

HAGENplant 2035

Baustein F

**Protokoll der Stadtbezirkswerkstatt
Mitte**

vom 12. Juni 2018



HAGEN
Stadt der FernUniversität
Fachbereich Stadtentwicklung, -planung
und Bauordnung



Impressum

HAGENplant 2035

Protokoll der Stadtbezirkswerkstatt Mitte
vom 12. Juni 2018

Bearbeitung



plan-lokal PartmbB
Bovermannstraße 8
44141 Dortmund
0231.952083.0
www.plan-lokal.de

in Kooperation mit



grünplan - Büro für Landschaftsplanung
Willy-Brandt-Platz 4
44135 Dortmund
0231.529021
www.gruenplan.org



Büro StadtVerkehr
Planungsgesellschaft mbH & Co. KG
Mittelstraße 55
40721 Hilden
02103.91159.0
www.buero-stadtverkehr.de

Protokoll

Simon Willemsen

Hinweis zum Protokoll

Die Stadt Hagen und die Planungsgemeinschaft danken den Teilnehmerinnen und Teilnehmern für die zahlreichen Anmerkungen und Ideen. Die Anmerkungen und Ideen spiegeln die Meinungen der Teilnehmerinnen und Teilnehmer wider. Im Sinne der Transparenz und Nachvollziehbarkeit werden die Ergebnisse im Wortlaut wiedergegeben.

Hinweis zu Abbildungen

Die Abbildungen stammen – sofern nicht anders angegeben – von plan-lokal.

Die Abbildung auf dem Deckblatt basiert auf Kartengrundlagen der Stadt Hagen.

Hinweis zu den Bausteinen des ISEK

- A Bestandsanalyse**
- B Stadtbezirksprofile**
- C Strategische Ziele und Zukunftsbild**
- D Stadtbezirkskonzepte**
- E Räumlich-strategisches Gesamtkonzept**
- F Veranstaltungsdokumentationen**

Ablauf und Ergebnisse der Veranstaltung

Am 12. Juni 2018 fand im Rahmen des Stadtentwicklungsprozesses „HAGENplant 2035“ die Stadtbezirkswerkstatt Mitte statt. An der Veranstaltung nahmen rund 70 Personen teil.

Die Stadtbezirkswerkstatt Mitte hatte folgenden Ablauf:

18:10 Begrüßung

Oberbürgermeister Schulz

18:20 Ablauf und Ziel der Veranstaltung, Einführung in „HAGENplant 2035“

Herr Scholle, plan-lokal

18:30 Einblick in die Ergebnisse der Online-Umfrage, in die Bestandsanalyse und in das Stadtbezirksprofil

Herr Willemsen, plan-lokal

18:40 Kleingruppenarbeit

„Zurück in die Zukunft“ nach Mitte

Arbeitsgruppen formulieren die zehn wichtigsten Eigenschaften, mit denen sich der Bezirk Mitte im Jahr 2035 bewerben lässt

19:40 Präsentation der Ergebnisse

Jede Kleingruppe präsentiert innerhalb von fünf Minuten ihr Werbeplakat

20:20 Verabschiedung

Technischer Beigeordneter Herr Grothe

Ziel der Veranstaltung war es, den Teilnehmerinnen und Teilnehmern den Planungsprozess zu erläutern und Ergebnisse aus der ersten Phase der Online-Beteiligung sowie Schlaglichter der Bestands- und Bezirksanalyse zu präsentieren.

In der anschließenden Arbeitsphase entwickelten acht Kleingruppen mit je acht bis zehn Personen ein Werbeplakat des Bezirks Mitte. Dieses Werbeplakat wurde gedanklich aus dem Jahr 2035 in die Gegenwart transportiert. Das Werbeplakat enthält Botschaften, welche die künftigen bzw. wünschenswerten Eigenschaften und Besonderheiten des Bezirks beschreiben. Jedes Werbeplakat wurde durch Vertreter der Kleingruppen erläutert. Die Inhalte aller Werbeplakate sowie eine kurze Zusammenfassung der jeweiligen Präsentation sind Bestandteil der vorliegenden Dokumentation. Aus den Veranstaltungsergebnissen werden im weiteren Planungsprozess Konzepte, Projekte und Maßnahmen abgeleitet und ausgearbeitet.

