

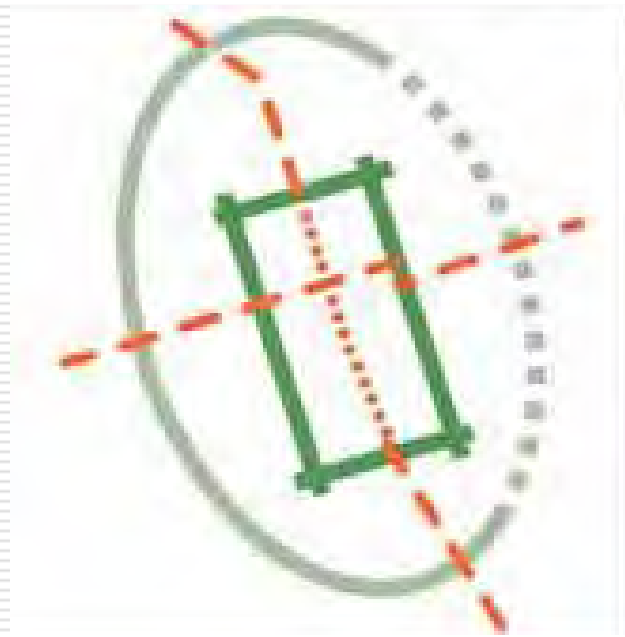
KK Krefeld Konkret

Blaupause für eine Innenstadttaufwertung

Im Frühjahr 2018 wurde mit einigen Innenstadtakteuren und der IG Ostwall ein Maßnahmenkatalog entwickelt, um eine dringend notwendige Aufwertung der Innenstadt anzustoßen.

Alle Maßnahmen sollten weitgehend auf vorhandenen Gutachten und Beschlüssen basieren, um eine möglichst schnelle Umsetzung zu garantieren.

Da die Politik und Verwaltung bereits 2018 und 19 informiert wurden, stelle ich hier eine vereinfachte To-do-Liste zur Verfügung.



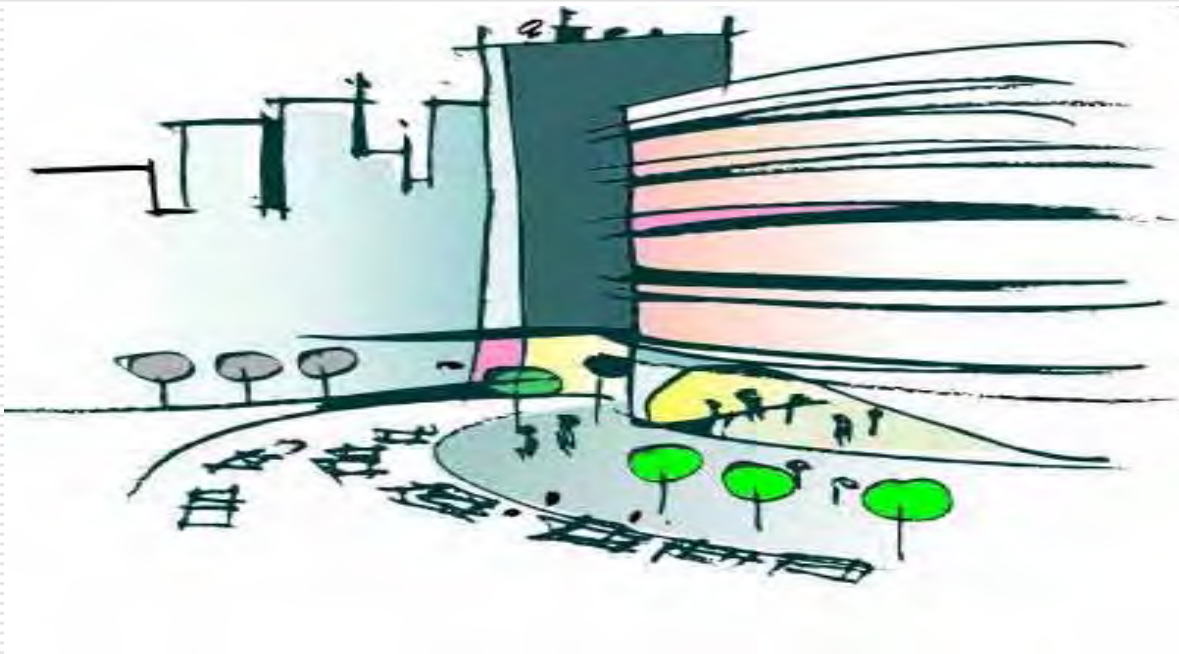
Eckhard Lüdecke
ehm. Innenstadtkoordinator

Management Innenstadtdialog

Die Idee ist, dass sich die Stadtgesellschaft z.B. durch Paten und Lotsen, je nach Interesse und Fähigkeit, an den jeweiligen Aufgaben beteiligen kann.



Was bedeutete das für die aktuelle Stadtplanung ?
Wir brauchen neue Ideen die auch Emotionen erzeugen!



