980er-Jahren probiert, als Bielefeld damit geworben hat, die freundliche Stadt am Teutoburger Wald zu sein. Geht es darum, Fachkräfte für den Standort zu gewinnen, steht die Stadt in bundesweiter Konkurrenz, obwohl sie ein Oberzentrum ist und in der Region gut dasteht. Zwar wird die Lebensqualität Bielefelds von den Akteuren als hoch eingestuft, jedoch wirkt sich das Image der Stadt negativ auf die Außenwahrnehmung aus. Das Fehlen von Wasser, die hohen Gewerbesteuern und die abgelegene Lage zur Rhein-Ruhr-Schiene werden ebenso als problematisch eingestuft wie die

---

<sup>39</sup> Hierbei handelt es sich um eine diakonische Einrichtung aus dem medizinischen Bereich.

angespannte Haushaltslage und das geringe Angebot an attraktivem, gehobenem Wohnraum. Zudem ist in Bielefeld wie auch in den anderen Städten der demographische Wandel zu bemerken.

### **Bonn**

Von den Akteuren in Bonn werden die überschaubare Größe und kompakte Struktur bei gleichzeitiger Erfüllung aller Charakteristika einer Großstadt, die hohe Lebensqualität in der Stadt und die landschaftliche Qualität der Stadt sowie des Umlandes positiv hervorgehoben. Bonn sieht sich als Tor zum romantischen Rhein. Die Lage am Rhein wird als unmittelbarer Vorteil erkannt. Bonn wird als Beethovenstadt, internationale Stadt und Bundesstadt gesehen, wirbt aber auch damit, Gesundheitsstandort zu sein und den Fokus auf Nachhaltigkeit zu setzen. Als Standortvorteile werden die Lage an der Rhein-Ruhr-Schiene, die gute infrastrukturelle Anbindung, die Dichte an wissenschaftlichen Einrichtungen, die Unternehmensstruktur und das hohe Bildungsniveau bei entsprechend hohem Akademikeranteil empfunden. Darüber hinaus existiert ein vielfältiges Kultur- und Freizeitangebot. Einige Akteure stellen fest, dass die Stadt bezüglich ihrer Außenwahrnehmung unterschätzt wird. Die Stadt ist mit ihrer Themenvielfalt sehr breit aufgestellt. An der Stelle wird die Gefahr gesehen, dass kein eindeutiges Bild über die Stadt und das wofür sie steht nach außen transportiert wird. Auch die politischen Konstellationen in der Vergangenheit werden als problematisch beschrieben, weil sie sich oftmals negativ auf Entscheidungsprozesse auswirkten. Bonn verzeichnet aktuell ein Bevölkerungswachstum, was für die Attraktivität des Standortes spricht. Die Leerstandsquoten von Wohn- und Gewerbeimmobilien sind äußerst niedrig, woraus sich Probleme bei der Flächenverfügbarkeit ergeben. An dieser Stelle wird eine stärkere Kooperation mit der Region für notwendig gehalten, um die Qualität des Standortes halten zu können. Insgesamt wird der Standort Bonn von den Akteuren jedoch als attraktiv eingeschätzt, wozu nicht nur die harten, sondern auch die weichen Standortfaktoren, beispielsweise die hohe Lebensqualität, beitragen. Einige Akteure konnten von persönlichen Erfahrungen berichten, dass die attraktive Lage Bonns bzw. spezieller Standorte innerhalb der Stadt dazu beigetragen haben, dass Personen sowie Unternehmen den Standort für sich gewählt haben. Ob ein Nationalpark das Profil des Standortes im Bereich Nachhaltigkeit geschärft hätte, wird von den Akteuren ganz unterschiedlich bewertet. Einige sehen auf diesem Feld ein Potenzial, während andere am Mehrwert des Projektes zweifeln. Eine stärkere Öffnung der Stadt zum Rhein wird hingegen von vielen Akteuren befürwortet und als Potenzial zur Attraktivitätssteigerung des Standortes eingestuft.

### **Bottrop**

Die Stadt Bottrop wird immer noch als Industriestandort des Ruhrgebiets wahrgenommen, was nach wie vor das Image des Standortes beeinflusst. Auf der anderen Seite ist jedoch auch ein Wandel spürbar. Mit dem Gewinn eines Wettbewerbs, den der Initiativkreis Ruhr ausgerufen hat, wurde die Stadt zur *InnovationCity Ruhr*. So hat sich Bottrop zum Ziel gesetzt, zwar an ihrer Kernkompetenz Energie festzuhalten, jedoch einen neuen Umgang mit diesem Thema zu finden. Dieser Umstand soll auch zum Imagewandel beitragen. Heute geht es in der Stadt demnach nicht mehr um Kohle als Energieträger, sondern um neue Energien, Nachhaltigkeit und erhöhte Lebensqualität, was sich auch im Umgang mit den Grünstrukturen zeigt. Harte Standortvorteile werden im Angebot an modernen Gewerbeflächen und der flexiblen Verwaltung gesehen, da die Stadt trotz ihrer eher geringen Einwohnerzahl kreisfrei ist. Als weiche Qualitäten werden die angenehme Größe und die heterogene und durchgrünte Struktur, das Angebot an preiswertem Wohnraum und der Freizeitwert genannt. Was die Außenwahrnehmung der Stadt betrifft, so schätzen Experten ein, dass das Projekt

*InnovationCity* diese verbessert. Ein wichtiger Teil der Maßnahmen umfasst die Steigerung der Lebensqualität, was sich auch auf die Attraktivität Bottrops auswirkt. Generell wird die Stadt mit ihren verschiedenen Grünstrukturen und einem entsprechend hohen Freizeit- und Erholungswert von den Akteuren für attraktiv gehalten. Zwar hat die Stadt selbst kein großes Kino oder Einkaufscenter, ist aber nahe an Städten wie Essen oder Oberhausen gelegen, die solche Einrichtungen vorweisen. Verbesserungspotenziale werden zum Beispiel im Bereich der nachhaltigen Mobilität gesehen, die das Profil des Standortes abrunden könnten. Auch die Wichtigkeit des Einbezugs der Bevölkerung in das IC-Projekt wird angesprochen, da die Einwohnerinnen und Einwohner oftmals die Vorteile der Maßnahmen für sich selbst und den Standort noch nicht erkennen. Um Akzeptanz für das Projekt zu erzielen und dessen Erfolg zu gewährleisten, ist ihre Beteiligung entscheidend.

### ***Dortmund***

Die Stadt Dortmund wird von den Akteuren als eine lebenswerte Großstadt wahrgenommen, die einen großen Teil des Strukturwandels bewältigt hat und in der der Fußball durch den Verein Borussia Dortmund einen hohen Stellenwert besitzt. Zu den harten Standortfaktoren zählen die Experten die Forschungs- und Bildungslandschaft mit der Universität und entsprechenden Fachkräften, die Verfügbarkeit von Gewerbeflächen und die gute Verkehrsanbindung. Als weiche Qualitäten werden das gut ausgebaute Freiraumnetz, der günstige und vielfältige Wohnungsmarkt, das Kultur- und Freizeitangebot sowie die moderne Innenstadt mit entsprechenden Einkaufsmöglichkeiten empfunden. Das PHOENIX-Projekt wird als Alleinstellungsmerkmal gesehen, das am Beispiel des Stadtteils Hörde den Wandel Dortmunds zu einem modernen und lebenswerten Technologiestandort symbolisieren und die Attraktivität der Stadt steigern soll. Auf der anderen Seite hat die Stadt jedoch auch mit verschiedenen Problemen zu kämpfen, die die Außenwahrnehmung und das Image des Standortes negativ beeinflussen. Hierzu zählen vor allem das Nord-Süd-Gefälle, die vorhandenen sozialen Brennpunkte wie die Dortmunder Nordstadt, eine hohe Arbeitslosigkeit und eine angespannte kommunale Haushaltslage. Wie andere Standorte steht auch Dortmund vor der Herausforderung, den demographischen Wandel zu bewältigen. Zwar ist sie eine der einwohnerreichsten Städte Deutschlands, aber auch in Dortmund stellt sich die Frage, ob der Standort für die Menschen künftig attraktiv genug ist. Einige Befragte sind der Meinung, dass es im Bereich der Qualitäten, die für junge Menschen wichtig sind, bereits zu Verbesserungen gekommen ist. So wird das Kultur- und Freizeitangebot als breit empfunden. Dennoch halten es einige Akteure für schwierig, mit anderen Städten, die ein besseres Image haben, zu konkurrieren und die Menschen für den Standort zu gewinnen bzw. diese dort zu halten. PHOENIX hat jedoch nach Meinung verschiedener Interviewpartner dazu beigetragen, dass der Standort an Attraktivität gewonnen und sich Dortmunds Image verbessert hat. Aktuell verzeichnet die Stadt sogar ein Bevölkerungswachstum, das vor allem aus einem positiven Wanderungssaldo resultiert. Dennoch gibt es Handlungsbedarf, die Qualität des Standortes auszubauen. So werden auf vielen Feldern wie dem Stadtklima und der Freiraumvernetzung, aber auch bei den sozialen Strukturen und der hohen Arbeitslosigkeit Verbesserungspotenziale gesehen.

### ***Essen***

Essen ist neben Dortmund eine der einwohnerreichsten Städte Deutschlands und hat in den letzten Jahrzehnten einen strukturellen Wandel zum Dienstleistungsstandort vollzogen. Während einige Befragte die Stadt mit ihren grünen Freiraumqualitäten schätzen und für lebenswert erachten, halten

andere den Standort für eher unattraktiv. Zu den harten Standortvorteilen werden die zentrale Lage, die Infrastruktur, die Arbeitsplatzdichte, das Bildungsniveau und die Dichte an wissenschaftlichen Einrichtungen gezählt. Als weiche Qualitäten werden der preiswerte Wohnungsmarkt, das Kultur- und Freizeitangebot, aber auch das Freiraumangebot wahrgenommen. Die finanzielle Situation der Stadt und das Nord-Süd-Gefälle werden als problematisch empfunden. Für das Jahr 2017 hat sich Essen für den Titel der *Grünen Hauptstadt Europas* beworben. Nachdem sie bei einem vorherigen Bewerbungsveruch nur den zweiten Platz erzielen konnte, bewies die Stadt Ausdauer und Glaubwürdigkeit und konnte mit einer erneuten Bewerbung überzeugen. Dieser Umstand wird zum Alleinstellungsmerkmal ausgebaut, um das Image, die Attraktivität und die Qualität des Standortes zu verbessern. Auch verschiedene Unternehmen gestalten diesen Prozess in Vergangenheit, Gegenwart und Zukunft mit, weil sie ihn als positive und förderungswürdige Entwicklung bewerten. Durch das Ergänzen mit verschiedenen Maßnahmen wie dem Programm *ESSEN.Neue Wege zum Wasser* sollen die Umwelt- und Freiraumqualitäten sowie der Fahrradverkehr, der stark verbesserungswürdig war, gestärkt werden. Ziel ist es, den Standort lebenswerter und attraktiver zu gestalten, damit er im Wettbewerb der Regionen mit anderen Städten konkurrieren kann und für die Menschen interessant bleibt. Aus diesem Grund wird es auch für wichtig erachtet, den Bereich der Wissenschaft weiterhin zu stärken. Obwohl auch Essen die Herausforderungen des demographischen Wandels bewältigen muss, verzeichnet die Stadt ebenso wie Dortmund aktuell ein Bevölkerungswachstum, das auf einen positiven Wanderungssaldo zurückzuführen ist.

Alle Untersuchungsstandorte weisen mit einer entsprechenden Infrastruktur und Bildungslandschaft eine ähnliche Bandbreite an harten Standortfaktoren auf. Bezüglich Bottrop muss die erheblich geringere Größe der Stadt berücksichtigt werden, die jedoch aufgrund der Lage der Stadt und der damit verbundenen guten Erreichbarkeit der umliegenden Städte ausgeglichen werden kann. Auch die weichen Faktoren, die als wichtig erachtet werden und auf die sich die Städte berufen, erscheinen ähnlich. Hierzu gehören ein breites Kultur- und Freizeitangebot und eine attraktive Freiraumstruktur, was zu einer hohen Lebensqualität beiträgt und Menschen an den Standort binden soll. Zu den Alleinstellungsmerkmalen zählen alle Standorte ihre "grünen Projekte" (IC Ruhr, PHOENIX oder *Grüne Hauptstadt Europas*) bzw. ihre landschaftliche Lage (Teutoburger Wald oder Tor zum romantischen Rhein). Dabei wird die Bedeutung des Freiraums oftmals nur als ein Punkt neben anderen Faktoren genannt oder sie spielt lediglich indirekt durch den Einfluss auf die Lebensqualität eine Rolle.

Mit Bottrop, Dortmund und Essen kennen alle drei untersuchten Städte im Ruhrgebiet die Problematik, sich mit einem negativen Image auseinandersetzen zu müssen. Für die Standorte des sogenannten "Kohlenpotts" war es ein langer Weg, das Bild der schmutzigen Bergbaustadt hinter sich zu lassen. Auch heute wirken sich verschiedene Probleme wie eine hohe Arbeitslosigkeit oder schwierige Sozialstrukturen sowie eine angespannte kommunale Haushaltsslage negativ auf die Städte und ihre Außenwahrnehmung aus. Jede der drei Städte hat mit der Umsetzung von "grünen" Projekten versucht, neue Wege zu gehen, die auch die Wahrnehmung des jeweiligen Standortes beeinflussen. Dabei haben die Städte vollkommen unterschiedliche Ansätze gewählt, die sich an ihren individuellen Ausgangsvoraussetzungen orientieren. Dortmund versucht es mit dem stadtteilbezogenen Leuchtturmprojekt PHOENIX, Essen hat für das Jahr 2017 den Titel der *Grünen Hauptstadt Europas* gewonnen und Bottrop gewann den vom Initiativkreis Ruhr initiierten Wettbewerb *InnovationCity Ruhr*, wobei sich das Pilotprojekt nicht auf die gesamte Stadt, jedoch auf einen großen Teil der Stadtfläche bezieht. Alle Maßnahmen zeigen eine positive Auswirkung auf das

Image der Städte und steigern die Attraktivität der Standorte in verschiedener Weise. Dennoch ist nicht zu vernachlässigen, dass die angesprochenen Probleme weiterhin Lösungsbedarf haben. Zudem muss beachtet werden, dass sich die Projekte keinesfalls nur auf die Freiraumstrukturen beziehen, sondern diese nur einen Baustein darstellen.

Auch Bielefeld und Bonn haben, wenn auch auf vollkommen unterschiedliche Weise, Probleme mit dem Image. Während in Bonn durch die breite und nicht verknüpfte thematische Aufstellung oftmals unklar ist, wofür die Stadt eigentlich steht, leidet Bielefeld durch den Satirebeitrag "Bielefeldverschwörung" darunter, die Stadt zu sein, die es nicht gibt. Beide Städte zeigen ähnliche Ausgangsvoraussetzungen. Sowohl Bonn mit dem Siebengebirge als auch Bielefeld mit dem Teutoburger Wald liegen in einer landschaftlich attraktiven Umgebung. Beide Städte sind in einer Größenordnung von ca. 300.000 Einwohnerinnen und Einwohnern anzusiedeln und haben eine stabile Unternehmensstruktur. Auch in Bonn und Bielefeld sind die kommunalen Haushaltslagen angespannt, was das Handeln oftmals problematisch macht, wobei in Bielefeld sogar ein kommunaler Nothaushalt aufgestellt wurde. Dennoch unterscheiden sich die Standorte in einigen Punkten. Während Bonn von der Lage an der Rhein-Ruhr-Schiene profitiert und trotz Flächenknappheit nicht nur einen positiven Wanderungssaldo, sondern auch einen positiven Geburtensaldo vorweist, liegt Bielefeld etwas abgelegen von der Rhein-Ruhr-Schiene. Zwar verzeichnet auch Bielefeld ein Bevölkerungswachstum. Dieses ist jedoch schwächer ausgeprägt und resultiert ausschließlich aus dem positiven Wanderungssaldo. Beide Standorte warben in der Vergangenheit oberflächlich mit ihrer attraktiven Lage. Bonn sah sich als Europas grünste Hauptstadt und Bielefeld nannte sich die freundliche Stadt am Teutoburger Wald. Der Umgang mit dieser Thematik unterscheidet sich heute jedoch zwischen den Standorten. Bielefeld versucht aktuell, durch das Programm *StadtParkLandschaft* wieder die vorhandenen grünen Qualitäten der Stadt in den Mittelpunkt zu rücken. Zudem fokussiert ein neues Marketingkonzept, das sich derzeit in der Aufstellung befindet, die städtische Lebensqualität, die stark von den städtischen Grünstrukturen profitiert. Bonn sieht sich als internationaler Standort mit Schwerpunkt im Nachhaltigkeitsbereich und Gesundheitsstandort. Die Grünstrukturen werden dabei lediglich indirekt in die Standortdarstellung integriert, indem sie die Attraktivität der Stadt über Bilder transportieren.

## **8.2 Weiche Standortfaktoren: Einschätzungen zur Bedeutung**

Aus den allgemeinen Interviews geht hervor, dass zwar die harten Standortfaktoren die Grundlage für Standortentscheidungen bilden, die weichen Faktoren jedoch sehr schnell an Bedeutung gewinnen, wenn es darum geht, zwischen Alternativen wählen zu können. Sowohl für Standorte, als auch für Unternehmen und die am Standort lebenden und arbeitenden Menschen haben diese Faktoren einen hohen Stellenwert. Das Angebot an weichen Faktoren wirkt sich positiv auf das Image von Standorten aus und ist somit wichtig, um Unternehmen und Menschen für sich zu gewinnen. Für die Menschen selbst sind sie zudem von Bedeutung, da Faktoren wie ein ansprechendes Kultur- und Freizeitangebot einen wichtigen Ausgleich zum Arbeitsalltag darstellen. Zudem trägt ein lebenswertes Umfeld mit entsprechender sozialer und grüner Infrastruktur positiv zur Erholung und zum Familienleben bei. Für Unternehmen spielen diese Faktoren indirekt eine Rolle. Sie wollen Menschen an sich binden und können von einem positiven Image des Standortes und des eigenen Unternehmens profitieren. Hierbei kommt es jedoch auch immer darauf an, um welche Branche und welchen Unternehmensbereich es sich handelt. So werden für das Callcenter andere Faktoren als für das Headquarter eines Unternehmens fokussiert, das attraktiv für hochqualifizierte Fachkräfte sein

möchte. Generell gehen aber einige Akteure davon aus, dass weiche Standortfaktoren einen weiter steigenden Bedeutungsgewinn erfahren.

### ***Bielefeld***

Aus den Interviews in Bielefeld resultiert, dass weiche Standortfaktoren neben den harten Faktoren eine wichtige Rolle spielen. Ihre Bedeutung wurde jedoch in der Vergangenheit zum Teil unterschätzt. So hat die Stadt Probleme mit ihrem Image als Ort, den es nicht gibt. Die Qualitäten Bielefelds nehmen viele Menschen erst wahr, wenn sie einige Zeit am Standort verbracht haben. Gerade um jüngere Menschen am Standort zu halten bzw. für ihn zu gewinnen, sind diese jedoch unverzichtbar. Viele junge Menschen bleiben aktuell nicht in der Stadt. Andere Standorte gelten als attraktiver und haben ein besseres Image, obwohl Bielefeld kulturell und landschaftlich viel zu bieten hat und die Ausgangsvoraussetzungen prinzipiell als gut erscheinen. So ziehen sogar viele höherqualifizierte Beschäftigte der umliegenden Städte und Gemeinden gezielt nach Bielefeld, um dort von den weichen Qualitäten wie dem Kultur- und Freizeitwert, den Einkaufsmöglichkeiten und einer hohen Lebensqualität zu profitieren.

### ***Bonn***

Laut der Akteure in Bonn haben auch dort weiche Standortfaktoren eine hohe Bedeutung für die Stadt, wobei die einzelnen Faktoren unterschiedlich stark gewichtet werden. Ein generelles Problem wird darin gesehen, dass die weichen Qualitäten der Stadt oftmals für selbstverständlich gehalten werden. Der Standort selbst profitiert von den weichen Standortfaktoren, weil sie die Stadt für viele Menschen und Unternehmen attraktiv machen, denn konkrete Standortentscheidungen werden selten rein rational getroffen. Mit Faktoren wie der attraktiven Landschaft, dem Kulturangebot und dem Freizeitwert kann Bonn Menschen für sich gewinnen. Auch einige Unternehmen wählen Bonn gezielt wegen der weichen Qualitäten als Standort, da diese zuträglich für das Image sind und die Mitarbeiterbindung bzw. Gewinnung von Fachkräften erleichtern. So profitiert Bonn von den weichen Standortfaktoren, die von Unternehmen und Menschen nachgefragt werden. Dabei muss berücksichtigt werden, dass sowohl der Anteil des (gehobenen) Dienstleistungssektors als auch der Anteil hochqualifizierter Beschäftigter in Bonn sehr hoch ist.

### ***Bottrop***

Laut der Interviews vertreten auch die Akteure in Bottrop die Auffassung, dass weiche Standortfaktoren eine hohe Bedeutung für den Standort haben. Ihrer Einschätzung nach werden die weichen Qualitäten jedoch oftmals für selbstverständlich gehalten. Das Projekt *InnovationCity*, bei dem es auch um die Steigerung der Lebensqualität geht, soll positiv zum Image des Standortes und zu einem Imagewandel beitragen. Die Stadt Bottrop erhofft sich, durch die Stärkung ihres Images und die Verbesserung ihrer Außenwahrnehmung für Menschen und Unternehmen interessant zu sein. Die Menschen am Standort profitieren von den weichen Qualitäten, da diese Lebensqualität und Wohlbefinden steigern. Das spielt auch für potenzielle Fachkräfte und deren Umfeld eine wichtige Rolle, da auch die Familie und ihre Bedürfnisse in Entscheidungsprozesse einbezogen werden. Dieser Faktor ist wiederum für Unternehmen interessant, die durch das verbesserte Image und andere weiche Faktoren Fachkräfte generieren wollen.

### **Dortmund**

Wie schon an den anderen Standorten geht auch aus den Interviews in Dortmund hervor, dass den weichen Standortfaktoren eine hohe Bedeutung zugesprochen wird. Von zwei Akteuren wird sogar die Trennung zwischen harten und weichen Faktoren infrage gestellt und angemerkt, dass Standorte heute als komplexes Gefüge aus harten und weichen Kriterien nachgefragt werden. Dabei sind die weichen Qualitäten für den Standort Dortmund wichtig, um Menschen und Unternehmen für sich zu gewinnen bzw. diese am Standort zu halten. Fachkräfte, die sich den Standort vielleicht sogar aussuchen können, fragen besonders die weichen Faktoren nach. Dieser Umstand ist auch für Unternehmen von Interesse, die ihren Fokus oftmals verstärkt auf die Bedürfnisse der hochqualifizierten Beschäftigten richten. Insgesamt sind die Ansprüche an Standorte gestiegen und umfassen heute auch verstärkt weiche Qualitäten wie eine entsprechende Lebensqualität, was auch in Dortmund von den Experten beobachtet wird. Nicht zuletzt deswegen spielen die weichen Faktoren auch am Standort PHOENIX eine zentrale Rolle.

### **Essen**

Laut Expertengesprächen haben weiche Standortfaktoren für Standorte, Unternehmen und Beschäftigte auch für Essen eine hohe Bedeutung, da Menschen diese Faktoren nachfragen. Um sie für den Standort zu gewinnen bzw. sie dort zu halten, ist es demnach unabdingbar, die Stadt attraktiv zu gestalten. Das geht nicht ohne weiche Qualitäten wie ein gutes Image und gute Lebensbedingungen. Laut einer Umfrage der IHK Essen vertreten auch Unternehmen diese Auffassung und erachten Faktoren wie die Standortattraktivität oder Familienfreundlichkeit für wichtig. Die Stadt Essen hat das erkannt und legt einen ihrer Schwerpunkte in der Stadtentwicklung auf die Steigerung der Lebens- und Umweltqualität.

Sowohl was die allgemein geführten Gespräche als auch was die Experteninterviews an den einzelnen Standorten betrifft sind sich die Akteure einig, dass weiche Faktoren einen hohen Wert für Standorte haben. Einige Experten gehen davon aus, dass die Bedeutung weicher Qualitäten sogar noch steigen wird, wenn im Wettbewerb der Regionen Fachkräfte für die Standorte generiert werden sollen. Sowohl der Stellenwert des Images von Standorten und Unternehmen als auch die Bedürfnisse der am Standort lebenden und arbeitenden Menschen werden hierbei als Gründe genannt.

## **8.3 Einschätzungen zur grünen Infrastruktur**

Aus den allgemeinen Interviews geht hervor, dass die grüne Infrastruktur eine vielfältige und wichtige Rolle in sozialer, ökologischer und ökonomischer Hinsicht erfüllt. Sie stellt nicht nur einen Interaktions- und Erholungsraum dar und beeinflusst das urbane Klima, sondern kann auch für Unternehmen und Standorte als Werbe- und Imagefaktor fungieren. Zudem ist sie ein Wirtschaftsfaktor, indem sie beispielsweise Immobilienwerte beeinflusst. Es wird jedoch auch darauf hingewiesen, dass dieser Umstand Interessenkonflikte mit sich führen kann. So können steigende Immobilienwerte zu Verdrängungsprozessen, die sozial schwächere Gruppen betreffen, führen. Auf der anderen Seite können Grünstrukturen jedoch auch Menschen zusammenbringen und stellen bei entsprechender Zugänglichkeit einen Raum für soziales Miteinander dar. Davon profitieren wiederum Gruppen, bei denen der Zugang zu attraktiven Freiräumen im Wohnumfeld nicht gewährleistet ist. Erreichbarkeit, Vernetzung und Pflege werden als wichtige Nutzungsvoraussetzungen benannt. Zudem fragen Menschen auch nach einem abwechslungsreichen

Angebot, was sie zur Freizeitgestaltung oder für Erholungszwecke nutzen können. Grünstrukturen tragen zu Gesundheit, Wohlbefinden und Lebensqualität der am Standort lebenden und arbeitenden Menschen bei und stellen einen Raum für die Freizeitgestaltung. Ihr ökologischer, ökonomischer und sozialer Wert stellt aber auch für die ansässigen Unternehmen und die Standorte selbst einen Mehrwert dar. Sie ersparen den Kommunen durch die Erbringung von Ökosystemleistungen Kosten, können die Aufenthaltsqualität von Standorten nicht nur optisch, sondern auch klimatisch verbessern und sich positiv auf das Image sowie die Außenwahrnehmung von Unternehmen und Standorten auswirken. Dennoch wird dieser Mehrwert häufig unterschätzt oder für selbstverständlich erachtet und in erster Linie den Kosten gegenübergestellt, die die Pflege der Strukturen verursacht. Der Zusammenhang von einer attraktiven grünen Umgebung und entsprechend hohen Immobilienwerten ist durch wissenschaftliche Studien bewiesen und auch bei den Experten bekannt bzw. von ihnen durch den Verweis auf aktuelle Forschungen oder Werbestrategien von Immobilienunternehmen erläutert worden. Die Wirkung von Grünstrukturen auf das urbane Klima und die Gesundheit ist von den Fachleuten unbestritten. Als Handlungsfeld scheint dabei aktuell jedoch lediglich das Stadtklima wahrgenommen zu werden. Die Wirkung auf die physische und psychische Gesundheit wurde in der Vergangenheit nur als ein positiver Nebeneffekt gesehen, wobei hier zahlreiche Wechselwirkungen bestehen, die auch aktuelle Prozesse wie den demographischen Wandel und die Ansprüche älterer Menschen betreffen. Einige Akteure halten aus diesem Grund einen integrativen Handlungsansatz in der Stadtentwicklung, der den Gesundheitsaspekt aktiv mit einbezieht, für unabdingbar. Insgesamt wird die grüne Infrastruktur durch ihre vielschichtige Bedeutung als ein wichtiger Faktor für Standorte wahrgenommen, der jedoch auch von den Standorteigenschaften beeinflusst wird. So stehen Schrumpfsregionen vor anderen Herausforderungen als Wachstumsregionen und auch die kommunale Haushaltslage beeinflusst den Umgang mit den Grünstrukturen zwangsläufig.

### ***Bielefeld***

Die Akteure in Bielefeld empfinden sowohl die Qualität als auch die Quantität der Freiräume durch Strukturen wie den Teutoburger Wald und eine traditionell durchdachte Freiraumplanung als hoch, obwohl Verbesserungspotenziale erkannt werden. So existiert eine ungleiche Verteilung zwischen dem Norden und dem Süden und es fehlt an Wasserelementen in der Stadt. Aktuell wird an diesem Thema durch die Freilegung der Lutter, einem verrohrten Bach, gearbeitet. Die Initiative dazu geht zu einem großen Teil vom Verein *Pro Grün* aus. Da die kommunale Haushaltslage in Bielefeld enorm angespannt ist, werden neue Projekte, die den Freiraum betreffen, vor allem über die Städtebauförderung finanziert. Dabei werden Grünstrukturen gezielt zur Standortprofilierung eingesetzt, um ein gewisses Maß an Standortattraktivität zu gewährleisten. Erreichbarkeit, Vernetzung und Abwechslung im Freiraum gelten für die grüne Infrastruktur als wichtige Nutzungsvoraussetzungen, auf die in Vergangenheit und Gegenwart bei den Planungen stark geachtet wurde. Auch der Pflegezustand ist gerade vor dem Hintergrund der finanziellen Situation der Stadt ein wichtiges Thema. Studien bestätigen den hohen Stellenwert des städtischen Grüns in der Bielefelder Bevölkerung, was die Gesundheits- und Erholungsfunktion oder den Imagewert betrifft. Dabei ist das Bewusstsein für diese Thematik bei den Unternehmen der Stadt eher schwach ausgeprägt, obwohl das Wohlbefinden der in Bielefeld lebenden und arbeitenden Menschen für sie ein wichtiger Faktor ist. Generell gehen die Experten davon aus, dass die grünen Qualitäten momentan kein Grund sind, nach Bielefeld zu kommen, aber unterstützend wirken, wenn es darum geht, am Standort zu bleiben. Der Einfluss, den attraktive Grünstrukturen auf Immobilienwerte

haben, ist den Akteuren allgemein bekannt und an verschiedenen Standorten auch in Bielefeld zu erkennen. Zudem wurde in der Stadt selbst eine Studie darüber durchgeführt, welcher wirtschaftliche Einfluss attraktiven Grünstrukturen zugeschrieben wird. Der Zusammenhang von Grünstrukturen und dem Stadtklima ist ebenso unbestritten wie der Einfluss von Grünstrukturen auf die physische und psychische Gesundheit von Menschen, wozu an der Universität Bielefeld geforscht wurde. Aspekte der Klimaanpassung werden in der Freiraumplanung berücksichtigt. Da die Ausgangssituation der Stadt ohne Kessellage und mit dem Teutoburger Wald als Klimaschneise allerdings stadtklimatisch relativ gut ist, werden die Grünstrukturen teilweise für selbstverständlich genommen. Eine Kopplung von Maßnahmen zum Klimaschutz und Klimaanpassung oder gezielte Maßnahmen, die das Thema Gesundheit in den Fokus setzen, finden kaum statt. Diese Auswirkungen stellen lediglich einen positiven Nebeneffekt dar. Ein integrativeres Vorgehen, das andere Fachbereiche mit einbezieht, wird jedoch prinzipiell gerade vor aktuellen Entwicklungen wie dem demographischen Wandel, der auch die Bedürfnisse älterer Menschen berührt, für sinnvoll erachtet. Solche Überlegungen fließen auch in die integrierten Stadtentwicklungskonzepte ein. Zusammenfassend ist zu sagen, dass die städtischen Grünstrukturen aufgrund der naturräumlichen Gegebenheiten und der bedachten Freiraumplanung der Vergangenheit schon immer einen hohen Stellenwert in Bielefeld hatten. Die angespannte Haushaltslage erschwert jedoch die Situation und macht alternative Überlegungen zu Finanzierung der Pflege und eine sensible Interessensabwägung unabdingbar.

### **Bonn**

Aus den Interviews in Bonn geht hervor, dass die meisten Akteure Qualität und Quantität der Grünstrukturen der Stadt und des Umlandes als hoch erachten, was vor allem in der Vergangenheit begründet ist. So war Bonn nie ein Industriestandort und ist aus verschiedenen Teilen zusammengewachsen, was die durchgrünte Struktur erklärt. Es wird jedoch auch angemerkt, dass man dabei die Qualitäten des Umlands und der Stadt nicht miteinander vermischen darf und es im Stadtgebiet durchaus Verbesserungspotenziale im Bereich der Innovation gibt. Einige Akteure halten das Angebot der Freizeitgestaltung für verbesserungswürdig, da es unmodern und veraltet wirkt. Zudem wurden einige Veranstaltungen im Freiraum in der Vergangenheit eingestellt. Die angespannte Haushaltslage erschwert zunehmend die Pflege der Anlagen, was zu Qualitätseinbußen führt. Gerade dem Menschen mit seinem romantischen Naturbild fällt es oftmals schwer, gegenüber Strukturen, die an "Wildnis" erinnern, tolerant zu sein. Bezüglich der Nutzungsvoraussetzungen grüner Infrastruktur werden vor allem Erreichbarkeit und Vernetzung genannt. Neben den Faktoren Sauberkeit und Sicherheit spielen auch ein Maß an Innovation sowie entsprechende Möglichkeiten für die Freizeitnutzung eine Rolle. Ein breites Freizeitangebot wird für die am Standort lebenden und arbeitenden Menschen als wichtig erachtet, um einen Alltagsausgleich zu gewährleisten. Untersuchungen und Erfahrungsberichte bestätigen den Stellenwert grüner Infrastruktur in der Bevölkerung und auch für einige Unternehmen ist der Freiraum von Bedeutung. So können sich attraktive Grünstrukturen auf das Image und die Außendarstellungen von Unternehmen auswirken und zur Zufriedenheit und Leistungsfähigkeit der Mitarbeiter beitragen. Bestimmte Unternehmen fragen speziell grüne Standorte nach, die als kreativitätsfördernd gelten. Auch Fachkräfte entscheiden sich unter anderem aufgrund der "grünen" Standortqualitäten dafür, in Bonn zu bleiben. Davon profitiert auch die Stadt, die ein Interesse daran hat, Menschen und Unternehmen für den Standort zu gewinnen bzw. diese dort zu halten. Dennoch bleiben einige Befragte skeptisch und sehen den Mehrwert grüner Infrastruktur in erster Linie für die Bevölkerung gegeben. Die

Flächenknappheit und der anhaltende Zuzug führen dazu, dass es zu Interessenkonflikten kommt, wie mit den verbleibenden freien Flächen umzugehen ist. Hier sind Lösungsansätze wie beispielsweise eine verstärkte Kooperation mit dem Umland gefragt. Geht es um einen möglichen Zusammenhang von einer attraktiven grünen Umgebung und entsprechend hohen Immobilienwerten, so ist dieser in Bonn allgemein bekannt. Auch für die Stadt wurde diese Entwicklung untersucht und ist beispielsweise am Standort Bonner Bogen zu beobachten. Dort werden innerhalb Bonns die höchsten Immobilienpreise erzielt. Die Auswirkung von Grünstrukturen auf das urbane Klima und die physische und psychische Gesundheit sind auch bei den Bonner Akteuren unumstritten. Zwar werden diese Umstände auch in den Planungen berücksichtigt, allerdings werden gerade die Auswirkungen im Gesundheitsbereich eher als positiver Mitnahmeeffekt gesehen. Obwohl sich Bonn als Gesundheitsstandort sieht, existiert hier kein Handlungskonzept, das Grünstrukturen mit einbezieht. Insgesamt sind Grünstrukturen in Bonn für viele Menschen und Unternehmen ein Standortfaktor. Die Stadt nutzt die Attraktivität der Freiraumstrukturen für ihre Außendarstellung, da diese einen Einfluss auf das Standortimage haben. Bezüglich der künftigen Entwicklung der Freiflächen ist es wichtig, alle Interessen abzuwägen und intelligente Lösungen zu finden, die auch zur aktuellen Haushaltssituation passen, um die Standortattraktivität zu erhalten.

