

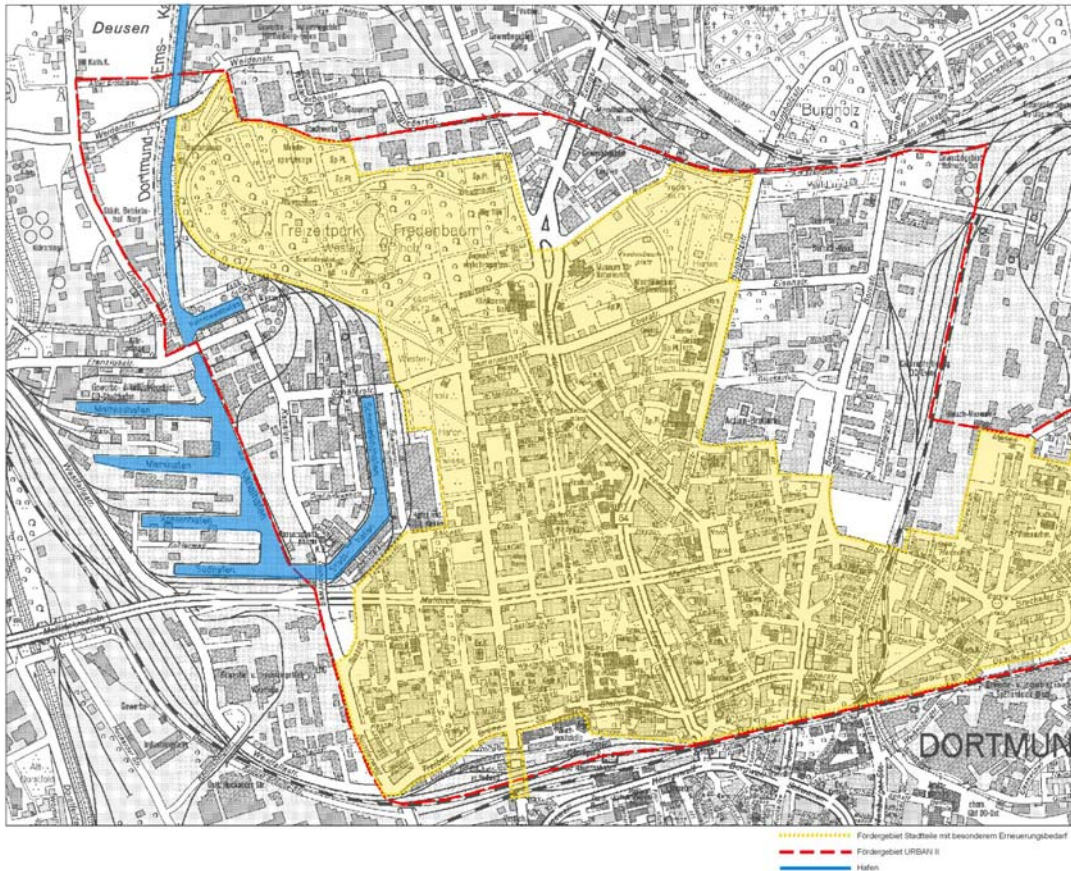


Arbeits- und Wirtschaftsbüro Nordstadt

Dipl.-Volksw. Alexandra Landsberg

Dortmund, den 14. August 2007

Bewerbung der Stadt Dortmund für URBAN II



Negatives Image

Hohe Arbeitslosequote
(26,5% 26,2% / 15,1% 14,3%)

Großer Migrantanteil
(41,9% 42,4% / 12,7% 12,9%)

