

**B3E-TÖNE:** Die Marke ist stärker denn je, aber die Erwartung wird nicht erfüllt | Die Atmosphäre in der Brüderstraße zieht nach unten | Saufen und Wurst fressen | Der Normalo fehlt | Food is Party Now! | Gute Wurst – Geiles Bier – Super Hotel | B3E-Kiez-Stories | Der stationäre Kuchen wird nicht größer | Der Mob mit dem Handy in der Hand | Mainstream ist, wenn ich vor lauter Einheitssauce nicht mehr weiß, wo ich mich befinde | Die totale Austauschbarkeit | Es bleibt bunt | Sprechen wäre ein Anfang, natürlich miteinander | Mehr Machen und Weniger Labern | Ein Motto, an das man sich immer wieder erinnern muss | Rausgehen, um zu feiern | Der szenige Typus mit intellektuellem Anspruch | Die eigene Identität finden in dem Laden, den ich besuche | Die Rolle der Digitalisierung in der Gastronomie wird überschätzt | Hotspot der Sommernacht | Sehen und Gesehen werden | Vielfalt, Tür an Tür | Strahlende Sonne, vor die dunkle Wolken gezogen sind | Innovationslabor für Urbanität | Club der einsamen Herzen | Point of Relation | eins für alle | nicht für alle | eins von vielen | Lustige Ansammlung interessanter Gastronomen | Die Gastronomie ist für die Seele des Menschen da | Warum nicht einen Waschsalon mit DJ in der Kerkwege? | Student's Monday eher unsinnig | Der Entertainment-Faktor muss gesteigert werden | First@Entertainment in Bochum | Derzeit polypolares B3E | Der junge party-affine Wochenend-Rausgeher | Außerhalb Bochums erreichen wir im Ruhrgebiet nur noch die, die deutlich schlechter sind | Weg vom Industriegebiet – hin zur Stadt! | Nicht zu groß und nicht zu klein | Nur Kooperation führt Standortegoisten zum Erfolg | Grundsätzlich gut, wenn auch jeder jammert | Das gleiche Geld wird an weniger Tagen gelassen | Böse Blicke | Viel zu viele unterschiedliche Mützen | Stiefkind Kortumstraße II | Problemkind Brüderstraße | Zehn Häuptlinge und keine Indianer | Mit einer Stimme sprechen | Der Freitag im Umfeld der Brüderstraße ist merklich schwächer geworden | Zurück zu mehr Qualität und Toleranz | Faires Konkurrenzdenken | Das Facelifting hat der Kortumstraße Patina genommen | Wieder Mehr Kunst, Kultur & Szenepublikum | Die Eigentümer stärker einbinden | Branchenmixentwicklung | Ein Gesamtplan für die OGs | Überzeugungstäter gehören ins Dreieck! | Chancen wahrnehmen | Der Standortfaktor für die (südliche) Innenstadt.

**Immobilien und Standortgemeinschaft Bermuda3Eck Bochum e.V.**

c/o Anke Heinemann  
Viktoriastr. 75  
44787 Bochum

Tel 0234 9117333  
Fax 0234 9117334

heinemann@bermuda3eck.de  
www.bermuda3eck.de

**Workshop-Team aus Mitgliedern der ISG**

Leonardo Bauer  
Volker Brunswick  
Marcus Gloria  
Hans-Joachim Hauschulz  
Heiko Hoffmann  
Stefan Postert  
Daniel Voss

Christian Bickelbacher  
Frank Gerwers  
Ronald Gottwald  
Anke Heinemann  
Edgar Neufeld  
Dirk Steinbrecher

**Ehrenamtliche Workshop-Konzeption, Experteninterviews, Moderation & Dokumentation**



c/o Edgar Neufeld (EN)  
August-Bebel-Platz 4  
44866 Bochum

Tel 02327 9331160  
Fax 02327 994614

en@neu-feld.com





eins für alle.

**Mehr als ein Bochumer Ausgeh-Viertel**

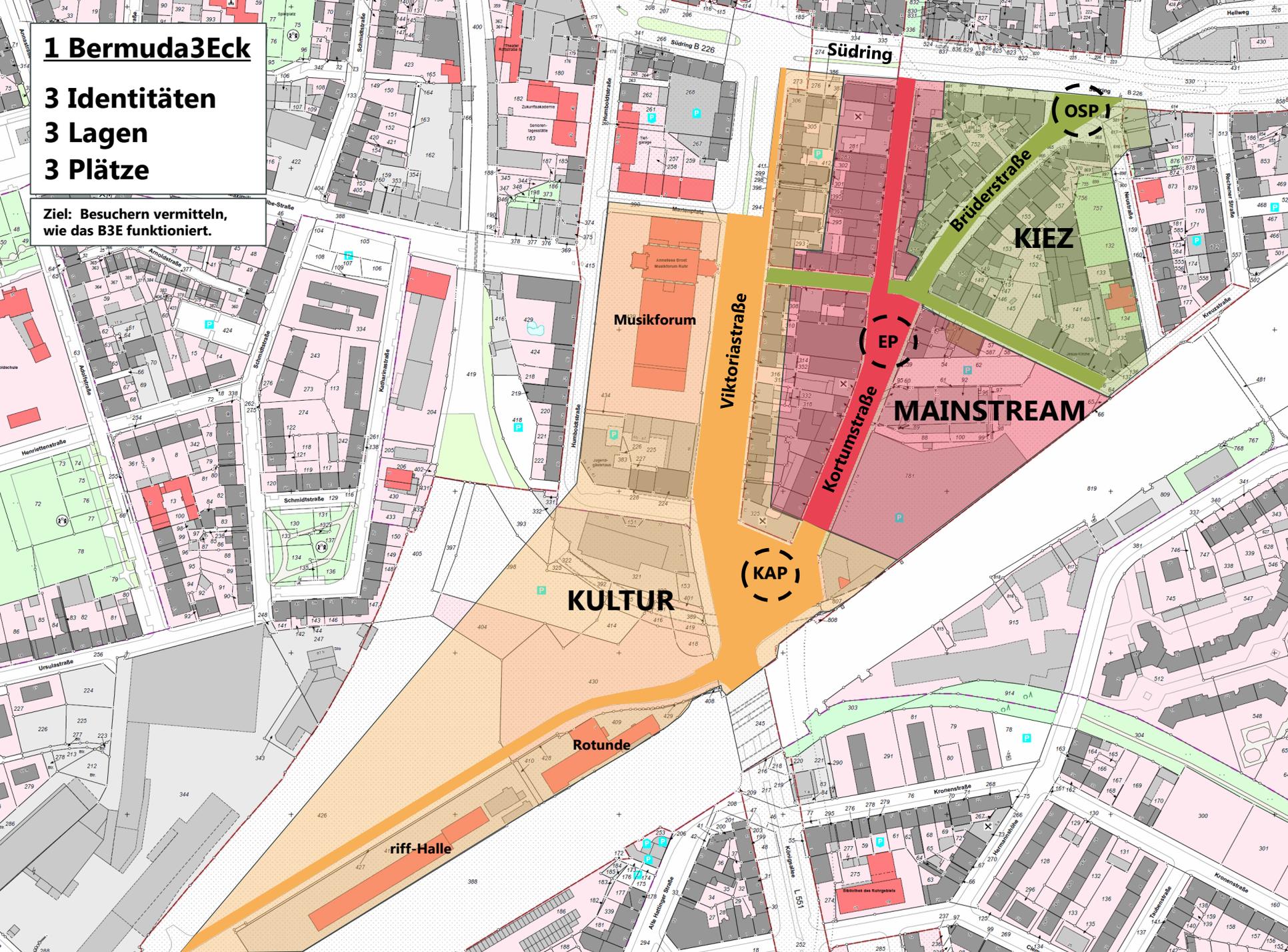
# 1 Bermuda3Eck

3 Identitäten

3 Lagen

3 Plätze

Ziel: Besuchern vermitteln,  
wie das B3E funktioniert.



Musikforum

KULTUR

Rotunde

riff-Halle

Korkumstraße

Viktoriastraße

Brüderstraße

KIEZ

MAINSTREAM

(KAP I)

(EP I)

(OSP J)



**Bermuda3Eck 2030 – Impression Workshop I – 19.12.2018**

PROGRAMMABLAUF	Folie
<p><b>Workshop-Ergebnisse I: Leitbild- &amp; Konzept-Diskussion</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li><b>1. Gegenwart und Zukunft: Für wen ist/kann das Bermuda3Eck sein?</b></li> <li><b>2. Zielgruppen des B3E: Bestand &amp; Zukunft</b></li> <li><b>3. Teamwork: 3 Zukunftsvisionen für das B3E</b></li> <li><b>4. Fokus Umsetzung: Wie kann die Zukunft angegangen werden?</b></li> <li><b>5. Teamwork: 3 Beispielprojekte für Zieleigenschaften des B3E</b></li> </ol>	<p>8</p> <p>52</p>
<p><b>Workshop-Ergebnisse II: Fazit   Schnittstellen   Spirit</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li><b>1. Fazit: Wo wollen wir mit dem Bermuda3Eck hin?</b> Vision Bermuda3Eck 2030</li> <li><b>2. Schnittstellen: Erarbeitung einer mikroräumlichen Leitbildkarte für die Zukunft des B3E</b> Kartierung der Vorschläge für ISEK und Entwicklungsvereinbarung</li> <li><b>3. Spirit: Arbeitsstand CD-Weiterentwicklung Wort- &amp; Bildmarke B3E</b> Ronald Gottwald / Vorstand ISG B3E / Pixelstudio GmbH Moodboards für ausgewählte Entwicklungsziele des B3E Volker Brunswick / Vorstand ISG B3E / Vivamo GmbH</li> </ol>	<p>76</p> <p>85</p> <p>99</p> <p>101</p>
<p><b>Anhang: Maßnahmenvorschläge in Listenform und nach Mikrolagen sortiert</b></p>	

## I.1

### GEGENWART UND ZUKUNFT:

**„Für wen ist/kann das Bermuda3Eck sein?“**

## I.2

### Zielgruppen des Bermuda3Ecks

**„Für wen ist/kann das Bermuda3Eck sein?“**

BESTANDSKUNDEN	Stimmen
<p><b><u>Schwerpunkt: Mainstream   Hauptbesuchszeiten: Wochenende</u></b></p> <p><b>Junge partyaffine Kunden und Studenten (abgeschwächt)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• bis die Kinder geboren werden, im Kern: ca. 20- bis 35 Jahre</li> </ul> <p><b>Die „Rückkehrer“ / Retro-Kunden</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• wenn die Kinder flügge werden, ab ca. 45 Jahren</li> </ul>	
<p><b><u>Zusätzlich:</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Neuerdings wieder: der Ehrenfeld-Kunde</li> <li>• Tagsüber auch: junge Eltern mit Kindern (Generation „Familie vor Karriere“)</li> </ul>	
<p><b><u>Weniger:</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• „Karriere-Familien“ mit Kindern</li> <li>• Senioren ab ca. 60 Jahren</li> <li>• Szenepublikum</li> <li>• Kunden von Musikforum und Schauspielhaus</li> </ul>	<p>10</p>



ZIELE FÜR DIE KUNDENAKQUISE	Stimmen
<p><b><u>Bestandsakquise:</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Mehr Kunden von Schauspielhaus und Musikforum</li> <li>• Mehr Szenekunden / Permeabilität zu den Off-Vierteln</li> <li>• Mehr ältere Kunden / Retrokunden</li> <li>• Mehr Touristen</li> <li>• Mehr Studenten</li> <li>• Mehr Familien</li> </ul>	
<p><b><u>Neuakquise:</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Der qualitätsorientierte Gastrokunde</li> <li>• Die Neuankömmlinge der Stadt des Wissens (Büro-, Digitalarbeiter, Forscher, Ingenieure, Start-ups)</li> <li>• Firmenkunden / Belegschaften</li> </ul>	
<p><b><u>Geschäfts- &amp; Konzeptnischen:</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Angebote an Werktagen sowie in den Vor- und Nachmittagszeiten</li> </ul>	<p>11</p>

## I.3

### TEAMWORK

**„Für wen ist/kann das Bermuda3Eck sein?“**

**Erarbeitung von 3 Zukunftsvisionen**

## Farblegende Teamarbeit „3 Zukunftsvisionen des Bermuda3Eck“

Würfel-Farbe	Bedeutung
	<p><b>Entwicklungspotenziale</b></p> <p>Potenzialorte &amp; Profilierungsbereiche für ...                      Einzelhandel   Gastronomie   Dienstleistung   Wohnen                      Sichtbarkeit   Erreichbarkeit   Frequenz   Branding                      Verweilqualität   Inszenierung   Kunst   Interaktion                      Überraschung   Persönliche Begegnung   Identifikation                      Genuss   Sinnlichkeit   Erlebnis   Service ...</p>
	<p><b>Kritische Punkte   To-Dos</b></p>
	<p><b>Instrumente (Lösungsvorschläge)</b></p>

## I.3

### TEAMWORK

#### Aufgabe 1

#### Zukunftsvision „Culture Club B3E“

Aufgabe 1	Details
<p><b>Zukunftsvision</b> <b>Culture Club B3E</b></p>	<p><b>Die Arbeitsaufgabe ;-)</b> Es ist mittlerweile 2024 und eigentlich könnte alles so schön sein: das Viktoria Karree hat längst eröffnet und die neue Markthalle brummt. Ja, wenn nicht die übrige Innenstadt ebenfalls auf Gastronomie als Zukunftspferd gesetzt hätte. Viele Systemer haben an den Plätzen der alten Handelslagen eröffnet und der Wettbewerb um den Mainstream-Kunden hat zu Umsatzverlusten und deutlichen Zahnlücken im Branchenmix des 3Ecks geführt. Unvorstellbar in den 90ern – die Kortumstraße bröckelt. Was solls, wir müssen zurück zu den Wurzeln, die das Bermuda3Eck groß gemacht haben: <b>Kultur, Kunst und Szenepublikum</b>. Unter dem Arbeitstitel „Culture Club B3E“ erarbeitet der Vorstand der immer noch tüchtigen ISG die zentrale Zukunftsstrategie zur Bekämpfung der Austauschbarkeit.</p>
<p><b>Gruppenarbeit</b></p>	<p>„Konzeptionelles Brainstorming“</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Wie lässt sich das gesamte Bermud3Eck wieder kulturwirtschaftlich prägen?</li> <li>• Wie lässt sich dem gesamten Vereinsgebiet der Nimbus des Szeneviertels einhauchen?</li> <li>• Welche neuen Ansiedlungen, Kultur- oder Kunstnutzungen wären hierfür sinnvoll?</li> <li>• Welche Veränderungen oder Aktionen im öffentlichen Raum?</li> <li>• Welche Besucher   Kunden   Nutzertypen kommen neu oder verstärkt in Betracht?</li> <li>• Mit welchen Angeboten lassen sich neue kultur- und szenearffine Kunden gewinnen?</li> <li>• Wie lassen sich die Bochumer Off-Viertel aktiv einbinden?</li> <li>• Wie lässt sich das gesamte B3E als hippestes Szeneviertel vermarkten?</li> <li>• Wie könnten die ersten Umsetzungsschritte aussehen?</li> <li>• Welche Maßnahmen wären besonders wichtig?</li> <li>• Welche Infrastrukturen wären erforderlich?</li> </ul>
<p><b>Anmerkung</b></p>	<p><b>Das beigefügte Material soll die Teamarbeit unterstützen.</b></p>

Aufgabe 1

Zukunftsvision Culture Club B3E - Impressionen



Aufgabe 1	Zukunftsvision Culture Club B3E - Stichpunkte
<p><b>BESTAND 2018</b></p> <p><b>Musik / Live-Musik</b></p> <p><b>Entertainment</b></p>	<p><b>AUSGANGSSITUATION</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Schwerpunkte:</b> Rock   Songwriter</li> <li>• <b>Ankerpunkte:</b> Cotton Club   Kinos   Bühnen   Escape Room</li> </ul>
<p><b>WAS FEHLT?</b></p> <p><b>TO-DOS</b></p>	<p><b>MEHR KULTUR IM BERMUDA3ECK</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Kunstaussstellungen + Kunstaktionen + Darstellende Kunst + Kleinkunstabühnen</b></li> <li>• <b>Weitere Open Airs:</b> Theater Total, Folkwang, Festival FIDENA, Varieté et cetera, ...</li> <li>• <b>Urban Culture</b> ins Viertel bringen: Graffiti, Streetart, Urbanatix, Artistenschule, ...</li> <li>• <b>Licht</b> inszenieren: Installationen + Festival</li> <li>• <b>Kreativwirtschaft</b> fördern: Coworking Spaces, Agentur Büros</li> <li>• <b>Musikangebot</b> ausbauen: Jazz-Club, Weltmusik, Nischengenres</li> <li>• <b>„Food Kultur“</b> etablieren: Chocolaterie, Weinhandel+Ausschank, Delikatessen, Craft Bier, Café+Rösterei, Hybride, ...</li> <li>• <b>Universitäre Einrichtungen</b> ins B3E bringen</li> </ul>

**Aufgabe 1**

**Zukunftsvision Culture Club B3E - Stichpunkte**

**WAS IST NÖTIG?**

**MAßNAHMEN & INFRASTRUKTUREN**

- **Promotion:** „Gutes Tun + Darüber Reden“
- **Räume als ISG erschließen:** Bespielen & zur Verfügung stellen
- **Temporäre Flächenanmietung & Weitervermietung durch die ISG**
- **Alle Potentialflächen einbeziehen:** EGs, OGs, UGs, öffentlicher Raum
- **Kooperationen** mit Kultureinrichtungen: „gemeinsame Aktionen mit Nachbarn“
- **Fördertöpfe** für Kulturprojekte erschließen
- **Runder Tisch** mit den Eigentümern zur Steuerung
- **Märkte** im B3E etablieren: z. B. „Kulturflohmart“
- **Kreativwirtschaftliches Gründerzentrum / Hotspot im B3E:** Büros, Ateliers, Proberäume, Co-Working, Start-ups, Free Stage
- **Verlagerung der Krisenhilfe** Voraussetzung zur Überwindung der Zäsur Viktoriastraße

**SONSTIGES**

- **Wegeleitsystem:** Die Eingangstore zum Bermuda3Eck weithin sichtbar markieren
  - a) Viktoriastraße: Übergänge Schauspielhaus bis Husemannplatz
  - b) Kortumstraße: Übergänge „Shopping Bochum“ zu „Gastronomie Bochum“
- **Problemviertel Brüderstraße** bietet auch großes Entwicklungspotenzial

# Zwei Arten von Kulturhauptstadt

## Kunst und Touristen: das Jahr 2018 in Valletta und Leeuwarden im Rückblick

Von Jens Dirksen

**Essen.** Maltas Hauptstadt Valletta und das nord-niederländische Leeuwarden haben im zurückliegenden Jahr gezeigt, wie unterschiedlich sich der Titel einer europäischen Kulturhauptstadt auswirken kann. In Valletta bestand der Zugewinn vor allem in der Steigerung der Touristenzahlen um 15 Prozent, einem neuen Kunstmuseum sowie einer Image-Politur, die jedoch nicht dauerhaft vom Ausmaß der Korruption auf der Mittelmeerinsel ablenken kann.

### Event-Feuerwerk samt Museum

Freilich wurde es Mitte Dezember, bis das lange geplante neue Kunstmuseum in der 6000-Einwohner-Stadt die Tore für Besucher öffnete – in einem historischen Gebäude von 1574, das italienischen Ordensrittern als Herberge diente. Das Kunstmuseum Maltas verdreifachte damit seine Ausstellungsfläche und donnerte seinen Namen zum „Muzew Nazzjonali tal-Arti“ (Nationalmuseum der bildenden Künste) auf – nicht aber die Qualität der ausgestellten Kunst. Von den 50 Millionen Euro, die Malta für die Kulturhauptstadt ausgab, floss nur



**Bereit für einen Tauchgang der besonderen Art: Künstler versenkten diese XXL-Marionette im Sommer in Leeuwardens Grachten.** FOTO: SYLVIA LEDERER / DPA

ein Fünftel in die Kulturszene des Landes; Valletta brannte ein Feuerwerk von Events ab, mit deren Hilfe die historischen Orte der Stadt von einem großen Publikum wiederentdeckt werden sollten.

Auch im friesischen Leeuwarden, das vor seinem Kulturhauptstadt-Titel kaum jemand jenseits der Niederlande gekannt haben dürfte, gab es Spektakel wie den Besuch der „Giganten“ am vorletzten August-Wochenende, jenen riesigen, von Kränen gehaltenen Figuren der Straßentheatertruppe „Royal de Lu-

xe“ aus dem französischen Nantes, die sogar einen XXL-Taucher in einer der Grachten von Leeuwarden baden gehen ließ. Und Ausstellungen wie die über die in der Stadt geborene Tänzerinnen- und Spionage-Legende Mata Hari oder den ebenfalls hier zur Welt gekommenen Zeichner M.C. Escher hatten, was man zuvor im örtlichen Friesenmuseum trotz eines top-modernen Gebäudes im Zentrum nie zu hoffen gewagt hätte: sechsstellige Besucherzahlen.

Aber es gab auch kritische Kunst

wie „The List“, mit der sämtliche Namen der seit 1993 in Europa auf der Flucht gestorbenen Migranten und Asylsuchenden am Beursplein mitten in der Stadt plakatiert wurden. Oder Verrücktes wie Musiktheater im Tomatengewächshaus oder Kartoffelkunst. Und schließlich Aktionen, die ganz normale Menschen in ganz Friesland in Bewegung versetzte wie das Geschichtensammelprojekt DNALWD2018.

