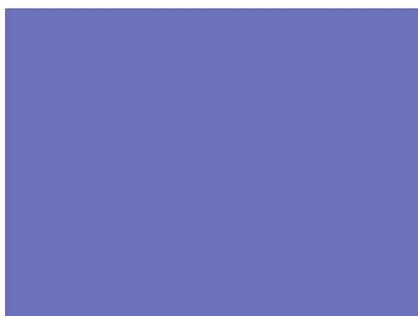
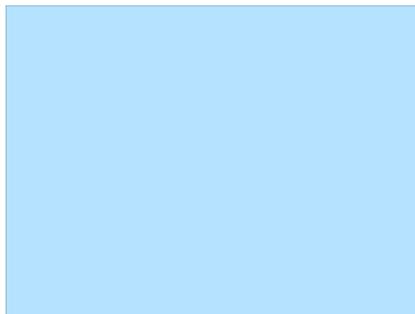


Stadtforum Bornheim

Dokumentation der Ergebnisse



Geschäftsführung:
Dr. Paul G. Jansen
Dipl.-Geogr. Ursula Mölders
HRB Köln 36154



Bachemer Str. 115
50931 Köln-Lindenthal
Postfach 41 05 07
50865 Köln
Fon 0221 94072-0
Fax 0221 94072-18
buero-dr-jansen@netcologne.de
www.stadtplanung-dr-jansen.de

Stadtforum Bornheim

Dokumentation der Ergebnisse

Bearbeitung

Dipl.-Volksw. Dieter Wagner

Dipl.-Geogr. Bettina Gringel

Dipl.-Geogr. Ursula Mölders

Dipl.-Ing. Renate Schatral

Mitarbeit

Dorothee Rodermann M. A.

In dem nachfolgenden Text verzichten wir zugunsten einer besseren Lesbarkeit auf die Schreibweise „Innen“ bei Bürger, Nutzer, Anlieger etc. Selbstverständlich sind immer gleichzeitig und chancengleich Männer und Frauen angesprochen.

Dieses Gutachten unterliegt dem Urheberrecht. Vervielfältigungen, Weitergabe oder Veröffentlichung des Gutachtens in Teilen oder als Ganzes sind nur nach vorheriger Genehmigung und unter Angabe der Quelle erlaubt, soweit mit dem Auftraggeber nichts anderes vereinbart ist.

Köln, August 2003



1	STADTMARKETING IN BORNHEIM	1
2	BEGRÜßUNG UND EINFÜHRUNG DURCH BÜRGERMEISTER WILFRIED HENSELER	2
3	STADTPORTRAIT	3
4	ARBEITSGRUPPEN	3
4.1	Arbeitsgruppe Stadtprofil: Stadt! Marketing! Bornheim! 14 Dörfer machen mobil!	3
4.1.1	Ablauf	3
4.1.2	Schwächen	3
4.1.3	Stärken und Potentiale	5
4.1.4	Maßnahmenansätze	6
4.2	Arbeitsgruppe Kultur, Freizeit und Jugend: Bornstadt! Überraschendes zwischen Köln und Bonn!	6
4.2.1	Ablauf	6
4.2.2	Ergebnisse der Befragung von Jugendlichen	7
4.2.3	Schwächen in den Bereichen Kultur sowie Freizeit/Jugendliche	7
4.2.4	Stärken in den Bereichen Kultur und Freizeit/Jugendliche	8
4.2.5	Maßnahmen	8
4.2.6	Ergebnisse der Befragung Jugendlicher nach Ortschaften	9
4.3	Arbeitsgruppe Siedlungsentwicklung und Gestaltung in den Ortsteilen: Lebensqualität vor der Haustür!	20
4.3.1	Ablauf	20
4.3.2	Ergebnisse nach Ortschaften	20
4.4	Arbeitsgruppe Innenstadtentwicklung Bornheim: Mehr als Einkaufen und Kaffee trinken!	23
4.4.1	Ablauf	23
4.4.2	Schwächen und Mängel	23
4.4.3	Entwicklungsziele	25
4.4.4	Laufende Baumaßnahmen	29
5	WEITERE BEARBEITUNG	29
6	ANHANG	30

1 Stadtmarketing in Bornheim

Mit dem Instrument des Stadtmarketings wird die Stadt Bornheim gemeinsam mit Bürgerinnen und Bürgern Leitlinien für die Stadtentwicklung erarbeiten, Maßnahmen für die Aufwertung der Stadt entwickeln und diese gemeinsam umsetzen. In einem Stadtmarketing-Konzept, das vom Rat der Stadt beschlossen wird, werden die Zielsetzungen für die Stadtentwicklung sowie die Einzelmaßnahmen zusammengefasst.

Dieses Stadtmarketing-Konzept wird in den Jahren 2003 und 2004 erarbeitet. Um den Prozess auf eine breite Basis zu stellen, wurden zu Beginn folgende Arbeitsschritte durchgeführt:

- Gespräche mit Akteuren, der Verwaltung und Organisationen
- Eine Befragung von 100 Bornheimerinnen und Bornheimern
- Begehungen in allen 14 Ortschaften

Um kontinuierlich über den Prozess zu informieren und zur Mitarbeit zu motivieren, werden die Ergebnisse auf der Website der Stadt veröffentlicht, ein Informationsblatt informiert über den Gesamtprozess und nennt Ansprechpartner. Das Stadtforum am 29. Juli 2003 war ein weiterer wichtiger Schritt, um ein umfassendes Bild von der Situation und den „Visionen“ für Bornheim zu bekommen und auch für eine Mitarbeit im Stadtmarketingprozess zu motivieren.

Am 6. Mai 2002 fand in Bornheim die Auftaktveranstaltung für die Lokale Agenda für Bornheim statt. In der Folge wurden drei Arbeitskreise gegründet:

- Arbeitskreis Eine Welt
- Arbeitskreis Soziales
- Arbeitskreis Stadtbild

Alle drei Arbeitskreise haben bereits erste Maßnahmen durchgeführt. Mit der Geschäftsstelle der Lokalen Agenda besteht enger Kontakt. Die Prozesse Lokale Agenda und Stadtmarketing ergänzen sich.

Mit der Moderation des Stadtmarketing-Prozesses ist das Kölner Büro Stadt- und Regionalplanung Dr. Paul G. Jansen GmbH beauftragt. Wir danken allen Bürgerinnen und Bürgern, die sich aktiv im Stadtforum beteiligt haben und den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern der Verwaltung für ihre Unterstützung.

2 Begrüßung und Einführung durch Bürgermeister Wilfried Henseler

Der Bürgermeister begrüßt die Anwesenden und zeigt sich erfreut über die rege Teilnahme. Die Stadt Bornheim will mit Stadtmarketing ihre Position stärken und setzt dabei auf die Mitarbeit der Bürgerinnen und Bürger.

Bornheim hat sich in der Vergangenheit positiv entwickelt, in der Stadt wohnen heute 48.000 Einwohner. Die reizvolle Landschaft zwischen Vorgebirge und Rhein ist ein guter Wohnstandort und bietet viele Naherholungsmöglichkeiten. Die Infrastruktur wurde stetig ausgebaut und auch die gute Erreichbarkeit von Köln und Bonn ist ein Standortvorteil. Darauf kann für die Zukunft aufgebaut werden.

Nach einer Phase des rasanten Wachstums geht es jetzt verstärkt auch um qualitative Verbesserungen, notwendig ist eine Zieldiskussion: Im Stadtmarketing sollen deshalb Leitlinien für die weitere Entwicklung von Bornheim erarbeitet werden. Dies erfolgt gemeinsam mit den Bürgerinnen und Bürgern und allen, die bereit sind, sich für ihre Stadt zu engagieren.

Stadtmarketing bedeutet zum einen eine Verbesserung des Produkts, d. h. Aufwertungsmaßnahmen in der Stadt Bornheim, zum anderen aber auch Öffentlichkeitsarbeit für diese Verbesserungsmaßnahmen nach innen und nach außen. Zielgruppe des Stadtmarketing sind also Bürger und Bürgerinnen der Stadt, aber auch Auswärtige, deren Interesse für Bornheim geweckt werden soll.

In Bornheim werden sich in den nächsten Jahren wichtige Veränderungen vollziehen.

Die Chancen aus diesen Entwicklungen können genutzt werden, um Bornheim insgesamt zu stärken. Dazu ist eine enge Abstimmung und Zusammenarbeit der Stadt und Privater notwendig (Public-Private Partnership). Dies wird eine wichtige Aufgabe des Stadtmarketing sein.

Mit der Moderation des Prozesses ist das Kölner Büro Stadt- und Regionalplanung Dr. Paul G. Jansen GmbH beauftragt. Ansprechpartner ist Herr Dieter Wagner.

Für den Gesamtprozess ist ein Bearbeitungszeitraum von rund zwei Jahren vorgesehen, Ende 2004 wird das Stadtmarketingkonzept für die Stadt Bornheim vorliegen. Es sollten aber möglichst vorher auch bereits Maßnahmen umgesetzt sein. Er wünschte sich, dass ein Stadtmarketing-Konzept entsteht, auf das sowohl die Bürger als auch die Politiker stolz sein könnten. Er appellierte deshalb, das Stadtforum als eine wichtige Chance für die Zukunft Bornheims zu begreifen.

3 Stadtportrait

(Dieter Wagner, Stadt- und Regionalplanung Dr. Paul G. Jansen GmbH)

Die Ergebnisse aus Gesprächen, Rundgängen und Befragung sowie aus der Analyse vorliegender Gutachten und statistischer Daten wurden in einem Stadtportrait zusammengefasst. Wiedergegeben wurden die wichtigsten Grundzüge der bisherigen Entwicklung von Bornheim, auch im Vergleich zur Region, die Stärken und Schwächen und die „Zukunftsprojekte“.

