

Positionierungs- strategie

Anstoß eines Zentrenmanagements für die Innenstadt von Gütersloh

Positionierungsstrategie für die Innenstadt von Gütersloh | 02.05.2023

Es werden Grafiken und Bildausschnitte zur besseren Darstellung von Kernaussagen verwendet. Eine öffentliche Nutzung bzw. Weitergabe, Vervielfältigung oder gar allgemeine Veröffentlichung kann jedoch Ansprüche der Rechteinhaber:innen auslösen. Wer diese Unterlagen deshalb in welcher Form auch immer weitergibt, vervielfältigt oder veröffentlicht, übernimmt das volle Haftungsrisiko gegenüber den Inhaber:innen der Rechte. Stadt + Handel Beckmann und Föhler Stadtplaner GmbH wird mit der Verletzung dieser Untersagung zur Weitergabe und Veröffentlichung von allen Ansprüchen Dritter freigestellt. Der/Die Verursacher:in dieser Verletzung oder heranzuziehende Verantwortliche hierfür trägt die Kosten der ggf. notwendigen Abwehr von solchen Ansprüchen.

AUFTRAGGEBERIN

Stadt Gütersloh
Fachbereich Stadtplanung
Berliner Straße 70, 33330 Gütersloh
Telefon 05241 82 3183
stadtplanung@guetersloh.de
www.guetersloh.de

VERFASSER:INNEN

Dipl.-Ing. Marc Föhler
Jens Nußbaum, M. A.
Katharina Ruhr, M. Sc.
Luca Henke, M. Sc.
Dortmund, 02.05.2023

Stadt + Handel Beckmann und Föhler Stadtplaner GmbH

info@stadt-handel.de

www.stadt-handel.de

Amtsgericht Dortmund
Handelsregisternummer
HRB 33826
Hauptsitz Dortmund

Standort Dortmund

Hörder Hafenstraße 11
44263 Dortmund
Fon +49 231 86 26 890
Fax +49 231 86 26 891

Standort Hamburg

Tibarg 21
22459 Hamburg
Fon +49 40 53 30 96 49
Fax +49 40 53 30 96 47

Standort Karlsruhe

Beiertheimer Allee 22
76137 Karlsruhe
Fon +49 721 14 51 22 62
Fax +49 721 14 51 22 63

Standort Leipzig

Markt 9
04109 Leipzig
Fon +49 341 92 72 39 42
Fax +49 341 92 72 39 43

Inhaltsverzeichnis

Ausgangslage und Zielsetzung	4
Methodik	7
Zielgruppenbetrachtung	16
Innenstadtleitbild und Quartiersprofile	21
Entwicklungsstrategien	36
Fazit und Ausblick	38

Ausgangslage und Zielsetzung

Ausgangslage und Zielsetzung

Wie soll die Gütersloher Innenstadt der Zukunft aussehen? Was ist zu tun, um auf die veränderten Rahmenbedingungen zu reagieren, die aus dem demografischen Wandel, dem Klimawandel, dem Boom im Online-Handel und jüngst der Pandemie und der Energiekrise resultieren? Mit diesen und weiteren Fragen beschäftigt sich der Anstoßprozess für ein Zentrenmanagement für die Gütersloher Innenstadt. Klar sind dabei zwei Dinge: Erstens: Die Idee einer vitalen Innenstadt ist für alle neu zu justieren. Zweitens: Das geht nur im engen Schulterschluss aller Innenstadttakteur:innen.

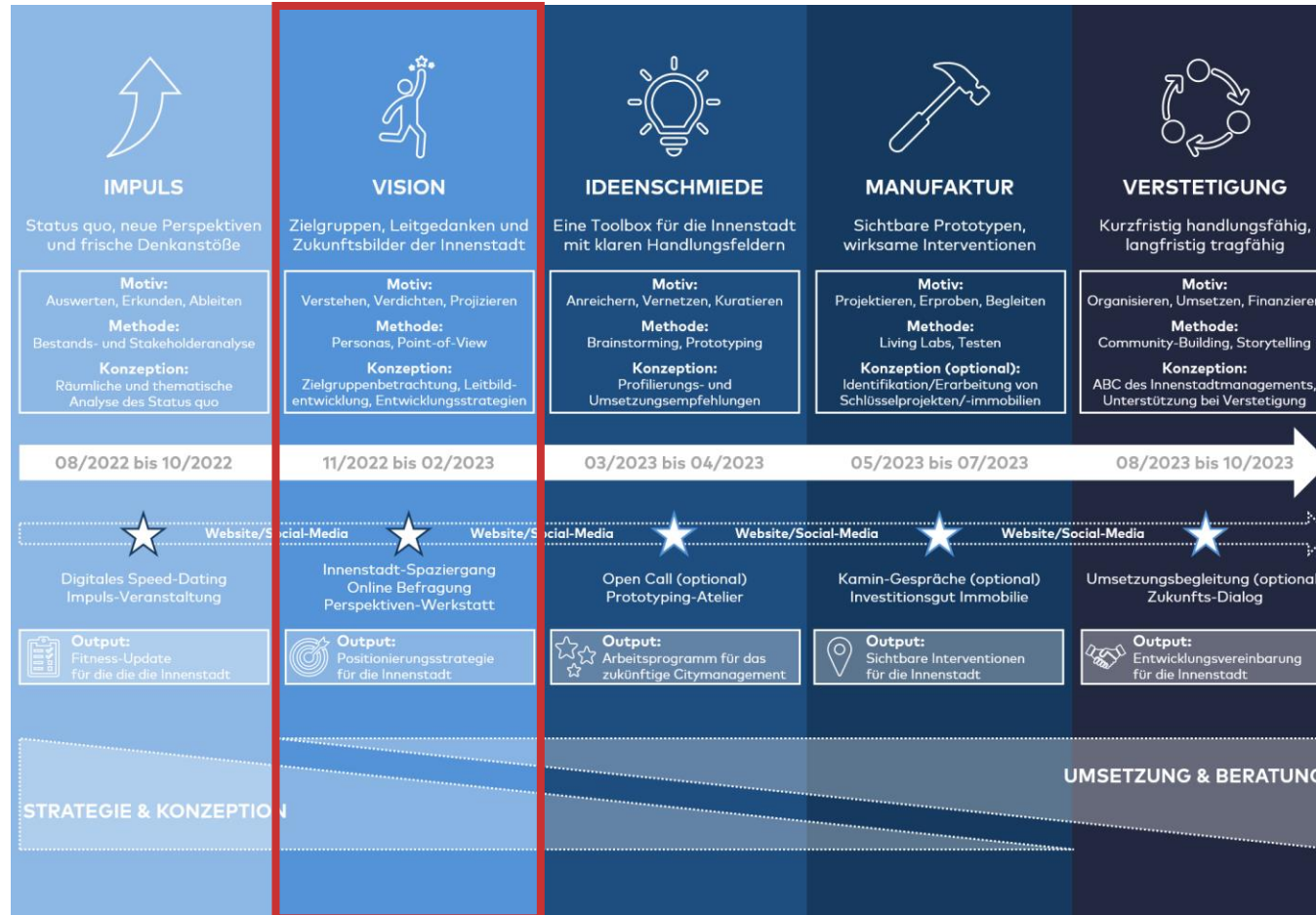
Als Grundlage wurde im ersten Schritt, der Impuls-Phase, der Status quo der Gütersloher Innenstadt mittels verschiedener Dialogformate (Impuls-Veranstaltung, Speed-Datings) räumlich und thematisch untersucht und in einem kompakten [Fitness-Update](#) zusammengefasst. Ergebnis ist ein Lagebericht der Gütersloher Innenstadt. Wo liegen Stärken, Schwächen und Potenziale? Worauf lässt sich aufbauen und wo muss nachjustiert werden?

Im zweiten Schritt, der Visions-Phase, wurde mittels weiterer Formate (Innenstadtspaziergang, Online-Befragung und Perspektiven-Werkstatt) an Ideen für die Zukunft der Gütersloher Innenstadt gearbeitet. Wesentlicher Bestandteil dessen ist die Profilierung einzelner Innenstadtquartiere, die als Puzzlestücke zusammengefügt die Gütersloher Innenstadt der Zukunft ausmachen. Die verdichtet zusammengetragenen und vor fachlichem Hintergrund aufbereiteten Ergebnisse finden sich in der Profilierungsstrategie für die Gütersloher Innenstadt.

Zunächst wird die angewandte Methodik dokumentiert, bevor perspektivische Hauptzielgruppen der Gütersloher Innenstadt definiert werden. Die Formulierung von Entwicklungsstrategien und eines Innenstadtleitbilds schärfen schließlich zusammenfassend das Profil der Gütersloher Innenstadt.

Wo wir stehen

Konzeptbausteine



Quelle: Darstellung Stadt + Handel.

Methodik

Innenstadtspaziergang

Methodik



ehem. Karstadt-Immobilie

Gastronomie am Dreiecksplatz

Live und in Farbe, am lebenden Objekt wurde gemeinsam mit den Teilnehmenden – eingeladene Akteur:innen aus den Bereichen Politik, Verwaltung, Einzelhandel, Gastronomie, Immobilien, Kunst- und Kultur sowie Vertreter:innen verschiedener Beiräte – über all das diskutiert, was in der Gütersloher Innenstadt als positiv oder verbesserungswürdig wahrgenommen wird. Entlang der Stationen Bahnhofsvorplatz, mittlere Berliner Straße, Berliner Platz, Spiekergrasse, Dreiecksplatz, Am Alten Kirchplatz, Kolbeplatz und ZOB ergaben sich anregende, produktive Gespräche zu Chancen und Möglichkeiten der Gütersloher Innenstadt.

Gastronomie als belebendes Element jenseits des Einzelhandels kristallisierte sich als einer der Schwerpunktbereiche heraus. Gerade für den Berliner Platz, der als zentralster Platz der Innenstadt abseits der Veranstaltungen und Wochenmärkte als reiner Durchgangsraum wahrgenommen werde.

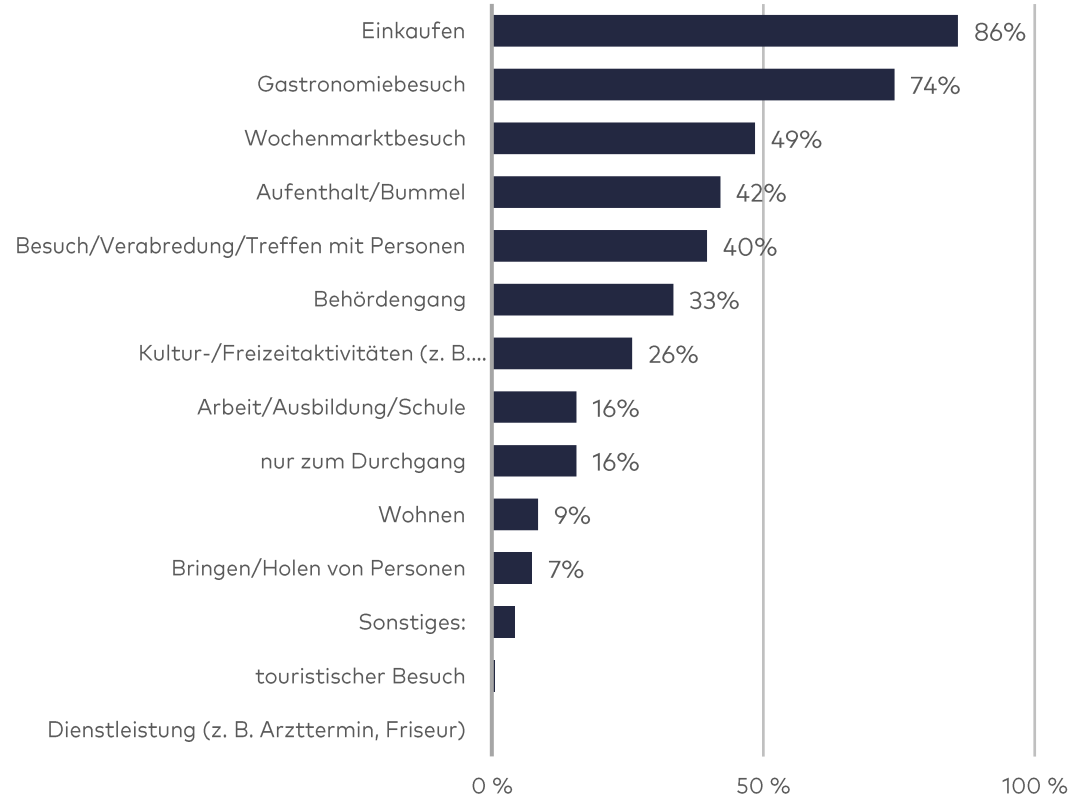
Innerhalb der Gütersloher Innenstadt wurden die Handlungsbedarfe der einzelnen Lagen höchst divergent eingeschätzt. Am Dreiecksplatz werde „fast alles richtig gemacht“, während die Teilnehmenden im gesamten Bahnhofsumfeld deutliche Handlungsbedarfe ausmachten. Angefangen bei den Faktoren Sauberkeit, Ordnung und Sicherheit bis hin zu einem Mehrbedarf an Fahrradstellplätzen und fehlender Aufenthaltsqualität.

