



Fußball im Herzen der Stadt

So wie einst beim Sommermärchen 2006 oder dem Public Viewing 2010 auf unserem Titelbild steht die City auch in diesem Sommer im Zeichen des Fußballs, des gemeinsamen Feierns und der Gastfreundschaft. Dazu gehören auch ein breites begleitendes Kulturprogramm (→ Seite 6), starkes Engagement in Sachen Sauberkeit (→ Seite 3), Mobilität (→ Seiten 4 und 5) sowie der ehrenamtliche Einsatz von 1.600 freiwilligen Helfer*innen (→ Seite 4).

Smarte, sparsame Leuchten stehen stilvoll Spalier

Wer vom Dortmunder Hauptbahnhof den direkten Weg in die City antritt, kommt an der Katharinentreppe und der sich anschließenden Katharinenstraße nicht vorbei. Sie bilden das Tor zu Innenstadt – und sind jetzt mit modernen LED-Leuchten ausgestattet. Die bisherigen Leuchten wurden abgebaut, die baulichen Arbeiten zur Neuinstallation im März und April durchgeführt. Der Bereich wird nun gleichmäßig, sicher und ästhetisch ansprechend ausgeleuchtet. Die zwölf neuen, smarten Stelen auf der Katharinenstraße stehen Spalier und geleiten die Besucher*innen modern und einladend vom Hauptbahnhof in die City – tagsüber schon, aber insbesondere am Abend.

Die neuen Leuchten, Modell „Dortmunder Stele“, die

die Stadt Dortmund installiert hat, bringen eine ganze Reihe weiterer Vorteile mit: Sie sind digital steuerbar, dimmbar, verbreiten angenehmes warmweißes Licht und verbrauchen deutlich weniger Energie als die Vorgänger – circa 60 Prozent Strom können im Vergleich zur alten Straßenbeleuchtung eingespart werden. Außerdem strahlt das Licht nur dorthin, wo es gebraucht wird. Die Dortmunder Stele zeichnet sich durch ihr schlichtes, zeitloses Design aus. Am Platz von Amiens leuchtet sie schon und künftig wird sie noch an weiteren Orten in der City zum Einsatz kommen. Bereits in den vergangenen Jahren hat die Stadt Dortmund einen Großteil der Dortmunder Standard-Straßenleuchten Zug um Zug auf energieeffiziente LEDs umgestellt.



Ein Management für Dortmunds City

Motivieren, vernetzen, beraten, fördern, veranstalten, werben und eigene Impulse setzen – all das hat sich das neue Citymanagement auf die Fahnen geschrieben. Seit März bildet das Team um Citymanager Tilmann Insinger die gebündelte Anlaufstelle und Schaltzentrale der City. Auch die Geschäftsführung für den City-Fonds liegt hier. Die Stabsstelle im Amt für Stadterneuerung ist ausgerichtet auf dynamische, fachbereichsübergreifende Arbeit. Das Team ist Ansprechpartner für alle möglichen City-Themen – von imagefördernden Aktionen über die Gestaltung öffentlicher Räume und Immobilien bis zu neuen Perspektiven für Leerstände.

„Das Citymanagement ist ein ganz wichtiger Schlüssel, um die Gemeinschaftsaufgabe der Cityentwicklung dauerhaft zu meistern“, sagt Sebastian Kröger, amtierender Leiter des Amtes für Stadterneuerung. „Das Profil und die Ziele des Citymanagements haben wir im Prozess ‚Miteinander. Mitte. Machen.‘ gemeinsam mit der Stadtgesellschaft definiert. Und auch jetzt stehen die Kolleg*innen jeden Tag im engen Austausch mit allen, die in der City etwas bewegen wollen.“

Starkes Team aus insgesamt sechs Personen

Das Kernteam besteht bislang aus Citymanager Tilmann Insinger sowie der Verwaltungsangestellten Johanna Wehmeyer. Eine weitere Person soll das Trio ab dem Sommer komplettieren. Unterstützt wird das Kernteam durch jeweils eine weitere Person in der Wirtschaftsförderung, im Fachbereich Marketing + Kommunikation

sowie im Amt für Angelegenheiten des Oberbürgermeisters und des Rates.

Eine Arbeitsgrundlage für das Citymanagement sind die Profile für die neun City-Quartiere. Um die darin skizzierten Ziele zu erreichen, setzt das Citymanagement auf den engen Schulterschluss mit Händler*innen, Immobilieneigentümer*innen und anderen Akteur*innen.

Ein Instrument ist dabei der City-Fonds. Dieser Fondstopf soll die Belebung der City unterstützen, indem er private Initiativen und Aktionen kofinanziert: Jeder privat eingebrachte Euro soll dabei verdoppelt werden. Insgesamt können Zuschüsse von bis zu 90.000 Euro pro Jahr fließen.

Vom City-Fonds profitieren alle neun Quartiere

Wichtiger Teil des Konzepts ist, dass alle neun City-Quartiere davon profitieren sollen. Welche Projekte die Förderung erhalten, entscheidet ein Fondsbeirat mit 14 stimmberechtigten Mitgliedern aus Politik, Verwaltung und privaten Akteur*innen. Das Citymanagement hat die Geschäftsführung. „Wir freuen uns auf tolle Ideen und helfen gern bei Antragstellung, Planung und Umsetzung der Projekte“, betont Tilmann Insinger.

Im Interview mit „aufbruch city“ blickt Citymanager Tilmann Insinger auf die aktuellen Herausforderungen und Pläne.

►► Weiter auf Seite 7

editorial



Liebe Dortmunderinnen und Dortmunder,

diese Ausgabe unseres Infoheftes „aufbruch city“ hat mit der UEFA EURO 2024 einen Schwerpunkt. Das internationale Sportereignis prägt Dortmund einen Monat lang und sorgt für eine einzigartige Atmosphäre auch in unserer City. Schon viele Monate im Vorfeld hat die Stadt Dortmund gemeinsam mit zahlreichen anderen Städten daran gearbeitet, dass dieses Fest bestmöglich gelingt.

Dortmund hat schon mehrfach bewiesen, dass in der Großstadt der Nachbarn Gastfreundlichkeit eine Selbstverständlichkeit ist. Mit großer Freude heißen wir die Gäste hier bei uns willkommen. Fußballfans aus aller Welt treffen auf heimische Fußballfans, die für ihre Euphorie bekannt sind. Man versteht sich auf ganz natürliche Weise, denn diese Emotionen sind international. Wir möchten dafür sorgen, dass dieses Erlebnis auch jenseits des Sports perfekt wird, indem wir für einen reibungslosen Ablauf und ein schönes Umfeld in der Innenstadt sorgen. Die Erlebnisse, die internationale Fans hier haben, sind zusammen mit der Berichterstattung über die Stadt und die hier ausgetragenen Spiele die beste Werbung für uns.

Ein Kind hat es vor kurzem in einem Video-Interview mit der Stadt auf ganz wunderbare Weise auf den Punkt gebracht: Auf die Frage, wer denn wohl Europameister wird, sagte es spontan begeistert:

Dortmund wird Europameister! Klar, der BVB wird nicht mitspielen – aber Dortmund kann sich von seiner besten Seite zeigen und damit gewinnen.

Die Innenstadt wird während der UEFA EURO 2024 baustellenfrei sein. Vieles wurde im Vorfeld fertiggestellt, andere Arbeiten ruhen während der EURO und werden anschließend fortgesetzt. Pünktlich fertig ist zum Beispiel die neue smarte Beleuchtung in der Katharinenstraße, dem Eingang zur City vom Hauptbahnhof aus. Das ist eines der Themen in dieser Ausgabe, die über die Zeit der EURO hinaus bedeutsam sind.

Das Gleiche gilt für das neue Citymanagement, das im März gestartet ist. Das Team wird im Sommer komplett sein. Im Interview berichtet Citymanager Tilmann Insinger, vor welchen Aufgaben das Citymanagement steht und wie er die City managen will. Das wird dann gelingen, wenn viele andere mitmachen und sich einbringen – mit großen und kleinen Vorhaben.

Denn manchmal sind es Details, die darüber entscheiden, wie ein Ort sich anfühlt. Deshalb werden die Strom- und Schaltkästen in der Innenstadt nun bunt. Bisher kennt man sie grau, oft schmutzig und beschmiert. Das soll sich ändern. Mit welchem Konzept das Grau nach und nach verschwindet, stellen wir vor.

Ich wünsche Ihnen eine gute Lektüre und die beste Fußballzeit mit der EURO!