Die PowerPoint-Präsentation befindet sich im Anhang.

4 Arbeitsgruppen

4.1 Arbeitsgruppe Stadtprofil: Stadt! Marketing! Bornheim! 14 Dörfer machen mobil!

(Moderation: Renate Schatral, Stadt- und Regionalplanung Dr. Paul G. Jansen GmbH)

(Stadtverwaltung Bornheim: Gerd Brühl (Fachbereichsleiter Steuerungsgruppe/Unterstützung/Ratsbüro), Wienand Flohr (Geschäftsbereich Wirtschaftsförderung, Tel. 02222 945-258), Dr. Wolfgang Paulus (Umweltbeauftragter))

4.1.1 Ablauf

Die Teilnehmer hatten zu Beginn die Möglichkeit, ihre Vorstellungen und Erwartungen an die Arbeitsgruppe und den Stadtmarketingprozess zu formulieren und zu den einzelnen Schwerpunkten Fragen zu stellen.

In einem ersten Arbeitsschritt wurden die Teilnehmer gebeten, die Schwächen oder Mängel der Stadt Bornheim zu benennen.

Im darauf folgenden Arbeitsschritt wurden die Stärken und Potentiale der Stadt Bornheim genannt. Diese Meinungen wurden gemeinsam nach Schwerpunkten geordnet. Die Teilnehmer legten durch Punktevergabe eine Prioritätenfolge für die weitere Diskussion fest. Hier zeigte sich jedoch, dass die Rangfolge einzelner Themen eng beieinander lag und viele Themen im weiteren Prozess gleichwertig zu diskutieren sind.

4.1.2 Schwächen

Identität und Identifikation

Von den Teilnehmern wird die fehlende Identifikation der Bürger mit ihrer „Gesamtstadt“ Bornheim genannt. Diese sei dadurch bedingt, dass es 14 verschiedene Ortschaften gibt, die jede einzelne für sich sehr autark ist, z. B. im Hinblick auf Grundversorgung. Die Bürger identifizieren sich eher mit ihrer Ortschaft als mit der Gesamtstadt Bornheim. Es bestünde sogar eine Konkurrenz der Ortschaften untereinander, z. B. bei den Handwerksbetrieben.

Die Tatsache, dass die Stadt Bornheim eine Flächengemeinde ist mit einer unterschiedlichen Topografie (Rheintal, Höhenbereich) und einer schlechten Erreichbarkeit der Ortschaften untereinander, steuert zum Problem der Identifikation bei. Dazu wurde von einem Teilnehmer angemerkt, dass alleine die geografischen Verhältnisse nicht für eine fehlende Identität verantwortlich sind, sondern das fehlende Zentrum, der fehlende Stadtkern. So sei auch die Stadt Königswinter geografisch sehr unterschiedlich strukturiert, habe aber durch den Stadtkern Königswinter nach außen eine eindeutige Identität.

Kaufkraftabfluss

Das fehlende Zentrum der Stadt Bornheim wird auch als die zentrale Ursache für den Kaufkraftabfluss in der Stadt gesehen.

Heterogene Baustruktur und Architektur

Bemängelt wurde die uneinheitliche Baustruktur und heterogene Architektursprache im Stadtgebiet. Dies führt zu einem diffusen Stadtbild und trägt auch nicht zu einer Identifikation mit der Gesamtstadt bei.

Soziale Strukturen

Von den Teilnehmern wurde als Mangel genannt, dass die in den Ortschaften vertretenen Vereine überwiegend nur von „Ansässigen“ gebildet werden, d. h. dass Neubürger Bornheims kaum in den Vereinen engagiert sind. Insgesamt scheint das Interesse der „Zugezogenen“ an einer Integration gering zu sein.

Des Weiteren wurde der Zuzug von sozial Schwachen und deren räumliche Konzentration, die regelrecht zu einer Ghettobildung führt, bemängelt. So entstehen nach Meinung der Teilnehmer soziale Brennpunkte. Hier wurde auch angeführt, dass viele Treffpunkte („Dorfplatz“, „Tankstelle“) im Stadtgebiet von Jugendlichen aus sozial schwachen Verhältnissen geprägt sind.

Verkehr

Die Stadt Bornheim ist zwar überörtlich gut an das Verkehrsnetz angebunden, jedoch fehlen die „Querverbindungen“ insbesondere für den ÖPNV. Von „Nord nach Süd“ kommt man gut durch, jedoch nicht von West nach Ost.

Umwelt/Sauberkeit

Von einem Teilnehmer wurde das mangelnde Umweltbewusstsein der Bürger und Besucher von Bornheim kritisiert. Auf und entlang den Straßen und Wegen findet sich viel Schmutz. Die mangelnde Sauberkeit wirkt nicht einladend auf Besucher und vermittelt ein schlechtes Image.

Kulturhistorischer Hintergrund

Eine Teilnehmerin bedauerte, dass Bornheim zwar über kulturhistorische Güter verfüge (Schlösser, Burgen, Römische Wasserleitung),

dass diese aber wenig gepflegt oder schlecht bis gar nicht zugänglich sind.

4.1.3 Stärken und Potentiale

In der Diskussion wurde herausgearbeitet, dass manche „Schwäche“ der Stadt auch Stärken in sich birgt. Im Folgenden werden die einzelnen Stärken aufgeführt, die dann von den Teilnehmern in Themengruppen zusammengefasst und mit Punkten gewichtet wurden.

Wohnstandort Bornheim – 11 Punkte

Bornheim zeichnet sich als guter Wohnstandort dadurch aus, dass gute Naherholungsmöglichkeiten bestehen und die Stadt durch die Standortgunst über gute überörtliche Verkehrsanbindungen verfügt.

Soziales Engagement in Bornheim/Bürgerengagement – 11 Punkte

Hier wurde deutlich, dass Schwächen, insbesondere im Bereich der Integration von Neubürgern, wiederum Stärken hervorbringen. Die Teilnehmer benannten besonders die Schulen, und zwar alle Schulen im Stadtgebiet als integrierenden Faktor. Die Integration von Aussiedlern in Bornheim in der jüngsten Vergangenheit sei sehr gut gelungen. Des Weiteren hat die Kirche in der Stadt Bornheim durch ihr Engagement eine tragende Rolle. Die Mentalität und das Engagement der Bornheimer Bürger wird als Stärke betrachtet.

Bornheim als Wirtschaftsstandort – 6 Punkte

Bornheim verfügt über eine starke Wirtschaftskraft und Standortgunst zwischen den Städten Köln und Bonn. Dass Bornheim eine „junge Stadt“ ist, ist ebenfalls als wichtiger wirtschaftlicher Faktor zu sehen. Die Stadt besitzt Gewerbegebiete und eine hohe Kaufkraft.

Landschaftliche Identität Bornheims – 6 Punkte

Die Stadt Bornheim verfügt noch über weite Flächen intakter Natur. Auch topografische Charakteristika, wie z. B. die Geländekante, sind identitätsstiftende Besonderheiten der Stadt Bornheim. Des Weiteren sind der Kottenforst sowie der Obst- und Gemüseanbau typische Merkmale der Stadt Bornheim. Diese „Identitäts-Ansätze“ sollen im Zuge der Stadtentwicklung bewahrt werden.

Kulturhistorische Güter – 6 Punkte

Die kulturhistorischen Güter Bornheims (z. B. Schlösser, Burgen) bieten, wenn sie öffentlich zugänglich gemacht würden, ein erhebliches Potential, z. B. für den Tourismus.

4.1.4 Maßnahmenansätze

Ein umfassender Begriff für ein „Profil“ konnte an diesem Abend in der Gruppe nicht erarbeitet werden. Es zeigte sich, dass dieses Aufgabenfeld sehr komplex ist und dass die Profilierung im Laufe des Stadtmarketingprozesses erfolgen kann. Ein Teilnehmer schlug „Bornheim – ein starkes Stück Stadt“ als Begriff für ein Profil vor. Die Teilnehmer diskutierten Maßnahmenansätze, die zur Profilfindung der Stadt Bornheim beitragen sollen.

Verein für gesamt Bornheim – „1. FC Bornheim“

Ein Teilnehmer regte an, einen übergeordneten Verein für Bornheim zu gründen, was die Identifikation der Bürger mit der Gesamtstadt Bornheim fördern kann. Hierzu müssten alle Gruppen (z. B. Fußballvereine, Schützenvereine, Stadtjugendring) an einen Tisch gebracht werden. Die Stadt müsse dazu einladen.

Kommunikation fördern – Stärken bewusst machen

Es wurde angeregt, die Bornheimer besser über ihre eigenen Stärken zu informieren und dadurch diese Stärken und Potentiale mehr in das Bewusstsein zu rücken. Auch durch Aktionen, wie z. B. Veranstaltungen, Feste, Tag der Vereine oder Themenrouten könnten Stärken öffentlich gemacht werden. Hier wurde z. B. die Bornheimer Küche genannt.

Um dies umzusetzen, soll die Kommunikation untereinander gefördert werden. Entsprechende Organisationen sollen sich zusammenschließen, Einzelne sollen sich in Gruppen organisieren. Wichtig dabei ist die Vernetzung der Gruppen und Organisationen untereinander.

Wenn die Stärken Bornheims mehr in das Bewusstsein rücken, wird sich ein markantes Profil für die Stadt herausbilden.