Entwicklung einer (konkreten) Vision

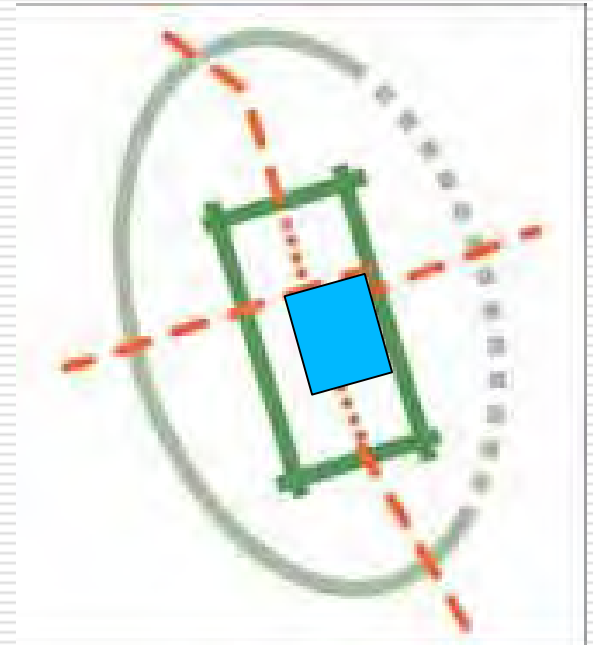
Die städtebauliche Ableitung

Ein Blick von Außen nach Innen

Der Stadtring bildet das „Eingangstor“

Die Wälle bilden den „Rahmen“

Die Kerncity das „Shoppingcenter“



Blaupause mit 39 Punkten

auf Basis des Ratsbeschlusses **gegen** ein Einkaufscenter von 2011



Die Innenstadt ist unser „Shoppingcenter“

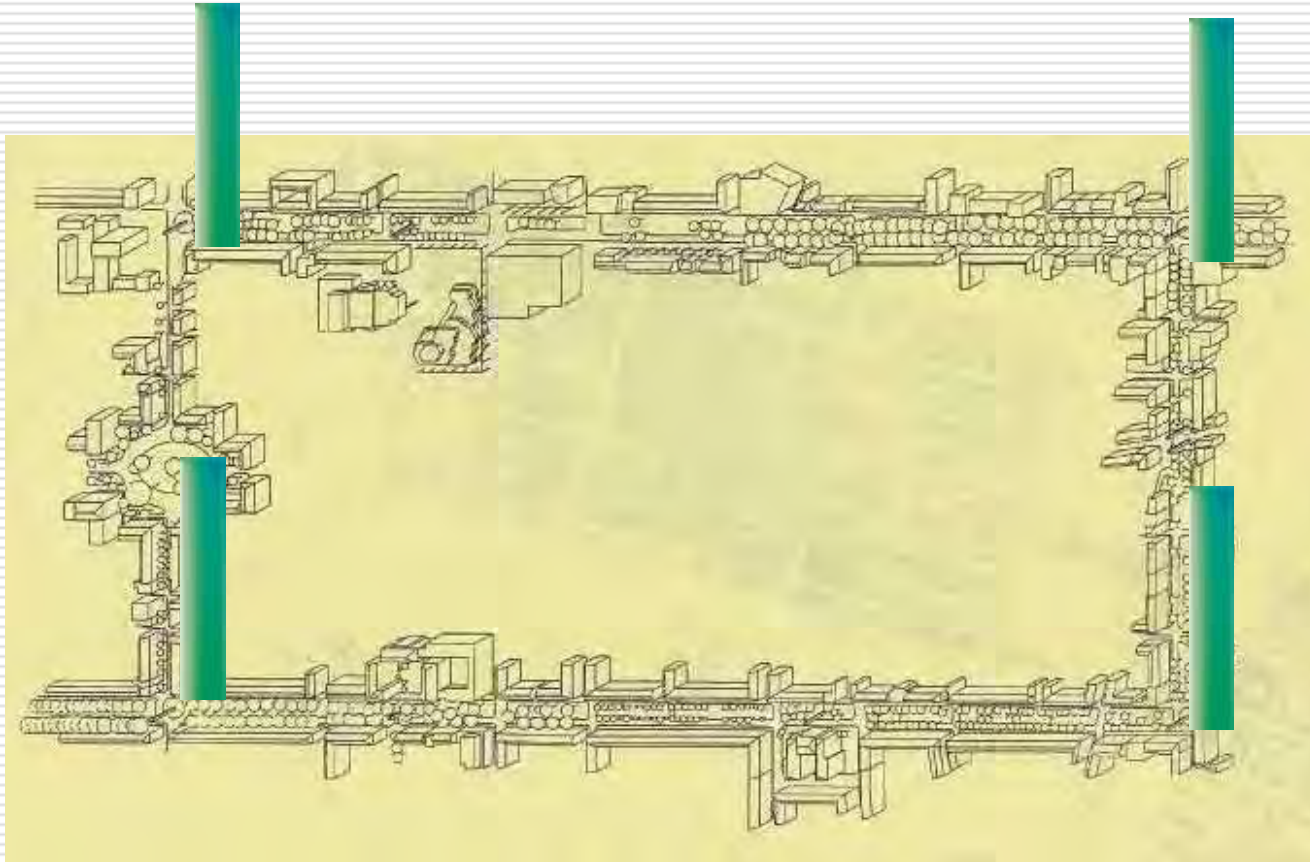
1. Der Stadtring

als Eingangstor setzt Ausrufezeichen! mit einheitlicher Gestaltung

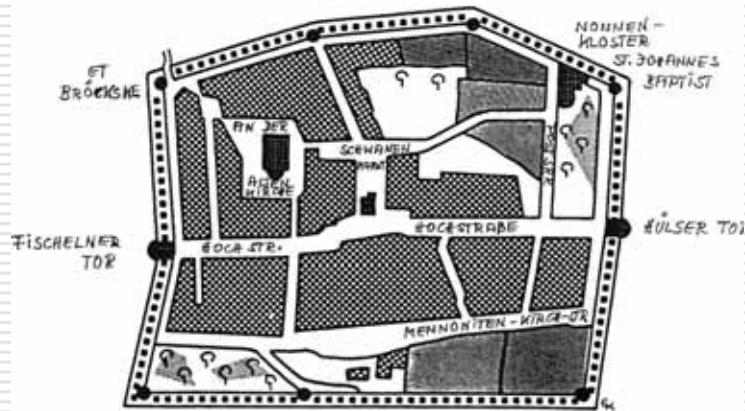


2. Die Wälle

bilden mit Lichtstelen an den Eckpunkten den Rahmen und werden USP (unique selling proposition) von Krefeld



3. Die Kerncity visualisiert unser „Shoppingcenter“ Stadtgrundriss und „Shoppingcenter“ bilden eine Einheit



Grundriß des ältesten Krafelders Stadtkerns, vor der ersten Stadterweiterung von 1694. Die Stadt hat nur zwei Tore an der Süd- und Nordseite für die „Heer- oder Gemeinestraße“, die öffentliche Fahrstraße auf Neud und Hülse. Besonders hervorgehoben sind die Pfarrkirche, der Marktplatz mit dem Rathaus und das Kloster St. Johannes Baptist in der Nordwestecke.



4. Lichtleitlinien

und hochwertige Materialien markieren den Bereich des Innenstadt „Shoppingcenters“



5. Die Stadtgeschichte

wird an spannenden Punkten erklärt und wieder sichtbar



Historisches Krefeld

Das Wachstum der Stadt bis 1843

The infographic includes a historical map of Krefeld with color-coded areas and a legend. The legend lists various landmarks and their locations:

- 1. Krefeld (City Center)
- 2. Krefeld (City Center)
- 3. Krefeld (City Center)
- 4. Krefeld (City Center)
- 5. Krefeld (City Center)
- 6. Krefeld (City Center)
- 7. Krefeld (City Center)
- 8. Krefeld (City Center)
- 9. Krefeld (City Center)
- 10. Krefeld (City Center)
- 11. Krefeld (City Center)
- 12. Krefeld (City Center)
- 13. Krefeld (City Center)
- 14. Krefeld (City Center)
- 15. Krefeld (City Center)
- 16. Krefeld (City Center)
- 17. Krefeld (City Center)
- 18. Krefeld (City Center)
- 19. Krefeld (City Center)
- 20. Krefeld (City Center)
- 21. Krefeld (City Center)
- 22. Krefeld (City Center)
- 23. Krefeld (City Center)