Ihr

Thomas Westphal
Oberbürgermeister der Stadt Dortmund



Bilderrätsel: Welchen Standort hatte die Kamera?
(Auflösung auf der letzten Seite)



Stimmen zur City

Seit Jahren bezeichnet sich Dortmunds City zu Recht als Handelsplatz Nr. 1. Natürlich kann man das anders sehen, zumal vieles verbesserungswürdig ist, aber für welche Stadt gilt das nicht? Dennoch ist Dortmund attraktiv. Hohe Passantenfrequenzen zeigen, dass Menschen die City anziehend finden – leider nicht nur die potenzielle Kundschaft. Hier muss die Stadt Rahmenbedingungen wie Erreichbarkeit, Sicherheit und Sauberkeit garantieren. Das Angebot an Geschäften, Gastronomie, Kultur und Aufenthaltsmöglichkeiten ist vielfältig, wenn auch ausbaufähig. Hier sind Vermieterinnen und Vermieter und Unternehmen gefragt. Der Handel lädt mit inhabergeführten Fachgeschäften, diversen Filialbetrieben, Kauf- und Warenhäusern, einer abwechslungsreichen Fußgängerzone, interessanten Quartieren und einem feinen Einkaufscenter zum Shoppen ein. Also auf in die City – es lohnt sich!

THOMAS SCHÄFER
Geschäftsführer des Handelsverbandes
NRW Westfalen-Münsterland
Der Rechtswissenschaftler ist Experte für Einzelhandel.
Seit 1993 ist er beim Handelsverband beschäftigt
und steht seit 2011 an dessen Spitze.

Die Sommer-Events in der City



Günter Grass: Mein Fußballjahrhundert

Die Stadt- und Landesbibliothek lädt passend zur UEFA EURO 2024 literaturbegeisterte Fußballfans von **Freitag, 7. Juni, bis Samstag, 20. Juli**, zu einer Sonderausstellung ein, die sich mit einem der bedeutendsten deutschen Schriftsteller auseinandersetzt: Im Mittelpunkt steht Günter Grass. Ausgehend von seinem Buch „Mein Jahrhundert“ aus dem Jahr 1999 beleuchtet die Ausstellung unter anderem Grass’ enge Beziehung zum Fußballsport und verbindet Zeitgeschichte mit Fußballhistorie. Die Ausstellung wurde vom Deutschen Fußballmuseum und dem Günter-Grass-Haus Lübeck konzipiert. Der Eintritt ist frei.

Fußball Furioso der Philharmoniker

Beim EURO-Vorrundenspiel Italien gegen Spanien am **Donnerstag, 20. Juni**, präsentiert das Deutsche Fußballmuseum (DFM) eine weltweit einmalige Musik-Performance: Musiker*innen der Dortmunder Philharmoniker „kommentieren“ die Partie live über 90 Minuten auf ihren Instrumenten. Fußballfans werden – unabhängig vom Verlauf des Spiels – eine außergewöhnliche Spitzenbegegnung erleben. Zu hören sein werden als Hommage an die beiden stolzen Fußball-Nationen unter anderem Improvisationen auf Giuseppe Verdis Aida oder Georges Bizets Carmen. Achtung! Karten sind schon rar.



Gastro-Festivals mit Genuss-Garantie

Mit dem WeinSommer, der gourmedo und Dortmund à la carte warten direkt drei kulinarische Highlights auf Freund*innen des Genusses in der City. Den Auftakt macht von **Donnerstag, 25. Juli, bis Sonntag, 28. Juli**, der **WeinSommer** auf dem Friedensplatz. Hier lässt sich nicht nur der neue Lieblingswein finden, sondern auch dessen Erzeuger*in kennenlernen. Weinaffine Gaumen können sich durch den Jahrgang 2023 probieren und sich vom Können der Winzer*innen überzeugen.

Eine Woche später verwandelt sich derselbe Platz mit der **gourmedo** in ein Festival der Kulinarik: Von **Donnerstag, 1. August, bis Sonntag, 4. August**, servieren insgesamt 14 Gastronom*innen aus Dortmund und Umgebung unter freiem Himmel. Dank Portionen in Probierröße können Feinschmecker*innen sich durch die hiesige Szene- und Sternegastronomie kosten. Ein weiteres Fest für die Sinne erwartet Besucher*innen von **Mittwoch, 14. August, bis**

Sonntag, 18. August, auf dem Hansaplatz. Auch dieses Jahr wird dieser Ort mit **Dortmund à la carte** zum kulinarischen Mittelpunkt, an dem sich elf Dortmunder Gastronomien präsentieren. Seit über drei Jahrzehnten bewährt sich das Konzept: Eine Vielzahl von Angeboten lädt dazu ein, zu probieren und neue Lieblingsrestaurants zu entdecken.



Cityring-Konzerte

Ein musikalisches Highlight findet von **Freitag, 30. August, bis Sonntag, 1. September**, auf dem Friedensplatz statt: Zu den Cityring-Konzerten strömen jedes Jahr tausende Besucher*innenn, um Open-Air-Konzerte der Dortmunder Philharmoniker und der Oper Dortmund zu erleben. Unter dem Motto „Ich lade gern mir Gäste ein“ läutet am Freitag die Operngala das Wochenende ein. Das Publikum kann sich auf Musik unter anderem von Wolfgang Amadeus Mozart, Richard Wagner und anderen Opernkomponisten freuen. Mit der Musical-Gala „A Tribute to ABBA“ folgt am Samstag eine Hommage an die unvergessliche Musik der schwedischen Kultband. Der letzte Tag startet mit dem Familienkonzert, dieses Mal mit der Bühnenversion des Klassikers „Der Zauberer von Oz“. Zum Abschluss gehen die Philharmoniker mit Filmmusik aus bekannten Actionfilmen noch einmal in die Vollen.

24. Dortmunder DEW21-Museumsnacht

Die DEW21-Museumsnacht zieht seit 24 Jahren Kunst- und Kulturbegiesterte aus Dortmund und Umgebung an. In diesem Jahr erwartet die Besucher*innen am **Samstag, 21. September**, ein vielfältiges Programm voller Shows, Ausstellungen, Konzerte, Führungen und Mitmach-Aktionen. Zu den Spielstätten zählen klassische Museen genauso wie beeindruckende Kunstinstallationen, die großen Dortmunder Stadtkirchen und zahlreiche weitere Kultureinrichtungen – in der City und in der ganzen Stadt. Mit einem Ticket können an diesem Tag alle Spielorte und Programmpunkte besucht werden.



Die UEFA EURO 2024 – ein Geschenk für unsere Stadt!



Ein sportliches Großereignis wie die UEFA EURO 2024 ist eine Steilvorlage für Marketing-Fachleute. Wie wird Dortmund das für sich nutzen? Darüber hat „aufbruch city“ mit Jennifer Rickers gesprochen. Sie leitet den Fachbereich Marketing + Kommunikation bei der Stadt. Mit dazu gehören Stadtmarketing, Kommunikation, Eventmanagement und das Projektbüro EURO 2024.

Die UEFA EURO 2024 ist ein großes Spektakel in ganz Dortmund und auch in der City. Warum ist so etwas wichtig für uns als Stadt und unsere Stadtgesellschaft?

Die EURO ist nicht nur ein Fußballturnier, sondern auch ein kulturelles Ereignis, das uns alle auf vielfältige Weise beeinflusst. Das ist unsere Chance, die vielen Gäste willkommen zu heißen, uns als weltoffene Stadt zu zeigen und so unsere internationale Sichtbarkeit zu stärken. Unser Motto zur EURO lautet „Football in

our hearts“ – wir sind eine herzliche Stadt mit großer Leidenschaft für Fußball. Das sollen und werden alle spüren. Sportveranstaltungen bringen Menschen zusammen – da freuen wir uns drauf. Ich erinnere mich noch gut an die FIFA WM 2006. Das Flair in unserer Stadt war damals einzigartig, da haben alle von profitiert, die Besucher*innen wie die Dortmunder*innen.

Welche wirtschaftlichen Wachstumsimpulse erhofft sich die Stadt durch die Fußball-EM?

Die FIFA WM 2006 war der Beginn eines Aufschwungs der regionalen Wirtschaft im touristischen Sektor. Die Stadt ist seit damals bunter, lebendiger und wirtschaftlich stärker geworden. Die damaligen Aufwendungen gelten heute als erfolgreiche Investitionen in eine nachhaltige Stadtentwicklung – an diesen Erfolg knüpfen wir an. Während des Turniers strömen wieder Tausende von Fußballfans und Tourist*innen in die Stadt, um

die Spiele zu sehen und an den Veranstaltungen teilzunehmen. Allein an den sechs Spieltagen in Dortmund rechnen wir mit je 100.000 Besucher*innen. Das wirkt sich natürlich positiv auf Hotels, den Einzelhandel und die Gastronomie aus. Ebenso wichtig sind Werbung und Imageverbesserung: Ein so großes Sportereignis auszurichten, bietet Dortmund die Möglichkeit, sich international zu präsentieren und von der besten Seite zu zeigen. Langfristig birgt das neue Geschäftsmöglichkeiten. Wir werden in Dortmund zeigen, warum unsere Stadt immer einen Besuch wert ist. In einem Satz gesagt: Die EURO ist ein Geschenk.