4.2 Arbeitsgruppe Kultur, Freizeit und Jugend: Bornstadt! Überraschendes zwischen Köln und Bonn!

(Moderation: Ursula Mölders, Stadt- und Regionalplanung Dr. Paul G. Jansen GmbH)

(Stadtverwaltung Bornheim: Ulrich Rehbann (Leiter Dezernat III), Andrea Dreseler (Geschäftsbereich Kultur, Sport, Tel. 02222 945-338))

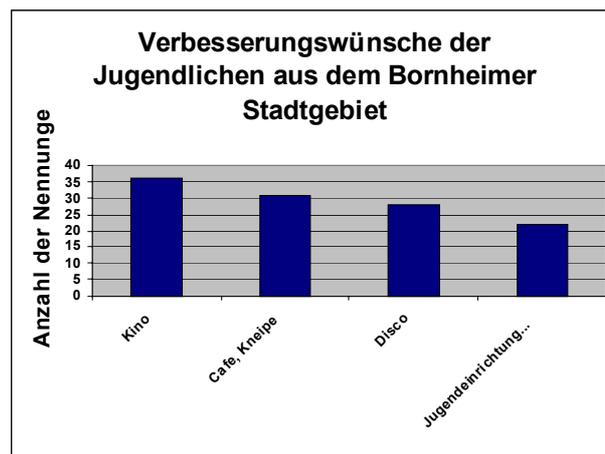
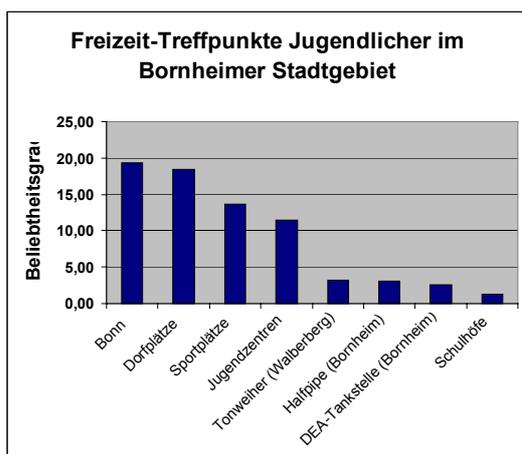
4.2.1 Ablauf

Die Teilnehmer waren sich rasch einig, dass in der weiteren Diskussion kulturelle Aspekte zu trennen sind von dem Bereich Freizeit und Jugendliche, die in einem Arbeitskreis behandelt werden können.

In einem ersten Arbeitsschritt wurden die Teilnehmer gebeten, ihre Kritik an der bestehenden Situation zu äußern. Nachfolgend wurden Verbesserungsmöglichkeiten und Maßnahmen diskutiert.

4.2.2 Ergebnisse der Befragung von Jugendlichen

Unterstützt wurde die Diskussion durch die Präsentation einer Befragung zum Freizeitverhalten von 14- bis 16-jährigen Jugendlichen in Bornheim. Diese Befragung wurde von einer 9. Klasse der Europa-schule Bornheim im Zeitraum 30. Juni bis 4. Juli 2003 durchgeführt, dabei wurden 160 Schüler befragt. Zwei Schülerinnen stellten die Ergebnisse vor, die im Anhang zu diesem Kapitel für die einzelnen Ortsteile dargestellt sind.



Die Zusammenfassung der Ergebnisse für die Gesamtstadt zeigt die Bedeutung von Bonn als Aufenthaltsort für die Jugendlichen, aber auch die Dorfplätze spielen eine wichtige Rolle. Bei den Wünschen stehen Unterhaltungsangebote, wie beispielsweise Kino, an erster Stelle.

4.2.3 Schwächen in den Bereichen Kultur sowie Freizeit/Jugendliche

Vereine/Veranstaltungen

Kritisiert wird, dass die Vereine der einzelnen Ortschaften nicht offen genug sind: Jede Ortschaft hat ihren eigenen Verein, viele sind dabei auf das Traditionelle fokussiert und gegenüber Neuem weniger aufgeschlossen. Die Veranstaltungen beschränken sich zudem rein auf den ortsspezifischen Charakter. Die einzelnen Ortschaften integrieren sich nicht bei Festen von anderen Ortschaften. Sie bleiben autark. Es fehlt der Austausch, Veranstaltungen sind nicht ausreichend bekannt. Daher wird vorgeschlagen, dass der Informationsfluss verbessert wird.

Der Veranstaltungskalender für die Stadt Bornheim erscheint einmal im Jahr. Daher kann er nicht auf dem aktuellen Stand sein.

Das Überangebot an Events und Veranstaltungen mit hoher Qualität in Brühl, Köln und Bonn erschwert Bornheim, sich mit seinem kulturellen Angebot zu positionieren. Hierzu wurde angemerkt, dass man bei Bornheimer Veranstaltungen nicht den Fehler machen darf,

sich „nach dem Großstädtischen zu strecken“, sonst geht der Blick für die eigene Identität verloren.

Bisher erfolgte der Fokus bei Veranstaltungen auf den Kernbereich von Bornheim, die Ortschaften hingegen wurden eher „stiefmütterlich“ behandelt. Weiterhin wird ein kulturhistorischer Ansatz bei Veranstaltungen vermisst (z. B. könnte eine Veranstaltung mit Bezug zur römischen Wasserleitung organisiert werden).

4.2.4 Stärken in den Bereichen Kultur und Freizeit/Jugendliche

Ein umfangreiches Angebot bietet laut den Teilnehmern sowohl die Musikschule, die von rund 900 - überwiegend Bornheimer - Schülern besucht wird, als auch die Volkshochschule Bornheim mit Sitz in Roisdorf.

Kultur

Positiv wird das Kulturprogramm des Ursulinenklosters in Hersel sowie der Bornheimer Schulen benannt. Auch das umfangreiche Programm der Kirchen und Vereine zählt zu den kulturellen Stärken. Die vor drei Jahren eröffnete Stadtbücherei erfreut sich ebenfalls großer Beliebtheit. Das Veranstaltungsprogramm ist ein wichtiger Beitrag, um die Veranstaltungen bekannt zu machen. Auf der Website der Stadt gibt es pro Monat rund 1.200 Zugriffe auf den Veranstaltungskalender.

Jugendliche/Freizeit

Im sportlichen Bereich werden die Sportstätten, Vereinsangebote und die Skateranlage als Stärken benannt. Begrüßt wurde die Eröffnung von neuen Jugend-Treffpunkten in zwei Ortschaften.

4.2.5 Maßnahmen

Jugendliche/Freizeit

In zwei Ortsteilen findet bereits ein Open-Air Kino statt. Dieses Angebot könnte in Form eines einwöchigen Events ausgeweitet werden. Für die Sommermonate sollte eine Disco im Schwimmbad organisiert werden.

Angeregt wird eine Veranstaltung für Jugendliche, die für das gesamte Stadtgebiet von Bornheim stattfindet.

Anknüpfend an die Befragung von Jugendlichen der 9. und 10. Klasse der Europaschule durch ihre Mitschüler sollte eine umfassende Befragung von Jugendlichen zur Ermittlung ihrer Bedürfnisse erfolgen.

Für Kleinkinder bis fünf Jahre wird die Anlage eines Minigolfplatzes angeregt.

Kultur

In der Eifel gibt es Gemeindehäuser, die in Eigeninitiative errichtet und als öffentliche Zentren für Jung und Alt als Freizeit und Kulturstätte betrieben werden. Vergleichbares wird auch für Bornheim angeregt.

In den einzelnen Ortschaften leben „lokale Größen“ wie z. B. ein Bandmitglied von der Musik-Rockgruppe „BAP“ sowie ein Kabarettist. Sie könnten zusammengebracht und eine gemeinsame Veranstaltung organisiert werden.

Um die „Leseleidenschaft“ von Kinder zu fördern werden Lesungen in Zusammenarbeit mit den Schulen vorgeschlagen.

Es sollte ein Bornheimer Kunstmarkt und ein Talentfindermarkt organisiert werden.

Zwischen den einzelnen Ortschaften sollte der Informationsaustausch über Veranstaltungen verbessert werden.

Als erfolgreiche, positive Beispiele wurden genannt:

- Ökumenischer Pfingstmarkt
- Rock and Run, das im Rahmen der Lokalen Agenda organisiert wurde (hieran nahmen 400 Läufer sowie lokale Musikgruppen teil)
- Kinder und Jugendtag, der von der Stadt Bornheim organisiert wird

Es wurde eine Art Leitbild für die zukünftige Planung von Veranstaltungen entwickelt:

Dörfliche Kultur soll erhalten und gefördert werden, aber auch Spannendes, Größeres, Übergreifendes und Gemeinsames fördern!

Favorisiert wird ein „kreisendes“ Highlight, das jedes Jahr in einer anderen Ortschaft stattfindet. Keine Ortschaft würde bei einem mobilen Event benachteiligt, das Zusammengehörigkeitsgefühl der Bornheimer gestärkt und die Identität der einzelnen Ortschaften gewahrt bleiben.

4.2.6 Ergebnisse der Befragung Jugendlicher nach Ortschaften

Die Befragung wurde organisiert von Herrn Roland Gerstenmeyer, der in der Jahrgangsstufe 9 in der Europaschule Bornheim Erdkunde unterrichtet. Von der Klasse 9d wurde ein Fragebogen entwickelt, befragt wurden ca. 300 Schüler der Jahrgangsstufen 9 und 10. Da ein großer Teil der Schüler aus Alfter, Heimerzheim und Wesseling stammt, bezogen sich nur 160 Fragebogen auf die Situation der Jugendlichen in den Ortschaften in Bornheim und wurden dann auch von der Klasse 9d ausgewertet.

Für die Aufenthaltsorte der Jugendlichen wurde ein „Beliebtheitsgrad“ festgestellt. Die Befragten gaben zu dem jeweiligen Treffpunkt zum einen die Zahl der Stunden an, die man pro Woche an diesem Treffpunkt verbringt, zum anderen die Zahl anderer Jugendlicher, die sich dort aufhalten. Die Durchschnittswerte wurden jeweils multipliziert und ergaben den „Beliebtheitsgrad“.