### **Bottrop**

Die Akteure am Standort Bottrop halten die Stadt bezüglich ihrer grünen Infrastruktur sowohl qualitativ als auch quantitativ für gut aufgestellt. Generell ist der Norden jedoch stärker durch Freiräume geprägt als der Süden. Der aktuelle *InnovationCity*-Prozess trägt dazu bei, dass die Grünstrukturen verstärkt fokussiert werden und unter anderem Maßnahmen zur Klimaanpassung umgesetzt werden. Auch die Bottroper Haushaltssituation ist angespannt. Viele Bereiche werden extensiv gepflegt, was aber auch eine ökologische Verbesserung der betreffenden Freiräume mit sich bringt. Eine gute Erreichbarkeit und Vernetzung, die Beachtung der Bedürfnisse der verschiedenen Nutzergruppen, die auch von gesellschaftlichen Prozessen wie dem demographischen Wandel abhängig sind, und durchdachte Pflegekonzepte werden als Nutzungsvoraussetzungen für die Grünstrukturen gesehen. Gerade letzteres ist im urbanen Raum wichtig, um bei den Menschen Akzeptanz zu finden. Die Bedeutung grüner Infrastruktur wird für Menschen als hoch eingestuft, da sie Einfluss auf die Lebens- und Aufenthaltsqualität und das urbane Klima nimmt. Zudem trägt sie zu einem Imagegewinn für den Standort bei und stellt einen Wirtschaftsfaktor dar, da sie Einfluss auf Immobilienwerte nimmt. Der Zusammenhang von attraktiven Grünstrukturen und hohen Immobilienwerten ist einigen Akteuren bewusst. Dennoch werden die Freiraumqualitäten häufig für selbstverständlich genommen. Die Beziehung von grüner Infrastruktur und Klimaanpassung ist ein wichtiges Thema in Bottrop. Zahlreiche Maßnahmen sollen in diesem Zusammenhang umgesetzt werden. Dabei wird im Rahmen der *InnovationCity* auch der Gesundheitsaspekt integriert. Insgesamt versucht Bottrop, das Image und die Standortqualität der Stadt durch ein integratives Vorgehen unter Einbezug der grünen Infrastruktur zu verbessern.

### **Dortmund**

Aus den in Dortmund geführten Interviews geht hervor, dass die meisten Akteure die Qualität und Quantität der städtischen Grünstrukturen trotz angespannter Haushaltsslage als hoch einstufen. Hierzu trägt auch das radial-konzentrische Freiraumkonzept bei, das unter anderem die Vernetzung und Erreichbarkeit der Freiräume gewährleisten soll. Obwohl die Strukturen als vielfältig empfunden

werden, existiert eine Zweiteilung in der Stadt. So ist der Norden von Kulturlandschaft mit Landwirtschaft geprägt. Der Süden mit dem neu entstandenen PHOENIX-See gilt als attraktiverer Teil der Stadt. Auch in der Innenstadt wird noch Verbesserungspotenzial im Bereich der Begrünung gesehen. Als Nutzungsvoraussetzungen urbaner Grünstrukturen nennen die Akteure Faktoren wie Erreichbarkeit, Vernetzung, Pflegezustand und das Eingehen auf die Bedürfnisse, die die verschiedenen Nutzergruppen an den Freiraum stellen. Gerade durch Prozesse wie den demographischen Wandel ist es nötig, die Erfordernisse älterer Menschen zu berücksichtigen, denen das urbane Klima durch Erscheinungen wie Hitzeinseln Probleme bereiten kann. Für die Menschen in der Stadt haben die Freiraumstrukturen vor allem einen Freizeit- und Erholungswert. Zudem profitieren die Unternehmen von der Ausgeglichenheit und Zufriedenheit ihrer Mitarbeiter, zu der die Grünstrukturen durch ihre Erholungsfunktion beitragen. Die städtischen Freiräume können darüber hinaus den Imagegewinn für Standorte und Unternehmen erhöhen. Stadtentwicklungsprojekte wie PHOENIX nutzen Grünstrukturen unter Einbezug des Elements Wasser dabei aktiv für eine Aufwertung von Standorten. Der Stellenwert dieses Faktors ist dabei jedoch von der jeweiligen Branche abhängig. Das ist vor allem auch der Fall, weil für diese repräsentativen Standorte entsprechende Preise aufgerufen werden. So wird der Einfluss einer attraktiven grünen Umgebung auf die Immobilienwerte von den meisten Akteuren bestätigt und ist in Dortmund an Standorten wie PHOENIX zu beobachten. Die Wirkung von Grünstrukturen auf das urbane Klima und die menschliche Gesundheit ist in Dortmund unbestritten. Der Aspekt der Klimaanpassung soll aktuell stärker Beachtung finden und wurde als Thema in den neuen Landschaftsplan integriert. Gesundheitsaspekte werden dabei jedoch eher als Mitnahmeeffekt gesehen, als dass sie im Fokus stehen.

### **Essen**

Die meisten Akteure in Essen bewerten Qualität und Quantität der städtischen Freiräume als hoch. Obwohl die angespannte Haushaltslage die Pflege der Flächen erschwert, werden Freiflächenanteil, Erreichbarkeit, Vielfalt und Vernetzung positiv eingeschätzt. Generell besteht jedoch auch Verbesserungspotenzial, wenn es zum Beispiel um das bestehende Nord-Süd-Gefälle geht. Aktuell wird an dessen Beseitigung gearbeitet, wozu auch eine stärkere Verbindung im Bereich der Freiflächen gehört. Als Nutzungsvoraussetzungen urbaner Grünstrukturen gelten eine gute Erreichbarkeit und Vernetzung der urbanen Freiräume. Generell steigern die Grünstrukturen durch ihren Freizeit- und Erholungswert die Lebensqualität und das Wohlbefinden der Menschen, die in Essen leben und arbeiten. Die "grüne" Stadtentwicklung gilt auch als Wirtschaftsfaktor, die andere Investitionen nachzieht. An diesem Ansatz orientieren sich aktuell verschiedene Projekte in der Stadt. Von den meisten Akteuren wird der Einfluss einer attraktiven und grünen Umgebung auf die Immobilienpreise bestätigt, was auch in Essen zu beobachten ist. Dass sich die grüne Infrastruktur auf das urbane Klima und die physische und psychische Gesundheit der Bewohnerinnen und Bewohner Essens auswirkt, wird bei der praktischen Arbeit als Faktor berücksichtigt. Dennoch werden auf dem Gebiet der Gesundheit in Zusammenhang mit grüner Infrastruktur noch Verbesserungspotenziale gesehen. Gerade was den Bereich Lärm betrifft, wird Handlungsbedarf erkannt. Zusammenfassend ist zu sagen, dass der Faktor "Grün" in verschiedenster Hinsicht eine zentrale Rolle in Essen spielt. Gerade durch die Bewerbung um den Titel der *Grünen Hauptstadt Europas* wurde der Fokus verstärkt auf diese Thematik gesetzt, bei der auch die urbanen Freiräume von Bedeutung sind und zum Image und der urbanen Lebensqualität beitragen sollen.

Alle untersuchten Standorte schätzen die Quantität und Qualität ihrer Grünstrukturen, was Faktoren wie Größe, Erreichbarkeit, Vernetzung, Vielfalt, Pflegezustand, Sicherheit und Freizeitangebot angeht als weitestgehend hoch ein. Dennoch gibt es in jeder Stadt auch Auffassungen, dass Verbesserungspotenziale bestehen. So ist zum Beispiel eine ungleiche Verteilung von Freiräumen in mehreren Städten angesprochen worden. Zudem befinden sich alle Standorte in einer angespannten finanziellen Situation, was die Aufrechterhaltung des Pflegezustandes erschwert und alternative Lösungsansätze wie beispielsweise eine extensive Flächenbetreuung notwendig macht. Bezüglich der Nutzungsvoraussetzungen grüner Infrastruktur geben sowohl die allgemeinen Interviewpartner als auch die standortspezifischen Interviewpartner ähnliche Antworten. Als besonders wichtig werden die Erreichbarkeit und die Vernetzung erachtet. Auch Aspekte wie Pflegezustand und Sicherheit werden des Öfteren genannt. Zudem ist es wichtig, ein für die verschiedenen Nutzergruppen interessantes Angebot zu schaffen. Gerade gesellschaftliche Entwicklungen wie der demographische Wandel führen im Zusammenhang mit einem sich verändernden urbanen Klima dazu, dass die Bedürfnisse der Menschen auch in der Freiraumplanung berücksichtigt werden müssen. Angesprochen auf die Rolle grüner Infrastruktur im urbanen Raum wird ihr von den allgemeinen Interviewpartnern eine soziale, ökonomische und ökologische Funktion zugeschrieben, wobei die einzelnen Funktionen in Wechselbeziehung zueinanderstehen oder sich überschneiden. So können die von den Freiräumen erbrachten Ökosystemleistungen gleichzeitig einen ökonomischen und ökologischen Mehrwert leisten oder Grünstrukturen Raum sozialer Interaktion und Erholung zugleich sein. Diese multifunktionale Rolle findet sich ebenso im Wert wieder, der ihr allgemein und standortspezifisch für Menschen, Unternehmen und Standorte selbst zugesprochen wird. Auch hier ähneln sich die gegebenen Antworten für die Standorte. So werden ökologische, ökonomische und soziale Kriterien genannt. Gerade für die Menschen am Standort stellt die grüne Infrastruktur einen Raum dar, der sich durch ihren Freizeit- und Erholungswert positiv auf Lebensqualität und Wohlbefinden auswirkt. Zudem beeinflusst sie das urbane Klima, was den Menschen ebenfalls zugutekommt. Den Unternehmen sollte daran gelegen sein, ausgeglichene und leistungsfähige Mitarbeiter zu haben, wozu die grüne Infrastruktur beitragen kann. Auch für die Standorte selbst ist dieser Umstand von Bedeutung, da die urbanen Grünstrukturen zum Wohlbefinden und zur Standortzufriedenheit der Menschen beitragen. Abgesehen von den Ökosystemleistungen, die grüne Infrastruktur erfüllt, kann sie auch die Attraktivität, das Image und die Repräsentativität von Standorten positiv beeinflussen, was an den verschiedenen Standorten zum Beispiel in Bonn am Bonner Bogen oder in Dortmund am PHOENIX-See zu beobachten ist. Hiervon können wieder die Standorte selbst, aber auch entsprechende Unternehmen, die sich dort angesiedelt haben, profitieren. Dabei ist jedoch zu beachten, dass es gerade bei den Unternehmen auf die Branche ankommt, die sich auf die Standortanforderungen auswirkt. Generell ist die Bereitschaft von Unternehmen, sich für die Freiräume zu engagieren, sehr überschaubar, da darin in erster Linie eine städtische Aufgabe gesehen wird.

Die untersuchten Standorte haben sehr unterschiedliche Ausgangssituationen. So ist Bonn beispielsweise traditionell kein Industrie- sondern ein Dienstleistungsstandort, während die Ruhrgebietsstädte einen ganz anderen geschichtlichen Hintergrund mitbringen und sich in der jüngeren Vergangenheit von traditionellen Industriestandorten wegentwickelt haben. Generell bestätigen aber mehrere Studien an verschiedenen Untersuchungsstandorten (darunter Bielefeld, Bonn, Dortmund und Essen) den hohen Stellenwert grüner Infrastruktur in der Bevölkerung, auch wenn diese oftmals als selbstverständlich genommen wird. Sowohl aus den allgemeinen als auch aus den standortbezogenen Interviews geht hervor, dass sich eine attraktive grüne Umgebung auf die

Immobilienwerte auswirkt. Für Bielefeld, Bonn, Dortmund und Essen gibt es dazu Untersuchungen. Auch der Zusammenhang von grüner Infrastruktur und dem urbanen Klima sowie der physischen psychischen Gesundheit ist allen Akteuren bekannt. Wie die Städte mit diesem Umstand umgehen, ist jedoch vollkommen unterschiedlich und auch von ihrer Ausgangssituation abhängig. Die integriertesten Ansätze zeigen dabei Bottrop im Rahmen der *InnovationCity* und Essen mit der erfolgreichen Bewerbung als *Grüne Hauptstadt Europas*. Insgesamt wird der grünen Infrastruktur sowohl allgemein als auch standortspezifisch ein hoher Stellenwert zugeschrieben, da sie die Lebensqualität der an einem Standort lebenden und arbeitenden Menschen beeinflusst, wovon auch Unternehmen und Standorte selbst profitieren. Standorte wie Bottrop, Dortmund oder Essen nehmen sie in vollkommen unterschiedlichen Projekten in den Fokus und erhoffen sich dadurch nicht zuletzt, die Attraktivität ihres Standortes zu steigern. Darüber hinaus sind alle drei Städte aus ihrer Vergangenheit heraus deutlich grüner strukturiert, als es Klischees über das Ruhrgebiet vermuten lassen, und haben deswegen auch eine entsprechend gute Ausgangsposition. Andere Städte wie Bielefeld oder Bonn sind durch ihre naturräumliche Lage an Teutoburger Wald oder Siebengebirge begünstigt und auf diese Weise mit dem Thema grüne Infrastruktur verbunden. Während Bielefeld aktuell daran arbeitet, diesen Umstand in der Außenwahrnehmung für sich zu nutzen, ist die bestehende attraktive Lage für Bonn ein Grund, warum die Stadt für verschiedene Unternehmen und viele Menschen so attraktiv ist.

#### **8.4 Aktivitäten von städtischer, unternehmerischer und privater Seite**

In den allgemeinen Interviews wird über unterschiedlichste Beispiele und Zielsetzungen im Bereich der "grünen" Stadtentwicklung berichtet. Die Maßnahmen reichen von Leuchtturmprojekten wie PHOENIX in Dortmund, wo die grüne Infrastruktur als Motor für die Entwicklung eines konkreten Standortes dient, über die Errichtung von Parkanlagen, die zur Stabilisierung problematischer Stadtquartiere dienen, bis hin zur Durchführung von Bundes- bzw. Landesgartenschauen zur Unterstützung der wirtschaftlichen Entwicklung einer Region. Projekte wie die RegioGrün sollen durch die Vernetzung von Freiräumen die Grünstrukturen langfristig festigen. Neben ökologischen bzw. klimatischen Effekten stehen dabei oft soziale oder wirtschaftliche Aspekte im Fokus, die sich teilweise auch gegenseitig bedingen, im Schnittpunkt zweier Funktionen liegen oder mehrere Funktionen zugleich erfüllen. Geht es um das Generieren von Geldern aus der Städtebauförderung, so werden heute sogenannte integrierte Handlungsansätze verlangt. Dabei soll der Standort ganzheitlich unter Berücksichtigung verschiedener Faktoren wie Umwelt, Verkehr oder soziale Aspekte betrachtet werden. Es wird deutlich, dass also jeder Standort selbst seine Probleme identifizieren und Handlungsfelder erarbeiten muss. Was das unternehmerische Engagement für Freiräume anbelangt, so werden in den Interviews verschiedene Aktivitäten angesprochen, die ebenfalls unterschiedliche Absichten verfolgen. Es wird davon berichtet, dass Unternehmen Firmengärten gestalten, die dem Image und der Repräsentativität der Firma dienen und zur Mitarbeiterzufriedenheit beitragen sollen. Andere Unternehmen leisten im Rahmen von Sponsoring-Aktivitäten einen Beitrag zur Freiraumgestaltung, was zum einen dem Image des Unternehmens dient und zum anderen den Standort und seine Attraktivität stärkt. Dies kommt wiederum den Unternehmen zugute. Dabei kann sich das Image eines Standortes auf die Aktivitäten eines Unternehmens auswirken, was sich beispielsweise in Münster zeigt. Auch ein privates Engagement im Bereich der grünen Infrastruktur ist gegeben. Neben Stiftungen und Bürgerinitiativen, die sich um die Thematik kümmern, besteht ein zunehmendes Engagement im Bereich der Patenschaften oder des Urban Gardenings. Hier zeigt sich, dass die Menschen ein Interesse an den urbanen Freiräumen

haben. Insgesamt sind die Aktivitäten von kommunaler, wirtschaftlicher und privater Seite vielfältig und mit unterschiedlichsten Zielsetzungen bei verschiedenen Ausgangsvoraussetzungen verbunden.

### **Bielefeld**

Am Standort Bielefeld werden die meisten Maßnahmen im Bereich der Freiraumentwicklung über die Städtebauförderung realisiert, da die Stadt einem Nothaushalt unterstellt und deswegen in ihren Möglichkeiten eingeschränkt ist. Dennoch können über Förderungen viele Projekte realisiert werden, da bei den bestehenden Sanierungsgebieten die Grünentwicklung integriert wird. Ein Beispiel innerhalb der Stadt ist Sieker-Mitte als Handlungsgebiet des Programms *Soziale Stadt NRW*, wo unter anderem ein neuer Park entsteht. Auch bei der Sennestadt handelt es sich um ein Sanierungsgebiet, bei dem im Rahmen des Förderprogramms *Stadtumbau West* das Grünraumsystem vollständig überdacht wird. Dabei liegen den Überlegungen integrierte städtebauliche Entwicklungskonzepte zu Grunde, die ämterübergreifend erarbeitet werden, diverse Faktoren wie die demographische und wirtschaftsstrukturelle Entwicklung inkludieren und den Standort ganzheitlich betrachten. Der Freiraum wird als zentrales Element gesehen, um die Standortattraktivität zu gewährleisten. Geht es um Aktivitäten im Bereich des Klimaschutzes, bestehen in der Stadt einige Projekte wie Klimaschutzsiedlungen oder das Handlungsprogramm Klimaschutz. Bei diesen Maßnahmen ist keine Kopplung an das Thema Klimaanpassung gegeben, das sonst durchaus als Aspekt in die Freiraumplanung integriert wird. Für diesen Schwerpunkt ist jedoch ein anderes Ressort in der Verwaltung zuständig, mit dem auf diesem Feld zwar gesprochen, aber nicht kooperiert wird. Auch die Politik sieht aktuell auf diesem Gebiet noch keinen gesteigerten Handlungsbedarf, da Bielefeld ihrer Einschätzung nach stadtklimatisch in einer guten Ausgangssituation ist. Generell befindet sich die Grünflächenplanung oftmals in der Rechtfertigungspflicht, wenn es um Investitionen in die grüne Infrastruktur geht und auf der anderen Seite finanzielle Mittel für Maßnahmen wie die Straßensanierung fehlen. Zur Verbesserung der Wahrnehmung und Steigerung der Attraktivität Bielefelds soll das Projekt *StadtParkLandschaft* beitragen. Zudem wurden einige Gewerbeflächen in der Stadt nach dem "Cradle to Cradle" Prinzip entwickelt. Ob sich Unternehmen aktuell verstärkt für die Nachhaltigkeitsthematik interessieren, ist unklar bzw. wird nicht vermutet. Einige Firmen engagieren sich im Bereich des Klimaschutzes oder nehmen am Projekt Ökoprofit teil. Bezüglich des Engagements für den Freiraum besitzen einige Unternehmen repräsentative Gärten, in denen Veranstaltungen stattfinden. Andere investieren in den Tierpark Olderdissen oder unterstützen Freiraumprojekte wie die Lutterfreilegung. Hauptsächlich verantwortlich für die Freilegung der Lutter ist der Verein *Pro Grün*. Das einzige Gewässer im Innenstadtbereich verlief zu einem großen Teil unterirdisch. Eine Beteiligung an solchen grünen Projekten trägt nicht nur zum Image der Stadt, sondern auch zum Image und zur Wahrnehmung des Unternehmens bei und hat somit für die Firma zwei positive Effekte. Viele Unternehmen in Bielefeld zeigen ein Interesse an der Stadtentwicklung und nehmen am Arbeitskreis Stadtentwicklung teil, der im Rahmen des Prozesses *Bielefeld 2000plus* zwischen Universität und Stadtverwaltung existiert. Dennoch gibt es auch Stimmen, die einen zu hohen Grad an Einbringung der Wirtschaft für nicht zuträglich halten, da Korruption befürchtet wird. Zusammenfassend ist zu sagen, dass viele Projekte durch den gegebenen Nothaushalt nur über Maßnahmen der Städtebauförderung umgesetzt werden können. Dennoch wird über integrierte Ansätze einiges für die Freiraumentwicklung getan. Neben der kommunalen Seite engagiert sich ein Verein für die grüne Infrastruktur der Stadt und auch einige Firmen beteiligen sich im Rahmen von Sponsoring-Aktivitäten, um die Attraktivität ihres Standortes zu erhalten bzw. zu steigern.

## **Bonn**

Eines der größten Freiraumprojekte in der Region Bonn ist das Projekt *Grünes C*, welches mit EU-Mitteln im Rahmen der *Regionale 2010* gefördert wird. Hierbei kooperiert Bonn mit der Region, um die vorhandenen Freiräume zu sichern, miteinander zu verknüpfen und zu entwickeln. Zudem existiert im Raum Bonn das Naturschutzprojekt *chance7*, was vor allem der Schaffung von Biotopverbundsystemen dient. Generell gibt es zwischen der Stadt Bonn, dem Rhein-Sieg-Kreis und dem Kreis Ahrweiler einen regionalen Arbeitskreis als freiwilligen Zusammenschluss, der einen Beitrag zur Strukturförderung leisten soll. Eine Säule des strukturpolitischen Leitbildes ist das Modell einer umweltgerechten Städtelandschaft und Kulturregion. Die nachhaltige Raumentwicklung stellt dabei eine wichtige Grundlage dar. Für die Stadt Bonn selbst existiert der Masterplan *Innere Stadt*. Er umfasst für die urbanen Grünstrukturen die drei Leitthemen "Urbanes C", "Grüne Trittsteine" und "Bonner Promenaden". Die Freiraumplanung ist oftmals auch ein Nebenprodukt von Maßnahmen, die beispielsweise den Hochwasserschutz betreffen, da die Gelder für die Freiraumentwicklung knapp bemessen sind. Mit dem *Integrierten Freiraum-System* besteht ein Steuerungs- und Planungsinstrument, das der Sicherung und nachhaltigen Entwicklung der Freiflächen innerhalb Bonns unter der Berücksichtigung von Faktoren wie der Erholungsfunktion, dem städtischen Klima und der Vernetzung von Freiräumen dient. Als generelles Problem in Bonn erwähnen viele Akteure die Flächenknappheit bei anhaltendem Bevölkerungswachstum und die dabei auftretenden Interessenkonflikte. Nach Einschätzung einiger Experten wäre eine intensivere Kooperation mit dem Umland wichtig, um die Freiräume, die stark zur Qualität des Standortes beitragen, zu sichern. Ein weiterer Kritikpunkt an der Freiraumentwicklung betrifft das Projekt *Grünes C*, bei dem die Kommunikation nach außen von einigen Akteuren als verbesserungswürdig angesehen wird. Ihrer Meinung nach wurde es versäumt, die Bürger in den Prozess einzubeziehen. Was die Aktivitäten seitens der Privatwirtschaft angeht, wird unter anderem von Ökosponsoring-Aktivitäten berichtet, bei denen Gartenbauunternehmen zum Beispiel Kreisverkehre zu Werbezwecken gestalten. Darüber hinaus werden Meetings im Freien oder Baumpflanzaktionen, an denen Unternehmen im Rahmen von Teambuilding-Maßnahmen teilnehmen, erwähnt. Mit der Entwicklung des Bonner Bogens ist ein kompletter "grüner" Standort entstanden, an dem nicht nur Wert auf eine attraktive Lage und repräsentative Außenanlagen gelegt wird, sondern auch eine nachhaltige Bauweise umgesetzt wurde. So sind zwei Gebäudekomplexe von der Deutschen Gesellschaft für nachhaltiges Bauen zertifiziert worden. Während die einen Akteure solche Prozesse begrüßen, sehen andere den Einfluss von Unternehmen auf den öffentlichen Raum eher kritisch und vertreten die Auffassung, dass der öffentliche Raum auch öffentlich bleiben sollte. Auf der anderen Seite wird berichtet, dass einige Unternehmen erst gar kein Interesse daran haben, sich im öffentlichen Raum einzubringen. Das kann daran liegen, dass sie Differenzen mit der Stadtverwaltung haben oder Grünstrukturen als Selbstverständlichkeit ansehen. Andere Unternehmen können sich ein solches Engagement nicht leisten oder es fehlt an Identifikation mit dem Standort. Insgesamt macht die Flächenknappheit bei anhaltendem Bevölkerungswachstum den Umgang mit dem Freiraum und die Kooperation mit der Region zu einem wichtigen Thema in Bonn. Durch Projekte wie das *Grüne C* sollen die regionalen Freiräume vernetzt und gesichert werden, um die Qualität und Attraktivität der Region zu bewahren. Dennoch vertreten einige Akteure die Ansicht, dass die Bedeutung der grünen Infrastruktur noch nicht ausreichend erkannt wurde oder als zu selbstverständlich genommen wird.

### **Bottrop**

Das größte Projekt im Bereich der Stadtentwicklung in Bottrop ist zurzeit die *InnovationCity*. Der Initiativkreis Ruhr rief 2010 einen Wettbewerb zur "Klimastadt der Zukunft" aus, den Bottrop gewann. Neben der energetischen Sanierung geht es auch um einen klimagerechten Stadtumbau. Dabei sollen nicht nur die CO<sub>2</sub>-Emissionen verringert, sondern auch die Lebensqualität gesteigert werden. Zur Umsetzung existieren weit über 100 Einzelmaßnahmen, die in die Handlungsfelder Wohnen, Arbeiten, Mobilität, Energie, Stadt und Aktivierung eingeordnet werden. Durch den ganzheitlichen Ansatz werden nicht nur technische, sondern auch ökonomische, soziale und ökologische Gesichtspunkte berücksichtigt. So gibt es auch verschiedene Maßnahmen, die sich mit den Themen grüne Infrastruktur, Klimaanpassung und Lebensqualität beschäftigen. Dabei werden zum Beispiel die Möglichkeiten von Dach- und Fassadenbegrünungen geprüft oder vorhandene Wärmeinseln in den Fokus genommen. Die ganzheitliche Betrachtungsweise wird durch das Zusammendenken und das Verknüpfen von Einzelaspekten von den Akteuren als der innovative Kern des Projektes gesehen. Der Austausch und die Kooperationen im Ruhrgebiet sind traditionell gegeben. Zum einen präsentiert Bottrop seine Arbeit im Rahmen der *InnovationCity* umfangreich. Zum anderen besteht mit dem Regionalverband Ruhr ein Zweckverband, der die Interessen des gesamten Ruhrgebiets vertritt und sich für seine Entwicklung engagiert. So ist auch immer noch der ökologische Umbau des Emscher-Systems ein Aufgabenfeld. In Bottrop betrifft das die Nebenläufe der Emscher, Berne und Beue. Geht es um das Engagement von Unternehmen, so berichten die Akteure, dass einige Firmen am Projekt Ökoprotit teilnehmen. Zudem gibt es vereinzelt Ökosponsoring-Aktivitäten, wenn beispielsweise Gartenbaufirmen einen Kreisverkehr gestalten und im Zuge dessen für sich werben. Hier gibt es allerdings keine langfristigen Kooperationen. Einige Firmen zeigen zudem ein gesteigertes Interesse an Themen der Nachhaltigkeit und des Klimaschutzes. Das ist vor allem der Fall, wenn es zu ihrem eigenen Produkt und zum Image des Unternehmens passt und auch ein Kosteneinsparungspotenzial darstellt. Dabei geht es jedoch weniger um die Grünstrukturen innerhalb der Stadt. Was den *InnovationCity*-Prozess betrifft, so besteht eine umfangreiche Unterstützung von unternehmerischer Seite. Die Initiativkreis Ruhr GmbH, ein Zusammenschluss von ca. 70 Wirtschaftsunternehmen, ist Hauptgesellschafter der Innovation City Management GmbH. Unabhängig davon gibt es in der Stadt mit der Bremer Stiftung eine Institution, die zur Imageaufwertung Bottrops und zur Attraktivität des Stadtbildes beiträgt. Hierzu finden unter anderem Begrünungsaktionen statt. So ist zusammenfassend zu sagen, dass durch das Projekt *InnovationCity*, welches durch große Unternehmen unterstützt wird, ein integrativer Ansatz für die Stadt vorliegt, der nicht nur die energetische Sanierung und den klimagerechten Stadtumbau forciert, sondern auch einen Schwerpunkt auf die Bereiche Lebensqualität und Klimaanpassung legt, für die urbane Freiräume eine zentrale Rolle spielen.

### **Dortmund**

Eine der aktuell größten Maßnahmen in Dortmund im Bereich der Stadtentwicklung ist POHOENIX. Das Projekt besteht aus den miteinander verbundenen Bereichen PHOENIX West und PHOENIX-See. Dabei ist im Stadtteil Hörde laut Expertengesprächen ein Wirtschafts-, Lebens- und Arbeitsstandort entstanden, der eine neue Facette Dortmunds zeigen soll. Finanziell wurde das Vorhaben durch das Land Nordrhein-Westfalen und die Europäische Union unterstützt. Zuvor befand sich an dieser Stelle ein Hochofen- und Stahlwerk. Heute soll sich PHOENIX zu einem innovativen Technologie- und Dienstleistungsstandort entwickeln. Der neu geschaffene See dient dabei sowohl als attraktive und repräsentative Kulisse als auch als lebenswerter Wohnstandort und Raum für die Freizeitgestaltung.

Zudem übernimmt er die Funktion eines Regenrückhaltebeckens. Neben dem See ist mit dem PHOENIX Park ein Areal entstanden, das über den Emscher Landschaftspark in das radial-konzentrische Freiraumkonzept der Stadt eingebunden ist. Der Austausch und die Kooperationen sind im Ruhrgebiet traditionell gegeben, was schon für den Fall der Stadt Bottrop beschrieben wurde. Auch für den Freiraum spielt das eine zentrale Rolle, da die Städte oftmals ineinander übergehen. So zieht sich auch der Emscher Landschaftspark als Einheit durch das Ruhrgebiet. Was das Engagement von Unternehmen angeht, gibt es vereinzelt Firmen, die sich um besonders hohe Klimaschutzstandards bemühen oder mit Dach- und Fassadenbegrünung arbeiten. Zudem wird angenommen, dass das Engagement zunehmen wird, da Firmen vermehrt auf ihre Außenwirkung Wert legen. Auch in der aktuellen Gewerbeflächenentwicklung spielen solche Aspekte eine Rolle. Für PHOENIX West werden sogenannte Pocketparks als kleine Grünverbindungen geplant, in denen Beschäftigte künftig ihre Pausen gestalten können und Erholung finden sollen. Da dieser Prozess jedoch noch nicht abgeschlossen ist und erst wenige Parks entstanden sind, liegen aktuell keine weiteren Informationen darüber vor, wie die Parks angenommen werden. Zusammenfassend hat Dortmund mit PHOENIX ein stadtentwicklerisches Projekt umgesetzt, welches zur Aufwertung des Images und der Attraktivität der Stadt beitragen soll. Die entstandenen Grünstrukturen, die in das bestehende radial-konzentrische System integriert wurden, leisten dazu einen wesentlichen Beitrag.

### **Essen**

Mit dem *Universitätsviertel - grüne mitte Essen*, dem GRUGACARREE oder dem Krupp-Gürtel entstehen aktuell eine Reihe von stadtentwicklerischen Projekten, bei denen die grüne Infrastruktur eine zentrale Rolle übernimmt. Zudem hat Essen mit *ESSEN.Neue Wege zum Wasser* ein Programm ins Leben gerufen, das zur Entwicklung und Vernetzung der urbanen Freiräume beitragen, den Lebens- und Freizeitwert der Region stärken und das Image der Stadt verbessern soll. Viele der Einzelmaßnahmen haben dabei auch die Verbesserung des Radwegesystems zum Inhalt. Wie der Titel schon vermuten lässt, ist Wasser ein zentrales Element des Programms. Auch beim Bewerbungsprozess um die *Grüne Hauptstadt Europas* haben die urbanen Grünstrukturen eine zentrale Rolle gespielt. Wie schon zuvor bei den Städten Bottrop und Dortmund erwähnt, sind auch in Essen ein Austausch und Kooperationen mit der Region traditionell gegeben. So wollte sich ursprünglich das ganze Ruhrgebiet als *Grüne Hauptstadt Europas* bewerben, was jedoch aus formalen Gründen nicht möglich war. Das Engagement von Firmen im Bereich Nachhaltigkeit und Klimaschutz bezieht sich vor allem auf die Teilnahme am Projekt Ökoprofit zur Einsparung von Ressourcen und Kosten. Aber auch eine nachhaltige Bauweise ist für einige Unternehmen von Interesse, was teilweise in der Gewerbeflächenentwicklung Berücksichtigung findet. So wurde der M1 Gewerbepark nicht nur mit einem besonders hohen Grünanteil sowie mit Dach- und Fassadenbegrünungen ausgestattet, sondern ist auch zum Teil DGNB-zertifiziert. Das Gewerbegebiet ist von Wald eingerahmt, was den Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmern unter anderem erholsame Mittagspausen ermöglichen soll. Zusätzlich gehen die Betriebe vor Ort bei Kauf einen Pflegevertrag ein, der die Unterhaltung der öffentlichen Grünanlagen regelt. Daneben gibt es einige Unternehmen, die am Firmengartenwettbewerb teilgenommen haben, der für den Raum Essen stattgefunden hat. Dabei werden besonders gestaltete Außenbereiche, die für Repräsentativität und ein gutes Image sorgen, aber auch den Beschäftigten Raum für Erholung bieten, ausgezeichnet. Einen solchen Außenbereich hat beispielsweise die Firma ThyssenKrupp, die unter anderem Baumreihen landestypischer Bäume nationaler und internationaler Geschäftspartner gepflanzt hat. Auch Sponsoring-Aktivitäten im Bereich der grünen Infrastruktur werden genannt. Einige Unternehmen im

Bereich des Gartenbaus gestalten Kreisverkehre, um auf sich aufmerksam zu machen. Der Energieversorgungskonzern RWE sponsert die Beleuchtung im Grugapark. Ergänzend dazu existiert ein Stiftungsverein, der Spendengelder für den Grugapark sammelt, und ein umfangreiches bürgerschaftliches Engagement, das von Urban Gardening bis zu Baumpatenschaften reicht. Insgesamt existieren neben den vielfältigen Bemühungen, den Titel der *Grünen Hauptstadt Europas* zu gewinnen, zahlreiche weitere freiraumplanerische und stadtentwicklerische Projekte, die die Grünstrukturen betreffen bzw. integrieren.

So vielfältig und unterschiedlich wie die untersuchten Städte sind, so verschieden sind auch die Projekte und Schwerpunkte, denen sie sich in der Stadt- und Freiraumentwicklung widmen. Die Ausgangsbedingungen in Form von naturräumlichen, wirtschaftlichen oder städtebaulichen Gegebenheiten, die Finanzlage, aber auch die sozioökonomische oder demographische Situation haben einen deutlichen Einfluss auf die Standorte und ihre Planungen. In allen Städten gibt es Unternehmen, die am Projekt Ökoproofit teilnehmen und in diesem Rahmen nicht nur Ressourcen sparen, sondern auch Kosten reduzieren. An allen Standorten lässt sich beobachten, dass es Unternehmen gibt, die sich im Rahmen von Sponsoring-Aktivitäten im öffentlichen Raum einbringen. Auch hier ist zu vermuten, dass das vor allem dem Image der Firma dienen soll und davon abhängig ist, inwieweit sich das Unternehmen mit dem Standort identifiziert und wofür es stehen möchte. Zudem ist an allen Standorten bürgerschaftliches Engagement im Bereich des Freiraums zu beobachten, was den Eindruck der verschiedenen Umfragen bestätigt, dass die urbanen Grünstrukturen einen hohen Stellenwert in der Bevölkerung haben.

### **8.5 Potenziale durch Grün für die künftige Standortausrichtung**

Aktuell werben diverse Standorte mehr oder weniger erfolgreich damit, besonders grün zu sein. Was die urbanen Grünstrukturen grundlegend leisten können, ist die Beeinflussung der Lebensqualität in der Stadt und der Einfluss auf die Attraktivität von Städten. Diese beiden Faktoren sind zuträglich für das Image und die Außenwahrnehmung. Generell vertreten die Akteure aber die Auffassung, dass Stadtentwicklung und Standortmarketing nur über integrierte Konzepte unter Einbezug verschiedenster Fachbereiche funktionieren können. Dazu zählen neben der Stadt- und Freiraumplanung beispielsweise die Bereiche Umwelt, Verkehr und Mobilität, Gesundheit, Klimaschutz und -anpassung, Tourismus sowie Wirtschaftsförderung. Daneben sind aber auch Ressorts wie Bildung, Familie, Soziales oder Integration mit einzubeziehen. Grundsätzlich gilt es, die Eigenheiten des Standortes zu berücksichtigen und sich auf die eigenen Stärken zu konzentrieren. Wenn das geschieht, bietet die grüne Infrastruktur ein Potenzial, unter Berücksichtigung weiterer Faktoren ins Standortmarketing einbezogen zu werden, um Unternehmen bzw. Menschen für den Standort zu gewinnen. So können einige Standorte wie die englische Stadt Sheffield, die eine der ersten *Grünen Hauptstädte Europas* war, entsprechende Erfolge vorweisen, die auch nachhaltig wirken. Das ist jedoch nur bei vorhandener Glaubwürdigkeit möglich. Es reicht nicht, damit zu werben, dass ein Standort besonders grün ist, wenn es an Konzepten oder gar an Grünstrukturen fehlt und andere Faktoren am Standort nicht stimmen. Was innovative Ansätze betrifft, direkt mit Grünstrukturen Marketing zu betreiben, so gibt es heutzutage die Möglichkeit, mit Schriftzügen aus Anspritzbegrünung zu arbeiten oder mit grünen Bar- und QR-Codes zu werben. Das kann jedoch nur ein Baustein unter vielen sein. Als Hemmnisse im Umgang mit grüner Infrastruktur werden von den Akteuren die Angst vor den Kosten für Entstehung und Unterhaltung gesehen. So ist an vielen Standorten die kommunale Haushaltslage angespannt. Private Akteure sehen den Freiraum als

städtische Aufgabe und haben erst einmal kein Interesse, in ihn zu investieren. Dennoch profitiert gerade die Privatwirtschaft von attraktiven Freiraumstrukturen, wenn mit Slogans wie "Wohnen und Arbeiten am See" geworben wird und somit Immobilienwerte gesteigert oder die Außenwirkung verbessert wird. Generell sind die Akteure der Meinung, dass die grüne Infrastruktur bei entsprechenden integrierten Konzepten durch ihren Mehrwert auf die städtische Attraktivität und Lebensqualität als ein Baustein im Marketing berücksichtigt werden kann, dabei aber jede Stadt ihren eigenen Weg finden muss. Nicht jeder Standort hat ein Interesse daran, den Fokus verstärkt auf diesen Aspekt zu legen. Zudem sind dabei grundsätzlich weniger kurzfristige als mittel- bis langfristige Erfolge bei kontinuierlicher Arbeit zu erwarten, wie man es an Städten wie Münster sehen kann.