- 24. Krefeld (City Center)
- 25. Krefeld (City Center)
- 26. Krefeld (City Center)
- 27. Krefeld (City Center)
- 28. Krefeld (City Center)
- 29. Krefeld (City Center)
- 30. Krefeld (City Center)
- 31. Krefeld (City Center)
- 32. Krefeld (City Center)
- 33. Krefeld (City Center)
- 34. Krefeld (City Center)
- 35. Krefeld (City Center)
- 36. Krefeld (City Center)
- 37. Krefeld (City Center)
- 38. Krefeld (City Center)
- 39. Krefeld (City Center)
- 40. Krefeld (City Center)
- 41. Krefeld (City Center)
- 42. Krefeld (City Center)
- 43. Krefeld (City Center)
- 44. Krefeld (City Center)
- 45. Krefeld (City Center)
- 46. Krefeld (City Center)
- 47. Krefeld (City Center)
- 48. Krefeld (City Center)
- 49. Krefeld (City Center)
- 50. Krefeld (City Center)
- 51. Krefeld (City Center)
- 52. Krefeld (City Center)
- 53. Krefeld (City Center)
- 54. Krefeld (City Center)
- 55. Krefeld (City Center)
- 56. Krefeld (City Center)
- 57. Krefeld (City Center)
- 58. Krefeld (City Center)
- 59. Krefeld (City Center)
- 60. Krefeld (City Center)
- 61. Krefeld (City Center)
- 62. Krefeld (City Center)
- 63. Krefeld (City Center)
- 64. Krefeld (City Center)
- 65. Krefeld (City Center)
- 66. Krefeld (City Center)
- 67. Krefeld (City Center)
- 68. Krefeld (City Center)
- 69. Krefeld (City Center)
- 70. Krefeld (City Center)
- 71. Krefeld (City Center)
- 72. Krefeld (City Center)
- 73. Krefeld (City Center)
- 74. Krefeld (City Center)
- 75. Krefeld (City Center)
- 76. Krefeld (City Center)
- 77. Krefeld (City Center)
- 78. Krefeld (City Center)
- 79. Krefeld (City Center)
- 80. Krefeld (City Center)
- 81. Krefeld (City Center)
- 82. Krefeld (City Center)
- 83. Krefeld (City Center)
- 84. Krefeld (City Center)
- 85. Krefeld (City Center)
- 86. Krefeld (City Center)
- 87. Krefeld (City Center)
- 88. Krefeld (City Center)
- 89. Krefeld (City Center)
- 90. Krefeld (City Center)
- 91. Krefeld (City Center)
- 92. Krefeld (City Center)
- 93. Krefeld (City Center)
- 94. Krefeld (City Center)
- 95. Krefeld (City Center)
- 96. Krefeld (City Center)
- 97. Krefeld (City Center)
- 98. Krefeld (City Center)
- 99. Krefeld (City Center)
- 100. Krefeld (City Center)