Bei den Verbesserungswünschen für Freizeitmöglichkeiten und Treffpunkte konnten insgesamt drei Nennungen gemacht werden.

Ergebnisse

Bornheim

Geschlecht	Anzahl	Gesamt
männlich	18	34
weiblich	16	

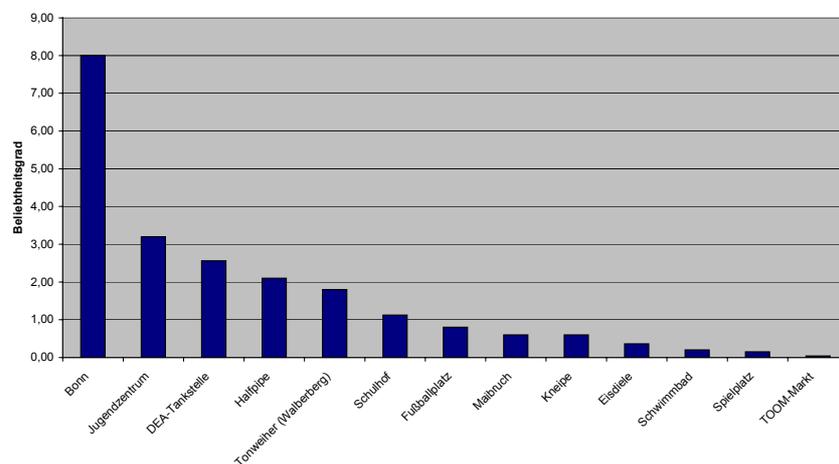
Wo verbringst du die Freizeit ?

Ort	Nennung (N)	durchschn. Std./Woche	durchschn. Anzahl Jugendlicher	Beliebtheitsgrad= NxStd.xAnzahl / 100
Bonn	16	10	5	8,00
Jugendzentrum	1	16	20	3,20
DEA-Tankstelle	4	8	8	2,56
Halfpipe	5	6	7	2,10
Tonweiher (Walberbe	1	18	10	1,80
Schulhof	2	7	8	1,12
Fußballplatz	1	8	10	0,80
Maibruch	1	6	10	0,60
Kneipe	2	5	6	0,60
Eisdiele	3	4	3	0,36
Schwimmbad	2	2	5	0,20
Spielplatz	1	3	5	0,15
TOOM-Markt	1	2	2	0,04

Welche Verbesserungswünsche für Freizeitmöglichkeiten hast du?

Vorschläge	Nennungen
Kino	11
Disco	7
Cafe / Billiard	7
Jugendveranstalt.	3
Kneipe	2
Boltzplatz	2
gr. Skateranlage	1
längere Öffnungsz. Im BJT	1

Freizeit-Treffpunkte in Bornheim



Brenig

Geschlecht	Anzahl	Gesamt
männlich	7	8
weiblich	1	

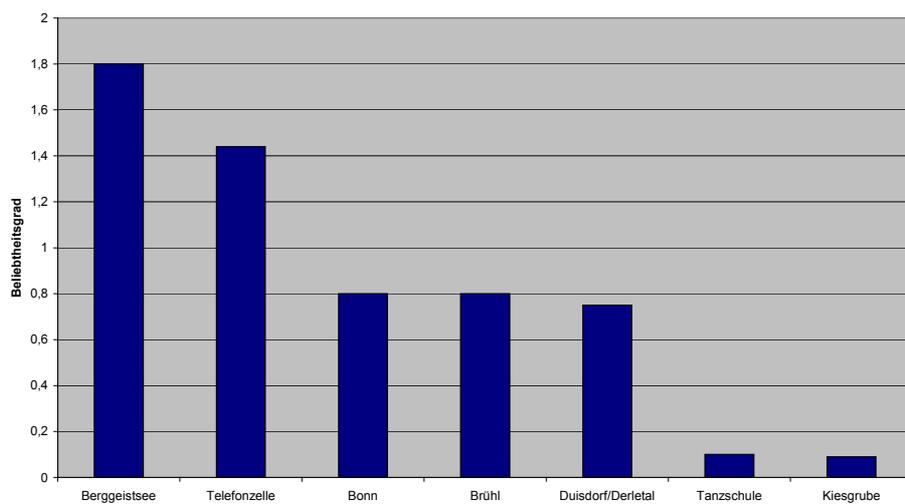
Wo verbringst du die Freizeit ?

Ort	Nennung (N)	durchschn. Std./Woche	durchschn. Anzahl Jugendlicher	Beliebtheitsgrad= NxStd.xAnzahl / 100
Berggeistsee	2	6	15	1,8
Telefonzelle	1	12	12	1,44
Bonn	2	8	5	0,8
Brühl	1	20	4	0,8
Duisdorf/Derletal	1	5	15	0,75
Tanzschule	1	2	5	0,1
Kiesgrube	1	3	3	0,09

Welche Verbesserungswünsche für Freizeitmöglichkeiten hast du?

Vorschläge	Nennungen
Kneipen	1
Kino	1
mehr Geschäfte	2
Cafe's	1
bessere Verkehrsverb.	1

Freizeit-Treffpunkte in Brenig



Waldorf / Dersdorf / Kardorf

Geschlecht	Anzahl	Gesamt
männlich	14	21
weiblich	7	

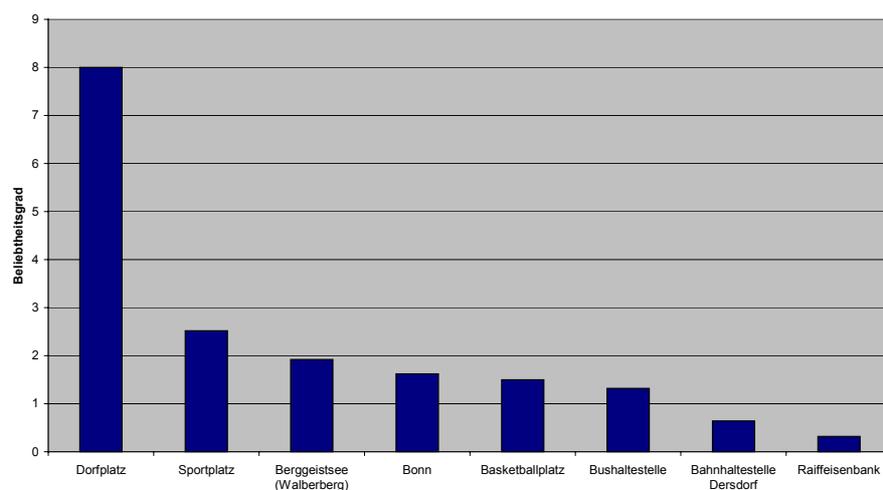
Wo verbringst du die Freizeit ?

Ort	Nennung (N)	durchschn. Std./Woche	durchschn. Anzahl Jugendlicher	Beliebtheitsgrad= NxStd.xAnzahl / 100
Dorfplatz	8	10	10	8
Sportplatz	3	7	12	2,52
Bergeistsee (Walbe	2	12	8	1,92
Bonn	3	9	6	1,62
Basketballplatz	1	15	10	1,5
Bushaltestelle	3	4	11	1,32
Bahnhaltestelle Ders	4	4	4	0,64
Raiffeisenbank	1	4	8	0,32

Welche Verbesserungswünsche für Freizeitmöglichkeiten hast du?

Vorschläge	Nennungen
Jugendzentrum	8
Disco	4
mehr Geschäfte	2
Cafe	2
Kino	2
Kneipe	1
Sportanlagen	1

Freizeit-Treffpunkte in Waldorf/Dersdorf/Kardorf



Rösberg / Hemmerich

Geschlecht	Anzahl	Gesamt
männlich	13	15
weiblich	2	

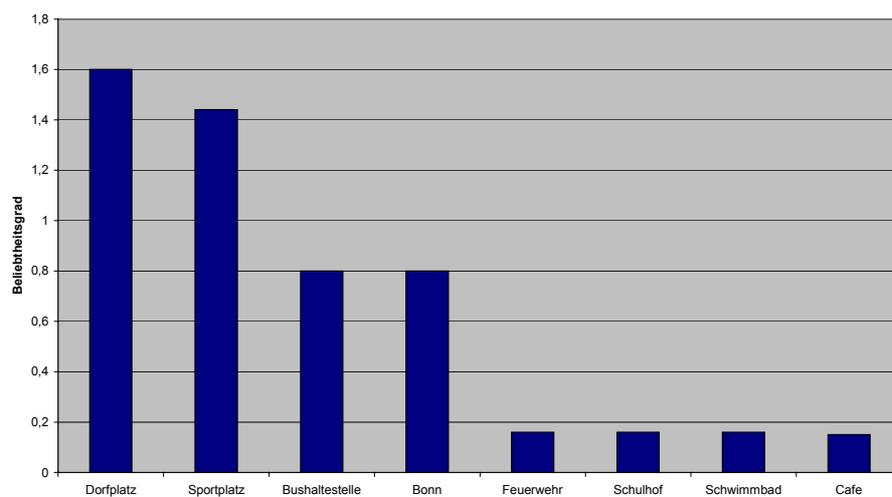
Wo verbringst du die Freizeit ?

Ort	Nennung (N)	durchschn. Std./Woche	durchschn. Anzahl Jugendlicher	Beliebtheitsgrad= NxStd.xAnzahl / 100
Dorfplatz	2	8	10	1,6
Sportplatz	4	4	9	1,44
Bushaltestelle	2	8	5	0,8
Bonn	2	8	5	0,8
Feuerwehr	1	4	4	0,16
Schulhof	2	2	4	0,16
Schwimmbad	1	2	8	0,16
Cafe	1	5	3	0,15

Welche Verbesserungswünsche für Freizeitmöglichkeiten hast du?