Die Vortragsinhalte können der Präsentation der jeweiligen Stadtbezirkswerkstatt entnommen werden.

Arbeitsgruppe 1



Quintessenz von Arbeitsgruppe 1

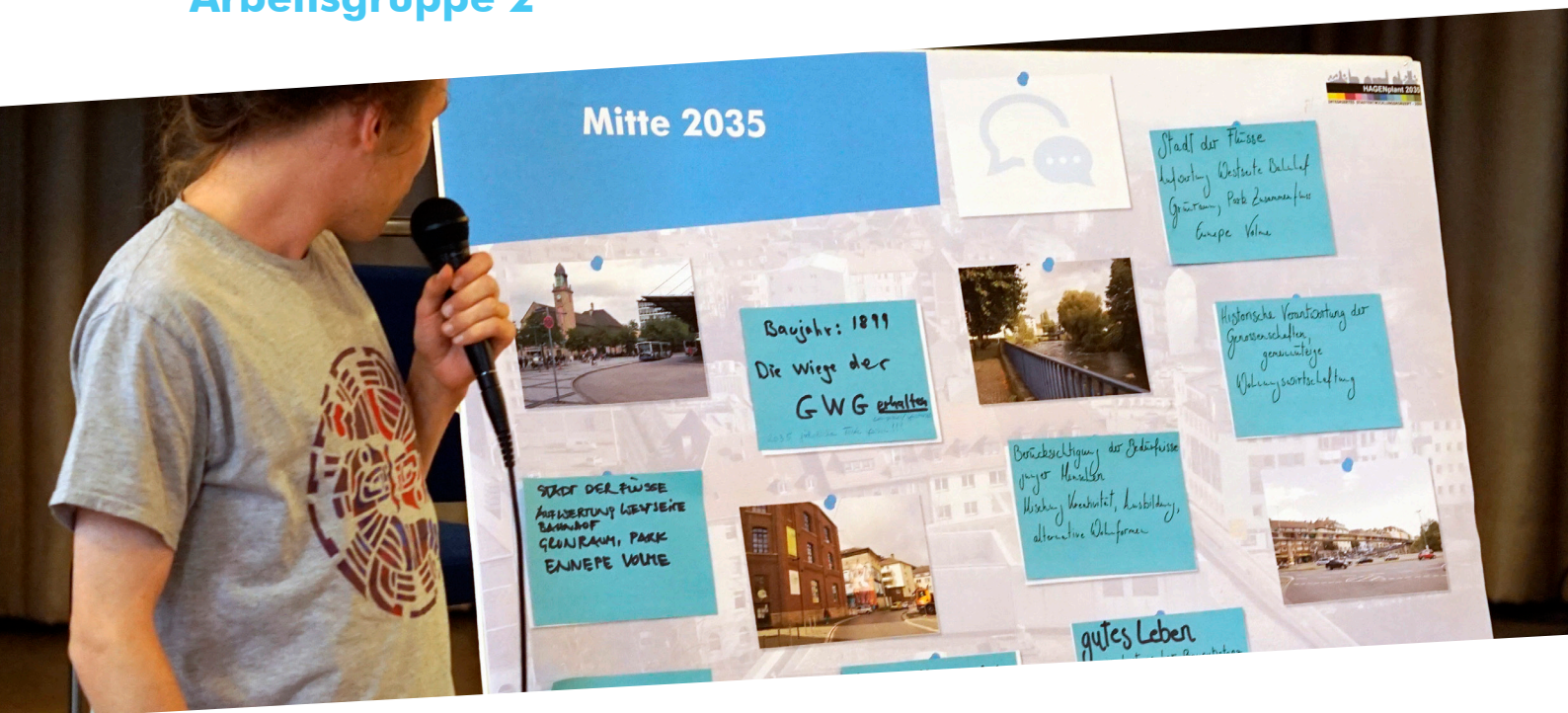
„Im Jahr 2035 ist Hagen eine schuldenfreie Stadt, die über attraktive Angebote für ihre Bewohner und potenzielle Zuzügler verfügt. Der Bezirk Mitte kennzeichnet sich durch ein verträgliches Nebeneinander aus Wohnen und Arbeiten. Klassische Gewerbegebiete gehören der Vergangenheit an. Die Innenstadt ist autofrei und grün, sauber und gepflegt. 2035 ist Hagen eine Stadt der Studierenden. Fachhochschule und FernUni haben einen Campus in der Stadt.“