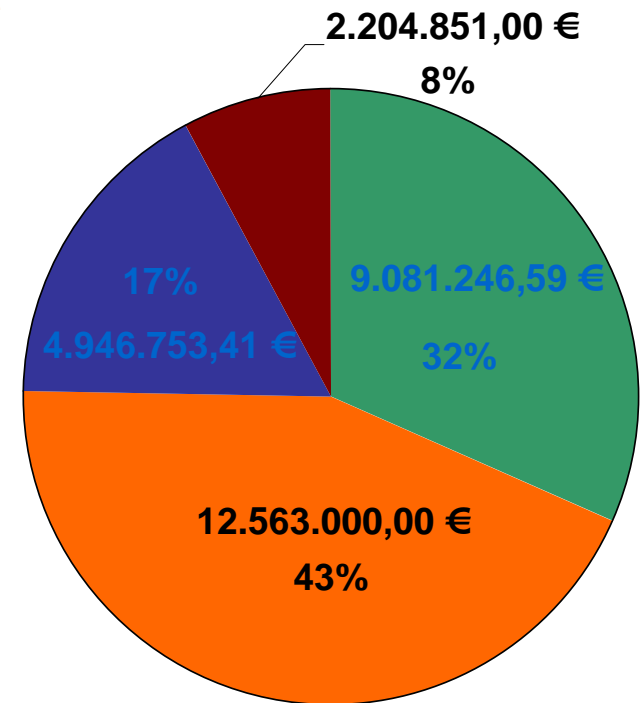
Hoher Anteil
Sozialhilfeempfänger
(13,4% 15,1% / 6,3% 6,4%)

Starke Segregation
(alle 6-10 Jahre Austausch der
Bevölkerung zu 50%)

Nordstadt 2000 2004 /
Dortmund 2000 2004

URBAN II Programmschwerpunkte

1. Verbesserung stadträumlicher Qualitäten
2. Förderung der Lokalen Ökonomie
3. Aufbau von bewohnergetragenen Einrichtungen und Strukturen
4. Technische Hilfe