### **Bielefeld**

In den 1980er-Jahren warb Bielefeld damit, die freundliche Stadt am Teutoburger Wald zu sein. In den letzten Jahren hat man sich von Seiten des Grünflächenamtes wieder auf die Darstellung der grünen Qualitäten Bielefelds konzentriert. So wurde das Programm *StadtParkLandschaft* ins Leben gerufen, das die Erlebnisvielfalt und Lebensqualität der Stadt bewerben soll. Dieses Thema wird jedoch nur begrenzt ämterübergreifend bearbeitet und auch die kommunale Haushaltslage erschwert die Schwerpunktsetzung in diesem Bereich. So zeigt sich in der naturräumlichen Lage ein Potenzial für die Verbesserung der Außenwahrnehmung, was nach Ansicht einiger Akteure kaum genutzt wird. Laut der Aussage einer Gruppe scheint die Stadt immer noch auf Identitätssuche zu sein und mit ihrer Außenwahrnehmung zu kämpfen. Generell vertreten die Akteure die Auffassung, dass die Lage am Teutoburger Wald und die durchgrünte Struktur sowie die verschiedenen aktuellen stadtentwicklerischen Projekte einen verstärkten Einbezug weicher Qualitäten in das Standortmarketing als sinnvoll erscheinen lassen. Um als Baustein zu einer Imageverbesserung beitragen zu können, wäre jedoch ein integrierter Handlungsansatz unter der Beteiligung verschiedenster Ämter notwendig. Aktuell wird daran gearbeitet.

### **Bonn**

Gegenwärtig präsentiert sich Bonn als Beethovens Geburtsstadt und internationaler Wirtschaftsstandort. Daneben finden unter anderem auch die Hauptstadtvergangenheit und Bonns Funktion als Gesundheitsstandort Erwähnung. Einige Akteure empfinden die Vermarktung des Standortes als eher unklar. Auch wünschen sie sich eine stärkere Kooperation der einzelnen Fachbereiche. In diesem Zusammenhang wird bemerkt, dass auch eine Verknüpfung der verschiedenen Themen, die oftmals ohne Zusammenhang nebeneinander existieren, ein Potenzial darstellen würde. Vielen Akteuren erscheint es als sinnvoll, dabei auch die grüne Infrastruktur und die naturräumliche Lage mit einzubeziehen. Die Freiraumqualitäten finden aktuell hauptsächlich über Bilder Einbezug, was generell als sinnvoll erachtet wird, weil sie positive Emotionen hervorrufen und somit einen wichtigen Beitrag zum Image der Stadt leisten. Gerade die Bereiche Gesundheit/Lebensqualität, Klima/Nachhaltigkeit oder der regionale Freizeitwert, bieten jedoch weitaus umfangreichere Möglichkeiten, das Grün miteinzubeziehen. Innerhalb Bonns bieten sich für eine stärkere Verknüpfung vor allem die Aspekte Gesundheitsstandort und internationaler Standort an. So könnte man die harten Faktoren wie die Klinikdichte der Region mit weichen Faktoren wie dem gesundheitsfördernden Aspekt der grünen Infrastruktur verknüpfen und somit gleichzeitig zum Image als lebenswerte Stadt beitragen. An dieser Stelle ist jedoch anzumerken, dass nicht alle Akteure von dem Ansatz überzeugt sind. Insbesondere ein Interviewpartner sieht diesbezüglich hauptsächlich internationale Gäste als Zielgruppe, die sich vor allem für die harten Faktoren wie die

Klinikdichte und nicht die Stadt selbst interessieren. Diese Einschätzung ist allerdings kritisch zu sehen. Es ist zumindest fraglich, ob man den Schwerpunkt derart eindimensional setzen und die Bevölkerung sowie deren Lebensqualität außer Acht lassen sollte. Ein Anderer Ansatzpunkt ist das Thema Internationalität, das sich auf die vorhandenen UN-Sekretariate und NGOs bezieht. Da diese vor allem im Bereich der Nachhaltigkeit und des Klimaschutzes angesiedelt sind, bietet es sich auch hier an, die grüne Infrastruktur mit ihrem positiven Einfluss auf das Klima stärker einfließen zu lassen, um die Glaubwürdigkeit des Standortes zu unterstreichen. Auch an dieser Stelle gibt es wieder kritische Stimmen, die der Meinung sind, dass die UNO sich für solche Faktoren nicht interessiert. Diese Einstellung ist ebenfalls hinterfragbar. Eine eindimensionale Betrachtung scheint Potenziale außer Acht zu lassen, die durch einen integrierten Umgang mit der Thematik Vorteile mit sich bringen könnte. So zeigen andere Entwicklungen in Bonn, dass an Standorten wie dem Bonner Bogen bereits mehrere Gebäude DGNB-zertifiziert sind und Unternehmen diese Standorte gezielt nachfragen. Demnach scheint die grüne Infrastruktur ein Potenzial zu bieten, das sich sinnvoll in das Standortmarketing einbeziehen lässt und das Profil der Stadt bei entsprechenden Kooperationen und thematischen Verknüpfungen abrunden könnte. Als ein generelles Hemmnis wird auch in Bonn die angespannte Haushaltslage empfunden, die es gerade der grünen Infrastruktur schwermacht, Fürsprecher zu finden. So werden in erster Linie Folgekosten für die Pflege der urbanen Freiräume befürchtet, obwohl es gerade diese weichen Faktoren sind, die zur Attraktivität der Stadt beitragen und sie den Menschen als lebenswert erscheinen lassen.

### **Bottrop**

Für Bottrop ist das Projekt *InnovationCity* aktuell nicht nur ein wichtiges Thema der Stadtentwicklung. Es trägt auch zur Verbesserung der Außenwahrnehmung bei und gilt als Ausdruck für den Wandel der Stadt. In einem ganzheitlichen Ansatz wird die Energiethematik mit Aspekten wie der Klimaanpassung, dem demographischen Wandel, der menschlichen Gesundheit oder ihrer Lebensqualität verknüpft, wobei auch die grüne Infrastruktur eine zentrale Rolle spielt. Somit ist es möglich, an der vorhandenen Kernkompetenz "Energie" festzuhalten, diese jedoch um weitere Faktoren zu ergänzen. Generell gilt auch für Bottrop, dass sich die angespannte Haushaltslage in vielen Bereichen bemerkbar macht. Dabei befindet sich die grüne Infrastruktur oftmals in der Verteidigungsrolle, statt selbstbewusst ihre Vorteile zu vertreten, gibt ein Akteur an. Obwohl an dieser Stelle also Verbesserungspotenziale gesehen werden, befindet sich Bottrop dennoch auf einem guten Weg, durch einen innovativen Ansatz alte Kompetenzen und neue Ideen zu kombinieren und so konsequent an einer positiven Außenwahrnehmung zu arbeiten sowie schrittweise das alte Image einer typischen Ruhrgebietsstadt hinter sich zu lassen. Dabei profitiert die Stadt von der überschaubaren Verwaltungsgröße und einem engagierten Bürgermeister, der das Projekt nach vorne trägt.

### **Dortmund**

Mit dem Stadtentwicklungsprojekt PHOENIX möchte Dortmund anhand der Entwicklungen im Stadtteil Hörde aufzeigen, dass sich die Stadt im Wandel vom klassischen Industriestandort zum modernen und lebenswerten Technologiestandort befindet. Diese Entwicklung ist auch Thema in der Wirtschaftsförderung und wird hierüber nach außen getragen. Dabei leisten die neu entstandenen Grünstrukturen inklusive eines neu angelegten Sees einen positiven Beitrag zum Image und zur Außenwahrnehmung der Stadt. Auf der anderen Seite wird die Wahrnehmung Dortmunds von verschiedenen Problemen im wirtschaftlichen und sozialen Bereich geprägt. Dazu zählen

beispielsweise die angespannte Haushaltslage oder hohe Arbeitslosigkeit, was sich negativ auf das Image der Stadt auswirkt. So überschatten mögliche Folgekosten grüner Infrastruktur oftmals die Sicht auf den vielfältigen Mehrwert, den die urbanen Freiräume mit sich bringen. Dennoch hat die Stadt trotz skeptischer Stimmen an dem Vorhaben festgehalten, was seitens der Befürworter große Anstrengungen und Überzeugungskraft erfordert hat. Ein Grund dafür war, dass man sich zum Ziel gesetzt hat, die Außenwahrnehmung und das Image der Stadt zu verbessern und für Unternehmen und Menschen als Wohn- und Lebensstandort interessant zu sein. So merken auch die Akteure in Dortmund, dass grüne Infrastruktur zunehmend ein weicher Standortfaktor ist, der nachgefragt wird, was das Festhalten an dem Projekt rechtfertigt.

### **Essen**

Nachdem Essen für das Jahr 2017 den Titel der *Grünen Hauptstadt Europas* gewonnen hat, ist dieses Thema zu einem bedeutsamen Element zur Verbesserung des Images geworden, mit dem die Stadt nach außen tritt. Aktuelle Projekte in der Standortentwicklung wie zum Beispiel das *Universitätsviertel – grüne mitte Essen* arbeiten ebenfalls mit Freiraumstrukturen, die als Motor der modernen Stadtentwicklung gelten. Zudem ergänzt das Programm *ESSEN.Neue Wege zum Wasser* die Strategie und war auch Teil des Bewerbungsprozesses. Ein Hemmnis in der weiteren Entwicklung könnte wie auch an den Vergleichsstandorten die angespannte Haushaltslage sein. Ansonsten hat die Stadt, die einen langen Atem bewiesen und sich mehrmals um den Titel beworben hat, konsequent und glaubwürdig das Ziel verfolgt, sich als "grüne" Stadt zu vermarkten und ihre Strategie darauf abgestimmt. So erzeugt der Titel in Ergänzung mit den aktuellen Projekten der Stadtentwicklung und dem Programm *ESSEN.Neue Wege zum Wasser* einen Mehrwert für das Image und die Außenwahrnehmung als lebenswerter Wohn- und Wirtschaftsstandort, der ohne den Einbezug der urbanen Freiräume und die Arbeit an den vorhandenen Grünstrukturen in dieser Form unter Umständen nicht zu erwarten gewesen wäre.

Aus den allgemeinen und standortspezifischen Interviews geht hervor, dass es nicht alleine reicht, mit einem grünen und attraktiven Standort zu werben, um ein positives Image zu erzielen und Menschen sowie Unternehmen für einen Standort zu gewinnen. So bieten Grünstrukturen zwar ein Potenzial für das Standortmarketing, können aber nicht für sich alleine stehen. Hierbei ist eine sinnvolle Verknüpfung mit Faktoren wie Gesundheit, Nachhaltigkeit, Stadtklima, Lebensqualität, Tourismus und Freizeitwert gefragt. Jeder der untersuchten Standorte hat seine eigene Strategie, die auch von den jeweiligen Ausgangsvoraussetzungen abhängig ist. Deutlich wird das zum Beispiel am Umgang mit der vorhandenen Fläche vor dem Hintergrund des demographischen Wandels. Während die Städte des Ruhrgebiets vor der Herausforderung stehen, einen klugen Umgang mit ihren Industriebrachen zu finden, müssen Städte wie Bonn überlegen, wie sie mit ihren wenigen zur Verfügung stehenden freien Flächen verfahren. Die Idee, grüne Infrastruktur in die Stadtentwicklung und das Standortmarketing einzubeziehen, wird demnach vollkommen unterschiedlich umgesetzt. Nicht alle verfolgen eine thematische und fachliche Verknüpfung. In der Stadt Bonn findet der Einsatz im Standortmarketing vor allem über Bilder statt, ohne dass weitere thematische Verknüpfungen gegeben sind oder verschiedene Fachbereiche (Stadt- und Freiraumplanung, Umwelt, Verkehr und Mobilität, Gesundheit, Klimaschutz und -anpassung, Wirtschaftsförderung, Bildung, Soziales etc.) ein Konzept erarbeiten würden. Bielefeld hat ein Programm ins Leben gerufen, das die grünen Qualitäten der Stadt als Standortfaktor bewerben will, jedoch hauptsächlich im Bereich der Freiraumentwicklung angesiedelt ist. Ein fachlich und thematisch breiter Ansatz wie bei den Konzepten der integrierten Stadtentwicklung ist auch hier nicht gegeben. Obwohl beide Standorte

sich mit Siebengebirge und Rhein bzw. dem Teutoburger Wald in einer guten naturräumlichen Ausgangssituation befinden, spielt dieser Umstand eher eine nachgelagerte Rolle in der Außendarstellung. Das soll sich in Bielefeld jedoch ändern. Aktuell wird ein Prozess zur Bildung einer Marketingstrategie unter Berücksichtigung der "grünen" Lebensqualität vor Ort eingeleitet. Dortmund hat mit PHOENIX ein Leuchtturmprojekt umgesetzt, das auch von der grünen Infrastruktur lebt. Dabei bezieht sich das Projekt jedoch nicht auf den ganzen Stadtraum, sondern nur auf einen Stadtteil. Dennoch erhofft man sich einen Mehrwert für das Image und die Außenwahrnehmung der gesamten Stadt. Der Freiraum, der in die gesamte Grünstruktur der Stadt eingebunden ist, wird an Aspekte wie Freizeit und Lebensqualität gekoppelt und erfüllt zudem ökologische Kriterien. Das Entstehen eines angenehmen Arbeitsumfeldes ist ebenfalls ein wichtiges Thema, wodurch der Ansatz des Projektes, wenn auch auf einer kleineren Maßstabsebene, ganzheitlich wirkt. Die Städte Essen und Bottrop scheinen die integrierendsten Ansätze zu verfolgen. Dadurch, dass sich ihre Projekte, die *InnovationCity Ruhr* und die *Grüne Hauptstadt Europas*, auf einen großen bzw. den gesamten Stadtraum beziehen und verschiedene Fachbereiche an den Konzepten arbeiten, wobei Wechselwirkungen und verschiedene Themenfelder berücksichtigt werden, wirken diese Konzepte schlüssig, glaubwürdig und zielführend. Dabei befinden sich alle Standorte in einer schwierigen Haushaltssituation, die es notwendig macht, kreative Lösungsansätze zu finden. Das Akquirieren von Fördergeldern spielt in diesem Zusammenhang oftmals eine entscheidende Rolle.

### **8.6 Grüne Infrastruktur: Bedeutung für Standorte und deren Marketing**

Aus den allgemeinen Interviews geht hervor, dass die Akteure grüne Infrastruktur für einen Standortfaktor halten, der sich auf Menschen, Unternehmen und die Standorte selbst auswirken kann. Das wird unter anderem mit ihrem Einfluss auf die Lebensqualität der an einem Standort lebenden und arbeitenden Menschen oder ihrer Wirkung auf das Image von Standorten begründet, was unter Umständen auch ausschlaggebend für Standortentscheidungen sein kann. Einige Experten gehen davon aus, dass die Bedeutung urbaner Freiräume weiter zunehmen wird, während andere betonen, dass ihr Stellenwert auch stark von der Zielgruppe abhängig ist. Es wird festgestellt, dass die grüne Infrastruktur bereits umfangreichen Einsatz im Standortmarketing diverser Städte findet. Das wird grundsätzlich auch für sinnvoll erachtet. Einige Akteure merken jedoch an, dass die Aktivitäten noch ausbaufähig sind, oftmals nicht genug durchdacht werden und dieser Ansatz auch nicht für jeden Standort sinnvoll bzw. gewollt ist.

#### ***Bielefeld***

Für die Akteure in Bielefeld ist die grüne Infrastruktur ein Standortfaktor, dem vor allem Einfluss auf die Lebensqualität in der Stadt und das Image der Stadt zugesprochen wird. Dabei sind einige Ansprechpartner jedoch der Auffassung, dass die landschaftlichen Qualitäten eher ein Grund zu bleiben sind als ein Grund, an den Standort zu kommen. Ein Potenzial für das Standortmarketing halten sie durch die gute Ausgangssituation mit dem Teutoburger Wald ebenfalls für gegeben. Das wird aktuell aber kaum genutzt. Ein Akteur hält das mangelnde Selbstbewusstsein des Standortes für hinderlich, wodurch die Qualitäten nicht genug nach außen getragen werden.

#### ***Bonn***

Aus den in Bonn geführten Interviews geht hervor, dass die grüne Infrastruktur als Standortfaktor wahrgenommen wird, den man auch im Standortmarketing nutzen sollte. Die Form und die Intensität sind diskutiert. Zwar ist dieser Faktor nicht allein entscheidend, aber seine Wirkung auf das

städtische Image und die Lebensqualität in der Stadt sollte nicht unterschätzt werden. Das wird anhand verschiedener Beispiele von Unternehmen und Privatpersonen deutlich, auf deren Standortwahl die Attraktivität Bonns, die sich auch in den Freiräumen widerspiegelt, einen Einfluss hatte. Die Wirtschaftsstruktur Bonns mit dem hohen Anteil hochqualifizierter Menschen und die attraktive naturräumliche Lage bieten der Stadt eine gute Ausgangssituation, hier einen Schwerpunkt zu setzen. Dabei ist es jedoch unabdingbar, ein ganzheitliches Konzept vorzuweisen. Verbesserungspotenzial besteht bezüglich thematischer Verknüpfungen in den Bereichen Kultur- und Freizeitangebot, Gesundheit, Nachhaltigkeit, Mobilität oder Stadtklima.

### ***Bottrop***

Die Interviewpartner in Bottrop sehen das gesamte Projekt *InnovationCity* als Standort- und Imagefaktor, bei dem die grüne Infrastruktur als Baustein integriert wird und somit einen wichtigen Beitrag zur Lebensqualität in der Stadt und ihrer Außenwahrnehmung leistet. Urbane Freiräume und ihr Einfluss auf die Gesundheit oder das Stadtklima werden thematisch miteinander verknüpft und bei vielen Maßnahmen im Sinne eines ganzheitlichen Ansatzes berücksichtigt. Dennoch wird zumindest von einem Akteur Potenzial gesehen, diese Vorteile im Standortmarketing noch weiter herauszuarbeiten und mit dem Mehrwert, den die urbanen Grünstrukturen erfüllen, selbstbewusster nach außen zu treten. Im Rahmen der *InnovationCity* wurden viele Projektideen entwickelt, die noch keine Umsetzung gefunden haben. So bleibt abzuwarten, was in näherer Zukunft realisiert wird.

### ***Dortmund***

Aus den Dortmunder Interviews geht hervor, dass die grüne Infrastruktur nach Einschätzung der Experten ein Standortfaktor ist, der sogar noch weiter an Bedeutung gewinnen wird, was Aspekte wie das Stadtklima, Naherholung, Gesundheit und damit auch die Lebensqualität, die Standortattraktivität und das Image betrifft. Nach Einschätzungen einiger Experten müssen diese Faktoren integriert betrachtet werden. In dem Fall trägt die grüne Infrastruktur dazu bei, Akteure und Menschen nicht nur für den Standort zu gewinnen, sondern diese auch am Standort zu halten, was auch für die Unternehmen vor Ort eine wichtige Rolle spielt. An dieser Stelle kommt jedoch erneut die angespannte finanzielle Situation der Stadt zum Tragen. Ein Akteur merkt hierzu an, dass es dieser Umstand der Stadt schwermacht, ihre Attraktivität zu halten bzw. auszubauen.

### ***Essen***

In Essen gilt die grüne Infrastruktur ebenfalls als Standortfaktor, der laut der Akteure in der Außendarstellung berücksichtigt wird. Ein Interviewpartner vertritt dabei die Auffassung, dass man sich jedoch nicht allein auf die grünen Qualitäten verlassen kann. Bei der Bewerbung um den Titel der *Grünen Hauptstadt Europas* wurde bereits ganzheitlich vorgegangen, indem die grüne Infrastruktur an verschiedene Faktoren wie Nachhaltigkeit, Nahmobilität, Stadtklima oder Freizeitwert gekoppelt wurde. So kann sie einen Standortfaktor darstellen und durch eine positive Wirkung auf das Image und die Außenwahrnehmung der Stadt einen Beitrag zum Standortmarketing leisten.

Abschließend sind sich die Akteure der allgemeinen und standortspezifischen Interviews einig, dass die grüne Infrastruktur einen Standortfaktor darstellt. Die Wertung ist dabei jedoch innerhalb jedes Standortes unterschiedlich. Einige Akteure vertreten die Auffassung, dass sie kein Grund ist, an einen Standort zu kommen, aber dazu beitragen kann, dort bleiben zu wollen. Andere denken, dass sie

Entscheidungsprozesse beeinflussen kann. Dritte berichten von Fällen, wo sie sogar ein ausschlaggebender Faktor war. Dabei spielen diverse Faktoren eine Rolle. So beeinflusst auch die Branche des Unternehmens den Stellenwert weicher Standortfaktoren, zu denen die grüne Infrastruktur zählt. Für alle Standorte ist es jedoch wichtig, attraktiv zu sein und über ein positives Image zu verfügen, um Menschen und Unternehmen für sich zu gewinnen. Dazu kann die grüne Infrastruktur beitragen. Das ist darin begründet, dass sie sich auf die Lebensqualität am Standort auswirkt, indem sie einen positiven Beitrag zum Stadtklima, zum Freizeitwert und zur menschlichen Gesundheit leistet. An einigen Standorten wurde erkannt, dass man diese Faktoren in einem integrativen Konzept unter Berücksichtigung der standortspezifischen Eigenheiten und aller relevanten Fachbereiche miteinander verknüpfen muss. Andere Standorte konnten einen solchen Ansatz sogar schon umsetzen. Dabei stellt sich jedoch auch immer die Frage, welche Schwerpunkte der Standort setzen möchte, die nicht in der Fokussierung bzw. Integration der urbanen Grünstruktur liegen müssen.

## 9 Musterlösung Grün?

Aus den Ergebnissen der Experteninterviews lässt sich schlussfolgern, dass es aufgrund der individuellen Ausgangssituation keine allgemeingültige Lösung für den Umgang mit grüner Infrastruktur geben kann, jedoch einige Aussagen für alle Standorte Gültigkeit besitzen. So spielen die urbanen Freiräume durch ihren sozialen, ökologischen und ökonomischen Mehrwert und die jeweiligen Wechselbeziehungen unter den genannten Funktionen für jeden Standort eine Rolle und sollten aus diesem Grund generell als Faktor in die Stadtentwicklung einbezogen werden.

Ähnliches gilt für den Stellenwert grüner Infrastruktur als Standortfaktor, der ebenfalls von den individuellen Gegebenheiten des Standortes beeinflusst ist. Jedoch sind auch an dieser Stelle bestimmte Aspekte allgemein übertragbar. So stellt die grüne Infrastruktur einen Standortfaktor für die Standorte selbst dar. Sie erfüllt zahlreiche Ökosystemleistungen, indem sie sich beispielsweise auf ökologischer Ebene auf das Stadtklima auswirkt und zugleich einen Mehrwert für die Gesundheit und das Wohlbefinden der am Standort lebenden und arbeitenden Menschen erzielt. Dieser Umstand spielt auch auf der sozialen Ebene eine Rolle. Die Lebensqualität der Menschen am Standort, die von guten klimatischen Bedingungen und einem hohen Freizeitwert profitiert, wirkt sich auf deren Bereitschaft aus, an den Standort zu kommen bzw. an diesem zu bleiben. Zudem profitiert die Außenwahrnehmung eines Standortes von attraktiven Freiräumen, da sie sich positiv auf das Image des Standortes auswirken können. Damit ist die grüne Infrastruktur auch indirekt ein Standortfaktor für die Unternehmen am Standort, die ebenfalls von einer positiven Außenwahrnehmung und einem guten Image des Standortes profitieren. Das kann wiederum dazu beitragen, Arbeitskräfte für das Unternehmen und den Standort zu generieren, da die Menschen Faktoren wie eine hohe Lebensqualität für sich und ihre Angehörigen nachfragen. Obwohl die grüne Infrastruktur demnach generell als Standortfaktor betrachtet werden kann, der für Standorte, die dort lebenden und arbeitenden Menschen und die ansässigen Unternehmen von Bedeutung ist, so variiert die genaue Gewichtung jedoch nach der gewünschten Ausrichtung des Standortes, der jeweiligen Unternehmensbranche und den individuellen Präferenzen der Menschen am Standort.

Für einen Einsatz des Faktors "Grün" im Standortmarketing gibt es ebenfalls keine allgemeingültige Lösung. Auch hier spielen die individuelle Ausgangssituation sowie das Selbstverständnis und die Zielsetzungen des Standortes eine ausschlaggebende Rolle. Dennoch sind einige Gesichtspunkte im Bereich der urbanen Grünstrukturen auch an dieser Stelle von einer generellen Relevanz. So wirkt sich eine attraktive Freiraumsituation auf die städtische Lebensqualität und Attraktivität aus, was wiederum Einfluss auf die Außenwahrnehmung und damit Bedeutung für das Standortmarketing haben kann. Es hat sich jedoch herausgestellt, dass es nicht ausreichend ist, nur mit einer grünen Umgebung zu werben, was aktuell viele Städte tun. Wenn der Faktor "Grün" in das Marketing einbezogen werden soll, so muss ein durchdachtes Konzept vorliegen und ein entsprechendes Handeln des Standortes erkennbar sein. Weiter liegt in der urbanen Grünstruktur an sich kein Alleinstellungsmerkmal vor. Das urbane Grün beeinflusst aber verschiedene Themen wie etwa die Lebensqualität. Daher ist es ein Baustein, um Ziele wie eine höhere Standortattraktivität zu erreichen.

### 9.1 Ansätze der Untersuchungsstandorte

Die untersuchten Standorte unterscheiden sich in diversen Punkten wie in der Größe, der Einwohnerzahl, dem geschichtlichen Hintergrund, der städtebaulichen Ausgangssituation, der Wirtschaftsstruktur oder der demographischen Situation. Die Haushaltslage ist an allen Standorten

angespannt und stellt somit den Umgang mit den Grünstrukturen, die neben den diversen Vorteilen auch einen finanziellen Aufwand mit sich bringen, vor große Herausforderungen.

### ***Bielefeld***

Bereits in den 1980er-Jahren warb Bielefeld damit, die freundliche Stadt am Teutoburger Wald zu sein. Laut Expertengesprächen fällt es der Stadt jedoch schon seit langem schwer, den Menschen ein Bild von sich zu vermitteln, da die Stadt in vielen Bereichen hauptsächlich für ihre Durchschnittlichkeit bekannt ist. So sorgte ein Satire-Beitrag Mitte der 1990er-Jahre dafür, dass Bielefeld vor allem damit zu kämpfen hatte, als Stadt zu gelten, die es nicht gibt. Dieser Umstand wurde erst zum 800-jährigen Stadtjubiläum im Jahr 2014 thematisiert. Zu diesem Anlass beschloss man, mit der Situation nach nahezu 20 Jahren ironisch umzugehen und so stand das Jubiläum unter dem Motto "800 Jahre Bielefeld – Das gibt's doch gar nicht!". Aktuell erarbeitet die Bielefeld Marketing GmbH ein neues Leitbild für das Marketing der Stadt. Neben der starken Wirtschaft und dem Bereich Bildung und Wissenschaft wurde in dem Prozess die lebenswerte Großstadt als ein Baustein identifiziert, für den die Lebensqualität von hoher Bedeutung ist. Auch die Bedeutung der Freiraumqualitäten wurde diesbezüglich herausgearbeitet. Der Prozess ist jedoch aktuell noch nicht abgeschlossen. Losgelöst davon arbeitet das Umweltamt in den letzten Jahren daran, die grünen Qualitäten der Stadt wieder stärker in den Fokus zu rücken. Durch das Programm *StadtParkLandschaft* werden das Naturerleben, der Freizeitwert und das Erholungspotenzial zu Themen gemacht. So soll die grüne Erlebnisvielfalt, die als Imagefaktor fungiert, als Stärke der Stadt herausgearbeitet werden. Die Experten bestätigen jedoch, dass dieser Ansatz kaum kooperativ gedacht wird. Das ist jedoch gerade deswegen kritisch zu sehen, weil für das neue Leitbild Bielefelds die lebenswerte Großstadt als ein Baustein identifiziert wurde. Es bleibt abzuwarten, ob an dieser Stelle noch Verknüpfungen erfolgen. Generell haben die Grünstrukturen in Bielefeld einen hohen Stellenwert, was auch durch Umfragen in der Bevölkerung bestätigt wird. Im Bereich der Stadtentwicklung wird gegenwärtig vor allem mit integrierten Stadtentwicklungskonzepten und Städtebauförderungen gearbeitet, wobei sowohl fachlich als auch thematisch ganzheitlich vorgegangen und die Freiraumentwicklung inkludiert wird. So stellt die grüne Infrastruktur einen Standortfaktor dar, der zur Lebensqualität der in der Stadt lebenden und arbeitenden Menschen beiträgt. Auch bei der Entwicklung des Leitbildes für Bielefeld spielt dieser Umstand eine Rolle.

### ***Bonn***

Neben den Themen Bundesstadt und Beethovenstadt sieht sich Bonn heute vor allem als internationale Stadt und Gesundheitsstandort. Viele UN-Sekretariate und NGOs aus dem Nachhaltigkeitsbereich haben heute ihren Sitz in Bonn. Zudem besteht eine hohe Dichte an Einrichtungen des Gesundheitssektors. Die Stadt, die sich auch als Tor zum romantischen Rhein sieht und ehemals als grünste Hauptstadt Europas galt, profitiert von ihren weichen Qualitäten, zu denen auch die attraktive Umgebung zählt. So ist die Lebensqualität ein wichtiger Standortfaktor in Bonn für die vielen hochqualifizierten Beschäftigten und Unternehmen aus dem Bereich der gehobenen Dienstleistung, für die auch die Grünräume zur Erholung und Kreativitätsförderung von Bedeutung sind. Die Attraktivität der Stadt und Umgebung und damit auch der Faktor "Grün" werden jedoch hauptsächlich über Bilder transportiert. Eine thematische Verknüpfung zwischen den Bereichen Gesundheit und grüne Infrastruktur oder Nachhaltigkeit und urbane Grünstrukturen ist aktuell nicht gegeben. Das wird von verschiedenen Interviewpartnern kritisiert, da an dieser Stelle ihrer Einschätzung nach hohes Potenzial besteht. Ähnliches gilt für die regionalen Kooperationen. Auch auf

diesem Feld wird ein verstärktes Engagement angeregt. Da Bonn aktuell Bevölkerungszuwachs verzeichnet, jedoch kaum noch verfügbare Flächen vorhanden sind, wird eine Zusammenarbeit mit der Region von unterschiedlichen Akteuren für wichtig erachtet, um die Qualität und Attraktivität des Standortes halten zu können. So zeigen sich in Bonn vor allem Entwicklungschancen und Verbesserungspotenziale im Umgang mit den urbanen Grünstrukturen.

### **Bottrop**

Wie auch in anderen Städten des Ruhrgebiets ist in Bottrop ein struktureller Wandel zu beobachten, der schon zu einem großen Teil bewältigt werden konnte. Seit 2010 trägt Bottrop den Titel der *InnovationCity Ruhr* und hat sich unter dem Motto "Blauer Himmel, grüne Stadt" die Halbierung der CO<sub>2</sub>-Emissionen bei gleichzeitiger Steigerung der Lebensqualität zum Ziel gesetzt. Die Koordination hat die Innovation City Management GmbH übernommen. Die Besonderheit des Projektes ist der ganzheitliche Ansatz, der zum Erreichen des nachhaltigen und klimagerechten Stadtumbaus verschiedenste Aspekte im technischen, ökologischen, sozialen und wirtschaftlichen Bereich berücksichtigt und auch die Bevölkerung mit einbezieht. So finden Themen wie die Klimaanpassung, der demographische Wandel oder Gesundheitsaspekte Berücksichtigung, wobei auch die grüne Infrastruktur einen wichtigen Baustein darstellt. Darüber hinaus werden verschiedene Akteure aus den Bereichen der Verwaltung, Politik, Wirtschaft und Wissenschaft mit einbezogen. Zwar bezieht sich das Projekt nicht auf das gesamte Stadtgebiet, jedoch umfasst das Pilotprojekt große Teile der Stadt. Das Projekt konnte sich bereits positiv auf das Image der Stadt Bottrop und deren Außenwahrnehmung auswirken, wozu laut der Experten auch das große Engagement des Oberbürgermeisters beigetragen hat. Die Kommunikation nach außen ist nicht zuletzt ein wichtiger Bestandteil, da Bottrop als Vorbild für andere Städte dienen soll. Kooperationen und der Austausch untereinander in den Städten des Ruhrgebiets finden heute auf vielen Ebenen statt. So wird der Titel der *InnovationCity* zum Alleinstellungsmerkmal und Standortfaktor, für den die Freiräume durch ihren Beitrag zur Lebensqualität einen zentralen Baustein darstellen.

### **Dortmund**

Das Bild der Stadt Dortmund wie auch des gesamten Ruhrgebiets war lange von der industriellen Vergangenheit geprägt. Mit PHOENIX, einem Stadtentwicklungsprojekt Dortmunds, möchte die Stadt eine neue Seite, die über die Klischees von Bier, Fußball und "Malochertum" hinausgeht, von sich zeigen. Eingebettet in das integrierte Stadtbezirkentwicklungs-konzept für Hörde soll das Leuchtturmprojekt nicht nur die Attraktivität des Stadtteils steigern, sondern auch das Image der gesamten Stadt verbessern und den erfolgreichen Strukturwandel zeigen. So entstehen am Standort PHOENIX auf dem Gelände eines ehemaligen Stahlwerks neue Arbeitsplätze in den sogenannten Zukunftsbranchen wie der Mikro- und Nanotechnologie, attraktive Wohnquartiere mit einem hohen Freizeitwert sowie ein Raum für den gehobenen Dienstleistungssektor. Weiter wurde die Ortsmitte des Stadtteils revitalisiert. Mit dem PHOENIX-See und der Einbindung der entstandenen Freiräume in den Emscher Landschaftspark wird die grüne Infrastruktur gezielt als Standortfaktor genutzt, der auch Bedeutung für die Standortqualität und die Außenwahrnehmung der Stadt hat. Dabei wurde die Geschichte des Standortes bei den Planungen berücksichtigt, die über die Hochofenkulisse weiterhin zu erkennen ist. Die entstandenen Freiräume werden mit weiteren Themen in Verbindung gebracht. So dient der PHOENIX-See nicht nur als Naherholungsgebiet, sondern im Sinne einer mehrdimensionalen Gestaltung auch als Hochwasserrückhalteraum. Zudem ist er in das radial-

konzentrische Freiraumsystem der Stadt eingebunden. Das Projekt wurde durch finanzielle Mittel des Landes Nordrhein-Westfalen sowie der Europäischen Union gefördert.

### **Essen**

Ähnlich wie in Bottrop und Dortmund war auch das Bild der Stadt Essen lange von ihrer industriellen Vergangenheit geprägt. Heute hat die Stadt den Strukturwandel jedoch zu einem großen Teil bewältigt und steht für andere Themen, wozu auch Nachhaltigkeit und Umweltfreundlichkeit zählen. Nachdem sich die Stadt bereits für das Jahr 2016 um den Titel der *Grünen Hauptstadt Europas* beworben hat, bewies sie Durchhaltevermögen und konnte den Titel durch eine erneute Bewerbung für das Jahr 2017 gewinnen. Ausgezeichnet werden Städte, die hohe Umweltstandards vorweisen können und eine nachhaltige Entwicklung verfolgen. Essen hat sich den Aufbau des positiven Images einer lebenswerten und grünen Stadt zum Ziel gesetzt. Wesentlicher Bestandteil der Bewerbung war das Programm *ESSEN.Neue Wege zum Wasser*, das der Erhöhung der Attraktivität und der Verbesserung des Images der Stadt als Wohn- und Wirtschaftsstandort dient. Das Element Wasser und die Förderung des Radverkehrs sind dabei wesentliche Faktoren. Essen verfolgt einen ganzheitlichen Ansatz, bei dem die urbanen Freiräume einen wichtigen Baustein darstellen und auch von Bedeutung für die Außenwahrnehmung der Stadt sind. Die Finanzierung des Projektes erfolgt durch Eigenmittel der Stadt Essen, öffentliche Fördermittel und Einnahmen aus Sponsoring. Zudem können durch den Gewinn des Wettbewerbs auch EU-Fördermittel in Anspruch genommen werden. Der hohe Stellenwert der Thematik zeigt sich durch die Unterstützung der regionalen Unternehmen. Ursprünglich wollte sich das gesamte Ruhrgebiet als *Grüne Hauptstadt Europas* bewerben, was jedoch aus formalen Gründen gescheitert ist. Hier erkennt man die enge Kooperation mit der Region.