Die Werbebotschaften im Detail

- *Stadt der Mobilität: guter ÖPNV, autofrei, Radstation plus Radwege*
- *HAGEN – Stadt der Studierenden: FU-/FH-Campus, Studenten-Kneipen*
- *Hagen hat attraktiven Wohnbau: sanierter Altbau, modern und barrierefrei, alternative Wohnformen, innenstadtnah*
- *attraktive Einkaufsstadt: sauber, beleuchtet, möblierte Fußgängerzone, barrierefreies Pflaster, autofrei*
- *HAGEN – die schuldenfreie Stadt!*
- *Familienfreundliche Stadt: Kitas (freie), Schulen, Mobilität, attraktive Sport- und Freizeitangebote*
- *vielfältiges Kulturangebot für alle Altersgruppen, interkulturell, attraktiv für junge Leute*
- *Wohnen + Arbeiten in einem Quartier: „Klein“-Gewerbe, Dienstleistungen, Kneipen und Restaurants*
- *naturnahe Großstadt – Freizeitwert: Erlebnisraum Wald, Fluss; Park, Wandern, Radfahren, saubere Luft*
- *angstfreie, saubere Stadt*



Arbeitsgruppe 2



Quintessenz von Arbeitsgruppe 2

„Hagen ist eine Stadt der Flüsse mit einem lückenlosen Radwegenetz entlang der Ruhr, Ennepe, Volme und Lenne. Im Jahr 2035 ist der öffentliche Personennahverkehr in Hagen kostenlos. Die Stadt verfügt über eine Präsenzuniversität. Die Studierenden schaffen ein urbanes Flair in der Stadt. Die Wiege der GWG ist nach wie vor Teil der historischen Bausubstanz Wehringhausens. Apropos historische Bausubstanz: Hier lässt es sich gut und günstig leben.“

Die Werbebotschaften im Detail

- *Stadt der Flüsse: Aufwertung Westseite Bahnhof, Grünraum, Park Zusammenfluss Ennepe, Volme*
- *Radwege für alle + Radstationen + ÖPNV*
- *Baujahr 1899: Die Wiege der GWG erhalten*
- *Innenstadt entwickeln, Urbanität stärken, Wohnraum schaffen, kleinen Einzelhandel stärken + Seitenstraßen aufwerten, Begegnungsräume forcieren, Markthalle*
- *Berücksichtigung der Bedürfnisse junger Menschen: Mischung Kreativität, Ausbildung, alternative Wohnformen*
- *gutes Leben in historischer Bausubstanz in bezahlbarem Wohnraum; Hagens Juwelen sind die Altbauten!*
- *Historische Verantwortung der Genossenschaften, gemeinnützige Wohnungswirtschaft*
- *Präsenzuniversitätsstadt Hagen mit studentischem Leben*



Arbeitsgruppe 3



Quintessenz von Arbeitsgruppe 3

„Hagen ist eine Stadt mit guter Luft! Wenngleich weiterhin der Wunsch besteht, dass Hagen eine autofreie Stadt ist, so hat der Verkehr in der Innenstadt bis 2035 zumindest deutlich abgenommen. In den Stadtteilen leben unterschiedliche Generationen in variablen Wohnformen Tür an Tür. Wohnraum kann entsprechend der Nachfrage oder jeweiligen Lebenssituation flexibel angepasst werden. Man trifft sich in der Nachbarschaft oder gärtnergert in Stadtteilgärten. Die Hagerer sind wieder stolz auf ihre Stadt!“