Auch abseits der räumlichen Dimension konnten Themenschwerpunkte für die künftige Entwicklung ausgemacht werden. In der Außenpräsentation gebe es deutliches Verbesserungspotenzial, die Innenstadt sei schließlich besser als ihr Ruf.

Online-Befragung

Methodik

Gründe für den Besuch der Gütersloher Innenstadt



n = 2.000
(Mehrfachantworten möglich)

Innenstädte sind aktuell vielerorts **das** Thema stadtgesellschaftlicher Debatten. Zur Innenstadt hat jede:r eine Meinung – und auch Vorstellungen und Ansprüche! Um eine breite Meinung und Ansichten zur Zukunft der Gütersloher Innenstadt abzufragen, wurde die Online-Befragung durchgeführt. Neben Fragen zum Status-quo wurden vor allem Wünsche, Vorstellungen und Ansichten zur Zukunft der Gütersloher Innenstadt abgefragt. Mit knapp über 2.000 Teilnehmenden zeugen die Umfrageergebnisse von sehr hohem Interesse am Thema Innenstadt.

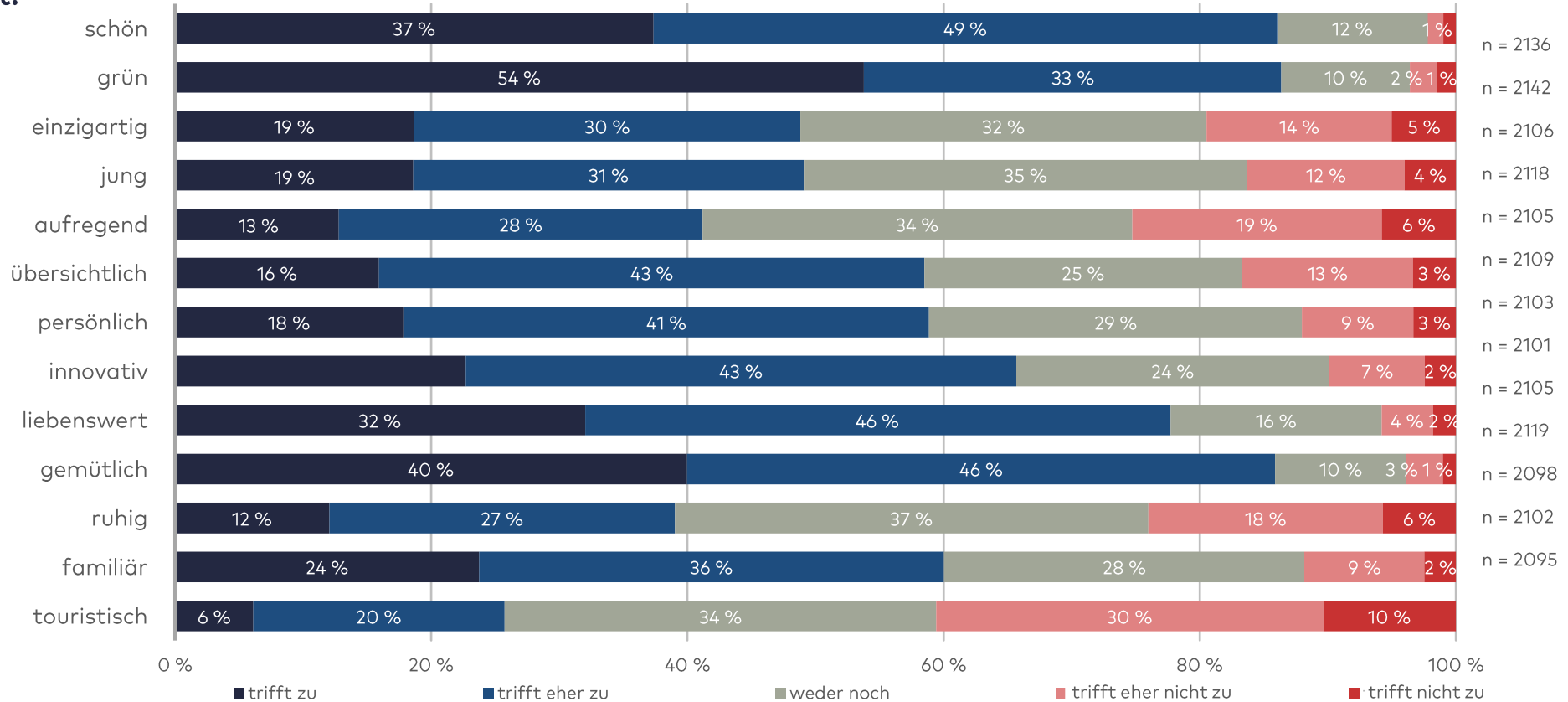
Eine ausführliche Auswertung der Befragung wurde separat vorgenommen und dokumentiert ([Auswertung der Online Befragung zur Gütersloher Innenstadt](#)), daher finden sich an dieser Stelle in komprimierter Form einige der wichtigsten und anschaulichsten Umfrageergebnisse wieder:

- Der Gütersloher Innenstadt fehlt es an Besonderheiten.
- Die Gütersloher Innenstadt wird von den Befragten hauptsächlich zum Einkaufen und für Gastronomiebesuche aufgesucht.
 - Altersspezifische Unterschiede: höhere Bedeutung der Innenstadt als Treffpunkt für jüngere Altersgruppen, zunehmende Bedeutung von Dienstleistungen und Kulturangeboten für ältere Altersgruppen
- Altersübergreifend werden folgende Attribute für besonders wichtig befunden: grün, gemütlich und schön. Attribute wie innovativ, einzigartig und touristisch werden für weniger wichtig befunden.
 - Mit zunehmendem Alter: abnehmende Bedeutung der Attribute aufregend, jung und einzigartig; zunehmende Bedeutung der Attribute ruhig und gemütlich

Online-Befragung

Methodik

Wie wichtig sind die folgenden Attribute für die Gütersloher Innenstadt der Zukunft?

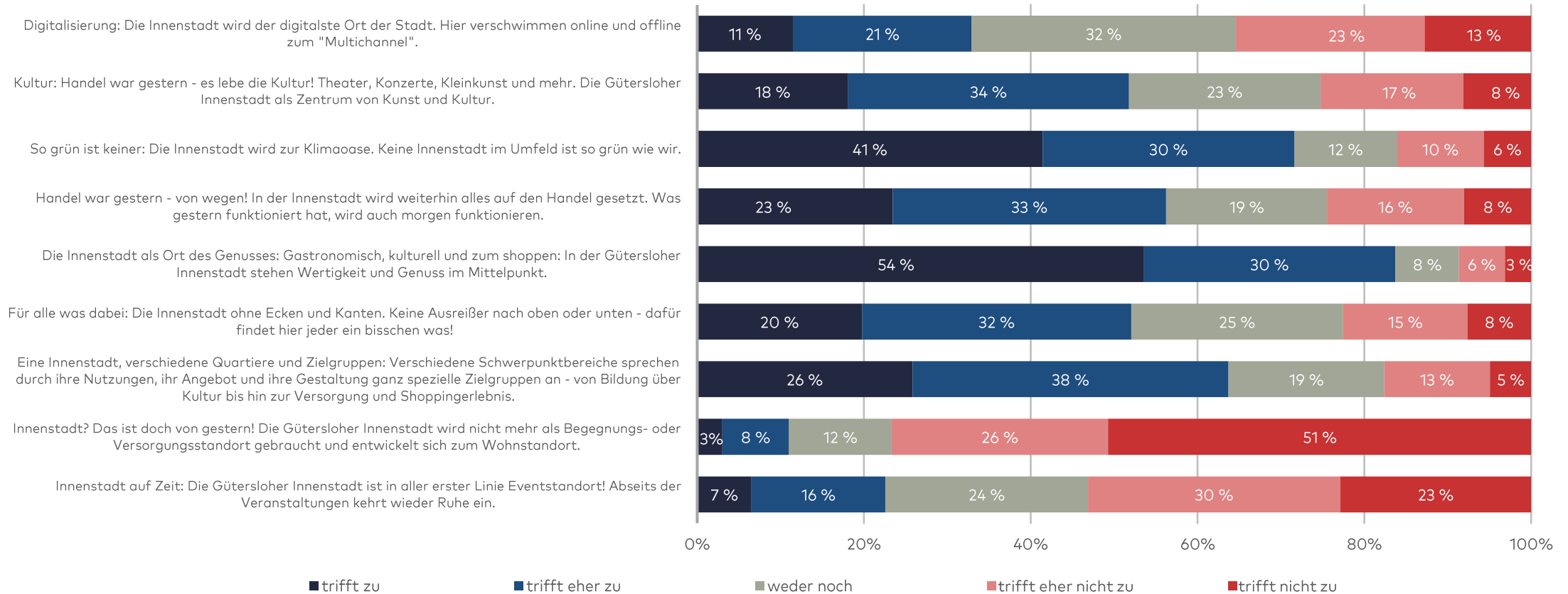


Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Daten: Onlinebefragung Gütersloh, Stadt + Handel 02/2023; n=2142

Online-Befragung

Methodik

Wie sehr stimmen Sie folgenden Thesen zu?