Auf welche bleibenden Effekte setzt die Stadt als Austragungsort jenseits der rein ökonomischen Aspekte?

Wir werden als Stadt bundesweit und international noch immer oft mit dem alten Bild von Kohle, Stahl und Bier in Verbindung gebracht. Auch der Fußball spielt in der internationalen Wahrnehmung Dortmunds eine starke Rolle – was ja auch gut ist. Aber der Fußball ist eben nur ein Teil von Dortmund. Heu-

Welches Bild gibt die City während der EURO-Zeit ab?

Unsere City zeigt während der EURO, dass wir das Motto „Football in our hearts“ wirklich ernst nehmen. Hier wird Fußball in jeder Ecke der Stadt spürbar. Wir sind die Stadt der kurzen Wege, an keinem anderen Austragungsort liegen Stadion, Public Viewing und die Fan Zone so nah beieinander. Man kann alles zu Fuß erreichen – und so auch unsere urbane Innenstadt erleben. Es haben im Vorfeld so viele Menschen mit angepackt und sich großartige Angebote überlegt. Von unserer Innenstadt aus werden viele Touren starten, sodass man eine einzigartige Atmosphäre in unserer Stadt erleben kann: ein Mix aus Fußball, Kultur, Cityflair und Stadtgemeinschaft.

Wie sieht es denn mit einem Angebot für Menschen aus, bei denen Fußball als Erlebnis nicht ganz oben auf dem Zettel steht?

Unsere City wird voller Leben sein, voller internationaler Besucher*innen, voller Musik und toller Ange-

„Allein an den sechs Spieltagen in Dortmund rechnen wir mit je 100.000 Besucher*innen.“

te stehen wir für eine selbstbewusste, lebenswerte Großstadt mit herzlichen Menschen, viel Grün und einer besonderen „Anpackermentalität“. Das können wir zur EURO zeigen und für alle erlebbar machen. So können wir die Erzählungen über unsere Stadt zum Positiven beeinflussen.

Als multikulturell geprägte Großstadt leben wir Internationalität, Gastfreundschaft und Völkerverständigung in besonderem Maße. Dieses Turnier wird nach innen wie nach außen erneut ein sichtbares Signal dafür sein – und so etwas zieht Menschen an.

bote, die Fußball vielleicht als Aufhänger nutzen, aber eigentlich nicht unbedingt viel damit zu tun haben, sondern das Thema ganz kreativ und überraschend inszenieren. Die großen und kleinen Kultur-Player in der Stadt werden ein beeindruckendes Programm haben, da ist für alle etwas dabei. In der Fan Zone auf dem Friedensplatz als auch in der Public Viewing Area im Westfalenpark gibt es ein vielseitiges Rahmenprogramm. Ein wirklich tolles Programm, was es ohne den EURO-Anlass so nicht gegeben hätte. Ein einzigartiges Erlebnis in unserer Stadt – es lohnt sich auf jeden Fall, Teil davon zu werden und alles mitzuerleben.

Neues Wandbild heißt Gäste am Bahnhof willkommen



Die lange Stützmauer zur Gleisebene auf der Nordseite des Hauptbahnhofs bekommt ein neues Aussehen. Seit dem Kirchentag 2019 zierte ein buntes Wandbild oder „Mural“ die Mauer. Doch die Witterung, der Zahn der Zeit und die Umbauarbeiten am Nordeingang des Hauptbahnhofs sowie am Eingang zur Verteilerebene der Stadtbahn haben es sichtbar beschädigt. Jetzt bekommt die Wand neue Farben und ein Dortmund-Motiv mit Fußballthema zur UEFA EURO 2024. Das neue Wandbild wird breiter als sein Vorgänger. Es wird den gesamten Raum zwischen

dem Eingang zur Stadtbahn und der Hauptpost einnehmen.

Erneut hat sich die Agentur „More than words“ um den künstlerischen Entwurf gekümmert. Sie sorgt auch für die fachliche Umsetzung und will punktgenau zum Anpfiff des Fußballturniers damit fertig sein. Das neue Wandbild war eine Idee des Sonderstabs „Ordnung und Stadtleben“, der unter der Federführung des Oberbürgermeisters Maßnahmen entwickelt, die unter anderem das Stadtbild verschönern sollen.

111 Gelbe Helden halten die City sauber

Ein 3,6 Kilometer langer Teppich durch die ganze Innenstadt? (→ Seite 4) Da ist es mit einmal die Woche Staubsaugen nicht getan. Stattdessen braucht es eine starke Mannschaft wie die der EDG, um den Teppich, die City und alle Orte der UEFA EURO 2024 in Dortmund sauber zu halten. Und die Gelben Helden sind gut aufgestellt: Getreu dem Motto „Euer Abpfiff ist unser Anstoß“ zeigen sie das bereits seit Februar in ihrer Kampagne „Wir sind da!“.

„Wir sind gut gerüstet und täglich 24 Stunden mit einem Stamm-Team von 68 Mitarbeiter*innen im Einsatz“, teilt die EDG-Geschäftsführung auf Anfrage mit. „Spielt Deutschland, verstärken wir das Team um 21 weitere Beschäftigte. Wird ein Spiel im BVB Stadion angepfiffen, laufen wir mit voller Mannschaftsstärke auf: Dann sind 111 Gelbe Helden auf dem Platz.“

Die EDG geht also in die Offensive, damit die Stadt nach dem Spiel wieder aussieht wie vor dem Spiel. Das gilt für die gesamte Dauer des Events in den Fan Zones, im und um den Westfalenpark, rund ums Stadion – und für den Grünen Teppich vom Hauptbahnhof durch die Innenstadt zum Stadion. Auch an beliebten Fußball-Feier-Orten wie dem Alten Markt sind die EDG-Mitarbeiter*innen im Einsatz. Zusätzliche Papierkörbe und Wertstoffinseln helfen dabei, die City sauber zu halten.

Ist doch einmal etwas übersehen worden, sind die Mitarbeiter*innen am EDG-EURO-Telefon unter der Nummer 0231 - 9111 6040 nahezu rund um die

Uhr erreichbar. Sie beantworten Fragen zum Thema Sauberkeit und sorgen dort für schnelle Hilfe, wo sie benötigt wird. Denn die EDG zeigt nicht umsonst seit Februar auf Infoscreens, Plakaten und Müllfahrzeugen: „Wir bleiben am Ball.“



Stadt rollt Fans einen grünen Teppich aus

Wer bis zum 15. Juli aus dem Dortmunder Hauptbahnhof tritt und Richtung City geht, erlebt sein grünes Wunder: Während der UEFA EURO 2024 verläuft ein Teppich durch Dortmunds Innenstadt und verbindet die wichtigsten Fan-Wege. Damit will die Host City den Besucher*innen des Turniers Orientierung bieten. Der grüne Weg soll ihnen die Stadt zeigen und den ÖPNV entlasten – wie schon bei der Fußball-Weltmeisterschaft 2006. Während des „Sommermärchens“ damals begrüßte ein roter Sisalteppich die Gäste an der Katharinentreppe und führte sie bis zum Stadion. 18 Jahre später ist es ein grüner Kunstrasen.

Der Teppich beginnt oberhalb der Katharinentreppe und verläuft durch die Katharinenstraße, dann über die Kampstraße auf die Hansastraße. Dort zweigt er ab, um Besucher*innen über die Prinzenstraße zur Fan Zone auf dem Friedensplatz zu leiten. Dort können sie sich alle Spiele anschauen und ein umfangreiches Programm genießen (→ Seite 5). Zum Stadion geht es weiter den Südwall passierend über die Hohe Straße und durch die Fußgängerunterführung des Rheinlanddamms (B1). Danach gabelt sich der Weg erneut: Links führt er zum Public Viewing im Westfalenpark, rechts zum Stadion. Nach etwa 3,8 Kilometern Fußweg endet der Teppich kurz vor dem Stadion. Für diese Strecke benötigt man etwa 30 Minuten zu Fuß. Vom Hauptbahnhof bis zur Fan Zone am Friedensplatz sind es ungefähr 10 Minuten.