Illustrations of historical machinery and tools, including a printing press, a loom, and a spinning wheel.

Logo: **KREFELD**

6. Ein „Leitfaden“ sorgt für Aufenthaltsqualität mit Detailqualität, Nachhaltigkeit und „Verschönerung“

IDENTITÄTSSTIFTENDES GESTALTUNGSKONZEPT



7. Gastronomie Plätze

haben eine Schlüsselrolle für die Aufenthaltsqualität



8. Kreativität“ versus Langeweile

„Let`s make Krefeld instagramable !



Emotionen statt Langeweile

9. Blumenschmuck muss großflächig sein und mit konsequenter Grünpflege Akzente setzen.



10. Sicht-Achsen

als stadtbildprägende Merkmale sorgen für Struktur



11. "Top" Straßen erhalten eigene Identitäten z.B. durch Logo, Fahنشmuck und Blumenkübel



12. Mobilitätsschwerpunkte mit Sharingangeboten wie hier z.B. an der Königstrasse von Fahrrädern über KRuiser bis hin zu E-Autos



13. Werbung

Vorbilder und Wettbewerbe schaffen Anreize zur „Exklusivität“



14. Denkmalpflege und Satzungen

sorgen für Identität und Ordnung,
müssen aber auch kreative Lösungen zu lassen



15. Missachtung durch Vandalismus

wird geahndet und durch Vorbilder umgewandelt

Ebenso werden Eigentümer an ihre Verantwortung erinnert



16. Schrottimmobilien

müssen notfalls durch die Stadt reaktiviert werden,
damit nicht ganze Quartiere absacken



17. (Nachkriegs) Baulücken

müssen baulich geschlossen, können aber auch durch Kreativlösungen kaschiert werden