### Der Titel hat die Menschen ermutigt

Aber der Haupt-Effekt in Leeuwarden war, dass ein Ruck durch die Stadt ging und durch die Menschen auch: „Früher“, sagt Sjoerd Bootsma, der vollbärtige Programmentwickler für die Kulturhauptstadt, „war Leeuwarden die geborene Loser-Stadt. Die Fans unseres Fußballklubs haben ein Erkennungslied, das davon handelt, dass Leeuwarden niemals über die zweite Liga hinauskommen wird, und dass das auch richtig so ist. Heute gehen die Menschen wieder hoch erhobenen Hauptes durch die Stadt, der Titel hat sie ermutigt, bis hin zu Firmengründungen.“ Die Menschen, sagt Bootsma, glaubten wieder mehr an die Machbarkeit von Gegenwart und Zukunft.

Quelle: WAZ Bochum 29.12.2018

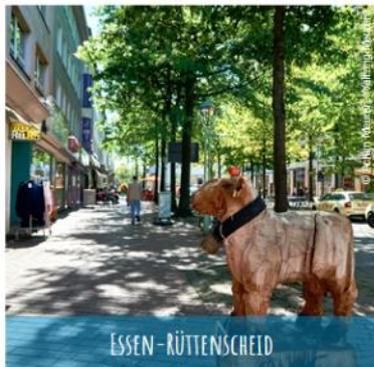
# SZENEVIERTEL IM RUHRGEBIET - GEMÜTLICH BUMMELN UND INDIVIDUELL SHOPPEN

In New York gibt es die 5th Avenue, in London die Oxford Street und in Paris die Champs Élysées. Auch das Ruhrgebiet bietet eine große Anzahl unterschiedlichen **Shopping-Centern** und attraktiven Einkaufsstraßen. Wer dem Mainstream entkommen möchte und auf der Suche nach kleinen, individuellen, inhabergeführten Läden ist, kommt hier ebenso auf seine Kosten. Verschiedene Städte im Ruhrgebiet halten in ihren Szenevierteln ganz besondere Shops für Euch bereit.

## KLEINE GESCHÄFTE, PERSÖNLICHE BERATUNG UND INDIVIDUALITÄT

Gerade wenn Ihr den Reiz des Einkaufens vor allem mit verwinkelten Seitenstraßen, kleinen Geschäften und persönlicher Atmosphäre verbindet, nach schönen Geschenkartikeln, Unikaten oder ganz besonderen "Lieblingsstücken" sucht, werdet Ihr in den Szenevierteln der großen Ruhrgebietsstädten schnell fündig. Hier gibt es jede Menge Einkaufsmöglichkeiten, die vor allem eins sind: "Klein aber fein".

## ERKUNDET DIE SZENEVIERTEL IM RUHRGEBIET!



ESSEN - RÜTTENSCHIED



BOCHUM - EHRENFELD



KREUZVIERTEL DORTMUND



DELLVIERTEL DUISBURG



Aufgabe 1

Zukunftsvision Culture Club B3E - Kartierung



## I.3

### TEAMWORK

#### Aufgabe 2

### Zukunftsvision „Mainstream Magnet“

Aufgabe 2	Details
<p><b>Zukunftsvision</b> <b>Mainstream-Magnet</b></p>	<p><b>Die Arbeitsaufgabe ;-)</b> We love to entertain You! Es lebe der Mainstream! Nicht nur die Wirtschaftsförderung setzt auf das Bermuda3Eck als zentralen Ankerpunkt für Studenten und die Bochumer Erwerbstätigen mit ihren Familien. Auch die ISG hat die Zeichen der Zeit längst erkannt. Der Frequenzmotor der südlichen Innenstadt soll für die Zukunft fitgemacht werden. Hierfür soll die Kundenbasis ausgebaut, die Angebotspalette erweitert, Kundenkomfort und Verweilqualität verbessert und als zentrales Element der <b>Entertainmentfaktor</b> gesteigert werden. Der Besuch des 3Ecks soll vor allen Dingen eins: den Kunden Freude bereiten.</p>
<p><b>Gruppenarbeit</b></p>	<p>„Konzeptionelles Brainstorming“</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Wie lassen sich „Entertainment“ und Bermuda3Eck zusammen denken?</li> <li>• Über welche Stärken verfügt das B3E aus Sicht des Mainstream-Gastes?</li> <li>• Welche Eigenschaften lassen sich weiter zu Stärken ausbauen?</li> <li>• Welche neuen Ansiedlungen und Nutzungen wären sinnvoll?</li> <li>• Welche Besucher   Kunden   Nutzertypen kommen in Betracht?</li> <li>• Wie lässt sich die Angebotspalette für Familien und Senioren erweitern?</li> <li>• Mit welchen neuen Angeboten lassen sich Besucher / Kunden gewinnen?</li> <li>• Wie lässt sich das B3E als Entertainmentstandort vermarkten?</li> <li>• Wie könnten die ersten Umsetzungsschritte aussehen?</li> <li>• Welche Maßnahmen wären besonders wichtig?</li> <li>• Welche Infrastrukturen wären erforderlich?</li> </ul>
<p><b>Anmerkung</b></p>	<p><b>Das beigefügte Material soll die Teamarbeit unterstützen.</b></p>



Aufgabe 2	Zukunftsvision Mainstream-Magnet - Stichpunkte
<p><b>ENTERTAINMENT</b></p>	<p><b>ZWEI DIMENSIONEN</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Kurzfristig:</b> Verbesserungen im öffentlichen Raum</li> <li>• <b>Langfristig:</b> Verbesserungen des Branchenmix</li> </ul>
<p><b>WAS FEHLT?</b></p>	<p><b>ÖFFENTLICHER RAUM (wechselnde Bespielungen)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Saisonale Beleuchtung &amp; Inszenierung</b> (vgl. Carnaby Street)</li> <li>• Videoprojektionen auf Hausfassaden</li> <li>• Temporärer Wetterschutz</li> <li>• z. B. Eisfläche KAP, The WAVE</li> </ul> <p><b>BRANCHENMIX (Neuansiedlungen)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Varieté / Boulevard-Theater</b> (z. B. auf REWE-Fläche)</li> <li>• Weinbar mit Ausschank</li> <li>• Eisdielen</li> <li>• Bowlingcenter</li> <li>• Modernes Wirtshaus</li> <li>• „Eatertainment“</li> <li>• <b>Streetfood-Market</b> (vgl. Camden Town Street Markets: ca. 28 Mio. Besucher p.a., OFF-Sortiment: Produce, Art, Fashion, Lifestyle, Street Food   Claim: „Eat, drink, shop &amp; dance.“: lifestyle-orientierte Szenemärkte mit starker Zugkraft für junge Menschen &amp; Touristen)</li> </ul> <p><b>AKTIONEN / VERANSTALTUNGEN</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Kneipenabend</b> mit gemeinsamen Programm</li> <li>• <b>Familiensonntag</b> mit kinderfreundlicher Bespielung des ÖR</li> </ul>

Aufgabe 2	Zukunftsvision Mainstream-Magnet - Stichpunkte
<p><b>WAS IST NÖTIG?</b></p>	<p><b>MAßNAHMEN &amp; INFRASTRUKTUREN</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Zentrale Kinderbetreuung</li> <li>• Sicherheit (Ordnungspartnerschaft / Sicherheitsdienst)</li> <li>• Umsiedlung der Krisenhilfe</li> <li>• Direkte Anbindung an den Bahnhof</li> <li>• Platz vor dem Musikforum werbewirksam bespielen</li> </ul> <p><b>KOMMUNIKATION INTERN &amp; EXTERN ZUSAMMENDENKEN</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Eingangstore markieren</li> <li>• Quartiersbeschilderung mit B3E-Infos</li> <li>• Agentur für Kommunikation</li> </ul> <p><b>CLUSTERBILDUNG (ORIENTIERUNG &amp; ANZIEHUNG)</b></p> <p>„Dem Besucher erklären, wie das Viertel funktioniert.“</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Kortumstraße: Mainstream</li> <li>• Kerkwege: Szenenutzungen</li> <li>• Parkplatz: Streetfood-Market</li> <li>• Brüderstraße: Asia-, Vegan-, Super-, Healthfood</li> <li>• Viktoriastraße: Quality- + World-Food</li> </ul>
<p><b>SONSTIGES</b></p>	<p><b>MAINSTREAM ALLEIN REICHT FÜR DIE ZUKUNFT NICHT AUS!</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Einzelpositionierung erscheint als Sackgasse.</li> </ul>



Artikel „So bunt und liebevoll ist diese Stadt“, Quelle: WAZ Bochum 21.12.2018



# Familiendisko

**Live Programm**  
**TanzAlarm**  
unser Stargast



**Die Disko für Kinder und Eltern**

## Volker Rosin

präsentiert einen Auszug  
aus seinem Mitmach-Konzert



**von 13:00**  
**bis 19:00**

# Sonntag 24. März



















## I.3

### TEAMWORK

#### Aufgabe 3

### Zukunftsvision „Touristenmeile“

Aufgabe 3	Details
<p><b>Zukunftsvision</b> <b>Touristenmeile</b></p>	<p><b>Die Arbeitsaufgabe ;-)</b> Eine Hamburger Investorengruppe mit einschlägigen Erfahrungen im Bereich von Touristen-Standorten ist großflächig ins B3E eingestiegen und hat Euch als Bochumer Jungs mit dem lukrativen Quartiersmanagement beauftragt. Als Antrittsaufgabe für den neuen Job sollt Ihr ein Konzept entwickeln, wie aus dem B3E ein deutschlandweiter <b>touristischer Hot Spot</b> entstehen kann.</p>
<p><b>Gruppenarbeit</b></p>	<p>„Konzeptionelles Brainstorming“</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Wie lassen sich „Tourismus“ und Bermuda3Eck zusammen denken?</li> <li>• Über welche Stärken verfügt das B3E aus touristischer Sicht?</li> <li>• Welche Eigenschaften lassen sich zu Stärken ausbauen?</li> <li>• Welche neuen Ansiedlungen und Nutzungen wären sinnvoll?</li> <li>• Welche Besucher   Kunden   Nutzertypen kommen in Betracht?</li> <li>• Mit welchen Angeboten lassen sich Besucher / Kunden gewinnen?</li> <li>• Welche Bundles für unterschiedliche Kundentypen sind denkbar?</li> <li>• Wie könnte ein „Tourismus-Hotspot“ generiert werden?</li> <li>• Wie lässt sich das B3E als Tourismus-Standort vermarkten?</li> <li>• Wie könnten die ersten Umsetzungsschritte aussehen?</li> <li>• Welche Maßnahmen wären besonders wichtig?</li> <li>• Welche Infrastrukturen wären erforderlich?</li> </ul>
<p><b>Anmerkung</b></p>	<p><b>Das beigelegte Material soll die Teamarbeit unterstützen.</b></p>

Aufgabe 3

Zukunftsvision Touristenmeile - Impressionen



Aufgabe 3	Zukunftsvision Touristenmeile - Stichpunkte
<b>STRATEGIEN</b>	<b>HOMEBASE DES RUHRGEBIETSTOURIMUS</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• <b>B3E als Touristen-HUB:</b></li><li>• <b>Potenzieller Erstaufschlagspunkt für Touristen im Ruhrgebiet</b></li><li>• <b>Zentraler Start- &amp; Endpunkt für touristische Aktivitäten</b></li><li>• <b>Optimale Erschließung durch ÖPNV &amp; MIV</b></li><li>• <b>Erschließungspotenzial für Fahrradtourismus</b></li><li>• <b>Anknüpfungspotenzial zur Ruhr- und Industriekultur</b></li><li>• <b>Ausbaupotenzial für Hotelkapazitäten</b></li><li>• <b>Ziel: in einer Liga mit Zollverein, Villa Hügel &amp; Co.</b></li></ul>
<b>VERMARKTUNG</b>	<b>B3E = „WESTPOL“</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• <b>„Von hier ist überall gleichweit“ (Zentrale geografische Lage im Ruhrgebiet)</b></li><li>• <b>„Leichter zu erobern als der Nordpol – Heißer als der Südpol“</b></li><li>• <b>„WESTPOL = DEIN PLACE TO BE TIEF IM WESTEN“</b></li><li>• <b>„Willkommen zu Hause“</b></li><li>• <b>USP: „Uns gehören die besten Stunden Deines Tages“</b></li></ul>

Aufgabe 3	Zukunftsvision Touristenmeile - Stichpunkte
<p><b>STÄRKEN</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sehr dichtes Angebot</li> <li>• Hohe Vielfalt an Gastronomie, Kultur &amp; Städtebau</li> <li>• Verweilzonen ohne Konsumzwang</li> <li>• Unperfekt wie das (echte) Leben</li> </ul>
<p><b>ZIELGRUPPEN</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kultur- &amp; Freizeittourismus</li> <li>• Wissenstourismus</li> <li>• Wirtschafts- &amp; Messtourismus</li> </ul>
<p><b>WAS FEHLT?</b></p>	<p><b>ANSÄTZE FÜR ZIELGRUPPENSPEZIFISCHE &amp; ÜBERGREIFENDE ANGEBOTE</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• USP „Geschichten erzählen“, z. B. historische Führungen / „B3E-Kiez-Stories“</li> <li>• USP „Inszenierung“, z. B. wöchentlich wechselnde Illumination (3D-Video-Fassaden)</li> <li>• USP „Kunst im öffentlichen Raum“, vgl. „The Needle“ Dublin</li> <li>• USP „Kultur“, z. B. „Grönemeyer Museum“, „3Theater-Haus“</li> <li>• USP „Mega-Events“, z. B. Upgrade Bochum Total</li> <li>• USP „Mobilität“, z. B. Seilbahn von/zur RUB, Shared-Space / „Stilleben“ Viktoriastraße</li> <li>• USP „urbane Produktion“, z. B. B3E als zentrale Manufaktur des Ruhrgebiets</li> </ul> <p><b>ZIEL: ALLEINSTELLUNGSMERKMALE AUFBAUEN!</b></p>

### Aufgabe 3

### Zukunftsvision Touristenmeile - Stichpunkte

#### WAS IST NÖTIG?

#### MAßNAHMEN & INFRASTRUKTUREN

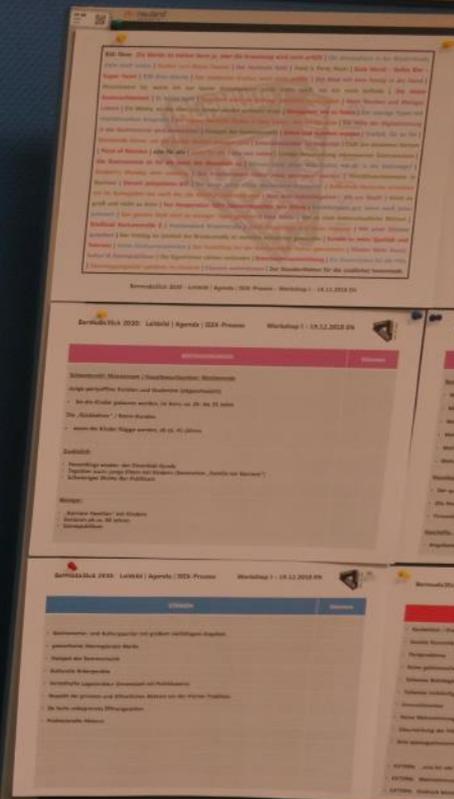
- **Scharfes Profil entwickeln:**
  - **Sichtbarkeit & Wahrnehmung steigern**
  - **Eingangstore ins B3E werbewirksam markieren**
  - **Viertelwegweisungs- & Besucherinfosystem entwickeln**
  - **Digitale Wahrnehmung und Google-Ranking verbessern**
- **Inspirierende Wohlfühlatmosphäre aufbauen:**
  - **Sauberkeit – Ordnung – Sicherheit adäquat verbessern**
  - **Temporäres Entertainment bieten: Überraschen, Erstaunen, die Sinne Betören**
  - **Den Besuchern ein Multichannel-B3E-Erlebnis bieten**
  - **Infopoint zur zentralen Anlauf- & Servicestelle für den Ruhrgebietstourismus ausbauen.**

Aufgabe 3

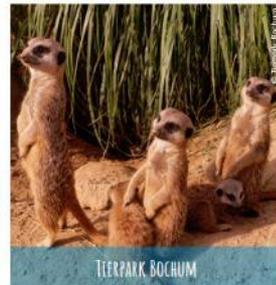
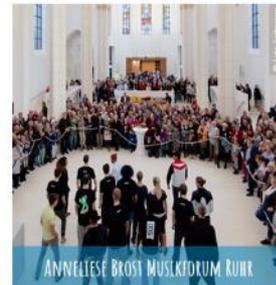
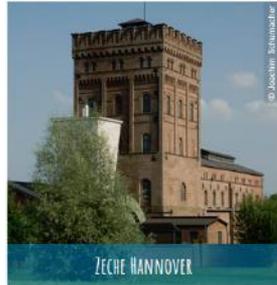
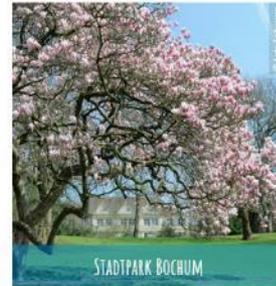
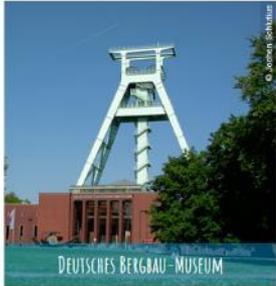
Zukunftsvision Touristenmeile - Impressionen

Wirtschaftlich prägen?  
 des Szeneviertels einhauchen?  
 wären hierfür sinnvoll?  
 Raum?  
 oder verstärkt in Betracht?  
 sceneaffine Kunden gewinnen?  
 en?  
 vermarkten?

BSE+TAJZ  
 TERRORETTRES ENTERTAINMENT  
 ÜBERASCHEN, ERSTAUNEN ERZEUGEN  
 USP UNIQUE  
 VISUELL, HABITUS, INHALTLICH  
 SÄMLICH  
 TOUR. STÄRKE DES BERS (NESTPOL)  
 DICHTES ANGEBOT VIELFACHT GASTR./OPTISCH/KULT.  
 UNPERFEKT (WIE DAS LEBEN SELBST)  
 GENEHMIGER PROSEUD, SCHWERHEIT  
 VERKEILZAVEN OHNE KONVULSIONEN  
 2 INKONANTE EINGANGSTORE BOCHUM  
 TEIL DES ZURTOURISIMUS SART V. ENDE  
 (BUNDLE: (PLUR)KULTUR ERSTER U.  
 ZOLLEREIN HOTELS LETZTER  
 VILLA HÜGEL BADSTATUEN PUNKT DER  
 ROUTE D. DORFES ZURTOURISTEN  
 BERATUNGSKULTUR SCARFES  
 DIE BSETOURISIMUS PROFIL  
 KULTURTURISIMUS ÜBERDRUCK  
 WISSENTOURISIMUS SÄMLICH  
 AUF DIE KACKE TAUEN



## WAS GIBT'S ZU ENTDECKEN IN BOCHUM?



## AUF SHOPPINGTOUR IN DEN INNENSTÄDTEN!



Quelle: [www.ruhr-tourismus.de](http://www.ruhr-tourismus.de)

Videos von Personen, die im gleichen Alter wie die junge Zielgruppe des B3E sind:



Ein Reiseführer für das Ruhrgebiet und Drumherum.

von Matthias, Denise und das checkpott-Team



Zukunftsmarkt Ruhr Tourismus

WAZ

RHEIN-RUHR

Dienstag, 29. Januar 2019



Ein Selfie auf Zollverein: Wenlin (32) und ihr Freund Jiaqi (32) aus China auf dem Dach des Ruhr-Museums auf dem Gelände der Zeche Zollverein in Essen. FOTO: KAPS MEDIA

# Acht Millionen Nächte im Ruhrgebiet

Die Schweizer im Oberhausener Gasometer, die Chinesen im Duisburger Innenhafen: Der Tourismus gewinnt im Revier immer mehr an Bedeutung. 20 neue Hotels im Bau oder in Planung

Von Frank Preuß

**Ruhrgebiet.** Als der Berg rief im Gasometer, da flogen – ausgerechnet – die Schweizer ein zur Ausstellung in Oberhausen. Dass die neue Seidenstraße nach 11.000 Kilometern Bahnstrecke am Duisburger Hafen endet, ist sogar bei chinesischen Touristen nicht unbemerkt geblieben. Und selbst die Niederländer rauschen nicht nur durchs Revier, um möglichst schnell ins Sauerland zu kommen, sondern halten immer öfter an: „Wir sind langsam im Tourismus angekommen“, sagt Axel Biermann.

Der Geschäftsführer der Ruhr Tourismus GmbH (RTG) blickt auf ein Zahlenwerk, das seine Einschätzung stützt. 2017 verbrachten Hotel- und Buchungsstellen im Ruhr-



**„Wo ich mich als Tourist wohlfühle, fühle ich mich auch als Bewohner wohl“**

Axel Biermann, Ruhr Tourismus GmbH

das Ruhrgebiet sogar die Titelseiten der großen Reisekataloge eroberte, hat den Schub ausgelöst.

Die Statistiken trennen Geschäftsreisende und Urlauber nicht, dass erstere schon wegen der Messen deutlich in der Überzahl sind, ist unbestritten. Je nach Stadt gehen Experten von mindestens 70 Prozent professionellen Anflüssen für

richtet Andreas Wietheger, Abteilungsleiter unter anderem für Städtereisen bei Ruhr Tourismus. „Selbst die Nachfrage für Flusskreuzfahrten von Bodensee mit einem Stopover in Duisburg auf dem Weg nach Amsterdam hat angezogen.“ Zwar tauchten diese Übernachtungen nicht in der Statistik auf. „Aber die Leute geben ja Geld aus, wenn sie im Duisburger Innenhafen sind.“

Wietheger ist überzeugt: „Die Übernachtungszahlen insgesamt werden hier weiter steigen.“ Ein Indiz dafür: 20 neue Hotels sind im Bau oder in Planung. Es hat indes vermutlich nicht nur mit der wachsenden Attraktivität des Reviers für Besucher zu tun, sondern auch mit der Zinssituation und der Lust auf Hotel-Investments. Im Ergebnis übertrug er den Standort. Die

Jenseits von Industriekultur und Rad-Tourismus seien aktuelle Anlässe als Lockmittel nach wie vor das dickste Pfund. Biermann: „Große Konzerte oder Fußballspiele helfen natürlich immer.“ Über Events ließen sich auch jüngere Zielgruppen verstärkt gewinnen. Die RTG wird wie in jedem Jahr die „Extraschicht“, die Nacht der Industriekultur, ausrichten, der „Tag der Trinkhallen“, der es bis in die „ARD-Tagesthemen“ schaffte, ist erst wieder für 2020 vorgesehen.