Erfahrungen von 2006 kommen zugute

Befestigt wird der Belag auf gepflasterten oder asphaltierten Untergründen mithilfe von Aluminiumschienen, Dübeln, Schrauben und Stahlnägeln. Dabei werden wie bei der WM vor 18 Jahren Kreuzungen und Straßenüberquerungen ausgespart, um den Teppich vor Verschleiß durch den Autoverkehr zu schützen. Auch Ein- und Ausfahrten sowie der letzte Abschnitt vor dem Stadion bleiben frei. An den entsprechenden Stellen kommt grüne Kreidefarbe zum Einsatz. Bei der Planung konnten die Beteiligten auf die Erfahrungen von 2006 zurückgreifen. Daher handelt es sich nicht wie damals um einen roten Sisalteppich. Dieser dehnte sich bei Nässe aus und färbte auf den

Gehweg ab. Wegen der Teppichfarbe kam es außerdem zu Verwechslungen mit den ebenfalls in Rot gehaltenen Radwegen. „So entstand der Eindruck, dass jeder rote Weg für Fußgänger*innen geeignet ist. Das führte dazu, dass viele Fans aus dem Ausland auf den

Radwegen liefen“, erklärt René Thiehoff, Projektkoordinator für die UEFA EURO 2024. „Um mögliche Verwirrungen zu vermeiden und die Sicherheit zu gewährleisten, wurde eine alternative Lösung mit einem grünen Kunstrasen gewählt.“ Das Material sei str-

pazierfähiger und wetterbeständiger, die rutschfeste Oberfläche vermindere das Risiko zu stolpern. Auch lasse es sich besser warten und habe eine längere Lebensdauer als Naturmaterialien: Bis zu zwölf Jahre könne der künstliche Rasen überdauern.

Umweltfreundlich und nachhaltig

Obwohl der Teppich keines der vielen offiziellen Nachhaltigkeitsprojekte zur UEFA EURO 2024 ist, erfüllt er die Kriterien und ist umweltfreundlich und nachhaltig: Er wird unter anderem aus nachwachsenden, nicht-fossilen Rohstoffen hergestellt. Zudem achtet man bei der Produktion auf die Einhaltung von Umweltstandards.

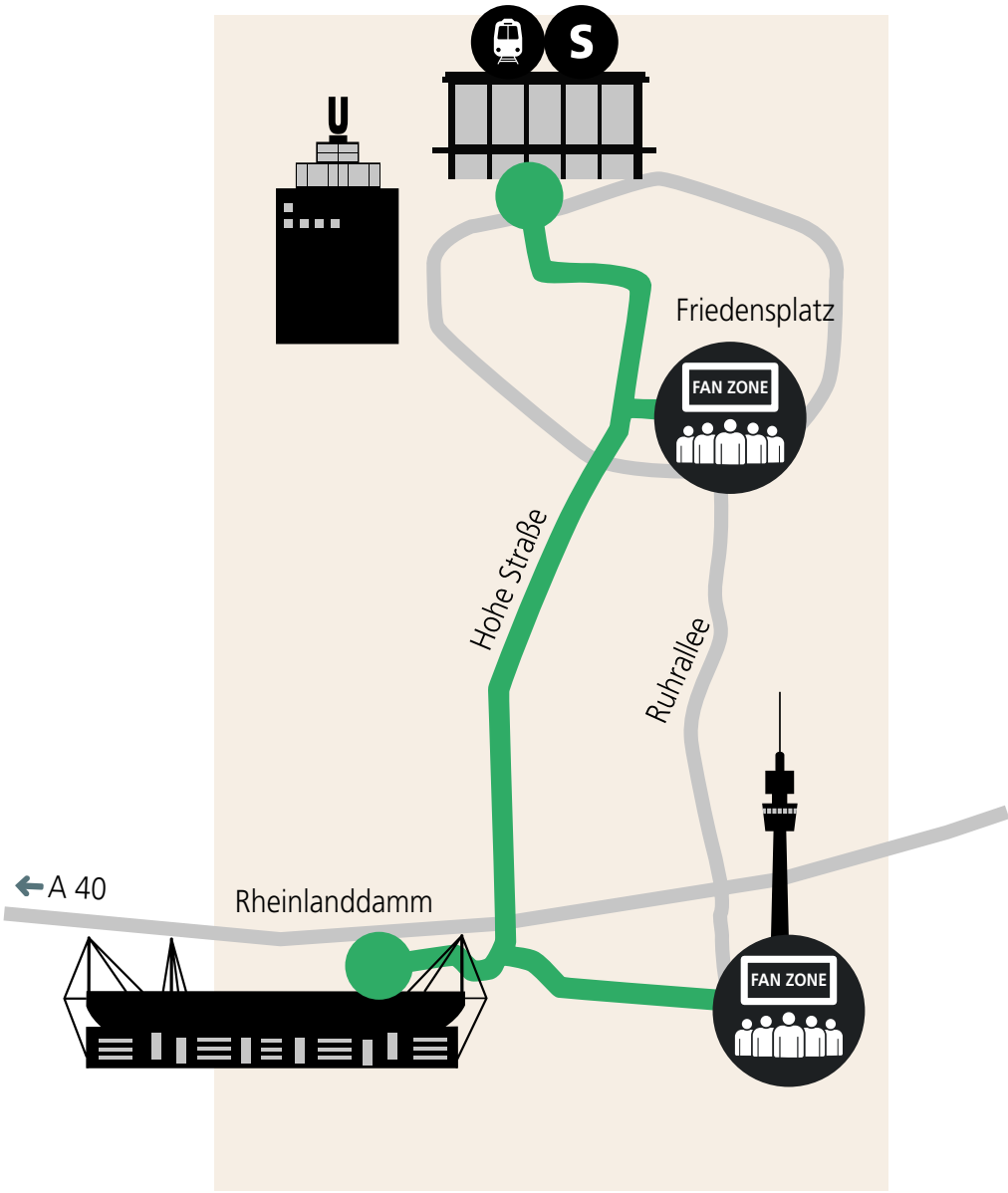
Die Verlegung des Kunstrasens startete am Montag, 3. Juni. Am Tag vor Turnierbeginn, also am 13. Juni, muss sie abgeschlossen sein. Die Arbeiten finden zwischen 7 Uhr und 20 Uhr statt. Nach dem Ende der UEFA EURO 2024 wird der Teppich innerhalb von drei Tagen wieder entfernt.

Der Grüne Teppich in Zahlen und Fakten

Die gesamte Strecke ist 3.784 Meter lang. Wegen der Aussparungen an Kreuzungen, Übergängen und Einfahrten ist der Teppich mit 3.574 Metern etwas kürzer. Er wird in Rollen von 25 Metern Länge geliefert und ist 1,33 Meter breit. Für Ausbesserungen wurden 175 Meter zusätzlich eingeplant. Die insgesamt 162 Rollen mit dem Teppich wiegen 19 Tonnen und sind damit so schwer wie vier Elefanten. Eine Rufbereitschaft soll gewährleisten, dass mögliche Reparaturarbeiten an beschädigten Abschnitten innerhalb von 30 Minuten starten können.

Teppich ersteigern nach der EURO

Das Fundbüro der Stadt Dortmund wird Teile des Teppichs nach dem Turnier versteigern. Bürger*innen können so ein Stück EM-Geschichte erwerben, etwa für den Balkon. Zudem soll der Teppich teilweise recycelt werden – das Material lässt sich zum Beispiel für die Herstellung von Dachziegeln verwenden.



„Dortmund ist weltoffen, herzlich und hilfsbereit.“

1.600 Volunteers freuen sich auf die Gäste zur UEFA EURO 2024

Dominik Gad ist 38 Jahre alt und wohnt in der Nachbarstadt Lünen. Er sorgt bei der UEFA EURO 2024 gemeinsam mit ca. 1.600 Freiwilligen, den Volunteers, in Dortmund dafür, dass die Gäste aus Nah und Fern bei der Europameisterschaft ein einmaliges Erlebnis haben und sich bei uns willkommen fühlen. Beworben für Dortmund hatten sich über 19.000 Menschen. Wir haben mit Dominik Gad gesprochen.

Herr Gad, was hat Sie dazu bewogen, sich als Volunteer für die UEFA EURO 2024 zu bewerben?

Da gab es tatsächlich mehrere Gründe: Ich bin im Berufsleben „Verwaltungsmensch“ und versuche, mich durch diverse Ehrenämter aus meiner eigenen Komfortzone herauszubewegen. Ich möchte meinen Horizont erweitern und finde es spannend, bei so einem großen Turnier wie der EURO 2024 im eigenen Land einen Beitrag zu leisten und dabei viele neue Leute kennenzulernen. Das macht einen auch ein bisschen stolz.

In welchem Bereich kommen Sie als Volunteer zum Einsatz und was konkret sind Ihre Aufgaben während der UEFA EURO 2024?

Ich werde im Bereich Nachhaltigkeit und Soziale Verantwortung als „Host City Green Volunteer“ eingesetzt. Diese sollen generell zu einer leichter zugänglichen, barrierefreien und nachhaltigen Veranstaltung beitragen. Ich werde Informationen bereitstellen können und bei Umweltaktionen mithelfen. Auf die Arbeit in diesem Bereich freue ich mich sehr!

Wie werden Sie als EURO-Volunteer für die Gäste in Dortmund zu erkennen sein?