Die Werbebotschaften im Detail

- *autofreie Stadtmitte, GUTE LUFT, Ausbau ÖPNV, kostenfrei*
- *gute + grüne Aufenthaltsplätze in der Innenstadt*
- *Selbstversorgung Nahrung z. B. urban gardening (gemeinschaftliche Projekte)*
- *alles nah und generationenübergreifend*
- *Kulturstandort: Theater, Museum, neue Baukultur*
- *lebendiges Quartier: jung + alt = Gemeinschaft, mit sozialer Infrastruktur*
- *variabler Wohnraum*
- *Stadtteilzentren mit guter Versorgung*
- *WIR in Hagen: Leben, Arbeiten, Wohlfühlen*



Die Werbebotschaften im Detail

- tolle Wohnquartiere am Cityrand werden bewahrt
- attraktive „Berge“: Perspektiven, Topografie
- Nahversorgung in jedem Quartier vorhanden / organisiert
- attraktives Radwegenetz „Vorrangspur“
- Oberhagen hat einen attraktiven Bahnhof
- weniger Flächenverbrauch; bei Neubau Qualität vor Quantität
- attraktive Plätze schaffen: Emilienplatz, Schwenke, Markt
- Straßenabschnitte beruhigt: hohe Aufenthaltsqualität geschaffen; Bsp.: Anfang Altenhagener Straße, Frankfurter Straße
- Erlebbarkeit von Ennepe + Volme: „Hagener Eck“
- Altbausanierung hat Vorrang oder qualitätvolle Alternativen
- durch die Stadtbahn ist die Innenstadt verbunden mit der Region und attraktiv
- Altenhagener Brücke ist Geschichte; „Allee“ Graf-von-Galen-Ring



Arbeitsgruppe 5



Quintessenz von Arbeitsgruppe 5

„Hagen ist im Jahr 2035 eine autofreie Stadt der kurzen Wege. Alt und Jung wohnen in sogenannten Begegnungszentren nah beieinander. 2035 ist Hagen eine Stadt der Fern- und Nahuniversität. Die bauliche Entwicklung der Stadt wird rückblickend als Osthaus-Epoche 2.0 bezeichnet. Die Stadt ist nachhaltig. So wird beispielsweise ein Viertel des Hager Kleingewerbes mit recycelten Materialien versorgt.“

Die Werbebotschaften im Detail

- *Wir sind nachhaltig. 25 Prozent unseres Kleingewerbes ist mit recyceltem Material versorgt. Die Entsorgungsbetriebe sind voll in das Recycling integriert.*
- *Cafés, Gastronomie integriert in die Stadt, Natur am Fluss*
- *Es gibt keine Altenheime mehr sondern Begegnungszentren, wo „zufällig“ Ältere wohnen*
- *Hagen, die Stadt der Fern- und Nah-Uni: Vorlesungen in der Innenstadt*
- *Ich treffe meine Nachbarschaft auf der Straße und an schönen Plätzen / Freiräumen. Alles ist für alle erreichbar. Alt und jung lebt zusammen.*
- *Wir überwinden Berge und Bordsteine. Hagen Vorreiter in Transportsystemen für Menschen & Hügel; autonomes Fahren etc.*
- *Osthaus 2.0: Millionäre streiten sich, hier neue Architektur zu bauen*
- *viel kleines Gewerbe in der Stadt (emissionsarm); für jeden was dabei (digital, home, produzierend, kreativ ...) facettenreich*
- *Stadt der „kurzen“ Wege: Kita, Schule, medizinische Versorgung, täglicher Einkauf fußläufig etc.*
- *autofreie Stadt*



Arbeitsgruppe 6



Quintessenz von Arbeitsgruppe 6

„Im Jahr 2035 ist Hagen eine Stadt mit einem guten ÖPNV-Angebot. Die Verkehrssituation in der Innenstadt hat sich entspannt. Es gibt preiswerten und barrierefreien Wohnraum. Die Plätze der Stadt sind schön gestaltet und mit Sitzmöglichkeiten ausgestattet. Die Nahversorgungssituation hat sich verbessert. Gewerbe- und Grundsteuer wurden gesenkt. Zugleich wurde in die Belange von Kindern und Jugendlichen investiert.“