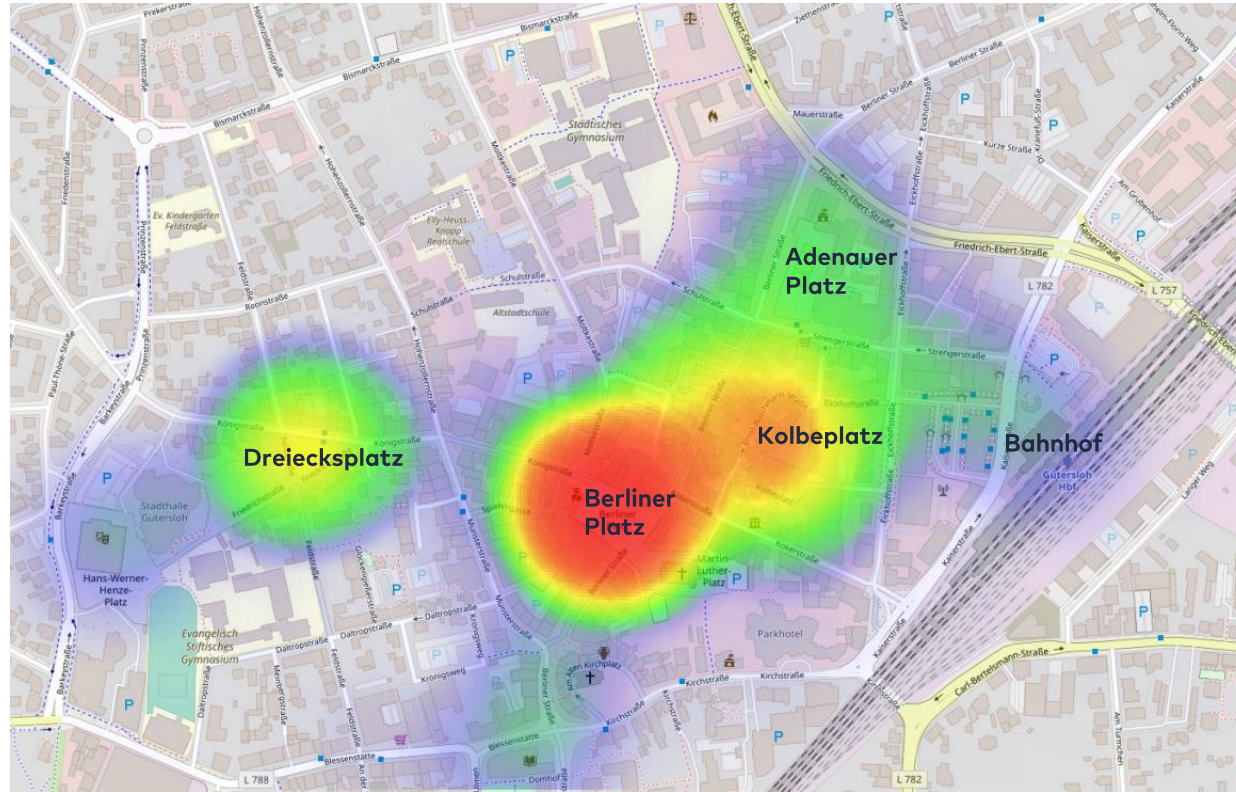


Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Daten: Onlinebefragung Gütersloh, Stadt + Handel 02/2023; n=2035

Online-Befragung

Methodik

Was sind Ihre wesentlichen Ziele, wenn Sie die Gütersloher Innenstadt aufsuchen? (max. 3 Nennungen möglich)



Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Daten: Onlinebefragung Stadt + Handel 02/2023; n = 4114

Perspektiven-Werkstatt

Methodik



Anlässlich der Perspektivenwerkstatt kamen eingeladene Akteur:innen der Gütersloher Innenstadt in der Stadtbibliothek zusammen, um die Ansprüche verschiedener Zielgruppen an die Gütersloher Innenstadt der Zukunft zu erarbeiten. Der Teilnehmendenkreis setzte sich aus rund 20 Vertreter:innen der Bereiche Einzelhandel, Gastronomie, Vereine und Institutionen, Kultur, Immobilien und Stadtverwaltung zusammen. Im Rahmen eines Perspektivenwechsels begaben sich die Teilnehmenden auf die Visitor-Journey durch die Gütersloher Innenstadt im Jahr 2035 – aus den Augen einer eigens ausgewählten Person, die stellvertretend für eine bestimmte Zielgruppe steht. Zunächst wählten die Kleingruppen eine Persona aus, die stellvertretend für eine Zielgruppe der Gütersloher Innenstadt im Jahr 2035 steht. Diese Persona wurde anschließend mittels eines detaillierten Steckbriefs „zum Leben erweckt“ und ausgearbeitet. Dann ging es durch die Gütersloher Innenstadt im Jahr 2035! Durch die Augen der Persona beschrieben die Kleingruppen die Visitor Journey durch die Innenstadt und erstellten – als Fazit und Zusammenfassung – eine abschließende Google Rezension.

Der Arbeitsphase vorangestellt wurden die wesentlichen bisherigen Analyseergebnisse aus der Impulsphase eingeordnet und eine mögliche Entwicklung der Innenstadt durch die Profilierung einzelner Lagebereiche vorgestellt.

Die Werkstatt-Ergebnisse dienen als ein weiteres Puzzlestück für die Formulierung von Entwicklungsstrategien sowie die Erarbeitung eines Innenstadtleitbilds. Als zentrales Dialogformat innerhalb der Visionsphase sind die Ergebnisse der Werkstatt wichtiger Ausgangspunkt für die weiteren Prozessinhalte.

Perspektiven-Werkstatt

Methodik

Steckbrief

Name:

Alter:

Wohnort:

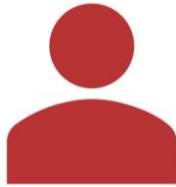
Beruf:

Interessen:

Lebensstil:

Mobilitätsverhalten (Fokus Auto, ÖPNV, Fahrrad...):

Bezug zur Gütersloher Innenstadt (Wohn- und/oder Arbeitsort...):



STADT+HANDEL



Auf dem Weg in die Innenstadt... im Jahr 2035!



Warum besuche ich die Gütersloher Innenstadt?

Informiere ich mich vorher über die Innenstadt, wenn ja, wo?

Wie komme ich in die Innenstadt?

Wo komme ich an?

STADT+HANDEL



Die Visitor-Journey durch die Gütersloher Innenstadt 2035!



Was schätze ich an der Gütersloher Innenstadt?

Welche Quartiere/Orte suche ich auf?

Was sehe ich dort, was spricht mich an und was nicht?

Welche Qualität haben die Angebote, Nutzungen und der Stadtraum?

STADT+HANDEL



Meine Google Rezension der Gütersloher Innenstadt der Zukunft.



Gewählte Anzahl an Sternen bitte ausfüllen

Ich möchte die Innenstadt Gütersloh im Jahr 2035 auf Google bewerten. Dafür können maximal 5 Sterne vergeben werden. Zudem stehen wenige Zeilen Freitext zur Verfügung. Wie viel Sterne bekommt die Innenstadt – und warum? Für wen ist die Innenstadt interessant? Was bietet die Innenstadt mit ihren fünf Quartieren?

STADT+HANDEL



Perspektiven-Werkstatt

Ergebnisdokumentation

Besuchsgründe

Zukunftsvision:

- Besorgungen, v.a. individuelle Angebote
- Innenstadt als Treffpunkt
- medizinische Versorgung
- Kulturangebot
- Events

Informationsbeschaffung

Zukunftsvision:

- Digital (Social media basiert und über lokale Sammelangebote)

Mobilitätsverhalten

Zukunftsvision:

- Smarte Sharing- und Shuttle-Angebote
- ÖPNV
- Fahrrad
- intermodale Verknüpfung an Mobilitätshubs

Anforderungen an Nutzungen und Stadtraum

Zukunftsvision:

- Grün- und Aufenthaltsqualität
- Individuelle Einzelhandels- und Gastronomieangebote
- Sichere und saubere Stadträume
- Kurze Wege
- Attraktiver Wohnraum in der Innenstadt
- Multifunktionale Nutzung der ehem. Karstadt-Immobilie

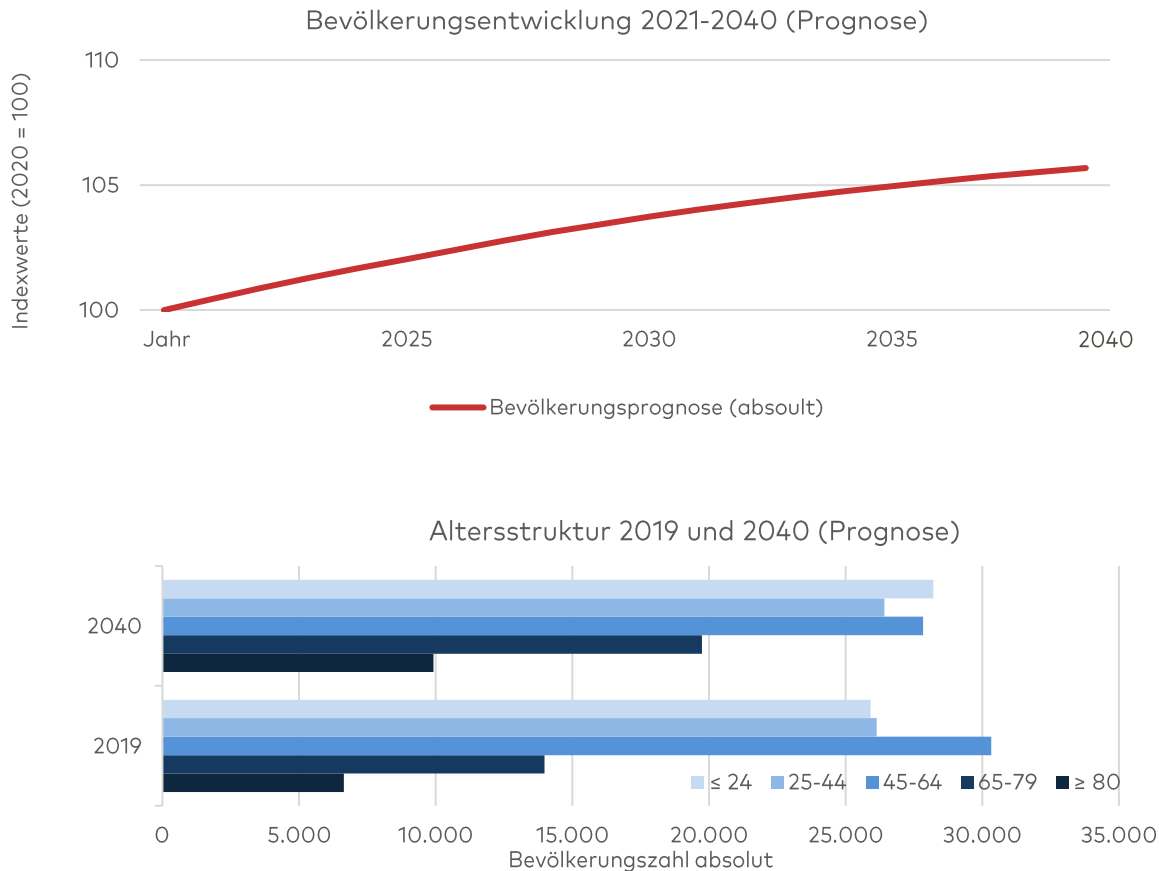
Innerhalb der Perspektiven-Werkstatt stellten die verschiedenen Personas klare Anforderungen an die Gütersloher Innenstadt im Jahr 2035. Diese wird perspektivisch sowohl als Ort der Versorgung als auch als Begegnungs- und Erlebnisort gesehen. Doch auch als attraktiver Wohnraum wird die Innenstadt zunehmend relevanter. Unter anderem durch die Umnutzung leerfallender Büroflächen in den Obergeschossen. Das Angebotsportfolio soll individuell- und nachhaltig sein. Sinkende Mietzinse in den Toplagen verbessern die Bedingungen für Existenzgründer:innen und inhabergeführte Betriebe. Zur Informationsbeschaffung stehen digitale Angebote im Fokus. Anforderungen an zukünftige Mobilitätsformen äußerten sich hauptsächlich in Form von Sharing-Angeboten, ÖPNV und Radverkehr.

Insgesamt zeigte die Perspektiven-Werkstatt, dass die Vertreter:innen der Gütersloher Innenstadt sich aktiv an der Weiterentwicklung der Innenstadt beteiligen möchten. Bei der Auswahl der Personas und deren Wohnort (ausschließlich Gütersloher Stadtgebiet) wurde deutlich, dass die Gütersloher Innenstadt der Zukunft **das** Zentrum für die Gütersloher:innen sein soll.