18. Eine Quartiersentwicklung

muss proaktiv entwickelt und begleitet werden



19. Bewährte und besondere Events sorgen für Spannung und schaffen eine attraktive „Lebendige“ City



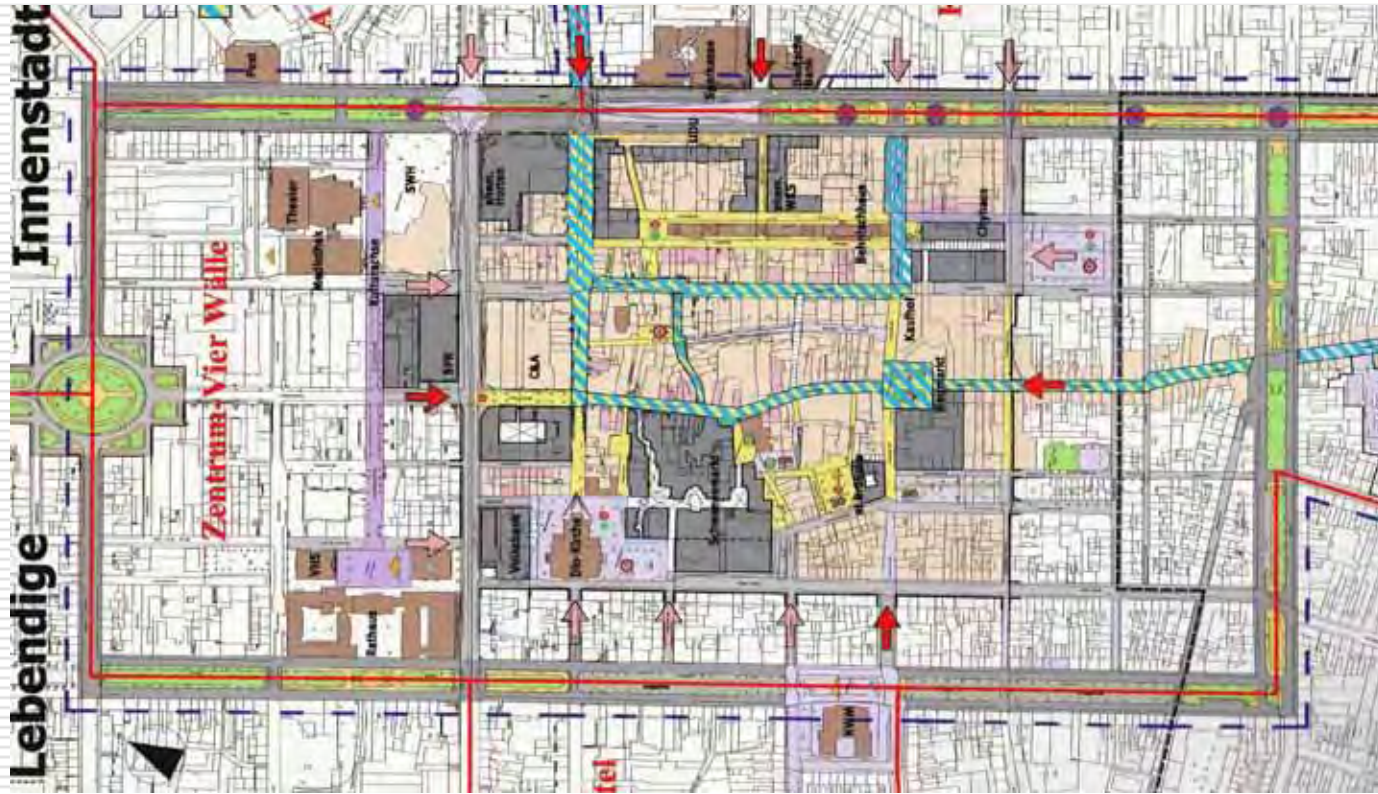
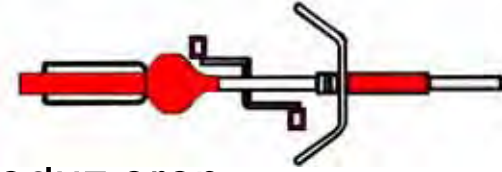
20. Das Parkraum – und Mobilitätskonzept

muss mit Akzeptanz weiterentwickelt und schnellstmöglich und mit hohen Umweltstandards vollzogen werden



21. Fahrradachsen und Tempo 30 km/h Bereiche

müssen klar gegliedert sein und durch gezielte Führung zu den Parkhäusern den Parksuchverkehr reduzieren



22. Schlüsselprojekte für die Innenstadtentwicklung müssen unter Berücksichtigung historischer Gegebenheiten prioritär entwickelt werden

- Dr. Hirschfelder Platz
- Dionysiusplatz
- Stadtmarkt
- Stadtbad Neusserstrasse
- Et Bröckske / Platz an der alten Kirche
- Seidenweberhaus / Theaterplatz
- Kulturachse
- Friedrichsstrasse
- Ev. Kirch Platz
- Ostwall
- Karlsplatz
- Rheinstrasse
- Rathausplatz

23. Der Dr. Hirschfelder Platz

Grundsatzentscheidung: bebaut, grün oder Mehrfachnutzung?