### **Allgemeine Interviews**

Aus den allgemeinen Interviews geht hervor, dass es für den Umgang mit grüner Infrastruktur viele verschiedene Ansätze gibt. So hat die Stadt Münster beispielsweise eine eigene Abteilung im Umweltamt, die sich um das Umweltmarketing kümmert, an Wettbewerben teilnimmt und Kampagnen wie *Münster bekennt Farbe* betreut. Die Stadt hat sich in der Vergangenheit ein grünes Image aufgebaut, dessen Erfolg von der stetigen Arbeit daran abhängig ist. Auch über das Kölner Engagement und die dort bestehende Kölner Grün Stiftung sowie ihren in Kooperation mit der Stadt initiierten Sponsoring-Aktivitäten wird berichtet. Die grüne Infrastruktur Kölns hat dabei auch von der Freiraumplanung der letzten Jahrzehnte profitiert. Daneben wird von verschiedenen Projekten wie den *FirmenGärten*-Wettbewerben, Regionalen oder Bundes- und Landesgartenschauen berichtet, die von verschiedenen Städten bzw. Regionen durchgeführt werden und mit ganz unterschiedlichen Zielsetzungen sowie räumlichen und zeitlichen Dimensionen verbunden sind. Die Bandbreite an Möglichkeiten ist so breit gefächert wie die Städte und ihre Profile selbst. Generell wird eine ganzheitliche Betrachtungsweise der Standorte, ihrer Voraussetzungen und Zielsetzungen als wichtig erachtet, was auch für den Umgang mit den urbanen Grünstrukturen gilt.

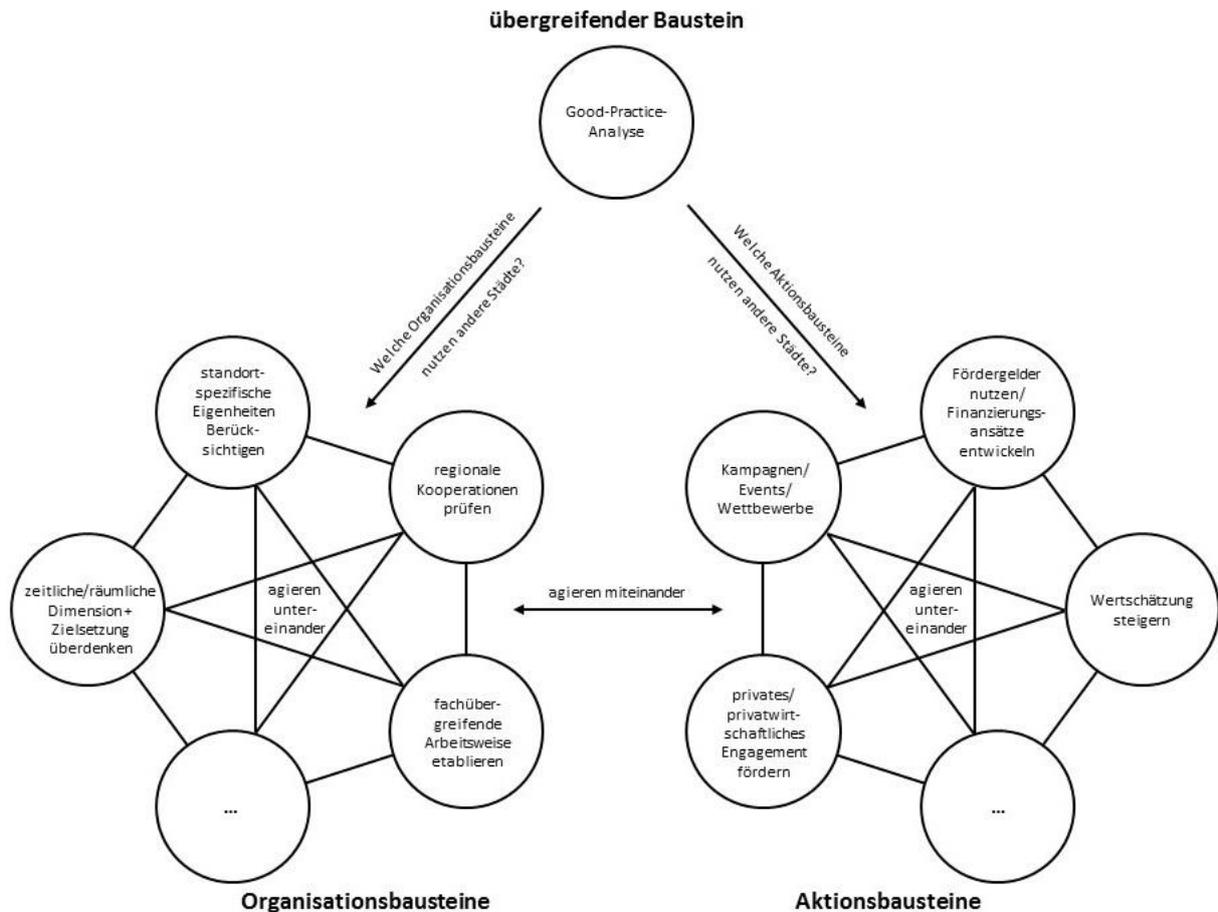
## **9.2 Übertragbarkeit der Ergebnisse: Konzeptbausteine**

Grundsätzlich sind die verschiedenen Ansätze der Standorte für den Umgang mit dem urbanen Grün aufgrund deren Eigenheiten nicht auf jede beliebige Stadt übertragbar. Deshalb müssen die Besonderheiten der Standorte Berücksichtigung finden. Dennoch lassen sich aus dem Vorgehen der Standorte und den Aussagen der Interviewpartner einzelne Konzeptbausteine ableiten, von denen auch andere Standorte in ihrem Handeln profitieren könnten. Dabei stellt sich prinzipiell die Frage,

welche zeitliche und räumliche Ebene bedient werden soll und welche Zielsetzungen verfolgt werden. Vor allem die allgemeinen Interviews ergeben, dass eine fachübergreifende Arbeitsweise im Bereich des Grüns unabdingbar ist. In Regionen wie dem Ruhrgebiet bestehen verschiedene Kooperationen auf diversen Ebenen, die sich auch auf Aktivitäten im Freiraum beziehen. Für andere Standorte kann eine solche Vorgehensweise ebenfalls sinnvoll sein, wie am Beispiel der Stadt Bonn deutlich wird. Ein weiterer Baustein ergibt sich aus den Ergebnissen der allgemeinen Interviews, findet aber auch in den standortspezifischen Interviews Erwähnung. Hierbei wird die Bedeutung privaten und privatwirtschaftlichen Engagements deutlich, das abgesehen von der finanziellen Ebene auch für die Steigerung der Akzeptanz des Themas wichtig ist. Die Teilnahme an Wettbewerben, die Durchführung von Events, das Generieren und der Umgang mit Fördergeldern oder die Entwicklung von innovativen Pflegekonzepten finden ebenfalls an vielen Stellen Erwähnung. So lohnt es sich, die Aktivitäten anderer Standorte anzuschauen und zu überprüfen, welche Aspekte übernommen werden könnten. Die Stadt Münster bietet viele Ansätze, die auch für andere Städte interessant sein können. Aus den allgemeinen Interviews geht aber auch hervor, dass selbst Städte wie Münster, die in diesem Bereich als vorbildlich gelten, durch das Betrachten des Vorgehens anderer Standorte wie beispielsweise Freiburg profitieren.

Im Folgenden sollen die identifizierten Bausteine genauer erläutert werden. Dabei gibt es organisatorische Bausteine und aktivitätsbezogene Bausteine, die sich an vielen Stellen gegenseitig bedingen oder ergänzen. Zu den organisatorischen Bausteinen gehören die Berücksichtigung standortspezifischer Eigenheiten, das Überdenken der zeitlichen und räumlichen Dimension sowie der Zielsetzungen, das Etablieren einer fachübergreifenden Arbeitsweise sowie die Prüfung regionaler Kooperationen. Zu den aktivitätsbezogenen Bausteinen gehören das ins Leben rufen von Events und Kampagnen sowie die Teilnahme an Wettbewerben, die Nutzung von Fördergeldern bzw. die Entwicklung von Finanzierungsansätzen, die Steigerung der Wertschätzung und die Förderung von privatem bzw. privatwirtschaftlichem Engagement. Zwischen den organisatorischen und aktivitätsbezogenen Bausteinen steht die Betrachtung der Tätigkeiten anderer Städte im Sinne einer Good-Practice-Analyse, was sowohl die Organisation als auch Aktivitäten betreffen kann (siehe Abb. 9-1).

Bei der Auflistung handelt es sich nicht um eine vollständige Auflistung der zu überdenkenden Faktoren und Möglichkeiten. Sie soll vielmehr widerspiegeln, welche Faktoren besondere Erwähnung bei den geführten Interviews fanden. Eine Vollständigkeit kann alleine deshalb schon nicht erzielt werden, da die Bandbreite an Möglichkeiten in der Individualität des jeweiligen Standortes begründet ist. Zudem ist es auch nicht das Ziel, für die verschiedenen Standorte Marketingkonzepte zu erarbeiten, da es sich dabei um langfristige Prozesse unter Beteiligung verschiedenster Akteure handelt. Die Auflistung stellt lediglich eine Orientierungshilfe für den Umgang mit den urbanen Grünstrukturen dar, wenn Standorte diese als weichen Standortfaktor stärken und ihn bei der Stadtentwicklung und in den Marketingaktivitäten stärker berücksichtigen wollen.



**Abb. 9-1: Konzeptbausteine (Quelle: eigene Darstellung)**

### ***Standortspezifische Eigenheiten berücksichtigen***

Jede Stadt hat ihr eigenes vollkommen individuelles Profil, was Faktoren wie den geschichtlichen Hintergrund, die städtebaulichen Gegebenheiten, die demographische sowie sozioökonomische Situation, die Wirtschaftsstruktur, die Beschaffenheit des Naturraums, die regionale Mentalität, die Ausstattung mit harten und weichen Standortfaktoren, Alleinstellungsmerkmale, das Image sowie Selbstverständnis und viele weitere Aspekte angeht. So gilt es grundsätzlich auch in Bezug auf den urbanen Freiraum, die jeweiligen Potenziale und Besonderheiten des Standortes zu identifizieren und diese in die Überlegungen bezüglich des Umgangs mit der grünen Infrastruktur mit einzubeziehen. Daneben ist zu überprüfen, welche Hemmnisse bestehen. Viele Kommunen befinden sich in einer angespannten Personal- und Haushaltsituation. Auch komplexe politische Verhältnisse auf kommunaler Ebene oder die Struktur der Verwaltung können das Handeln der Verwaltung erschweren. Des Weiteren stellt sich die Frage, welchen Stellenwert die urbanen Freiräume in der Verwaltung und der Bevölkerung haben und inwieweit ökologische Themen für die Unternehmen vor Ort von Interesse sind. Auch eine mangelnde Glaubwürdigkeit der Kommunen und das Fehlen schlüssiger Konzepte können zum Problem werden. So reicht es nicht, damit zu werben, dass ein Standort sehr "grün" ist, wenn das nicht der Tatsache entspricht oder andere Faktoren (z.B. ein schlechter Pflegezustand der Parkanlagen und Fahrradwege) am Standort nicht das entsprechende Niveau aufweisen.

### ***Zeitliche und räumliche Dimension sowie Zielsetzungen überdenken***

Aus den Interviews geht hervor, dass die berichteten Maßnahmen ganz unterschiedliche zeitliche und räumliche Dimensionen haben und verschiedene Zielsetzungen verfolgen. So kann man zwischen kurzfristigen Maßnahmen und langfristigen Strategien unterscheiden, die sich auf unterschiedlichen Maßstabsebenen vom Stadtteil über den gesamten Stadtraum bis hin zur Region befinden. Aus einigen Expertengesprächen ist hervorgegangen, dass zwar auch mit kurzfristigen Maßnahmen gearbeitet werden kann, ein Erfolg beim Umgang mit den urbanen Grünstrukturen jedoch vor allem durch langfristige Strategien zu erzielen ist. Wichtig ist, sich klarzumachen, welche Ziele man verfolgen will. Gerade in Bezug auf die oftmals angespannte kommunale Haushaltslage ist es notwendig, Lösungsansätze zu entwickeln, die die verschiedenen Interessen von der sozialen bis hin zur ökologischen Ebene berücksichtigen. Dazu gehört es auch, Kompromisse zu suchen und Weitsicht in den Entscheidungen zu bewahren.

### ***Fachübergreifende Arbeitsweise etablieren***

Ein weiterer Faktor, der seitens der Experten häufig Erwähnung findet, ist die fachübergreifende Arbeitsweise. Das erklärt sich dadurch, dass die urbanen Freiräume diverse Funktionen auf sozialer, ökologischer und ökonomischer Ebene erfüllen, die sich teilweise überschneiden oder ergänzen und somit verschiedene Arbeitsbereiche berühren. Deutlich wird das bei den Themen demographischer Wandel und Klimawandel, da die Bedürfnisse der älteren Menschen auch in der Freiraumentwicklung Berücksichtigung finden müssen. Generell halten viele der Akteure eine Themenkopplung für sinnvoll, da das Grün heute nicht mehr isoliert betrachtet werden kann und an Aspekte wie das Stadtklima, Freizeit, Nachhaltigkeit oder Gesundheit im Sinne einer interdisziplinären Arbeitsweise gekoppelt werden muss. Auf fachlicher Ebene kann das diverse Abteilungen wie die Stadt- und Freiraumplanung, Wirtschaftsförderung sowie die Bereiche Umwelt, Verkehr und Mobilität, Gesundheit, Klimaschutz und -anpassung, Tourismus, Bildung, Familie, Soziales oder Integration betreffen. Oftmals besteht ein Austausch lediglich auf theoretischer Ebene über Arbeitskreise. Auf planerischer Ebene bieten informelle Konzepte wie Masterpläne oder integrierte Handlungskonzepte Möglichkeiten, Maßnahmen für urbane Grünstrukturen unter Beteiligung anderer relevanter Fachbereiche zu entwickeln.

### ***Regionale Kooperationen prüfen***

Ähnlich wie bei der fachübergreifenden Arbeitsweise bietet sich auch oftmals ein Austausch oder eine Kooperation mit der Region an. In vielen Städten des Ruhrgebiets ist das bereits der Fall, was unter anderem am Beispiel des ökologischen Umbaus des Emscher-Systems erläutert wurde. Auch in Bonn kommt es im Rahmen der *Regionale 2010* zu Kooperationen bezüglich des Freiraums. Gerade in Wachstumsregionen mit anhaltend niedrigen Leerstandquoten wie Bonn besteht verstärkt die Notwendigkeit, regionale Kooperationen zu etablieren. Neben der Umsetzung von gemeinsamen Projekten oder dem theoretischen Austausch in Arbeitskreisen gibt es bereits verschiedene Städte wie Aachen oder Hannover, die sich mit Umlandkommunen zu Städteregionen zusammengeschlossen haben, um die Lebensqualität der Menschen nachhaltig zu verbessern.

### ***Kampagnen und Events ins Leben rufen/an Wettbewerben teilnehmen***

Besonders facettenreich ist die Bandbreite an Events und Wettbewerben, die von den Akteuren vorgestellt werden und die ebenfalls mit vollkommen unterschiedlichen Zielsetzungen verbunden sind. Als besonders engagiert gilt auf diesem Feld die Stadt Münster. Seit über zehn Jahren besteht

dort die Kampagne *Münster bekennt Farbe*, worunter zahlreiche Aktivitäten gebündelt sind. Die Stadt hat an vielen Wettbewerben wie der *Entente Florale*, dem Wettbewerb zur "lebenswertesten Stadt der Welt" oder zum schönsten Park Deutschlands bzw. Europas teilgenommen und auch viele gewinnen können. Das trägt zur positiven Außenwahrnehmung bei, stärkt die Akzeptanz des Themas in der Bevölkerung und generiert finanzielle Mittel. Zudem hat sich in Münster mit der *Grünflächen-Unterhaltung* seit vielen Jahren ein Musikevent im Freiraum etabliert. Aber auch die untersuchten Städte können verschiedene Aktivitäten vorweisen. So hat Bonn an der *Regionale 2010* teilgenommen, Bottrop die *InnovationCity* gewonnen und Essen ist zur *Grünen Hauptstadt Europas* für das Jahr 2017 geworden. Mit Bonn, Dortmund und Essen waren zudem drei Städte Veranstaltungsort einer Bundesgartenschau, wobei die letzte vor 25 Jahren im Jahr 1991 in Dortmund stattgefunden hat. Eine andere Idee ist der *FirmenGärten*-Wettbewerb, bei dem konkret das Engagement von Unternehmen beleuchtet wird, die so für das Thema gewonnen werden sollen. Jede Stadt muss für sich prüfen, welches Projekt für sie geeignet ist.

### ***Fördergelder nutzen/Finanzierungsansätze entwickeln***

Neben Events und Kampagnen spielt in vielen Städten wegen der angespannten Haushaltslage auch das Generieren von Fördergeldern und die Entwicklung von Finanzierungsansätzen eine Rolle. Beispiele dafür sind im Rahmen der Städtebauförderung die *Soziale Stadt NRW* und der *Stadtumbau West*. Die Stadt Bielefeld, die sich im Nothaushalt befindet, kann dank dieser Unterstützungen viele Projekte umsetzen, bei denen Maßnahmen im Freiraum inkludiert werden. Auch die anderen untersuchten Städte greifen darauf zurück. Daneben bestehen eine Reihe weiterer Fördermöglichkeiten, die zum Beispiel auf EU-Ebene liegen. So wurde das Stadtentwicklungsprojekt PHOENIX unter anderem von der Europäischen Union durch den Europäischen Fonds für regionale Entwicklung unterstützt und auch Essen kann als *Grüne Hauptstadt Europas* EU-Fördermittel in Anspruch nehmen. Auch hier muss jede Stadt prüfen, welche Fördergelder abrufbar sind. Weiter kann man über Stiftungen Gelder generieren oder Patenschaften und Sponsoring-Aktivitäten wie beispielsweise in Münster initiieren. Eine andere Möglichkeit stellt das Einführen von Verträgen dar, die Unternehmen dazu verpflichten, das sie umgebende Grün zu pflegen. Andere Bereiche können in eine extensive Pflege überführt werden, was nicht nur einen ökonomischen, sondern auch einen ökologischen Mehrwert mit sich bringen kann. Beispiele dafür sind das Anlegen von Wildblumenstreifen oder das "Gärtnern mit Unkraut". Auch das Urban Gardening, was beispielsweise die Stadt Andernach sehr erfolgreich betreibt, kann dabei einen Ansatz darstellen.

### ***Privates/privatwirtschaftliches Engagement fördern***

Um das private und privatwirtschaftliche Engagement zu fördern, gibt es in einigen Städten Stiftungen oder Vereine, die versuchen, Sponsoring-Aktivitäten und Patenschaften zu etablieren. Eine wichtige Voraussetzung hierfür ist ein entsprechender Stellenwert in der Gesellschaft, die für den Mehrwert urbaner Grünstrukturen sensibilisiert sein muss. Dabei sollte die Bevölkerung nicht nur informiert, sondern auch eingebunden werden, um Beschwerden zu reduzieren und Verständnis für die Thematik zu wecken. Beispiele für Standorte, die dabei ein breites Engagement verzeichnen, sind die Städte Köln mit der Kölner Grün Stiftung oder Münster. Im Rahmen der Kampagne *Münster bekennt Farbe* engagiert sich nicht nur die Bevölkerung für die urbanen Freiräume, sondern auch die ansässigen Unternehmen durch Spielplatz- oder Baumpatenschaften und viele andere Projekte. Auch in Köln engagieren sich die Bevölkerung und zahlreiche ansässige Unternehmen dank der Aktivitäten der Stiftung über Patenschaften und Sponsorentätigkeiten für die Freiräume der Stadt.

### **Wertschätzung steigern**

Wie schon an verschiedenen Stellen erwähnt, stellt die Finanzierung der urbanen Freiräume die Kommunen vor eine große Herausforderung. Zwar lassen sich durch die Städtebauförderung auch noch neue Strukturen schaffen, jedoch gilt es, diese auch zu unterhalten. Oftmals stehen andere Aufgaben wie die Instandhaltung der Straßen im Vordergrund. So gilt es, die Kosten geringzuhalten und finanzielle Mittel zu generieren. Dafür muss die Wertschätzung der Strukturen und damit auch ihr Stellenwert in der Verwaltung, in der Bevölkerung bzw. bei den ansässigen Unternehmen gestärkt werden. Hierzu können beispielsweise Events und Kampagnen wie *Münster bekennt Farbe* beitragen, die den Mehrwert urbaner Grünstrukturen deutlich machen. An dieser Stelle besteht eine enge Verknüpfung zur Bedeutung des privaten und privatwirtschaftlichen Engagements, für das ein grundlegendes Maß an Wertschätzung ebenfalls unabdingbar ist.

### **Good-Practice-Analyse**

Die Vorgehensweise anderer Städte zu betrachten und zu prüfen, welche Ansätze für den eigenen Standort zu nutzen sind, ist ebenfalls lohnenswert. Das betrifft sowohl die Organisations- als auch die Aktivitätsebene, was aus verschiedenen Interviews hervorgeht. Auch die Stadt Münster, die selbst im "grünen Bereich" als vorbildlich gilt, hat sich an anderen Beispielen orientiert. So gibt es dort im Amt für Grünflächen, Umwelt und Nachhaltigkeit einen Bereich, der sich ausschließlich um das Thema Umweltmarketing kümmert. Auch die in der vorliegenden Arbeit untersuchten Standorte führen Projekte durch, die übertragbar sind. Beispiele dafür sind die Regionalen, die alle zwei Jahre in einer anderen Region Nordrhein-Westfalens durchgeführt werden, oder der Titel der *Grünen Hauptstadt Europas*, der jedes Jahr verliehen wird. So wird deutlich, dass es nicht ausreicht, einmalig Aktionen umzusetzen. Vielmehr muss ein Profil geschaffen werden, das den urbanen Freiräumen einen entsprechend hohen Stellenwert einräumt und ihren Mehrwert als Standortfaktor und als Potenzial für das Standortmarketing berücksichtigt.

## 10 Bedeutung von Grün für Standorte und deren Ausrichtung – Fazit

Obwohl Städte lediglich zwei Prozent der globalen Landfläche einnehmen, lebt heute „weltweit mehr als die Hälfte aller Menschen in Städten und urbanen Ballungsräumen, in Europa sind es sogar rund drei Viertel der Bevölkerung – Tendenz steigend“. So heißt es im Grünbuch, einer Veröffentlichung des Bundesministeriums für Umwelt, Naturschutz, Bau und Reaktorsicherheit (BMUB 2015: 7). Es stellt sich die Frage, wie die Lebensqualität in den Städten unter Berücksichtigung gegenwärtiger Herausforderungen wie dem demographischen Wandel und dem durch anthropogene Einflüsse verstärkten natürlichen Klimawandel sowie den häufig angespannten kommunalen Haushaltslagen künftig gewährleistet werden kann. Anhand der Interviews und der aktuellen Literatur ist deutlich geworden, dass die urbanen Grünstrukturen einen ökologischen, ökonomischen und sozialen Mehrwert für Städte, die dort lebenden und arbeitenden Menschen sowie die dort ansässigen Unternehmen haben. Für alle drei Gruppen stellt sie einen Standortfaktor dar, dessen Gewichtung stark variiert. Einige Städte nutzen die grüne Infrastruktur mehr oder weniger erfolgreich als Faktor für ihr Standortmarketing. Auch in der Stadtentwicklung der Städte findet sie vielerorts verstärkt Berücksichtigung. Die urbanen Grünstrukturen können jedoch nicht isoliert von Themen wie dem Stadtklima, dem Freizeitwert, der menschlichen Gesundheit oder dem Erholungspotenzial betrachtet werden. Eine ganzheitliche Herangehensweise ist auch im Bereich der Stadtentwicklung von Bedeutung, um die Herausforderungen der Gegenwart zu bewältigen. So gilt es, Entwicklungen wie den anthropogen verstärkten Klimawandel oder den demographischen Wandel in den Planungen zu berücksichtigen und demnach auch alle relevanten Akteure in die Überlegungen mit einzubeziehen, um ein lebenswertes Stadtumfeld zu schaffen. Im Vorfeld wurden einige Thesen aufgestellt, die nun anhand der ausgewerteten Interviews und der Literatur überprüft werden.

Die erste Annahme lautet, dass aufgrund des zunehmenden Wettbewerbs der Regionen und des Kampfes um qualifizierte Fachkräfte die Relevanz weicher Standortfaktoren künftig steigen wird, wenn sich die Städte in ihrer Ausstattung mit harten Faktoren immer mehr ähneln. Hinweise dazu findet man nicht nur in der Literatur (z.B. MAYER et al. 2001; HAAS & NEUMAIR 2015), sondern auch an den untersuchten Standorten. Diese gleichen sich sehr in ihrer Ausstattung mit harten Standortfaktoren und setzen deswegen verstärkt auf die Herausarbeitung ihrer weichen Qualitäten, die von den am Standort lebenden und arbeitenden Menschen nachgefragt werden. Dass sich die weichen Qualitäten auf die Standortentscheidungen von Menschen auswirken, kann gut am Standort Bonn beobachtet werden. Zu den weichen Qualitäten können auch die urbanen Freiräume gezählt werden, die in der Bevölkerung laut verschiedener Studien (z.B. GALK 2014) einen hohen Stellenwert haben. Dennoch ist zu beachten, dass die harten Standortfaktoren in Form einer entsprechenden Infrastruktur oder eines Arbeitskräftepotenzials weiterhin eine hohe Bedeutung haben. Weiter muss beim sogenannten "Wettbewerb der Regionen" berücksichtigt werden, dass sich Städte deutlich von Unternehmen unterscheiden, da sie weder ein Gewinnmotiv haben noch Waren produzieren oder insolvent gehen können. Ungeachtet dessen haben sie ein Interesse daran, Menschen und Unternehmen sowie die damit verbundenen Arbeitsplätze am Standort zu halten bzw. diese für den Standort zu gewinnen (BATHELT & GLÜCKLER 2012). Aus diesem Grund ist es sinnvoll, den Menschen ein attraktives Umfeld zu bieten, das vor allem auch von weichen Qualitäten wie der grünen Infrastruktur gekennzeichnet ist.

Die zweite These ist, dass hochqualifizierte Arbeitskräfte und deren Angehörige bei ihrer persönlichen Standortwahl nach einem attraktiven Angebot bezüglich der Natur und Kultur verlangen. Neben der Literatur, die auf diese Entwicklung Hinweise gibt (z.B. THIEßEN 2005; FÜRST &

LÖB 2005), sind es vor allem wieder die Interviewpartner aus Bonn, die diese Annahme bekräftigen. Bonn hat einen sehr hohen Anteil hochqualifizierter Beschäftigter und einen entsprechend hohen Akademikeranteil. Es sind jedoch nicht nur die Angestellten, die nach solchen weichen Faktoren wie einer attraktiven landschaftlichen Umgebung und einem guten kulturellen Angebot verlangen, sondern zum Teil auch Unternehmen. So wird von einem Unternehmen berichtet, dass explizit nach einem grünen Standort gefragt hat, der am Rhein gelegen ist, um die Kreativität und das Wohlbefinden der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter zu steigern. Ein anderes Unternehmen hat eigens den Standort Bonn ausgewählt, da es dort leichter ist, qualifizierte Arbeitskräfte zu gewinnen. Ein Grund dafür wird darin gesehen, dass die Stadt ein lebenswertes Umfeld bietet, in dem Menschen gerne längerfristig bleiben möchten.

Als Nächstes wird vermutet, dass für produzierende Unternehmen Kostenfaktoren eine größere Rolle bei der Standortwahl spielen als bei Unternehmen der gehobenen Dienstleistung. Aus den Untersuchungen geht hervor, dass es häufig die Unternehmen der gehobenen Dienstleistung sind, die nach attraktiven und grünen Standorten fragen, da diese als repräsentativ und kreativitätsfördernd gelten. So sprechen Standorte wie PHOENIX Dortmund oder der Bonner Bogen vor allem eine zahlungskräftige Klientel an, für die bei der Standortwahl auch Prestigeegründe eine Rolle spielen. Auch in der Literatur findet man darauf Hinweise. Der bekannteste Vertreter dieses Ansatzes ist Richard Florida (z.B. FLORIDA 2002; 2005). Hier bestehen enge Verflechtungen zu der vorausgegangenen These. Da heute nicht mehr nur die Entscheidungen der Arbeitgeberinnen und Arbeitgeber von Relevanz sind, sondern auch vermehrt die Bedürfnisse der Beschäftigten in den Fokus rücken, gewinnt auch eine attraktive Umgebung an Bedeutung, die Standorte wie PHOENIX in Dortmund oder der Bonner Bogen bieten können.

Eine weitere These geht davon aus, dass eine attraktive Grünstruktur und naturräumliche Umgebung einen sozialen, ökologischen und ökonomischen Mehrwert hat und sich dadurch auf die Lebensqualität der Menschen in den Städten auswirkt. Daraus kann sich ein Potenzial für die künftige Ausrichtung von Städten ableiten. Der Mehrwert auf sozialer, ökologischer und ökonomischer Ebene wurde umfangreich erläutert und mit Studien bewiesen (z. B. MATHEY et al. 2011; MALLER et al. 2005; KRETSCHMER et al. 2007; FROHN 2004; NATURKAPITAL DEUTSCHLAND – TEEB DE 2016a; BMUB 2016). Aus den Interviews geht jedoch hervor, dass die urbanen Grünstrukturen nicht isoliert betrachtet werden können, sondern laut der Interviewten ihr Freizeitwert, ihr Einfluss auf das Stadtklima, ihr Erholungspotenzial und damit ihr Einfluss auf die Lebensqualität von Bedeutung ist. Zudem muss berücksichtigt werden, dass es sich beim Stadtmarketing um einen Prozess handelt, der langfristig angelegt ist, und dessen Grundlage eine sorgfältige Analyse der Situation ist, in der sich der Standort gegenwärtig befindet. Um eine unverwechselbare Stadtidentität zu schaffen, was das Ziel des Stadtmarketings ist, müssen demnach die standörtlichen Gegebenheiten berücksichtigt werden. Die weichen Standortfaktoren, denen auch die urbanen Grünstrukturen zugeordnet werden, stellen dabei einen wichtigen Faktor für die Standorte dar, um die Stadtattraktivität und ihre Wettbewerbsfähigkeit zu erhöhen (z.B. SCHÜCKHAUS 1993). Neben dem Stadtmarketing nutzt auch die Immobilienwirtschaft die vorhandenen Grünstrukturen gerne für die Vermarktung ihrer Projekte. Dennoch ist die Bereitschaft der Privatwirtschaft, in städtische Freiräume zu investieren, oftmals gering, da das als Aufgabe der Kommunen begriffen wird.

In einer weiteren These wird angenommen, dass grüne Projekte im Rahmen der nachhaltigen Stadtentwicklung dazu beitragen, die Attraktivität der Städte zu steigern und ihnen ein positives Image zu verleihen. Viele der Befragten bestätigen die These und berichten von diversen Projekten

der Stadtentwicklung, die den Faktor "Grün" mit einbeziehen und dadurch eine Verbesserung der Außenwahrnehmung erzielen. In Dortmund ist das Projekt PHOENIX zu nennen. In Essen bestehen mit dem Universitätsviertel, dem GRUGACARREE und dem Krupp-Gürtel verschiedene stadtentwicklerische Projekte unter Einbezug grüner Infrastruktur zur Standortprofilierung. Bielefeld arbeitet im Rahmen der Städtebauförderung durch integrierte Stadtentwicklungskonzepte ebenfalls daran, die Attraktivität der Stadt durch die Verbesserung der urbanen Freiräume zu erhöhen. In Bonn wurde am Standort Bonner Bogen die attraktive naturräumliche Lage in Verbindung mit einem hohen Durchgrünungsgrad und einer nachhaltigen Bauweise genutzt, um die Standortattraktivität zu erhöhen. Der Einfluss auf das Image ist jedoch auch davon abhängig, inwiefern das Geschehen nach außen kommuniziert und wahrgenommen wird und inwieweit die Maßnahmen in eine größere Strategie eingebettet sind. Dies zeigen die Beispiele Essen und Bottrop, die aktuell große Aufmerksamkeit als *Grüne Hauptstadt Europas* bzw. *InnovationCity* für ihre Konzepte erhalten. Bielefeld arbeitet hingegen noch gegen das Image als "Stadt, die es nicht gibt" an. So kann an dieser Stelle der Ansatz von Heidi Kaspar aufgegriffen werden, der besagt, „dass die Konstitution von Raum auf einer ständigen Auseinandersetzung mit der Umgebung“ und damit den „Wechselwirkungen zwischen wahrnehmenden Subjekten und wahrgenommenen Objekten“ basiert (KASPAR 2012: 14). Dieser Aspekt ist auch für die Imagebildung von Standorten bedeutsam.

Eine andere These geht davon aus, dass es keine allgemeingültige Strategie für Städte im Umgang mit ihrem Grün gibt und jeder Standort selbst prüfen muss, wie er mit diesem Thema vor dem Hintergrund seiner standortspezifischen Besonderheiten umgeht. Sowohl aus der Literatur als auch aus den Interviews geht hervor, dass nicht nur im Rahmen der Stadtentwicklung, sondern auch im Rahmen des Stadtmarketings die Eigenarten des jeweiligen Standortes berücksichtigt werden müssen. Zudem stellt sich die Frage, welche Zielsetzungen der Standort für sich selbst definiert. Grundsätzlich profitieren die Städte jedoch von ihren Grünstrukturen, weswegen es sich generell lohnt, sie in der Stadtentwicklung zu berücksichtigen. Die Möglichkeiten, sich verstärkt um die grünen Qualitäten eines Standortes zu bemühen, sind dabei vielfältig. Das wird ausführlich in Kapitel 9.2 erläutert. So reichen die Überlegungen von der Teilnahme an Wettbewerben über die Nutzungen von Fördergeldern bis hin zur Förderung des privaten bzw. privatwirtschaftlichen Engagements. Der Erfolg ist dabei jedoch auch vom Stellenwert der urbanen Freiräume in der Verwaltung, Politik, Wirtschaft und Bevölkerung abhängig.

Eine weitere Annahme geht davon aus, dass durch die angespannte Lage der kommunalen Haushalte oftmals die finanziellen Mittel für die Unterhaltung der Grünstrukturen fehlen, weswegen innovative Ansätze gefordert sind. An allen untersuchten Standorten ist die Haushaltslage ein Thema, das die urbanen Freiräume berührt. Neben Interessenkonflikten, die Berücksichtigung finden müssen, stellt sich aus diesem Grund immer die Frage nach der Finanzierung der städtischen Grünflächen. Die Bandbreite an Möglichkeiten ist dabei groß. Neben Fördergeldern, Sponsoring-Aktivitäten und bürgerschaftlichem Engagement werden auch verschiedene Ansätze genannt, die die Pflege der Flächen (siehe Abb. 10-1) reduziert. Grundsätzlich stellt sich jedoch auch hier wieder die Frage nach dem Stellenwert der urbanen Grünstrukturen. Wenn er nicht gegeben ist, besteht die Gefahr einer isolierten Betrachtungsweise, die wenig Weitsicht beweist. So ist zum einen der soziale, ökologische und ökonomische Mehrwert urbaner Grünstrukturen zu berücksichtigen und zum anderen das Potenzial, die städtischen Freiräume in Verbindung mit Themen wie dem Stadtklima, dem demographischen Wandel, dem Gesundheits- oder Erholungsaspekt zu koppeln. Der urbane

Freiraum erfüllt viele Funktionen, die nicht nur mit Kosten für die Unterhaltung verbunden sind, sondern auch einen Mehrwert für den Standort generieren.



**Abb. 10-1: Urbanes Grün in der extensiven Pflege (Quelle: eigene Aufnahme)**

Die letzte These beschäftigt sich noch einmal explizit damit, dass die grüne Infrastruktur auch Gegenstand von Interessenkonflikten sein kann. Durch ihren positiven Einfluss auf Immobilienwerte profitieren vor allem wohlhabendere Gruppen von ihr, während sozial schwächere Gruppen bei Aufwertungsprozessen sogar verdrängt werden können. Auf der anderen Seite sind es gerade diese Menschen, die einen erhöhten Bedarf an Flächen für die Freizeitnutzung haben und diese auch aufsuchen, da es daran oftmals in den einfacheren Wohngebieten mangelt. Dass sich attraktive Grünstrukturen auf die Immobilienwerte auswirken, ist in Studien belegt worden (z.B. GRUEHN 2010a) und auch an den untersuchten Standorten festzustellen. Solche Entwicklungen zeigen sich beispielsweise in Dortmund am PHOENIX-See oder am Bonner Bogen. Gerade sozial schwächere Milieus können sich Immobilien an solchen Standorten nicht leisten. Hier sollte jedoch die Konsequenz sein, dass den Schwächeren der Zugang ermöglicht wird, anstatt lediglich die wertsteigernde Wirkung von Stadtgrün zu kritisieren. Problematisch ist in diesem Zusammenhang vor allem, dass sich Bund und Länder „weitgehend aus der Förderung des öffentlichen Mietwohnungsbaus zurückgezogen“ haben und die Belegbindung vieler preisgünstiger Sozialwohnungen ausläuft (HEINZ 2015: 159). Im Rahmen der *Sozialen Stadt* werden benachteiligte Quartiere durch Grünflächen aufgewertet, wodurch ein wichtiger Beitrag zur Hebung der Wohnumfeldqualität (siehe Abb. 10-2) geleistet wird. Auch in Münster gibt es Beispiele für solche Entwicklungen. Dort wurde mit Unterstützung der Menschen vor Ort der Freiraum im Stadtteil Kinderhaus aufgewertet, was zur Stabilisierung des Quartiers beigetragen hat. Ein anderes Beispiel für die Erhöhung des Mehrwertes stellt der PHOENIX-See in Dortmund dar. Er ist ein beliebtes Ausflugsziel für die gesamte Bevölkerung der Stadt Dortmund.