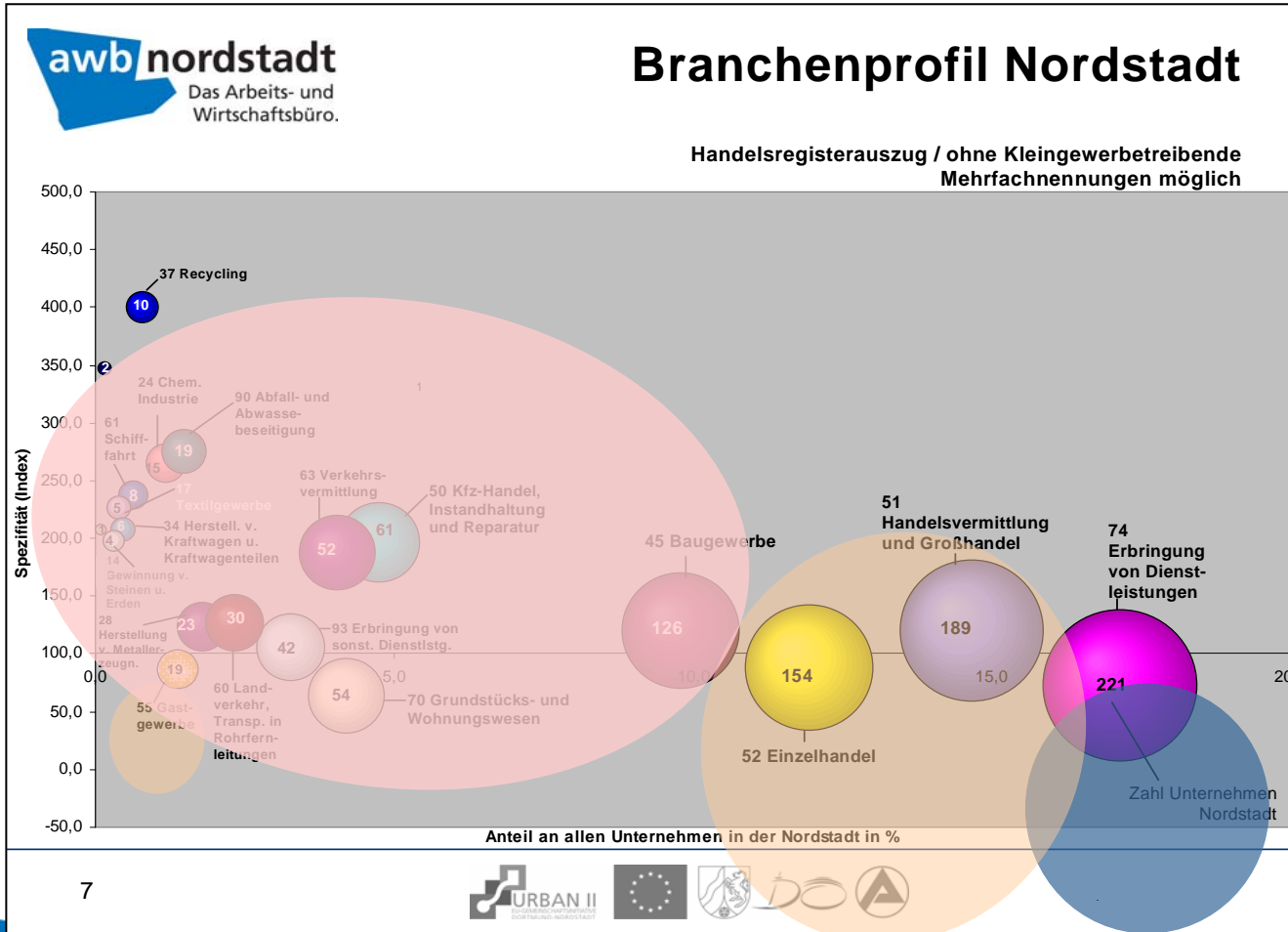
Wirtschaftsstandort Dortmund Nordstadt

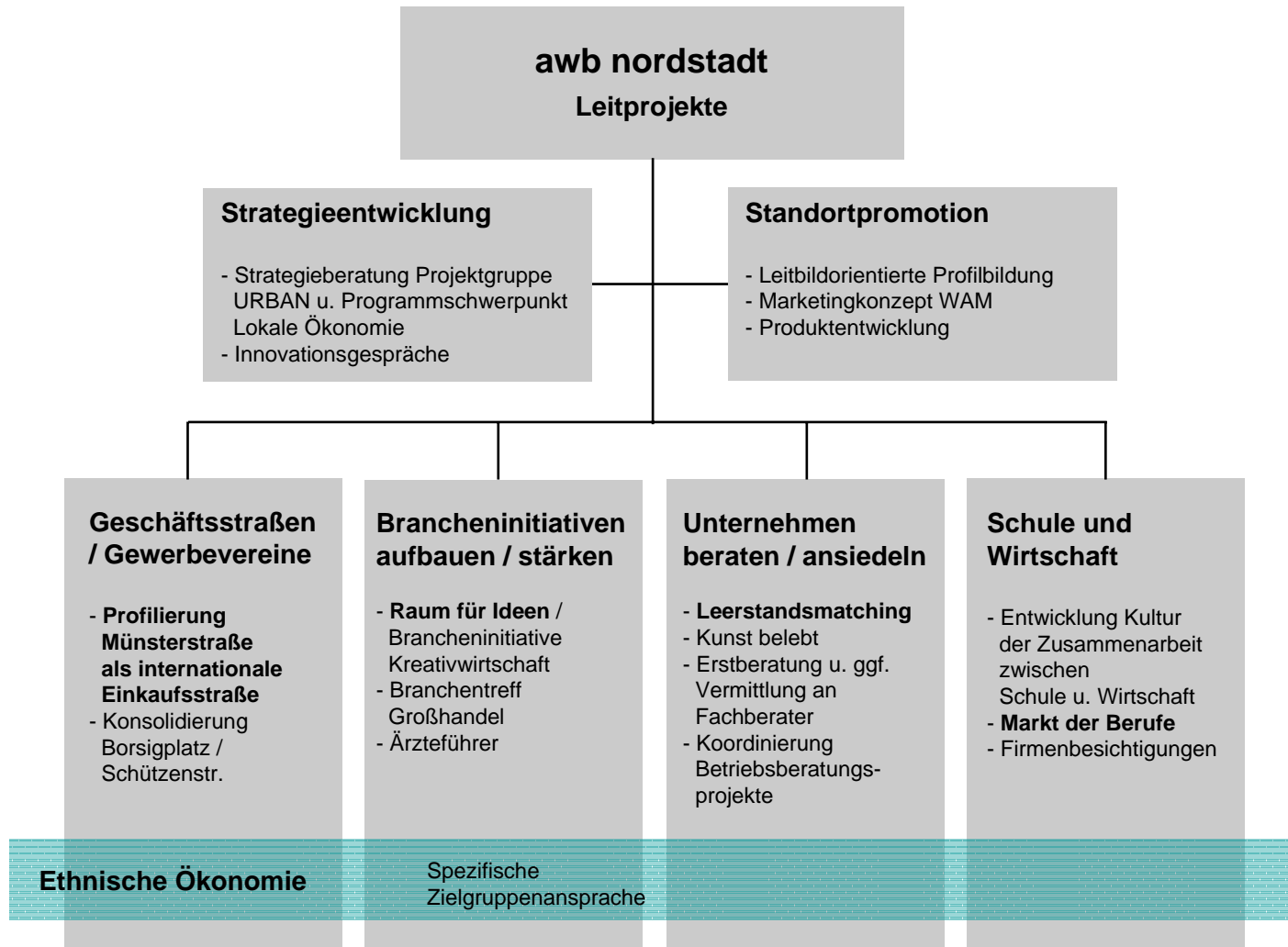
**Ableitung der lokalökonomischen Strategie
aus den wirtschaftlichen Stärken der Nordstadt**