24. Der Dionysiusplatz

Grundsatzentscheidung nach Wettbewerb von 2016

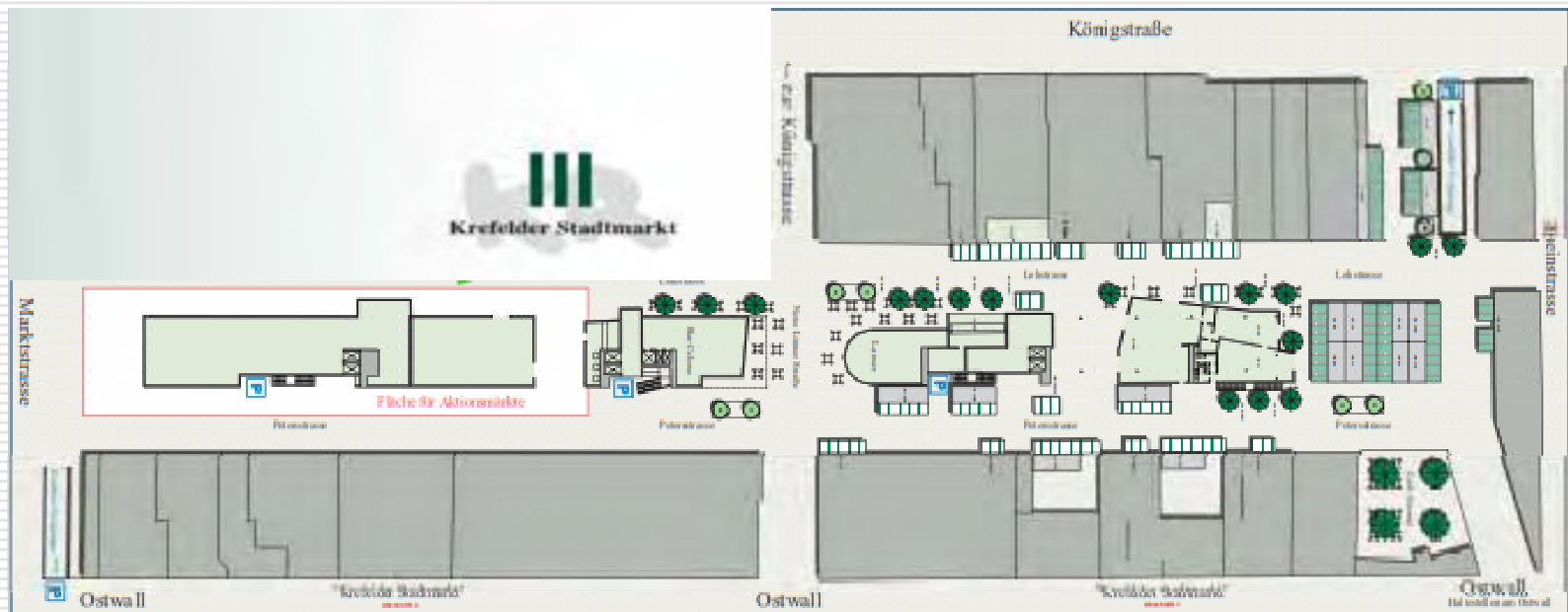
- Soll der Dio-Platz den Westwall-Wochenmarkt übernehmen?
- Oder einen zusätzlichen sog. „Feierabend“ Markt ?
- Soll der Biomarkt nur auf den Dio-Platz konzentriert werden?
- Soll der Dio-Platz Gastronomie-Platz werden?
- Soll die Breitestr. Verkehrsberuhigt werden?



25. Der Stadtmarkt / Umfeld BehnischHaus

Neuer Gastronomiebereich nach Fertigstellung des Ostwall Forums

Bei gleicher Gestaltungssatzung



26. Das Stadtbad Neusserstrasse

Investorensuche nach Planungs- und Nutzungskonzept



27. Umgestaltung Evangelischer Kirch Platz Als „Eingang“ zum Gastronomie Platz **An der alten Kirche**



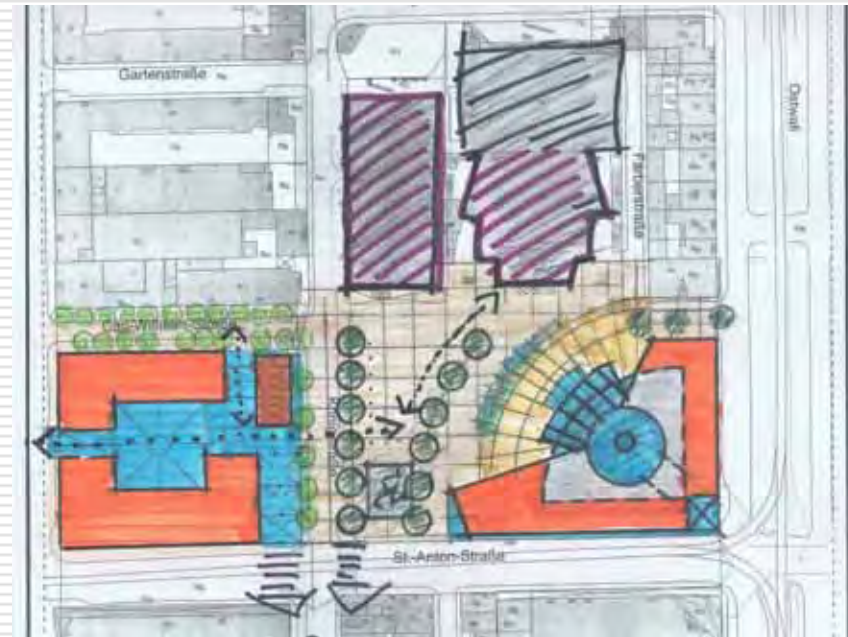
28. Bebauung Platz an der alten Kirche / Bröcksken