Die Werbebotschaften im Detail

- *preiswerter + barrierefreier Wohnraum (gefördert)*
- *gesenkter Leerstand, geschlossene Baulücken*
- *Plätze zum Verweilen mit entsprechendem Mobiliar*
- *Voraussetzung für eine gute Stadtentwicklung: Herabsetzung der Grund- und Gewerbesteuer*
- *Klima / reine Luft*
- *Gemeinschaftsgärten*
- *verkehrsberuhigte Innenstadt*
- *flüssiger Verkehr (Graf-von-Galen-Ring)*
- *attraktives Kinder- und Jugendangebot unter Einbeziehung der Kinder und Jugendlichen*
- *zentraler Haltepunkt ÖPNV – Flixbus / Fernbusbahnhof am Hauptbahnhof (Anm.)*
- *spezialisierte Einzelhandel z.B. für ältere Leute*
- *wohnnaher Einzelhandel*



Arbeitsgruppe 7



Quintessenz von Arbeitsgruppe 7

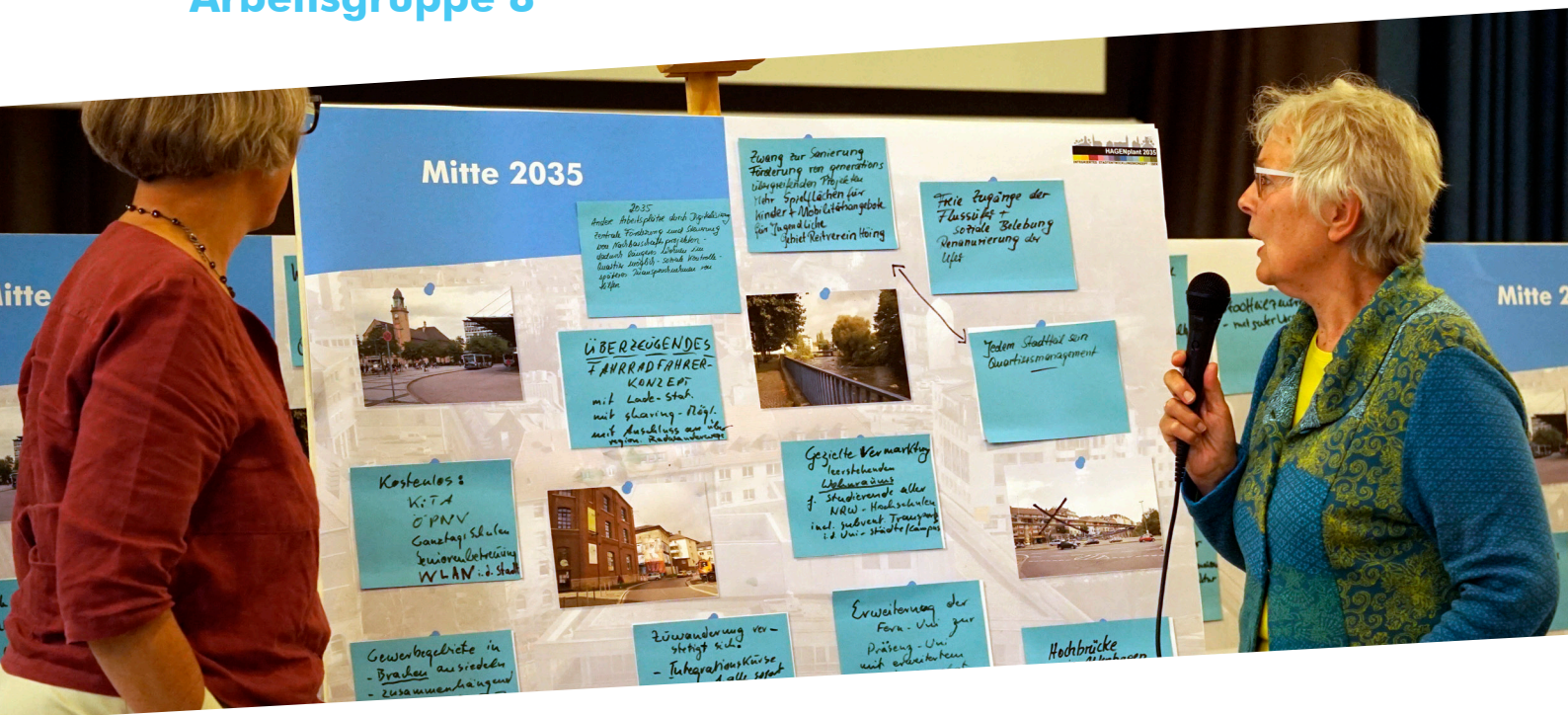
„Im Jahr 2035 steht die Erlebbarkeit der Flüsse im Fokus. Sämtliche Uferbereiche sind – ähnlich wie bereits das Areal der Bohne im Jahr 2018 – zugänglich. Der öffentliche Personennahverkehr wurde optimiert. Alle Buslinien fahren nun im Zehn-Minuten-Takt. Die Wohnbezirke sind attraktiv, bezahlbar und durchmisch. Die Stadt ist im Interesse aller Bewohner barrierefrei.“