Zielgruppen- betrachtung

Zielgruppenbetrachtung

Demografische Entwicklung



Neben den Einschätzungen der Teilnehmenden der Perspektiven-Werkstatt fließen Daten zur demografischen Entwicklung der Stadt Gütersloh in die Innenstadtpositionierung ein. Für die Zielgruppenbetrachtung sind im Wesentlichen die Bevölkerungsentwicklungen der letzten Jahre und die absehbaren zukünftige Entwicklungstrends relevant. Neben der absoluten Bevölkerungsentwicklung spielt auch die Altersstruktur der Bevölkerung eine Rolle für die Positionierung der Innenstadt und die Ansprüche ihrer Nutzer:innen.

Die dargestellte demografische Entwicklung zeigt, dass in Gütersloh konstante Bevölkerungszuwächse zu erwarten sind. Bis zum Jahr 2040 wird die Bevölkerungszahl laut Prognose bei ca. 106.400 Einwohner:innen liegen. Die Bevölkerungszuwächse bieten für die Innenstadt in zweierlei Hinsicht eine Chance. Zum einen als Nachfrager:innen auf dem innerstädtischen Wohnungsmarkt und zum anderen als potenzielle Besucher:innen der Innenstadt – wenn es gelingt, die Gütersloher Bürger:innen von und mit den innerstädtischen Angeboten zu überzeugen. Aktuell wird die Gütersloher Bevölkerung primär durch die Altersgruppe der 45- bis 64-Jährigen geprägt. Im Jahr 2040 wird ein Rückgang dieser Altersgruppe bei einer leichten Zunahme der jüngeren Altersgruppen und einer deutlichen Zunahme der über 65-jährigen erwartet. Insbesondere für diese zunehmende Anzahl älterer Menschen, wird innerstädtisches Wohnen aufgrund der kurzen Wege und des guten Versorgungsangebotes attraktiver.

Auf Grundlage der Analyseergebnisse, der Ergebnisse der Online-Befragung sowie der Perspektiven-Werkstatt und demographischen Trends können für die Innenstadt von Gütersloh primär vier Hauptzielgruppen identifiziert werden (s. folgende Seite). Auf diese Gruppen gilt es künftige Aktivitäten des Zentrenmanagements abzustimmen und zu prüfen. Durch den Fokus auf die Hauptzielgruppen sollen explizit keine anderen Bevölkerungsgruppen ausgeschlossen werden. Die Gütersloher Innenstadt der Zukunft bleibt ein inklusives Abbild der Stadtgesellschaft.

Zielgruppenbetrachtung

Perspektivische Hauptzielgruppen der Gütersloher Innenstadt



Jugendliche/junge Erwachsene



middle-ager



Senior:innen



innerstädtisch Beschäftigte

Zielgruppenbetrachtung

Perspektivische Hauptzielgruppen der Gütersloher Innenstadt

	Jugendliche/junge Erwachsene	kaufkräftige middle-ager	Senior:innen	innerstädtisch Beschäftigte
Alter	Kinder und Jugendliche bis 18 Jahren, junge Erwachsene bis Anfang 20 Jahren	40-60 Jahre	65+	35-50 Jahre
Eigenschaften	Lebensmittelpunkt in Gütersloh; Besuch der Innenstadt zur Versorgung und Freizeitbeschäftigung und/oder Besuch einer innerstädtischen Schule	Lebensmittelpunkt in Einfamilienhausgebieten der Gütersloher Stadtteile, Besuch der Innenstadt für Behördengänge, Versorgung und Freizeitgestaltung	Lebensmittelpunkt in senior:innengerechten Wohnungen innerhalb der Gütersloher Kernstadt; Besuch der Innenstadt als Treffpunkt und Versorgungsort	Angestellt bei einem Arbeitgeber in der Gütersloher Innenstadt, tägliche Pendelstrecke vom Wohnstandort im Umland nach Gütersloh
Herkunft	Gütersloher Innenstadt und weitere Stadtteile sowie direkt angrenzende Gemeinden	Größtenteils ruhige Wohngebiete in Gütersloh (mit Familie)	Gütersloher Innenstadt sowie gut angebundene, angrenzende Wohnstandorte	Näheres Gütersloher Umland
Qualitätsanspruch/ Preisniveau	durchschnittliches bis geringes Preisniveau mit nachhaltigem Qualitätsanspruch; Nachfrage nach Angeboten für jüngere Zielgruppen (bspw. konsumfreie Aufenthaltsräume); vielfältiges Freizeitangebot (Kultur, Sport); Aus- und Weiterbildungsangebote	qualitätsvolle Waren und Dienstleistungen mit gehobenem Preisniveau; individuelle Gastronomie- und Einzelhandelsangebote; abwechslungsreiches Kulturprogramm	durchschnittliches Preisniveau; qualitätsvolle Begegnungsorte; Wochenmärkte und kleinere Veranstaltung als Treffpunkte; barrierefreie Innenstadt mit konsumfreien und sicheren Erholungsorten	qualitätsvolle Waren und Dienstleistungen mit gehobenem Preisniveau; individuelle Gastronomie- und Einzelhandelsangebote; Besorgungen und Gastronomieangebote nach Feierabend oder in den Mittagspausen
Mobilitätsverhalten	ÖPNV-Angebote, Fahrrad	E-Mobilität, Sharing-Angebote, Fahrrad/E-Bike	ÖPNV, Shuttle-Service	E-Mobilität, ÖPNV, E-Bike

Visitor Journey

Perspektivische Hauptzielgruppen der Gütersloher Innenstadt

Die Jugendlichen/jungen Erwachsenen

Jugendliche und junge Erwachsene besuchen die **Schulen oder die Aus- und Weiterbildungsangebote** in der Innenstadt, verbringen aber auch ihre Freizeit hier. Das **Bahnhofsviertel ist Hotspot** und erster Treffpunkt – **sauber, sicher und aufgeräumt und mit alternativem Flair**. Hier können sich die Jugendlichen regelmäßig bei **Street-Art Workshops** verwirklichen. Die Innenstadt bietet ein **abwechslungsreiches Programm für Jugendliche**. Regelmäßig ziehen DJ-Sets, Hip-Hop Contests und mehr die Gütersloher Jugend in die City. Weitere zielgruppengerechte Angebote bieten alternative Second-Hand Geschäfte, Game-Center und das Kino. Für das große Samstags-Shopping geht es aber weiterhin einmal im Monat in den Zug nach Bielefeld.

Die kaufkräftigen middle-ager

Am Samstag in die City – mit und ohne familiären Anhang besucht die kaufkräftige Gruppe der middle-ager die Gütersloher Innenstadt gerne am Wochenende. Neue Spielmöglichkeiten zahlen sich sowohl für die Kinder als auch die Eltern aus. **Qualitativ, nicht von der Stange und nachhaltig**: So hebt sich das innerstädtische Angebot vom Online-Handel ab. Hier kommt man hin, wenn es „ein „bisschen mehr“ sein darf. Auch die **Gastronomie** lädt mit ihrer Individualität zum Verweilen ein. In der **Mittagspause mit den Kolleg:innen**, zum Abendessen mit der Familie, zum Stammtisch-Bier oder bei leckeren Cocktails am Kolbeplatz. Im Kulturviertel-3-Ecksplatz finden sich ansprechende Angebote für das **Abendprogramm**. Gutes Kabarett, abwechslungsreiche Konzerte und immer bekannte Gesichter im Publikum.

Die Senior:innen

Ein qualitativvolles Wohnumfeld – Senior:innen schätzen die kurzen Wege und die unkomplizierte Erreichbarkeit der Gütersloher Innenstadt. Hier nutzen sie das **medizinische Angebot** und verknüpfen den Gang zur Arztpraxis mit dem Versorgungseinkauf und dem Pflegen sozialer Kontakte. Die **sichere und gepflegte** Gütersloher Innenstadt mit dem Wochenmarkt, ihren Cafés sowie den grünen Oasen lädt zum Verweilen ein. Im Berliner-Viertel und am Kolbeplatz trifft man immer bekannte Gesichter. Trotz Großstadt eine gemütliche und beschauliche Atmosphäre. **Kultur- und ehrenamtliche Angebote** sind beliebte Anlaufpunkte der Senior:innen. Sie bereichern ihren Alltag und bieten Möglichkeiten der Interaktionen mit Kindern und Jugendlichen im Rahmen von Workshops, Repair-Cafés o. ä..

Die innerstädtisch Beschäftigten

Die Gütersloher Innenstadt hält eine Vielzahl an Arbeitsplätzen bereit, auch für Einpendler:innen. Die Gruppe der innerstädtischen Beschäftigten, wohnhaft im Gütersloher Umland, nutzt die Angebote der Innenstadt vornehmlich **in Mittagspausen oder nach Feierabend**. Insbesondere die **Gastronomieangebote, regelmäßige Feierabendmärkte und kleinere Besorgungen** nach Feierabend führen dazu, dass zunehmend mehr Kaufkraft der Einpendler:innen für die Gütersloher Innenstadt nutzbar gemacht wird. Als Arbeitsstandort sind die Innenstadt und ihr näheres Umfeld aufgrund der ausgezeichneten Anbindung - per ÖPNV - und der guten Radinfrastruktur für Pendler:innen äußerst attraktiv. Diejenigen, die mit E-Autos anreisen, schätzen die gut ausgebaute Ladeinfrastruktur.