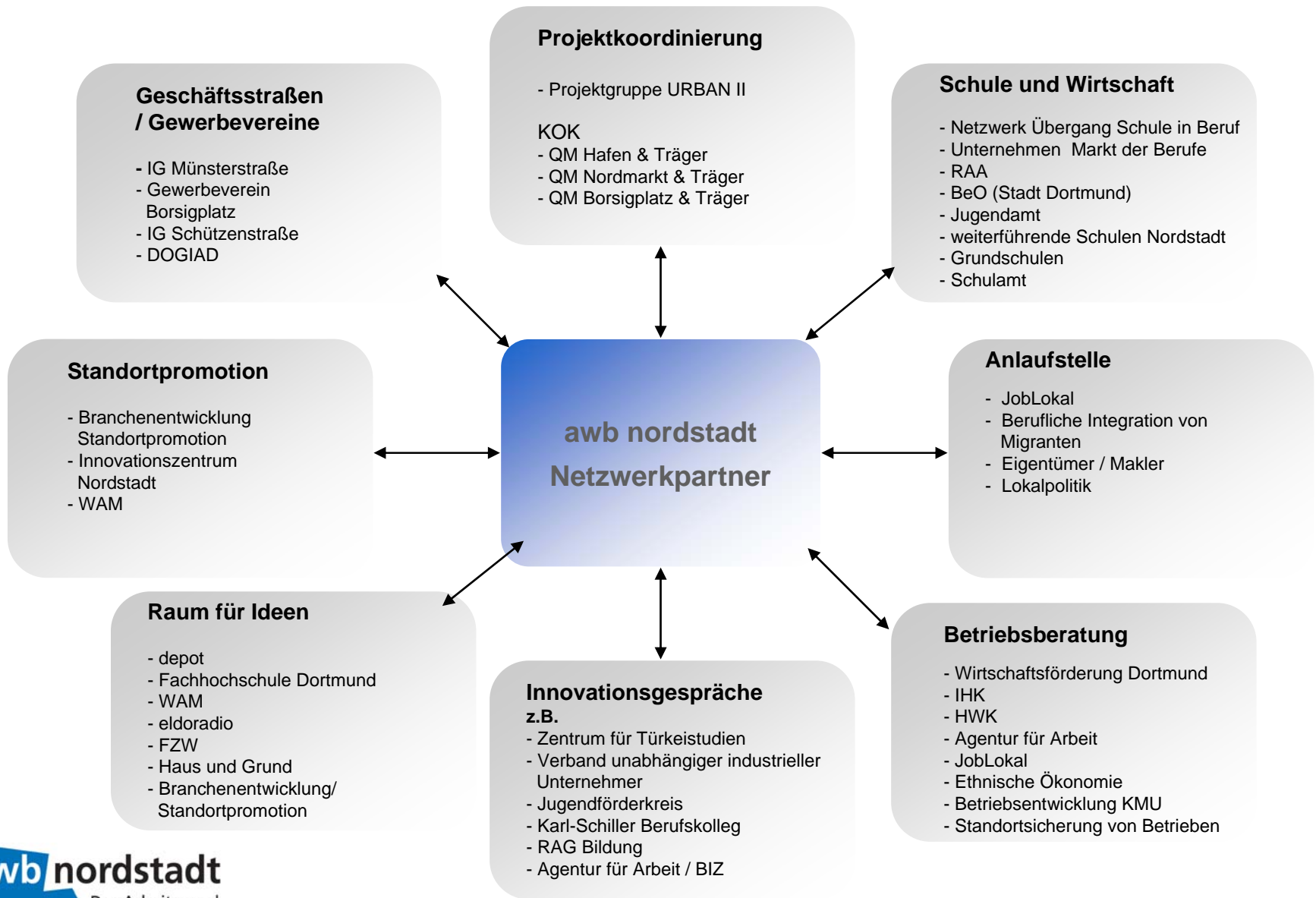
Gründungsgeschehen

- 10 % der Dortmunder Unternehmensgründungen finden in der Nordstadt statt (73 von 774 in 2003); Gründungsquote Nordstadt 8,2 / Dortmund 7,9 %
- Fast 50 % der Nordstadtgründungen ethnischer Hintergrund; Gründungsquote Migrant/-innen 18,7 %
- Branchenschwerpunkte bei den Gründungen deutscher und ethnischer Unternehmer vergleichbar

Identifizierung entwicklungsfähiger Kompetenzfelder







Das lässt sich für die Nordstadt erreichen

- ... Internationale Einkaufsstraße Münsterstr. mit funktionierenden Quartierszentren Borsigplatz und Schützenstr.
- ... Nordstadt isst lecker – hier geh ich aus
- ... Profilierung als Standort der Kreativwirtschaft
- ... Internationales Publikum findet hier muttersprachliche Ärzte und Rechtsanwälte
- ... Image eines lebendigen, internationalen und attraktiven Stadtteils

- Nordstadt als Wirtschaftsstandort betrachten
 - Instrumente Wirtschaftsförderung an einen Stadtteil anpassen
 - (Verborgene) Stärken identifizieren und aufzeigen
 - Chancen in den Vordergrund stellen
 - Sichtweisen ändern („Internationalität“ statt „viele Ausländer“)
 - Selfempowerment der Akteur/-innen
 - Aktivierung von Multiplikatoren
 - Stabilisieren von Strukturen
 - Erfolge bleibenden Akteuren zuschreiben
 - Konzentration der Mittel
 - Alle ziehen in die gleiche Richtung
 - Ausreichendes Mittelvolumen (anderfalls: „Modellprojekt“)
 - Nachhaltigkeit gewährleisten
- ➔ Erzeugen einer Welle („Aufschwung“)

Leitprojekte awb nordstadt



Leerstand

(aktualisiert Dezember 2004)

Münsterstr. 15 (Ruhland)

Münsterstr. 31

Münsterstr. 54 (Pfeiffer)