**Trendscout für andere sein**

In den Niederlanden und im Rhein-Main-Raum ist Ruhr Tourismus mit Plakaten, Postkarten und Radio-Werbespots unterwegs. Journalisten und Blogger werden eingeladen in

werden. Biermann: „Wir müssen darüber reden, auf welchen Wegen wir unsere potenziellen Kunden am besten erreichen, mit welchen Instrumenten wir ihre Aufmerksamkeit wecken, wie wir sie betreuen, wie wir ihren Besuch nachbereiten.“

Dass die Digitalisierung auch im Tourismus noch manches auf den Kopf stellen wird, davon ist auch Axel Biermann überzeugt. „Du wirst zuhause sitzen und sagen, ‚Alexa, buch mir mal ein paar Tage Mallorca‘.“ Dass der kleine Sprachassistent dann das Ruhrgebiet als Ausflugsziel empfiehlt, daran wird man wohl noch arbeiten müssen.

Digitaler Radroutenplaner

**KOMPAKT**

Nachrichten aus NRW

**Zwei Festnahmen bei Rocker-Razzia**

**Essen/Hagen/Bottrop.** Die Ermittlungen im Hagener Rockerkrieg zwischen Bandidos und Freeway Riders ziehen weitere Kreise. Spezialeinsatzkräfte der Polizei stürmten Montagfrüh eine Wohnung in einem Mehrfamilienhaus in Essen-Altenessen. Zu einem weiteren Zugriff kam es zeitgleich in Bottrop. Die beiden aufgegriffenen Männer (30 und 37 Jahre) wurden vorläufig festgenommen. Bei einem der Verdächtigen wurde eine durchgeladene Schusswaffe mit gefülltem Reservemagazin sichergestellt.

**Gestohlener Kontrabass zum Kauf angeboten**

**Dortmund.** Mit vorgetuschtem Kaufinteresse hat ein Musiker in Dortmund dafür gesorgt, dass ein Kollege seinen gestohlenen Kontrabass zurückbekommt. Das Instrument wurde Anfang des Monats im Konzerthaus gestohlen. Vergangene Woche wurde es in der Innenstadt zufällig dem 51-Jährigen zum Kauf angeboten. Als Mitglied der Philharmoniker wusste er von dem Diebstahl, er bekundete zum Schein sein Interesse. Beim verabredeten Kauf zwei Tage später schlug dann die Polizei zu.

**Hündin wohl lebendig in die Ruhr geworfen**

**Mülheim.** Im Fall der Hündin, die zwei Tage vor Silvester in die Ruhr geworfen und tot geborgen wurde, liegt jetzt der Untersuchungsbefund des Staatlichen Veterinärämtes in Krefeld vor. Daraus gehe hervor, dass es Hinweise dafür gebe, dass der Hund noch lebe, als er von der Brücke ins Wasser geworfen wurde. Das meldet die Stadt Mülheim. Gegen den 58-jährigen Hundehalter, den die Polizei ermittelt hat, strebt das Veterinäramt ein Tierhalteverbot an. Auch ein Strafverfahren ist möglich.



Aufgabe 3

Zukunftsvision Touristenmeile - Kartierung



## I.4

### FOKUS UMSETZUNG

**„Wie kann die Zukunft angegangen werden?“**

## I.5

### TEAMWORK

**„Wie kann die Zukunft angegangen werden?“**

**3 Beispielprojekte für Zieleigenschaften des B3E**

## I.5

### FOKUS: ZIEL-EIGENSCHAFTEN DES B3E

**multifunktional & vernetzend**

#### **Aufgabe 4**

**„Die größte Coworking Area Deutschlands“**

Aufgabe 4	Details
<p><b>Die größte Coworking Area Deutschlands</b></p>	<p><b>Die Arbeitsaufgabe:</b> Die Vernetzung der unterschiedlichen Akteure zählt quasi zur DNA einer erfolgreichen ISG ebenso wie Multifunktionalität &amp; Treffpunkte zum Bermuda3Eck. Zusammen mit den Flächenreserven in den Obergeschossen verfügt das Bermuda3Eck über das Potential eines gigantischen Coworking Space, einer auf mehrere Lagen, Immobilien, Geschosse und Nutzungen flexibel skalierbaren „Coworking Area“.</p> <p>Jedes wissensbasierte Unternehmen mit Büroarbeitsplätzen benötigt eine individuelle Mischung aus Rückzugs-, Besprechungs- und Treffpunktflächen, ggf. ergänzt um Produktionsflächen. Für junge Unternehmen (Start-ups, Scale-ups) ist der Anteil an Kontakt- und Treffpunktflächen tendenziell höher, so dass diese gut zum B3E passen. Allerdings verändern sich die Bedarfe mit der Zeit. Und als Coworking Area könnte das B3E auch größeren Unternehmen flexible Lösungen anbieten.</p>
<p><b>Gruppenarbeit</b></p>	<p>„Konzeptionelles Brainstorming“</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Wie lässt sich ein Coworking-Angebot im Bermuda3Eck aufbauen?</li> <li>• Welche Flächen wären für den Start aktivierbar?</li> <li>• Wo lassen sich klassische Rückzugs- und Besprechungsfunktionen abbilden?</li> <li>• Wo lassen sich Treffpunkte schaffen?</li> <li>• Welche Gastroflächen lassen sich zu welchen Tageszeiten integrieren?</li> <li>• Welche Services könnten zentral für die gesamte Area angeboten werden?</li> <li>• Wie lassen sich die Coworking-Firmen zu einer Community vernetzen?</li> <li>• Wie könnten die ersten Umsetzungsschritte aussehen?</li> <li>• Welche Maßnahmen wären besonders wichtig?</li> <li>• Welche Infrastrukturen wären erforderlich?</li> </ul>

## Aufgabe 4

## Die größte Coworking Area Deutschlands - Stichpunkte

### POTENZIAL

#### COWORKING AREA B3E

- + Projekt Landmarken AG City-Tor Süd
  - + Entwicklungsfläche neben Musikforum
  - + Entwicklungsfläche Neustraße / Kreuzstraße
  - + Lueg-Immobilie
  - + Flächenreserven OGs im Vereinsgebiet
  - + dezentrales Flächenmanagement
- = „größte Coworking Area Deutschlands“

### WAS FEHLT?

#### ANGEBOTSPALLETTE

- ISG hilft Eigentümern auch in den OGs
- Mehrwerte durch Flexibilität | Größe | Technikausstattung
- Potentieller Flächen-Pool & Job-Pool für die Gewerbebetriebe im B3E
- Start-up-Förderprogramme bündeln
- Mietern beim 2. Schritt / der nächstgrößeren Fläche helfen

Aufgabe 4	Die größte Coworking Area Deutschlands - Stichpunkte
<p><b>INFRASTRUKTUR</b></p>	<p><b>FLÄCHENPROGRAMM</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Meetingflächen mit hoher atmosphärischer Qualität über Betriebe des B3E flexibel abbildbar</li> <li>• Klassische Büro- und Konferenzflächen in den OGs</li> <li>• Service- &amp; Dienstleistungsflächen für alle zentral bündelbar</li> </ul>
<p><b>WAS IST NÖTIG?</b></p>	<p><b>MÖGLICHKEITEN DER ISG</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Zentrale Anlaufstelle (z. B. im Infopoint) + digitale Plattform</li> <li>• Full-Time-Management aufbauen (z. B. in Kooperation mit Gastronomen / Hotels)</li> <li>• Zentraler Dienstleistungspool: Meeting-Räume, Plotter, Server, WLAN, CLOUD, Job-Pool, ...</li> <li>• Kooperationen mit Multiplikatoren: z. B. UNI, FH, WEG, ...</li> </ul>
<p><b>BOTTLENECKS</b></p>	<p><b>WAS KLAPPEN MUSS</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Eigentümer aktivieren: „Wir schaffen Mehrwerte“</li> <li>• Ankerinvestitionen auslösen</li> <li>• Anschubfinanzierung organisieren</li> <li>• Baurechtskonflikte lösen: „Wohnraum versus Büroraum“</li> </ul>

# Coworking ist nicht nur für Start-ups ein Thema

Auch Großunternehmen wünschen sich mittlerweile mehr Flexibilität bei der Bürofläche. Die Anforderungsprofile von Start-ups und Etablierten werden einander ähnlicher.

Immerhin 44% der jüngst vom Immobilien-dienstleister Knight Frank befragten, global aktiven Unternehmen gehen davon aus, dass flexible Arbeitsplatzangebote bis zu 20% ihrer genutzten Büroflächen ausmachen werden. Das Thema Coworking hat sich damit zu einem Breitenthema entwickelt. Etablierte Unternehmen gucken sich dabei die Raumkonzepte an, die Start-ups schon seit Jahren mit der Absicht nutzen, den Wohlfühlfaktor der Mitarbeiter zu erhöhen und die Kreativität zu steigern.

Die Anforderungen, die Büronutzer heute an ihre Räumlichkeiten stellen, waren auf der Mipim Proptech New York Gegenstand eines Expertenpanels. „Die Menschen suchen heute generell nach mehr Möglichkeiten, ihren Raumbedarf über den Tag flexibel zu gestalten“, erläuterte Cory Clarke, beim Platzhirsch WeWork zuständig für die Produktentwicklung. „Sie wollen wechseln können zwischen Rückzugsräumen für konzentriertes Arbeiten, offenen Räumen für spontane Besprechungen und einem lebhaften Umfeld für kreative Ideen“, fügte Clarke hinzu.

Der niederländische Entwickler Edge Technologies, bekannt für seine smarten Bürogebäude, denkt bei der Planung gleich daran, dass aus Start-ups irgendwann größere Unternehmen werden können. „Wir belegen von vorneherein einen gewissen Prozentsatz unserer Flächen mit Coworkinganbietern“, erklärt Jan-Hein Lakeman, Leiter der US-Aktivitäten von Edge. „Darüber hinaus geben wir schnell expandierenden Unternehmen die Möglichkeit, sozusagen aus der Fläche herauszuwachsen und auf normale Büroflächen im selben Gebäude zu wechseln.“ Das Thema flexible Flächennutzung erschöpfe sich nicht im Coworkingspace, sondern müsse für das ganze Gebäude mitgedacht werden, sagte Lakeman.

Dabei sei zu bedenken, so ergänzte Arie Barendrecht, Gründer und CEO des Proptechs WiredScore, dass sich die Kommunikationsbedürfnisse im Zeitablauf ändern können: „In dem Maße, in dem wir gewachsen sind, haben unsere Mitarbeiter ein geringeres Interesse gezeigt, sich mit anderen Mietern auf derselben Fläche auszutauschen.“ us

# Die Coworker feiern auch 2019 weiter

Satte 7% des Gesamtumsatzes am Bürovermietungsmarkt entfielen im vergangenen Jahr auf die Coworkingbranche.

In den Toplagen der Großstädte sollen es sogar 16% gewesen sein. Und der Trend kennt nur eine Richtung – weiter nach oben. Dabei hilft die Flächenknappheit.

Allerdings wächst auch die Konkurrenz und bei Vermietern zeichnet sich eine gewisse Zurückhaltung ab.

**B**ierchen gefällig? Diese Frage könnten sich Arbeitnehmer in immer mehr Büros in Deutschland stellen, wenn es auf den Feierabend zugeht. Zumindest dann, wenn die öffentliche Wahrnehmung von Coworkingcentern und deren Realität übereinstimmen. Denn auch wenn noch niemand gezählt hat, in wie vielen der flexiblen Bürostandorte tatsächlich das Klischee von der Zapfanlage gelebt wird, scheint doch eines unstrittig: Der Anteil von Coworking am Büroflächen-gesamtmarkt wird 2019 weiter steigen.

Stephan Leimbach, Leiter der Bürovermietung von ILL in Deutschland, beziffert die bislang in Deutschland von flexiblen Arbeitsplatzkonzepten belegte Bürofläche auf rund 700.000 m<sup>2</sup>. „Für weitere 300.000 m<sup>2</sup> sind schon die Mietverträge unterschrieben. Das kommt jetzt nicht alles in diesem Jahr auf den Markt, aber der prozentuale Anteil von Coworking auf dem Büro-markt wird deutlich zunehmen“, ist sich Leimbach sicher. Ähnlich urteilt Thomas Beyerle, Head of Group Research bei Catella,

## Zwei Faktoren beflügeln den Coworkingmarkt

polen bekämen gleichsam die Coworkinganbieter zu spüren, die auf der Suche nach Expansionsmöglichkeiten sind. „Auch die müssen mehr bezahlen als noch vor zwei Jahren. Und natürlich befürchten sie den Markt, indem sie mehr als klassische Mieter zu zahlen bereit sind. Welchen Anteil das an der Mietpreisentwicklung hat, kann man aber nicht beziffern.“

Sandra Breuer, Geschäftsführerin des Beratungsunternehmens combine Consulting, kennt noch einen weiteren Grund für die hohe Nachfrage von Nutzerseite. „Arbeiten darf heute anders aussehen als noch vor ein paar Jahren. Das hängt damit zusammen, dass viele Unternehmen inzwischen verstanden haben, dass ein Arbeitstag aus vielen unterschiedlichen Tätigkeiten besteht. Und nicht für jede davon ist der Schreibtisch der perfekte Arbeitsort“, sagt sie. Gestaltung und Design drücken die Haltung eines Unternehmens aus, hinzu komme die oftmals schwierige Suche nach Nachwuchskräften. „Das Büro muss heute nicht mehr so standardisiert sein wie in frü-



Die Zapfanlage für das Bier nach Feierabend klingt wie ein Klischee, ist aber in einigen Coworkingcentern tatsächlich genauso obligatorisch wie ein Tischkicker.

Quelle: Immobilien Zeitung, Urheber: Robin Gödes

Leimbach. Zudem befürchteten klassische Vermieter mitunter, durch Coworking teilweise die Kontrolle über ihre Häuser zu verlieren. „Das kann man auch nicht ganz von der Hand weisen, da man ja nicht mehr weiß, welche Unternehmen letztlich als Coworkingnutzer im Hause sind“, meint Leimbach.

All dies habe inzwischen zu einer gewissen Zurückhaltung geführt. „Die meisten Vermieter haben für sich eine Quote festgelegt. Mehr als 20% Coworking wollen die wenigsten im Portfolio haben – einfach deshalb, weil eben noch niemand weiß, was in einer Krise passieren wird.“ Andererseits suchten klassische Mieter durchaus die Nähe zu Coworkingspaces. „Das kann dafür sprechen, einen Teil der Flächen in einem Bürohaus an einen der Anbieter zu vergeben und so die Attraktivität des Standorts im Gesamten zu erhöhen“, sagt Leimbach.

Doch mit dem Erfolg des Konzepts Coworking tauchen für die Anbieter neue Konkurrenten auf. Ein Trend, der jetzt begonnen habe und laut Leimbach sicherlich noch zunehmen wird, ist das White-Label-Coworking. „Der Vermieter will von einer Coworkingfläche in seinem Gebäude profitieren,

fertig und kreativ ausgebauten Büroflächen oder „All-inclusive“-Mietmodelle nachdenken. „Einfachheit ist ein wichtiges Argument für eine Entscheidung zugunsten von Coworking, und die Nachfrage ist auf jeden Fall vorhanden.“

Über eines sollte der wohl 2019 weiter ungebrochene Trend hin zu Arbeitsplatzkonzepten mit flexiblen Vertragsmodalitäten allerdings nicht hinwegtäuschen: Noch immer ist Coworking ein vergleichsweise kleines Phänomen, setzt man es in Relation zum Gesamtmarkt. Catella geht davon aus, dass Coworkingflächen in diesem Jahr einen Anteil von lediglich etwa 4,8% gemessen am Büroflächengesamtmarkt in Deutschland ausmachen werden.

Im aktuellen Städteranking von Catella führt die Bundeshauptstadt Berlin, wenig überraschend, mit 103 Coworkingspaces die

Rangliste in Deutschland an. Auf den Plätzen folgen mit weitem Abstand Frankfurt mit 43 Standorten und Hamburg mit immerhin noch 37. Im europäischen Vergleich wird allerdings mehr als deutlich, wie sehr das Angebot in Deutschland noch immer in den Kinderschuhen steckt. Die europäische Rangliste wird angeführt von London mit 257 Standorten, gefolgt von Barcelona (164) und Madrid mit 157. rgo

Aufgabe 4

Die größte Coworking Area Deutschlands - Impressionen



## I.5

### FOKUS: ZIEL-EIGENSCHAFTEN DES B3E

**einladend & tolerant**

### **Aufgabe 5**

**„Die Bermuda-Charta“**

Aufgabe 5	Details
<p><b>Bermuda-Charta</b></p>	<p><b>Die Arbeitsaufgabe:</b> Im Bermuda3Eck fehlt es an den verschiedensten Ecken an „Wir“-Gefühl. Sei es zwischen den unterschiedlichen Besuchergruppen, zwischen Alteingesessenen und Betreibern mit Migrationshintergrund, zwischen Gewerbetreibenden und Eigentümern und auch zwischen dem Verein und den vielen unterschiedlichen Nutzern des Viertels. Das teilweise fehlende Gemeinschaftsgefühl schafft die Basis für <b>Konflikte, die den gewachsenen Spirit und den Freizeitwert des Kultur- und Gastronomiequartiers belasten.</b></p> <p>Um jenseits von „trockenen“ Vereinssatzungen die Zusammengehörigkeit der Akteure und das Entstehen für <b>gemeinsame Werte und Ziele</b> zum Ausdruck bringen und Mitstreiter in der Sache neben wirtschaftlichen Interessen auch moralisch einwerben zu können, wird die Erarbeitung einer „Bermuda-Charta“ vorgeschlagen.</p> <p>Die Bermuda-Charta ist die Verfassung des 3Ecks. Jeder, gleich ob Akteur oder Besucher, der ihre Werte und Ziele achtet, kann ihr beitreten und freiwilliges Mitglied einer Gemeinschaft werden, die für <b>ein besonderes Stück Bochumer „Wir“-Gefühl</b> steht.</p>
<p><b>Gruppenarbeit</b></p>	<p>„Konzeptionelles Brainstorming“</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Konzeption: Werte und Ziele des B3E, Verhaltenscodex, Markenkern</li> <li>• Was wollen wir?</li> <li>• Was wollen wir nicht?</li> <li>• Wofür setzen wir uns ein?</li> <li>• Wofür stehen wir?</li> <li>• Was bedeutet „eins für alle“?</li> </ul>

**Aufgabe 5**

**Bermuda-Charta - Stichpunkte**

**GÄSTE**

**BERMUDA-CHARTA**

**Das Bermuda3Eck ist für alle da,**

**die Trinken nicht mit Saufen,  
die Gesang nicht mit Gegröle,  
die Witzigkeit nicht mit Pöbelei und  
Fröhlichkeit nicht mit Radau verwechseln.**

**Das Bermuda3Eck ist für alle da,**

**die Andersdenkende nicht für Idioten,  
die Ausländer nicht für minderwertig,  
die Frauen nicht für Freiwild,  
Kellner nicht für Dienstboten und  
Rücksichtnahme nicht für Schwäche halten.**

**Das Bermuda3Eck ist für alle da,**

**die das 3Eck zu einem Ort  
der gegenseitigen Toleranz,  
der Friedfertigkeit  
und der Freundlichkeit  
machen wollen.**

**Aufgabe 5**

**Bermuda-Charta - Stichpunkte**

**BETREIBER**

**Das Bermuda3Eck ist für Dich da  
und Du bist Teil des 3Ecks.**

**Fülle Deinen Laden mit Leben  
und lass die Besucher sich zu Hause fühlen.**

**Das Bermuda3Eck ist für Dich da  
und Du bist Teil des 3Ecks.**

**Achte auf Qualität & Sauberkeit  
und mache Dich und das 3Eck erfolgreich.**

**Das Bermuda3Eck ist für Dich da  
und Du bist Teil des 3Ecks.**

**Kooperiere mit Deinen Nachbarn  
und denke heute an die Kunden von morgen.**

**EIGENTÜMER**

**Das Bermuda3Eck stärkt den Wert Ihrer Immobilie  
und Sie stärken den Wert des Bermuda3Ecks.**

**Sprechen Sie mit uns, bevor Sie vermieten, und lassen Sie uns  
die gemeinsamen Chancen & Synergien nutzen!**

**Engagieren Sie sich mit uns für ein dauerhaft attraktives Viertel und  
profitieren Sie von einer starken Immobilien- und Standortgemeinschaft.**



Die Litfasssäule am KAP mit dem auffälligen Appell für ein tolerantes Miteinander. Die Aufmerksamkeit, die die plakative Aktion findet, hat die Initiatoren überrascht. **WAZ-Bild: Hartmut Beifuß**