**Abb. 10-2: Grünstrukturen der Reutersiedlung in Bonn-Kessenich (Quelle: eigene Aufnahme)**

Aus den Interviews geht hervor, dass sich die urbanen Freiräume und ihre Fürsprecher häufig in einer Rechtfertigungsrolle befinden, da sich durch die oftmals angespannte Haushaltslage in den Städten die Frage stellt, welche Aufgaben prioritär sind. Diese Haltung ist nachvollziehbar, da auch Aufgaben wie die Instandhaltung der Straßen bewältigt werden müssen. Hier gilt es, einen Mittelweg zu finden und Weitsicht zu bewahren, da die urbanen Freiräume einen umfangreichen Mehrwert leisten, der nicht unterschätzt werden sollte. Neben dem Kostenfaktor, den einige Kritiker anführen, gibt es verschiedene andere Faktoren, die einen Interessenkonflikt darstellen können. So wird gerade in wachsenden Städten vermehrt bezahlbarer Wohnraum benötigt, der die Frage nach der Prüfung von Maßnahmen der Innenverdichtung aufwirft. Mit Bonn steht auch einer der Untersuchungsstandorte vor der Herausforderung, mit dem anhaltenden Bevölkerungswachstum bei einer gleichzeitig niedrigen Leerstandsquote umzugehen. Gerade in Bonn hat sich die attraktive Umgebung und die durchgrünte Struktur als Standortfaktor herausgestellt, den die so häufig als Zielgruppe erwähnten hochqualifizierten Beschäftigten schätzen. Die Standorte sind daran interessiert, Unternehmen und Bevölkerung im Stadtgebiet anzusiedeln, um Steuereinnahmen zu generieren. Dennoch regen mehrere Akteure eine verstärkte Kooperation mit dem Umland an, anstatt die Freiraumqualitäten zu gefährden und dadurch die Attraktivität des Standortes dauerhaft zu mindern.

Der Umgang der Standorte mit ihren urbanen Freiräumen spiegelt die Vielfältigkeit der Möglichkeiten wider und zeigt deutlich, dass es keine Musterlösung hierzu geben kann. Dennoch kann man aus dem Handeln der Städte lernen. So wurden nicht nur Bausteine identifiziert, die andere Städte in ihrem Vorgehen berücksichtigen können, sondern auch Hemmnisse, die ebenfalls Probleme für andere Städte darstellen können. Die untersuchten Standorte im Ruhrgebiet, die lange Zeit mit dem negativen Image des schmutzigen "Kohlenpotts" zu kämpfen hatten und einen tiefgreifenden Strukturwandel bewältigen mussten, scheinen deutlich strategischer zu agieren als die Städte Bielefeld und Bonn. Heute profitieren sie davon, dass sie sehr viel grüner sind, als es lange Zeit ihr Ruf war. Mit gemeinsamen Projekten wie dem ökologischen Umbau des Emscher-Systems und der *Kulturhauptstadt* ist die regionale Kooperation seit vielen Jahrzehnten Gegenstand des kommunalen Handelns, das verschiedene Themen und Maßstabsebenen berührt. So kümmert sich der Regionalverband um die Belange des gesamten Ruhrgebiets, was beispielsweise das Marketing, Umwelt- oder Freizeitthemen betrifft, und organisiert viele gemeinsame Projekte. Daneben hat

jedoch auch jede Stadt eine eigene Strategie entwickelt. Bottrop hat sich um den Titel der *InnovationCity* bemüht und diesen gewonnen, Dortmund versucht sein Profil durch das Stadtentwicklungsprojekt PHOENIX zu schärfen und Essen trägt im Jahr 2017 den Titel der *Grünen Hauptstadt Europas*. Dabei war das Ruhrgebiet mit vollkommen anderen Ausgangsvoraussetzungen konfrontiert als die Stadt Bielefeld oder die Stadt Bonn, die nie ein Industriestandort war. So prägt die Vergangenheit auch die Gegenwart und Zukunft der Städte.

Die Bedeutung des Faktors "Grün" wird von der räumlichen, sektoralen, zeitlichen und der Akteursebene beeinflusst. So stehen Wachstumsregionen vor anderen Herausforderungen als Schrumpfsregionen und ein Dienstleistungsunternehmen stellt andere Anforderungen an einen Standort als ein Industriebetrieb. Außerdem wirkt sich der gesellschaftliche Wandel, der sich auch in den städtebaulichen Leitbildern oder Faktoren wie der Tertiärisierung widerspiegelt, auf die Standortanforderungen aus. Die Anforderungen variieren aber auch nach der jeweiligen Akteursgruppe, wobei zwischen der unternehmerischen Ebene, der kommunalen Ebene und der persönlichen Ebene zu unterscheiden ist, zwischen denen Wechselwirkungen und Beziehungen bestehen. Eine grundsätzliche und daraus resultierende Frage ist, wie sich der Standort selbst wahrnimmt bzw. wahrnehmen möchte und welche Interessengruppen angesprochen werden sollen. Da die verschiedenen Nutzergruppen unterschiedliche Anforderungen an den Raum stellen, ist eine Interessenabwägung unabdingbar. Daraus ergibt sich, dass das städtische Grün nicht überall zu einer Problemlösung beitragen kann. Zudem geht es nicht nur darum, Menschen und Unternehmen für den Standort zu gewinnen, sondern diese auch dort zu halten. Es ist unabdingbar, die standortspezifischen Eigenheiten zu berücksichtigen. Auch wenn die urbane grüne Infrastruktur nicht der ausschlaggebende Faktor für Standortentscheidungen sein wird, so stellt sie als Baustein in einem Gesamtkonzept einen wichtigen weichen Standortfaktor dar, der zu einem positiven Image und zur Attraktivität von Standorten und dem Wohlbefinden der dort lebenden und arbeitenden Menschen beiträgt. An dieser Stelle ist ein Spannungsfeld zu identifizieren, denn trotz rückläufiger Bevölkerungszahlen nimmt der Flächenverbrauch für Siedlungen vielerorts zu. Das hat zur Folge, dass die Inanspruchnahme von Freiräumen steigt. Gerade die heute schon als attraktiv geltenden Städte werden weiter an Bevölkerung gewinnen (vgl. FUCHS & SCHLEIFNECKER 2001: 13), so dass der künftige Umgang mit den Freiflächen überdacht werden muss. Ein ökologisch orientierter Siedlungsbau im Sinne einer umweltgerechten sowie nachhaltigen Entwicklung kann als Grundlage für den Umgang mit diesen Herausforderungen gesehen werden, der sich mit der Agenda 21 im Aktionsprogramm für das 21. Jahrhundert wiederfindet. Für die Freiräume heißt eine ökologische Siedlungsentwicklung, dass bewusst und sparsam mit den natürlichen Ressourcen umgegangen wird, Bodenversiegelung sowie Flächenverbrauch auf ein nötiges Minimum reduziert werden und die Siedlungsbereiche im Sinne einer hohen Lebensqualität der Bewohnerinnen und Bewohner von Freiräumen durchzogen werden (vgl. FUCHS & SCHLEIFNECKER 2001: 14f.). Die Entwicklungen auf politischer Ebene zeigen, dass bereits ein Umdenken stattfindet und den urbanen Freiräumen heute eine weitaus höhere Bedeutung beigemessen wird als in der Vergangenheit. Inwieweit die grüne Infrastruktur diesen Stellenwert künftig im Spannungsfeld gesellschaftlicher und klimatischer Entwicklungen in der Praxis beibehält, bleibt abzuwarten.

Da sich die Untersuchung nur auf einige Städte innerhalb Nordrhein-Westfalens bezieht, besteht auf der räumlichen Ebene weiterer Forschungsbedarf. Darüber hinaus könnte eine deutschlandweite Befragung von Unternehmen und deren Beschäftigten dazu beitragen, mehr über die Bedeutung grüner Infrastruktur als Standortfaktor in Erfahrung zu bringen.



## V Literatur

AMBIWEB GMBH (2016a): Urlaub in Bielefeld. Abrufbar unter:

<http://www.urlaubsziele.com/bilder/karten/staedte/290/karte-bielefeld-100.png> (letzter Aufruf: 20.04.2017)

AMBIWEB GMBH (2016b): Urlaub in Bonn. Abrufbar unter:

<http://www.urlaubsziele.com/bilder/karten/staedte/46/karte-bonn-100.png> (letzter Aufruf: 20.04.2017)

AMBIWEB GMBH (2016c): Urlaub in Dortmund. Abrufbar unter:

<http://www.urlaubsziele.com/bilder/karten/staedte/83/karte-dortmund-100.png> (letzter Aufruf: 20.04.2017)

AMBIWEB GMBH (2016d): Urlaub in Essen. Abrufbar unter:

<http://www.urlaubsziele.com/bilder/karten/staedte/31/karte-essen-100.png> (letzter Aufruf: 20.04.2017)

AMERICAN SOCIETY OF LANDSCAPE ARCHITECTURE (Hrsg.) (2016): Green Infrastructure. Abrufbar unter: <https://www.asla.org/greeninfrastructure.aspx> (letzter Aufruf: 20.04.2017)

ANDERNACH.NET. GESELLSCHAFT FÜR STADTMARKETING, WIRTSCHAFT UND TOURISMUS MBH (Hrsg.) (2016): Die Essbare Stadt. Abrufbar unter: <http://www.andernach-tourismus.de/andernach/die-essbare-stadt> (letzter Aufruf: 20.04.2017)

ARBEIT & BILDUNG ESSEN GMBH (Hrsg.) (o.J.a): ESSEN.Neue Wege zum Wasser. Das Programm. Masterplan. Ein Konzept für die Zukunft. Abrufbar unter:

[http://www.neuwegezumwasser.de/index.php?center=progra/masterplan.php&navi=navigation/programm.php&re=progra/navi\\_masterplan.php](http://www.neuwegezumwasser.de/index.php?center=progra/masterplan.php&navi=navigation/programm.php&re=progra/navi_masterplan.php) (letzter Aufruf: 20.04.2017)

ARBEIT & BILDUNG ESSEN GMBH (Hrsg.) (o.J.b): ESSEN.Neue Wege zum Wasser. Das Programm. Stadtumbau. Stadtentwicklungsprozess 2015+. Abrufbar unter:

[http://www.neuwegezumwasser.de/index.php?center=progra/stdt\\_umbau.php&navi=navigation/programm.php&re=progra/navi\\_stdtumbau.php](http://www.neuwegezumwasser.de/index.php?center=progra/stdt_umbau.php&navi=navigation/programm.php&re=progra/navi_stdtumbau.php) (letzter Aufruf: 20.04.2017)

ARBEIT & BILDUNG ESSEN GMBH (Hrsg.) (o.J.c): ESSEN.Neue Wege zum Wasser. Das Programm. Was ist Neue Wege zum Wasser? Abrufbar unter:

<http://www.neuwegezumwasser.de/index.php?center=progra/ziele.php&navi=navigation/programm.php&re=leer.php> (letzter Aufruf: 20.04.2017)

ARBEIT & BILDUNG ESSEN GMBH (Hrsg.) (o.J.d): ESSEN.Neue Wege zum Wasser. Das Programm. Wirtschaftsstandorte. Hochwertige Gewerbeflächen in der Stadt. Abrufbar unter:

[http://www.neuwegezumwasser.de/index.php?center=progra/w\\_standort.php&navi=navigation/programm.php&re=leer.php](http://www.neuwegezumwasser.de/index.php?center=progra/w_standort.php&navi=navigation/programm.php&re=leer.php) (letzter Aufruf: 20.04.2017)

ARBEIT & BILDUNG ESSEN GMBH (Hrsg.) (o.J.e): ESSEN.Neue Wege zum Wasser. Das Programm.

Wohnumfeldqualität. Wohnen am Wasser – Neue Wohnqualität in der Stadt. Abrufbar unter:

<http://www.neuwegezumwasser.de/index.php?center=progra/wohnfeld.php&navi=navigation/programm.php&re=leer.php> (letzter Aufruf: 20.04.2017)

- ARBEIT & BILDUNG ESSEN GMBH (Hrsg.) (o.J.f): ESSEN.Neue Wege zum Wasser. Das Programm. "ESSEN.Neue Wege zum Wasser". Abrufbar unter:  
[http://www.neuwegezumwasser.de/index.php?center=progra/programm.php&navi=navigation/programm.php&re=logo\\_re.php](http://www.neuwegezumwasser.de/index.php?center=progra/programm.php&navi=navigation/programm.php&re=logo_re.php) (letzter Aufruf: 20.04.2017)
- ARBEIT & BILDUNG ESSEN GMBH (Hrsg.) (o.J.g): ESSEN.Neue Wege zum Wasser. Projekte. Nord-Süd-Routen. Vom neuen Emschertal bis zum Ruhrtal. Abrufbar unter:  
[http://www.neuwegezumwasser.de/index.php?center=projekte/n\\_s\\_r/inhalt.php&navi=navigation/projekte.php&re=projekte/n\\_s\\_r/navi-view.php](http://www.neuwegezumwasser.de/index.php?center=projekte/n_s_r/inhalt.php&navi=navigation/projekte.php&re=projekte/n_s_r/navi-view.php) (letzter Aufruf: 20.04.2017)
- ARBEIT & BILDUNG ESSEN GMBH (Hrsg.) (o.J.h): ESSEN.Neue Wege zum Wasser. Projektpartner. Neue Wege zum Wasser lebt von Kooperation. Abrufbar unter:  
[http://www.neuwegezumwasser.de/index.php?center=proj\\_partn/inhalt.php&navi=navigation/proj\\_partn.php&re=leer.php](http://www.neuwegezumwasser.de/index.php?center=proj_partn/inhalt.php&navi=navigation/proj_partn.php&re=leer.php) (letzter Aufruf: 20.04.2017)
- ARBEITSGEMEINSCHAFT ARGE IC RUHR (Hrsg.) (2014a): Masterplan Klimagerechter Stadtumbau für die InnovationCity Ruhr | Modellstadt Bottrop. Masterplan Band A: Potenzialatlas. PDF. 446 S. Abrufbar unter: [http://www.icuhr.de/fileadmin/media/downloads/Band-A\\_Potenzialatlas\\_140409\\_klein.pdf](http://www.icuhr.de/fileadmin/media/downloads/Band-A_Potenzialatlas_140409_klein.pdf) (letzter Aufruf: 20.04.2017)
- ARBEITSGEMEINSCHAFT ARGE IC RUHR (Hrsg.) (2014b): Masterplan Klimagerechter Stadtumbau für die InnovationCity Ruhr | Modellstadt Bottrop. Masterplan Band B: Projektatlas. PDF. 612 S. Abrufbar unter: [http://www.icuhr.de/fileadmin/media/downloads/Band-B\\_Projektatlas\\_140409\\_klein.pdf](http://www.icuhr.de/fileadmin/media/downloads/Band-B_Projektatlas_140409_klein.pdf) (letzter Aufruf: 20.04.2017)
- ATTESLANDER, P. (2010<sup>13</sup>): Methoden der empirischen Sozialforschung. Berlin/New York. 424 S.
- AUFMKOLK, G. (2011): Die grüne Invasion. In: Garten und Landschaft 121. Heft 5. S. 25-27.
- BALDERJAHN, I. (2014<sup>2</sup>): Standortmarketing. Konstanz. 167 S.
- BATHELT, H. u. J. GLÜCKLER (2012<sup>3</sup>): Wirtschaftsgeographie. Ökonomische Beziehungen in räumlicher Perspektive. Stuttgart. 483 S.
- BAUER, J. (1999): Standortfaktor Grün – Marktanaloge Ansätze zur Steuerung und Wertbestimmung. In: Stadt und Grün. Heft 1. S. 37-41.
- BECKER, C. W. (2008): Gestaltung urbaner Freiräume. Dokumentation der Fallstudien im Forschungsfeld "Innovationen für familien- und altengerechte Stadtquartiere". Bonn. 75 S.
- BERTRAM, M. (1995): Marketing für Städte und Regionen – Modeerscheinung oder Schlüssel zur dauerhaften Entwicklung? In: BEYER, R. u. I. KURON (Hrsg.): Stadt- und Regionalmarketing – Irrweg oder Stein der Weisen? Material zur Angewandten Geographie 29. Bonn. S. 29-38.
- BEYER, R. u. I. KURON (1995): Resümee. In: Beyer, R. u. I. Kuron (Hrsg.): Stadt- und Regionalmarketing – Irrweg oder Stein der Weisen? Material zur Angewandten Geographie 29. Bonn. S. 139-143.
- BIELEFELD MARKETING GMBH (Hrsg.) (2015a): Bielefeld.JETZT. Heimat-Tierpark Olderdissen. Abrufbar unter: <http://www.bielefeld.jetzt/tipp/tierpark-olderdissen> (letzter Aufruf: 20.04.2017)

- BIELEFELD MARKETING GMBH (Hrsg.) (2015b): Bielefeld.JETZT. Johannisberg. Abrufbar unter: <http://www.bielefeld.jetzt/tipp/johannisberg> (letzter Aufruf: 20.04.2017)
- BIELEFELD MARKETING GMBH (Hrsg.) (2016a): 800 Jahre Bielefeld. Abrufbar unter: <http://www.bielefeld800.de/> (letzter Aufruf: 30.06.2016)
- BIELEFELD MARKETING GMBH (Hrsg.) (2016b): Bildarchiv. Abrufbar unter: <http://www.bielefeld-marketing.de/de/service/bildarchiv/> (letzter Aufruf: 20.04.2017)
- BIELEFELD MARKETING GMBH (Hrsg.) (2016c): Markenprozess. Abrufbar unter: <http://www.bielefeld-marketing.de/de/sw/stadtmarke/> (letzter Aufruf: 20.04.2017)
- BIODIVERSITY IN GOOD COMPANY INITIATIVE E. V. (o.J.): Über uns. Abrufbar unter: <http://www.business-and-biodiversity.de/ueber-uns/> (letzter Aufruf: 20.04.2017)
- BIRK, F. u. G. LEPPA (2002): Stadtmarketing: Wirkungsorientiertes Management als Antwort auf den Wettbewerb von Städten und Standorten. In: BUNDESVEREINIGUNG CITY- UND STADTMARKETING DEUTSCHLAND E.V. (Hrsg.): Stadtmarketing. Stand und Perspektiven eines kooperativen Stadtmanagements 1. Aachen. S. 3-7.
- BOLDT, K-W. u. M. GELHAR (2008): Das Ruhrgebiet. Landschaft, Industrie, Kultur. Darmstadt. 168 S.
- BRANDMEYER MARKENBERATUNG (2016): Ergebnispräsentation: Analyse der Stadtmarke Bielefeld. Präsentation. PDF. Abrufbar unter: <http://www.bielefeld-marketing.de/ftp/dokumente/PK-Marke-Bielefeld.pdf> (letzter Aufruf: 20.04.2017)
- BRAUN, B. u. C. SCHULZ (2012): Wirtschaftsgeographie. Stuttgart. 269 S.
- BREI, B. u. T. CLAßEN (2008): In Ruhe durchatmen. Stadtgrün, Gesundheit und Wohlbefinden – Ergebnisse der NUA-Tagung am 25.9.2008. In: nua:ncen. Forum der Natur- und Umweltschutzakademie NRW 31. PDF. S. 6. Abrufbar unter: [http://www.nua.nrw.de/fileadmin/user\\_upload/NUA/Publikationen/Nuancen/2008\\_nuancen31.pdf](http://www.nua.nrw.de/fileadmin/user_upload/NUA/Publikationen/Nuancen/2008_nuancen31.pdf) (letzter Aufruf: 20.04.2017)
- BREI, B., HELLER, A., CLAßEN, T. u. C. HORNBERG (2010): Gesundheitsressource Stadtgrün – Gesundheitswissenschaftliche Implikationen für Stadtplanung und Landschaftsarchitektur. In: Stadt und Grün 59. Heft 12. S. 17-22.
- BUNDESAGENTUR FÜR ARBEIT (Hrsg.) (2016): Statistik nach Regionen. Bund, Länder und Kreise. Regionaldirektion Nordrhein-Westfalen. Abrufbar unter: <https://statistik.arbeitsagentur.de/Navigation/Statistik/Statistik-nach-Regionen/BA-Gebietsstruktur/Nordrhein-Westfalen-Nav.html> (letzter Aufruf: 20.04.2017)
- BUNDESAMT FÜR NATURSCHUTZ (Hrsg.) (2012a): Landschaftssteckbrief Ravensberger Hügelland. Abrufbar unter: [http://www.bfn.de/0311\\_landschaft.html?&no\\_cache=1&tx\\_isprofile\\_pi1\[landschaft\]=596&tx\\_isprofile\\_pi1\[bundesland\]=15&tx\\_isprofile\\_pi1\[backPid\]=13857&tx\\_isprofile\\_pi1\[action\]=show&tx\\_isprofile\\_pi1\[controller\]=Landschaft&cHash=114ccd63d9c078ba894ba58719a29384](http://www.bfn.de/0311_landschaft.html?&no_cache=1&tx_isprofile_pi1[landschaft]=596&tx_isprofile_pi1[bundesland]=15&tx_isprofile_pi1[backPid]=13857&tx_isprofile_pi1[action]=show&tx_isprofile_pi1[controller]=Landschaft&cHash=114ccd63d9c078ba894ba58719a29384) (letzter Aufruf: 20.04.2017)

- BUNDESAMT FÜR NATURSCHUTZ (Hrsg.) (2012b): Landschaftssteckbrief Senne. Abrufbar unter:  
[http://www.bfn.de/0311\\_landschaft.html?&no\\_cache=1&tx\\_isprofile\\_pi1\[landschaft\]=608&tx\\_isprofile\\_pi1\[bundesland\]=15&tx\\_isprofile\\_pi1\[backPid\]=13857&tx\\_isprofile\\_pi1\[action\]=show&tx\\_isprofile\\_pi1\[controller\]=Landschaft&cHash=f18f37b03e0bf3c8ec7b7d79975010c8](http://www.bfn.de/0311_landschaft.html?&no_cache=1&tx_isprofile_pi1[landschaft]=608&tx_isprofile_pi1[bundesland]=15&tx_isprofile_pi1[backPid]=13857&tx_isprofile_pi1[action]=show&tx_isprofile_pi1[controller]=Landschaft&cHash=f18f37b03e0bf3c8ec7b7d79975010c8) (letzter Aufruf: 20.04.2017)
- BUNDESAMT FÜR NATURSCHUTZ (Hrsg.) (2015a): Biologische Vielfalt und die CBD. Abrufbar unter:  
[http://www.bfn.de/0304\\_biodiv.html](http://www.bfn.de/0304_biodiv.html) (letzter Aufruf: 20.04.2017)
- BUNDESAMT FÜR NATURSCHUTZ (Hrsg.) (2015b): Landschaftsschutzgebiete. Abrufbar unter:  
[http://www.bfn.de/0308\\_lsg.html](http://www.bfn.de/0308_lsg.html) (letzter Aufruf: 20.04.2017)
- BUNDESAMT FÜR NATURSCHUTZ (Hrsg.) (2015c): Naturschutzgebiete. Abrufbar unter:  
[http://www.bfn.de/0308\\_nsg.html](http://www.bfn.de/0308_nsg.html) (letzter Aufruf: 20.04.2017)
- BUNDESAMT FÜR NATURSCHUTZ (Hrsg.) (2016a): Nationalparke. Abrufbar unter:  
[http://www.bfn.de/0308\\_nlp.html](http://www.bfn.de/0308_nlp.html) (letzter Aufruf: 20.04.2017)
- BUNDESAMT FÜR NATURSCHUTZ (Hrsg.) (2016b): Naturparke. Abrufbar unter:  
[http://www.bfn.de/0308\\_np.html](http://www.bfn.de/0308_np.html) (letzter Aufruf: 20.04.2017)
- BUNDESINSTITUT FÜR BAU-, STADT- UND RAUMFORSCHUNG (o.J.a): Nachhaltige Stadtentwicklung. Abrufbar unter:  
[http://www.bbsr.bund.de/BBSR/DE/Stadtentwicklung/StadtentwicklungDeutschland/NachhaltigeStadtentwicklung/Stadtentwicklung\\_node.html;jsessionid=88755510B984CA578D58F13C99BF9712.live21301](http://www.bbsr.bund.de/BBSR/DE/Stadtentwicklung/StadtentwicklungDeutschland/NachhaltigeStadtentwicklung/Stadtentwicklung_node.html;jsessionid=88755510B984CA578D58F13C99BF9712.live21301) (letzter Aufruf: 20.04.2017)
- BUNDESINSTITUT FÜR BAU-, STADT- UND RAUMFORSCHUNG (o.J.b): Was ist Interreg? Abrufbar unter: <http://www.interreg.de/INTERREG2014/DE/Interreg/WasistINTERREG/wasistinterreg-node.html;jsessionid=8465B84A7320E1B1CE90E300AC5F9190.live21302> (letzter Aufruf: 20.04.2017)
- BUNDESMINISTERIUM FÜR UMWELT, NATURSCHUTZ UND REAKTORSICHERHEIT (Hrsg.) (2007): Nationale Strategie zur biologischen Vielfalt. Kabinettsbeschluss vom 7. November 2007. Berlin. PDF. 180 S. Abrufbar unter:  
[http://www.biologisheviefalt.de/fileadmin/NBS/documents/broschuere\\_biolog\\_vielfalt\\_strategie\\_bf.pdf](http://www.biologisheviefalt.de/fileadmin/NBS/documents/broschuere_biolog_vielfalt_strategie_bf.pdf) (letzter Aufruf: 20.04.2017)
- BUNDESMINISTERIUM FÜR UMWELT, NATURSCHUTZ, BAU UND REAKTORSICHERHEIT (Hrsg.) (o.J.): Städtebauförderung. Programm. Abrufbar unter:  
[http://www.staedtebaufoerderung.info/StBauF/DE/Programm/programm\\_node.html](http://www.staedtebaufoerderung.info/StBauF/DE/Programm/programm_node.html) (letzter Aufruf: 20.04.2017)
- BUNDESMINISTERIUM FÜR UMWELT, NATURSCHUTZ, BAU UND REAKTORSICHERHEIT (Hrsg.) (2015): Grün in der Stadt –Für eine lebenswerte Zukunft. Grünbuch Stadtgrün. Berlin. PDF. 100 S. Abrufbar unter:  
[http://www.bmub.bund.de/fileadmin/Daten\\_BMU/Pool/Broschueren/gruenbuch\\_stadtgruen\\_broschuere\\_bf.pdf](http://www.bmub.bund.de/fileadmin/Daten_BMU/Pool/Broschueren/gruenbuch_stadtgruen_broschuere_bf.pdf) (letzter Aufruf: 20.04.2017)

- BUNDESMINISTERIUM FÜR UMWELT, NATURSCHUTZ, BAU UND REAKTORSICHERHEIT (Hrsg.) (2016):  
Naturbewusstsein 2015. Bevölkerungsumfrage zu Natur und biologischer Vielfalt. Berlin. PDF.  
104 S. Abrufbar unter:  
[https://www.bfn.de/fileadmin/BfN/gesellschaft/Dokumente/Naturbewusstsein-2015\\_barrierefrei.pdf](https://www.bfn.de/fileadmin/BfN/gesellschaft/Dokumente/Naturbewusstsein-2015_barrierefrei.pdf) (letzter Aufruf: 20.04.2017)
- BUNDESSTADT BONN (Hrsg.) (o.J.a): Bonner Stadtplan. Abrufbar unter:  
[http://stadtplan.bonn.de/cms/cms.pl?Amt=Stadtplan&set=0\\_0\\_0\\_0&act=0](http://stadtplan.bonn.de/cms/cms.pl?Amt=Stadtplan&set=0_0_0_0&act=0) (letzter Aufruf:  
20.04.2017)
- BUNDESSTADT BONN (Hrsg.) (o.J.b): Masterplan Innere Stadt Bonn. Abrufbar unter:  
[http://www.bonn.de/rat\\_verwaltung\\_buergerdienste/buergerdienste\\_online/buergerservice\\_az/01891/index.html?lang=de](http://www.bonn.de/rat_verwaltung_buergerdienste/buergerdienste_online/buergerservice_az/01891/index.html?lang=de) (letzter Aufruf: 20.04.2017)
- BUNDESSTADT BONN (Hrsg.) (o.J.c): Wirtschaftsregion Bonn. Abrufbar unter:  
<http://wirtschaftsregionbonn.org/> (letzter Aufruf: 20.04.2017)
- BUNDESSTADT BONN (Hrsg.) (1998): Integriertes Freiraum-System für die Stadt Bonn. In: Beiträge zur  
Stadtentwicklung, Stadtplanung und zum Bauwesen 11. Bonn. PDF. 48 S. Abrufbar unter:  
[https://bonn.de/umwelt\\_gesundheit\\_planen\\_bauen\\_wohnen/stadtplanung/stadtentwicklungspl\\_anung/16507/index.html?lang=de](https://bonn.de/umwelt_gesundheit_planen_bauen_wohnen/stadtplanung/stadtentwicklungspl_anung/16507/index.html?lang=de) (letzter Aufruf: 20.04.2017)
- BUNDESSTADT BONN (Hrsg.) (2002): Umweltbericht 1996-2002. Bonn. 80 S.
- BUNDESSTADT BONN (Hrsg.) (2008): City Biodiversity Report: Urban Nature in Bonn. Bonn. 120 S.
- BUNDESSTADT BONN (Hrsg.) (2010): Stadtchronik. Geschichte und Geschichten. Bonn. PDF. 22 S.  
Abrufbar unter:  
[http://www.bonn.de/familie\\_gesellschaft\\_bildung\\_soziales/stadtarchiv/stadtchronik/index.html?lang=de](http://www.bonn.de/familie_gesellschaft_bildung_soziales/stadtarchiv/stadtchronik/index.html?lang=de) (letzter Aufruf: 20.04.2017)
- BUNDESSTADT BONN (Hrsg.) (2012): Masterplan Innere Stadt Bonn. Bonn/Dortmund/Schwerte. PDF.  
72 S. Abrufbar unter: [http://www.scheuven-wachten.de/uploads/media/Masterplan\\_Innere\\_Stadt\\_Bonn.pdf](http://www.scheuven-wachten.de/uploads/media/Masterplan_Innere_Stadt_Bonn.pdf) (letzter Aufruf: 20.04.2017)
- BUNDESSTADT BONN (Hrsg.) (2013a): "Freude. Joy. Joie. Bonn." – Bonns neue Dachmarke. Abrufbar  
unter:  
[https://www.bonn.de/rat\\_verwaltung\\_buergerdienste/dachmarke\\_bonn/index.html?lang=de](https://www.bonn.de/rat_verwaltung_buergerdienste/dachmarke_bonn/index.html?lang=de)  
(letzter Aufruf: 20.04.2017)
- BUNDESSTADT BONN (Hrsg.) (2013b): Standortentwicklung. Abrufbar unter:  
[http://www.bonn.de/wirtschaft\\_wissenschaft\\_internationales/wirtschaftsfoerderung\\_bonn/stan\\_dortentwicklung/index.html?lang=de](http://www.bonn.de/wirtschaft_wissenschaft_internationales/wirtschaftsfoerderung_bonn/stan_dortentwicklung/index.html?lang=de) (letzter Aufruf: 20.04.2017)
- BUNDESSTADT BONN (Hrsg.) (2014): Jahreswirtschaftsbericht 2014. Bonn. 92 S.
- BUNDESSTADT BONN (Hrsg.) (2015a): Baumschulwäldchen. Abrufbar unter:  
[http://www.bonn.de/tourismus\\_kultur\\_sport\\_freizeit/parks\\_und\\_gaerten/06627/index.html?lang=de](http://www.bonn.de/tourismus_kultur_sport_freizeit/parks_und_gaerten/06627/index.html?lang=de) (letzter Aufruf: 20.04.2017)

- BUNDESSTADT BONN (Hrsg.) (2015b): Freizeitpark Rheinaue. Abrufbar unter:  
[http://www.bonn.de/tourismus\\_kultur\\_sport\\_freizeit/parks\\_und\\_gaerten/06799/index.html?lang=de](http://www.bonn.de/tourismus_kultur_sport_freizeit/parks_und_gaerten/06799/index.html?lang=de) (letzter Aufruf: 20.04.2017)
- BUNDESSTADT BONN (Hrsg.) (2015c): Grünes C. Evaluation des Projektes Kurzfassung. Bonn. PDF. 5 S. Abrufbar unter:  
[http://www.bonn.de/umwelt\\_gesundheit\\_planen\\_bauen\\_wohnen/amt\\_fuer\\_stadtgruen/gruene\\_projekte/07115/index.html?lang=de](http://www.bonn.de/umwelt_gesundheit_planen_bauen_wohnen/amt_fuer_stadtgruen/gruene_projekte/07115/index.html?lang=de) (letzter Aufruf: 20.04.2017)
- BUNDESSTADT BONN (Hrsg.) (2015d): Grünzug Nord. Abrufbar unter:  
[http://www.bonn.de/tourismus\\_kultur\\_sport\\_freizeit/parks\\_und\\_gaerten/06792/index.html?lang=de](http://www.bonn.de/tourismus_kultur_sport_freizeit/parks_und_gaerten/06792/index.html?lang=de) (letzter Aufruf: 20.04.2017)
- BUNDESSTADT BONN (Hrsg.) (2015e): Integriertes Freiraum-System (IFS). Abrufbar unter:  
[http://www.bonn.de/umwelt\\_gesundheit\\_planen\\_bauen\\_wohnen/stadtplanung/stadtentwicklungsplanung/16507/index.html?lang=de](http://www.bonn.de/umwelt_gesundheit_planen_bauen_wohnen/stadtplanung/stadtentwicklungsplanung/16507/index.html?lang=de) (letzter Aufruf: 20.04.2017)
- BUNDESSTADT BONN (Hrsg.) (2015f): Landschaftsplanung. Abrufbar unter:  
[http://www.bonn.de/umwelt\\_gesundheit\\_planen\\_bauen\\_wohnen/stadtplanung/landschaftsplanung/index.html](http://www.bonn.de/umwelt_gesundheit_planen_bauen_wohnen/stadtplanung/landschaftsplanung/index.html) (letzter Aufruf: 20.04.2017)
- BUNDESSTADT BONN (Hrsg.) (2015g): Poppelsdorfer Allee. Abrufbar unter:  
[http://www.bonn.de/tourismus\\_kultur\\_sport\\_freizeit/parks\\_und\\_gaerten/06797/index.html?lang=de](http://www.bonn.de/tourismus_kultur_sport_freizeit/parks_und_gaerten/06797/index.html?lang=de) (letzter Aufruf: 20.04.2017)
- BUNDESSTADT BONN (Hrsg.) (2015h): Regionalplanung/Regionale Kooperation. Abrufbar unter:  
[http://www.bonn.de/umwelt\\_gesundheit\\_planen\\_bauen\\_wohnen/stadtplanung/stadtentwicklungsplanung/16509/index.html?lang=de](http://www.bonn.de/umwelt_gesundheit_planen_bauen_wohnen/stadtplanung/stadtentwicklungsplanung/16509/index.html?lang=de) (letzter Aufruf: 20.04.2017)
- BUNDESSTADT BONN (Hrsg.) (2015i): Stadtpark Bad Godesberg. Abrufbar unter:  
[http://www.bonn.de/tourismus\\_kultur\\_sport\\_freizeit/parks\\_und\\_gaerten/06802/index.html?lang=de](http://www.bonn.de/tourismus_kultur_sport_freizeit/parks_und_gaerten/06802/index.html?lang=de) (letzter Aufruf: 20.04.2017)
- BUNDESSTADT BONN (Hrsg.) (2015j): Wirtschaftsstandort 2015. Bonn. PDF. 15 S. Abrufbar unter:  
[https://www.bonn.de/wirtschaft\\_wissenschaft\\_internationales/wirtschaftsfoerderung\\_bonn/daten\\_und\\_fakten/15767/index.html](https://www.bonn.de/wirtschaft_wissenschaft_internationales/wirtschaftsfoerderung_bonn/daten_und_fakten/15767/index.html) (letzter Aufruf: 20.04.2017)
- BUNDESSTADT BONN (Hrsg.) (2016a): Botanische Gärten. Abrufbar unter:  
[http://www.bonn.de/tourismus\\_kultur\\_sport\\_freizeit/parks\\_und\\_gaerten/06803/index.html?lang=de](http://www.bonn.de/tourismus_kultur_sport_freizeit/parks_und_gaerten/06803/index.html?lang=de) (letzter Aufruf: 20.04.2017)
- BUNDESSTADT BONN (Hrsg.) (2016b): Internationaler Konferenzstandort. Abrufbar unter:  
[http://www.bonn.de/wirtschaft\\_wissenschaft\\_internationales/konferenzstandort/index.html?lang=de](http://www.bonn.de/wirtschaft_wissenschaft_internationales/konferenzstandort/index.html?lang=de) (letzter Aufruf: 20.04.2017)
- BUNDESSTADT BONN (Hrsg.) (2016c): Parks und Gärten. Abrufbar unter:  
[http://www.bonn.de/tourismus\\_kultur\\_sport\\_freizeit/parks\\_und\\_gaerten/index.html?lang=de&download=M3wBUQCu/8ulmKDu36WenojQ1NTTjaXZnqWfVpzLhmfhnapmmc7Zi6rZnqCkkIN4e3Z+bKbXrZ2lhtTN34al3p6YrY7P1oah162apo3X1cjYh2+hoJRn6w==](http://www.bonn.de/tourismus_kultur_sport_freizeit/parks_und_gaerten/index.html?lang=de&download=M3wBUQCu/8ulmKDu36WenojQ1NTTjaXZnqWfVpzLhmfhnapmmc7Zi6rZnqCkkIN4e3Z+bKbXrZ2lhtTN34al3p6YrY7P1oah162apo3X1cjYh2+hoJRn6w==) (letzter Aufruf: 20.04.2017)