Investorenbetreuung für den "neuen" Gastronomie Platz

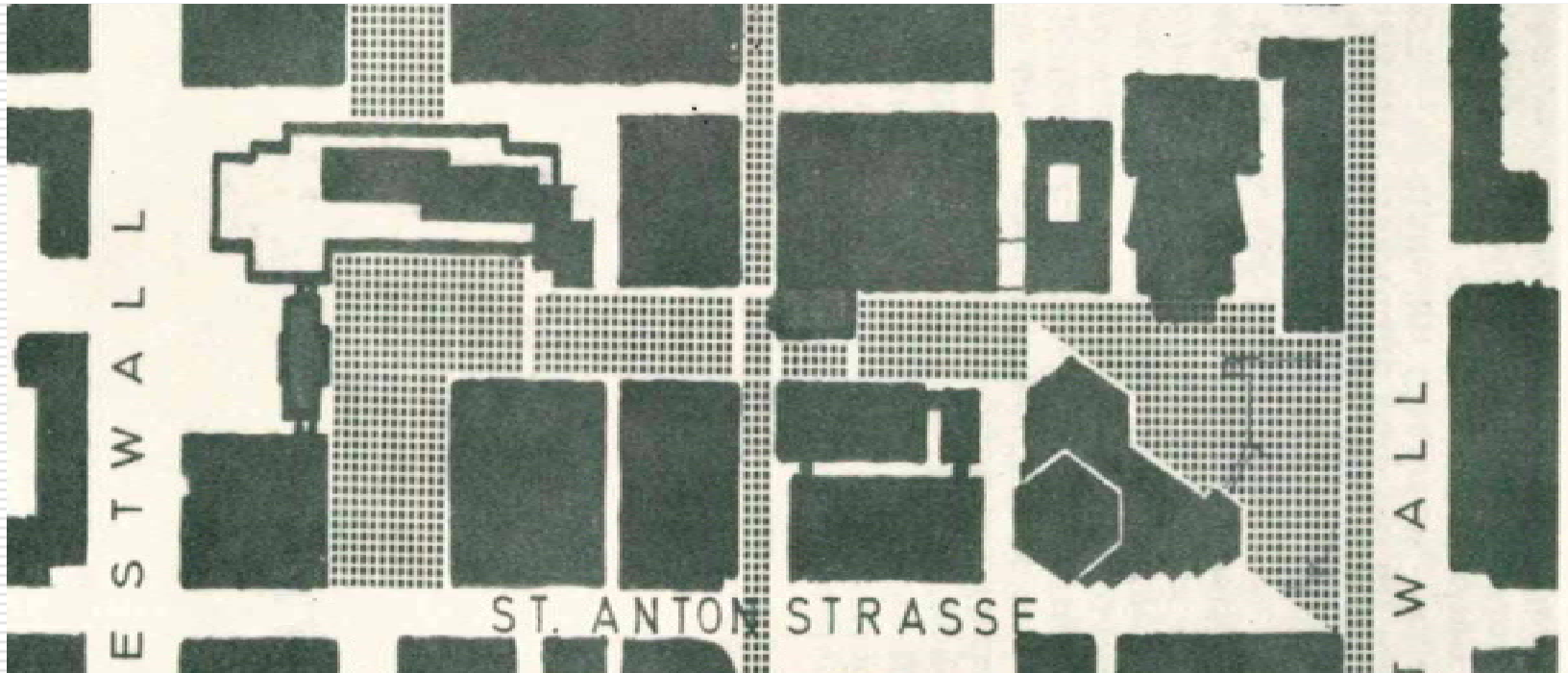


29. Seidenweberhaus

Nach der Standortentscheidung geht es um Inhalte und Kubatur



30. Eine Kulturachse wird Bindeglied zwischen Rathaus und SWH (Idee aus 1972 - Wettbewerb Neuordnung Innenstadt)



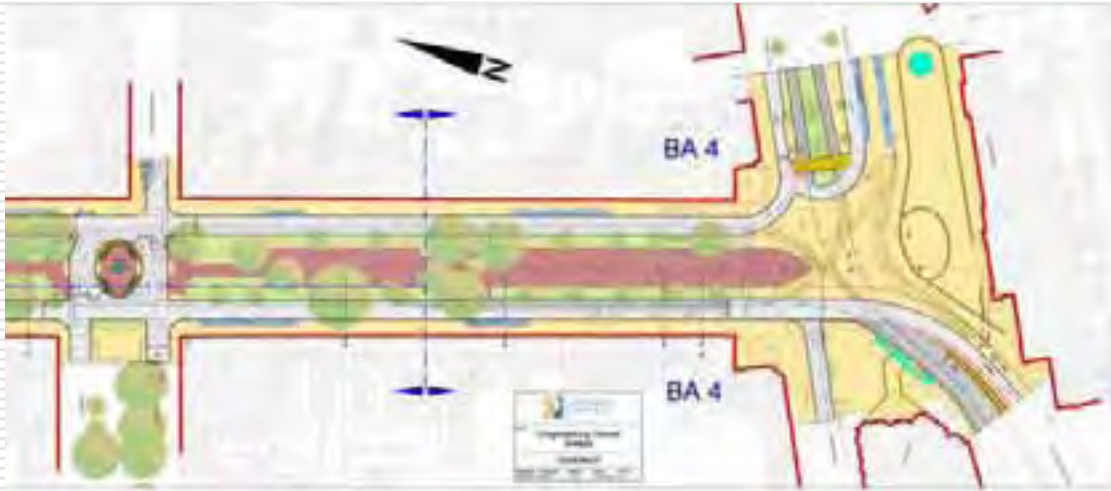
31. Der Eingang Friedrichstrasse

Chance und schwierige Aufgabe zugleich



32. Der Bahnhof und der Ostwall als „Stadteingang“

Anschluss der Ostwallpflasterung bis zum Bahnhof (Dönermeile)
im Vorgriff auf den 4. Bauabschnitt