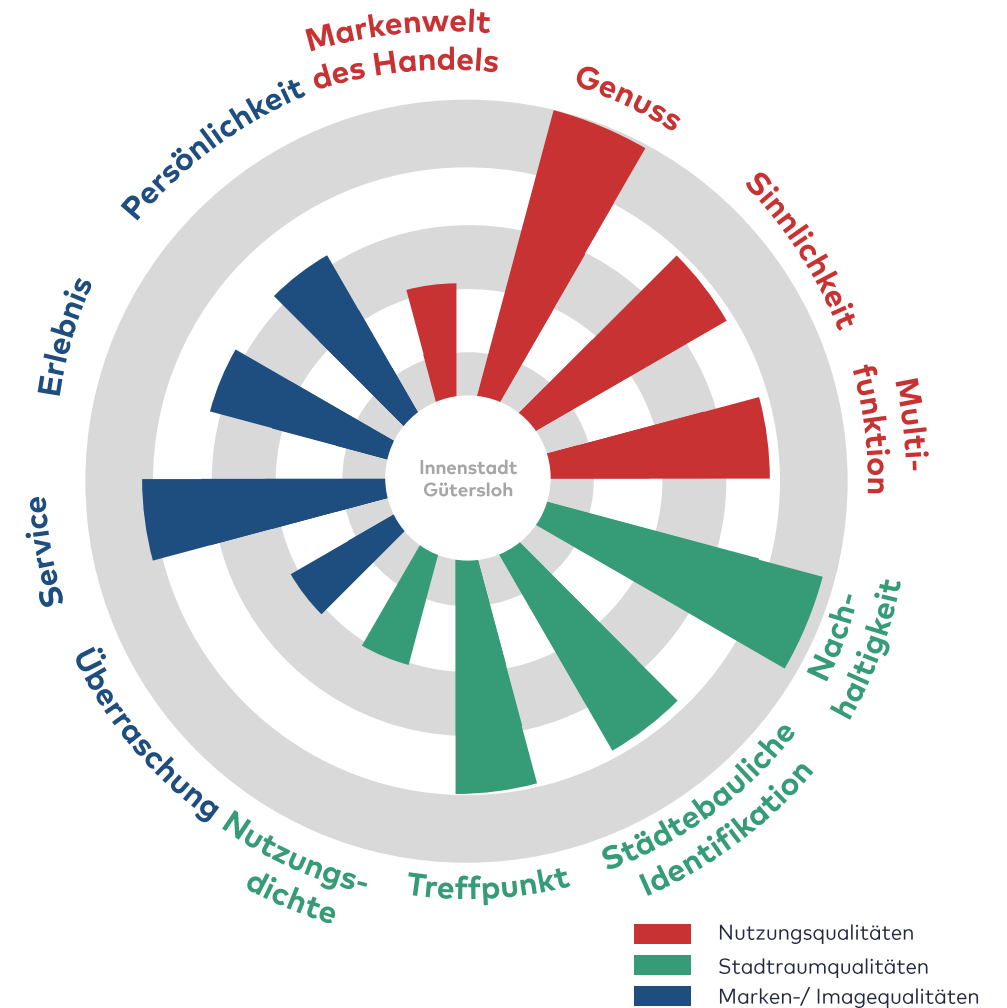
Innenstadtleitbild und Quartiersprofile

Innenstadtleitbild

Zukunftsvision für die Innenstadt von Gütersloh

„Grün, gemütlich, genussvoll – willkommen in der Gütersloher Innenstadt.“













- Die Innenstadt von Gütersloh bietet neben einem ausreichenden Versorgungsangebot abwechslungsreiche, individuelle Einzelhandelsangebote, die für Qualität stehen.
- Der Berliner Platz ist der zentrale Ort der Innenstadt. Durch das Mixed-Use Konzept im ehemaligen Karstadtgebäude ist der Platz um einen Hingucker reicher. Zum Shoppen, als Eventlocation für die zahlreichen Veranstaltungen und nun auch als Ort der Begegnung und Entspannung – um den Berliner Platz verdichtet sich das Herz der Innenstadt.
- Die Innenstadt als Ort des Genusses. Ein abwechslungsreiches Gastronomieangebot, insbesondere rund um den Kolbeplatz und am Dreiecksplatz, zieht die Gütersloher in den Abendstunden in ihre Innenstadt. Kultureller Hochgenuss findet sich konzentriert im Kulturviertel 3-Ecksplatz. Auch das erweiterte Angebot des Wochenmarktes zahlt voll auf den Faktor Genuss ein.
- Kurze Wege und gute Erreichbarkeiten, das ist in Gütersloh weniger denn je vom Auto abhängig. Eine Vielzahl sicherer Fahrradstellplätze und der Ausbau der ÖPNV-Taktung, kombiniert mit einem Shuttle Service, lassen keine Wünsche offen. Vollbeladene Heimwege gehören genau wie lange Parkplatzsuchen der Vergangenheit an, weil größere Einkäufe direkt nach Hause geliefert werden.
- Die Innenstadt als sauberer, sicherer Raum. Hier übernimmt jede:r Verantwortung.
- Attraktive Räume, abwechslungsreiche Angebote, wechselnde Veranstaltung, guter Service und eine Wohlfühlatmosphäre sorgen dafür, dass man sich in der Innenstadt willkommen fühlt.
- Fünf Innenstadtquartiere, alle mit individuellen Schwerpunkten, Angeboten und Atmosphären, bieten Abwechslung.

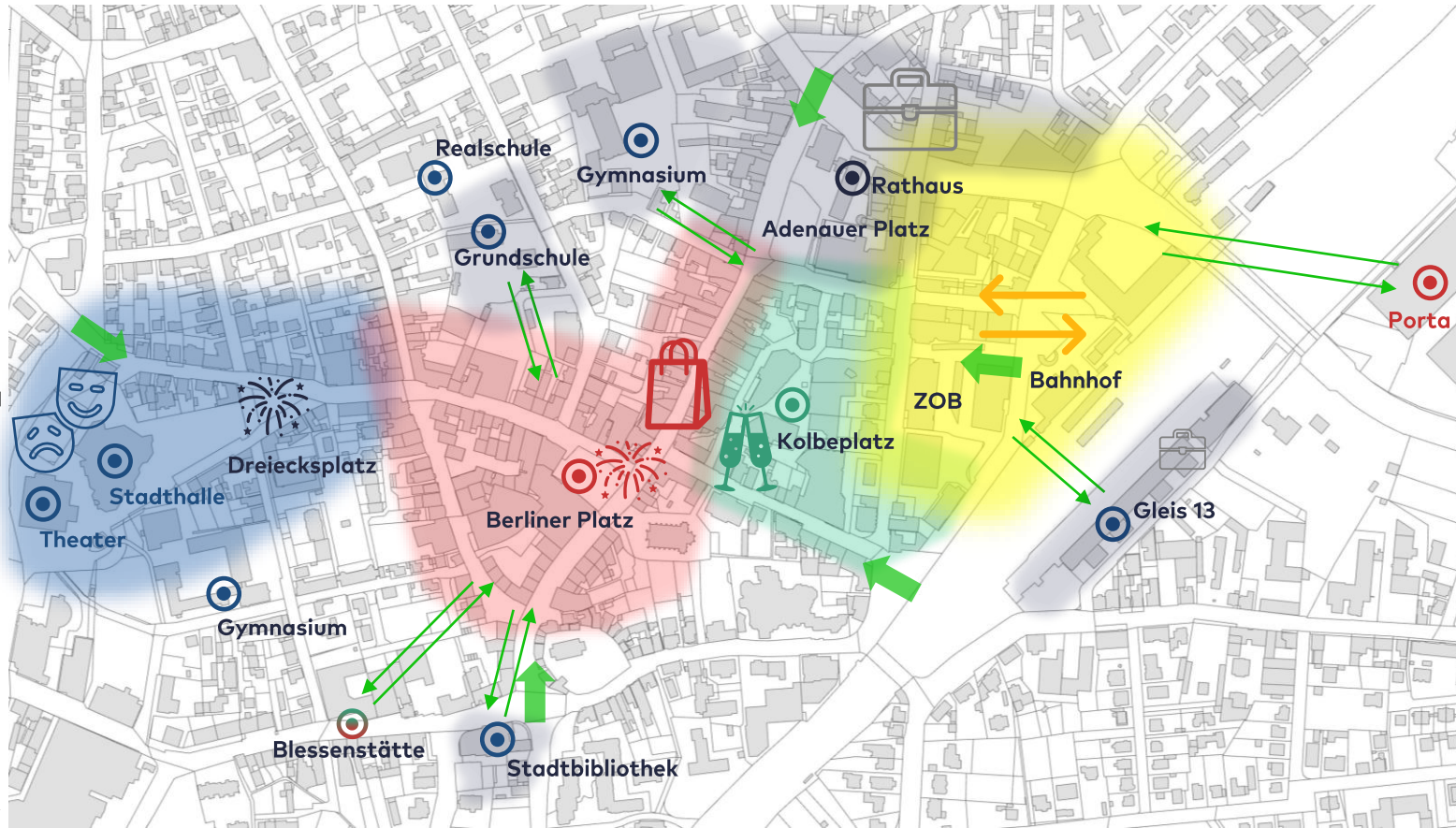


Innenstadtleitbild

räumliche Organisation

Legende

-  Kristallisationspunkt Einzelhandel
-  Kristallisationspunkt Gastronomie
-  Kristallisationspunkt Dienstleistungen
-  Kristallisationspunkt weitere Zentrenfunktionen
-  Fokusbereich Kunst- und Kultur
-  Fokusbereich Shopping
-  Fokusbereich Genuss
-  Fokusbereich Transit
-  Fokusbereich Arbeit, Dienstleistung, Bildung
-  Wechselwirkung
-  Zentrale Eingangssituation
-  Hauptveranstaltungsart



Bereits heute lässt sich die Gütersloher Innenstadt in verschiedene funktionale Bereiche gliedern. Dies wurde durch das Fitness-Update bereits deutlich. Und daran gilt es in Zukunft anzuknüpfen. Wenngleich jeder der Bereiche eindeutige Schwerpunkte aufweist, bilden alle ein Mindestmaß an Multifunktionalität ab, die kennzeichnend für den Raumtypus Innenstadt ist. Der Dreiecksplatz wird auch künftig durch Kultur, Events und Außengastronomie geprägt sein. Das Zentrum der Innenstadt, (Berliner-Platz und -Straße) wird Shopping-Hotspot, wenngleich auch hier mehr Multifunktionalität Einzug hält. Mit den Schwerpunkten Transit, Genuss und Versorgung bilden die weiteren Bereiche komplementäre Innenstadtfunktionen ab.

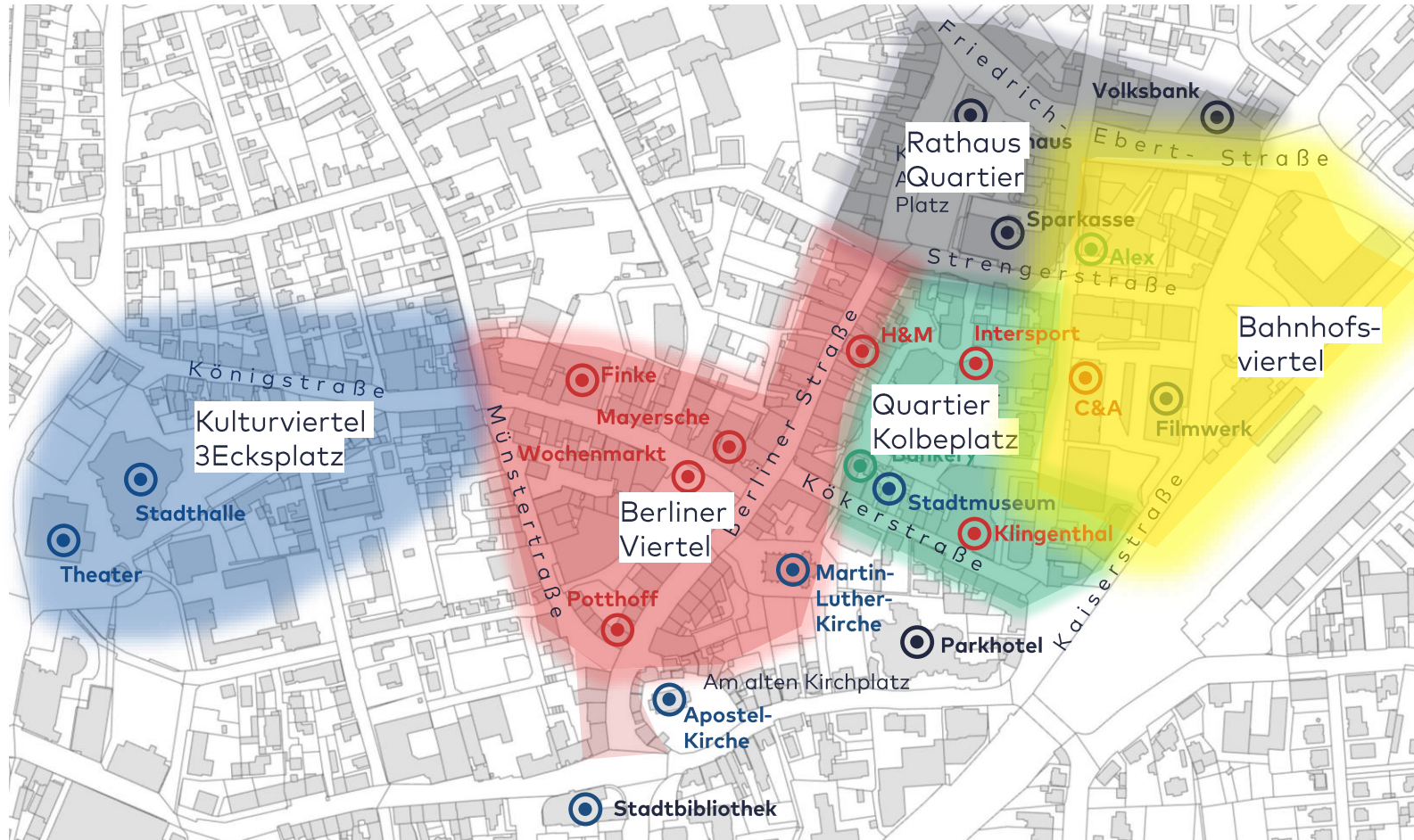
Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Kartengrundlage Stadt Gütersloh.