Wir erhalten alle eine einheitliche Uniform für dieses Groß-Event. Daran kann man uns dann klar erkennen. Außerdem werden wir vorab intensiv für unseren jeweiligen Einsatzbereich eingearbeitet, sodass wir dann bestmöglich vorbereitet sind und aktiv auf Gäste zugehen können, die vielleicht Hilfe oder Rat benötigen.

Worauf freuen Sie sich am meisten vor Ihrem Einsatz als Volunteer?

Ich freue mich sehr darauf, verschiedene Menschen und Kulturen kennenzulernen, in einen Austausch zu kommen und zu zeigen, dass Deutschland neben Sportbegeisterung auch eine gute Portion Humor besitzt! Persönlich finde ich es auch spannend zu erfahren, wie so eine Veranstaltung organisiert und umgesetzt wird. Es ist auch schön, wenn man dabei etwas „hinter die Kulissen“ blicken kann.

Welche positive Seite von Dortmund und Deutschland möchten Sie den Fußballfans bei Ihrem Volunteer-Einsatz gerne näherbringen?

Ich habe selbst viele Jahre in Dortmund gelebt. Das ist meine Stadt, auch wenn ich inzwischen in Lünen wohne. Und da möchte ich jedem Gast gern vermitteln, dass Deutschland, gerade auch Dortmund, weltoffen, herzlich und hilfsbereit ist.



Dominik Gad will als einer von 1.600 Volunteers in den Austausch mit Gästen aus aller Welt kommen – und Deutschland als guten Gastgeber mit Offenheit und Humor vertreten.

Gemeinsam mitfiebern und feiern in der Fan Zone

Der Friedensplatz ist die zentrale Anlaufstelle in der City

Die UEFA EURO 2024 macht den Friedensplatz zur zentralen Anlaufstelle für Fußballfans: Während des gesamten Turniers lockt in der dortigen Fan Zone ein buntes Angebot aus Public Viewing, Konzerten, Aktionen und Gastronomie ins Herz der City.

Mitfiebern, jubeln, eine gute Zeit haben – das ist ab dem 14. Juni täglich auf dem Friedensplatz möglich. Denn der wird für vier Wochen zur lebendigen Fan Zone und lädt Fußballbegeisterte aus Nah und Fern zum gemeinsamen Feiern ein. Wie schon bei früheren internationalen Turnieren, etwa dem „Sommermärchen“ im Jahr 2006, wird es dort auch ein Public Viewing geben. Zum umfangreichen Begleitprogramm gehören außerdem Auftritte lokaler Bands und die Möglichkeit, sich an Tischkicken oder im eSport zu versuchen. Der Eintritt ist für alle Veranstaltungen frei.

Leinwände an der Friedenssäule

Der Friedenssäule kommt dabei eine besondere Funktion zu, sie wird zum würfelförmigen Fernseher. Vier LED-Wände mit einer Fläche von jeweils 15 Quadratmetern werden um die Säule herum befestigt. Sie sorgen dafür, dass die Zuschauer*innen auf dem Platz die Spiele von allen Seiten aus verfolgen können. Live übertragen werden alle 51 Begegnungen des Turniers, von der Eröffnung bis zum Finale am 14. Juli. Findet kein Spiel statt, sind auf dem LED-„Cube“ Videos zur Europameisterschaft und zur Host City Dortmund zu sehen. Unter dem Cube bietet ein Rundumsteg Platz für Moderator*innen, die durch das Programm führen.

Entspannt genießen

An einigen Tagen wird der Friedensplatz zur gemütlichen Open Sports Bar: Sitzgelegenheiten laden zum Verweilen in entspannter Atmosphäre ein, Gastrorstände bieten Speisen und Getränke an. Zwei große Zeltüberdachungen seitlich der Friedenssäule schützen vor Hitze und Regen. Sie ermöglichen es den Besucher*innen, das Programm ungestört zu genießen. Wie zum Beispiel die Konzerte, die auf der Bühne an der Nordseite des Friedensplatzes stattfinden. Hier treten unter anderem lokale Bands und DJs sowie Fußballkünstler*innen auf. Diese bieten zudem Workshops an, in denen man sich einige ihrer Tricks zeigen lassen kann.

Mitmachen in den Activity Areas

Sportlich aktiv werden kann man außerdem in den Activity Areas. Das sind zum einen Zelte mit Bolzboxen, Kickertischen und Spielkonsolen für eSport-Einheiten.

Zum anderen gibt es ein kleines Fußballfeld, auf denen Hobbyspieler*innen ein paar Runden kicken können. An den Rändern des Friedensplatzes laden die Stände der Gastronomie auf einen Snack ein. Auch einige Sponsoren sind mit Ständen vor Ort. Sie bieten unterschiedliche Aktionen an. So kann man sich an einem Stand mit frischen Früchten versorgen, an einem anderen kann man an einem Workshop zur Herz-Lungen-Massage teilnehmen und Wichtiges zur Ersten Hilfe erfahren.

Durchgehend geöffnet

Während der UEFA EURO 2024 ist der Friedensplatz durchgehend zugänglich und kann immer passiert werden. In der Vorrunde starten Begleitprogramm und Gastronomie täglich um 13 Uhr, nach der Gruppenphase um 15 Uhr. Bei Veranstaltungen wie Public Viewing gibt es Zugangskontrollen, um die Sicherheit zu gewährleisten – zugelassen werden maximal 6.500 Personen. Um eine mögliche Überfüllung frühzeitig zu erkennen, erfassen elektronische Personenzähler die Besucher*innen beim Einlass. Sollte der Andrang zu hoch sein, werden die Zugänge vorsorglich gesperrt. Und zwar nicht erst am Friedensplatz selbst, sondern zum Beispiel schon an der Balkenstraße. Ein solches Sicherheitskonzept soll dazu beitragen, dass für den gesamten Turnierzeitraum auf dem Friedensplatz ein lockeres Miteinander in guter Stimmung möglich ist. Mit ihrem abwechslungsreichen Angebot aus Fußball, Musik und Gastronomie ist die Fan Zone vier Wochen lang das Zentrum für Groß und Klein in der City – sei es für einen kurzen Abstecher oder einen längeren Aufenthalt.



Public Viewing im Westfalenpark

Während die Zahl der Zuschauenden in der Fan Zone auf dem Friedensplatz auf 6.500 begrenzt ist, können im Westfalenpark bis zu 25.000 Personen kostenlos am Public Viewing teilnehmen. Auf der 144 Quadratmeter großen Leinwand werden übertragen:

- alle Spiele der deutschen Nationalmannschaft
- alle Spiele, die in der Host City Dortmund stattfinden
- alle Spiele am 16. und 21. Juni
- das Finale am 14. Juli
- eventuell weitere Spiele

Daneben wird es Konzerte von hochkarätigen Künstler*innen geben.

14. Juni

257ers

29. Juni + 10. Juli

Hermes House Band

12. Juli

Clueso, Michael Schulte, Die Lärmer (ehemals Luxuslärm)

13. Juli

Die Fantastischen Vier, Alice Merton, Muuske

Auch der Besuch der Konzerte ist kostenlos. Das übrige Angebot im Westfalenpark ähnelt dem auf dem Friedensplatz: Es gibt ein Fußballfeld („Soccer Area“), Tischkicker und Bolzboxen. Der Eintritt in den Park ist täglich vom 14. Juni bis zum 14. Juli ab 13 Uhr frei.

So wie auf den Bildern von 2006 und 2010 soll die City auch dieses Jahr zum Schauplatz epischer Feiern werden – zum Beispiel der Fans des aktuellen Titelverteidigers Italien.



Während des Turniers wird der Friedensplatz als Fan Zone ungefähr so aussehen.

Auf dem Platz rollt der Ball – bei DSW21 alles, was Räder hat

UEFA EURO 2024 in Dortmund – das heißt: Fast 20.000 Fans weniger im „Tempel“ an der Strobellee als bei Heimspielen des BVB. Für den ÖPNV in unserer Stadt also eine entspannte Zeit. Könnte man meinen. Denkste! Denn zum einen werden zu den vier Vorrunden- und zwei K.O.-Spielen im „BVB Stadion Dortmund“ hunderttausende Fans zu Gast in Dortmund sein, die sich im Liniennetz von DSW21 nicht auskennen.

Deshalb hat DSW21 eine Info-Offensive gestartet. Im Bereich der stark frequentierten City-Haltestellen „Hauptbahnhof“, „Kampstraße“, „Reinoldikirche“, „Stadtgarten“ und „Stadthaus“ sowie in den Zubringer-Buslinien zum Airport wird es englischsprachige Ansagen geben. Auf der Internetseite bus-und-bahn.de werden Fans Informationen in mehreren Sprachen finden. Aushang-Plakate lotsen die Besucher*innen über QR-Codes direkt zu den digitalen Info-Angeboten wie der DSW21-App. Anders als bei der Weltmeisterschaft 2006, als die Informationskanäle noch analog geprägt waren, holt das Verkehrsunternehmen die Fans anno 2024 primär in der digitalen Welt ab. Überlegungen, an Spieltagen in Dortmund auch das Info-Mobil von DSW21 einzusetzen – zusätzlich zum zentralen InfoPo-

int der Host City Dortmund am Hauptbahnhof –, waren bei Redaktionsschluss dieser Ausgabe noch nicht abgeschlossen.