Aufgabe 5

Bermuda-Charta - Impressionen



## I.5

### FOKUS: ZIEL-EIGENSCHAFTEN DES B3E

**weiterdenkend & entwickelnd**

### **Aufgabe 6**

**„Die neue Brüderstraße“**

Aufgabe 6	Details
<p><b>Die neue Brüderstraße</b></p>	<p><b>Die Arbeitsaufgabe:</b> Die Brüderstraße ist eine feste emotionale Koordinate bei jedem interviewten Vereinsmitglied. Für viele ist sie zur Symbollage für die Grundsatzforderung geworden, die Eigentümer aktiver in die Vereinsarbeit und Entwicklung des Bermuda3Ecks einzubeziehen. Gemeinsame Ziele zwischen Eigentümern und ISG werden sich nur dann formulieren und umsetzen lassen, wenn attraktive wirtschaftliche Perspektiven existieren. Hieraus leitet sich die Aufgabe der ISG ab, die Lagen im Vereinsgebiet stetig weiterzudenken und Standortentwicklungen aktiv zu unterstützen.</p>
<p><b>Gruppenarbeit</b></p>	<p>„Konzeptionelles Brainstorming“</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Über welche Stärken verfügt die Brüderstraße?</li> <li>• Welche Schwächen belasten die Brüderstraße?</li> <li>• Welche Schwächen lassen sich ggf. beheben und wie?</li> <li>• Welche Eigenschaften lassen sich ggf. zu Stärken ausbauen?</li> <li>• Welche neuen Ansiedlungen und Nutzungen wären ggf. sinnvoll?</li> <li>• Welche übergeordneten Themen oder Branchenmix-Profile könnten passen?</li> <li>• Welche Besucher   Kunden   Nutzertypen kommen in Betracht?</li> <li>• Mit welchen Angeboten lassen sich Besucher / Kunden gewinnen?</li> <li>• Welche Bundles für unterschiedliche Kundentypen sind denkbar?</li> <li>• Wie und mit welchen Inhalten könnten die Eigentümer angesprochen werden?</li> <li>• Wie können oder sollen die Gewerbetreibenden einbezogen werden?</li> <li>• Wie könnten die ersten Umsetzungsschritte aussehen?</li> <li>• Welche Maßnahmen wären besonders wichtig?</li> <li>• Welche Infrastrukturen wären erforderlich?</li> </ul>

Aufgabe 6	Die neue Brüderstraße - Stichpunkte
<b>STÄRKEN</b>	<b>AUS DEN INTERVIEWS</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Erfolg der Gaststätte Brinckhoff's</li><li>• Erfolg der asiatischen Speisegastronomie</li><li>• Image der Buchhandlung Jansen</li><li>• Entwicklung am Otto-Sander-Platz: Badalona, etc.</li><li>• Eigenständiges Straßenbild</li><li>• Städtebauliche Gemütlichkeit der Brüderstraße</li></ul>
<b>SCHWÄCHEN</b>	<b>AUS DEN INTERVIEWS</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Subjektives Sicherheitsgefühl</li><li>• „Car Posing“: Lärmemission &amp; Verkehrssicherheit</li><li>• Abkapselungstendenzen von Betreibern mit Migrationshintergrund</li><li>• Relativ kleine Flächen für Außengastronomie</li></ul>
<b>STATUS QUO</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• <b>PARALLELITÄT:</b> 2/3 der Brüderstraße verfügt über einen starken gewachsenen Branchenmix.</li><li>• Shisha-Bars schaffen Zielgruppenangebot für junge Menschen mit Migrationshintergrund.</li><li>• Brüderstraße ist gefühlte Sollbruchstelle der B3E-Entwicklung.</li></ul>

Aufgabe 6	Die neue Brüderstraße - Stichpunkte
<p><b>ZUSTÄNDIGKEITEN</b></p>	<p><b>ÖFFENTLICHE HAND ODER ISG?</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Sicherheit &amp; Ordnung sind Hauptaufgabe des Staates.</li> <li>• Entsprechende Maßnahmen fallen in den Verantwortungsbereich der Stadt.</li> <li>• ISG kann, wenn überhaupt, nur diplomatisch flankieren.</li> </ul>
<p><b>WAS KANN GETAN WERDEN?</b></p>	<p><b>MÖGLICHKEITEN DER ISG</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Runder Tisch mit den Eigentümern</li> <li>• Beratung bei freiwerdenden Flächen, ggf. Vermittlung von Nutzern/Mieterern</li> </ul>
<p><b>BRANCHENMIX-OPTIONEN</b></p>	<p><b>AUS WORKSHOP I &amp; INTERVIEWS</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Asia-, Vegan-, Health-, Super-, Streetfood</li> <li>• Kaffeekultur: Chocolaterie, Rösterei, Konditorei</li> <li>• Nischenkonzepte &amp; Szeneeinzelhandel</li> </ul>
<p><b>IMPULS EN</b></p>	<p><b>AUS DER AUFBEREITUNG VON WORKSHOP I</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Integration / Entwicklung der Hinterhof-Flächen bis zur Neustraße</li> </ul>

KOMMENTAR

## Bermuda-Dreieck in Bochum: Störer müssen draußen bleiben

Bernd Kieseewetter

22.02.2018 - 18:38 Uhr



WAZ-Redakteur Bernd Kieseewetter kommentiert die Situation am Bermuda-Dreieck.

Foto: WAZ

**BOCHUM.** Das Bermuda-Dreieck ist ein Aushängeschild und zieht viele Menschen nach Bochum. Traurig, dass nun die Sperrung einer ganzen Straße nötig ist.

Das Bermuda-Dreieck mit seinen rund 70 Betrieben ist das wohl attraktivste und wichtigste Aushängeschild der ganzen Stadt. Es zieht viel, viel mehr Besucher an als zum Beispiel ein anderes Aushängeschild, der VfL. Wenn jemand die Beliebtheit und Sicherheit dieses Kneipenviertel gefährdet, müssen Stadt und Polizei konsequent handeln.



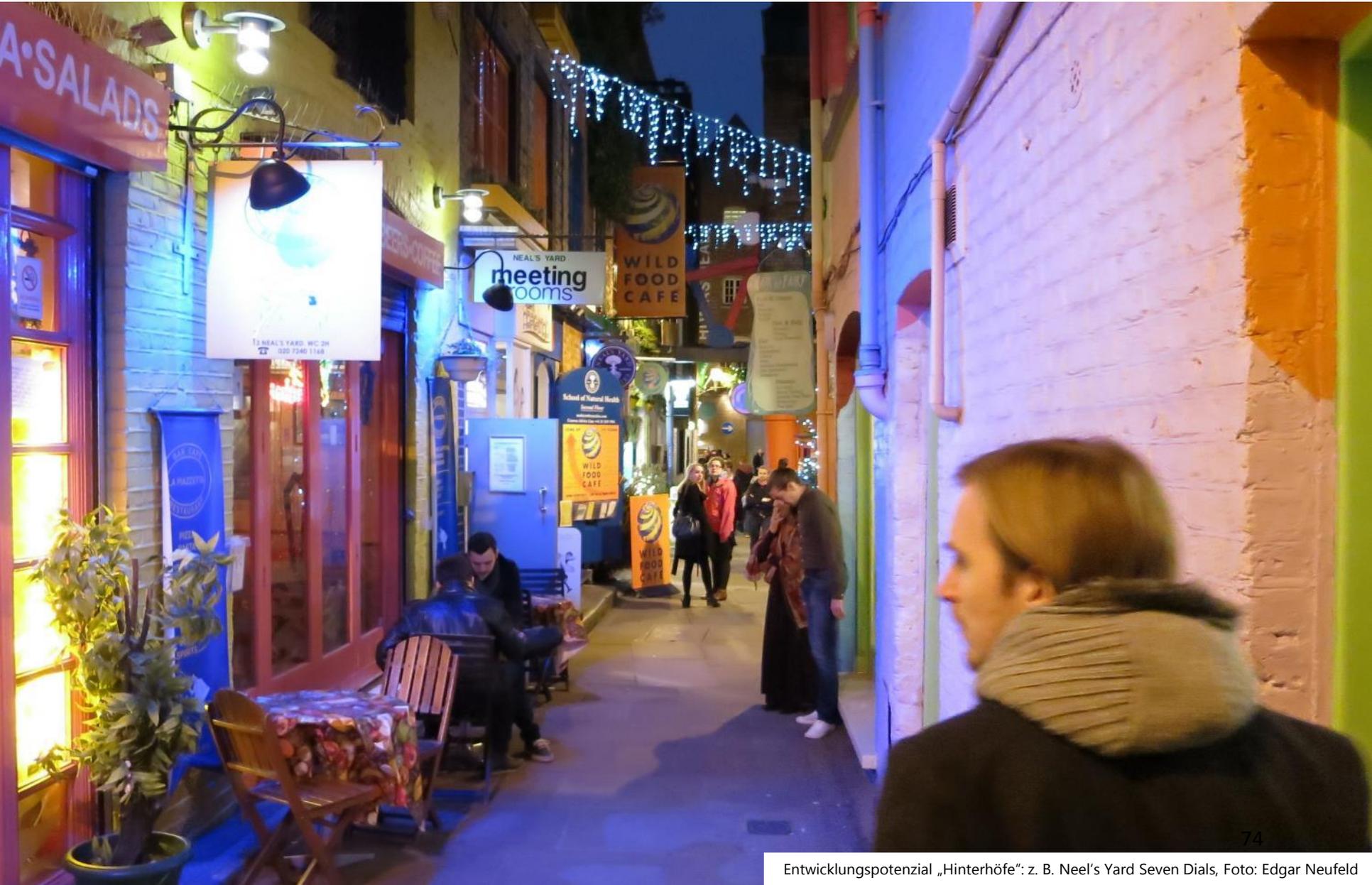
### Grenzenloses Skivergnügen

5 Skigebiete in 2 Ländern mit nur einem Skipass erleben – vom Nauders am Reschenpass bis Sulden im...

Quelle: WAZ Bochum 22.02.2018









## II.1

### FAZIT

**„Wo wollen wir mit dem Bermuda3Eck hin?“**

## II.1

# VISION BERMUDA3ECK 2030

„eins für alle“



## VISION BERMUDA3ECK 2030

Das Bermuda3Eck verfügt über **drei Identitäten**, die es in der Zukunft konsequent auszubauen gilt: Es ist gleichzeitig großstädtische Kulturachse, mainstreamiger Broadway und ein Hotspot von Szene & Subkultur. Alle drei Identitäten und ihre Lageschwerpunkte müssen für die Zukunft fit gemacht werden:

### a) KULTURACHSE

Die Neugestaltung der Viktoriastraße zum Abbau der Zäsur zwischen den Straßenseiten, die kulturelle Inszenierung von Straßenraum und Gebäudefassaden als **Bochumer Visitenkarte**, ein bewusstes Erleben des Ankommens in Bermuda3Eck & Innenstadt durch Temporeduzierung & Shared-Space-Elemente sind neben der Nutzung der Branchenmix-Potentiale für **Kultur, Freizeit und Wissenswirtschaft** und für die Ansiedlung weiterer hochwertiger Restaurants wichtige Zukunftsthemen.

### b) BROADWAY

Die Hauptlaufstraße des Bermuda3Ecks an der Kortumstraße soll zukünftig als BROADWAY positioniert werden, d. h. als **Hochfrequenzlage für Gastronomie & Entertainment**. Das Angebot richtet sich an eine **breite Zielgruppe** von jungen Leuten & Studenten, über Familien mit Kindern bis hin zu älteren Menschen, die im Viertel locker entspannen und etwas Freizeit verbringen wollen. Um dieses Ziel erreichen und langfristig mit Wettbewerbsstandorten konkurrieren zu können, muss massiv in die Aufenthalts- und Service-Qualität investiert, die gastronomische und städtebauliche Infrastruktur verbessert, der Branchenmix weiterentwickelt und der besuchergenerierende Entertainment-Faktor gesteigert werden.

## VISION BERMUDA3ECK 2030

### c) HOTSPOT VON SZENE & SUBKULTUR

Szene und Subkultur machen die Seele des Bermuda3Ecks aus, unterscheiden das gewachsene Gastronomie- und Kulturviertel von austauschbaren Innenstadtlagen. Szene & Subkultur sollen zukünftig nicht nur durch den Ausbau des eigenen Angebots und die aktive Vernetzung des Bermuda3Ecks mit den Bochumer OFF-Vierteln gestärkt werden, sondern mit dem **BERMUDA-OFF-MARKET** einen neuen starken Herzschlag mitten im 3Eck erhalten. Durch eine zusammenhängende Entwicklung von Grundstücksflächen im Nordosten hinter Brüder- und Kortumstrasse zu einem Szenemarkt für Kunst, Handwerk, Fashion, Lifestyle & Street Food soll ein neues Bochumer Alleinstellungsmerkmal mit starker Zugkraft für **junge Menschen und Touristen** entstehen. Der neue Szenecluster soll positiv auf die Marke Bochum einzahlen, neue Besucher für die Innenstadt gewinnen und die Frequenzen im Bermuda3Eck nachhaltig steigern.

Der **KONRAD-ADENAUER-PLATZ** mit seiner jahrzehntelangen gastronomischen Nutzung gilt als die Wurzel des Bermuda3Ecks und ist der gesellschaftliche Mittelpunkt des Viertels. Hier laufen die unterschiedlichen Identitäten und Straßenzüge in einem städtebaulich exponierten südlichen Punkt zusammen, verbinden sich Kultur, Broadway und Szene zu einem gemeinsamen Ort, vernetzt sich das 3Eck mit den benachbarten Kulturbetrieben und OFF-Vierteln. Diese für die Lebendigkeit von Bermuda3Eck und Innenstadt wichtige **Scharnierfunktion des Konrad-Adenauer-Platzes** gilt es in Zukunft weiter als urbanes Alleinstellungsmerkmal auszubauen und zu einer Hauptaufgabe der Bochumer Innenstadtentwicklung zu machen.

## VISION BERMUDA3ECK 2030

Das Bermuda3Eck 2030 ist **der zentrale Treffpunkt in Bochum**, ein Ort der Toleranz, der Begegnung und der Kommunikation. Trotz oder gerade wegen der unterschiedlichen Identitäten ergibt sich die Einheit des Bermuda3Ecks aus seiner besonderen sozialen Funktion, die in seinem Markenkern „eins für alle“ zum Ausdruck kommt. Um dem Anspruch **„eins für alle“** in Zukunft gerecht werden zu können, bedarf es gemeinsamer Anstrengungen aller beteiligten Akteure, d. h. von der ISG, über die Gewerbetreibenden und die Eigentümer bis hin zur Stadt. Ein übergreifendes analoges und digitales Innenstadt-Informationssystem, der Auf- & Ausbau zielgruppengerechter Ansprachen & Social Media Plattformen und ein dem Besucheraufkommen entsprechendes persönliches Engagement der privaten und öffentlichen Akteure sind nur Beispiele für ein Bündel von „weichen“ Maßnahmen, die hierfür erforderlich sein werden.

Das Bermuda3Eck 2030 soll das **Innovationslabor für Urbanität** im Ruhrgebiet sein – neue Ideen für belebende innerstädtische Raumnutzungen sollen hier zuerst ausprobiert werden können. Hierfür gilt es die erdgeschossnahen Publikumslagen mit den gewerblich geprägten Obergeschossen zu einem urbanen Gesamtsystem zu vernetzen und neue Nutzungsbausteine ins Viertel zu bringen, die die Tagesfrequenzen weiter ausbauen. Das im Workshop erarbeitete Konzept der **Coworking Area**, das Büro- und Produktionsflächen der Wissenswirtschaft mit den Meeting-Flächen des Bermuda3Ecks effizient verschneidet, steht beispielhaft für diesen Denkansatz.

## VISION BERMUDA3ECK 2030

Das Bermuda3Eck 2030 braucht **weitere Alleinstellungsmerkmale**, um seiner Funktion als gesellschaftlicher Treffpunkt gerecht werden und dauerhaft hohe Besucherfrequenzen generieren zu können. Die Zukunftsaufgabe liegt darin, das 3Eck aus dem Blickwinkel der unterschiedlichen Zielgruppen systematisch mit Angeboten zu versehen, die Bochum wichtige **Vorteile im Städtewettbewerb** einbringen. Es geht um Ideen wie die einer zentralen Anlaufstelle des Ruhrtourismus auf dem BROADWAY, die für ein Grönemeyer-Museum für Bochum-Fans am Konrad-Adenauer-Platz oder die der stärkeren Kooperation mit benachbarten Kultureinrichtungen für gemeinsame Viertel-Aktionen. **Kunst, Licht und Inszenierung im öffentlichen Raum** sollen sich zukünftig als „gemeinsamer roter Faden“ durch alle Teillagen des Bermuda3Ecks ziehen.

Durch das beschriebene Maßnahmenbündel soll das Bermuda3Eck 2030 zum Nukleus der drei Leitbilder der **Vision Bochum Innenstadt 2030** werden und langfristig das „**Look-and-Feel**“ eines europäischen Szeneviertels aufbauen.

**VISION BERMUDA3ECK 2030:** Das Bermuda3Eck ist zu dem angesagten Erstaufschlagpunkt des Bochumer Innenstadtbesuchs geworden | Ein multidimensionaler Kosmos für Gastronomie & Entertainment, Kultur, Freizeit & Wissenswirtschaft, der bis weit in die Obergeschosse reicht | Und „eins für alle“ ständig neu interpretiert | Das Innovationslabor für Urbanität inmitten des Ruhrgebiets | Der zentrale gesellschaftliche Treffpunkt in Bochum | Hier. Im Bermuda3Eck | Geben sich Verliebte ihren ersten Kuss | Steuern Heimat-Fans das GRÖNEMEYER-MUSEUM am Konrad-Adenauer-Platz an | Erhalten Erstsemester ihre Bochumer Taufe | Treffen sich Kreative zum Poetry-Slam auf der Bühne am Engelbert-Platz | Können Eltern mit ihren Kindern einen entspannten Familien-Sonntag verbringen | Kommen Kulturbegiertere wegen des riesigen Angebots ins Schwärmen | Machen Szenepublikum und Subkultur die Authentizität des Viertels aus | Können Städtetouristen die KULTURACHSE als Shared Space erleben | Flanieren Bochumer vom Schauspielhaus bis zum Husemannplatz | Besuchen gaumenverwöhnte Weltenbürger Top-Restaurants und Galerien | Entstehen in den Coworking-Spaces die Ideen der Wirtschaft von morgen | Finden Geschäftsmeetings und Seminare der Wissenswirtschaft in den Gastronomiebetrieben und Veranstaltungshallen des Bermuda3Ecks statt | Können Touristen die Highlights ihres Urlaubs im Ruhrtourismus-Shop buchen | Finden auswärtige Besucher hochwertige szenige Unterkünfte für jeden Geschmack und Geldbeutel | Stoßen Menschen auf dem quirligen BERMUDA BROADWAY in ausgelassener Stimmung aufs Wochenende an | Können die Besucher urbane Straßenkunst im gesamten Viertel erleben | Werden Häuserfassaden zu modernen 3-D-Videowänden | Und Lichtinstallationen zum Wohlfühlfaktor | Entdecken Szeneliebhaber im Kreativviertel rund um die Brüderstraße ihr Lieblingsstück | Kommen Pop-up-Fans in den Concept Stores der Kortumstraße auf ihre Kosten | Werden vom hippen BERMUDA-OFF-MARKET Besucher aus ganz Deutschland angezogen | Locken auf der trendigen Street Food Meile unglaublich leckere Snacks | Trifft ein gutes Buch noch immer auf einen guten Kaffee | Oder kommen einfach nur freundliche Menschen zusammen, die das einmalige Lebensgefühl im 3Eck genießen möchten | Hier. In Bochum.

**VISION BERMUDA3ECK 2030**

**„Tief im Westen.“**

## II.2

### SCHNITTSTELLEN

**Erarbeitung einer mikroräumlichen Leitbildkarte  
für die Zukunft des B3E**

# VISION BERMUDA3ECK 2030: „eins für alle“ – Präsentation 11.03.2019 – Edgar Neufeld



## DRINKS · FOOD & MORE

- 1 **Mandragora**  
Die Wurzel des Bermuda3Ecks. Seit 1977 werden Crêpe- und Galettevariationen angeboten. Kneipenrestaurant mit regelmäßigem Livemusik.
- 4 **Lennox**  
Modern und edel eingerichtete Bar. Vielfältige Auswahl an Cocktails und vielfältige Speisekarte mit kleinen und großen Gerichten.
- 4 **Angels Lounge**  
Restaurant und Club mit außergewöhnlichem Essen und fantasievollen Cocktails. Jedes Wochenende wird hier zu House-Music gefeiert.
- 15 **Sausalitos**  
Tex-Mex-Küche, leckere Cocktails, hausgemachtes Bier und leckere Atmosphäre. Genau der richtige Ort, um abzuschalten.
- 16 **Kult**  
Die Karaoke-Bar in Bermuda3Eck. Karaoke von Donnerstag bis Samstag und Fußballübertragungen auf der größten Leinwand im Bermuda3Eck.
- 17 **Café Konkret**  
Seit mehr als 20 Jahren fester Bestandteil des Bermuda3Ecks. Besonders beliebt ist der frische Gebäckekuchen.
- 20 **Café Jedermanns**  
Cocktail- und Sportsbar im Herzen Bochums. Hier hat man Spaß beim Karaoke, Billard, Kickern oder bei Fußball-Liveübertragungen.
- 22 **Sachs**  
Beliebte Aushang-Location mit stilvollem Ambiente und stilsichem Publikum. Party ab Donnerstag mit Chams, House und Black Music.
- 23 **Tucholsky**  
essen/trinken/schlafen. Einzigartiges Café mit urbaner ArtDéco-Ambiente und klassischer Küche. Legendar: Frühstück bis 18 Uhr!
- 23 **Flashbacks**  
Die über/aber Retro-Bar. Regelmäßig werden Livemusik und Tanzveranstaltungen angeboten. Großer, beleuchteter Außenpavillon
- 30 **Freibeuter**  
Ein Stück St. Pauli im Bermuda3Eck. Hier gehen zerrig Menschen, die Astra trinken und alternative Musik hören, gerne vor Anker.
- 30 **Three Sixty Sportsbar**  
Sportübertragungen auf Flat-TV's und Großbildleinwänden im Backstein-Ambiente. Hausgemachte Burger und Steaks vom Stonegrill u.v.m.
- 37 **Barraquito**  
Hier gibt es die beste/beste Bochumer Schmelzkarte und eine Auswahl an Burgern. Dazu Fußball auf Leinwänden und TV-Geräten.
- 38 **AnderBar**  
Die etwas ANDERE Bar. Ausgefallene Longdrinks und Cocktails, hausgemachter Espresso sowie verrückte Milchshake-Varianten.
- 38 **Mississippi**  
Restaurant und Bar mit Südstaaten-Ambiente. Reichhaltige Tex-Mex-Speisekarte und eine riesige Auswahl an Cocktails und Longdrinks.
- 42 **MoCCA Cocktailbar**  
Cocktailbar und Restaurant mit chilliger Atmosphäre und besonderem Ambiente. Speisekarte mit vielen Pizzavarianten.
- 48 **Who goes**  
Bar und Restaurant mit modernem Speisekurs aus italo-amerikanischen Gerichten. Dazu Fancy-Drinks, Classics und Highballs.
- 48 **Havana**
- 48 **Huqqa**  
Bar und Restaurant mit Terrasse. Große Speisekarte mit Shaks, Mini-Burgern, Pasta und Salaten sowie Cocktails und Shisha-Lounge.
- 50 **Brinckhoff's**
- 50 **Zentral**  
Kaffeehaus, Pub und Restaurant. Internationales Frühstückangebot, Mittagessen mit mediterraner Touch und edle Menüs am Abend.
- 52 **Badalona**  
Tapas-Bar der besonderen Art. Die Gerichte aus Gemüse, Fisch und Fleisch sind Sawidischs werden im Barbecue-Style zubereitet.
- 52 **Café Extrablatt**  
Frühstück, Mittagstisch, Nachmittagskaffe und Feiernabendkaffee. Hier gibt es alles. Im Sommer wird der große Außenbereich lebendig.
- 52 **Jugendgästehaus**  
Gästehaus, heile, saubere und komfortable Einzel- und Mehrbettzimmer. Die JHG ist auch für Seminare und Tagungen geeignet.