- BUNDESSTADT BONN (Hrsg.) (2016d): Wirtschaftsstandort Bonn – Wachstum mit Qualität. Abrufbar unter:  
[http://www.bonn.de/wirtschaft\\_wissenschaft\\_internationales/wirtschaftsstandort\\_bonn/index.html?lang=de](http://www.bonn.de/wirtschaft_wissenschaft_internationales/wirtschaftsstandort_bonn/index.html?lang=de) (letzter Aufruf: 20.04.2017)
- BUNDESZENTRALE FÜR POLITISCHE BILDUNG (Hrsg.) (2013): Handwörterbuch des politischen Systems der Bundesrepublik Deutschland. Land Nordrhein-Westfalen. Abrufbar unter:  
<http://www.bpb.de/nachschlagen/lexika/handwoerterbuch-politisches-system/202059/land-nordrhein-westfalen> (letzter Aufruf: 20.04.2017)
- BUNDESZENTRALE FÜR POLITISCHE BILDUNG (Hrsg.) (2016): Stadt. Abrufbar unter:  
<http://www.bpb.de/nachschlagen/lexika/politiklexikon/18292/stadt> (letzter Aufruf: 20.04.2017)
- BURGESS, J., HARRISON C. M. und M. LIMP (1988): People, Parks and the Urban Green: A study of Popular Meanings and Values for Open Spaces in the City. In: Urban Studies 25. PDF. S. 455-473. Abrufbar unter: <http://usj.sagepub.com/content/25/6/455.full.pdf+html> (letzter Aufruf: 20.04.2017)
- CENTER FOR GREEN INFRASTRUCTURE (Hrsg.) (o.J.): Internetpräsenz. Abrufbar unter:  
<http://www.gicinc.org/> (letzter Aufruf: 20.04.2017)
- CLAßEN, T. u. C. HORNBERG (2008): Gesundheitsförderung durch Stadtgrün: Impulse und Voraussetzungen einer gesundheitsgerechten Stadtentwicklung. In: Naturschutz und Gesundheit: eine Partnerschaft für mehr Lebensqualität. Veröffentlichung zu den Tagungen vom 3. - 6. September 2007 am Bundesamt für Naturschutz. Insel Vilm - und vom 31. März - 1. April 2008 an der Alfred Toepfer Akademie für Naturschutz. Niedersachsen (NNA). S. 49-64.
- COSTA, S. C. u. J. HOYER (2008): Stadtgrün – Schlüsselressource für nachhaltige Städte. In: Stadt und Grün 57. Heft 8. S. 13-18.
- DALLMANN, B. u. M. RICHTER (2012): Handbuch der Wirtschaftsförderung. Praxisleitfaden zur kommunalen und regionalen Standortentwicklung. Freiburg. 371 S.
- DETERINGDESIGN GMBH/STADT BIELEFELD (Hrsg.) (2015): Natur erleben. Erlebnisvielfalt in Bielefeld. Bielefeld. 84 S.
- DEUTSCHE GARTENAMTSLEITERKONFERENZ (2014): Wie zufrieden sind Bürger mit städtischen Grünflächen? Ergebnisse der vierten bundesweiten Internetbefragung. PDF. 23 S. Abrufbar unter:  
[http://www.stadtentwicklung.berlin.de/umwelt/stadtgruen/gruenanlagen/downloads/Internetumfrage\\_2013\\_Auswertung\\_Gesamt.pdf](http://www.stadtentwicklung.berlin.de/umwelt/stadtgruen/gruenanlagen/downloads/Internetumfrage_2013_Auswertung_Gesamt.pdf) (letzter Aufruf: 20.04.2017)
- DEUTSCHE UMWELTHILFE E.V. (Hrsg.) (2011): Umweltgerechtigkeit und Biodiversität. Mehr Umweltgerechtigkeit durch Biodiversität, neue Wege in der Stadtentwicklung und Umweltbildung. Radolfzell. PDF. 20 S. Abrufbar unter:  
[http://www.duh.de/fileadmin/user\\_upload/download/Projektinformation/Kommunaler\\_Umweltschutz/Umweltgerechtigkeit/Veroeffentlichungen/Umweltgerechtigkeit\\_2011\\_klein.pdf](http://www.duh.de/fileadmin/user_upload/download/Projektinformation/Kommunaler_Umweltschutz/Umweltgerechtigkeit/Veroeffentlichungen/Umweltgerechtigkeit_2011_klein.pdf) (letzter Aufruf: 20.04.2017)

- DEUTSCHE UMWELTHILFE E.V. (Hrsg.) (2013): Lebenswerte Stadt: Natur & städtisches Leben ohne Widerspruch! Gute Beispiele aus dem Wettbewerb "Lebenswerte Stadt". Radolfzell. PDF. 31 S. Abrufbar unter: [http://www.duh.de/uploads/tx\\_duhdownloads/Doku\\_LebenswerteStadt.pdf](http://www.duh.de/uploads/tx_duhdownloads/Doku_LebenswerteStadt.pdf) (letzter Aufruf: 20.04.2017)
- DEUTSCHER WETTERDIENST (Hrsg.) (o.J.): Die städtische Wärmeinsel. Abrufbar unter: [http://www.dwd.de/DE/klimaumwelt/klimaforschung/klimawirk/stadtpl/projekt\\_waermeinseln/projekt\\_waermeinseln\\_node.html](http://www.dwd.de/DE/klimaumwelt/klimaforschung/klimawirk/stadtpl/projekt_waermeinseln/projekt_waermeinseln_node.html) (letzter Aufruf: 20.04.2017)
- DR. AUGUST OETKER KG (Hrsg.) (o.J.): Unternehmen. Über Dr. Oetker. Abrufbar unter: <https://www.oetker.de/ueber-dr-oetker/startseite.html> (letzter Aufruf: 20.04.2017)
- EMG – ESSEN MARKETING GMBH (o.J.a): ESSEN.MARKETING. Ein ganzheitlicher Stadtmarketingansatz. Abrufbar unter: [https://www.essen-tourismus.de/essentourismus\\_essen\\_marketing/startseite.de.html](https://www.essen-tourismus.de/essentourismus_essen_marketing/startseite.de.html) (letzter Aufruf: 20.04.2017)
- EMG – ESSEN MARKETING GMBH (o.J.b): ESSEN.MARKETING. Stadtwerbung. Abrufbar unter: [https://www.essen-tourismus.de/essentourismus\\_essen\\_marketing/stadtmarketing\\_1/startseite.de.html](https://www.essen-tourismus.de/essentourismus_essen_marketing/stadtmarketing_1/startseite.de.html) (letzter Aufruf: 20.04.2017)
- EMG – ESSEN MARKETING GMBH (o.J.c): ESSEN.TOURISMUS. Essen – vom Werden einer Metropole. Abrufbar unter: [https://www.essen-tourismus.de/essentourismus\\_erleben/stadtportrait\\_1/stadtportrait.de.html](https://www.essen-tourismus.de/essentourismus_erleben/stadtportrait_1/stadtportrait.de.html) (letzter Aufruf: 20.04.2017)
- ENDLICHER, W. (2012): Einführung in die Stadtökologie. Stuttgart. 272 S.
- EUROPÄISCHE UNION (Hrsg.) (2010): Informationspapier zum Thema "Grüne Infrastruktur". Brüssel. 4 S.
- EUROPÄISCHE UNION (Hrsg.) (2014): Eine grüne Infrastruktur für Europa. Brüssel. PDF. 24 S. Abrufbar unter: <http://ec.europa.eu/environment/nature/ecosystems/docs/GI-Brochure-210x210-DE-web.pdf> (letzter Aufruf: 20.04.2017)
- EWG – ESSENER WIRTSCHAFTSFÖRDERUNGSGESELLSCHAFT MBH (Hrsg.) (o.J.a): GRUGACARREE. Wohnen und arbeiten in grünem Umfeld. Abrufbar unter: [http://www.ewg.de/immobilien/stadtentwicklung/gruga\\_carree/GRUGA\\_CARREE.de.html](http://www.ewg.de/immobilien/stadtentwicklung/gruga_carree/GRUGA_CARREE.de.html) (letzter Aufruf: 20.04.2017)
- EWG – ESSENER WIRTSCHAFTSFÖRDERUNGSGESELLSCHAFT MBH (Hrsg.) (o.J.b): Krupp-Gürtel. Abrufbar unter: <http://www.ewg.de/immobilien/stadtentwicklung/kruppguertel/KruppGuertel.de.html> (letzter Aufruf: 20.04.2017)
- EWG – ESSENER WIRTSCHAFTSFÖRDERUNGSGESELLSCHAFT MBH (Hrsg.) (o.J.c): Leistungsspektrum. Abrufbar unter: [http://www.ewg.de/die\\_ewg/index.de.html](http://www.ewg.de/die_ewg/index.de.html) (letzter Aufruf: 20.04.2017)
- EWG – ESSENER WIRTSCHAFTSFÖRDERUNGSGESELLSCHAFT MBH (Hrsg.) (o.J.d): Universitätsviertel - grüne mitte Essen. Abrufbar unter:

- <http://www.ewg.de/immobilien/stadtentwicklung/universitaetsviertel/Universitaetsviertel.de.html> (letzter Aufruf: 20.04.2017)
- EWG – ESSENER WIRTSCHAFTSFÖRDERUNGSGESELLSCHAFT MBH (Hrsg.) (o.J.e):  
Unternehmensservice. Abrufbar unter:  
[http://www.ewg.de/unternehmensservice/unternehmensservice\\_2/Unternehmenssicherung.de.html](http://www.ewg.de/unternehmensservice/unternehmensservice_2/Unternehmenssicherung.de.html) (letzter Aufruf: 20.04.2017)
- EWG – ESSENER WIRTSCHAFTSFÖRDERUNGSGESELLSCHAFT MBH (Hrsg.) (o.J.f): Wirtschaftsstandort.  
Abrufbar unter: <http://www.ewg.de/wirtschaftsstandort/index/index.de.html> (letzter Aufruf: 20.04.2017)
- EWG – ESSENER WIRTSCHAFTSFÖRDERUNGSGESELLSCHAFT MBH (Hrsg.) (o.J.g):  
Wissenschaftsstandort Essen. Wissenschaft & Forschung. Abrufbar unter:  
<http://wissenschaftsstadt-essen.de/wissenschaft-forschung/> (letzter Aufruf: 20.04.2017)
- FARHAUER, O. u. A. KRÖLL (2013): Standorttheorien. Regional- und Stadtökonomik in Theorie und Praxis. Wiesbaden. 456 S.
- FLACKE, J. (2003): Mehr Stadt, weniger Fläche. Informationssystem nachhaltige Flächennutzung. Ein Instrument zur Förderung einer nachhaltigen Siedlungsentwicklung. Flensburg. 260 S.
- FLORIDA, R. (2002): The rise of the creative class... and how it's transforming work, leisure, community and everyday life. New York. 434 S.
- FLORIDA, R. (2005): Cities and the creative class. London/New York. 208 S.
- FRANK, S. u. U. GREIWE (2012): PHOENIX aus der Asche. Das "neue Dortmund" baut sich seine "erste Adresse". In: Informationen zur Raumentwicklung. Heft 11/12. PDF. S. 575-587. Abrufbar unter: [http://www.bbsr.bund.de/BBSR/DE/Veroeffentlichungen/lzR/2012/11\\_12/Inhalt/DL\\_FrankGreiwe.pdf?\\_\\_blob=publicationFile&v=2](http://www.bbsr.bund.de/BBSR/DE/Veroeffentlichungen/lzR/2012/11_12/Inhalt/DL_FrankGreiwe.pdf?__blob=publicationFile&v=2) (letzter Aufruf: 20.04.2017)
- FRIESE, M. (2013): Die Stadt Bottrop spart sich ab 2014 das Stadtmarketing. In: Westdeutsche Allgemeine Zeitung. Abrufbar unter: <http://www.derwesten.de/staedte/bottrop/kulturamt-uebernimmt-gsb-aufgaben-id8168070.html> (letzter Aufruf: 20.04.2017)
- FROHN, H.-W. (2011): 50 Jahre „Grüne Charta von der Mainau“. Ein wegweisendes Naturschutz- und Umweltdokument öffnete in der Bundesrepublik ein Fenster zur Moderne. – Zur Entstehungsgeschichte der „Grünen Charta von der Mainau“ In: Studienarchiv Umweltgeschichte 16. S. 55-64. Abrufbar unter: [http://www.iugr.hs-nb.de/fileadmin/IUGR/Publikationen/Studienarchiv\\_Umweltgeschichte/Stug16\\_A5\\_ebook.pdf](http://www.iugr.hs-nb.de/fileadmin/IUGR/Publikationen/Studienarchiv_Umweltgeschichte/Stug16_A5_ebook.pdf) (letzter Aufruf: 20.04.2017)
- FROHN, J. (Hrsg.) (2004): Grün für Körper und Seele: Zur Wertschätzung und Nutzung von Stadtgrün durch die Bielefelder Bevölkerung. Diskussionspapier 37. Bielefeld. PDF. 24 S. Abrufbar unter: [https://www.uni-bielefeld.de/bi2000plus/diskussionspapiere/DP\\_37\\_final.pdf](https://www.uni-bielefeld.de/bi2000plus/diskussionspapiere/DP_37_final.pdf) (letzter Aufruf: 20.04.2017)
- FUCHS, O. u. T. SCHLEIFNECKER (2001): Handbuch ökologische Siedlungsentwicklung. Konzepte zur Realisierung zukunftsfähiger Bauweisen. Initiativen zum Umweltschutz 32. Berlin. 300 S.

- FÜRST, D. u. S. LÖB (2005): Kulturlandschaften – wachsende Bedeutung für regionalpolitische Strategien? In: THIEßEN, F. et al. (Hrsg.): Weiche Standortfaktoren. Erfolgsfaktoren regionaler Wirtschaftsentwicklung. Interdisziplinäre Beiträge zur regionalen Wirtschaftsforschung. Volkswirtschaftliche Schriften 541. Berlin. S. 53-72.
- GEMEINNÜTZIGER VEREIN PRO GRÜN BIELEFELD E.V. (Hrsg.) (o.J.): Kompetenzen. Schutz und Pflege von Stadtbild und Landschaft. Abrufbar unter: <http://www.progruen-ev.de/kompetenzen.html> (letzter Aufruf: 20.04.2017)
- GLÄSER, J. u. G. LAUDEL (2010<sup>4</sup>): Experteninterviews und qualitative Inhaltsanalyse als Instrumente rekonstruierender Untersuchungen. Wiesbaden. 347 S.
- GLÄßER, E., SCHMIED, M. W. u. C.-P. WOITSCHÜTZKE (1997<sup>2</sup>): Nordrhein-Westfalen. Gotha. 423 S.
- GOLDBECK, W. (2014): Grünstrategien zur Entwicklung des Grüns in Münster. Präsentation. Münster. PDF. Abrufbar unter: [http://www.bbn-online.de/fileadmin/Service/8\\_2%20Veroeffentlichungen/Natur\\_in\\_der\\_Stadt\\_2014/2\\_Gruenorndungsstrategien\\_Muenster\\_Goldbeck.pdf](http://www.bbn-online.de/fileadmin/Service/8_2%20Veroeffentlichungen/Natur_in_der_Stadt_2014/2_Gruenorndungsstrategien_Muenster_Goldbeck.pdf) (letzter Aufruf: 20.04.2017)
- GOLLES, W. (2011): Essen. Krupp-Park. In: STIFTUNG "LEBENDIGE STADT" (Hrsg.): Grün-Natur und Stadt-Struktur. Entwicklungsstrategien bei der Planung und Gestaltung von städtischen Freiräumen. Schriftenreihe Lebendige Stadt 7. Frankfurt. PDF. S. 63-86. Abrufbar unter: <http://www.lebendige-stadt.de/pdf/%20Gr%C3%BCn-Natur.pdf> (letzter Aufruf: 20.04.2017)
- GRABOW, B. (2005): Weiche Standortfaktoren in Theorie und Empirie – ein Überblick. In: THIEßEN, F. et al. (Hrsg.): Weiche Standortfaktoren. Erfolgsfaktoren regionaler Wirtschaftsentwicklung. Interdisziplinäre Beiträge zur regionalen Wirtschaftsforschung. Volkswirtschaftliche Schriften 541. Berlin. S. 37-52.
- GRABOW, B., HENCKEL, D. u. B. HOLLBACH-GRÖMIG (1995): Weiche Standortfaktoren. Stuttgart. 407 S.
- GRABOW, B. u. B. HOLLBACH-GRÖMING (1998): Stadtmarketing – eine kritische Zwischenbilanz. In: Difu-Beiträge zur Stadtforschung 25. Berlin. 218 S.
- GRUEHN, D. (2010a): Bedeutung von Freiräumen und Grünflächen in deutschen Groß- und Mittelstädten für den Wert von Grundstücken und Immobilien. Dortmund. PDF. 73 S. Abrufbar unter: [http://www.galk.de/projekte/pr\\_down/LLP\\_report\\_010\\_final\\_100318.pdf](http://www.galk.de/projekte/pr_down/LLP_report_010_final_100318.pdf) (letzter Aufruf: 20.04.2017)
- GRUEHN, D. (2010b): Welchen Wert haben Grünflächen für Städte? Der Faktor "Grün" steigert die Lebensqualität. In: KOMMUNALtopinform. Heft 2. PDF. S. 6-7. Abrufbar unter: [http://www.vums.de/UserFiles/Images/Kt/Magazin/PDF-Dokumente/Jahr%202010/Aprilausgabe/Gruehn\\_04\\_2010.pdf](http://www.vums.de/UserFiles/Images/Kt/Magazin/PDF-Dokumente/Jahr%202010/Aprilausgabe/Gruehn_04_2010.pdf) (letzter Aufruf: 20.04.2017)
- GRUEHN, D., HOFFMANN, A. u. H. BAUMGARTEN (2011): Mehr Wert durch Grün. In: Garten und Landschaft 121. Heft 5. S. 22-24.
- GRUGAPARK ESSEN (Hrsg.) (o.J.): Über den Grugapark. Abrufbar unter: <http://www.grugapark.de/ueber-die-gruga.html> (letzter Aufruf: 20.04.2017)

- GUTH, F. (2016): Phoenix-See wird teurer – Ursachen sind 500 Jahre alt. In: Ruhr Nachrichten. Abrufbar unter: <http://www.ruhrnachrichten.de/staedte/dortmund/44263-H%F6rde~/7-Millionen-Euro-mehr-als-geplant-Phoenix-See-wird-teurer-Ursachen-sind-500-Jahre-alt;art2575,2976457> (letzter Aufruf: 20.04.2017)
- HAAS, H.-D. u. S.-M. NEUMAIR (2015<sup>3</sup>): Wirtschaftsgeographie. Darmstadt. 148 S.
- HEINZ, W. (2015): (Ohn-)mächtige Städte in Zeiten der neoliberalen Globalisierung. Münster. 194 S.
- HELBRECHT, I. (1995): Stadtmarketing: Konturen einer kommunikativen Stadtentwicklungspolitik. In: Stadtforschung aktuell 44. Basel. 249 S.
- HELD, A. (1994): Die Bielefeld-Verschwörung. In: de.talk.bizarre. Abrufbar unter: [https://groups.google.com/forum/#!topic/de.talk.bizarre/0mkmuJPW\\_2w](https://groups.google.com/forum/#!topic/de.talk.bizarre/0mkmuJPW_2w) (letzter Aufruf: 20.04.2017)
- HOPEK, D. (o.J.): Obersee in Bielefeld. Abrufbar unter: <http://www.radwege-in-deutschland.de/i/radwege/radwege-in-nrw/radwege-in-bielefeld/engelroute-herford-bielefeld/engelroute-bauernhof-obersee.jpg> (letzter Aufruf: 20.04.2017)
- HOPPE, W. (2016<sup>2</sup>): Das Ruhrgebiet im Strukturwandel. Braunschweig. 128 S.
- HORNBERG, C. u. B. BREI (2010): Stadtgrün – Natur und naturnahe Räume in ihrer Bedeutung für Gesundheit und Lebensqualität. In: Naturschutz und Gesundheit. Allianzen für mehr Lebensqualität; Konferenzdokumentation. S. 61-67.
- HUGOT, S. u. J. WATENPHUL (2011): Von wegen graue Maus: Wie cleveres Standortmarketing die Stadt Bottrop zur InnovationCity Ruhr machte. PDF. S. 30-34. In: marke41. Heft 2. Abrufbar unter: <http://www.marke41.de/sites/default/files/media/autoren-pdf/cleveres-sandortmarketing.pdf> (letzter Aufruf: 20.04.2017)
- ILS – INSTITUT FÜR LANDES- UND STADTENTWICKLUNGSFORSCHUNG GGMBH (Hrsg.) (2016a): CSI – Creating a Setting for Investment. Abrufbar unter: [http://www.ils-forschung.de/index.php?lang=de&s=forschungsprojekte\\_details&id=88](http://www.ils-forschung.de/index.php?lang=de&s=forschungsprojekte_details&id=88) (letzter Aufruf: 20.04.2017)
- ILS – INSTITUT FÜR LANDES- UND STADTENTWICKLUNGSFORSCHUNG GGMBH (Hrsg.) (2016b): VALUE – Valuing Attractive Landscapes in the Urban Economy. Abrufbar unter: [http://www.ils-forschung.de/index.php?lang=de&s=forschungsprojekte\\_details&id=82](http://www.ils-forschung.de/index.php?lang=de&s=forschungsprojekte_details&id=82) (letzter Aufruf: 20.04.2017)
- INDUSTRIE- UND HANDELSKAMMER NORD WESTFALEN (o.J.): Bottrop – Modellstadt in Sachen Innovation. Abrufbar unter: <http://ihkgeo.info/IHKNW/handelsreport/bottrop.htm> (letzter Aufruf: 20.04.2017)
- INNOVATION CITY MANAGEMENT GMBH (Hrsg.) (o.J.a): Der Wettbewerb. Abrufbar unter: <http://www.icuhr.de/index.php?id=132> (letzter Aufruf: 20.04.2017)
- INNOVATION CITY MANAGEMENT GMBH (Hrsg.) (o.J.b): Die Handlungsfelder. Abrufbar unter: <http://www.icuhr.de/index.php?id=134> (letzter Aufruf: 20.04.2017)

- INNOVATION CITY MANAGEMENT GMBH (Hrsg.) (o.J.c): Masterplan Klimagerechter Stadtumbau.  
Abrufbar unter: <http://www.icruhr.de/index.php?id=276> (letzter Aufruf: 20.04.2017)
- INNOVATION CITY MANAGEMENT GMBH (Hrsg.) (o.J.d): Über uns. Abrufbar unter:  
<http://www.icruhr.de/index.php?id=28> (letzter Aufruf: 20.04.2017)
- IRLE, C. u. S. RÖLLINGHOFF (2008): Dortmund – eine Stadt im Aufbruch. In: Informationen zur Raumentwicklung. Heft 9/10. PDF. S. 639-650. Abrufbar unter:  
[http://www.bbsr.bund.de/BBSR/DE/Veroeffentlichungen/lzR/2008/9\\_10/Inhalt/DL\\_IrleRoellinghoff.pdf?\\_\\_blob=publicationFile&v=2](http://www.bbsr.bund.de/BBSR/DE/Veroeffentlichungen/lzR/2008/9_10/Inhalt/DL_IrleRoellinghoff.pdf?__blob=publicationFile&v=2) (letzter Aufruf: 20.04.2017)
- JESSEL, B., TSCHIMPKE, O. u. M. WALSER (2009): Produktivkraft Natur. Hamburg. 155 S.
- KASPAR, H. (2012): Erlebnis Stadtpark. Nutzung und Wahrnehmung urbaner Grünräume. Wiesbaden. 280 S.
- KATZSCHNER, L. (o.J.): Stadtklima und Stadtgrün. In: Stiftung DIE GRÜNE STADT (Hrsg.): Urbanes Grün. Für ein besseres Leben in Städten. S. 15-17.
- KILIAN, T. u. S. BRACH (2010): Grundzüge des Stadtmarketings – Charakteristika und Prozesse. In: Korn, T., van der Beek, G. u. E. Fischer (Hrsg.): Aktuelle Herausforderungen in der Wirtschaftsförderung. Chancen und Perspektiven in einer sich wandelnden Welt. Lohmar. S. 147-174.
- KIPARLANDSCHAFTSARCHITEKTEN MILANO DUISBURG (Hrsg.) (2006): Masterplan Freiraum schafft Stadtraum. Duisburg. PDF. 63 S. Abrufbar unter:  
[http://www.neuwegezumwasser.de/download/masterplan\\_freiraum\\_schafft\\_stadtraum.pdf](http://www.neuwegezumwasser.de/download/masterplan_freiraum_schafft_stadtraum.pdf) (letzter Aufruf: 20.04.2017)
- KLEINWÄCHTER, M. (2011): Grün als Standortfaktor entdeckt. In: Westdeutsche Allgemeine Zeitung. Abrufbar unter: <http://www.derwesten.de/staedte/duisburg/nord/gruen-als-standortfaktor-entdeckt-id5081857.html> (letzter Aufruf: 20.04.2017)
- KÖLNER GRÜN STIFTUNG (Hrsg.) (o.J.a): Das Kölner Grünsystem. Abrufbar unter:  
<http://www.koelner-gruen.de/das-koelner-gruensystem> (letzter Aufruf: 20.04.2017)
- KÖLNER GRÜN STIFTUNG (Hrsg.) (o.J.b): Über uns. Abrufbar unter: <http://www.koelner-gruen.de/ueber-uns> (letzter Aufruf: 20.04.2017)
- KOMMUNEN FÜR BIOLOGISCHE VIELFALT E.V. (Hrsg.) (o.J.). Internetpräsenz. Abrufbar unter:  
<http://www.kommunen-fuer-biologische-vielfalt.de/home/> (letzter Aufruf: 20.04.2017)
- KORN, T. (2010): Aktuelle Herausforderungen in der Wirtschaftsförderung. In: KORN, T., VAN DER BEEK, G. U. E. FISCHER (Hrsg.): Aktuelle Herausforderungen in der Wirtschaftsförderung. Chancen und Perspektiven in einer sich wandelnden Welt. Lohmar. S. 3-12.
- KRÄTKE, S. (1999): Stadt, Raum, Ökonomie. Einführung in aktuelle Problemfelder der Stadtökonomie und Wirtschaftsgeographie. Basel. 261 S.

- KREKEL, C., KOLBE, J., u. H. WÜSTEMANN (2015): The Greener, the Happier? The Effects of Urban Green and Abandoned Areas on Residential Well-Being. In: Ecological Economics 121. PDF. S. 117-127. Abrufbar unter:  
[https://www.diw.de/documents/publikationen/73/diw\\_01.c.495061.de/diw\\_sp0728.pdf](https://www.diw.de/documents/publikationen/73/diw_01.c.495061.de/diw_sp0728.pdf) (letzter Aufruf: 20.04.2017)
- KRETSCHMER, H., KLOS, G., TÜRK, S. u. R. ROTH (2007): Siedlungsnaher Flächen für Erholung, Natursport und Naturerlebnis: zur Planung von naturorientierten Bewegungsaktivitäten im urbanen Raum. In: Natur und Landschaft. Zeitschrift für Naturschutz und Landschaftspflege 82. Heft 1. S. 6-10.
- KRIEGER-BODEN, C. (1995): Die räumliche Dimension in der Wirtschaftstheorie. Kiel. 90 S.
- KULKE, E. (2010<sup>2</sup>): Wirtschaftsgeographie Deutschlands. Heidelberg. 359 S.
- KULKE, E. (2013<sup>5</sup>): Wirtschaftsgeographie. Paderborn. 356 S.
- LANDESBETRIEB INFORMATION UND TECHNIK NORDRHEIN-WESTFALEN (2015a): Nordrhein-Westfalen in Zahlen. Düsseldorf. PDF. 10 S. Abrufbar unter:  
<https://webshop.it.nrw.de/gratis/Z969%20201551.pdf> (letzter Aufruf: 20.04.2017)
- LANDESBETRIEB INFORMATION UND TECHNIK NORDRHEIN-WESTFALEN (2015b): Kommunalprofil Bielefeld. Düsseldorf. PDF. 28 S. Abrufbar unter:  
<http://www.it.nrw.de/kommunalprofil/I05711.pdf> (letzter Aufruf: 20.04.2017)
- LANDESBETRIEB INFORMATION UND TECHNIK NORDRHEIN-WESTFALEN (2015c): Kommunalprofil Bonn. Düsseldorf. PDF. 28 S. Abrufbar unter: <http://www.it.nrw.de/kommunalprofil/I05314.pdf> (letzter Aufruf: 20.04.2017)
- LANDESBETRIEB INFORMATION UND TECHNIK NORDRHEIN-WESTFALEN (2015d): Kommunalprofil Bottrop. Düsseldorf. PDF. 28 S. Abrufbar unter:  
<http://www.it.nrw.de/kommunalprofil/I05512.pdf> (letzter Aufruf: 20.04.2017)
- LANDESBETRIEB INFORMATION UND TECHNIK NORDRHEIN-WESTFALEN (2015e): Kommunalprofil Dortmund. Düsseldorf. PDF. 28 S. Abrufbar unter:  
<http://www.it.nrw.de/kommunalprofil/I05913.pdf> (letzter Aufruf: 20.04.2017)
- LANDESBETRIEB INFORMATION UND TECHNIK NORDRHEIN-WESTFALEN (2015f): Kommunalprofil Essen. Düsseldorf. PDF. 28 S. Abrufbar unter: <http://www.it.nrw.de/kommunalprofil/I05113.pdf> (letzter Aufruf: 20.04.2017)
- LANDSCHAFTSVERBAND WESTFALEN-LIPPE (2007): Westfalen innerhalb der administrativen Gliederung Nordrhein-Westfalens. Abrufbar unter:  
[https://www.lwl.org/LWL/Kultur/Westfalen\\_Regional/Gebiet\\_Identitaet/Administrative\\_Gliederung](https://www.lwl.org/LWL/Kultur/Westfalen_Regional/Gebiet_Identitaet/Administrative_Gliederung) (letzter Aufruf: 20.04.2017)
- LANDSCHAFTSVERBAND WESTFALEN-LIPPE (2013): Denkmalpflege, Landschafts- und Baukultur in Westfalen. Gartenhaus im Nordpark in Bielefeld. Abrufbar unter:  
<https://www.lwl.org/dlbw/service/denkmal-des-monats/archiv-2013/august-2013> (letzter Aufruf: 20.04.2017)

- LANDSCHAFTSVERBAND WESTFALEN-LIPPE (2016a): Gärten & Parks in Westfalen-Lippe. Bielefeld: Bürgerpark. Abrufbar unter: <http://www.gaerten-in-westfalen.de/tag-der-gaerten-parks-2016/bielefeld-buergerpark> (letzter Aufruf: 20.04.2017)
- LANDSCHAFTSVERBAND WESTFALEN-LIPPE (2016b): Gärten & Parks in Westfalen-Lippe. Bielefeld: Japanischer Garten. Abrufbar unter: <http://www.gaerten-in-westfalen.de/die-gaerten-parks/ostwestfalen-lippe/japanischer-garten-bielefeld> (letzter Aufruf: 20.04.2017)
- LARMANN, L. u. D. SACHSENROEDER (2015): Entscheidung für die Domstadt: Zurich-Zentrale zieht von Bonn nach Köln. In: Kölnische Rundschau. Abrufbar unter: <http://www.rundschau-online.de/wirtschaft/entscheidung-fuer-die-domstadt-zurich-zentrale-zieht-von-bonn-nach-koeln-3347366> (letzter Aufruf: 20.04.2017)
- LEATHER, P., PYRGAS, M., BEALE, D. u. C. LAWRENCE (1998): Windows in the Workspace. In: Environment and Behaviour 30. PDF. S. 739-763. Abrufbar unter: <http://eab.sagepub.com/content/30/6/739.full.pdf+html> (letzter Aufruf: 20.04.2017)
- LIEFNER, I. u. L. SCHÄTZL (2012<sup>10</sup>): Theorien der Wirtschaftsgeographie. Paderborn. 218 S.
- LÖW, M. (2001): Raumsoziologie. Frankfurt. 309 S.
- MAIER, G. u. F. TÖDTLING (2001): Regional- und Stadtökonomik/1. Standorttheorie und Raumstruktur. Basel. 199 S.
- MALLER, C., TOWNSEND, M., PRYOR, A., BROWN, P. u. L. LEGER (2005): Healthy Nature Healthy People: "Contact with Nature" as an Upstream Health Promotion Intervention for Populations. In: Health Promotion International 21. Heft 1. PDF. S. 45-54. Abrufbar unter: <http://www.parks-parcs.ca/english/pdf/healthy-nature-healthy-people.pdf> (letzter Aufruf: 20.04.2017)
- MATHEY, J., RÖßLER, S., LEHMANN, I., BRÄUER, A., GOLDBERG, V. KURBJUHN, C. u. A. WESTBELD (2011): Noch wärmer, noch trockener? Stadtnatur und Freiraumstrukturen im Klimawandel. Naturschutz und Biologische Vielfalt 111. Bonn. 220 S.
- MAYER, H. O. (2008<sup>4</sup>): Interview und schriftliche Befragung. Entwicklung, Durchführung und Auswertung. München [u.a.]. 185 S.
- MAYER, V., SCHLICK, M. u. M. GROEGER (2001): Landschaft als weicher Standortfaktor. Erarbeitung von Leitlinien, Zielen und projektbezogenen Handlungsvorschlägen zur Sicherung und Entwicklung ästhetischer Landschaftsqualitäten. In: Raumforschung und Raumordnung 59. Heft 2-3. S. 131-141.
- MAYR, A. u. K. TEMLITZ (2006): Nordrhein-Westfalen – ein landeskundlicher Überblick. In: Geographische Rundschau 58. Heft 1. S. 4-10.
- MAYRING, P. (2002<sup>5</sup>): Qualitative Inhaltsanalyse. Grundlagen und Techniken. Weinheim. 170 S.
- MEIER-KRUKER, V. u. J. RAUH (2005): Arbeitsmethoden der Humangeographie. Darmstadt. 182 S.