Vorschläge	Nennungen
Kino	4
Disco	3
Cafe /Billiard	3
Basketballplatz	1
Jugendzentrum	1

Freizeit-Treffpunkte in Rösberg / Hemmerich



Hersel

Geschlecht	Anzahl	Gesamt
männlich	4	8
weiblich	4	

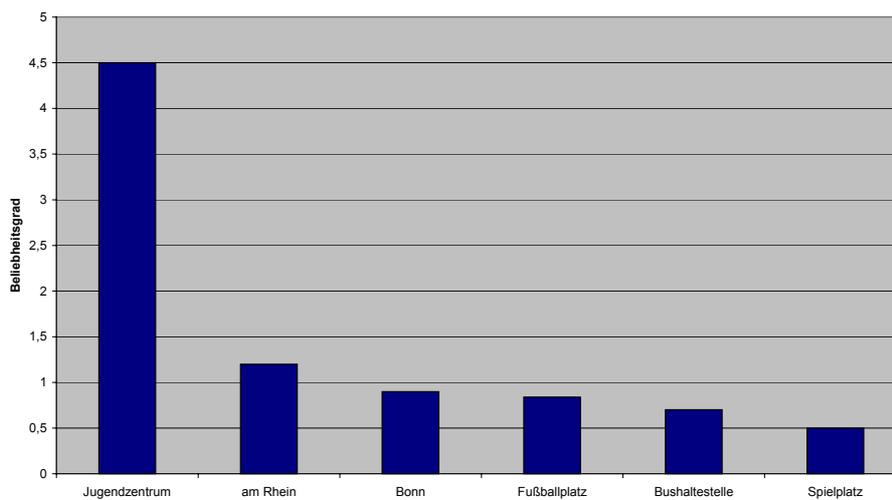
Wo verbringst du die Freizeit ?

Ort	Nennung (N)	durchschn. Std./Woche	durchschn. Anzahl Jugendlicher	Beliebtheitsgrad= NxStd.xAnzahl / 100
Jugendzentrum	3	10	15	4,5
am Rhein	2	5	12	1,2
Bonn	3	5	6	0,9
Fußballplatz	1	12	7	0,84
Bushaltestelle	1	7	10	0,7
Spielplatz	1	10	5	0,5

Welche Verbesserungswünsche für Freizeitmöglichkeiten hast du?

Vorschläge	Nennungen
bessere Sportanlagen	4
Schwimmbad	1
Disco	2
Kino	1

Freizeit-Treffpunkte in Hersel





Merten

Geschlecht	Anzahl	Gesamt
männlich	10	18
weiblich	8	

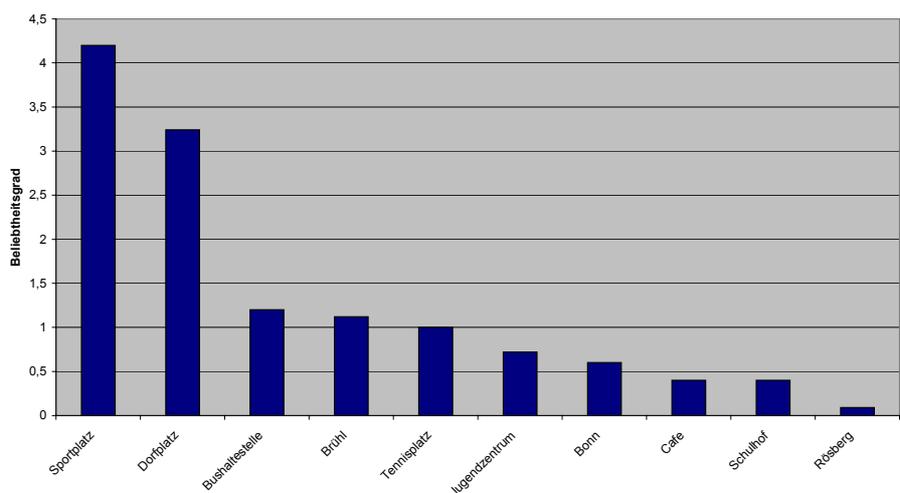
Wo verbringst du die Freizeit ?

Ort	Nennung (N)	durchschn. Std./Woche	durchschn. Anzahl Jugendlicher	Beliebtheitsgrad= NxStd.xAnzahl / 100
Sportplatz	5	7	12	4,2
Dorfplatz	6	6	9	3,24
Bushaltestelle	2	10	6	1,2
Brühl	2	7	8	1,12
Tennisplatz	1	10	10	1
Jugendzentrum	2	3	12	0,72
Bonn	3	4	5	0,6
Cafe	1	5	8	0,4
Schulhof	1	5	8	0,4
Rösberg	1	3	3	0,09

Welche Verbesserungswünsche für Freizeitmöglichkeiten hast du?

Vorschläge	Nennungen
Jugendzentrum	3
Kino	3
Cafe/Kneipe	2
Disco	2
Bolzplatz	2

Freizeit-Treffpunkte in Merten



Roisdorf

Geschlecht	Anzahl	Gesamt
männlich	11	21
weiblich	10	

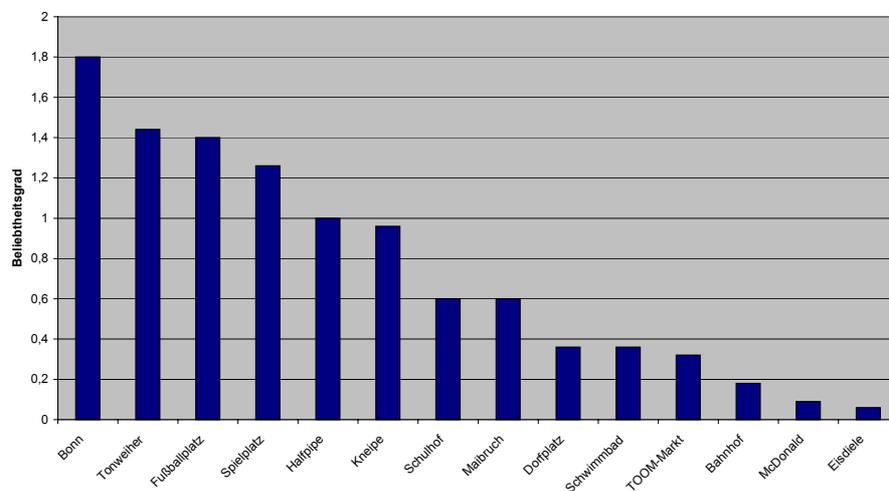
Wo verbringst du die Freizeit ?

Ort	Nennung (N)	durchschn. Std./Woche	durchschn. Anzahl Jugendlicher	Beliebtheitsgrad= NxStd.xAnzahl / 100
Bonn	6	5	6	1,8
Tonweiher	1	18	8	1,44
Fußballplatz	2	7	10	1,4
Spielplatz	2	9	7	1,26
Halfpipe	1	10	10	1
Kneipe	2	6	8	0,96
Schulhof	1	6	10	0,6
Maibruch	1	6	10	0,6
Dorfplatz	2	3	6	0,36
Schwimmbad	3	3	4	0,36
TOOM-Markt	1	8	4	0,32
Bahnhof	3	2	3	0,18
McDonald	1	3	3	0,09
Eisdiele	1	1	6	0,06

Welche Verbesserungswünsche für Freizeitmöglichkeiten hast du?

Vorschläge	Nennungen
Kino	8
Kneipen	6
Disco	4
Cafe's	3
Jugendtreff	2
Sportangebote	1
Bessere Halfpipe	1
Mehr Geschäfte	1

Freizeit-Treffpunkte in Roisdorf



Sechtem

Geschlecht	Anzahl	Gesamt
männlich	8	17
weiblich	9	

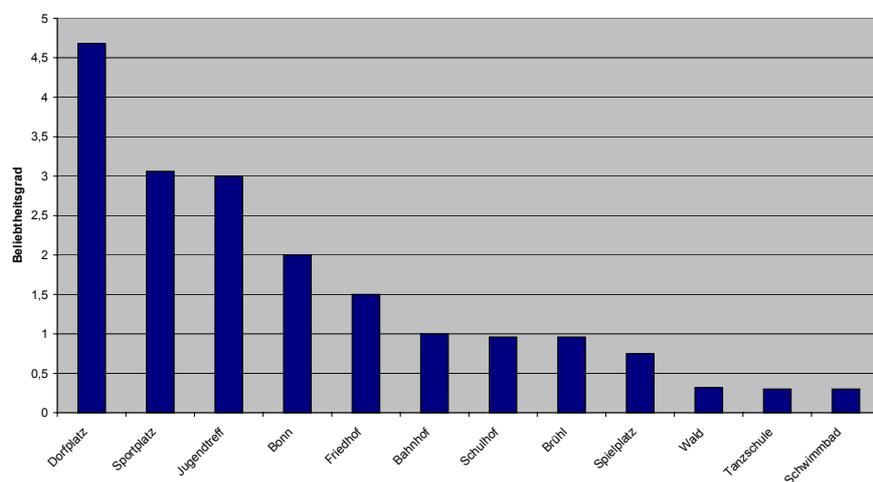
Wo verbringst du die Freizeit ?

Ort	Nennung (N)	durchschn. Std./Woche	durchschn. Anzahl Jugendlicher	Beliebtheitsgrad= NxStd.xAnzahl / 100
Dorfplatz	3	12	13	4,68
Sportplatz	2	9	17	3,06
Jugendtreff	2	10	15	3
Bonn	4	5	10	2
Friedhof	1	15	10	1,5
Bahnhof	1	10	10	1
Schulhof	2	6	8	0,96
Brühl	1	12	8	0,96
Spielplatz	1	5	15	0,75
Wald	1	4	8	0,32
Tanzschule	1	6	5	0,3
Schwimmbad	1	6	5	0,3

Welche Verbesserungswünsche für Freizeitmöglichkeiten hast du?