DSW21 macht vor allem aber mobil für das Großereignis. Natürlich wird während der UEFA EURO 2024 alles auf Straße und Schiene unterwegs sein, was Räder hat – u.a. auch die ersten der insgesamt 34 neuen B-Wagen, die DSW21 bestellt hat. Zehn bis zwölf der hochmodernen Fahrzeuge sollen zur EM im Netz unterwegs sein und die Kapazität signifikant erhöhen, so Betriebsleiter Ralf Habbes. Insbesondere an den Spieltagen in Dortmund, aber auch zu den Deutschland-Spielen wird das ÖPNV-Angebot ausgeweitet und bedarfsgerecht verlängert. Die Fan Zone mit großem Public Viewing liegt im Westfalenpark – und damit an denselben Stadtbahnlinien wie das Stadion. Das bedeutet vor allem an den Spieltagen in Dortmund sehr viele Fahrgäste auf einmal. Für das Verkehrsunternehmen eine besondere Herausforderung. Dennoch: Dortmund*innen, die sich weniger für den Fußball interessieren, müssen nicht zuhause bleiben, weil sie sich Sorgen machen, nicht zu einem Alternativprogramm in die City mit der Stadtbahn zu gelangen.



In jedem Fall aber hat DSW21 in Hotels und an verschiedenen anderen „Points of Interest“ Abreißblöcke mit Schienennetzplan, Anreiseinfos, P+R-Parkplätzen sowie Links und QR-Codes zu weiterführenden Informationen platziert.

Schon seit Monaten sind zudem Teams von DSW21 unterwegs, die viele Haltestellen im Vorfeld der EURO hübsch gemacht haben – und fit für den großen Zu- und Abgang an Fans. So wurden an den Stadtbahn-Haltestellen

Westfalenhallen, Stadion, Westfalenpark und Remydamm Grundreinigungen durchgeführt, Beschilderungen erneuert, Pflasterunebenheiten beseitigt, Sitzbänke ausgetauscht, Fliesenpiegel instandgesetzt, Malerarbeiten durchgeführt, Geländer erneuert bzw. neu lackiert. In der Haltestelle Westfalenhallen läuft zudem auf der Verteilerebene eine umfangreiche Deckenerneuerung. Auch der Glaspavillon der Haltestelle Stadtgarten hat an der ein oder anderen Stelle frische Farbe bekommen.

Begegnungen jenseits des Rasens

Interview mit Fußballmuseums-Direktor Manuel Neukirchner

Seit 2015 ist das Deutsche Fußballmuseum (DFM) in seinem markanten Gebäude am Königswall beheimatet. Direkt gegenüber dem Hauptbahnhof begrüßt es zur UEFA EURO 2024 die ankommenden Gäste und bereichert das Event mit einem umfangreichen Kulturprogramm. Über die Rolle des DFM sprachen wir mit Museumsleiter Manuel Neukirchner.

Herr Neukirchner, mit der UEFA EURO schlägt das Herz der Fußballkultur diesen Sommer unter anderem in Dortmund. Wie knüpft das DFM bei der Vermittlung von Fußballkultur und -geschichte an dieses Großevent an?

Während der UEFA EURO 2024 denken wir bewusst über Spartengrenzen hinweg. Wir begrüßen eine vielfältige Besucherschaft aus ganz Europa in der Rhein-Ruhr-Region mit den Spielorten Dortmund, Gelsenkirchen, Düsseldorf und Köln. Wir präsentieren das einzigartige Fußballkultur-Festival „Spielräume“ mit über 60 Veranstaltungen aus Kultursparten wie Theater, Literatur, Film und Musik.

Unseren Museumsvorplatz gestalten wir zu einem idealen Ausgangspunkt für einen erlebnisreichen EURO-Tag. Hier finden alle Besucher*innen auch die offizielle Fan Embassy mit Tourismusinformationen. Unser LED-Panoramaboard präsentiert aktuelle Turnierinformationen. Und im großzügigen Außenbereich laden wir Menschen aus aller Welt zu Begegnungen ein.

Das heißt, auch die Dortmunder*innen selbst sind angesprochen?

Absolut. Unser Programm wird auch alle interessieren, die schon mal bei uns waren oder immer mal zu uns kommen wollten. Die EURO ist ein Fest der Begegnungen, bei dem wir zu einer offenen Willkommenskultur beitragen möchten. Wir sehen uns als Dienstleister für diese Kultur und beteiligen uns daran, dass Besucher*innen aus verschiedenen Ländern sich hier wohlfühlen. Wenn die Dortmunder*innen uns als sympathischen Imagerträger ihrer Stadt wahrnehmen, der das Turnier-Programm bereichert, tragen wir schon einiges zu einem vielfältigen EM-Erlebnis bei. Zusätzlich haben wir im Mai durch die Teilnahme an Innenstadtfesten wie „DORTBUNT.city“ und „Kulturmeile“ die Vorfreude auf die EURO gemeinsam mit der Bevölkerung angeregt.

Das DFM trägt also stark zur EURO-Stimmung bei. Wird umgekehrt die Europameisterschaft auch das Fußballmuseum als Teil der Kulturlandschaft stärken?

Die Europameisterschaft fördert die Vernetzung der örtlichen und regionalen Kulturbetriebe. Wir präsentieren zum Beispiel im Rahmen von „Spielräume“ eine einzigartige Kombination von Fußball und Musik mit den Dortmunder Philharmonikern, kooperieren mit dem Schauspielhaus Bochum und sind mit dem Theaterstück „Die Nacht von Sevilla“ bei den Ruhrfestspielen Reckling-



Die Siegertröhne der Europameisterschaft hat Museumsdirektor Manuel Neukirchner auch für dieses Jahr als mögliches neues Ausstellungsobjekt fest im Blick.

hausen vertreten. Diese Zusammenarbeit wirkt über die UEFA EURO 2024 hinaus als Impuls für eine lebendige und vielfältige Kulturlandschaft. Unsere Sonderschau „In Motion. Art & Football“ präsentiert in einer immersiven Rauminszenierung eine einzigartige Gesamtschau der europäischen künstlerischen Moderne zum Thema Fußball. Insofern hat uns die EURO inspiriert, neue Wege bei der Kuratierung und Bespielung unserer Ausstellungs-räume zu erproben.

Welche Bedeutung haben lokale Fußballlegenden und -geschichten im Rahmenprogramm der EURO?

Im Rahmen unseres Fußball-Kulturfestivals haben bereits einige Veranstaltungen stattgefunden. Bei Events wie „Dem Fußball seine Döneskes“ mit Comedian Ben Redelings und Autor Frank Goosen handeln zahlreiche Anekdoten von lokalen Fußballgrößen. Auch in der Talkrunde „Ich liebe Fußball“ begrüßten Matthias Killing und Ingo Anderbrügge bei uns im Museum prominente Gäste aus der hiesigen Fußball-Welt. Zudem sind Legenden wie Helmut Rahn, Klaus Fischer und Mario Götze, die den deutschen Fußball und speziell den des Ruhrgebiets besonders geprägt haben, dauerhaft in unserer Ausstellung präsent.

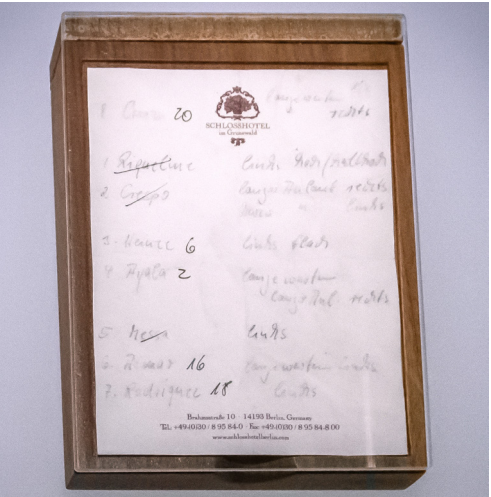
Wenn Sie einen Wunsch frei hätten: Welches Exponat würden Sie nach dem Turnier gern der Sammlung hinzufügen?

Der EM-Pokal würde uns natürlich gut zu Gesicht stehen! Aber manchmal ergeben sich auch erst durch die Turnierereignisse spannende Objekte, wenn man beispielweise an Jens Lehmanns berühmten Elfmeter-Zettel von der WM 2006 denkt. Auch dass Krake Paul einst als Orakel zu Weltruhm gelangen würde, konnte vorher niemand erahnen. Er hat in einer Urne seine letzte Ruhestätte in unserer Ausstellung gefunden.