Innenstadtleitbild

5 zentrale Quartiere

Legende

-  Kristallisationspunkt Einzelhandel
-  Kristallisationspunkt Gastronomie
-  Kristallisationspunkt Dienstleistungen
-  Kristallisationspunkt weitere Zentrenfunktionen



Um die Schwerpunktbereiche als solche weiterzuentwickeln und eigene Identitäten zu stärken, empfiehlt sich die konsequente Profilierung fünf zentraler Innenstadtquartiere. Die Abgrenzung der Quartiere erfolgte auf Grundlage ihrer städtebaulichen, funktionalen und atmosphärischen Gegebenheiten und Entwicklungsmöglichkeiten. Wie Puzzleteile bilden die fünf Quartiere eine Einheit, die mit ihrer Vielfalt die Gütersloher Innenstadt der Zukunft ausmachen. Zusammengenommen formen sie den zentralen Innenstadtbereich – angereichert durch die Wechselbeziehungen verschiedener Kristallisationspunkte außerhalb im näheren Umfeld (s. Folie 23).

Innenstadtleitbild

Profilierung der Gütersloher Innenstadtquartiere



Nutzungsdichten, Zentralitäten und Leerstandsquoten sind wichtige Kennzahlen - doch für gemeinsam getragene Visionen, Zielvorstellungen und Entwicklungsperspektiven erfordert es andere Ansätze. Durch die Darstellung von Stimmungen und Atmosphären werden plakativ, verständlich und bildhaft Ideen der zukünftigen Ausrichtungen der Gütersloher Innenstadt kommuniziert. Individuell, klar und überzeugend. Welche Nutzungsschwerpunkte, welche städtebaulichen Qualitäten und welche Imagefaktoren daraus erwachsen, wird auf den folgenden Seiten auf Quartiersebene ausgeführt.





**Kulturviertel
3-Ecksplatz**

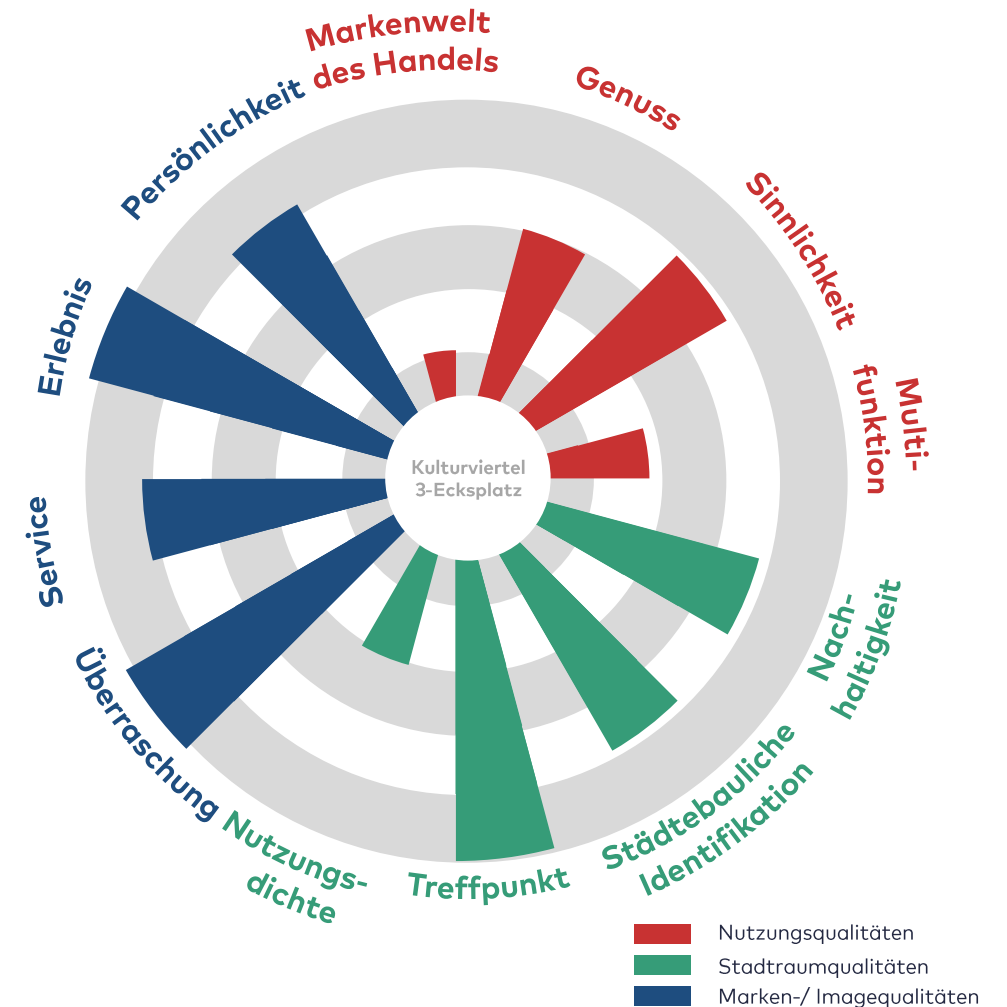


Quartiersprofilierung

Quartier 1: Kulturviertel 3-Ecksplatz

Das Szeneviertel der Gütersloher Innenstadt.

- Im Kulturviertel 3-Ecksplatz ist was los – gerade in den Abendstunden. Von Hochkultur im Stadttheater über unterhaltsame Abende in der Stadthalle bis zu persönlichen Konzerten im Rahmen der Kultreihe „Freitag 18“ – das Gütersloher Szeneviertel bietet Unterhaltung, Abwechslung und Überraschung und lädt dazu ein, immer wieder neu erlebt und entdeckt zu werden.
- Open-Air Konzerte und Cafés ziehen auch Jugendliche ins Viertel. Überwiegend fühlen sich allerdings middle- und best-ager von den Angeboten angesprochen.
- Individuelle Gastronomiekonzepte entlang des Dreiecksplatzes sind vor und nach den Kulturveranstaltungen erster Anlaufpunkt.
- Das Viertel ist kultureller und ethnischer Schmelztiegel: Güterslohs Vielfalt ist hier nicht nur sichtbar, sondern spürbar.
- Auch Einzelhandel ist im Kulturviertel zu finden – aber anders! Es überwiegen individuelle Konzepte, die die Kund:innen persönlich ansprechen. Kultur und Gastronomie sind hier allerdings die prägenden Nutzungskategorien.
- Stadttheater, Stadthalle und Wasserturm sind als identitätsstiftende Bauwerke präsent und in das Quartier integriert.
- Durch die gute Wegeführung und projektbezogene Kooperationen sind auch Zentrum und Dreieckplatz weiter zusammengewachsen: Symbiose statt Koexistenz.





Berliner Viertel

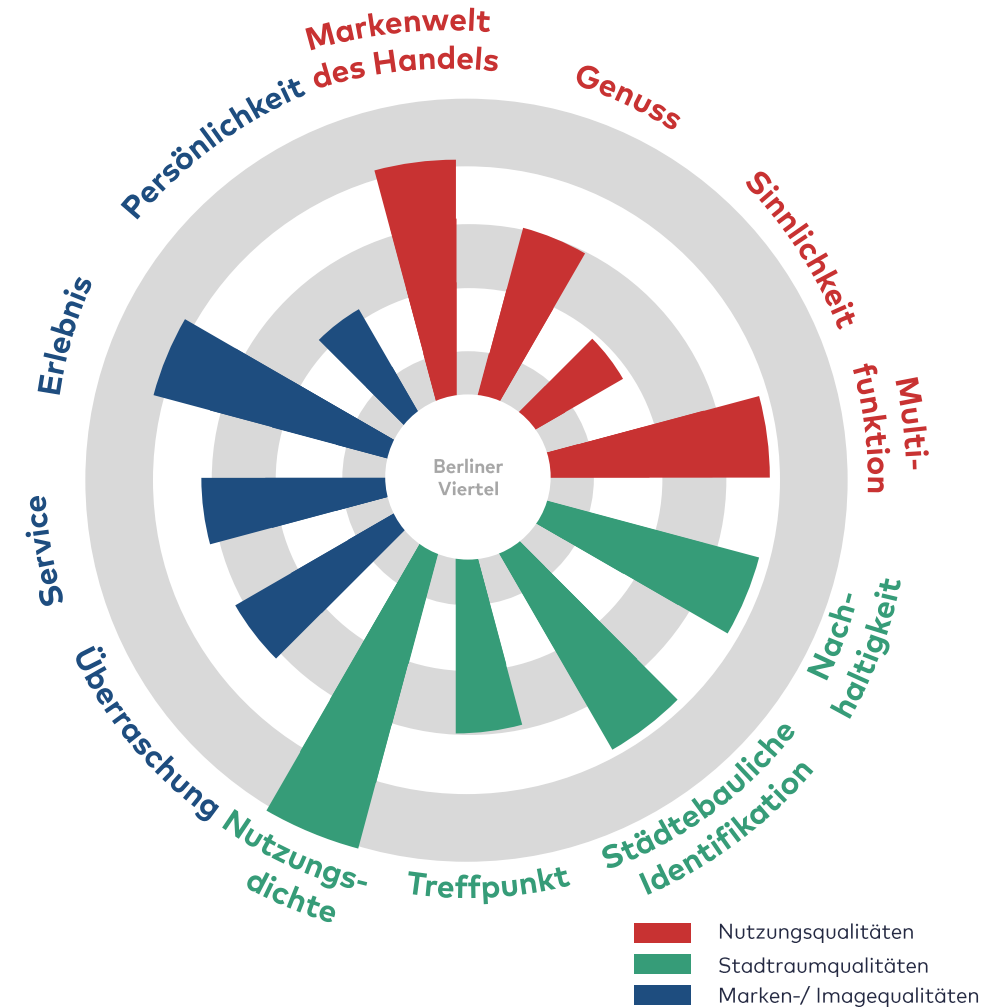


Quartiersprofilierung

Quartier 2: Berliner Viertel

Pulsierendes Herz der City.

- Das Herz der Gütersloher Innenstadt ist zweifelsohne das Berliner Viertel – die Schlagader die mittlere Berliner Straße. Mit seiner hohen Nutzungsdichte versprüht das Viertel echte Großstadtatmosphäre.
- Mixed-Use im ehemaligen Karstadtgebäude: Das neue Nutzungskonzept belebt das Gebäude zu fast jeder Tageszeit. Die Transformation des ehemaligen Kaufhauses steht sinnbildlich für den erfolgreichen Strukturwandel in der Gütersloher Innenstadt.
- Shopping Hotspot Nummer eins bleibt die mittlere Berliner Straße. Auch jüngere Zielgruppen finden hier filialisierte Angebote im mittleren und unteren Preissegment. Doch auch individuelle Angebote halten wieder Einzug – ermöglicht durch die rückläufige Entwicklung der Mietzinse in der 1A-Lage.
- Der Berliner Platz ist Treffpunkt und Identifikationsort für alle Gütersloher. Hier trifft man sich auf dem Wochenmarkt, stößt gemeinsam bei den zahlreichen Veranstaltungen an oder entspannt auf dem Platz, der durch Spielgeräte und mehr Grün nun auch außerhalb des Gütersloher Frühlings mehr Aufenthaltsqualität bietet.
- Die Innenstadt als Klimaoase! Das wird auch im Berliner Viertel deutlich: Unter anderem durch das Engagement der ISG Mittlere Berliner Straße. Urban Gardening, Pocket Parks und Hochbeete prägen das Viertel und sorgen für Identifikation.