Vorschläge	Nennungen
Disco	4
mehr Geschäfte	4
Schwimmbad	3
Kino	3
Jugendzentrum	2
bessere Busverbindungen	2
Unterstand mit Kiosk	1
Rasenplatz	1
Eisdiele	1
Bowling/Billiard	1
Kneipe	1

Freizeit-Treffpunkte in Sechtem



Widdig

Geschlecht	Anzahl	Gesamt
männlich	13	15
weiblich	2	

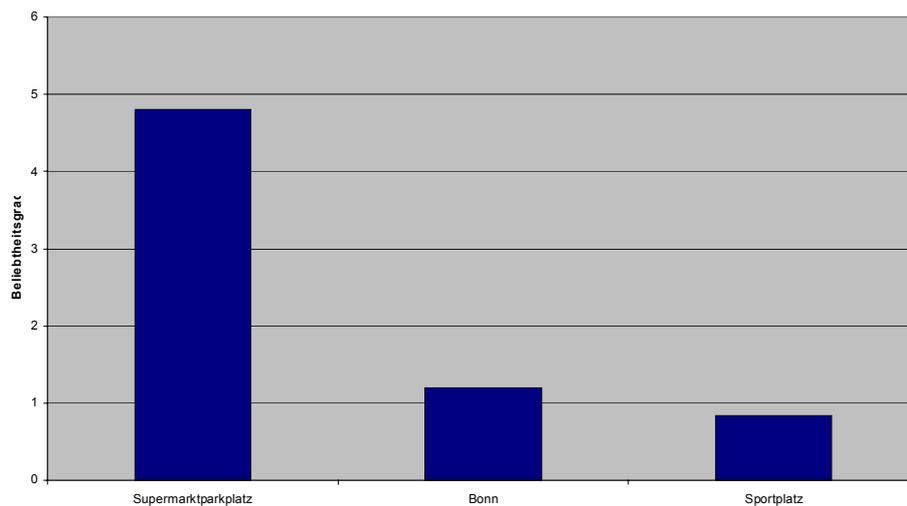
Wo verbringst du die Freizeit ?

Ort	Nennung (N)	durchschn. Std./Woche	durchschn. Anzahl Jugendlicher	Beliebtheitsgrad= NxStd.xAnzahl / 100
Supermarktparkplatz	2	20	12	4,8
Bonn	3	8	5	1,2
Sportplatz	1	7	12	0,84

Welche Verbesserungswünsche für Freizeitmöglichkeiten hast du?

Vorschläge	Nennungen
Kino	3
Cafe / Bistro	1
Disco	1
mehr Geschäfte	1
Jugendveranstaltungen	1

Freizeit-Treffpunkte in Widdig



4.3 Arbeitsgruppe Siedlungsentwicklung und Gestaltung in den Ortsteilen: Lebensqualität vor der Haustür!

(Moderation: Bettina Gringel, Stadt- und Regionalplanung Dr. Paul G. Jansen GmbH)

(Stadtverwaltung Bornheim: Andreas Erll (Geschäftsbereich Stadtplanung, Tel. 02222 945-259))

4.3.1 Ablauf

Ziel des Arbeitskreises war es, ergänzend zu den bereits durchgeführten Ortsbegehungen¹ Kritikpunkte zur Siedlungsentwicklung und Vorschläge zur Verbesserung der Lebensqualität in den Ortschaften zu sammeln. Die Ergebnisse des Abends werden nach Ortschaften gegliedert dargestellt.

Die Teilnehmer kamen aus folgenden Ortschaften:

▪ Merten	4
▪ Bornheim	3
▪ Roisdorf	2
▪ Walberberg	2
▪ Waldorf	2
▪ Rösberg	1
▪ Brenig	1

4.3.2 Ergebnisse nach Ortschaften

Merten

Der Dorfplatz sollte als Parkplatz genutzt werden können, auch um die Kaufkraft zu halten. Die Interessengemeinschaft der Geschäftsinhaber hat bereits einen Antrag gestellt.

Das Parken auf der L 183 muss unterbunden werden. Häufig parken Kunden der Höfe, um Gemüse zu kaufen, am Straßenrand und gefährden sowohl sich selbst als auch den fließenden Verkehr. Zudem sollte eine Geschwindigkeitsbegrenzung erfolgen. Das Queren der Straße ist zum Erreichen des Haltepunkts der Linie 18 kaum möglich.

Brenig

Zentraler städtebaulicher und historischer Punkt im Stadtteil Brenig ist der Platz mit dem Namen Ploon. Hier liegt ein ehemaliges Gebäude der Raiffeisenbank, das umgebaut werden soll. Im Zusammenhang mit dem Umbau wird gewünscht, dass der gesamte Ploon umgebaut wird. Die Finanzierung ist jedoch noch nicht gesichert.

¹ Siehe Dokumentation Stadtmarketing Bornheim – Dokumentation Ortsbegehungen. Köln, Juli 2003.

Walberberg

In Walberberg sollen die Grünflächen erhalten bleiben.

In der Hauptstraße wird die Situation durch parkende Autos kritisiert. Teilweise werden die Garageneinfahrten der Anwohner zugeparkt, so dass diese behindert werden, von ihrem Grundstück zu fahren. Vorgeschlagen wird, von der Fahrbahn ein ca. 1 m breiten Fahrrad-/Fußgängerweg abzutrennen, dadurch wird sich das wilde Parken von alleine verlagern.

Roisdorf

Ein Bürgerpark soll geschaffen werden. In Roisdorf fehlt zudem eine attraktive Gastronomie. Die Bewohner der drei Altenheime im Umfeld haben keine Möglichkeit, in Roisdorf ein Café aufzusuchen.

Die Bonner Straße sollte im Zuge des Ausbaus der Umgehungsstraße umgestaltet und verkehrsberuhigt werden.

Gesamtes Gemeindegebiet Bornheim

Gewünscht wird ein attraktiver Ausbau der Straßen. Dabei muss darauf geachtet werden, dass Bürger frühzeitig informiert werden. Im Zusammenhang mit der Verkehrsinfrastruktur werden auch fehlende Parkplätze genannt. Kritisiert wird die zunehmende Bequemlichkeit der Autofahrer. So werden häufig Parkflächen im Hof von Ärzten zur Verfügung gestellt, trotzdem parken viele Patienten lieber auf der Straße. Das Parken in den Ortskernen wird generell als Problem gesehen, dies führt zu Nachteilen für den Einzelhandel und hohen Kaufkraftabflüssen. Angemerkt wird, dass trotz der Notwendigkeit, neue Parkmöglichkeiten zu schaffen, darauf geachtet werden muss, dass diesem Druck nicht „Vorgärten“ zum Opfer fallen. Die Ortschaften dürfen nicht zugunsten des Autos ihr Ortsbild und damit ihren Charakter verlieren.

Seitens der Politik sollte mehr Druck zum Ausbau der Linie 18 erfolgen. Zur Verbesserung und Förderung des nicht motorisierten Verkehrs sollten zudem die Fahrradverbindungen zwischen den einzelnen Ortschaften ausgebaut werden. Bei dem Ausbau von Radfahrwegen könnten Hinweisschilder angebracht werden, die Informationen zu den jeweiligen am Wegesrand liegenden Kulturgütern Bornheims geben. Diese Maßnahme könnte möglicherweise mit Hilfe von Bürgerengagement umgesetzt werden.

Im Rahmen des Stadtmarketing-Prozesses sollten die Attraktionen, die Bornheim zu bieten hat, vom Rhein bis zum Vorgebirge erfasst werden.

Die Einzelhandelsentwicklung mit Discountern, wie beispielsweise Aldi und Lidl, ist aus Sicht der Teilnehmer auch unter dem Gesichtspunkt der Zersiedlung zu hinterfragen. In Hinblick auf die Versorgungssituation wird angemerkt, dass für ältere Bewohner in den einzelnen Ortschaften fußläufige Einkaufsmöglichkeiten bestehen bleiben müssen. Auch wenn die derzeitige Einzelhandelsentwick-

lung nicht aufzuhalten ist, muss „eine Besinnung auf die elementaren Bedürfnisse“ erfolgen.

Der hohe Zuzug an Bewohnern der vergangenen Jahre ist nicht zu verkraften, die Infrastruktur ist nicht mitgewachsen. Es wird gefordert, den ungebremsten Zuzug zu stoppen. Bei der weiteren Bauleitplanung ist darauf zu achten. Ziel sollte es sein, die vorhandenen Siedlungen zu entwickeln und kleinere Flächen gegenüber der Ausweisung großer Neubaugebiete zu erschließen. Eine Zersiedlung gefährdet nach Ansicht der Teilnehmer das Ortsbild und die Entwicklung der Ortschaften.

Vermisst wird ein ausreichendes Gastronomieangebot, hierzu zählen sowohl Cafés als auch Restaurants.

Den Ortschaften fehlt ein Mittelpunkt.

Die Sanierung bzw. Gestaltung von Häusern muss reglementiert werden. In der Denkmalpflege sollte ein Ensembleschutz möglich sein

Beobachtet wird, dass es bei zahlreichen Mietshäusern zu wenige Stellplätze pro Wohneinheit gibt. Hier sollte die Verwaltung reglementierend eingreifen.

Zum Stichwort Lebensqualität waren sich die Teilnehmer einig, dass die Lebensqualität für die hier lebenden Bürger gestärkt werden muss und weniger der Fokus auf hinzuziehende Neubürger gelegt werden sollte. Zu denken geben sollten die Angaben zur hohen Fluktuation unter den Bewohnern, die derzeit bei rund 10 % liegt.