Die Werbebotschaften im Detail

- *Alle 10 Minuten fährt bei uns ein Bus in alle Stadtteile!*
- *Erleben Sie Sport, Kultur, Kunst, Musik und Freizeit unmittelbar nebeneinander*
- *Mitten in NRW und bestens erreichbar!*
- *Es gibt viele Freizeitangebote für Jung und Alt, die fußläufig erreichbar sind!*
- *Wir leben an und mit den Flüssen!*
- *Gut und vielfältig einkaufen im Herzen der Stadt!*
- *Wir sind nahezu barrierefrei!*
- *Von der Stadt in den Wald in nur 10 Minuten!*
- *Wir haben attraktive Wohnbezirke: sauber und lebenswert und bezahlbar!*
- *Wir haben es geschafft, weniger Schwerlastverkehr in der Innenstadt zu haben!*



Arbeitsgruppe 8



Quintessenz von Arbeitsgruppe 8

„2035 ist Hagen eine generationengerechte Stadt mit vielseitigen Angeboten für alle Altersgruppen. Es gibt kostenlose Bildungs- und Betreuungsangebote. Durch die Förderung von Nachbarschaftsprojekten wird ein lebenslanges Wohnen im Quartier ermöglicht. Auch das Bild der Stadt hat sich gewandelt: Die Altenhagener Brücke gehört der Vergangenheit an. Die Flussufer sind zugänglich und erlebbar. Der Wandel der Arbeitswelt macht sich auch in Hagen bemerkbar. In den vergangenen Jahren wurden keine neuen Gewerbegebiete ausgewiesen. Die gewerbliche Entwicklung fand ausschließlich auf Brachen statt.“

Die Werbebotschaften im Detail

- *kostenlos: Kita, ÖPNV, Ganztagschulen, Seniorenbetreuung, WLAN in der Stadt*
- *Gewerbegebiete auf Brachen ansiedeln, zusammenhängend planen z.B. an der B 7, keine neuen Gewerbegebiete ausweisen*
- *andere Arbeitsplätze durch Digitalisierung; zentrale Förderung und Steuerung von Nachbarschaftsprojekten, dadurch längeres Wohnen im Quartier möglich; soziale Kontrolle; späteres Inanspruchnehmen von Hilfen*
- *überzeugendes Fahrradfahrerkonzept mit Ladestationen, Sharing-Möglichkeiten und Anschluss an überregionale Radwanderwege*
- *Zuwanderung verstetigt sich: Integrationskurse für alle sofort, miteinander leben*
- *Zwang zur Sanierung: Förderung von generationsübergreifenden Projekten; mehr Spielflächen für Kinder und Mobilitätsangebote für Jugendliche; Gebiet Reitverein Höing*
- *jedem Stadtteil sein Quartiersmanagement*
- *freie Zugänge der Flussufer + soziale Belebung, Renaturierung der Ufer*
- *Hochbrücke in Altenhagen ist weg*
- *gezielte Vermarktung leerstehenden Wohnraums für Studierende aller NRW-Hochschulen inklusive subventioniertem Transport in die Uni-Städte*
- *Erweiterung der Fern-Uni zur Präsenz-Uni mit erweitertem Studienangebot*