Heroldstr. 10

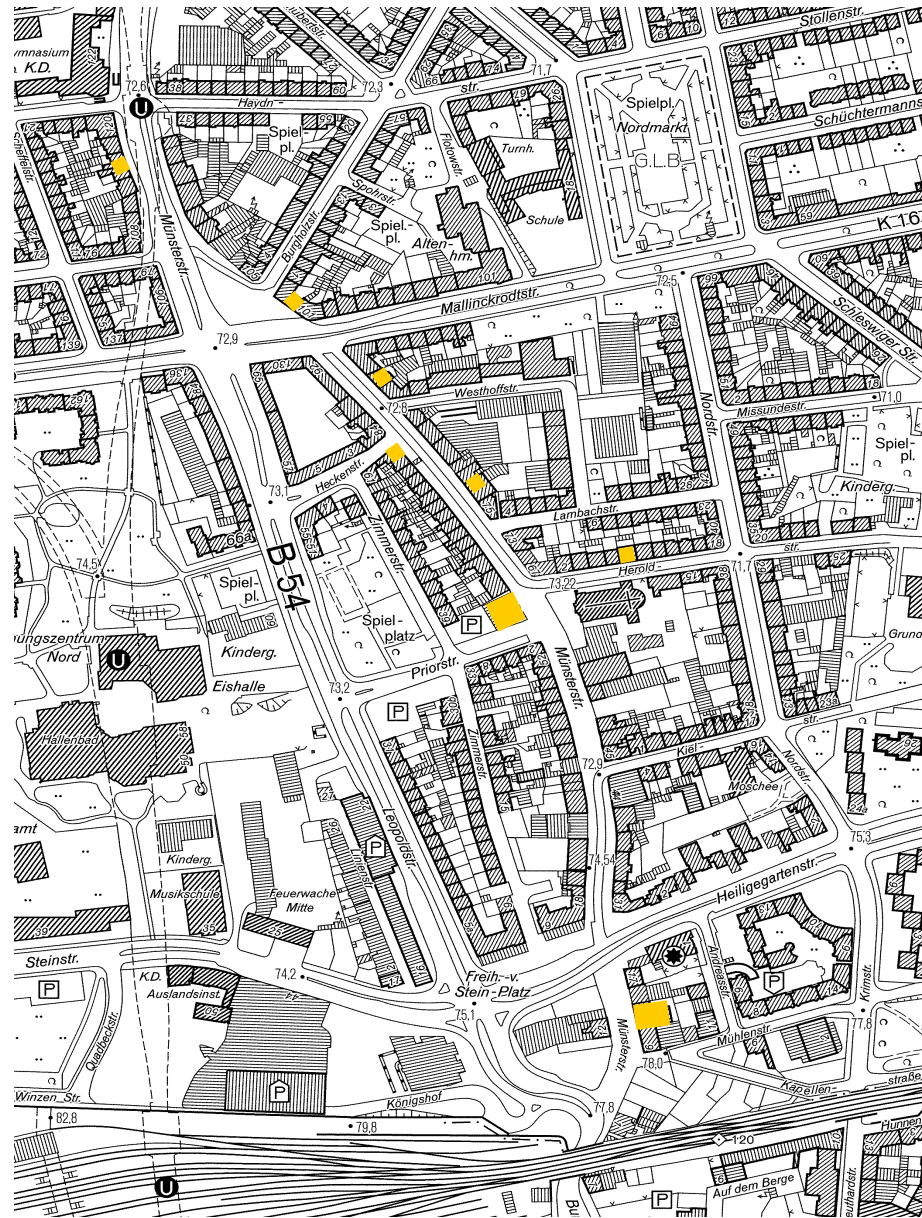
Münsterstr. 67

Münsterstr. 82

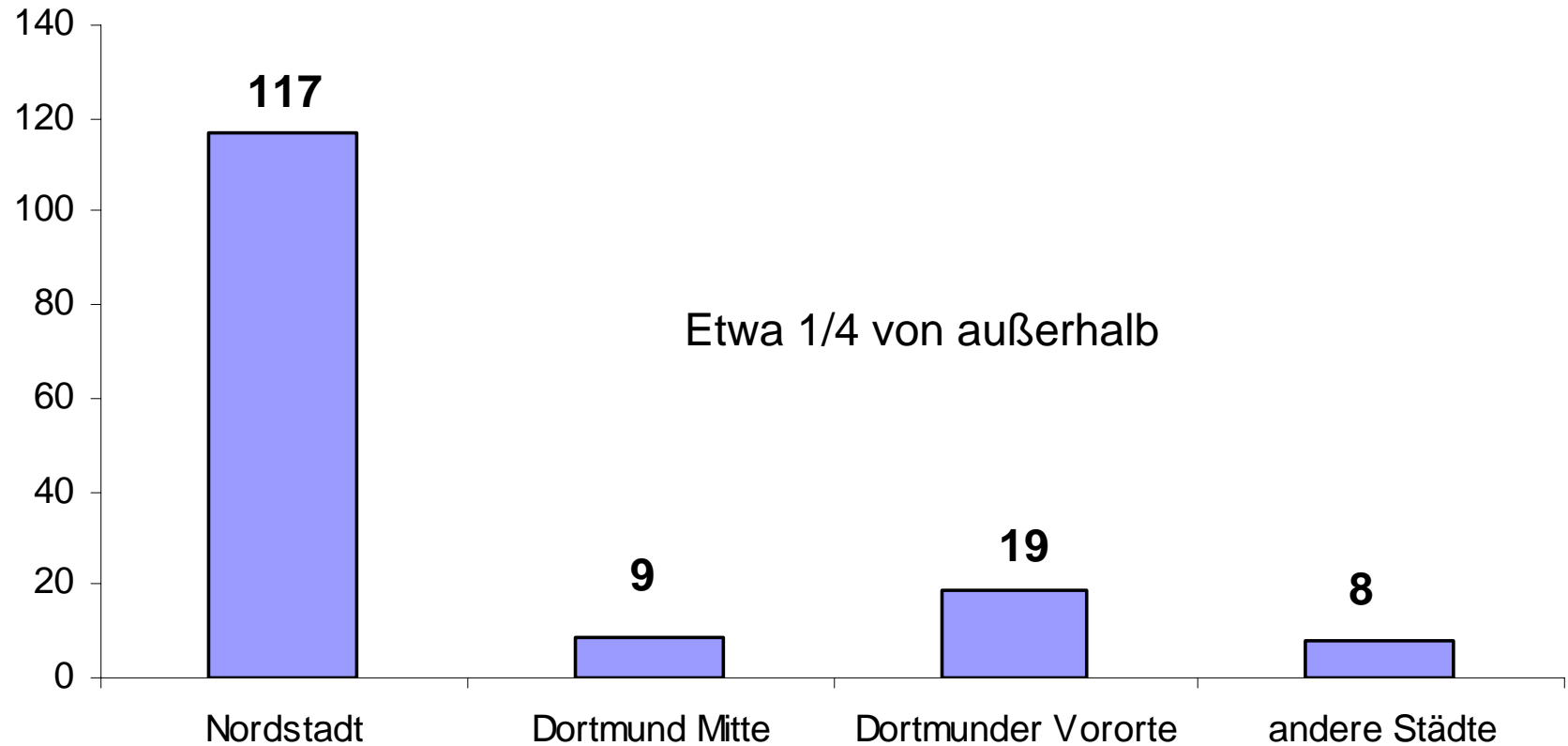
Münsterstr. 97

Münsterstr. 103

Münsterstr. 112



Wohnorte der befragten Passanten



Geschäftsstraßenentwicklung

Leitbild Münsterstraße

Standortpromotion

Marketingkonzept

- Marketingthemen
- Zielgruppen

Kampagne

- Plakate
- Zeitung
- Werbetafeln
- (...)

„Events

- Straßenfeste
- Aktionen
- Umfeld
- (...)

Verkaufsförderung

- Broschüre
- Gutscheinebuch
- (...)

Standortentwicklung

Branchenmix

- Leerstandsmatching
- Eigentümer einbinden

Erreichbarkeit

- Parken
- Verkehrsführung
- Hinweisschilder intern

Attraktivität

- Sauberkeit
- Verschönerung
- Schaufenster

Professionalisierung/ Qualifizierung

Gewerbeverein intern

- Regelmäßiges Vereinsleben
- Mitglieder werben
- Eigenfinanzierung stärken

Veranstaltungsreihe

- Seminare
- Informationsveranstaltungen
- Kooperationen fördern

Betriebsberatung

- Einzelberatung für Mitglieder des Gewerbevereins





Ein Projekt des awb nordstadt.