## KNEIPEN & BARS

- 5 **PearlZ**  
Prämierte Cocktailbar. Hier mixt der schnellste Barkeeper Deutschlands klassische Cocktails und eigene Kreationen.
- 12 **Pinte**  
Kleinste Kneipe im Kiez. Seit 1970 wird hier jeden Tag ab 11 Uhr trum dem Motto „betreutes Trinken“ leckeres Köles Blondes serviert.
- 21 **Intershoph**
- 15 **Zacher**
- 37 **Bermuda Lounge**
- 38 **Beduine Lounge**
- 48 **Oxxo**  
Shisha Lounge mit einer Vielzahl an Tabaksorten. An der Bar werden Cocktails und Softdrinks serviert.
- 71 **Empire Lounge**  
Café, Restaurant und Shisha Lounge in einem. Besonders beliebt sind der Schokosauce und die große Auswahl an Cocktails.

## IMBISS

- 2 **Max Frituur**  
Hier gibt es echte belgische Pommes Frites. Dazu 16 Saucen und Mayonnaisen sowie zahlreiche Sorten belgisches Bier.
- 7 **Fiana**

## RESTAURANTS

- 1 **Tapas**  
Spanisches Ufaufsfeeling im Bermuda3Eck. Raffinierte Auswahl an Tapas und spanischen Speisen sowie eine ausgezeichnete Weinkarte.
- 10 **Khashayar**
- 23 **Beef & Burger**  
Klassisches, stvolles Burger-Restaurant mit großer Auswahl an Burgern und Steaks. Ein Angebot für Vegetarier gibt es ebenfalls.
- 24 **Taj Mahal**  
Restaurant mit einer großen Brandbreite an Köstlichkeiten der indischen Küche. Viele vegetarische Gerichte, auf Wunsch auch vegan.
- 24 **Pasta**  
Italienisches Restaurant im rustikalen, südfranzösischen Stil. Traditionelle sowie selbst kreierte Pasta und mediterrane Leckereien.
- 32 **Restaurant Rotunde**  
Restaurant und Bar mit Außenbereich. Wöchentlich wechselnde Auswahl an saisonalen und europäischen Gerichten für jeden Geldbeutel.
- 44 **Gülüm**  
Große Auswahl an türkischen Gerichten, die man probieren sollte. Natürlich auch Döner und Lahmacun sowie vegetarische Speisen.
- 48 **El Toro**

## CLUBS & EVENTS

- 22 **Rotunde**  
Off-Veranstaltungsort und „Erfahrungsbereich der Moderne“. Hier finden Lesungen, Poetry Slam, Partys und Konzerte statt.
- 33 **Riff**  
Die größte Partylocation im Bermuda3Eck mit zwei Floors. Hier finden aber auch Live-Konzerte, Lesungen und Comedy statt.
- 36 **Apartment 45**
- 77 **Die Trompete**  
Der Kellerclub mit den besten Parties im Bereich Indie, Rock und alternativer Musikszene. Regelmäßig Konzerte von bekannten Bands.

## ÜBERNACHTEN

- 51 **Art Hotel Tucholsky**  
Einzigartiges Hotel, das Kunst und Design mit Architektur und Techno verbindet. Perfekter Ort für ein individuelles Wohnverbleiben.
- 52 **Jugendgästehaus**  
Gästehaus, heile, saubere und komfortable Einzel- und Mehrbettzimmer. Die JHG ist auch für Seminare und Tagungen geeignet.

## ENTERTAINMENT

- 3 **Cotton Club**  
Seit 1994 Inbegriff für Spiel und Sport in der Gastro. 20 Pool, 1 Snooker, 11 Dart, Sportereignisse live auf TV.
- 11 **Casablanca**  
Mehrfach prämiertes Kinostheater mit 3 Sälen und Bar. Vielfältiges Programmangebot mit Filmen fernam vom „Mainstream“.
- 34 **Soccercourt**  
Fußballparadies über den Dächern des Bermuda3Ecks. Auf dem Soccercourt wird jeder Kick zu einem besonderen Erlebnis.
- 40 **Union Kino**  
Modernes Kino mit klassischen Elementen und topaktueller Filmauswahl. Die 7 Kinosaale werden 2017 aufwendig modernisiert.
- 48 **Think2**  
In den Escape Rooms spielt ihr die Hauptrolle und begeht euch im Team in eine andere Welt. Stellt euch der Herausforderung.

## SHOPPING

- 4 **Balance**  
Der Balance Fahrradladen befindet sich im Herzen des Bermuda3Ecks. Große Auswahl an modernen und klassischen Fahrrädern.
- 18 **Foto Hamer**  
Eine der ältesten und bekanntesten Adressen Deutschlands in Sachen Fotografie. Perfekt für Hobbykäufer und Profifotografen.
- 29 **11 teamsports**  
Deutschlands größter Fußballshop. Riesengroßes Sortiment an Fußballschuhen und -bekleidung. Soccercourt auf dem Dach.
- 55 **Janssen Bücher**  
Seit über 50 Jahren kompetenter Ansprechpartner rund ums Buch. Die Buchauswahl hat für jeden Bereich eine Expertin oder Experten.

## SONSTIGES

- 77 **Reha Pro Med**  
Das Gesundheitszentrum ist eines der führenden Reha-Zentren im Ruhrgebiet. Fast 20 Jahre Erfahrung im Bereich der Physiotherapie.
- 78 **Full Colour**  
Mit 400 qm eines der größten Tattoo & Piercing-Studios in Deutschland. Piercing ist auch ohne Termin möglich.

**ANNELIESE BROST MUSIK FORUM RUHR**

**BERMUDA PARKHAUS**  
24h GEÖFFNET!  
Nachtanf. 18–10 Uhr. 2,50€  
Ladestation für E-Autos

**B3E INFOPOINT**

**IMPULS-BÜHNE**

**nextbike**

**Metropolrad | nextbike**

**SCHAUSPIELHAUS BOCHUM**

## Farblegende Gruppenaufgabe „mikroräumliche Leitbildkarte des Bermuda3Eck“

Würfel-Farbe	Bedeutung
	<p>1) Kritische Punkte   To Dos</p>
	<p>2) Eingangstore   Wegeleitsystem   Quartiersbeschilderung</p>
	<p>3) Kunst   Licht   Inszenierung im öffentlichen Raum</p>
	<p>4) Ansiedlungen   Neue Nutzungen   Branchenmix</p>
	<p>5) Städtebauliche Maßnahmen</p>
	<p>6) Sonstige Instrumente   Maßnahmen   Services</p>

Aufgabe 7

Mikroräumliche Leitbildkarte des B3E - „Unsere Mitstreiter“



Aufgabe 7

Leitbildkarte Bermuda3Eck 2030 - Impressionen



# Team-Produkt Workshop II: Leitbildkarte Bermuda3Eck 2030



# Workshop-Dokumentation Leitbild Bermuda3Eck 2030

ISG Bermuda3Eck Bochum e.V.



c/o Anke Henemann  
Viktorstr. 75  
44787 Bochum  
Tel. 0234 9117333  
Fax 0234 9117334  
henemann@bermuda3eck.de  
www.bermuda3eck.de

Workshop-Konzeption & Moderation



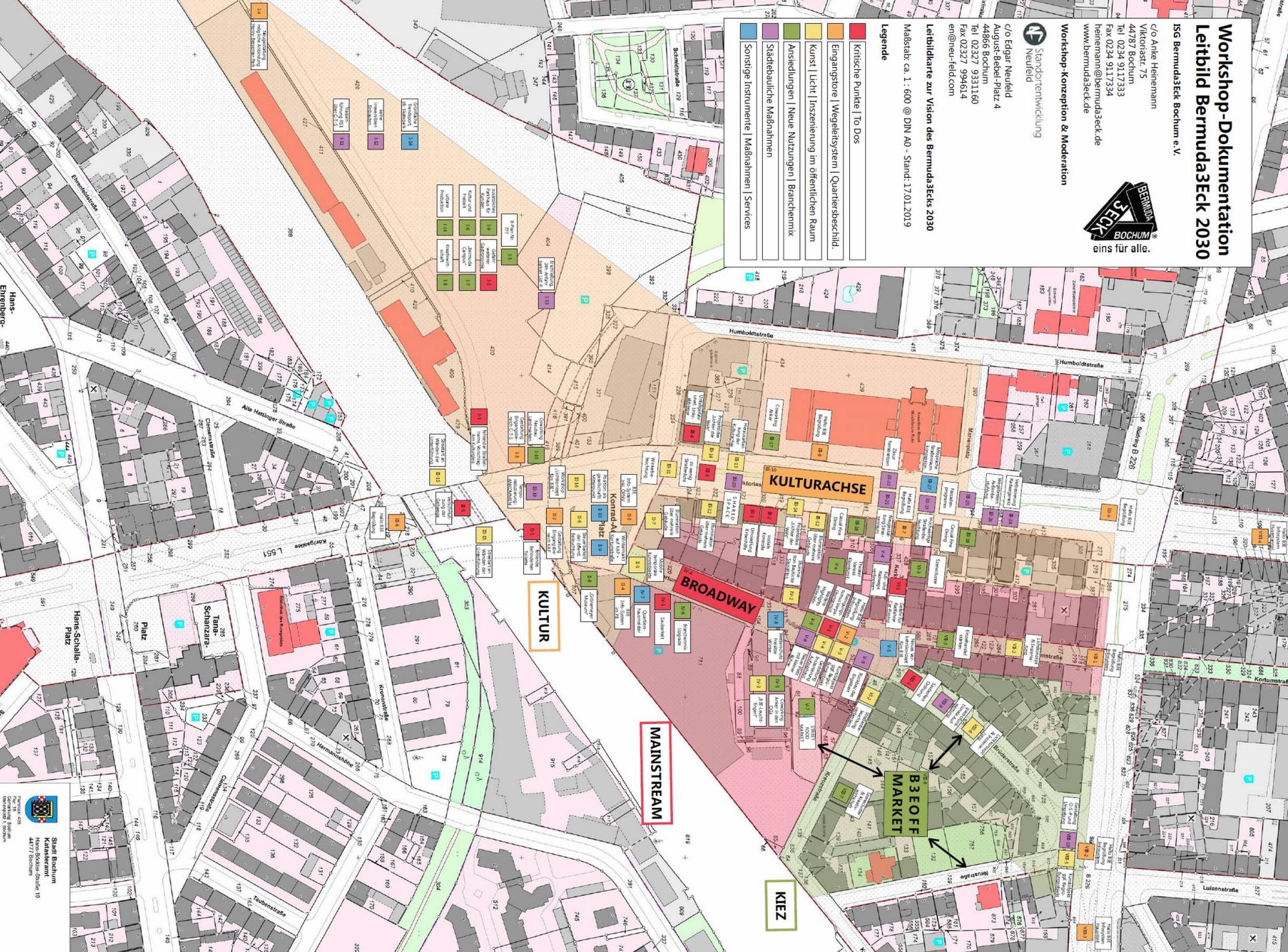
c/o Edgar Neulied  
August-Bebel-Platz 4  
44866 Bochum  
Tel. 02327 9331160  
Fax 02327 994614  
en@neu-feld.com

Leitbildkarte zur Vision des Bermuda3Ecks 2030

Maßstab: ca. 1: 600 @ DIN A0 - Stand: 17.01.2019

## Legende

- Kritische Punkte | To Dos
- Eingangsstore | Wegeleitsystem | Quartiersbeschuld.
- Kunst | Licht | Inszenierung im öffentlichen Raum
- Ansiedlungen | Neue Nutzungen | Branchennix
- Stadtebauliche Maßnahmen
- Sonstige Instrumente | Maßnahmen | Services



## II.2

### SCHNITTSTELLEN

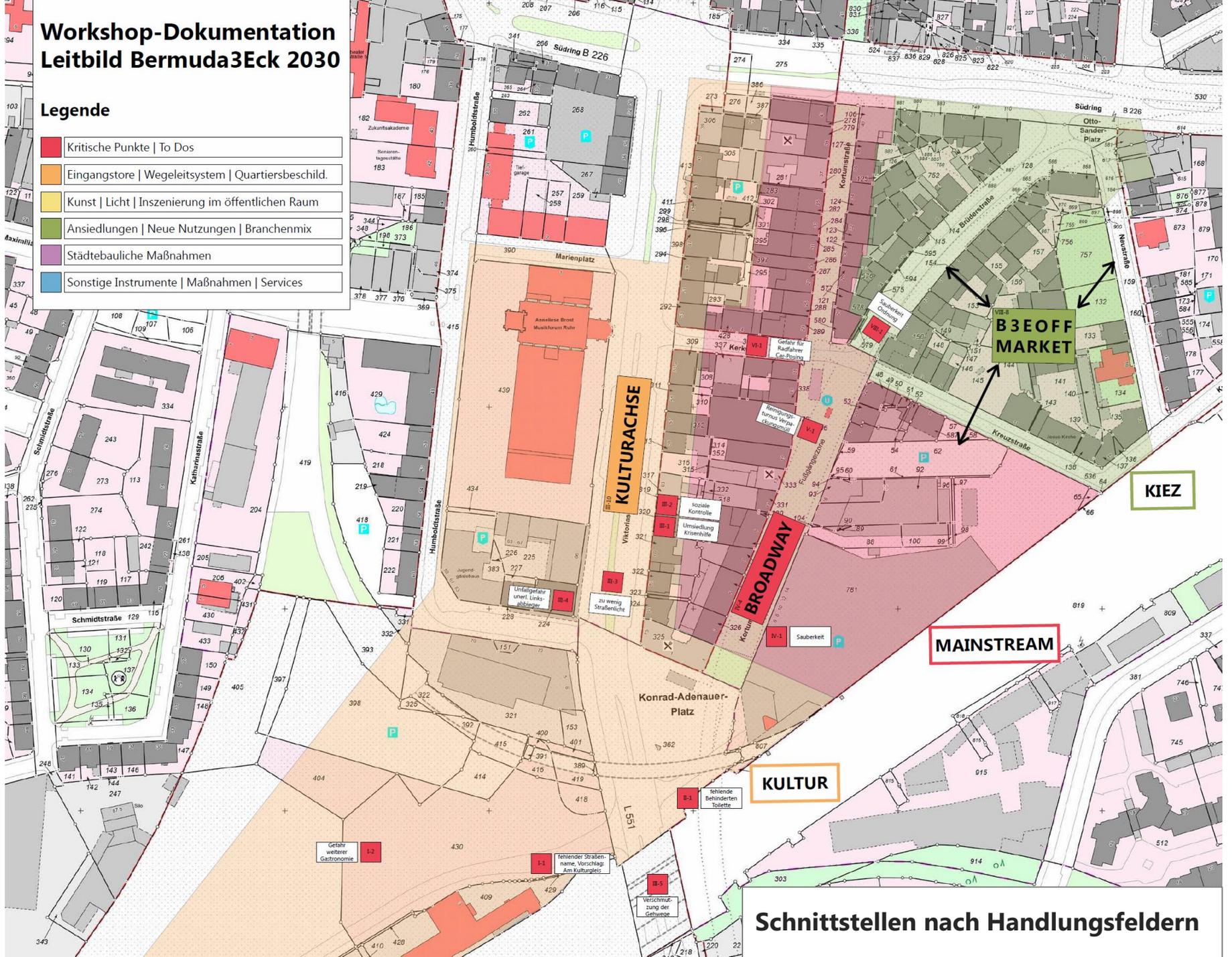
#### Mikroräumliche Verortung der Vorschläge für ISEK & Entwicklungsvereinbarung

- Kartierung nach einzelnen Handlungsfeldern -

# Workshop-Dokumentation Leitbild Bermuda3Eck 2030

## Legende

- Kritische Punkte | To Dos
- Eingangstore | Wegeleitsystem | Quartiersbeschild.
- Kunst | Licht | Inszenierung im öffentlichen Raum
- Ansiedlungen | Neue Nutzungen | Branchenmix
- Städtebauliche Maßnahmen
- Sonstige Instrumente | Maßnahmen | Services

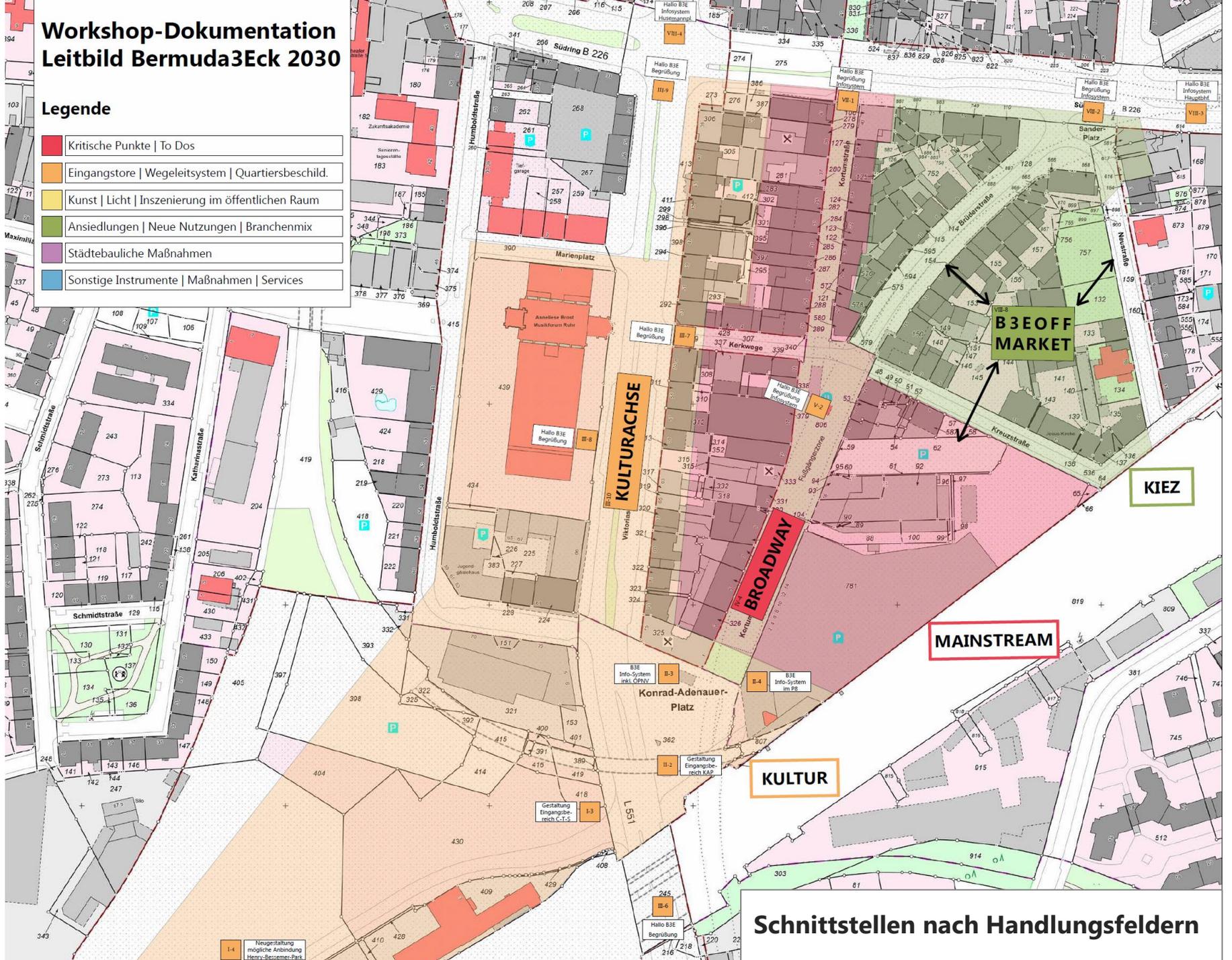


Schnittstellen nach Handlungsfeldern

# Workshop-Dokumentation Leitbild Bermuda3Eck 2030

## Legende

- Kritische Punkte | To Dos
- Eingangstore | Wegeleitsystem | Quartiersbeschild.
- Kunst | Licht | Inszenierung im öffentlichen Raum
- Ansiedlungen | Neue Nutzungen | Branchenmix
- Städtebauliche Maßnahmen
- Sonstige Instrumente | Maßnahmen | Services