Quartier



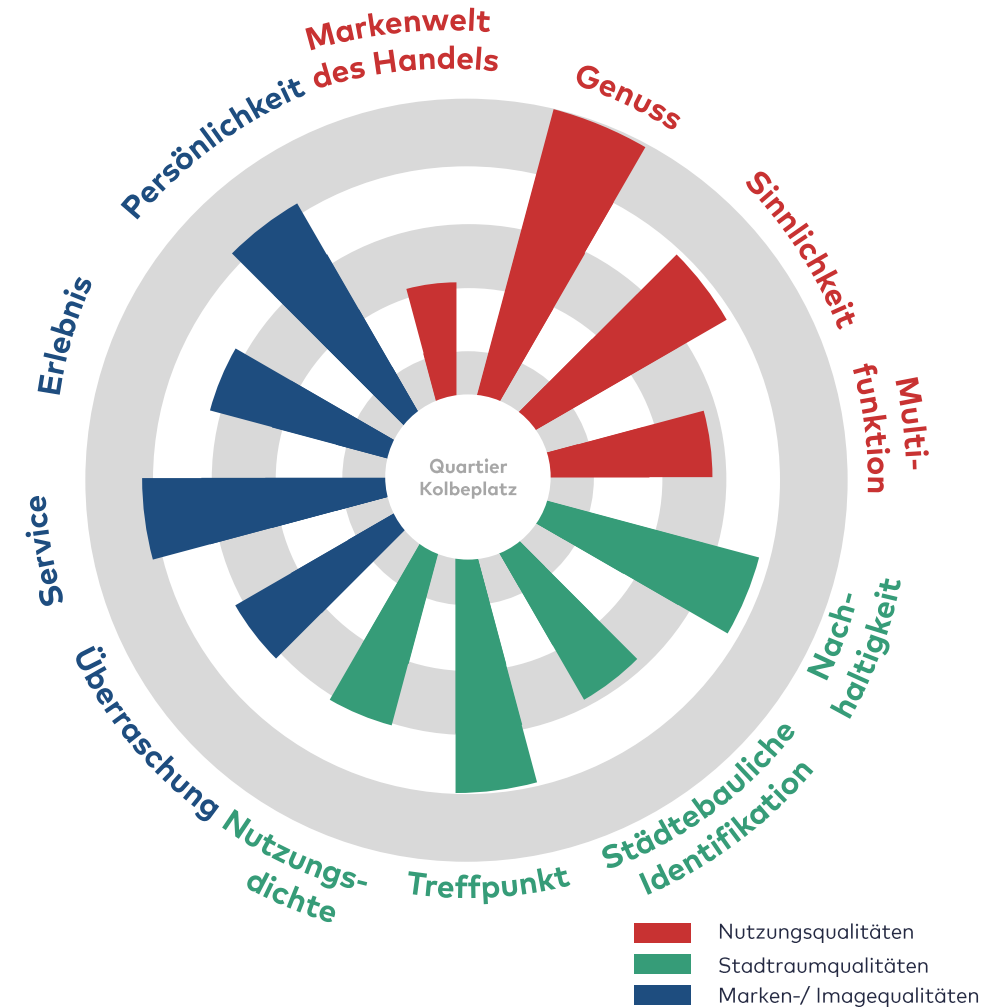
Kolbeplatz

Quartiersprofilierung

Quartier 3: Quartier Kolbeplatz

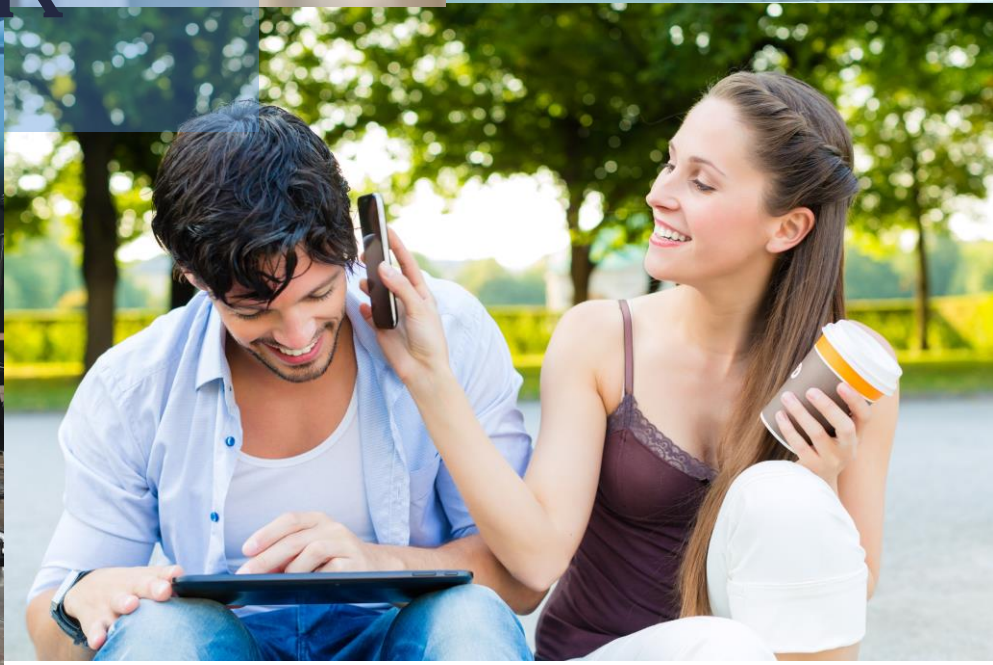
Hier steht der Genuss im Mittelpunkt.

- Gastronomie und wertiger Einzelhandel prägen den Kolbeplatz. Kund:innen und Gäste, vor allem middle-ager, schätzen die Qualität und den Service der Angebote im Quartier.
- Hier kann es in der Abendgastronomie auch mal etwas später werden. Die Anwohner:innen fühlen sich dadurch nicht gestört – sie schätzen das Leben direkt vor der Haustür und wählen bewusst den Kolbeplatz als Wohnstandort.
- Der Kolbeplatz ist Veranstaltungsort für besondere Events. Gourmetveranstaltungen, digitale Biergärten und Weinfeste fügen sich durch ihren Charakter und ihre Zielgruppenansprache perfekt ins Viertel ein und bieten Abwechslung. Herausforderungen, die u. a. aus der Tiefgarage und den erforderlichen Rettungswegen resultieren, werden mit den Formaten in Einklang gebracht
- In den Sommermonaten ist die Außengastronomie das prägende Element des Quartiers. Ob in der Mittagspause, Abends auf ein Glas Wein oder zum Dinner.
- Attraktive und gemütliche Sitzelemente werten die konsumfreien öffentliche Räume auf und führen zu einer Belebung des Viertels.
- Die neuen Grünelemente, die als Teilmaßnahme der Klimaoase den öffentlichen Raum und die Fassaden im Quartier prägen, sehen nicht nur optisch ansprechend aus, sondern sorgen im Hochsommer dafür, das auch auf den Außengastronomieflächen ein angenehmes Mikroklima herrscht.





RATHAUS QUARTIER

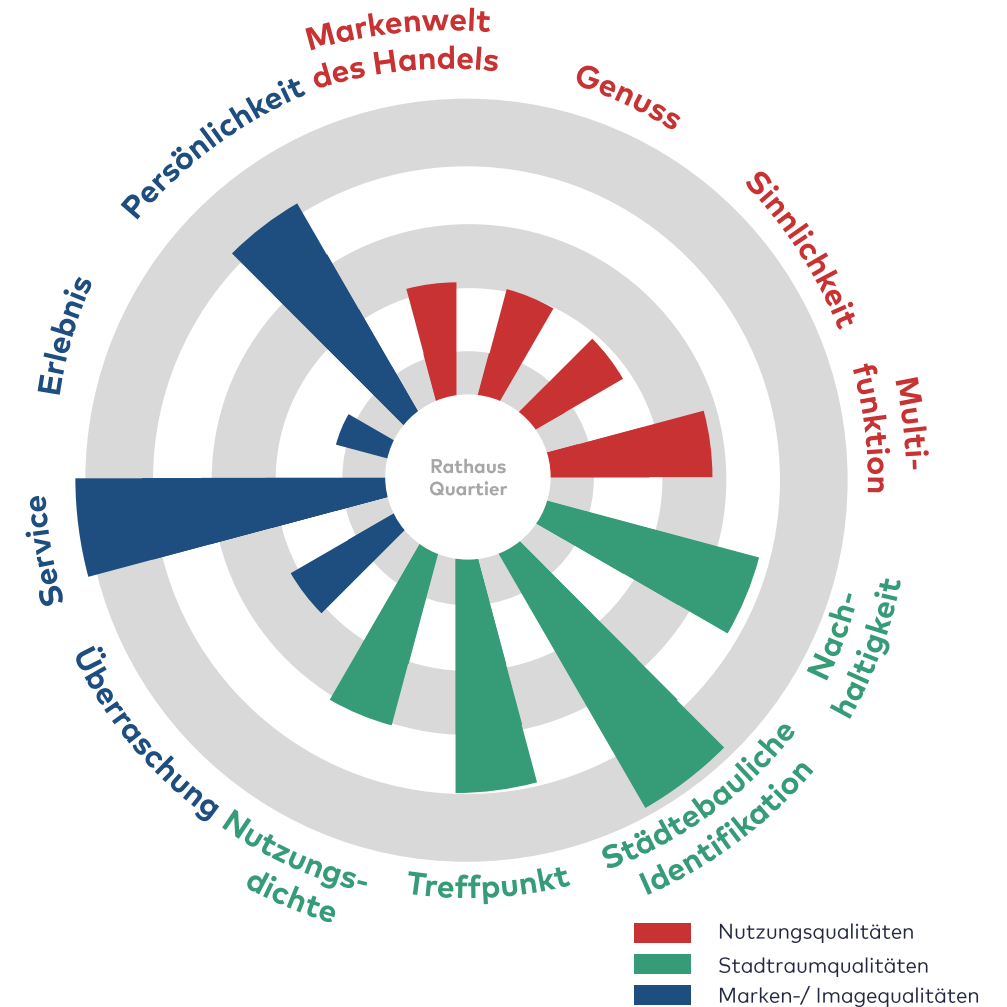


Quartiersprofilierung

Quartier 4: Rathaus Quartier

Gut versorgt.

- Das Rathaus Quartier ist funktional ausgerichtet. Verschiedene Dienstleistungen, Banken, Ärzte und das Rathaus konzentrieren sich im Rathaus Quartier und ziehen die Menschen in die Gütersloher Innenstadt.
- Die Angebote zeichnen sich durch guten Service aus – vom Rathaus bis hin zu den zahlreichen Dienstleistungen und Ärzten.
- Die markante Architektur (insbesondere die des Rathauses) schaffen Identifikation und sind durch ihre nachgerüsteten Grünelemente ebenfalls Bestandteil der Gütersloher Klimaoase.
- Zentraler Treffpunkt des Viertels ist der Adenauer-Platz. Viele der im Viertel Beschäftigten verbringen ihre Mittagspause dort, Besucher:innen und Anwohner:innen genießen hier ihre Freizeit oder die Wartezeit zwischen zwei Terminen. Vorbei sind die Zeiten, in denen mit dem „neuen Adenauer-Platz“ gefremdelt wurde.
- Dass die Strengerstraße zur Fahrradstraße wurde, wirkt sich auf den Adenauerplatz und das gesamte Viertel positiv aus.
- Kleinere Gastronomie- und Imbissangebote sind in den Mittagspausen beliebte Anlaufpunkte.
- Trotz der funktionalen Ausrichtung des Quartiers spiegelt auch das Rathaus Quartier ganz den neuen Geist der Gütersloher Innenstadt wider: persönlich, aufgeschlossen und willkommen-heißend.