Raum für Ideen Konzeptidee

Ziel: Regionale Exzellenz





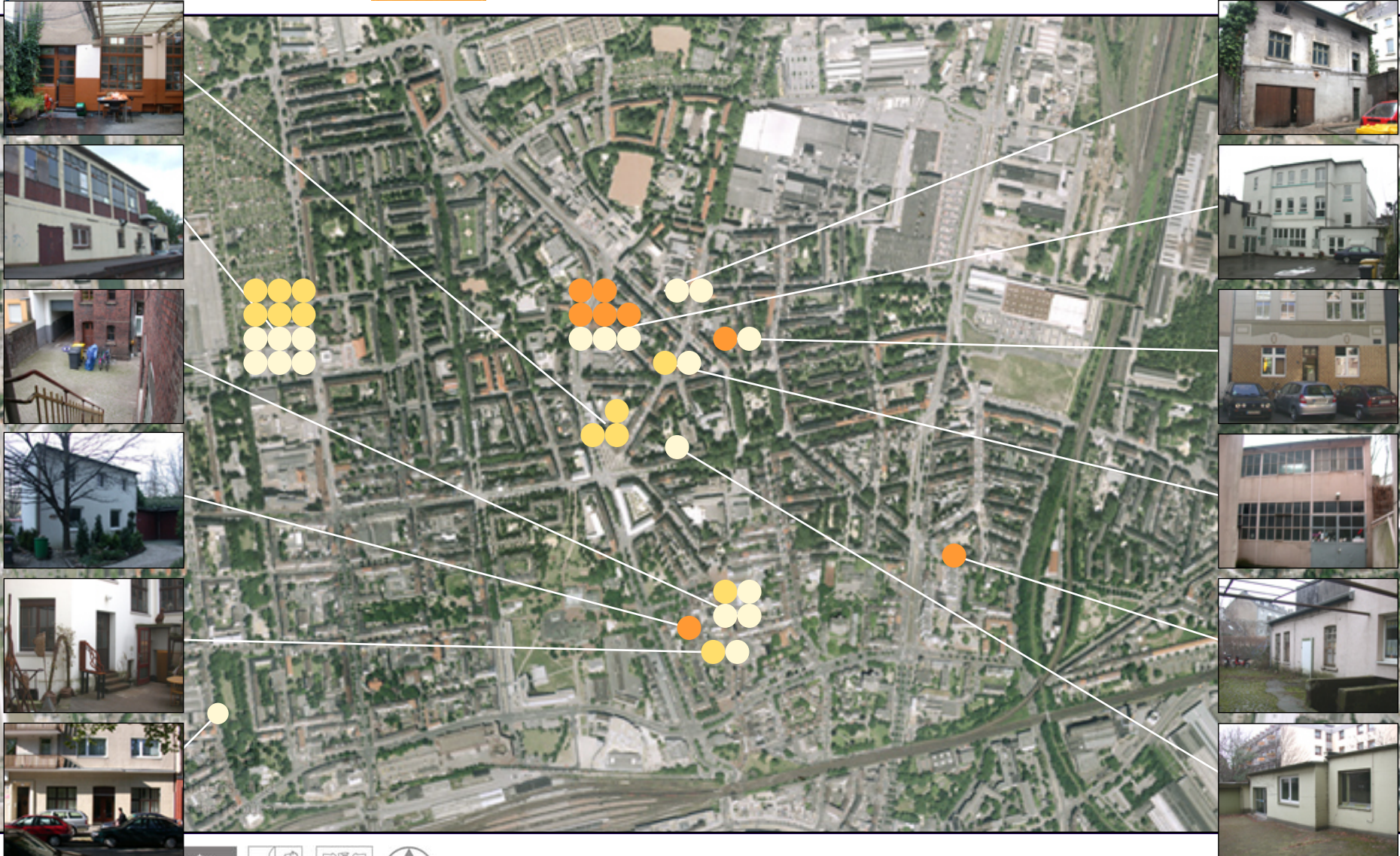
Auftaktworkshop 20. Juli 2004 im Depot

- 80 Teilnehmer
- „... der Nordstadt einen kreativ-wirtschaftlichen Stempel aufdrücken!“
- die Idee „offene Ateliers“ fortsetzen ...
- Interesse an Nutzer- und Bürogemeinschaften für Räume in der Kommunikations-, der Werbe- und der Musikwirtschaft
- Es gibt die Eigentümer, die in der Kreativwirtschaft Chancen zur Immobilienentwicklung sehen!
- 300 Adressen von an „Raum für Ideen“ interessierten Kreativen, Eigentümern, Multiplikatoren und Kooperationspartnern



raum
für
!deen

Kreativ-Räume Angebot trifft Nachfrage





Standortgemeinschaften im Aufbau

- Schubertstraße 10
Grafik-Design (in Richtung Medienhaus)
- Münsterstraße 115
Agentur für Visuelle Kommunikation
- Bülowstraße 6
Kompetenzzentrum Musikwirtschaft
Veranstaltungstechnik, Veranstalter,
Label und Musikproduktion/-vertrieb,...



- „Die Nordstadt ist das, was Dortmund großstädtisch macht.“
- Günstige Mieten bieten Kreativen Raum
- Wirtschaftsförderung greift Ansatz der Kreativwirtschaft auf
- „Internationale Woche“ verbindet Stadtteil positiv mit „Internationalität“
- Nutzung der Nordstadt im Standortmarketing der Stadt Dortmund?
- Ein integrierter Stadtteil mit Farbe?

agiplan GmbH

Zeppelinstraße 301
D-45470 Mülheim an der Ruhr

Postfach 10 01 51
D-45401 Mülheim an der Ruhr

Tel.: +49 (0) 208 / 9925-0
Fax: +49 (0) 208 / 9925-208

eMail: info@agiplan.de
Internet: www.agiplan.de

Ihr persönlicher Ansprechpartner

Dipl.-Volksw. Alexandra Landsberg
Bereichsleiterin Wirtschaftsförderung
Projektleiterin awb nordstadt

Tel.: +49 (0) 208 / 9925 - 245
Fax: +49 (0) 208 / 9925 - 571
eMail: Alexandra.Landsberg@agiplan.de