„SPIELRÄUME“: Volles Kulturprogramm

Das Deutsche Fußballmuseum (DFM) hat für die UEFA EURO 2024 das Kulturprogramm „Spielräume“ entwickelt. Die Planungen begannen 2018 nach Deutschlands Zuschlag für die Ausrichtung der EM, unterstützt durch bestehende Kooperationen sowie Fördermittel von Bund und Land. Mehr als 60 Veranstaltungen aus verschiedenen Kultursparten wie Theater, Literatur, Film und Musik finden statt – sehr viele davon in Dortmund, aber auch zahlreiche andere Städte werden bespielt. Ein Beispiel ist die Inszenierung eines Theater-Lesestücks mit Peter Lohmeyer. Es basiert auf einem Begleitbuch zur Sonderausstellung über das Halbfinale Frankreich gegen Deutschland bei der WM 1982. Ein weiteres Highlight bietet „Fußball Furioso“ mit den Dortmunder Philharmonikern (→ S. 2). Im Superraum an der Brückstraße 64 zeigt die Ausstellung „IRGENDWAS MIT FUSSBALL“ noch bis zum 31. August sechs Positionen zeitgenössischer Fotografie, die sich auf vielfältige Art mit den unterschiedlichsten Facetten des Fußballs auseinandersetzen.

Im DFM selbst dient das „Stadion der Träume“ als Spielort und Kreativwerkstatt für die Kulturveranstaltungen während der EURO. Einen solchen Raum für Kulturveranstaltungen gibt es an jedem Austragungsort. Zudem läuft im Zusammenhang mit der UEFA EURO 2024 im DFM seit dem 27. Mai die immersive Rauminstallation „In Motion. Art & Football“.



Jens Lehmanns Spickzettel für das Elfmeter-Schießen im Viertelfinale der WM 2006 ist im Fußballmuseum zu sehen.



Krake Paul, der als Orakel bei der WM 2010 berühmt wurde, hat seine letzte Ruhestätte im Fußballmuseum gefunden.

Wie managt man eine City?

Interview mit Dortmunds neuem Citymanager Tilmann Insinger



Johanna Wehmeyer und Tilmann Insinger aus dem Citymanagement wollen gute Ideen Wirklichkeit werden lassen und setzen dabei auf den engen Schulterschluss aller, die in der City etwas bewegen wollen.

Tilmann Insinger leitet das im März gestartete neue Dortmunder Citymanagement. Im Interview mit „aufbruch city“ berichtet er, wie er gemeinsam mit seinen Kolleg*innen und der Stadtgesellschaft die City voranbringen will.

Herr Insinger, Manager kennt man aus Unternehmen, von Fußball-Bundesligisten oder auch als Projektmanager. Wie aber managt man eine ganze City?

Indem man der City zuhört, ihre Facetten zusammenbringt und sie als Ganzes unterstützt. Unser Job ist es, die vielen Akteur*innen mit verschiedenen Interessen hinter dem gemeinsamen Ziel einer starken City zu versammeln. Dabei geht es darum, innerhalb gewisser Leitplanken gemeinsam gute Ideen für die Zukunft zu entwickeln. Damit eine gute Idee Wirklichkeit wird, kommt das Citymanagement erneut ins Spiel: Für die Umsetzung braucht es Beratung, Überblick, Koordinierung, manchmal auch Geld – und hier und da ein bisschen Klinkenputzen in den Ämtern. Auch das gehört zu den Aufgaben des Citymanagements: als Anwalt privater Akteur*innen in der Verwaltung zu handeln, damit Dinge möglich werden.

Was heißt das konkret, woraus besteht ihr Arbeitstag?

Vor allem aus kommunizieren, kommunizieren, kommunizieren. Gespräche vor Ort führen, ansprechbar sein, Menschen treffen und zusammenbringen. Dabei helfen uns bestehende Netzwerke, die schon lange existieren. Viele Kommunikationskanäle wurden auch in jüngerer Vergangenheit aufgebaut, etwa im Prozess „Miteinander. Mitte. Machen.“, mit dem wir das Citymanagement für Dortmund vorbereitet und entwickelt haben. Dennoch möchte ich manche Ansätze jetzt auf die nächste Stufe heben, als optimale Basis für weitere Schritte.

Wenn Sie jetzt die „gebündelte Anlaufstelle und Schaltzentrale“ für die City sind – können sich alle anderen gemütlich zurücklehnen, weil sie wissen, Sie werden das Kind schon schaukeln?

Im Gegenteil – mit dem Citymanagement kommt zusätzlicher Schwung in die Sache, aber allein können wir wenig bewegen. Und Teil des Jobs ist es auch, beharrlich zu sein, nachzuhaken – und vielleicht auch dem einen oder anderen ein bisschen auf die Nerven zu fallen. Cityentwicklung ist Gemeinschaftsaufgabe. Das klingt mittlerweile fast wie eine Floskel, weil man es schon so oft gehört hat. Aber es ist einfach wahr: Die City gehört nicht der Verwaltung, auch nicht den Händler*innen, den Immobilieneigentümer*innen oder den Besucher*innen – und doch ist sie unser aller City. Voran geht es nur gemeinsam. Öffentlich-private

Partnerschaften sind ein Schlüssel zum Erfolg. Ziel ist es immer, die Leute mit den Ideen und die Leute mit den Mitteln zur Umsetzung zusammenzubringen.

Sie haben berufliche Erfahrung in anderen Orten und beobachten die Entwicklungen in anderen Kommunen. Ist das Bild überall gleich, oder hat Dortmunds City besondere Herausforderungen und Stärken?

Mit den Fragen, die wir hier diskutieren, steht Dortmund bei weitem nicht alleine da. Der Wandel im Handel ist überall eine Herausforderung. Aber auch der Drogenkonsum im öffentlichen Raum und die aggressive Bettetei sind etwa in anderen Ruhrgebietsstädten gleichermaßen ein Problem. Hier ist Dortmund mit dem Sonderstab Ordnung und Stadtleben des Oberbürgermeisters gut aufgestellt. Der oft thematisierte Leerstand ist an manch anderen Orten deutlich gravierender als in Dortmund. Natürlich ist es gleichwohl eine Herausforderung und natürlich gehen wir das Thema an, zum Beispiel mit dem Anmietungs-Fonds. Aber bei uns gibt es Fluktuation, es gibt Nachfrage nach Geschäftsräumen. Da sind andere Städte an ganz anderen Punkten. Auch die unbeliebten City-Baustellen sind letztlich ein gutes Zeichen. Denn dort, wo am öffentlichen Raum gearbeitet wird, wird die City künftig schöner, die Aufenthaltsqualität steigt. Und jede Immobilie, an der gebaut wird, ist eine Investition – da glaubt jemand an den Standort Dortmund! Dabei sehen wir, dass nicht nur Handel kommt, sondern auch zum Beispiel das Wohnen eine zunehmende Rolle spielt, Gastronomie oder Freizeitangebote – wie zum Beispiel bei der ehemaligen Conrad-Immobilie oder der jetzigen C&A-Immobilie. Neue Nutzungen drängen in die Innenstadt. Auch das ist ein Zeichen ihrer Vitalität.

Wo sehen Sie denn in Dortmund die besten konkreten Ansatzpunkte für die Arbeit des Citymanagements? Was können und wollen Sie mit Ihrer Arbeit verändern?

Wir möchten der City helfen, sich gemäß den neun Quartiersprofilen weiterzuentwickeln und zu entfalten. Das Klosterviertel braucht andere Maßnahmen als der Hellweg, das Katharinenviertel andere als das Rosenviertel. Diese kleinteilige Betrachtung hilft, die Vielfalt des Innenstadtlebens aufzufächern. Entsprechend zielgenau sprechen wir die privaten Akteur*innen an und motivieren sie, sich einzubringen. Dort, wo der Handel stark ist, möchte ich gemeinsame Aktionen der Händler*innen auf die Beine stellen. Ich glaube, da ist noch Luft nach oben.

Was haben Sie schon ins Rollen gebracht, was sind erste Amtshandlungen?