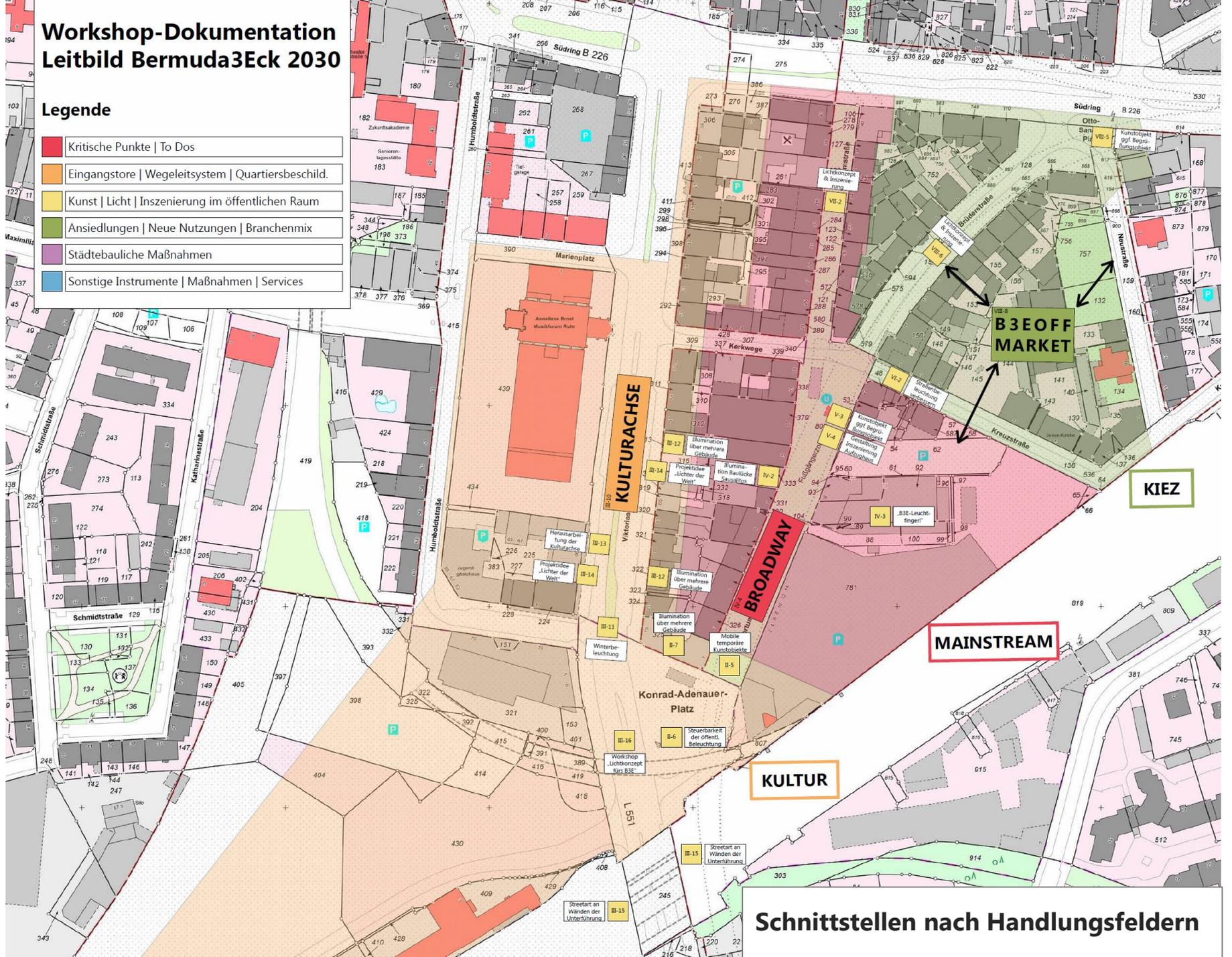
## Schnittstellen nach Handlungsfeldern

1-4 Neugestaltung mögliche Anbindung Heinrich-Bergemann-Park

# Workshop-Dokumentation Leitbild Bermuda3Eck 2030

## Legende

- Kritische Punkte | To Dos
- Eingangstore | Wegeleitsystem | Quartiersbeschild.
- Kunst | Licht | Inszenierung im öffentlichen Raum
- Ansiedlungen | Neue Nutzungen | Branchenmix
- Städtebauliche Maßnahmen
- Sonstige Instrumente | Maßnahmen | Services

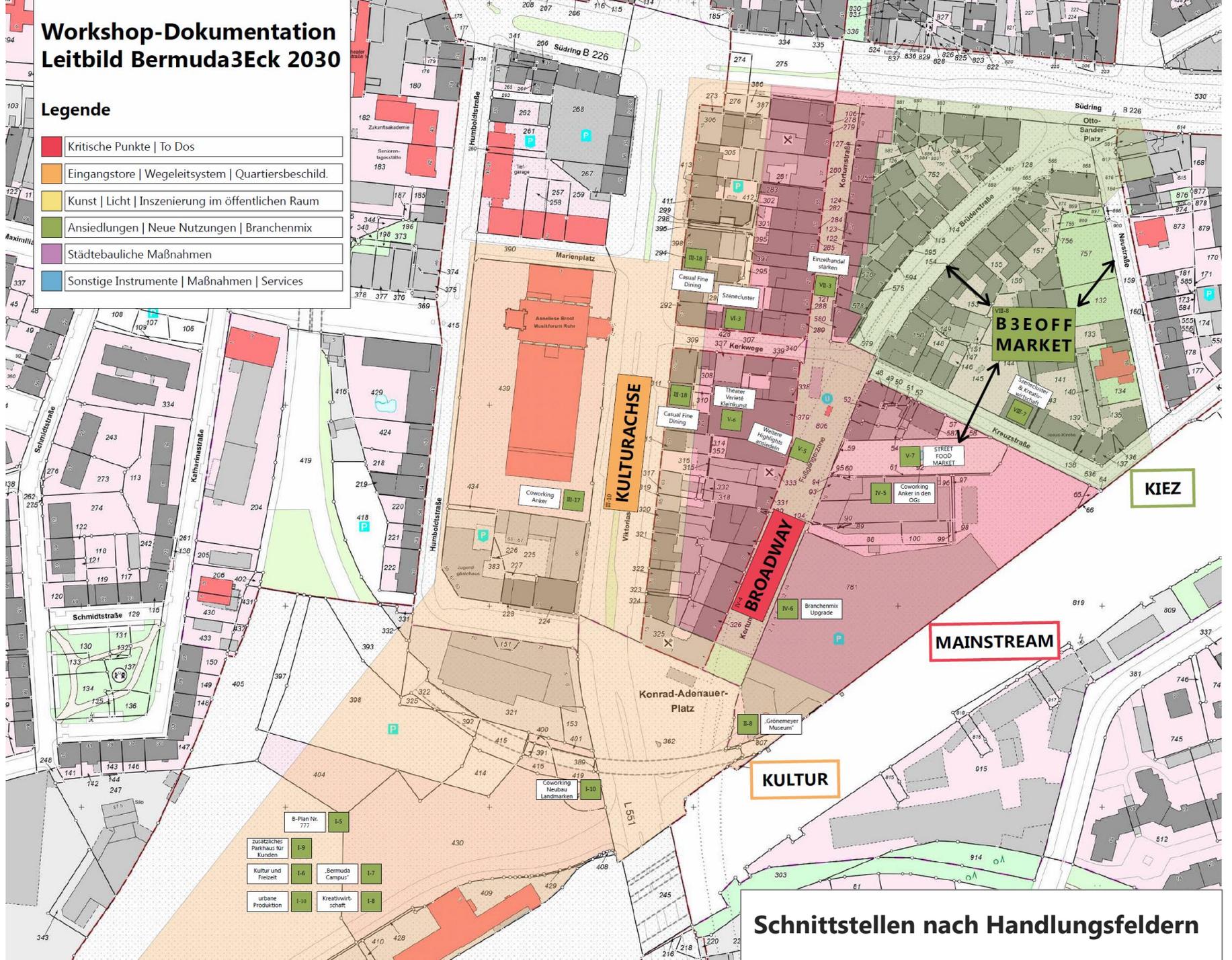


Schnittstellen nach Handlungsfeldern

# Workshop-Dokumentation Leitbild Bermuda3Eck 2030

## Legende

- Kritische Punkte | To Dos
- Eingangstore | Wegeleitsystem | Quartiersbeschild.
- Kunst | Licht | Inszenierung im öffentlichen Raum
- Ansiedlungen | Neue Nutzungen | Branchenmix
- Städtebauliche Maßnahmen
- Sonstige Instrumente | Maßnahmen | Services



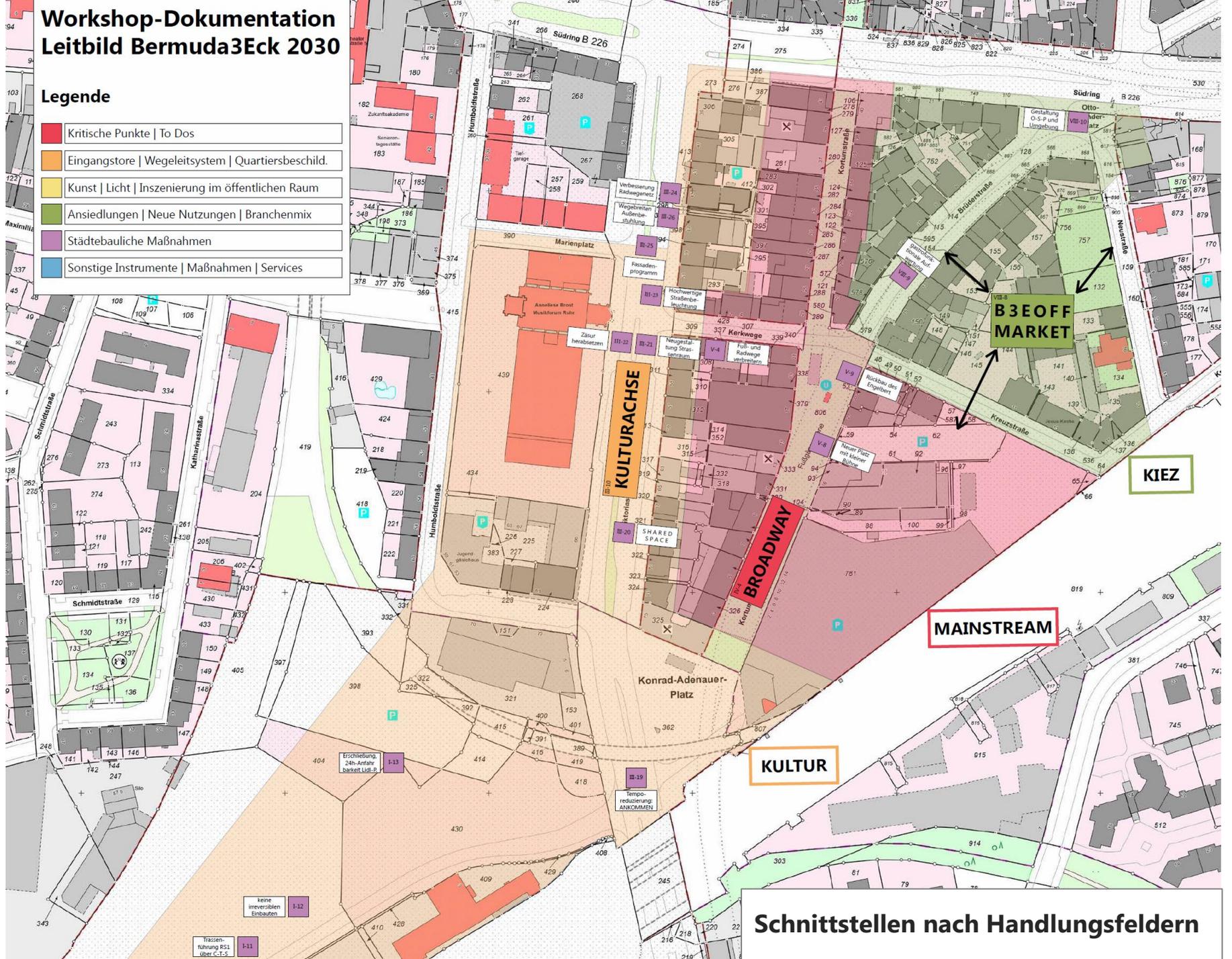
B-Plan Nr. 777	I-5
Zusätzliches Parkhaus für Kunden	I-9
Kultur und Freizeit	I-6
urbane Produktion	I-10
	I-7
	Kreativwirtschaft
	I-8

## Schnittstellen nach Handlungsfeldern

# Workshop-Dokumentation Leitbild Bermuda3Eck 2030

## Legende

- Kritische Punkte | To Dos
- Eingangstore | Wegeleitsystem | Quartiersbeschild.
- Kunst | Licht | Inszenierung im öffentlichen Raum
- Ansiedlungen | Neue Nutzungen | Branchenmix
- Städtebauliche Maßnahmen
- Sonstige Instrumente | Maßnahmen | Services

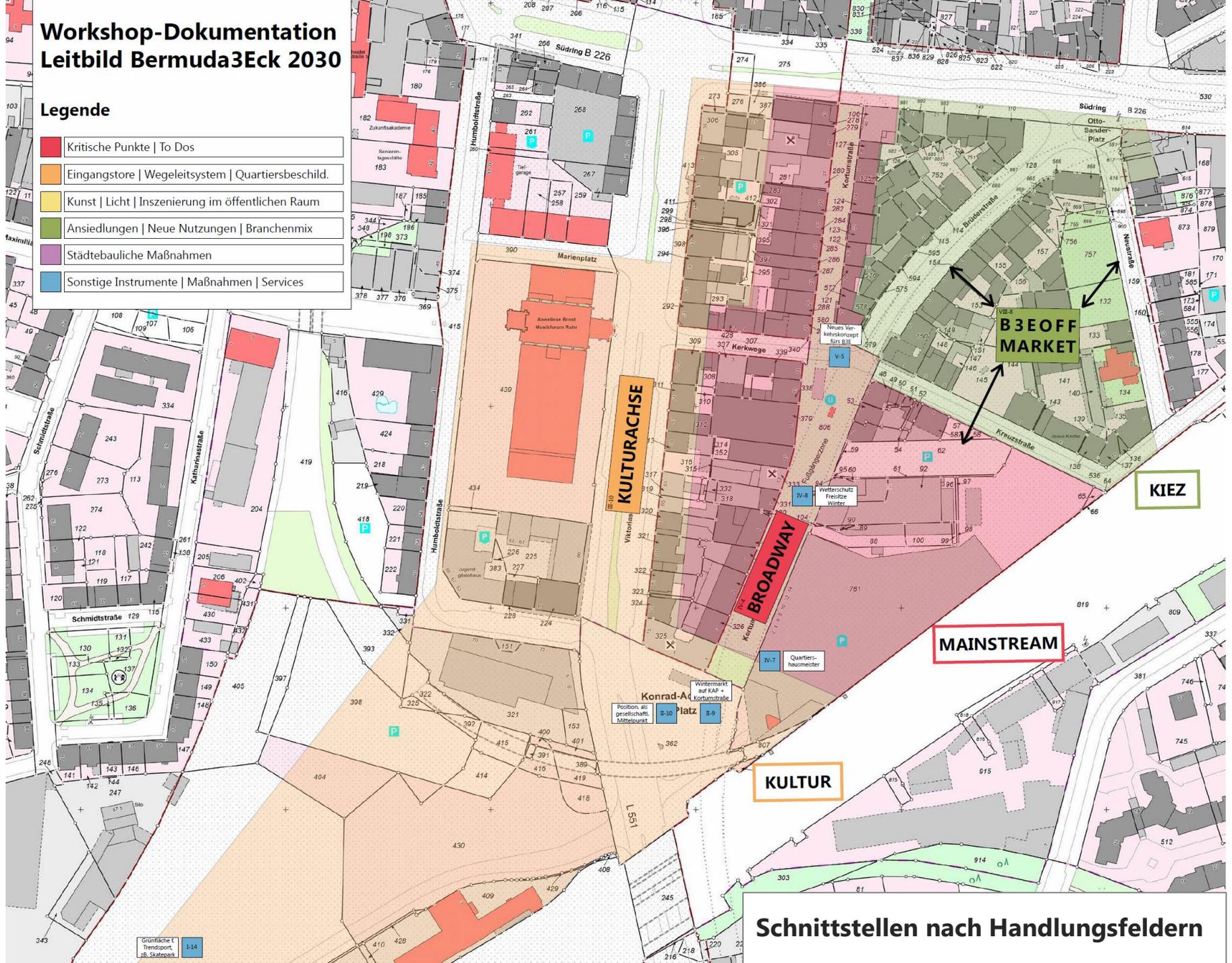


## Schnittstellen nach Handlungsfeldern

# Workshop-Dokumentation Leitbild Bermuda3Eck 2030

## Legende

- Kritische Punkte | To Dos
- Eingangstore | Wegeleitsystem | Quartiersbeschild.
- Kunst | Licht | Inszenierung im öffentlichen Raum
- Ansiedlungen | Neue Nutzungen | Branchenmix
- Städtebauliche Maßnahmen
- Sonstige Instrumente | Maßnahmen | Services



Grünfläche +  
Trendsport,  
z.B. Skatepark  
I-14

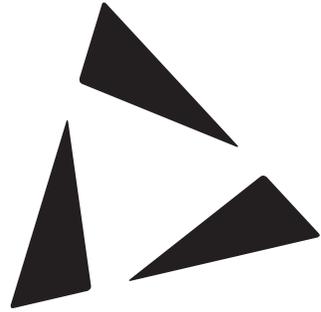
## Schnittstellen nach Handlungsfeldern

## **II.3**

### **SPIRIT**

**Arbeitsstand CD-Weiterentwicklung Wort- & Bildmarke B3E**

**Ronald Gottwald / Vorstand ISG B3E / Pixelstudio GmbH**

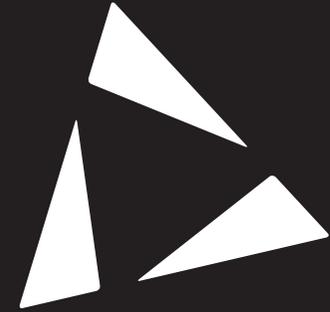


# BERMUDA 3ECK

eins für alle.



B3E

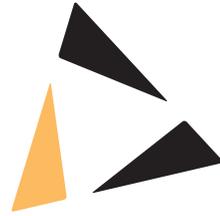


# BERMUDA 3ECK

eins für alle.



B3E



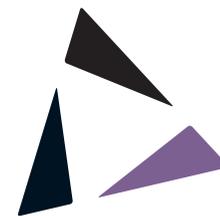
**BERMUDA**  
**KIEZ**

eins für alle.



**BERMUDA**  
**KULTUR**

eins für alle.



**BERMUDA**  
**BROADWAY**

eins für alle.

## **II.3**

### **SPIRIT**

# **MOODBOARDS FÜR AUSGEWÄHLTE ENTWICKLUNGSZIELE DES B3E**

**Volker Brunswick / Vorstand ISG B3E / Vivamo GmbH**



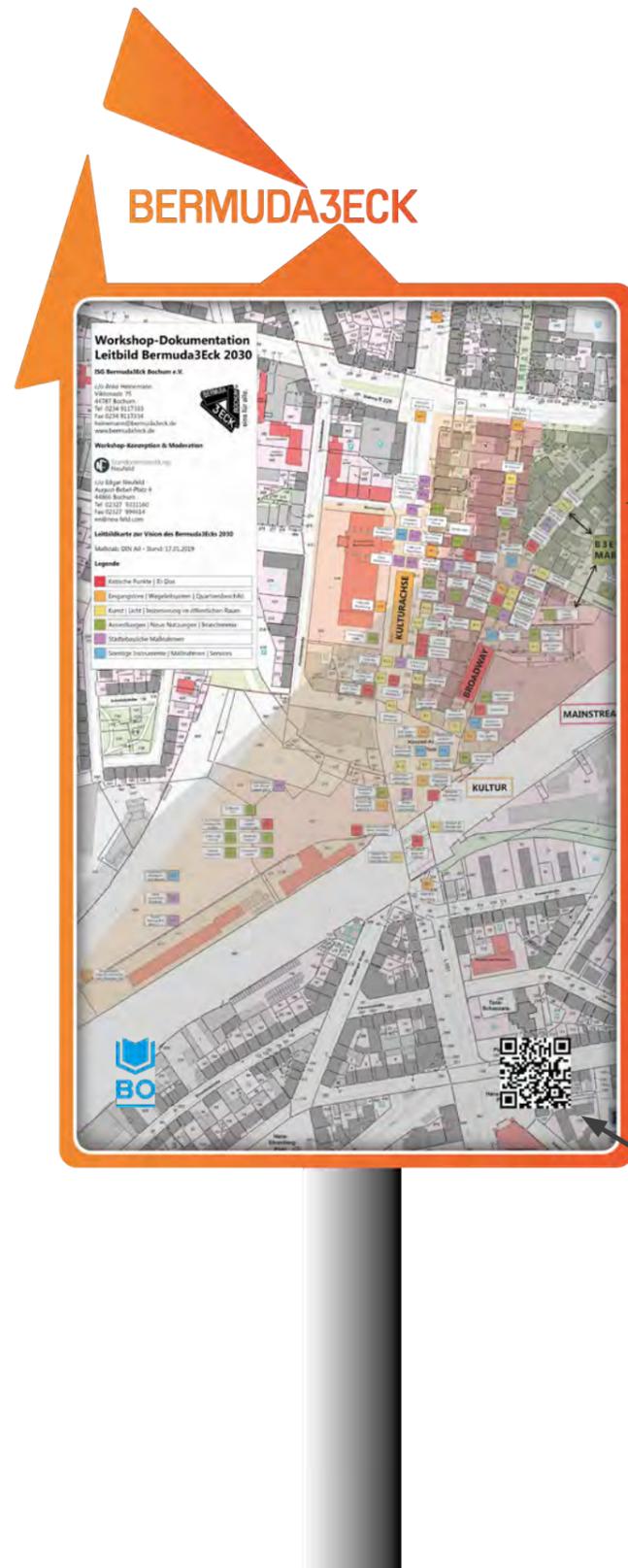
**BERMUDA  
3ECK**  
eins für alle.