Als eine Stärke von Bornheim wird die Landschaft gesehen, diese gilt es zu erhalten und attraktiver zu machen.

Aus vergangenen Fehlern muss gelernt werden. So standen beispielsweise früher auf der Königstraße Bäume, die zugunsten des Verkehrs abgeholzt wurden. Jetzt wird wieder die Pflanzung von Bäumen diskutiert.

Als eine große Stärke von Bornheim wurde die Bereitschaft der Bürger für Eigeninitiative und Bürgerengagement genannt. Zum Beispiel wurde im Rahmen der Lokalen Agenda eine Streuobstwiese geschaffen. „Bei konkreten Projekten machen die Bürger mit, es braucht halt ein paar Köpfe, um Ideen zu entwickeln.“

4.4 Arbeitsgruppe Innenstadtentwicklung Bornheim: Mehr als Einkaufen und Kaffee trinken!

(Moderation: Dieter Wagner, Stadt- und Regionalplanung Dr. Paul G. Jansen GmbH)

(Stadtverwaltung Bornheim: Bürgermeister Wilfried Henseler, Beigeordneter Manfred Schier)

4.4.1 Ablauf

Viele Teilnehmer des Stadtforums interessierten sich für die Thematik der Planung der Innenstadt, die Gruppe umfasste rund 80 Personen. Fast ausschließlich waren Geschäftsinhaber oder Eigentümer aus dem Bereich Königstraße und Umfeld vertreten. Wegen der hohen Teilnehmerzahl war die ursprünglich vorgesehene Prioritätenbildung durch Punktevergabe nicht möglich, die nachfolgende Zusammenfassung der Diskussion beruht auf den Beiträgen der einzelnen Teilnehmer, ohne dass schon eine Gewichtung vorgenommen wurde.

In der Gruppe anwesend waren als „Gäste“ Vertreter von zwei Gutachterbüros, die im Auftrag der Stadt Bornheim Grundlagen für das Umgestaltungskonzept erarbeiten: Herr Stefan Winter als Vertreter des Büros MWM (Aachen), die das Integrierte Handlungskonzept erarbeiten und Frau Annette Durschlag, ECON-CONSULT (Köln), die eine Untersuchung der heutigen Situation des Einzelhandels und seiner Entwicklungsmöglichkeiten durchführen.

4.4.2 Schwächen und Mängel

Image

Der Innenstadt von Bornheim fehlt ein ausgeprägtes Profil, sie ist deshalb nicht interessant und hat zuwenig Ausstrahlung. Außerdem ist die Bevölkerungsstruktur überaltert.

Städtebau

Entlang der Königstraße und im Umfeld gibt es eine Reihe von Häusern mit ansprechenden Fassaden, die aber zum Teil ungepflegt sind. Hier wäre dringend eine Renovierung notwendig. Außerdem sind die Fassaden nicht einheitlich; es gibt einen störenden „Stilmix“. Die Innenstadt wirkt „grau“, bei der Umgestaltung muss deshalb auf „mehr Farbe“ geachtet werden.

Es fehlen gute fußläufige Verbindungen aus den Wohnbereichen der Innenstadt auf die Königstraße.

Der „untere“ Teil der Königstraße hat durch die Straßenführung und die Bebauung einen gewissen Charme. Man sollte bei der Planung versuchen, diesen städtebaulichen Eindruck auch in den „oberen“ Teil der Königstraße fortzuführen.

Durch die hohe Verkehrsbelastung wirkt die Königstraße sehr unruhig und laut. Die Verkehrsbelastung trennt auch die beiden Straßenseiten.

Die Bornheimer Innenstadt ist nicht auf Personen eingerichtet, die in ihrer Mobilität eingeschränkt sind (z. B. Bordsteine, Breite des Bürgersteigs).

Fußgänger

Die Bürgersteige für die Fußgänger sind zum Teil sehr schmal. Es wird deshalb vorgeschlagen, die Beete wegzunehmen. Besonders kritisch wurde angemerkt, dass Fahrräder von der viel befahrenen Straße auf den Bürgersteig ausweichen und dies zu Konflikten mit den Fußgängern führt.

Durch die hohe Verkehrsbelastung sind Querungen der Königstraße für Fußgänger sehr schwierig, es entstehen lange Wartezeiten.

Fahrrad

Die hohen Bordsteine wirken sich für Fahrradfahrer bei Querungen oder beim Wechsel von der Fahrbahn auf den Bürgersteig störend aus.

Auf der Straße wird zu schnell gefahren. Besonders der Berufsverkehr in Spitzenzeiten führt zu erheblichen Belastungen und stört.

Trotz des Verbots für Schwerlastverkehr fahren nach Meinung der Teilnehmer immer noch zu viele Lkws durch die Innenstadt. Der Schwerlastverkehr sollte deshalb unterbunden werden, eine Anlieferung sollte nur noch vormittags stattfinden.

Parken

Nach Meinung der Teilnehmer fehlen Parkplätze auf der Königstraße, insbesondere direkt in Zuordnung zu den Geschäften. Es wurde darauf hingewiesen, dass Parkplätze teilweise auch durch die Mitarbeiter blockiert werden und dadurch nicht mehr für die Kunden zur Verfügung stehen.

Die Parkbuchten befinden sich zurzeit nur auf einer Seite der Königstraße, die dadurch „bevorzugt“ ist.

Gestaltung

Auf der Königstraße gibt es außer einer Bank keine weiteren Sitzmöglichkeiten. Es fehlt die Möglichkeit zum Verweilen.

Es fehlt Grün. Auf der anderen Seite wurde aber auch die Forderung gestellt, die bestehenden Beete wegzunehmen zugunsten von Parkplätzen und/oder Fußgängern.

Die Beete befinden sich teilweise in einem sehr schlechten Zustand (Stangen ragen heraus).

Einzelhandel

Einen breiten Raum in der Diskussion nahm die Situation des Einzelhandels ein. Das Warenangebot insgesamt ist nicht tief und breit genug, es fehlen auch mehrere Geschäfte aus der gleichen Branche. Insgesamt sind die Angebote zu gering. Insbesondere fehlt im engeren Zentrum ein Frequenzbringer und/oder ein Lebensmittelanbieter. Es wurde aber auch darauf hingewiesen, dass die dafür notwendigen Flächengrößen und Parkplätze im Innenstadtkern nicht zur Verfügung stehen.

Im westlichen Bereich der Königstraße hat sich ein Schwerpunkt entwickelt; dieser fehlt im östlichen Bereich. Deshalb ist es nicht interessant, durch die Königstraße zu „bummeln“. Von einigen Teilnehmern wurde bezweifelt, dass ausreichend Potential für einen zweiten Schwerpunkt besteht.

Es wurde die Meinung vertreten, dass auf der Königstraße ein durchgehender Lauf fehlt. Zwischen den Geschäftsfronten gibt es Lücken ohne Geschäftsbesatz. Dazu wurde angemerkt, dass eine solche Situation in vielen Städten der Größenordnung von Bornheim vorkommt, ohne dass sich das negativ auswirkt. Entscheidend ist die Gestaltung, damit der Passant einen durchgehenden Lauf empfindet.

Hingewiesen wurde auf die wichtige Rolle der Banken als Frequenzbringer in der Innenstadt.

In der Innenstadt fehlt Gastronomie, beispielsweise ein Café.

Die Stadtverwaltung wurde gebeten, sich „einzelhandelsfreundlicher“ zu verhalten. So wurde bemängelt, dass für das Herausstellen von Warenständen Sondernutzungsgebühren erhoben werden.

4.4.3 Entwicklungsziele

Platz für Visionen?

Bei der Diskussion der Zielsetzungen für die Umgestaltung fiel es vielen Teilnehmern schwer, sich von der heutigen Situation sowohl in Bornheim als auch der gesamtwirtschaftlichen Lage etwas zu lösen und Perspektiven zu diskutieren. Von einem Teilnehmer wurde die Frage gestellt, ob in der Innenstadt überhaupt „Platz für Visionen“ ist. Es wird eine wichtige Aufgabe im Stadtmarketingprozess sein, Entwicklungsmöglichkeiten zu verdeutlichen und den bei einigen dominierenden Pessimismus abzubauen. Aufgabe der Planer wird es sein, die Vorschläge in einer Art zu vermitteln, dass sie nicht als Einschränkung oder Restriktion verstanden werden, sondern als Chance für den Standort Innenstadt.

Städtebau

Aus der vorhergehenden Diskussion über die Mängel ergeben sich auch die Anforderungen an den Städtebau für eine umgestaltete Innenstadt von Bornheim. Notwendig ist eine Aufwertung des

Stadtbilds durch Maßnahmen der Stadt und Privater. Während die Stadt durch die Umgestaltung des Straßenraums und die Organisation des Verkehrs die Voraussetzungen für eine Aufwertung schafft, müssen die Immobilieneigentümer und Geschäftsleute Verbesserungsmaßnahmen an und in den Gebäuden durchzuführen. Hier ist ein abgestimmtes Zusammenwirken notwendig, damit sich diese Maßnahmen ergänzen und die Umgestaltung der Innenstadt von Bornheim ein Erfolg für die Gesamtstadt wird.

Notwendig ist eine Aufwertung des Straßenbilds durch eine Erneuerung der Fassaden und eine ansprechende Gestaltung der Ladenfronten. Insgesamt muss der Lauf verbessert werden. Gewünscht wird auch Außengastronomie und mehr Aufenthaltsqualität, beispielsweise durch Sitzgelegenheiten.

Ob eine Gestaltungssatzung notwendig ist, wurde kontrovers diskutiert.

Wohnen

Es wurde darauf hingewiesen, dass die Königstraße und Innenstadt von Bornheim nicht nur Geschäftsstandort sondern auch Wohnstandort ist und dass durch die Umgestaltungsmaßnahmen auch der Wohnwert erhöht werden sollte.