Vorentwurf des 4. BA von 2008

34. Joseph Beuys Platz / KWM

Neustart als Kulturplatz mit geänderter Verkehrsführung, aber auch mit Aufwertung des Westwallmarktes



35. Die Rheinstrasse

wird nach Umbau von 1996 jetzt endlich Fußgängerzone



36. Der Rathausplatz

bekommt durch neue Pflasterung und Stadtmöblierung eine Aufwertung als Repräsentations- und Stadtplatz



37. Alles ist nichts ohne Sauberkeit und Sicherheit

Eigentlich eine Selbstverständlichkeit und essenziell für den Einkaufs- und Wohnstandort

- Das Programm Helfen und Handeln
- Der 10 Punkteplan der Werbegemeinschaft
- Der KOD für die Innenstadt
- Ein Quartiershausmeister

Der Kommunale Ordnungsdienst

Zwei Frauen, sieben Männer und ein Diensthund, das ist der Kommunale Ordnungsdienst der Stadt Krefeld. Von April bis September ist der „KOD“ von 7.30 Uhr bis 24 Uhr, von Oktober bis März von 8 bis 20 Uhr auf Straßen und Plätzen im Einsatz.

- Der Ordnungsdienst ist Ansprechpartner für Bürger und Passanten.
- Die Mitarbeiter sind berechtigt, bei Ordnungswidrigkeiten Bußgeld zu erheben.
- Sie können Maßnahmen einleiten, um ordnungswidrige Zustände zu beseitigen.
- Sie arbeiten eng mit der Krefelder Polizei zusammen.

Die Gläserne Wache

Bei der „gläsernen Wache“ der Krefelder Polizei ist immer „offene Tür“ für alle Bürger. Die mobile Dienststelle, ein Bus-Büro der Krefelder Polizei, geht an wechselnden Standorten in der Stadt vor Anker. Die Standorte werden in der Presse bekanntgegeben. Jeder Bürger kann die Beamten dort aufsuchen, Rat und Hilfe suchen, Beschwerden und Anregungen vortragen. Der Kommunale Ordnungsdienst der Stadt arbeitet eng mit den Polizeibeamten der „gläsernen Wache“ zusammen.

Der Verwarngeld-Katalog

Wenn der Hund sein „Geschäft“ auf der Straße oder im Park verrichtet, gibt es zwei Möglichkeiten:

1. „Herrchen“ hat einen Hundekotbeutel zur Hand und beseitigt die Hinterlassenschaft.
2. Ein Bußgeld wird erhoben.

Andere Verschmutzungen haben ab sofort ihren Preis laut Verwarngeld-Katalog:

- Zigarettenkippe 10 Euro
- Zigarettenschachtel 20 Euro
- Obstreste oder -schalen 20 Euro
- Verpackungen verschiedener Art 20 Euro
- Dosen, Flaschen 20 Euro
- Kleinabfall, z. B. Pommestüben 20 Euro
- Essensreste 35 Euro
- Aschenbecher entleeren 35 Euro
- Kaugummi 35 Euro

Das Bußgeld für diese Ordnungswidrigkeiten kann der Kommunale Ordnungsdienst bis zu einer Höhe von 35 Euro vor Ort erheben.

Ablagerung von Sperrmüll, von Tüten mit Hausmüll, nicht beseitigter Hundekot und ähnliche Verstöße gegen das Abfallrecht ziehen höhere Strafen nach sich. Derartige Bußgeldverfahren werden vom Fachbereich Ordnung der Stadt schriftlich abgewickelt.

38. Zwingende Begleitung durch Imagekampagnen

Von Einkaufserlebnis und Kulturstadt bis zum Wohnstandort



Krefeld: bevorzugte Wohnstadt im Zeichen des demographischen Wandels.



Leuchtturmprojekte

Quartiersmanagement
„Wohnen in der
Innenstadt“

Architektenwettbewerb
Zukunftsfähiges Wohnen
in Krefeld 2015



Weitere Projektvorschläge

- Informations- und Vermarktungskampagne Krefeld als Wohnstadt



39. Urbanisierung ist kein Zufall !

Integration der Stadtgesellschaft

City Innovations Review erzählt Geschichten von Stadtprojekten, Masterplänen, **Stadtvisionen** und städtischen Spirits. Städte befinden sich im Wettbewerb, auch in Zeiten der "Renaissance der Stadt". Das urbane Leben ist vielfältig und spannend - die Facetten der städtischen Innovation sind unendlich. **Stadtentwicklung** ist ein nicht endenwollender Prozess von Optimierungen bis hin zu kleinen oder größeren städtischen Revolutionen in der urbanen Architektur, dem Stadtmarketing, der Stadtökonomie und der Stadt-Gesellschaft allgemein.



Resümee

Die Blaupause gibt wie eine „To-do-Liste“ die Tagesordnung für den Auftakt zu einem Innenstadtdialog

Wenn es einen Punkt gibt der Sie interessiert, bringen Sie sich in den Krefelder Innenstadtdialog ein !
Werden Sie Pate, Lotse oder Organisator