B3E Stadtraumgestaltung im Rahmen der Vision 2030

Kreativ-Input zur Konkretisierung ausgewählter  
stadtraumgestalterischer Maßnahmen

Stand: 08|03|2019

B3E Navigator-Infotafeln



BERMUDA3ECK

Beleuchteter Grundkörper in B3E-CI

Falt-Navigator zum Mitnehmen

QR-Code Verknüpfung zum Online-Navigator

Indoor Flyer-Ständer für Hotels, Ticket Shops etc.



Beispielhafte Verortung der Infotafel im Bochumer Stadtbild:



„Daumenkino“ als Willkommensgruß auf dem Mittelstreifen der Königsallee – das Viertel vor Ehrenfeld grüßt auf der Rückseite (weitere Option: Südring):

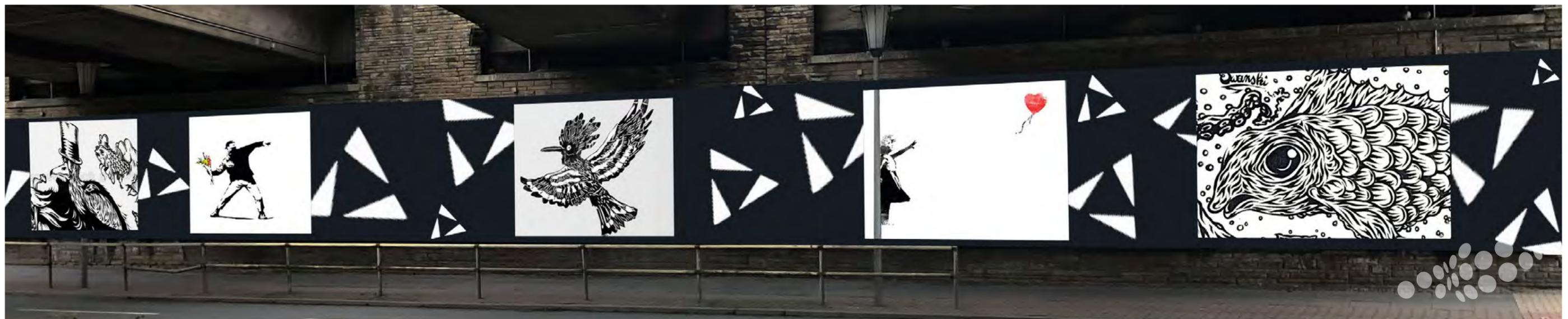
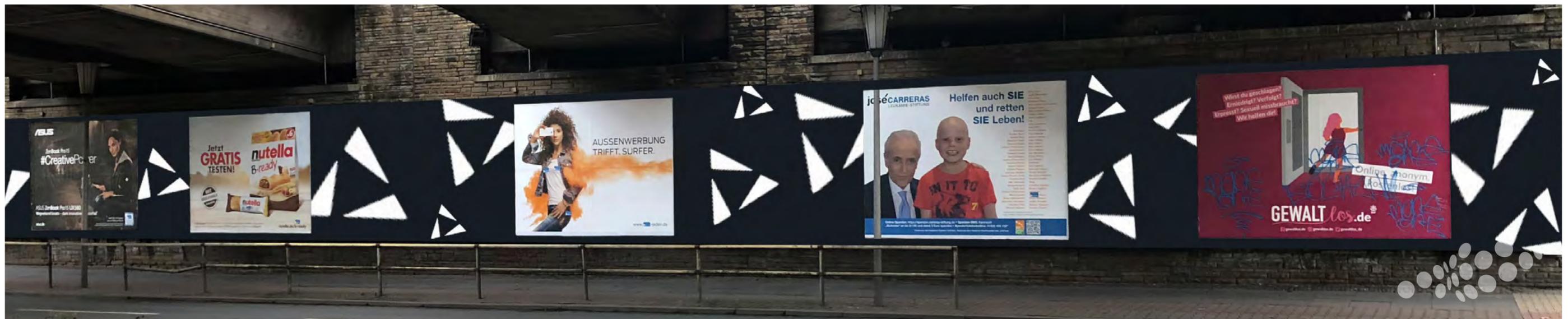
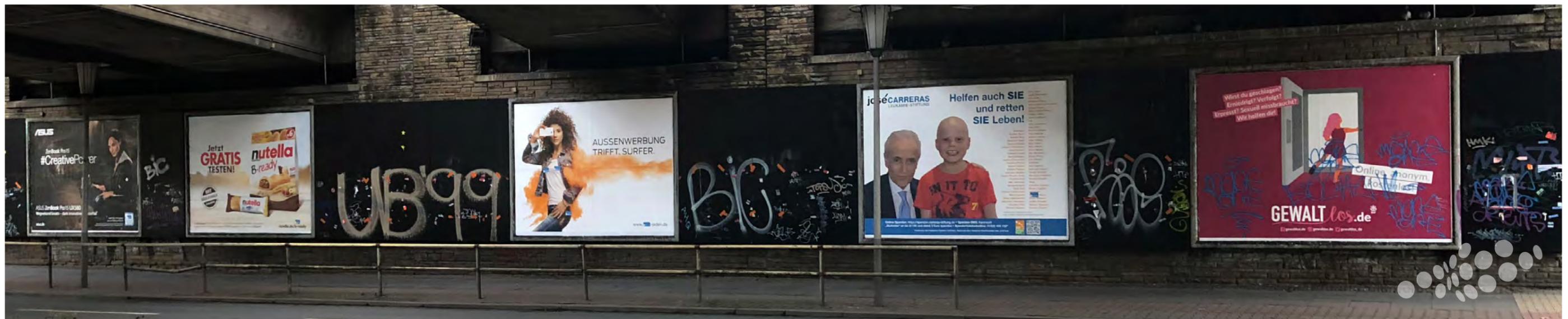


Schematische Darstellung der einzelnen Steelen in Fahrtrichtung Innenstadt. B3E-Icon bewegt sich aufsteigend von links unten nach rechts oben.

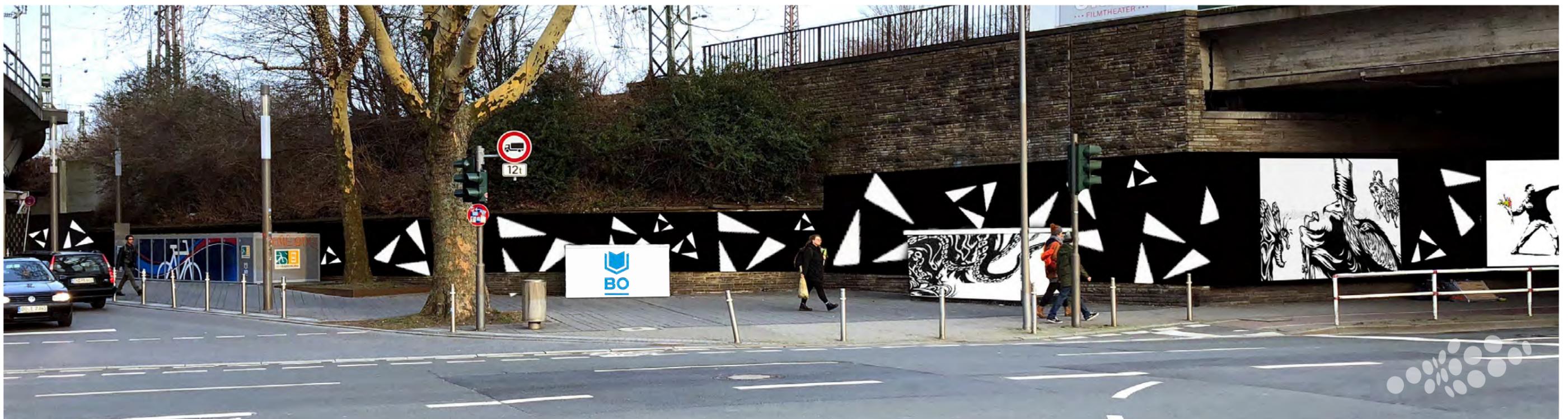


Schematische Darstellung der einzelnen Steelen in Fahrtrichtung Ehrenfeld. B3E-Icon bewegt sich absteigend von rechts oben nach links unten.

Einheitliche Gestaltung der Wandelemente unter der Brücke, ...



... Fortführung Richtung Kulturgleis und P8 & KAP ...



... und Fortführung am zweiten Brückenkörper:

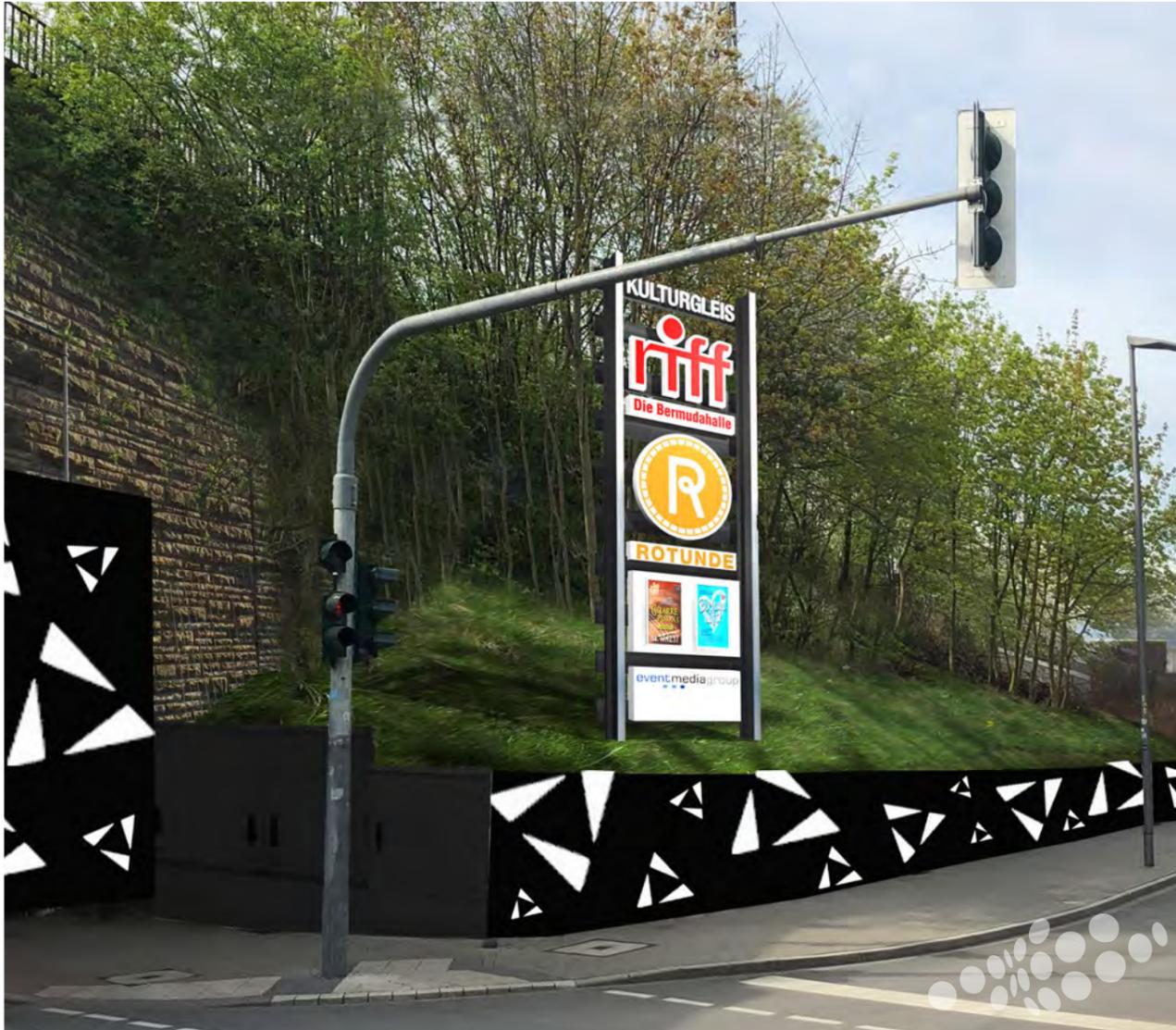


Aufwertung der Rückansicht Schankhütten am KAP / hinterleuchtete Veranstaltungshinweise:



## Kulturgleis – Antrag auf Benennung der Straße in „Am Kulturgleis“

### Geplante Werbeanlagen:



Grundkonstruktion mit stilisierter Gleisoptik in Grau RAL 7011. Laufflächen in Aluminiummetallic Silber.

Text „Kulturgleis“ in 30mm Vollacryl-Buchstaben mit eingegossenen LED Streifen.

Logo „RIFF“ in Profil-8, weiß mit innenliegenden LED-Modulen. Front in Rot RAL 3020.

Logo „ROTUNDE“ in Profil-8, weiß mit innenliegenden LED-Modulen. Front in Gold RAL 1036.

Gehäuse in weiß lackiert, mit 2 eingelassenen Digital-Signage Displays in 24“.

2 Leuchtkästen für weitere Mieter. Front mit Folienbeschriftung.



Stadtbildveränderung durch Hotelneubau Landmarken:





Fassadenillumination ist elementarer Bestandteil des Gestaltungskonzeptes für das gesamte Bermuda3Eck – die Stadt nach Acht!  
Dabei werden die Konzepte für die 3 Achsen des 3Ecks – Kultur, Broadway & Kiez – unterschiedlich akzentuiert.

Illuminationsbeispiele:



Auf der Kulturachse Viktoriastrasse wird durch weiße Lichtleisten in Neon-Optik das Erscheinungsbild der Fassadenabwicklung gegenüber dem Musikforum zurückhaltend strukturiert und hervorgehoben. Die Fassaden werden architektonisch betont und aufgewertet.



Der Handelshof am KAP sowie die Immobilie an der Einmündung Südring bilden die Eckpunkte.  
Leuchtlogo an Fassade Südring / Viktoriastrasse – Fassade wird neu gestaltet, Planung liegt bei Kemper, Steiner & Partner:

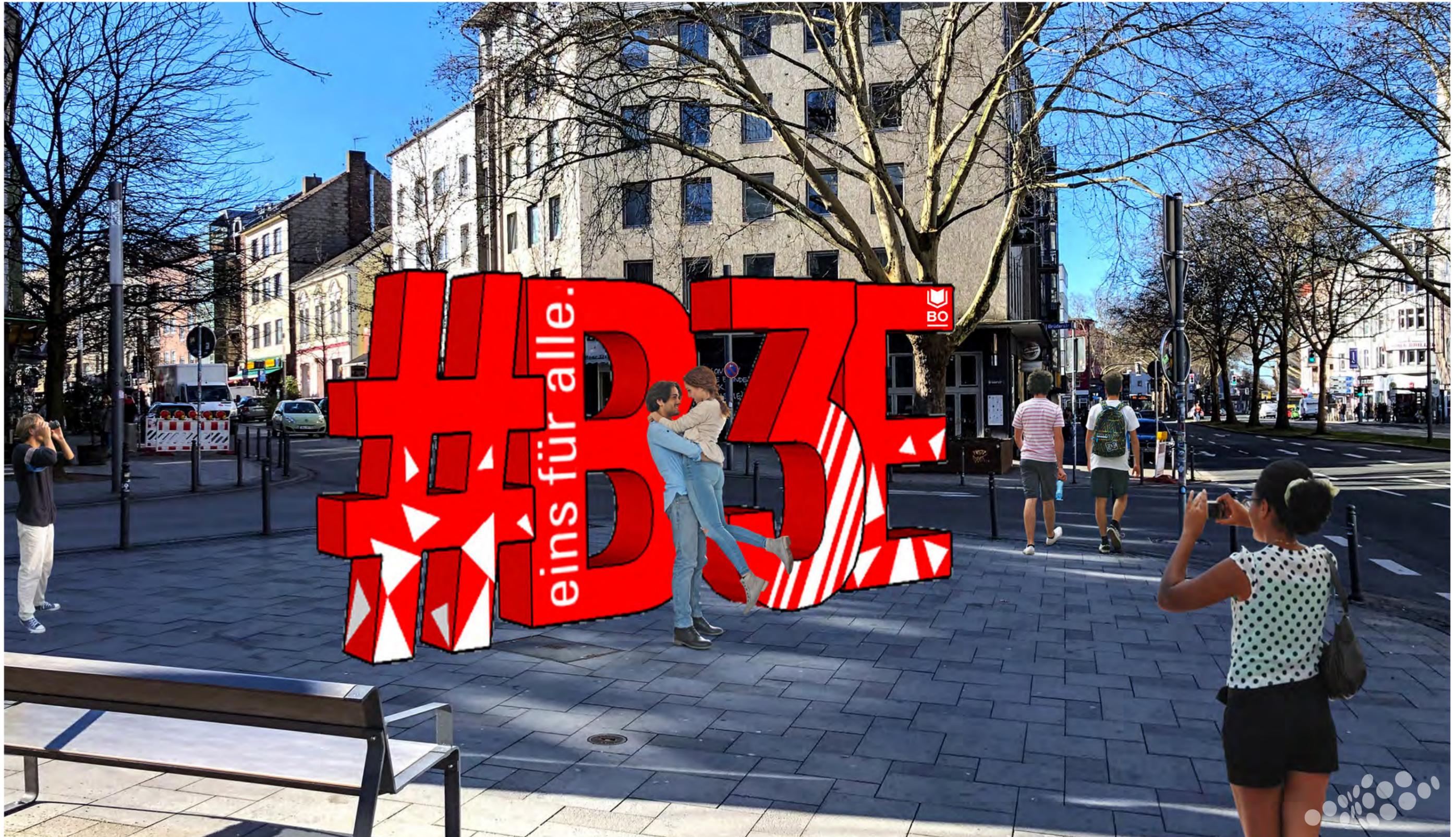


Im Zentrum wird die Einmündung Kerkwege als Tor ins 3Eck inszeniert.

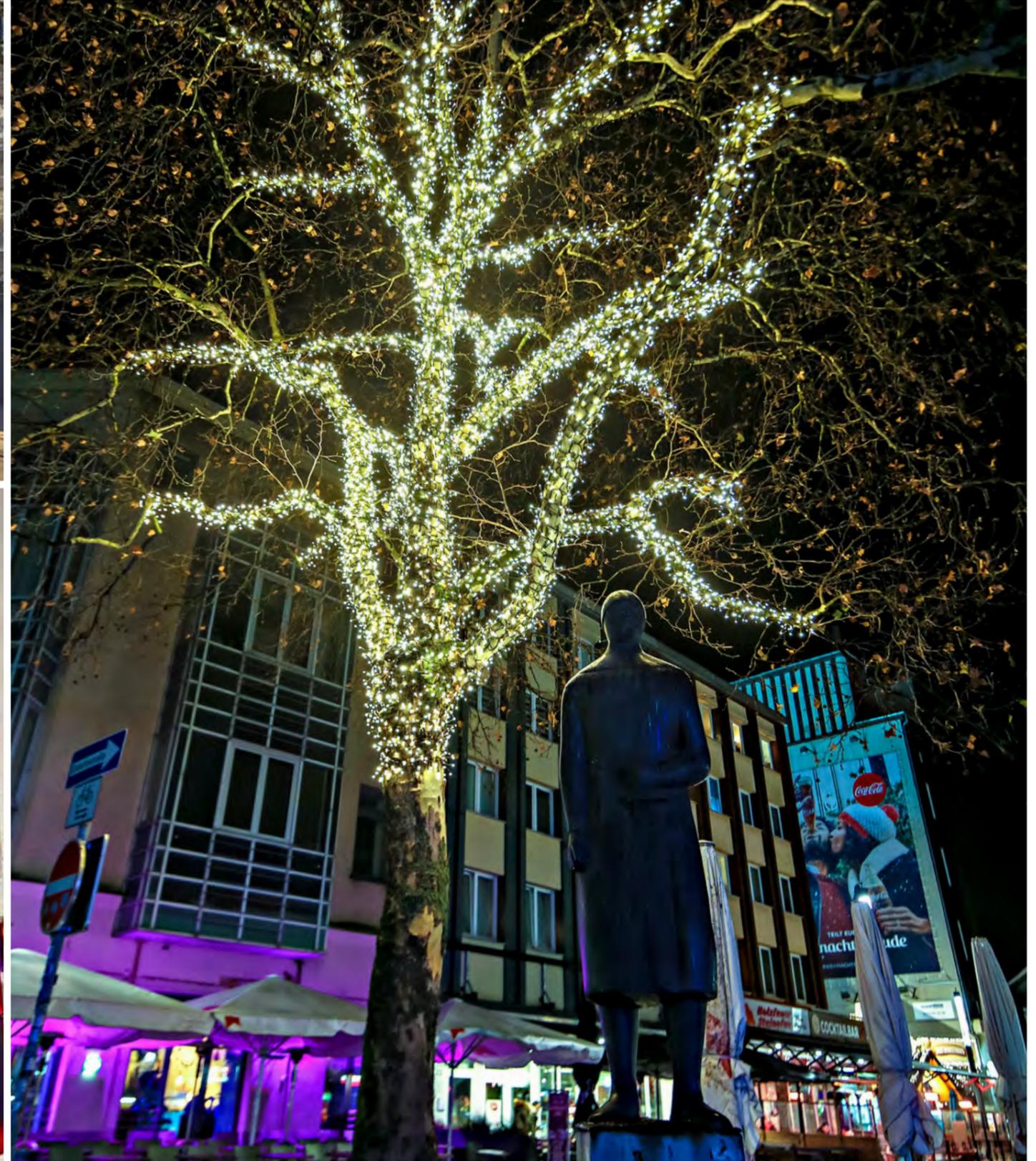
Einfahrt Kerkwege:



Welcome – Das Tor zum Kiez. B3E Selfie-Installation am Otto-Sander-Platz:



Baum-Illumination ausweiten auf Brüderstrasse & Otto-Sander-Platz:



Das Bermuda3Eck ist bunt und lebendig!  
Die Fassaden am Übergang vom Kiez in den Broadway werden mittels Video-Mapping illuminiert:



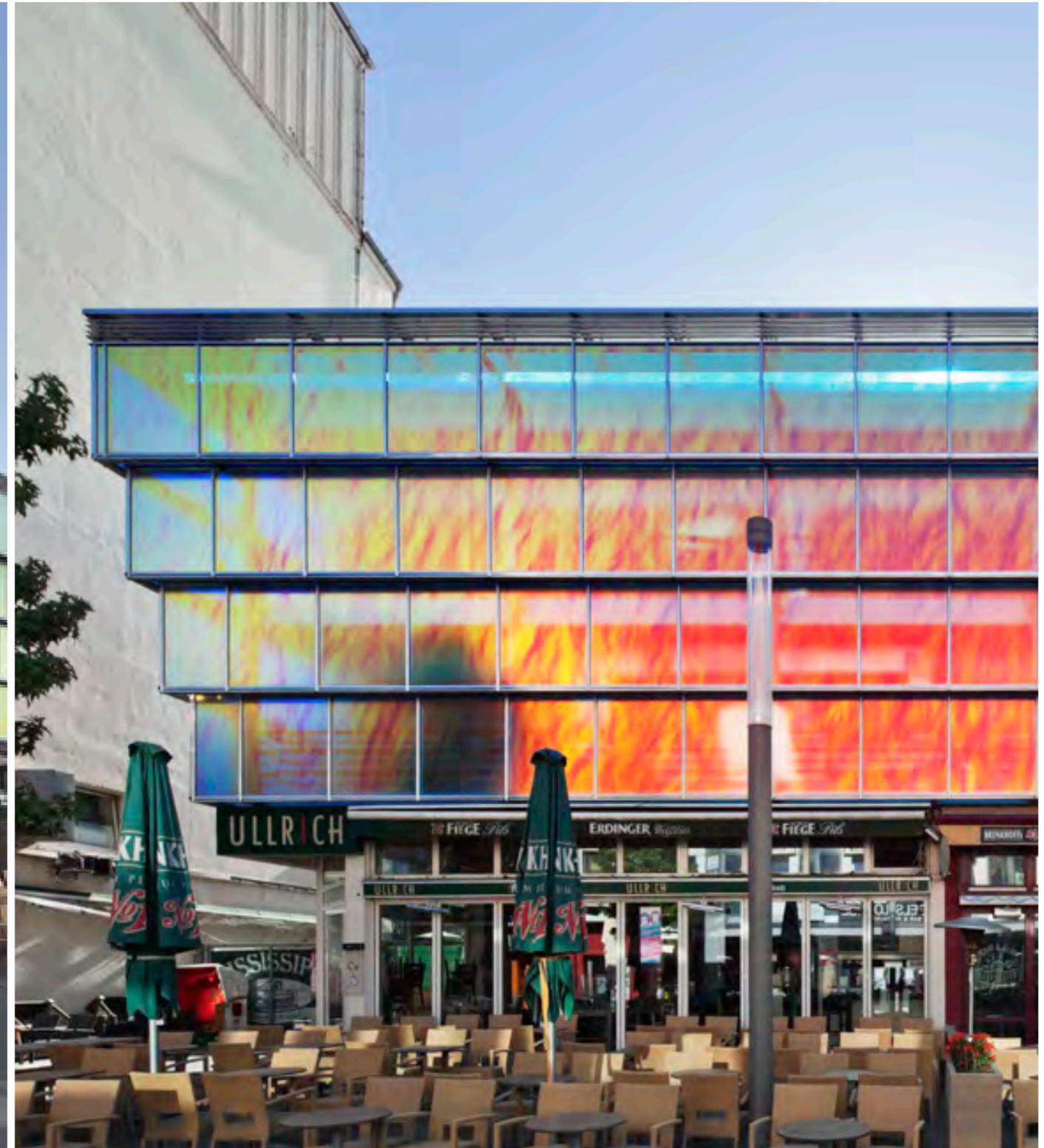
Organisch wechselnde Motive:



Fassadenabwicklung Kortumstrasse gegenüber P8 – Illumination durch farbige Fassadenstrahler:



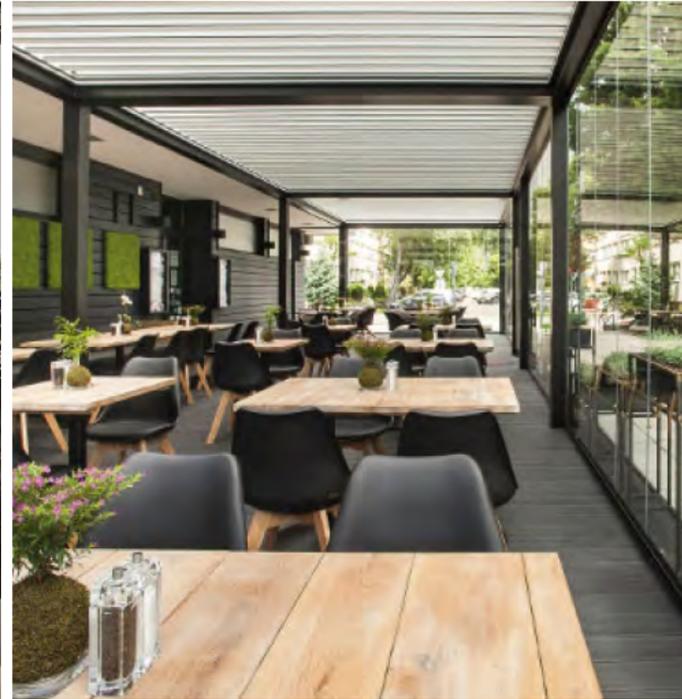
Analogie zum Erscheinungsbild Fassade P8:



Wetterschutz Lösungen für ganzjährigen Gastronomiebetrieb „Best Practice Beispiele“ – gewachsene Altstadtstrukturen:



Wetterschutz Lösungen für ganzjährigen Gastronomiebetrieb „Best Practice Beispiele“ – moderne Systeme:



Projektionsfläche in der Baulücke Kortumstrasse.

Keine kommerzielle Werbetafel! Werbenutzung nur für Kultur, Gemeinnütziges sowie für Betriebe und Veranstaltungen im B3E. Ansonsten Kunst, Infos oder mal ein Stummfilm mit Klavierbegleitung.



Platz am Engelbert. Vorschlag zur Neubenennung: **Ankerplatz**.

Ankerskulptur als Dreh- und Angelpunkt des 3Ecks, U-Bahn Dach in zentraler Blickachse Kortumstrasse / Südring, keine Einschränkung bei Freisitzen & Events.



Platz am Engelbert. Vorschlag zur Neubenennung: **Ankerplatz**.

Ankerskulptur als Dreh- und Angelpunkt des 3Ecks, U-Bahn Dach in zentraler Blickachse Kortumstrasse / Südring, keine Einschränkung bei Freisitzen & Events.



2 neue Magneten für das Bermuda3Eck und Bochum – die kommende „Stadt der Märkte“.  
Streetfoodmarket Terminal II – temporäre Bespielung mit Containern:



2 neue Magneten für das Bermuda3Eck und Bochum – die kommende „Stadt der Märkte“.  
Streetfoodmarket Terminal II – dauerhafte und wetterfeste Hallenkonstruktion:



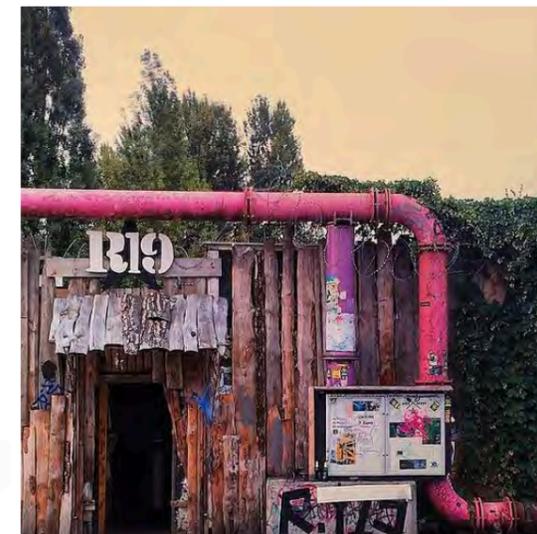
Trockendock – Off Market im B3E

Atmosphärische Beispiele Off-Märkte und kreative Brachenbespielung: Camden Market, Budapest, Kopenhagen ...



Trockendock – Off Market im B3E

Atmosphärische Beispiele Off-Märkte und kreative Brachenbespielung: Camden Market, Budapest, Kopenhagen ...



2 neue Magneten für das Bermuda3Eck und Bochum – die kommende „Stadt der Märkte“.

Brache Neustrasse / Trockendock – Der B3E Off-Market:





## ANHANG

### Maßnahmenvorschläge für ISEK & Entwicklungsvereinbarung

- in Listenform und nach Mikrolagen sortiert -

I	VORSCHLÄGE TEILLAGE: CITY-TOR SÜD	Nr.	ISEK oder EV?
■	• <b>Fehlender Straßename (Vorschlag „Am Kulturgleis“ wird präferiert)</b>	I-1	EV/ISEK
	• <b>Gefahr weiterer Gastronomie-Ansiedlung</b>	I-2	EV
■	• <b>Neugestaltung Eingangsbereich Viktoriastraße / City-Tor Süd</b>	I-3	ISEK
	• <b>Neugestaltung mögliche Zufahrt / Anbindung an Henry-Bessemer-Park</b>	I-4	ISEK
■	• <b>B-Plan Nr. 777 + Hotel: keine zusätzliche Gastronomie, kein Wohnen</b>	I-5	EV
	• <b>Kultur und Freizeit: z. B. Musical Hall, Varieté-Theater, Satellit zum Musikforum</b>	I-6	Option
	• <b>„Bermuda-Campus“: Forschungszentren, Uni-Abteilung</b>	I-7	Option
	• <b>Kreativwirtschaft: Maler, Künstler, Ateliers, Gründerzentrum</b>	I-8	Option
	• <b>Zusätzliches Parkhaus für Kunden</b>	I-9	EV/ISEK
	• <b>Coworking (im 1. OG des Landmarken-Hotel-Neubaus vorgesehen) &amp; urbane Produktion</b>	I-10	EV
■	• <b>Trassenführung RS1 über City-Tor Süd</b>	I-11	EV/ISEK
	• <b>Keine irreversiblen Einbauten + Mobiliar auf Freiflächen / VA-Vorbereitung im Untergrund</b>	I-12	EV
	• <b>Erschließung und 24 h – Anfahrbarkeit des „Lidl“-Parkplatzes von City-Tor-Süd aus</b>	I-13	EV
■	• <b>Jugendsport-Einrichtung auf den vorgesehenen Grünflächen, z. B. Skatepark</b>	I-14	ISEK

II	VORSCHLÄGE TEILLAGE: KONRAD-ADENAUER-PLATZ	Nr.	ISEK oder EV?
■	• <b>Fehlende Behinderten-Toilette (mit Standortvorschlag im Bereich der Bike-Boxen)</b>	II-1	ISEK
■	• <b>Neugestaltung Eingangsbereich Viktoriastraße / KAP</b>	II-2	ISEK
	• <b>B3E-Infosystem für ÖPNV-Kunden (U-Bahn)</b>	II-3	ISEK
	• <b>B3E-Info-Tafel im P8</b>	II-4	ISEK
■	• <b>Mobile temporäre Kunstobjekte im öffentlichen Raum, z. B. „#LOVE“, als Anziehungspunkt</b>	II-5	ISEK
	• <b>Partielle Steuerbarkeit der öffentlichen Platzbeleuchtung</b>	II-6	EV
	• <b>Gebäudeübergreifende Fassaden-Illuminationen (z. B. Handelshof)</b>	II-7	ISEK
■	• <b>Dauerhafte nicht gastronomische Nutzung des Rundbaus, z. B. „Grönemeyer-Museum“</b>	II-8	EV/ISEK
■	• <b>Wintermarkt auf KAP &amp; Kortumstraße</b>	II-9	ISEK
	• <b>Langfristige Nutzung des Skatedecks jenseits von Fußball bei Neuvermietung</b>	ohne	EV
	• <b>Positionierung als zentraler Platz für Kultur &amp; Gesellschaft   gesellschaftlicher Mittelpunkt</b>	II-10	EV/ISEK

III	VORSCHLÄGE TEILLAGE: VIKTORIASTRASSE I/II	Nr.	ISEK oder EV?
■	• <b>Umsiedlung der Krisenhilfe (Voraussetzung zur Überwindung der Zäsur Viktoriastraße)</b>	III-1	EV
	• <b>Soziale Kontrolle Kiosk neben Krisenhilfe   Alkoholverkauf mit Vor-Ort-Verzehr unterbinden</b>	III-2	EV
	• <b>Zu geringe öffentliche Beleuchtung für Besucher / Passanten (subjektive Sicherheit)</b>	III-3	ISEK
	• <b>Unfallgefahr durch unerlaubtes Linksabbiegen von der Humboldtstraße unterbinden</b>	III-4	ISEK
	• <b>Verschmutzungsproblematik Fußgängerbereich Unterführung Eisenbahnbrücke</b>	III-5	ISEK
■	• <b>„Hallo B3E“: Neugestaltung Eingangstor aus Richtung Königsallee vor Eisenbahnbrücke</b>	III-6	ISEK
	• <b>„Hallo B3E“: Neugestaltung Eingangstor Viktoriastraße vor Kerkwege</b>	III-7	ISEK
	• <b>„Hallo B3E“: Begrüßung   B3E-Infosystem   Kunstaktionen Vorplatz Musikforum</b>	III-8	ISEK
	• <b>„Hallo B3E“: Neugestaltung Eingangstor Kreuzung Südring / Viktoriastraße</b>	III-9	ISEK
	• <b>Positionierung   Bezeichnung des Straßenabschnitts als „KULTURACHSE“</b>	III-10	EV/ISEK
■	• <b>Winterbeleuchtung im Straßenraum</b>	III-11	EV/ISEK
	• <b>Gebäudeübergreifende Fassaden-Illuminationen</b>	III-12	EV/ISEK
	• <b>Optische Herausarbeitung der „KULTURACHSE“ durch übergreif. Gestaltungsthemen/Kunst</b>	III-13	EV/ISEK
	• <b>Projektidee „Lichter der Welt“: jede Straßenlaterne anders / aus Großstädten dieser Welt</b>	III-14	EV/ISEK

III	VORSCHLÄGE TEILLAGE: VIKTORIASTRASSE II/II	Nr.	ISEK oder EV?
■	• <b>Streetart an den Wänden der Unterführung</b>	III-15	ISEK
	• <b>Workshop „Neues Lichtkonzept fürs B3E“</b>	III-16	EV/ISEK
■	• <b>Coworking-Anker (Baulücke Nr. 61)</b>	III-17	Option
	• <b>„Casual Fine Dining“, weitere hochwertige Restaurants</b>	III-18	Option
■	• <b>Verkehrsberuhigung   Ankommen &amp; Flanieren   Visitenkarte von B3E &amp; Innenstadt</b>	III-19	EV/ISEK
	• <b>Shared Space ab 18 Uhr als Erlebnisraum &amp; zur Überwindung der Zäsur</b>	III-20	EV/ISEK
	• <b>Komplette Neugestaltung des Straßenraums</b>	III-21	ISEK
	• <b>Zäsur herabsetzen, West- und Ostseite besser verzahnen, z. B. Querung Musikforum</b>	III-22	ISEK
	• <b>Hochwertige Inszenierung der Straßenbeleuchtung</b>	III-23	ISEK
	• <b>Straßenraum für Radfahrer zwischen Kerkwege und Südring verbessern</b>	III-24	EV/ISEK
	• <b>Fassaden-Programm „Visitenkarte Innenstadt“</b>	III-25	EV/ISEK
	• <b>Wegebreiten in Richtung Südring weiter ausbauen und für Außenbestuhlung nutzen</b>	III-26	EV/ISEK
■	• <b>Mitspracherecht der ISG bei der Neugestaltung der Viktoriastraße</b>	III-27	EV

Aufgabe 7

Leitbildkarte Bermuda3Eck 2030 - Impressionen





IV	VORSCHLÄGE TEILLAGE: KORTUMSTRASSE I	Nr.	ISEK oder EV?
■	• Sauberkeit / Reinigung im öffentlichen Raum, Müllbehälterturnus nicht ausreichend	IV-1	ISEK
■	• B3E-Infosystem  Übersichtsplan im Parkhaus P8	s. II-4	ISEK
■	• Illumination der Baulücke oberhalb von Sausalitos	IV-2	ISEK
	• „B3E-Leuchtfinger“ auf dem Lueg-Gebäude	IV-3	ISEK
	• Positionierung   Bezeichnung des Straßenabschnitts als „BROADWAY“	IV-4	EV/ISEK
■	• Coworking-Anker (in den OGs des Lueg-Gebäudes)	IV-5	Option
	• Steigerung des durchschnittlichen Branchenmix-Niveaus	IV-6	Option
■	• Quartiershausmeister für zusätzliche Reinigung (höherer Turnus) und als Viertel-Lotse	IV-7	ISEK
	• Lösung für die notwendigen Wetterschutzanlagen für die Freisitze im Winter	IV-8	EV



V	VORSCHLÄGE TEILLAGE: ENGELBERT-PLATZ	Nr.	ISEK oder EV?
■	• Sauberkeit, nicht ausreichender Reinigungssturnus, z. B. Verschmutzung des Aufzugshauses	V-1	ISEK
	• Rewe-Problematik: Verpackungsmüll & Außerhausverkauf von gekühlten Alkoholika	V-1	EV
■	• „Hallo B3E“: Begrüßungsinszenierung auf Platzmitte + B3E-Infosystem am Aufzugshaus	V-2	ISEK
■	• Kunstobjekt abgestimmt auf neue Platzgestaltung, ggf. auch als Begrüßungsobjekt	V-3	ISEK
	• Beleuchtung, Städtebau & Inszenierung des Aufzugshauses mit Verbesserung der Sauberkeit	V-4	EV/ISEK
■	• Weitere Highlights ansiedeln	V-5	Option
	• Folgenutzung Rewe: Broadway-Theater, Varieté, Kleinkunstabühne	V-6	Option
	• Baulücke Viktoriastr. 18: Erweiterung zum Street Food Market	V-7	Option
■	• Städtebauliche Neuentwicklung als Platz mit Treffpunkt- & Veranstaltungsfunktion	V-8	EV/ISEK
	• Kleine Bühne auf der neuen Platzmitte auf Höhe Rewe/Bratwursthaus	V-8	EV/ISEK
	• Rückbau des Engelbert (Zustimmung zum Verlagerungswunsch der Maischützen)	V-9	EV/ISEK

VI	VORSCHLÄGE TEILLAGE: KERKWEGE & KREUZSTRASSE	Nr.	ISEK oder EV?
■	• „Car-Posing“	VI-1	EV
	• Verkehrssicherheit für Radfahrer	VI-1	EV
■	• „Hallo B3E“: Eingangstor von der Viktoriastraße aus	s. III-7	ISEK
■	• Straßenbeleuchtung von Kerkwege und Kreuzstraße verbessern (gefühlte Sicherheit)	VI-2	ISEK
■	• Szenecluster für Gastronomie und Handel	VI-3	EV/ISEK
	• Kreativkonzepte   „B3E-Kiez-Stories“	VI-3	Option
	• Subkulturelle Durchmischung	VI-3	Option
	• Hybride Nutzungen, z. B. „Waschsalon mit DJ“	VI-3	Option
■	• Neue Straßengestaltung, Verkehrsberuhigung, bessere Wegebreiten für Fußgänger / Radfahrer	VI-4	EV/ISEK
■	• Erstellung eines neuen Verkehrskonzeptes für das Bermuda3Eck	VI-5	EV/ISEK



VII	VORSCHLÄGE TEILLAGE: KORTUMSTRASSE II	Nr.	ISEK oder EV?
■	• „Hallo B3E“: Begrüßungsinszenierung + B3E-Infosystem   Übersichtsplan	VII-1	ISEK
■	• Beleuchtungs- & Inszenierungskonzept	VII-2	EV/ISEK
■	• Einzelhandel stärken	VII-3	Option
	• Fokussierung auf neue Handelskonzepte: Conceptstores, Pop-up-Strip, Start-up-Strip	VII-3	Option
	• Positionierung als Mainstreamkunden-Einstiegslage	VII-3	Option
	• Positionierung als Brückenlage zwischen Einzelhandel und Gastronomie	VII-3	Option

VIII	VORSCHLÄGE TEILLAGE: BRÜDERSTRASSE	Nr.	ISEK oder EV?
	• <b>Sauberkeit, Ordnung, Sicherheit Kreuzungsbereich Brüderstraße / Kerkwege / Kreuzstraße</b>	VIII-1	EV
	• <b>„Hallo B3E“: Eingangstor Otto-Sander-Platz   Begrüßung &amp; B3E-Infosystem</b>	VIII-2	ISEK
	• <b>„Hallo B3E“: B3E-Infosystem am Hauptbahnhof   Wegweisung, Übersichtsplan &amp; aktuelle Infos</b>	VIII-3	ISEK
	• <b>„Hallo B3E“: B3E-Infosystem Husemannplatz   Wegweisung, Übersichtsplan &amp; aktuelle Infos</b>	VIII-4	ISEK
	• <b>Kunstobjekt, ggf. als Begrüßungsobjekt am Otto-Sander-Platz</b>	VIII-5	ISEK
	• <b>Beleuchtungs- und Inszenierungskonzept Brüderstraße</b>	VIII-6	ISEK
	• <b>Szene Einzelhandel und Kreativwirtschaft</b>	VIII-7	EV/ISEK
	• <b>„BERMUDA-OFF-MARKET“ als touristischer Anziehungspunkt &amp; Szeneviertel-Herzschlag</b>	VIII-8	EV/ISEK
	• <b>Städtebaulich- und gastrofunktionale Aufwertung der Brüderstraße</b>	VIII-9	EV/ISEK
	• <b>Gestaltungskonzept Otto-Sanderplatz und Umgebungsflächen als B3E-Antrittslage</b>	VIII-10	EV/ISEK