Bahnhofs- viertel

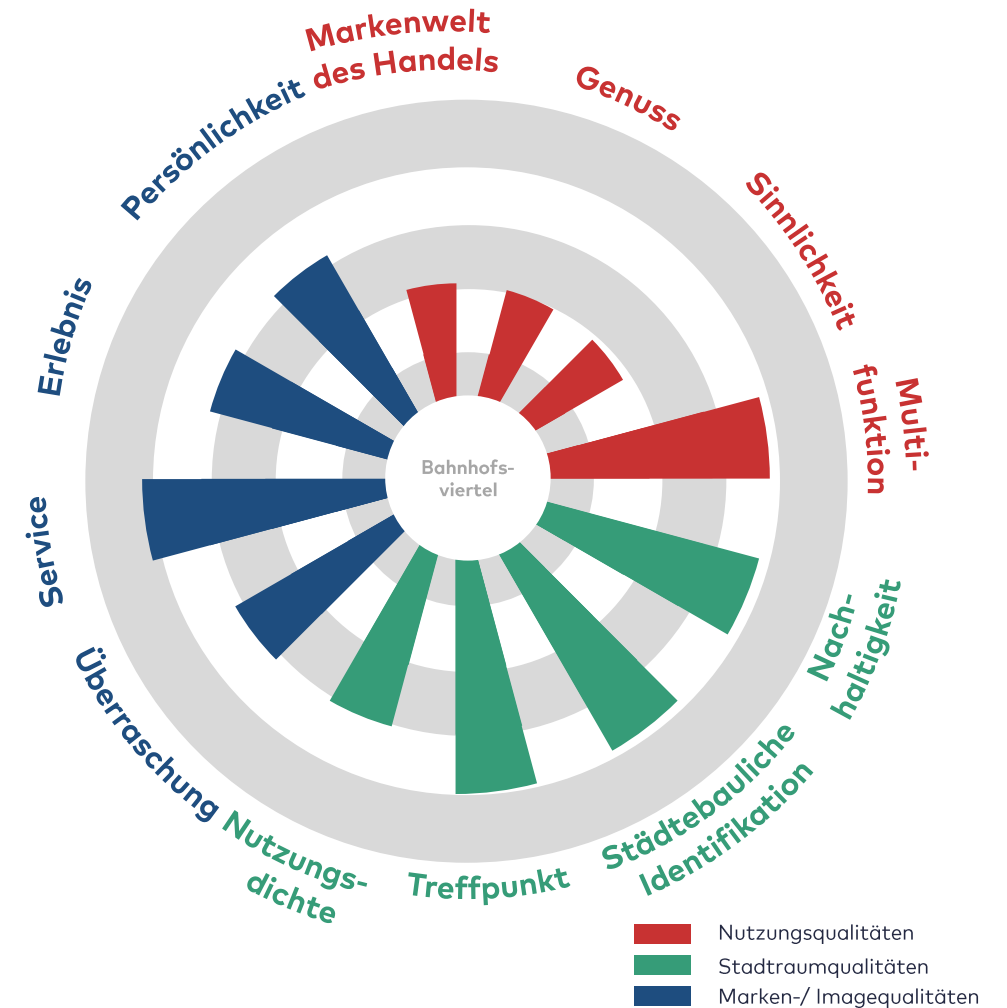


Quartiersprofilierung

Quartier 5: Bahnhofsviertel

Trubelig und herzlich: Hier fühlt man sich willkommen!

- Das Bahnhofsviertel hat, mit dem Quartier Kolbeplatz, die größte Transformation hinter sich. Aus dem Viertel, das deutliche Defizite in den Bereichen Sicherheit, Ordnung und Sauberkeit aufwies und seinen Funktionen als Mobilitätsknotenpunkt und Ankommensort nur bedingt gerecht wurde, ist ein ansprechendes, sauberes und sicheres Viertel geworden. Hier fühlt sich jede:r willkommen!
- Der Bahnhof stellt nicht nur für Bahnreisende den zentralen Anlaufpunkt dar. Vielmehr sind der Bahnhof und das nähere Umfeld ein zeitgemäßer, multimodaler Knotenpunkt geworden. Sharing Angebote, Fahrradstellplätze und die verbesserte Anbindung an den ZOB ergänzen und erweitern das Angebot.
- Die Schnellrestaurants, Imbisse und Bars im Bahnhofsviertel sprechen vor allem junge Menschen an. Street-Art und belebte Straßen verstärken den Eindruck eines trubeligen, bunten Viertels.
- Die Anbindung des Bahnhofs an die Innenstadt sowie die Wegeführung und –gestaltung der Eickhoff- und Strengerstraße wurden so verbessert, dass der Bahnhof und der Weg in die Innenstadt einen positiven ersten Eindruck bei allen bahnreisenden Innenstadtbesucher:innen hinterlassen.
- Das neu entwickelte frühere Post Areal bereichert das Viertel als modernes und beliebtes Leuchtturmprojekt. Auch das Kaiserquartier ist inzwischen gewachsener Bestandteil des Bahnhofsviertels.



Entwicklungs- strategien

Innenstadtstrategie

übergeordnete Zielstellungen

Grün, gemütlich und genussvoll – willkommen in der Gütersloher Innenstadt.

Anstoßen von Transformationsprozessen



- Unterstützung moderner, innovativer Ideen sowie hybrider Konzepte (Karstadt Immoblie als Herzstück)
- Etablierung verschiedener Lagebereiche inkl. Nutzungsschwerpunkten
- Gemeinschaftlich getragenes Standortmarketing sowie passgenaue Marketingstrategien für die einzelnen Quartiere

Etablieren neuer Mobilitätsformen



- Etablieren von Sharing-Angeboten ((Lasten-)Fahrrad, E-Roller, E-Autos)
- Mobilitätshubs für eine unkomplizierte, intermodale Verknüpfung und ausgebaut Erreichbarkeit der Innenstadt
- Ausbau des Bahnhofs(-umfelds) als multimodalen Knotenpunkt

Anpassung der Angebots- und Funktionsstruktur



- Schaffung eines ansprechenden Mix aus Einzelhandel, Gastronomie, Dienstleistungen und Freizeitangeboten
- Sicherung der wohnortnahen Grundversorgung
- serviceorientierte Angebote (Individualität als Stärke)
- Ansiedlungsbestrebungen für gastronomische Nutzungen proaktiv unterstützen
- Etablierung innerstädtischer Aus- und Weiterbildungsangebote
- Gezielte fokussierter Zielgruppen durch abwechslungsreiche innerstädtische Events und Veranstaltungen
- Entwicklung attraktiven innerstädtischen Wohnraumes

Attraktive Gestaltung der Innenstadt



- Ausarbeitung und Umsetzung des Konzepts der Klima-Oase Gütersloh
- Kunst im öffentlichen Raum z. B. in Kooperation mit Schulen und Kitas
- Gemeinsame, kooperative Begegnung der SOS-Problematik im Bahnhofsumfeld und auf dem Adenauer-Platz.
- Fortführung der Bestrebung hin zu einer barrierefreien Innenstadt

Fazit und Ausblick

Fazit und Ausblick

Durch die erarbeitete Innenstadtprofilierung wurde deutlich, dass zwei miteinander gekoppelte Entwicklungspfade für die Zukunft der Gütersloher Innenstadt entscheidend sind: Die Ansprache konkreter Zielgruppen und die Profilierung einzelner Innenstadtquartiere. Jugendliche und junge Erwachsene, kaufkräftige middle-ager, bodenständige Senior:innen und Berufstätige, die ihren Arbeitsplatz in der Innenstadt haben, wurden als die vier Zielgruppen ausgemacht, die im Fokus der Weiterentwicklung der Innenstadt stehen. Über die strategische Ausrichtung bis hin zur Umsetzung konkreter Einzelmaßnahmen gilt es, diese Gruppe besonders in den Fokus zu nehmen und ihre Ansprache in der Entwicklung der Gütersloher Innenstadt zu prüfen und zu berücksichtigen. Der Fokus auf diese vier Zielgruppen ist dabei jedoch keineswegs als Appell zur Nichtberücksichtigung der Ansprüche anderer Personen- oder Altersgruppen zu verstehen.

Mit der Identifizierung und Profilierung von fünf Quartieren wurde der Innenstadt der Zukunft eine Identität verliehen und Positionierungsziele auf innerstädtischer Ebene sowie auf Quartiersebene formuliert. Im folgenden Schritt werden auf Basis der Positionierung und Profilierung der Gütersloher Innenstadt ein Fahrplan für das Zentrenmanagement erarbeitet und konkrete Umsetzungsempfehlungen abgeleitet. Der Fahrplan umfasst neben Maßnahmen und Projekten, die in mittel- bis langfristiger Sicht der Zukunftsfähigkeit der Innenstadt von Gütersloh dienen auch Sofortmaßnahmen, welche erste sichtbare Impulse für die Innenstadt mit sich bringen. Prototypen dieser Sofortmaßnahmen werden im „Prototyping-Atelier“ durch Innenstadttakteur:innen selbst entwickelt und umgesetzt.

Ausblick



STATUS QUO

Status quo, neue Perspektiven und frische Denkanstöße



VISION

Zielgruppen, Leitgedanken und Zukunftsbilder der Innenstadt



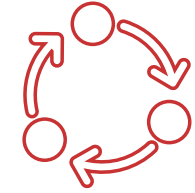
IDEENSCHMIEDE

Eine Toolbox für die Innenstadt mit klaren Handlungsfeldern



MANUFAKTUR

Sichtbare Interventionen, wirksame Investitionen



VERSTETIGUNG

Kurzfristig handlungsfähig, langfristig tragfähig

Quellenverzeichnis

Bildnachweise

Zielgruppenbetrachtung

(Folie 18):

- (1) Drobot Dean - stock.adobe.com
- (2) Monkey Business - stock.adobe.com
- (3) Famveldman - stock.adobe.com
- (4) Jacob Lund - stock.adobe.com



Quellenverzeichnis

Moodboard (Folie 26):

- 1) Kozlik_mozlik - stock.adobe.com
- 2) Yuri Maslak – stock.adobe.com
- 3) dsheremeta - stock.adobe.com
- 4) Phpetrunina14 - stock.adobe.com
- 5) Day Of Victory Stu - stock.adobe.com
- 6) martina87 - stock.adobe.com



Quellenverzeichnis

Moodboard (Folie 28):

- 1) upixa - stock.adobe.com
- 2) wiliam87 - stock.adobe.com
- 3) puhhha - stock.adobe.com
- 4) Katharina Ruhr
- 5) William- stock.adobe.com



Quellenverzeichnis

Moodboard (Folie 30):

- 1) ArTo - stock.adobe.com
- 2) AnnaStills - stock.adobe.com
- 3) Hihitelin - stock.adobe.com
- 4) DragonImages - stock.adobe.com
- 5) Syda Productions - stock.adobe.com



Quellenverzeichnis

Moodboard (Folie 32):

- 1) efired - stock.adobe.com
- 2) Kirsten Davis - stock.adobe.com
- 3) Kzenon - stock.adobe.com
- 4) Photographee.eu - stock.adobe.com
- 5) Kirsten Davis - stock.adobe.com



Quellenverzeichnis

Moodboard (Folie 34):

- 1) Raul Melllado - stock.adobe.com
- 2) Jacob Lund - stock.adobe.com
- 3) La Cassette Bleue - stock.adobe.com
- 4) MKS - stock.adobe.com
- 5) Lightgfield Studios - stock.adobe.com