- MEISSNER, H.-G. (1995): Stadtmarketing – eine Einführung. In: BEYER, R. U. I. KURON (Hrsg.): Stadt- und Regionalmarketing – Irrweg oder Stein der Weisen? Material zur Angewandten Geographie 29. Bonn. S. 21-27.
- MINISTERIUM FÜR BAUEN UND VERKEHR DES LANDES NORDRHEIN-WESTFALEN (2006): Die REGIONALEN in Nordrhein-Westfalen. Impulse für den Strukturwandel. Düsseldorf. 171 S.
- MINISTERIUM FÜR BAUEN, WOHNEN, STADTENTWICKLUNG UND VERKEHR DES LANDES NORDRHEIN-WESTFALEN (Hrsg.) (2011a): Die Regionalen in Nordrhein-Westfalen: Grundidee der REGIONALEN. Abrufbar unter:  
[http://www.regionalen.nrw.de/cms/index.php?option=com\\_content&view=article&id=33&Itemid=13](http://www.regionalen.nrw.de/cms/index.php?option=com_content&view=article&id=33&Itemid=13) (letzter Aufruf: 20.04.2017)
- MINISTERIUM FÜR BAUEN, WOHNEN, STADTENTWICKLUNG UND VERKEHR DES LANDES NORDRHEIN-WESTFALEN (Hrsg.) (2011b): Die Regionalen in Nordrhein-Westfalen: Regionalisierte Strukturpolitik in NRW. Abrufbar unter:  
[http://www.regionalen.nrw.de/cms/index.php?option=com\\_content&view=article&id=1&Itemid=2](http://www.regionalen.nrw.de/cms/index.php?option=com_content&view=article&id=1&Itemid=2) (letzter Aufruf: 20.04.2017)
- MINISTERIUM FÜR BAUEN, WOHNEN, STADTENTWICKLUNG UND VERKEHR DES LANDES NORDRHEIN-WESTFALEN (Hrsg.) (2012): Urbanes Grün in der integrierten Stadtentwicklung. Strategien, Projekte, Instrumente. Düsseldorf. PDF. 184 S. Abrufbar unter:  
[http://www.mbwsv.nrw.de/quartiersentwicklung/leitfaeden/urbanes-gruen/Urbanes\\_Gruen.pdf](http://www.mbwsv.nrw.de/quartiersentwicklung/leitfaeden/urbanes-gruen/Urbanes_Gruen.pdf) (letzter Aufruf: 20.04.2017)
- MINISTERIUM FÜR BAUEN, WOHNEN, STADTENTWICKLUNG UND VERKEHR DES LANDES NORDRHEIN-WESTFALEN (Hrsg.) (2014): Urbanes Grün – Konzepte und Instrumente. Leitfaden für Planerinnen und Planer. Düsseldorf. PDF. 92 S. Abrufbar unter:  
[http://www.bgmr.de/downloads/Urbanes\\_Gruen\\_NRW.pdf](http://www.bgmr.de/downloads/Urbanes_Gruen_NRW.pdf) (letzter Aufruf: 20.04.2017)
- MINISTERIUM FÜR WIRTSCHAFT, ENERGIE, BAUEN, WOHNEN UND VERKEHR DES LANDES NORDRHEIN-WESTFALEN (Hrsg.) (2011): Bericht zur Stadtentwicklung 2011. 40 Jahre Städtebauförderung in Nordrhein-Westfalen. Erfahrungen und Perspektiven. Düsseldorf. PDF. 69 S. Abrufbar unter:  
[http://www.mbwsv.nrw.de/stadtentwicklung/\\_pdf\\_container/Stadtentwicklungsbericht\\_2011.pdf](http://www.mbwsv.nrw.de/stadtentwicklung/_pdf_container/Stadtentwicklungsbericht_2011.pdf) (letzter Aufruf: 20.04.2017)
- MINISTERIUM FÜR WIRTSCHAFT, ENERGIE, BAUEN, WOHNEN UND VERKEHR DES LANDES NORDRHEIN-WESTFALEN (Hrsg.) (2012): Integrierte Handlungskonzepte in der Stadtentwicklung. Leitfaden für Planerinnen und Planer. Düsseldorf. PDF. 48 S. Abrufbar unter:  
[http://www.brd.nrw.de/planen\\_bauen/staedtebaufoerderung/service/2012\\_Integrierte\\_Handlungskonzepte.pdf](http://www.brd.nrw.de/planen_bauen/staedtebaufoerderung/service/2012_Integrierte_Handlungskonzepte.pdf) (letzter Aufruf: 20.04.2017)
- MR KARTOGRAPHIE – INGENIEURBÜRO UND VERLAG (o.J.): Landschaften. NRW. Abrufbar unter:  
<http://www.mr-kartographie.de/uploads/pics/Landschaften-NRW.jpg> (letzter Aufruf: 20.04.2017)
- MÜLLER, K., DRECKER, P., ROMANOS, M. u. C. BÖING (2013): Freiraumgestaltung und Klimaschutz am Beispiel der Stadt Bottrop. In: Städte- und Gemeinderat 67. Heft 12. PDF. S. 16-18. Abrufbar

unter: [http://www.kommunen-in-nrw.de/information/staedte-und-gemeinderat/ausgaben/dljahr/2013.html?no\\_cache=1&cHash=aab4eaeca6a1f23076b8f1729027c28c](http://www.kommunen-in-nrw.de/information/staedte-und-gemeinderat/ausgaben/dljahr/2013.html?no_cache=1&cHash=aab4eaeca6a1f23076b8f1729027c28c) (letzter Aufruf: 20.04.2017)

NATURKAPITAL DEUTSCHLAND – TEEB DE (2016a): Ökosystemleistungen in der Stadt – Gesundheit schützen und Lebensqualität erhöhen. Berlin/Leipzig. PDF. 300 S. Abrufbar unter: [http://www.naturkapital-teeb.de/fileadmin/Downloads/Projekteigene\\_Publikationen/TEEB\\_Broschueren/TEEB\\_DE\\_Stadtbericht\\_Langfassung.pdf](http://www.naturkapital-teeb.de/fileadmin/Downloads/Projekteigene_Publikationen/TEEB_Broschueren/TEEB_DE_Stadtbericht_Langfassung.pdf) (letzter Aufruf: 20.04.2017)

NATURKAPITAL DEUTSCHLAND – TEEB DE (2016b): Über TEEB DE. Abrufbar unter: <http://www.naturkapital-teeb.de/ueber-teeb-de/ueberblick-projekthintergrund.html> (letzter Aufruf: 20.04.2017)

NOHL, A.-M. (2006): Interview und dokumentarische Methode. Anleitungen für die Forschungspraxis. Wiesbaden. 126 S.

NRW.INVEST GMBH (2016): NRW: Deutschlands Investitionsstandort Nr. 1. Abrufbar unter: <https://www.nrwinvest.com/de/nrw-ueberblick/standortfaktoren-nrw/nrw-investitionsstandort/> (letzter Aufruf: 20.04.2017)

ORTKEMPER, V. (2010): Volkspark Batenbrock – Idylle hinterm Garten. In: Westdeutsche Allgemeine Zeitung. Abrufbar unter: <http://www.derwesten.de/zeusmedienwelten/mediacampus/fuerschueler/zeus-regional/bottrop/volkspark-batenbrock-idylle-hinterm-garten-id3532567.html> (letzter Aufruf: 20.04.2017)

OSTWESTFALENLIPPE GMBH (o.J.): Region. Abrufbar unter: <http://www.ostwestfalenlippe.de/region442.html> (letzter Aufruf: 20.04.2017)

PRÄSIDENT DES LANDTAGS NORDRHEIN-WESTFALEN (Hrsg.) (2004): Enquetekommission "Zukunft der Städte in Nordrhein-Westfalen". Düsseldorf. PDF. 453 S. Abrufbar unter: [https://www.landtag.nrw.de/portal/WWW/GB\\_I/I.1/EK/EKALT/13\\_EK1/ZukunftderStaedteNRWDruckvorlage.pdf](https://www.landtag.nrw.de/portal/WWW/GB_I/I.1/EK/EKALT/13_EK1/ZukunftderStaedteNRWDruckvorlage.pdf) (letzter Aufruf: 20.04.2017)

REGION KÖLN/BONN E.V. (Hrsg.) (o.J.): Regionale 2010. Grünes C. Abrufbar unter: <http://www.regionale2010.de/projekte/projekt/wachstum-und-wandel-gestalten/gruenes-c/index.html> (letzter Aufruf: 20.04.2017)

REGION KÖLN/BONN E.V. (Hrsg.) (2013): Der Region Köln/Bonn e.V. Abrufbar unter: <http://www.region-koeln-bonn.de/de/regionalmanagement/region-koelnbonn-ev/index.html> (letzter Aufruf: 20.04.2017)

REGIONALE 2010 AGENTUR GMBH (2012): Dokumentation der Regionale 2010 in der Region Köln/Bonn. Köln. PDF. 330 S. Abrufbar unter: [http://www.regionale2010.de/fileadmin/user\\_shares/web\\_downloads/Regionale\\_2010\\_Dokumentation.pdf](http://www.regionale2010.de/fileadmin/user_shares/web_downloads/Regionale_2010_Dokumentation.pdf) (letzter Aufruf: 20.04.2017)

- REGIONALER ARBEITSKREIS ENTWICKLUNG, PLANUNG und VERKEHR BONN/RHEIN-SIEG/AHRWEILER (Hrsg.) (o.J.a): Arbeitsweise des :rak. Abrufbar unter: [http://region-bonn.de/cms/cms.pl?Amt=RAK2009&set=0\\_0\\_0\\_0&act=0](http://region-bonn.de/cms/cms.pl?Amt=RAK2009&set=0_0_0_0&act=0) (letzter Aufruf: 20.04.2017)
- REGIONALER ARBEITSKREIS ENTWICKLUNG, PLANUNG UND VERKEHR BONN/RHEIN-SIEG/AHRWEILER (Hrsg.) (o.J.b): Die Anfänge der regionalen Zusammenarbeit. Abrufbar unter: [http://region-bonn.de/cms/cms.pl?Amt=RAK2009&set=0\\_0\\_0\\_0&act=0](http://region-bonn.de/cms/cms.pl?Amt=RAK2009&set=0_0_0_0&act=0) (letzter Aufruf: 20.04.2017)
- REGIONALER ARBEITSKREIS ENTWICKLUNG, PLANUNG UND VERKEHR BONN/RHEIN-SIEG/AHRWEILER (Hrsg.) (2008): Von der „Ich- zur Wir-Region“. Die Region Bonn/Rhein-Sieg/Ahrweiler. PDF. 35 S. Abrufbar unter: [http://www.wohnregion-bonn.de/mapbender/daten/rak\\_veroeffentlichungen/2008/handout08.pdf](http://www.wohnregion-bonn.de/mapbender/daten/rak_veroeffentlichungen/2008/handout08.pdf) (letzter Aufruf: 20.04.2017)
- REGIONALVERBAND RUHR (Hrsg.) (2016a): Bottrop. Abrufbar unter: <http://www.metropoleruhr.de/land-leute/staedte-kreise/bottrop.html> (letzter Aufruf: 20.04.2017)
- REGIONALVERBAND RUHR (Hrsg.) (2016b): Bottrop – Kirchheller Heide. Abrufbar unter: <http://www.metropoleruhr.de/freizeit-sport/rad-wandern/tipps-radtouren/bottrop-kirchheller-heide.html> (letzter Aufruf: 20.04.2017)
- REGIONALVERBAND RUHR (Hrsg.) (2016c): Der Emscher Landschaftspark im Überblick. Abrufbar unter: <http://www.metropoleruhr.de/freizeit-sport/emscher-landschaftspark/elp-ueberblickskarte-mit-sitemap.html> (letzter Aufruf: 20.04.2017)
- RESEARCH & CONSULTING GMBH (2014): Tag der Marktforschung 2014. Befragung der Bevölkerung und Unternehmen der Stadt Bielefeld. Präsentation. PDF. Abrufbar unter: <https://www.r-c-online.com/downloads/TDM-2014Ergebnisbericht.pdf> (letzter Aufruf: 20.04.2017)
- RHEIN-SIEG-KREIS (Hrsg.) (2012): chance7. Wir Fördern Heimat. Informationen zum Zukunftsprojekt des Rhein-Sieg-Kreises. Neunkirchen-Seelscheid. PDF. 40 S. Abrufbar unter: <http://www.chance7.org/nc/downloadcenter/download/broschuere-chance7.html> (letzter Aufruf: 20.04.2017)
- RITTEL, K., BREDOW, L., WANKA, E. R., HOKEMA, D., SCHUPPE, G., WILKE, T., NOWAK, D. u. S. HEILAND (2014): Grün, natürlich, gesund: Die Potenziale multifunktionaler städtischer Räume. BfN-Skripten 371. Bonn. PDF. 114 S. Abrufbar unter: <http://www.bfn.de/fileadmin/MDB/documents/service/Skript371.pdf> (letzter Aufruf: 20.04.2017)
- ROTH, R. (2008): Menschen bewegen – Grünflächen entwickeln. Bonn. PDF. 54 S. Abrufbar unter: [http://www.bfn.de/fileadmin/MDB/documents/themen/sportundtourismus/Menschen\\_bewegen.pdf](http://www.bfn.de/fileadmin/MDB/documents/themen/sportundtourismus/Menschen_bewegen.pdf) (letzter Aufruf: 20.04.2017)
- SCHÄFFER, I. (2013): Green Infrastructure als Standortfaktor und als Potenzial für das Standortmarketing der Stadt Bonn. Diplomarbeit am Geographischen Institut der Universität Bonn. Unveröffentlicht. 123 S.

- SCHAFMEISTER, K. (2002): Stadtmarketing aus der Sicht der Neuen Politischen Ökonomie. In: BUNDESVEREINIGUNG CITY- UND STADTMARKETING DEUTSCHLAND E.V. (Hrsg.): Stadtmarketing. Stand und Perspektiven eines kooperativen Stadtmanagements 1. Aachen. S. 35-47.
- SCHEELE, U. (2010): Nachhaltige Infrastrukturkonzepte im urbanen Raum: die Rolle der "urban green infrastructure" In: Biodiversität und Klima – Vernetzung der Akteure in Deutschland VII: Ergebnisse und Dokumentation des 7. Workshops an der Internationalen Naturschutzakademie des Bundesamtes für Naturschutz. Insel Vilm 29.08.-01.09.2010. S. 23-28.
- SCHÖPFER, C., KRATH, U. u. K. KOWTSCH (2010): Phoenix: Umgestaltung eines Industriestandortes in einen Wohn- und Gewerbepark mit wasserwirtschaftlichen Ansprüchen. In: Umweltwissenschaften und Schadstoff-Forschung 22. Heft 6. S. 675-678.
- SCHRÖDER, T. (1998): Imagefaktor Grün. In: Stadt und Grün 47. Heft 8. S. 591-594.
- SCHÜCKHAUS, U. (2003): Grün – ein wichtiger Standortfaktor? Standortzufriedenheit und Imagebildung. In: grünFORUM.LA 33. Heft 11. S. 16-17.
- SCHÜCKHAUS, U., GRAF, H.-A. u. C. DORMEIER (1993): Stadt- und Regionalmarketing. Einsatzmöglichkeiten und Nutzen. Düsseldorf. 110 S.
- SCHULTE, C. (2009): Innovative Wirtschaftsförderung in Nordrhein-Westfalen. Innovation und Stadtentwicklung als Stützen im NRW-EU Ziel 2-Programm. In: Informationen zur Raumentwicklung. Heft 5. S. 325-336.
- SEEBACHER, M. M. (2012): Raumkonstruktionen in der Geographie. Eine paradigmenspezifische Darstellung gesellschaftlicher und fachspezifischer Konstruktions-, Rekonstruktions- und Dekonstruktionsprozesse von "Räumlichkeit". In: Abhandlungen zur Geographie und Regionalforschung 14. Wien. 134 S.
- SIEBEL, W. (2016<sup>2</sup>): Die Kultur der Stadt. Berlin. 474 S.
- SOUTH YORKSHIRE FOREST PARTNERSHIP/SHEFFIELD CITY COUNCIL (2012): Das VALUE Projekt. Abschlussbericht September 2012. 116 S.
- STAATSKANZLEI DES LANDES NORDRHEIN-WESTFALEN (Hrsg.) (2016): NRW entdecken. Abrufbar unter: <https://www.land.nrw/de/land-und-leute/nrw-entdecken> (letzter Aufruf: 20.04.2017)
- STADT BIELEFELD (Hrsg.) (o.J.a): Die Bielefelder Landschaftspläne. Abrufbar unter: <https://www.bielefeld.de/de/un/nala/landpl/> (letzter Aufruf: 20.04.2017)
- STADT BIELEFELD (Hrsg.) (o.J.b): EU-INTERREG-IVb-Projekt C2C-BIZZ. Abrufbar unter: <https://www.bielefeld.de/de/pbw/mup/bizz/> (letzter Aufruf: 20.04.2017)
- STADT BIELEFELD (Hrsg.) (o.J.c): Flächennutzungsplan Online. Aktueller Flächennutzungsplan. Abrufbar unter: <http://www.bielefeld01.de/geodaten2/fnp/index.php> (letzter Aufruf: 20.04.2017)
- STADT BIELEFELD (Hrsg.) (o.J.d): Naturschutzgebiete. PDF. Informationsblatt. Abrufbar unter: [https://www.bielefeld.de/ftp/dokumente/NSG\\_Menkhauser.pdf](https://www.bielefeld.de/ftp/dokumente/NSG_Menkhauser.pdf) (letzter Aufruf: 20.04.2017)

- STADT BIELEFELD (Hrsg.) (o.J.e): Starker Standort für Wirtschaft und Wissenschaft. Abrufbar unter:  
<http://www.bielefeld.de/de/wirtschaft/> (letzter Aufruf: 20.04.2017)
- STADT BIELEFELD (Hrsg.) (2009): Bielefeld. StadtParkLandschaft. NaturSchauSpiel 2009. Bielefeld.  
PDF. 24 S. Abrufbar unter: <https://www.bielefeld.de/ftp/prospekte/NaturSchauSp09.pdf> (letzter Aufruf: 20.04.2017)
- STADT BIELEFELD (Hrsg.) (2014): Bielefeld. Personalentwicklungskonzept. 10. Fortschreibung.  
Bielefeld. PDF. 42 S. Abrufbar unter:  
[https://www.bielefeld.de/ftp/dokumente/FortschreibungPE\\_Konzept0114.pdf](https://www.bielefeld.de/ftp/dokumente/FortschreibungPE_Konzept0114.pdf) (letzter Aufruf: 20.04.2017)
- STADT BIELEFELD (Hrsg.) (2016a): Bielefeld – Stadtgeschichte. Abrufbar unter:  
<https://www.bielefeld.de/de/ti/geschichte/> (letzter Aufruf: 20.04.2017)
- STADT BIELEFELD (Hrsg.) (2016b): Der Regionalplan (Gebietsentwicklungsplan). Abrufbar unter:  
<http://www.bielefeld.de/de/pbw/mup/gsp/repl.html> (letzter Aufruf: 20.04.2017)
- STADT BIELEFELD (Hrsg.) (2016c): Grünanlagen. Abrufbar unter:  
<http://www.bielefeld.de/de/un/uagrfr/> (letzter Aufruf: 20.04.2017)
- STADT BIELEFELD (Hrsg.) (2016d): Kesselbrink: Neugestaltung des zentralen Platzbereiches. Abrufbar unter:  
<https://www.bielefeld.de/de/pbw/mup/mske/> (letzter Aufruf: 20.04.2017)
- STADT BIELEFELD (Hrsg.) (2016e): Klimakampagne – Bielefeld will's wissen! Abrufbar unter:  
<http://www.bielefeld.de/de/un/kli/> (letzter Aufruf: 20.04.2017)
- STADT BIELEFELD (Hrsg.) (2016f): Parkanlagen. Abrufbar unter:  
<http://www.bielefeld.de/de/un/uagrfr/pakan/> (letzter Aufruf: 20.04.2017)
- STADT BIELEFELD (Hrsg.) (2016g): Sehenswürdigkeiten. Gärten, Parks und Plätze. Abrufbar unter:  
<http://www.bielefeld.de/de/ti/sehenswuerdigkeiten/gruen/> (letzter Aufruf: 20.04.2017)
- STADT BIELEFELD (Hrsg.) (2016h): Stadtumbau – Soziale Stadt – Sanierung. Abrufbar unter:  
<https://www.bielefeld.de/de/pbw/mup/musta/> (letzter Aufruf: 20.04.2017)
- STADT BIELEFELD (Hrsg.) (2016i): Stadtumbau West – Stadtumbau Bielefeld. Abrufbar unter:  
<https://www.bielefeld.de/de/pbw/mup/musta/stb/> (letzter Aufruf: 20.04.2017)
- STADT BIELEFELD (Hrsg.) (2016j): StadtParkLandschaft. Abrufbar unter:  
<http://www.bielefeld.de/de/un/nala/stadtt/> (letzter Aufruf: 20.04.2017)
- STADT BOTTRUP (Hrsg.) (o.J.a): Gesundheitspark Quellenbusch: Energie tanken leichtgemacht!  
Abrufbar unter:  
<http://www.bottrop.de/tourismus/sehenswert/sehenswert/parks/Quellenbusch.php> (letzter Aufruf: 30.06.2016)
- STADT BOTTRUP (Hrsg.) (o.J.b): Volkspark Batenbrock. Abrufbar unter:  
[http://www.bottrop.de/tourismus/sehenswert/sehenswert/parks/Volkspark\\_Batenbrock.php](http://www.bottrop.de/tourismus/sehenswert/sehenswert/parks/Volkspark_Batenbrock.php)  
(letzter Aufruf: 30.06.2016)

- STADT BOTTRUP (Hrsg.) (2004): Flächennutzungsplan. Erläuterungsbericht. Bottrop. 182 S.
- STADT BOTTRUP (Hrsg.) (2013): Statistisches Jahrbuch 2013. Bottrop. 179 S.
- STADT BOTTRUP (Hrsg.) (2016a): Bottrop – bestens vernetzt und dennoch überschaubar. Abrufbar unter: [http://www.bottrop.de/wirtschaft/zahlen\\_fakten/index.php](http://www.bottrop.de/wirtschaft/zahlen_fakten/index.php) (letzter Aufruf: 20.04.2017)
- STADT BOTTRUP (Hrsg.) (2016b): Kirchheller Heide. Abrufbar unter: <https://www.bottrop.de/freizeit-und-sport/sehenswert/Kirchheller-Heide-und-Heidehofsee.php> (letzter Aufruf: 20.04.2017)
- STADT BOTTRUP (Hrsg.) (2016c): Neuaufstellung des Landschaftsplans für das Stadtgebiet Bottrop. Abrufbar unter: [https://www.bottrop.de/wohnen-umwelt-verkehr/umwelt/Landschaftsplan\\_Bottrop.php](https://www.bottrop.de/wohnen-umwelt-verkehr/umwelt/Landschaftsplan_Bottrop.php) (letzter Aufruf: 20.04.2017)
- STADT BOTTRUP (Hrsg.) (2016d): Stadtgarten: Grüne Oase in Citynähe. Abrufbar unter: <https://www.bottrop.de/freizeit-und-sport/sehenswert/Stadtgarten.php> (letzter Aufruf: 20.04.2017)
- STADT BOTTRUP (Hrsg.) (2016e): Stadtgeschichte. Abrufbar unter: [https://www.bottrop.de/kultur-und-bildung/stadt-\\_und\\_zeitgeschichte/geschichte/stadtgeschichte.php](https://www.bottrop.de/kultur-und-bildung/stadt-_und_zeitgeschichte/geschichte/stadtgeschichte.php) (letzter Aufruf: 20.04.2017)
- STADT BOTTRUP (Hrsg.) (2016f): Standortmarketing. Abrufbar unter: [https://www.bottrop.de/wirtschaft/foerderung\\_beratung/113010100000160305.php](https://www.bottrop.de/wirtschaft/foerderung_beratung/113010100000160305.php) (letzter Aufruf: 20.04.2017)
- STADT BOTTRUP (Hrsg.) (2016g): Starke logistische Anbindung. Die Verkehrsanbindung Bottrops spricht für sich. Abrufbar unter: [https://www.bottrop.de/wirtschaft/zahlen\\_fakten/Erreichbarkeit.php](https://www.bottrop.de/wirtschaft/zahlen_fakten/Erreichbarkeit.php) (letzter Aufruf: 20.04.2017)
- STADT BOTTRUP (Hrsg.) (2016h): Tetraeder. Abrufbar unter: <https://www.bottrop.de/freizeit-und-sport/sehenswert/Tetraeder.php> (letzter Aufruf: 20.04.2017)
- STADT BOTTRUP (Hrsg.) (2016i): Wirtschaft. Masterplan Zukunftsstandort.bottrop. Abrufbar unter: [https://www.bottrop.de/wirtschaft/Zukunft\\_Bottrop/index.php](https://www.bottrop.de/wirtschaft/Zukunft_Bottrop/index.php) (letzter Aufruf: 20.04.2017)
- STADT BOTTRUP (Hrsg.) (2016j): Wirtschaftsstruktur. Abrufbar unter: [https://www.bottrop.de/wirtschaft/zahlen\\_fakten/Wirtschaftsstruktur.php](https://www.bottrop.de/wirtschaft/zahlen_fakten/Wirtschaftsstruktur.php) (letzter Aufruf: 20.04.2017)
- STADT DORTMUND (Hrsg.) (2003): Masterplan Umwelt. Dortmund. PDF. 100 S. Abrufbar unter: [https://dosys01.digistadtdo.de/dosys/gremrech.nsf/c4c77f9eab073efdc12574ac0066b9fa/febe26ac82536474c125742c0033cac7/\\$FILE/Anlagen\\_05237-03.pdf](https://dosys01.digistadtdo.de/dosys/gremrech.nsf/c4c77f9eab073efdc12574ac0066b9fa/febe26ac82536474c125742c0033cac7/$FILE/Anlagen_05237-03.pdf) (letzter Aufruf: 20.04.2017)
- STADT DORTMUND (Hrsg.) (2008a): Daten & Fakten zum Grün in Dortmund. Präsentation. PDF. Abrufbar unter: [http://www.dortmund.de/media/p/parks\\_1/Parks\\_Daten\\_Fakten.pdf](http://www.dortmund.de/media/p/parks_1/Parks_Daten_Fakten.pdf) (letzter Aufruf: 20.04.2017)

- STADT DORTMUND (Hrsg.) (2008b): Planen und Bauen in Dortmund. Bericht des Stadtplanungs- und Bauordnungsamtes 2008/2009. Dortmund. 124 S.
- STADT DORTMUND (Hrsg.) (2009): Integriertes Stadtbezirksentwicklungskonzept Hörde. Bericht 2009. Dortmund. PDF. 110 S. Abrufbar unter:  
[https://www.dortmund.de/media/p/stadtplanungs\\_und\\_bauordnungsamt/stadtplanung\\_bauordnung\\_downloads/insekt/hoerde/InSEKt\\_Hoerde\\_Bericht\\_2009.pdf](https://www.dortmund.de/media/p/stadtplanungs_und_bauordnungsamt/stadtplanung_bauordnung_downloads/insekt/hoerde/InSEKt_Hoerde_Bericht_2009.pdf) (letzter Aufruf: 20.04.2017)
- STADT DORTMUND (Hrsg.) (2010): Zukunftsstandort für Technologie und Lebensqualität. PHOENIX Dortmund. Dortmund. PDF. 12 S. Abrufbar unter:  
[http://www.phoenixdortmund.de/downloads/broschueren/PHOENIX\\_Imagebroschuere\\_Sept\\_2010.pdf](http://www.phoenixdortmund.de/downloads/broschueren/PHOENIX_Imagebroschuere_Sept_2010.pdf) (letzter Aufruf: 20.04.2017)
- STADT DORTMUND (Hrsg.) (2015a): Flächennutzungsplan der Stadt Dortmund. Erläuterungsbericht zum Zielkonzept. Dortmund. PDF. 190 S. Abrufbar unter:  
[https://www.dortmund.de/media/p/stadtplanungs\\_und\\_bauordnungsamt/stadtplanung\\_bauordnung\\_downloads/stadtplanung\\_1/Erlbericht\\_DO\\_04\\_FNP.pdf](https://www.dortmund.de/media/p/stadtplanungs_und_bauordnungsamt/stadtplanung_bauordnung_downloads/stadtplanung_1/Erlbericht_DO_04_FNP.pdf) (letzter Aufruf: 20.04.2017)
- STADT DORTMUND (Hrsg.) (2015b): Innovativ – der Technologie- und Dienstleistungsstandort. Innovationsstandort mit einzigartigem Flair. Abrufbar unter:  
<http://phoenixdortmund.de/de/fakten/phoenixwest.html> (letzter Aufruf: 20.04.2017)
- STADT DORTMUND (Hrsg.) (2015c): Lebenswert – der PHOENIX-See für Dortmund. Abrufbar unter:  
<http://phoenixdortmund.de/de/fakten/phoenixsee.html> (letzter Aufruf: 20.04.2017)
- STADT DORTMUND (Hrsg.) (2015d): Natürlich – das neue Emschertal. Grünes Band zwischen Westfalenpark und Rombergpark. Abrufbar unter:  
<http://phoenixdortmund.de/de/fakten/phoenixemscher.html> (letzter Aufruf: 20.04.2017)
- STADT DORTMUND (Hrsg.) (2015e): Natürlich – grüne Lunge PHOENIX. Neue Lebensräume für Mensch und Natur auf PHOENIX. Abrufbar unter:  
<http://phoenixdortmund.de/de/leben/natur.html> (letzter Aufruf: 20.04.2017)
- STADT DORTMUND (Hrsg.) (2015f): PHOENIX Dortmund. Tradition und Moderne. Abrufbar unter:  
<http://phoenixdortmund.de/de/home/index.html> (letzter Aufruf: 20.04.2017)
- STADT DORTMUND (Hrsg.) (2016a): Blücherpark. Abrufbar unter:  
[https://www.dortmund.de/de/freizeit\\_und\\_kultur/parks/parks\\_und\\_gaerten\\_in\\_dortmund/bluecherpark/index.html](https://www.dortmund.de/de/freizeit_und_kultur/parks/parks_und_gaerten_in_dortmund/bluecherpark/index.html) (letzter Aufruf: 20.04.2017)
- STADT DORTMUND (Hrsg.) (2016b): Botanischer Garten Rombergpark. Abrufbar unter:  
[https://www.dortmund.de/de/freizeit\\_und\\_kultur/rombergpark/startseite\\_rp/](https://www.dortmund.de/de/freizeit_und_kultur/rombergpark/startseite_rp/) (letzter Aufruf: 20.04.2017)
- STADT DORTMUND (Hrsg.) (2016c): Fredenbaumpark. Abrufbar unter:  
[https://www.dortmund.de/de/freizeit\\_und\\_kultur/parks/parks\\_und\\_gaerten\\_in\\_dortmund/fredenbaumpark/index.html](https://www.dortmund.de/de/freizeit_und_kultur/parks/parks_und_gaerten_in_dortmund/fredenbaumpark/index.html) (letzter Aufruf: 20.04.2017)

- STADT DORTMUND (Hrsg.) (2016d): Freizeit und Kultur in Dortmund. Abrufbar unter:  
[http://www.dortmund.de/de/freizeit\\_und\\_kultur/start\\_fk/index.html](http://www.dortmund.de/de/freizeit_und_kultur/start_fk/index.html) (letzter Aufruf:  
20.04.2017)
- STADT DORTMUND (Hrsg.) (2016e): Geographie und Klima. Abrufbar unter:  
[http://www.dortmund.de/de/leben\\_in\\_dortmund/stadtportraet/geografie\\_und\\_klima/index.html](http://www.dortmund.de/de/leben_in_dortmund/stadtportraet/geografie_und_klima/index.html) (letzter Aufruf: 20.04.2017)
- STADT DORTMUND (Hrsg.) (2016f): Hoeschpark. Abrufbar unter:  
[https://www.dortmund.de/de/freizeit\\_und\\_kultur/parks/parks\\_und\\_gaerten\\_in\\_dortmund/hoeschpark/index.html](https://www.dortmund.de/de/freizeit_und_kultur/parks/parks_und_gaerten_in_dortmund/hoeschpark/index.html) (letzter Aufruf: 20.04.2017)
- STADT DORTMUND (Hrsg.) (2016g): Integrierte Stadtbezirkentwicklungskonzepte (InSEkt). Abrufbar unter:  
[http://www.dortmund.de/de/leben\\_in\\_dortmund/planen\\_bauen\\_wohnen/stadtplanungs\\_und\\_bauordnungsamt/stadtplanung/stadtentwicklung/integrierte\\_stadtbezirkentwicklungskonzepte/index.html](http://www.dortmund.de/de/leben_in_dortmund/planen_bauen_wohnen/stadtplanungs_und_bauordnungsamt/stadtplanung/stadtentwicklung/integrierte_stadtbezirkentwicklungskonzepte/index.html) (letzter Aufruf: 20.04.2017)
- STADT DORTMUND (Hrsg.) (2016h): Landschaftspark "Alte Körne". Abrufbar unter:  
[https://www.dortmund.de/de/freizeit\\_und\\_kultur/parks/parks\\_und\\_gaerten\\_in\\_dortmund/landschaftspark\\_alte\\_koerne/index.html](https://www.dortmund.de/de/freizeit_und_kultur/parks/parks_und_gaerten_in_dortmund/landschaftspark_alte_koerne/index.html) (letzter Aufruf: 20.04.2017)
- STADT DORTMUND (Hrsg.) (2016i): Landschaftsplanung. Abrufbar unter:  
[http://www.dortmund.de/de/leben\\_in\\_dortmund/umwelt/umweltamt/natur\\_landschaft/landschaftsplanung/index.html](http://www.dortmund.de/de/leben_in_dortmund/umwelt/umweltamt/natur_landschaft/landschaftsplanung/index.html) (letzter Aufruf: 20.04.2017)
- STADT DORTMUND (Hrsg.) (2016j): Revierpark Wischlingen. Abrufbar unter:  
[https://www.dortmund.de/de/freizeit\\_und\\_kultur/parks/parks\\_und\\_gaerten\\_in\\_dortmund/revierpark\\_wischlingen/index.html](https://www.dortmund.de/de/freizeit_und_kultur/parks/parks_und_gaerten_in_dortmund/revierpark_wischlingen/index.html) (letzter Aufruf: 20.04.2017)
- STADT DORTMUND (Hrsg.) (2016k): Stadtgeschichte. Abrufbar unter:  
[http://www.dortmund.de/de/leben\\_in\\_dortmund/stadtportraet/stadtgeschichte/startseite\\_stg/](http://www.dortmund.de/de/leben_in_dortmund/stadtportraet/stadtgeschichte/startseite_stg/) (letzter Aufruf: 20.04.2017)
- STADT DORTMUND (Hrsg.) (2016l): Verkehr. Abrufbar unter:  
[http://www.dortmund.de/de/leben\\_in\\_dortmund/verkehr/start\\_vk/index.html](http://www.dortmund.de/de/leben_in_dortmund/verkehr/start_vk/index.html) (letzter Aufruf: 20.04.2017)
- STADT DORTMUND (Hrsg.) (2016m): Westfalenpark Dortmund. Abrufbar unter:  
[http://www.dortmund.de/de/freizeit\\_und\\_kultur/westfalenpark\\_dortmund/start\\_westfalenpark/index.html](http://www.dortmund.de/de/freizeit_und_kultur/westfalenpark_dortmund/start_westfalenpark/index.html) (letzter Aufruf: 20.04.2017)
- STADT DORTMUND (Hrsg.) (2016n): Wirtschaftsförderung Dortmund. Dortmund in der Region Rhein-Ruhr – ein bewegter Standort mit Weitblick. Abrufbar unter: <http://www.wirtschaftsfoerderung-dortmund.de/investition/standort/> (letzter Aufruf: 20.04.2017)
- STADT DORTMUND (Hrsg.) (2016o): Zoo Dortmund. Abrufbar unter:  
[http://www.dortmund.de/de/freizeit\\_und\\_kultur/zoo\\_dortmund/start\\_zoo/index.html](http://www.dortmund.de/de/freizeit_und_kultur/zoo_dortmund/start_zoo/index.html) (letzter Aufruf: 20.04.2017)

- STADT ESSEN (Hrsg.) (o.J.a): Hangetal. Station der Erlebnisroute Nord. Abrufbar unter:  
[https://www.essen.de/rathaus/aemter/ordner\\_67/Hangetal.de.html](https://www.essen.de/rathaus/aemter/ordner_67/Hangetal.de.html) (letzter Aufruf: 20.04.2017)
- STADT ESSEN (Hrsg.) (o.J.b): Helenenpark. Abrufbar unter:  
[https://www.essen.de/rathaus/aemter/ordner\\_67/Helenenpark.de.html](https://www.essen.de/rathaus/aemter/ordner_67/Helenenpark.de.html) (letzter Aufruf: 20.04.2017)
- STADT ESSEN (Hrsg.) (o.J.c): Kaiser-Wilhelm-Park. Historische Grünanlage. Abrufbar unter:  
[https://www.essen.de/rathaus/aemter/ordner\\_67/kaiserpark.de.html](https://www.essen.de/rathaus/aemter/ordner_67/kaiserpark.de.html) (letzter Aufruf: 20.04.2017)
- STADT ESSEN (Hrsg.) (o.J.d): Krupp-Park. Ein neuer Park im Krupp-Gürtel. Abrufbar unter:  
[https://www.essen.de/leben/leben\\_im\\_gruenen/krupp\\_park\\_1.de.html](https://www.essen.de/leben/leben_im_gruenen/krupp_park_1.de.html) (letzter Aufruf: 20.04.2017)
- STADT ESSEN (Hrsg.) (o.J.e): Schlosspark Borbeck. Historische Grünanlage. Abrufbar unter:  
[https://www.essen.de/rathaus/aemter/ordner\\_67/schlosspark.de.html](https://www.essen.de/rathaus/aemter/ordner_67/schlosspark.de.html) (letzter Aufruf: 20.04.2017)
- STADT ESSEN (Hrsg.) (o.J.f): Stadtgarten. Historische Grünanlage. Abrufbar unter:  
[https://www.essen.de/rathaus/aemter/ordner\\_67/stadtgarten.de.html](https://www.essen.de/rathaus/aemter/ordner_67/stadtgarten.de.html) (letzter Aufruf: 20.04.2017)
- STADT ESSEN (Hrsg.) (o.J.g): Volksgarten Kray. Historische Grünanlage. Abrufbar unter:  
[https://www.essen.de/rathaus/aemter/ordner\\_67/volksgarten.de.html](https://www.essen.de/rathaus/aemter/ordner_67/volksgarten.de.html) (letzter Aufruf: 20.04.2017)
- STADT ESSEN (Hrsg.) (1992): Landschaftsplan. Essen. PDF. 287 S. Abrufbar unter:  
[https://www.essen.de/leben/umwelt/landschafts\\_und\\_naturschutz/Landschaftsplan.de.html](https://www.essen.de/leben/umwelt/landschafts_und_naturschutz/Landschaftsplan.de.html)  
(letzter Aufruf: 20.04.2017)
- STADT ESSEN (Hrsg.) (2011): Stadtentwicklung Essen. Perspektive 2015+. Essen. PDF. 40 S. Abrufbar unter:  
[https://media.essen.de/media/wwwessende/aemter/61/dokumente\\_7/aktionen/step2015/Broschuere\\_Stadtentwicklung\\_Essen.pdf](https://media.essen.de/media/wwwessende/aemter/61/dokumente_7/aktionen/step2015/Broschuere_Stadtentwicklung_Essen.pdf) (letzter Aufruf: 20.04.2017)
- STADT ESSEN (Hrsg.) (2014): Geschäftsbericht 2014. Amt für Stadtplanung und Bauordnung. Essen. PDF. 23 S. Abrufbar unter:  
[https://media.essen.de/media/wwwessende/aemter/61/dokumente\\_41/Geschaeftsbericht\\_2014.pdf](https://media.essen.de/media/wwwessende/aemter/61/dokumente_41/Geschaeftsbericht_2014.pdf) (letzter Aufruf: 20.04.2017)
- STADT ESSEN (Hrsg.) (2015a): Essen 2017. Grüne Hauptstadt Europas. Bewerbung. Essen. PDF. 248 S. Abrufbar unter: [https://gruene-hauptstadt.essen.de/essen\\_2017/test\\_2/Essen2017.de.html](https://gruene-hauptstadt.essen.de/essen_2017/test_2/Essen2017.de.html) (letzter Aufruf: 20.04.2017)
- STADT ESSEN (Hrsg.) (2015b): Projektbüro Grüne Hauptstadt Europas – Essen 2017. Pressemeldung vom 01.12.2015. Abrufbar unter:  
[https://www.essen.de/meldungen/pressemeldung\\_957974.de.html](https://www.essen.de/meldungen/pressemeldung_957974.de.html) (letzter Aufruf: 20.04.2017)