Kfz-Verkehr

Die Teilnehmer sind sich einig, dass die hohe Belastung durch den Kfz-Verkehr, die nach ihrer Meinung im Wesentlichen durch den Durchgangsverkehr verursacht wird, abgebaut werden sollte. Es wurde darauf hingewiesen, dass die Umgehungsstraße noch nicht vollständig fertiggestellt ist und deshalb der Verkehr immer noch durch den Stadtkern geht. Allerdings wurde dieses Thema auch kontrovers diskutiert und die Befürchtung geäußert, dass die Herausnahme des Durchgangsverkehrs zu einem Kundenverlust führen könnte.

Die Frage des Ein- und Zweirichtungsverkehrs spielt eine wichtige Rolle. Der Gewerbeverein Bornheim e. V. hat sich für die Beibehaltung der gegenläufigen Verkehrsführung auf der gesamten Königstraße bei gleichzeitiger deutlicher Verkehrsberuhigung ausgesprochen. Dies sei durch verringerte Straßenquerschnitte und begleitende Verkehrslenkungsmaßnahmen erreichbar. Die angedachte Einbahnlösung könnte auch zu mehr Verkehr durch kreisenden Verkehr, Parkplatzsuchverkehr und Umfahrungen führen. Von den Planern wurde darauf hingewiesen, dass der Straßenquerschnitt begrenzt ist und dass deshalb nicht alle Vorstellungen, wie beispielsweise mehr Aufenthaltsqualität für Fußgänger, mehr Grün, straßenbegleitende Parkplätze und Zweirichtungsverkehr gleichzeitig verwirklicht werden könnten.

Es wurde die Befürchtung geäußert, dass bei einer Verkehrsberuhigung auf der Königsstraße der Verkehr teilweise in die Nebenstra-

ßen ausweichen würde. Schon heute wirkt sich die Baustelle durch eine starke Zunahme des Verkehrs in den Nebenstraßen aus.

Es wurde auf gute Beispiele für Umgestaltungs- und Verkehrsberuhigungsmaßnahmen verwiesen, so in Alt-Meckenheim und in Oberkassel.

Parken

Die Zahl der Parkplätze soll gehalten bzw. noch erweitert werden. Insbesondere geschäftsnaher Parkplätze werden gewünscht, da der Kunde nicht bereit ist, weite Strecken zu Fuß zurück zu legen. Deshalb wurde auch vorgeschlagen, den Peter-Fryns-Platz weiterhin für Parken zu nutzen. Da es eine erhebliche Konkurrenz durch Betriebe außerhalb der Königstraße (Edeka, Aldi, Toom) gibt, die mit einer großen Anzahl von Stellplätzen ausgestattet sind, kann auf geschäftsnaher Stellplätze nicht verzichtet werden. Dies gilt insbesondere deswegen, weil etwa die Hälfte der Geschäfte an der Königstraße den Tagesbedarf abdecken und eine relativ hohe Kundenfrequenz haben. Der Gewerbeverein Bornheim e. V. plädiert deshalb für eine Erhaltung der Stellplätze auf dem Peter-Fryns-Platz. Es gab aber auch Stimmen, die sich für ein Freihalten des Peter-Fryns-Platzes aussprechen, um eine bessere Gestaltung zu erreichen und damit die Aufenthaltsqualität in der Innenstadt zu erhöhen.

Wichtig ist, dass die geschäftsnahen Stellplätze den Kunden zur Verfügung stehen und nicht durch Mitarbeiter belegt werden. Deshalb ist eine Bewirtschaftung notwendig. Es wurde aber auch darauf hingewiesen, dass Stellplätze ohne zeitliche Einschränkungen zur Verfügung stehen müssen, da sich in der Innenstadt Praxen und Beratungsbüros befinden, in denen sich die Besucher länger aufhalten.

Einzelhandel

Für die Entwicklung des Einzelhandels auf der Königstraße muss geklärt werden, von welchem Einzugsbereich ausgegangen wird. Der Gewerbeverein Bornheim e. V. fordert ein Leitbild für die Bornheimer Königstraße ein, in dem geklärt wird, ob es sich um die „City für die gesamte Stadt Bornheim“ oder ein „Nahversorgungszentrum für 15 – 20.000 Einwohner entlang des Vorgebirges“ handelt. Er geht davon aus, dass dieses Leitbild „unbedingt auf der derzeitigen Geschäftsstruktur der Königstraße basieren und diese dann im Sinne der Zukunftsfähigkeit der Königstraße fortentwickeln“ muss.

Einige Teilnehmer waren der Auffassung, dass sich der Einzugsbereich des Einzelhandels weiterhin im Wesentlichen auf das Siedlungsband von Roisdorf bis Merten beschränken wird. Andere wiesen darauf hin, dass es durchaus möglich sein müsste, beispielsweise Sechtem und die Rheinuferorte teilweise einzubeziehen. So suchen beispielsweise Kunden aus Hersel gezielt Geschäfte in Bornheim auf.

Ein Teilnehmer verwies auf Gespräche mit bundesweit agierenden Filialbetrieben. Hier hat Bornheim einen negativen Ruf und man ist nicht bereit, sich in Bornheim anzusiedeln, da der Standort nicht attraktiv genug ist.

Frau Durschlag, von dem mit der Einzelhandelsuntersuchung beauftragten econ-consult sagte zu, dass in dem Einzelhandelsgutachten nicht nur die heutige Situation bewertet wird, sondern dass auch Aussagen gemacht werden, welche Entwicklungsoptionen realistischer Weise für den Bornheimer Einzelhandel bestimmen und welche Maßnahmen notwendig sind, um die Situation zu verbessern.

Für die Ansiedlung neuer Geschäfte sind teilweise größere Flächen notwendig. Im integrierten Handlungskonzept wird auch untersucht, wo im Kernbereich solche Flächen zur Verfügung stehen oder neu geschaffen werden können.

Integriertes Handlungskonzept

Herr Winter erläuterte die wichtigsten Grundlagen des Integrierten Handlungskonzepts, das zur Zeit entwickelt wird. Man werde verschiedene Alternativen für die Verkehrsführung vorlegen und ihre Vor- und Nachteile bewerten, so dass eine sachliche Diskussion möglich ist. Neben den Belangen des Verkehrs müsste auch berücksichtigt werden, dass der Kernbereich von Bornheim eine ganz wichtige Funktion für die Gesamtstadt hat. Er ist sozusagen die gute Stube und man solle das Heimatgefühl halten bzw. fördern. Eine städtebauliche Aufwertung des gesamten Bereichs ist notwendig. Er wies auf die Begrenztheit des Straßenraums hin, die eine Abwägung und Kompromisse notwendig machen würden. Die gegenwärtige Bauphase werde genutzt, um genau zu beobachten, welche Verkehrsverlagerungen sich daraus ergeben.

Kosten und Anliegerbeteiligung

Die Frage nach den Kosten und der Beteiligung der Privaten wird eine wichtige Rolle spielen. Insgesamt wird es zu einer Aufteilung der Kosten zwischen Land, Stadt und Privaten kommen, wobei die Anteile je nach Bereichen und Straßenabschnitten unterschiedlich sein werden. Da der Kostenfaktor für die Eigentümer eine wichtige Rolle spielt, sollten bei der weiteren Diskussion über die Planung die Grundsätze der Kostenverteilung transparent dargestellt werden.

Beteiligung

Von Herrn Wagner wurde vorgeschlagen, dass im Rahmen des Stadtmarketings ein Arbeitskreis Innenstadtentwicklung eingerichtet wird, der die weitere Planung begleitet. Es sei erfreulich, dass sich zum Stadtforum die wichtige Gruppe der Immobilienbesitzer und Einzelhändler, d. h. der Anbieter und Investoren, so intensiv eingebracht hätte. Im weiteren Verfahren müssen auch die Meinungen der „Nachfrager“, d. h. der Kunden und Besucher der Bornheimer Innenstadt, eingebracht werden, um ein ausgewogenes Gesamtbild zu erhalten.

4.4.4 Laufende Baumaßnahmen

Zurzeit werden in der Königstraße Rohrleitungen erneuert. Hierfür sind Sperrungen und Umleitungsmaßnahmen notwendig. Von den Teilnehmern wurde darauf hingewiesen, dass die Baumaßnahmen negative Folgen haben, es kommen weniger Kunden in die Stadt. Man habe auch den Eindruck, dass sich die Bauarbeiten unnötig verzögern und dass teilweise zu wenig Personal eingesetzt wird.

Von der Stadt wurde versichert, dass die Baufirma ihre Arbeit in der vorgesehenen Form durchführe, dass aber unvorhergesehene Schwierigkeiten durch vorher nicht bekannte Leitungen aufgetreten seien. Man gehe aber davon aus, dass die vorgesehenen Termine gehalten werden können.

Vorgeschlagen wurde eine verbesserte Information der Besucher der Innenstadt über die jeweiligen Baustellen und die Zugänglichkeit.

Notwendig ist ein gemeinsames „Baustellenmanagement“ durch Stadt und Private, um die Kommunikation zwischen der Stadt und den Betroffenen zu verbessern und negative Folgen zu vermeiden.

5 Weitere Bearbeitung

Die Ergebnisse des Stadtforums werden auf der Webseite der Stadt veröffentlicht. Auf der Basis der vorhergehenden Beteiligungsschritte und des Stadtforums werden die Themen und Maßnahmen ermittelt, die sich für eine Bearbeitung im Stadtmarketing eignen. Entsprechend werden Arbeitskreise gebildet und nach den Sommerferien wird zu den ersten Sitzungen dieser Arbeitskreise eingeladen.

6 Anhang

PowerPoint-Präsentation zum Stadtportrait