- STADT ESSEN (Hrsg.) (2016a): Chronik der Stadt Essen. Abrufbar unter:  
[https://www.essen.de/rathaus/aemter/ordner\\_41/stadtarchiv/geschichte/Geschichte\\_Chronik\\_Stadtgeschichte.de.html](https://www.essen.de/rathaus/aemter/ordner_41/stadtarchiv/geschichte/Geschichte_Chronik_Stadtgeschichte.de.html) (letzter Aufruf: 20.04.2017)
- STADT ESSEN (Hrsg.) (2016b): Essen 2017. Grüne Hauptstadt Europas. Wissenswertes. Abrufbar unter: [https://gruene-hauptstadt.essen.de/essen\\_2017/test\\_2/Essen2017.de.html](https://gruene-hauptstadt.essen.de/essen_2017/test_2/Essen2017.de.html) (letzter Aufruf: 20.04.2017)
- STADT ESSEN (Hrsg.) (2016c): Forschung und Entwicklung. Abrufbar unter:  
[https://www.essen.de/wirtschaft/standortinformationen/forschung\\_und\\_entwicklung/forschungundentwicklung.de.html](https://www.essen.de/wirtschaft/standortinformationen/forschung_und_entwicklung/forschungundentwicklung.de.html) (letzter Aufruf: 20.04.2017)
- STADT ESSEN (Hrsg.) (2016d): Lage und Verkehr. Abrufbar unter:  
[https://www.essen.de/wirtschaft/standortinformationen/lage\\_und\\_verkehr\\_1/lageundverkehr\\_1.de.html](https://www.essen.de/wirtschaft/standortinformationen/lage_und_verkehr_1/lageundverkehr_1.de.html) (letzter Aufruf: 20.04.2017)
- STADT ESSEN (Hrsg.) (2016e): Landschaft in Essen. Abrufbar unter:  
[https://www.essen.de/leben/umwelt/landschafts\\_und\\_naturschutz/Landschaft.de.html](https://www.essen.de/leben/umwelt/landschafts_und_naturschutz/Landschaft.de.html) (letzter Aufruf: 20.04.2017)
- STADT MÜNSTER (Hrsg.) (o.J.a): Münster bekennt Farbe. Abrufbar unter: <http://www.stadt-muenster.de/farbe/startseite.html> (letzter Aufruf: 20.04.2017)
- STADT MÜNSTER (Hrsg.) (o.J.b): Umwelt- und Freiraumplanung. Grünordnung Münster. Abrufbar unter: <http://www.stadt-muenster.de/umwelt/umwelt-und-freiraumplanung/gruenordnung-muenster.html> (letzter Aufruf: 20.04.2017)
- STADT MÜNSTER (Hrsg.) (2006): LivCom-Award. Warum Münster? Abrufbar unter:  
<http://www.muenster.de/stadt/livcom/index46.htm> (letzter Aufruf: 20.04.2017)
- STADT MÜNSTER (Hrsg.) (2007): Entente Florale – Was ist das? Abrufbar unter:  
<http://www.muenster.de/stadt/entente-florale/entente-florale.html> (letzter Aufruf: 20.04.2017)
- STADT TROISDORF (Hrsg.) (2012a): Grünes C. Das Grüne C. Abrufbar unter: <http://www.gruenes-c.de/das-gruene-c/> (letzter Aufruf: 20.04.2017)
- STADT TROISDORF (Hrsg.) (2012b): Grünes C. Karte. Abrufbar unter: <http://www.gruenes-c.de/karte/> (letzter Aufruf: 20.04.2017)
- STADT TROISDORF (Hrsg.) (2012c): Grünes C. Projekte. Abrufbar unter: <http://www.gruenes-c.de/projekte/> (letzter Aufruf: 20.04.2017)
- STIFTUNG DIE GRÜNE STADT (Hrsg.) (o.J.): Einfach grün und gut! – Der Wettbewerb FirmenGärten lebt durch Sie. Düsseldorf. PDF. 12 S. Abrufbar unter: <http://www.die-gruene-stadt.de/broschuere-firmengaerten.pdf> (letzter Aufruf: 20.04.2017)
- STIFTUNG DIE GRÜNE STADT (Hrsg.) (2016): Die Stiftung. Abrufbar unter: <http://www.die-gruene-stadt.de/die-stiftung.aspx> (letzter Aufruf: 20.04.2017)

- STOPKA I. u. S. RANK (2013): Naturerfahrungsräume in Großstädten. Wege zur Etablierung im öffentlichen Freiraum. BfN-Skripten 345. Bonn. PDF. 143 S. Abrufbar unter: [https://www.bfn.de/fileadmin/MDB/documents/service/skript\\_345.pdf](https://www.bfn.de/fileadmin/MDB/documents/service/skript_345.pdf) (letzter Aufruf: 20.04.2017)
- SÜSELBECK, K. (2014): Bergwerk Prosper-Haniel bereitet sich auf den Ausstieg vor. In: Westdeutsche Allgemeine Zeitung. Abrufbar unter: <http://www.derwesten.de/staedte/bottrop/prosper-haniel-wir-wollen-den-ausstieg-ordentlich-machen-id9282472.html> (letzter Aufruf: 20.04.2017)
- TENNESSEN, C. M. u. B. CIMPRICH (1995): Views to Nature. Effects on Attention. In: Journal of Environmental Psychology 15. S. 77-85.
- THE CONSERVATION FUND (Hrsg.) (2016): Strategic Conservation Planning. Green Infrastructure. Abrufbar unter: <http://www.conservationfund.org/what-we-do/strategic-conservation-planning> (letzter Aufruf: 20.04.2017)
- THIEßEN, F. (2005): Zum Geleit: Weiche Standortfaktoren – die fünf Sichtweisen. In: THIEßEN, F. et al. (Hrsg.): Weiche Standortfaktoren. Erfolgsfaktoren regionaler Wirtschaftsentwicklung. Interdisziplinäre Beiträge zur regionalen Wirtschaftsforschung. Volkswirtschaftliche Schriften 541. Berlin. S. 9-34.
- TOURISMUS & CONGRESS GMBH REGION BONN/RHEIN-SIEG/AHRWEILER (Hrsg.) (o.J.): Das Unternehmen. Abrufbar unter: <http://www.bonn-region.de/unser-team.html> (letzter Aufruf: 20.04.2017)
- ULRICH, R. S., SIMONS, R. F., LOSITO, B. D., FIORITO, E., MILES, M. A. u. M. ZELSON (1991): Stress Recovery during Exposure to Natural and Urban Environments. In: Journal of Environmental Psychology 11. S. 201-230.
- UMWELTBUNDESAMT (Hrsg.) (2013): Handbuch zur guten Praxis der Anpassung an den Klimawandel. Dessau-Roßlau. 88 S. Abrufbar unter: [http://www.umweltbundesamt.de/sites/default/files/medien/364/publikationen/uba\\_handbuch\\_gute\\_praxis\\_web-bf\\_0.pdf](http://www.umweltbundesamt.de/sites/default/files/medien/364/publikationen/uba_handbuch_gute_praxis_web-bf_0.pdf) (letzter Aufruf: 20.04.2017)
- UNIVERSITÄT BIELEFELD (Hrsg.) (2016): Bielefeld 2000plus. Abrufbar unter: <http://www.uni-bielefeld.de/bi2000plus/> (letzter Aufruf: 20.04.2017)
- VEREIN FREUNDE DES BOTANISCHEN GARTENS BIELEFELD E.V. (o.J.): Botanischer Garten Bielefeld. Abrufbar unter: [http://www.botanischer-garten-bielefeld.de/wp-content/themes/classic/img/botanische\\_garten\\_bielefeld\\_kirschbluetten.jpg](http://www.botanischer-garten-bielefeld.de/wp-content/themes/classic/img/botanische_garten_bielefeld_kirschbluetten.jpg) (letzter Aufruf: 20.04.2017)
- VÖLKER, S. u. T. KISTEMANN (2015): Developing the urban blue: Comparative health responses to blue and green urban open spaces in Germany. In: Health & Place 35. S. 196 - 205
- VON DER HEIDE, H.-J. (1995): Grundlagen für das Regionalmarketing – eine Einführung. In: BEYER, R. u. I. KURON (Hrsg.): Stadt- und Regionalmarketing – Irrweg oder Stein der Weisen? Material zur Angewandten Geographie 29. Bonn. S. 85-95.

- WEISS, M. u. F. BRACK (2011): Wert und Nutzen von Grünräumen. In: Garten und Landschaft 121. Heft 5. S. 19-21.
- WEIßMANN, A. (2003): Wettbewerb FirmenGärten Hannover. Grünes Image. In: grünFORUM.LA 33. Heft 1. S. 16-17.
- WEGE MBH WIRTSCHAFTSENTWICKLUNGSGESELLSCHAFT BIELEFELD (o.J.): 10+1 für Bielefeld. Bielefeld. PDF. 16 S. Abrufbar unter: [http://www.wege-bielefeld.de/fileadmin/user\\_upload/download/Flyer\\_10\\_1.pdf](http://www.wege-bielefeld.de/fileadmin/user_upload/download/Flyer_10_1.pdf) (letzter Aufruf: 20.04.2017)
- WEGE MBH WIRTSCHAFTSENTWICKLUNGSGESELLSCHAFT BIELEFELD (2014): Bielefelder Wirtschaftsbericht 2014. Zahlen-Daten-Fakten. Präsentation. PDF. Abrufbar unter: [http://www.wege-bielefeld.de/fileadmin/user\\_upload/download/Berichte/2014\\_04\\_Download\\_BielefelderWirtschaftsbericht\\_mit\\_Text-as.pdf](http://www.wege-bielefeld.de/fileadmin/user_upload/download/Berichte/2014_04_Download_BielefelderWirtschaftsbericht_mit_Text-as.pdf) (letzter Aufruf: 20.04.2017)
- WEGE MBH WIRTSCHAFTSENTWICKLUNGSGESELLSCHAFT BIELEFELD (Hrsg.) (2016): Internetpräsenz. Abrufbar unter: <http://www.wege-bielefeld.de/> (letzter Aufruf: 20.04.2017)
- WELTGESUNDHEITSORGANISATION (1946): Verfassung der Weltgesundheitsorganisation (Übersetzung). PDF. 26 S. Abrufbar unter: <https://www.admin.ch/opc/de/classified-compilation/19460131/201405080000/0.810.1.pdf> (letzter Aufruf: 20.04.2017)
- WERK, K. (2005): Anforderungen zur Freiraumsicherung in Rhein-Main im Sinne einer Regionalentwicklung der Zukunft. In: THIEßEN, F. et al. (Hrsg.): Weiche Standortfaktoren. Erfolgsfaktoren regionaler Wirtschaftsentwicklung. Interdisziplinäre Beiträge zur regionalen Wirtschaftsforschung. Volkswirtschaftliche Schriften 541. Berlin. S. 171-177.
- WISOTZKY, K. (o.J.): Essen (kreisfreie Stadt). Abrufbar unter: [http://www.rheinische-geschichte.lvr.de/orte/ab1815/Kreisfreie\\_Staedte/Seiten/Essen-Stadt.aspx](http://www.rheinische-geschichte.lvr.de/orte/ab1815/Kreisfreie_Staedte/Seiten/Essen-Stadt.aspx) (letzter Aufruf: 20.04.2017)
- WOLFERTZ, K. (1999): Strategieentwicklung im kommunalen Standortmarketing. Ein wissensbasiertes System zur Unterstützung der strategischen Ausrichtung des Standortmarketings von Kommunen im Rahmen ihrer Wirtschaftsförderung. In: BIETHAHN, J. u. M. SCHUMANN (Hrsg.): Göttinger Wirtschaftsinformatik 28. Göttingen. 264 S.
- ZIEGENHAGEN, U. (o.J.): Region Bonn: Das Silicon Valley der Geoinformatik. Abrufbar unter: <http://geobusiness-region.de/geoinformationen/region-bonn-das-silicon-valley-der-geoinformatik/> (letzter Aufruf: 20.04.2017)

## VI Anhang

### Anhang 1: Liste der Gesprächspartner

Code	Ausbildung	Abschluss	Beruf/Funktion	Geburtsort	Am Standort seit	Dauer
A1	Gärtner/Studium des Gartenbaus	Dipl. Ing.	Journalist	Bonn	Geburt	01:09:52
A2	Landschaftsgärtner/Studium des Ingenieurwesens und Landschaftsbau	Dipl. Ing.	Referent	Berlin	2012	00:50:01
A3a	Studium der Raumplanung	Dipl. Ing.	Wissenschaftlicher Mitarbeiter	Dortmund	Geburt	00:55:05
A3b	Studium der Raumplanung	Dipl. Ing.	Wissenschaftlicher Mitarbeiter	Dortmund	Geburt	=
A3c	VWL-Studium und Promotion	Dr. Ing.	Wissenschaftlicher Mitarbeiter	Oldenburg	2009	=
A4	Studium der Ökonomie und Gesellschaftswissenschaften	Magister	Leitungsfunktion	Reutlingen	2006	00:27:26
A5	Landschaftsgärtner/Studium der Landespflege und Promotion in Städtebau	Dr. Ing.	Leitungsfunktion	Köln	1993	00:34:20
A6a	Studium der Geographie	Dipl. Geogr.	Städtischer Angestellter	Hagen	1991	00:31:57 00:11:57
A6b	Studium der Geographie	Dipl. Geogr.	Städtischer Angestellter (Leitungsfunktion)	Keine Angabe	Keine Angabe	=
B1	Studium der Geographie	Dr. rer. nat.	Wissenschaftlicher Mitarbeiter	Köln	2006	01:16:39
B2	Studium der Umweltwissenschaften	Dipl. Umweltwissenschaftler	Städtischer Angestellter	Herford	2009	00:28:50
B3	Studium der Raumplanung	Dipl. Ing.	Leitungsfunktion	Keine Angabe	2005	00:41:51
B4a	Studium der Geographie	Dipl. Geogr.	Leitungsfunktion	Keine Angabe	Keine Angabe	00:52:05
B4b	Studium der Wirtschaftswissenschaften	Dipl.-Volksw.	Referent	Keine Angabe	Keine Angabe	=
B4c	Studium der Raumplanung	Dipl. Ing.	Referent	Keine Angabe	Keine Angabe	=
B5	Studium der Landespflege	Dipl. Ing.	Städtischer Angestellter	Keine Angabe	1990	00:40:30
C1	Studium der Landespflege	Dipl. Ing.	Beamter	Bonn	Geburt	00:38:11
C2	Studium der Geographie	Dr. rer. nat.	Beamter (Leitungsfunktion)	Olpe	1977	00:51:13 00:49:18
C3	Restaurantfachmann	Mittlere Reife	Leitungsfunktion	Remagen	Einige Jahre	00:47:06
C4	Kaufmännische Ausbildung	Abitur	Leitungsfunktion	Bonn	Geburt	00:38:20
C5	Studium der Landschaftsarchitektur und des Städtebaus	Dipl. Ing.	Leitungsfunktion	Fulda	Einige Jahre	00:57:59 00:46:43
C6	Kaufmännische Ausbildung	Abitur	Leitungsfunktion	Bayern	1989	00:32:04
C7	Studium der neueren Geschichte, Wirtschaftsgeographie und Politik	Magister	Leitungsfunktion	Birkesdorf	Mitte der 1980er-Jahre	00:33:40 00:38:02
C8	Studium der Soziologie, Politikwissenschaft und Germanistik	Magister	Leitungsfunktion	Olsberg	1976	00:32:29
C9	Studium der Geographie und Betriebswirtschaftslehre	Dr. rer. nat.	Leitungsfunktion	Karlsruhe	2008	00:41:20
C10	Studium der Raumplanung	Dipl. Ing.	Leitungsfunktion	Ruhrgebiet	2007	00:51:16
C11	Kaufmännische Ausbildung	Mittlere Reife	Städtischer Angestellter	Bonn	Geburt	00:34:27
C12	Studium der Biologie	Dr. rer. nat.	Städtischer Angestellter (Leitungsfunktion)	Schleswig	Kindheit	00:36:13
D1	Kaufmännische Ausbildung/Studium der Betriebswirtschaftslehre	Dipl.-Betriebsw.	Marketingkommunikation (Leitungsfunktion)	Oberhausen	2012	00:16:21
D2	Studium der Raumplanung	Dipl. Ing.	Städtischer Angestellter	Dortmund	2000	00:48:55
D3	Studium der Raumplanung (Schwerpunkt Umwelttechnik)	Dipl. Ing.	Städtischer Angestellter	Borken	Anfang der 1990er-Jahre	00:44:16
D4	Architekturstudium (Schwerpunkt Stadtplanung)	Dipl. Ing.	Beamter (Leitungsfunktion)	Erlenbach	Mitte der 1990er-Jahre	00:48:56
D5	Studium der Raumplanung	Dipl. Ing.	Leitungsfunktion	Essen	1992	00:35:34
E1	Studium der Geographie	Dipl. Geogr.	Städtischer Angestellter (Leitungsfunktion)	Dortmund	Geburt	01:21:34
E2	Studium der Landespflege	Dipl. Ing.	Städtischer Angestellter	Essen	1985	01:17:24
E3	Studium der Raumplanung	Dipl. Ing.	Referent	Landkreis Osnabrück	2005	00:38:12
E4	Studium der Raumplanung	Dipl. Ing.	Städtischer Angestellter	Paderborn	Mitte der 1970er-Jahre	00:39:13
F1	Studium der Raumplanung	Dipl. Ing.	Städtischer Angestellter	Dortmund	Langjährig	Keine Aufzeichnung
F2a	Studium der Landespflege	Dipl. Ing.	Beamter (Leitungsfunktion)	Hagen	2005	00:48:03
F2b	Studium der Landespflege und Ökologie	Dipl. Ing.	Städtischer Angestellter	Hessen	Studium	=
F3	Studium der Politikwissenschaft, Volkswirtschaftslehre und Nordistik	Magister	Leitungsfunktion	Dortmund	2008	Schriftliche Antwort
F4	Studium der Biologie	Dipl.-Biol.	Tätigkeit in der Forschung	Essen	Geburt	01:19:11
Pretest	Geisteswissenschaftlich-philologisches Studium/in Ergänzung Tourismus	Magister	Städtischer Angestellter	Oberfell	1999	(00:24:24)
Σ Zeit						28:50:57 + Mitschrift/schriftl. Antwort

## Anhang 2: Interviewleitfäden

### *Der allgemeine Interviewleitfaden*

- Einleitende Fragen: Ausbildung/Abschluss/Beruf; Geburtsort; am Standort seit?
- Standortfaktoren (Vorteile für wirtschaftliche Aktivitäten, die ein Ort mit sich bringt. Man unterscheidet zwischen harten und weichen Standortfaktoren. Harte Standortfaktoren umfassen leicht messbare Aspekte wie Infrastruktur, Rohstoff-, Energie- und Bodenpreise, Transport- und Arbeitskosten, während unter weiche Standortfaktoren nur schwer messbare Aspekte wie das Image, das kulturelle Angebot oder die Wohn-, Umwelt- und Lebensqualität eines Ortes fallen):
  - ❖ Was sind Ihrer Meinung nach die wichtigsten harten und weichen Standortfaktoren für einen modernen, nachhaltigkeits- und zukunftsorientierten Standort?
  - ❖ Welche Bedeutung haben weiche Standortfaktoren für Standorte, Unternehmen und die am Standort lebenden und arbeitenden Menschen (Stichworte: Lebensqualität der Menschen, Perspektiven für die Zukunft, Bindung an den Standort)?
- Grüne Infrastruktur (Grünstrukturen im Stadtbild wie Parks, Gärten, Wasserelemente, Straßenbegleitgrün, Friedhöfe, Spielplätze, Wald, landwirtschaftlich genutzte Flächen oder Dach- bzw. Fassadenbegrünungen):
  - ❖ Welche Rolle spielen Grünstrukturen für einen Standort?
  - ❖ Welche Voraussetzungen muss grüne Infrastruktur Ihrer Meinung nach erfüllen, damit sie für den Standort einen Mehrwert generiert (Stichworte: Sauberkeit, gute Erreichbarkeit und Vernetzung, Vielfalt, Sicherheit, Erholungsfunktion, Freizeitmöglichkeiten usw.)?
  - ❖ Welchen Wert hat die grüne Infrastruktur/die Umgebung eines Standortes für die ansässigen Unternehmen und die am Standort lebenden und arbeitenden Menschen (Stichworte: Stadtklima, Freizeit- und Erholungspotenzial, Steigerung der Kreativität und Leistungsfähigkeit)?
  - ❖ Wie wirkt sich der Faktor "Grün" auf die Immobilienpreise eines Standortes aus?
  - ❖ Inwiefern spielen Aspekte wie die gesundheitsfördernde Wirkung oder der Einfluss auf das Stadtklima von städtischem Grün gegenwärtig eine Rolle?
- Bedeutung für Unternehmen:
  - ❖ Unternehmen wie der Frankfurter Flughafen werben damit, besonders nachhaltig zu agieren und sich für Klimaschutz, Erhaltung der Luftqualität und Natur- und Ressourcenschutz einzusetzen. Zwar sind sie in einem gewissen Umfang dazu verpflichtet, jedoch wirkt sich der positive Umgang mit diesem Thema auch auf das Image des Unternehmens aus. Einige Unternehmen unterstützen städtische Grünstrukturen finanziell, weil sie sich mit dem Standort identifizieren und einen Beitrag zu dessen Attraktivität leisten möchten. Andere Unternehmen gestalten ihre Freiflächen besonders aufwändig (Stichwort Firmengärten), damit sich ihre Angestellten wohlfühlen und so an das Unternehmen gebunden werden oder besonders kreativ arbeiten. Wissen Sie von Unternehmen (und deren Motivation), die in grüne Infrastruktur investieren (Beispiel Gestaltung von Kreisverkehren)?
- Standortmarketing und Stadtentwicklung:
  - ❖ Viele Städte befassen sich aktuell mit "grünen" Themen und tragen dies auch nach außen. Von Münster haben viele Menschen ein sehr grünes Bild vor Augen, was durch Aktionen wie "Münster bekennt Farbe" noch gestärkt wird. Sehen Sie Potenzial, diesen Aspekt verstärkt im Standortmarketing aufzugreifen? Haben Sie Ideen, wie dies geschehen könnte (zum Beispiel durch die Kopplung an Themen wie Lebensqualität) oder kennen Sie innovative Ansätze? Wo sehen Sie Hemmnisse (Stichworte: mangelnde Sensibilisierung der Menschen und Unternehmen, kommunale Haushaltslagen)?
  - ❖ Kennen Sie "grüne" Stadtentwicklungsprojekte, bei denen ein besonderer Wert auf Aspekte der Nachhaltigkeit bzw. des Klimaschutzes/der Klimaanpassung oder auf ein attraktives und grünes Umfeld gelegt wird? Welche Bedeutung haben solche Projekte für Standorte und ihre Unternehmen/Menschen? Inwiefern machen sie einen Standort attraktiv?

- Fazit:
  - ❖ Ist die grüne Infrastruktur in Zusammenhang mit Aspekten wie Gesundheit, Nachhaltigkeit, Stadtklima oder Freizeitwert ein Standortfaktor, der für Standorte, Unternehmen und die am Standort lebenden und arbeitenden Menschen von Interesse ist, und sollte dieser Bereich Einsatz im Standortmarketing finden?

### ***Interviewleitfaden für die Standorte (Kommune)***

- Einleitende Fragen: Ausbildung/Abschluss/Beruf; Geburtsort; am Standort seit?
- Standort und Standortfaktoren (Vorteile für wirtschaftliche Aktivitäten, die ein Ort mit sich bringt. Man unterscheidet zwischen harten und weichen Standortfaktoren. Harte Standortfaktoren umfassen leicht messbare Aspekte wie Infrastruktur, Rohstoff-, Energie- und Bodenpreise, Transport- und Arbeitskosten, während unter weiche Standortfaktoren nur schwer messbare Aspekte wie das Image, das kulturelle Angebot oder die Wohn-, Umwelt- und Lebensqualität eines Ortes fallen):
  - ❖ Was ist Ihr persönliches Bild von Bonn/Bottrop/Bielefeld/Dortmund/Essen?
  - ❖ Was sind Ihrer Meinung nach die wichtigsten harten und weichen Standortfaktoren für den Standort? Was schätzen Unternehmen und Menschen am Standort? Was sind Alleinstellungsmerkmale und gibt es auch Nachteile des Standortes?
  - ❖ Welche Bedeutung haben weiche Standortfaktoren für Unternehmen und die in der Stadt lebenden und arbeitenden Menschen (Stichworte: Lebensqualität der Menschen, Perspektiven für die Zukunft, Bindung an den Standort)?
- Grüne Infrastruktur (Grünstrukturen im Stadtbild wie Parks, Gärten, Wasserelemente, Straßenbegleitgrün, Friedhöfe, Spielplätze, Wald, landwirtschaftlich genutzte Flächen oder Dach- bzw. Fassadenbegrünungen):
  - ❖ Wie beurteilen Sie Quantität und Qualität der Grünflächen des Standortes und des Umlandes?
  - ❖ Welche Voraussetzungen muss grüne Infrastruktur Ihrer Meinung nach erfüllen, damit sie für den Standort einen Mehrwert generiert (Stichworte: Sauberkeit, gute Erreichbarkeit und Vernetzung, Vielfalt, Sicherheit, Erholungsfunktion, Freizeitmöglichkeiten usw.)?
  - ❖ Welchen Wert hat grüne Infrastruktur am Standort für die ansässigen Unternehmen und die in der Stadt lebenden und arbeitenden Menschen (Stichworte: Freizeit- und Erholungspotenzial, Steigerung der Kreativität, Einfluss auf das Firmenimage, Stadtklima)? Welche Bedeutung hat das Umland mit seinem Freizeitpotenzial für die am Standort lebenden und arbeitenden Menschen?
  - ❖ Wie wirkt sich der Faktor "Grün" auf die Immobilienpreise des Standortes aus?
  - ❖ Inwiefern spielt die gesundheitsfördernde Wirkung oder der Einfluss auf das Stadtklima von städtischem Grün gegenwärtig eine Rolle?
- Aktivitäten der Stadt:
  - ❖ Welche Maßnahmen werden aktuell durchgeführt, um die grüne Infrastruktur zu entwickeln? Bestehen Kooperationen mit der Region in diesem Bereich?
  - ❖ Welche stadtentwicklerischen Projekte existieren aktuell? Worauf wird bei der Planung Wert gelegt? Spielen Aspekte der Nachhaltigkeit bzw. des Klimaschutzes/der Klimaanpassung oder die Gestaltung eines attraktiven und grünen Umfeldes eine Rolle?
- Standortattraktivität:
  - ❖ Bonn: Hätte es die Wahrnehmung/Qualität des Standortes beeinflusst, wenn das Siebengebirge Nationalpark geworden wäre?
  - ❖ Bonn: Bonn hat einen hohen Anteil junger und hochqualifizierter Mitarbeiter im Bereich der gehobenen Dienstleistungen und Unternehmen in diesem Bereich (Beispiel Informations- und Kommunikationstechnik). Sehen Sie einen Zusammenhang zwischen dieser Tatsache und der Attraktivität des Umlandes und der Stadt?
  - ❖ Essen/Dortmund/Bottrop/Bielefeld: Wie nehmen Unternehmen und Menschen die Projekte der Stadt- und Freiraumentwicklung wahr?

- ❖ Essen/Dortmund/Bottrop/Bielefeld: Inwiefern wirken sich die genannten Projekte auf die Attraktivität des Standortes aus?
  - ❖ Alle Standorte: Ist der Standort für die Menschen, die hier leben und arbeiten/potenzielle Fachkräfte, attraktiv genug? Welche Potenziale sehen Sie, den Standort künftig noch attraktiver zu gestalten?
- Aktivitäten von Unternehmen:
    - ❖ Unternehmen wie der Frankfurter Flughafen werben damit, besonders nachhaltig zu agieren und sich für Klimaschutz, Erhaltung der Luftqualität und Natur- und Ressourcenschutz einzusetzen. Zwar sind sie in einem gewissen Umfang dazu verpflichtet, jedoch wirkt sich der positive Umgang mit diesem Thema auch auf das Image des Unternehmens aus. Andere Unternehmen legen auf Green Building Wert oder gestalten ihre Freiflächen besonders aufwändig (Stichwort Firmengärten), damit sich ihre Angestellten wohlfühlen und so an das Unternehmen gebunden werden oder besonders kreativ arbeiten. Wissen Sie von Unternehmen (und deren Motivation), die in grüne Infrastruktur investieren? Gibt es Kooperationen mit ansässigen Unternehmen bei der Entwicklung oder Finanzierung von grüner Infrastruktur (Beispiel Gestaltung von Kreisverkehren)?
  - Vermarktung von kommunaler Seite:
    - ❖ Viele Städte befassen sich aktuell mit "grünen" Themen und tragen dies auch nach außen. Von Münster haben viele Menschen ein sehr grünes Bild vor Augen, was durch Aktionen wie "Münster bekennt Farbe" noch gestärkt wird. Auch hier am Standort bestehen "grüne" Projekte. Wie greift das Standortmarketing diese Thematik auf bzw. sehen Sie Potenzial, diesen Aspekt verstärkt aufzugreifen (zum Beispiel durch die Kopplung an Themen wie Lebensqualität)? Kooperieren Sie auf diesem Feld mit anderen Fachbereichen? Wo sehen Sie Hemmnisse (Stichworte: mangelnde Sensibilisierung der Menschen und Unternehmen; kommunale Haushaltslage)?
  - Fazit
    - ❖ Ist die grüne Infrastruktur in Zusammenhang mit Aspekten wie Gesundheit, Nachhaltigkeit, Stadtklima oder Freizeitwert ein Standortfaktor, der für Standorte, Unternehmen und die am Standort lebenden und arbeitenden Menschen von Interesse ist, und sollte dieser Bereich Einsatz im Standortmarketing finden?

### ***Interviewleitfaden für die Standorte (Wirtschaft)***

- Einleitende Fragen: Ausbildung/Abschluss/Beruf; Geburtsort; am Standort seit?
- Standort und Standortfaktoren (Vorteile für wirtschaftliche Aktivitäten, die ein Ort mit sich bringt. Man unterscheidet zwischen harten und weichen Standortfaktoren. Harte Standortfaktoren umfassen leicht messbare Aspekte wie Infrastruktur, Rohstoff-, Energie- und Bodenpreise, Transport- und Arbeitskosten, während unter weiche Standortfaktoren nur schwer messbare Aspekte wie das Image, das kulturelle Angebot oder die Wohn-, Umwelt- und Lebensqualität eines Ortes fallen):
  - ❖ Was ist Ihr persönliches Bild von Bonn/Bottrop/Bielefeld/Dortmund/Essen?
  - ❖ Was sind Ihrer Meinung nach die wichtigsten harten und weichen Standortfaktoren für den Standort? Was schätzen Unternehmen und Menschen am Standort? Was sind Alleinstellungsmerkmale und gibt es auch Nachteile des Standortes?
  - ❖ Welche Bedeutung haben weiche Standortfaktoren für Unternehmen und die in der Stadt lebenden und arbeitenden Menschen (Stichworte: Lebensqualität der Menschen, Perspektiven für die Zukunft, Bindung an den Standort)?
- Grüne Infrastruktur (Grünstrukturen im Stadtbild wie Parks, Gärten, Wasserelemente, Straßenbegleitgrün, Friedhöfe, Spielplätze, Wald, landwirtschaftlich genutzte Flächen oder Dach- bzw. Fassadenbegrünungen):
  - ❖ Wie beurteilen Sie Quantität und Qualität der Grünflächen des Standortes und des Umlandes?

- ❖ Welche Voraussetzungen muss grüne Infrastruktur Ihrer Meinung nach erfüllen, damit sie für den Standort einen Mehrwert generiert (Stichworte: Sauberkeit, gute Erreichbarkeit und Vernetzung, Vielfalt, Sicherheit, Erholungsfunktion, Freizeitmöglichkeiten usw.)?
  - ❖ Welchen Wert hat grüne Infrastruktur am Standort für die ansässigen Unternehmen und die in der Stadt lebenden und arbeitenden Menschen (Stichworte: Freizeit- und Erholungspotenzial, Steigerung der Kreativität, Einfluss auf das Firmenimage, Stadtklima)? Welche Bedeutung hat das Umland mit seinem Freizeitpotenzial für die am Standort lebenden und arbeitenden Menschen?
  - ❖ Wie wirkt sich der Faktor "Grün" auf die Immobilienpreise des Standortes aus?
  - ❖ Inwiefern spielt die gesundheitsfördernde Wirkung oder der Einfluss auf das Stadtklima von städtischem Grün gegenwärtig eine Rolle?
- Standortattraktivität:
    - ❖ Bonn: Hätte es die Wahrnehmung/Qualität des Standortes beeinflusst, wenn das Siebengebirge Nationalpark geworden wäre?
    - ❖ Bonn: Bonn hat einen hohen Anteil (junger) hochqualifizierter Mitarbeiter im Bereich der gehobenen Dienstleistungen und Unternehmen in diesem Bereich (Beispiel Informations- und Kommunikationstechnik). Sehen Sie einen Zusammenhang zwischen dieser Tatsache und der Attraktivität des Umlandes und der Stadt?
    - ❖ Essen/Dortmund/Bottrop/Bielefeld: Wie nehmen die Unternehmen die Projekte der Stadt- und Freiraumentwicklung wahr?
    - ❖ Essen/Dortmund/Bottrop/Bielefeld: Inwiefern wirken sich die genannten Projekte auf die Attraktivität des Standortes aus?
    - ❖ Alle Standorte: Ist der Standort für die Menschen, die hier leben und arbeiten/potenzielle Fachkräfte, attraktiv genug? Welche Potenziale sehen Sie, den Standort künftig noch attraktiver zu gestalten?
- Wahrnehmung von Unternehmen:
    - ❖ Wie bewerten Sie die Aktivitäten der Stadt im Bereich der Entwicklung der grünen Infrastruktur? Kennen Sie Projekte der Stadt?
- Aktivitäten der Unternehmen:
    - ❖ Unternehmen wie der Frankfurter Flughafen werben damit, besonders nachhaltig zu agieren und sich für Klimaschutz, Erhaltung der Luftqualität und Natur- und Ressourcenschutz einzusetzen. Zwar sind sie in einem gewissen Umfang dazu verpflichtet, jedoch wirkt sich der positive Umgang mit diesem Thema auch auf das Image des Unternehmens aus. Andere Unternehmen legen auf Green Building Wert oder gestalten ihre Freiflächen besonders aufwändig (Stichwort Firmengärten), damit sich ihre Angestellten wohlfühlen und so an das Unternehmen gebunden werden oder besonders kreativ arbeiten. Hatten Sie solche Überlegungen bereits bzw. wissen Sie von Unternehmen (und deren Motivation), die in grüne Infrastruktur investieren (Beispiel Gestaltung von Kreisverkehren)?
- Fazit
    - ❖ Ist die grüne Infrastruktur in Zusammenhang mit Aspekten wie Gesundheit, Nachhaltigkeit, Stadtklima oder Freizeitwert ein Standortfaktor, der für Standorte, Unternehmen und die am Standort lebenden und arbeitenden Menschen von Interesse ist, und sollte dieser Bereich Einsatz im Standortmarketing finden?