Auch hier gilt: kommunizieren, kommunizieren, kommunizieren! In den Wochen seit meinem Start hat sich eine

unglaubliche Bandbreite von Menschen bei mir gemeldet. Weil sie Interesse an der City haben und sich vorstellen können, hier was zu machen. Das ist ein großes Pfund! Das Spektrum reicht dabei von Tourismus über Handel, Soziales, Nightlife, Kunst und Kultur sowie Kreativwirtschaft bis zu Freizeitangeboten. Natürlich habe ich auch mit örtlichen Gewerbetreibenden, Immobilieneigentümer*innen und Politiker*innen gesprochen. Konkret haben wir den City-Fonds (→ Seite 1) für die öffentliche Förderung privater Vorhaben aktiviert. Und den Anmietungs-Fonds, der leerstehende Ladenlokale für neue Nutzer*innen günstiger verfügbar macht. Außerdem fangen wir ja nicht bei Null an – spätestens seit 2021 und dem Prozess „Miteinander. Mitte. Machen.“ steht die City im Fokus. Die Verwaltung hat Projekte in allen neun Quartieren gestartet, zudem sind Maßnahmen für 1,87 Millionen Euro aus dem NRW-Programm „Zukunftsfähige Innenstädte und Ortszentren“ auf den Weg gebracht.

Wenn Sie durch die City gehen – was ist in Ihren Augen ein Ort mit besonders viel Potenzial?

Es gibt vor allem Orte, die mich emotional ansprechen. Und darum geht es letzten Endes: Wenn die City gute Gefühle weckt, dann sind Menschen gern dort. Das Potenzial dafür hat in meinen Augen zum Beispiel der Stadtgarten. Natürlich gibt es dort offenkundige Problemlagen, an denen zurecht auch gearbeitet wird. Aber wenn ich morgens auf dem Weg zur Arbeit am Gauklerbrunnen vorbeigehe, empfinde ich das Was-

erspiel in der Grünanlage als echte Wohltat. Solche Stärken müssen wir sehen und ausbauen. Es gibt in der City viel zu tun, ohne Frage – aber wir dürfen nicht darin verfallen, uns ständig nur an den Problemen entlang zu hangeln. Unsere City hat Stärken, sie hat Potenzial, und sie hat Zukunft. Davon bin ich absolut überzeugt.

Das Team

Tilmann Insinger ist Raumplaner, lebt seit 1997 in Dortmund und war zuvor im Amt für Stadterneuerung Projektleiter im Team City. Aus früherer Tätigkeit in einem Planungsbüro bringt er Erfahrung im Citymanagement anderer Kommunen mit. Auch für zahlreiche weitere Stadtentwicklungsprozesse hat er an der Schnittstelle zwischen Verwaltung, Politik, Wirtschaft und Zivilgesellschaft gearbeitet. In Dortmund hat Insinger bereits den Aufbau des Vereins Qualitätsroute begleitet.

Johanna Wehmeyer ist Verwaltungsfachangestellte. Nach ihrer erfolgreichen Ausbildung bei der Stadt Dortmund ist sie direkt eingestiegen als Fachkraft im Citymanagement.

Eine dritte Person komplettiert ab dem Sommer das Team.

Kontakt zum Citymanagement

- Telefon: (0231) 50 2 26 73
- E-Mail: citymanagement@dortmund.de
- Persönlich: bis Mitte August im „Projektor“ (Westenhellweg 136), donnerstags von 15 bis 17 Uhr



SUSANNE WANDERS-RUTSCH

Die 58-jährige Bankkauffrau wohnt in Dortmund und geht jeden Morgen quer durch den Stadtgarten zur Dortmunder Volksbank. Sie und ihre insgesamt sieben Kolleginnen des Empfangs-Teams sehen tagtäglich mehrere Hundert Passant*innen, die an dem Glasbau vorbeikommen.

Stimmen zur City

Seit zehn Jahren arbeite ich mit Blick auf die Betenstraße am Empfang der Dortmunder Volksbank. Da bekommt man vieles mit, was vor der Tür passiert. Wir sind Ansprechpartner für Mitglieder, Kundinnen und Kunden aus unserem inzwischen großen Einzugsgebiet, die neben einem Besuch in der City uns ebenfalls aufsuchen. Oft sind Themen wie die schnelle Verschmutzung, die rückläufige Vielfalt des Einzelhandels und das persönliche Unsicherheitsempfinden Gesprächsstoff. Besonders an Markttagen oder bei Events auf den unterschiedlichen Plätzen ist die City jedoch gut besucht. Hier gilt es, anzuknüpfen und zu fördern. Dann herrscht überall Leben und gute Stimmung. Mehr Strahlkraft nach außen würde der City gut zu Gesicht stehen. Dortmund ist eine Metropole im Ruhrgebiet, dies sollte man hier auch erleben können. Individuelle Geschäfte, sei es mit Alleinstellungsmerkmalen, traditionell geprägt und qualitätsorientiert könnten in höherer Zahl zur Attraktivität beitragen.



Ein imposanter Schwan ziert den großen Kasten am Schwanenwall. Viele kleinere Kästen wie an der Kleppingstraße (Bild unten) bringen mit kräftig grünem Gras und leuchtend blauem Himmel einfach positive Stimmung in das Stadtbild.

Bunte Stromkästen für ein farbenfrohes Stadtbild

Grau war gestern: Für ein farbenfrohes Stadtbild lässt DONETZ als Betreiberin des Dortmunder Energieversorgungsnetzes ihre Stromkästen nicht nur in der City, sondern im gesamten Stadtgebiet nach und nach kreativ gestalten. 350 Anlagen sind bereits visuell aufgehübscht worden – sei es durch Folie, Anstrich oder auch Graffiti. „Neue Ortsnetzstationen und auch größere Stationen erhalten künftig von vorneherein eine kreative Optik. Im Schnitt sind das 20 bis 30 Stück pro Jahr. Auch Umspannanlagen und Hauptverteileranlagen werden direkt im Bau so gestaltet, dass sie sich optimal in ihre Umgebung einfügen“, berichtet Jana-Larissa Marx, Leiterin der Unternehmenskommunikation der DEW21.

So greifen die Motive typische Details ihres Umfeldes auf, wie beispielsweise am Schwanenwall ein großer Schwan, in der Speicherstraße Hafenkräne oder in der Wittekindstraße Bildausschnitte des Stadions. Manchmal sind es auch Dinge, die seltener im Stadtbild vorhanden sind – wie eine saftig-grüne Wiese mit strahlend blauem Himmel. Diese Maßnahmen sollen nicht nur der teilweise vorhandenen Eintönigkeit entgegenwirken, sondern

auch Schmierereien verhindern. „Unsere Erfahrung, insbesondere in der Zusammenarbeit mit den Künstlerinnen und Künstlern von ‚More Than Words‘, ist, dass künstlerische Gestaltungen wesentlich nachhaltiger sind. Es gibt kaum Verunreinigungen, das ist eine sehr positive Entwicklung“, zeigt sich Marx erfreut.

Darüber hinaus dürfen pädagogische Einrichtungen wie Schulen und Kitas oder Vereine, Initiativen und Privatpersonen ihrer Kreativität freien Lauf lassen und ihre Gestaltungsideen für die Verteilerkästen einreichen. Dies soll im Rahmen eines jährlichen Initiativprogramms organisiert werden. Zur Koordination wird momentan ein spezielles Portal entwickelt, das voraussichtlich in der zweiten Jahreshälfte online geht.

Doch DONETZ ist nicht der einzige Versorger, der Schalt- und Steuerschränke oder Verteilerkästen im Stadtgebiet betreibt. Einige gehören auch der Stadt Dortmund, der Telekom oder anderen Netzbetreibern. „Ziel ist es, dass nach und nach alle Stationen und Kästen bunt werden und somit mehr Farbe in unsere Stadt einzieht“, so der

Wunsch von Jana-Larissa Marx. Für die Kästen der Stadt Dortmund wird ein Motivkonzept gemeinsam mit dem Fachbereich Marketing + Kommunikation entwickelt.

Um die Identifizierung der verschiedenen Stromkästen zu erleichtern, hat DONETZ einen Flyer erarbeitet, der eine Übersicht über die verschiedenen Anlagen und Verantwortlichkeiten bietet. Auf diese Weise können Bürger*innen ihre Reinigungs- oder Gestaltungswünsche direkt an die richtigen Unternehmen richten.



Was auch noch passiert in der City ...

Außergastronomie das ganze Jahr
Entspannt und windgeschützt einen heißen Kaffee in klarer Herbstluft in der City genießen – das ist nun dauerhaft möglich. Denn die Stadt macht eine Ausnahme aus Corona-Zeiten zur Regel und erlaubt generell die Nutzung mobiler Windschutzelemente. Das Ziel: attraktive Außergastronomie das ganze Jahr über, um Dortmund als urbanen Ausgeh-Standort zu stärken.

Bis Ende 2023 hatte eine befristete Regelung aus dem Herbst 2020 gegolten. Diese hatte der Gastronomie in der Pandemie geholfen, ihr Angebot ins Freie zu verlagern. Das traf einen Nerv, denn schon vor Corona war der Wunsch nach ganzjähriger Außergastronomie groß. Die neue Regelung bringt nun vor allem Planungssicherheit für die Betriebe, die in den mobilen Windschutz investieren. Denn die Kosten für hochwertige Elemente liegen bei 250 bis 500 Euro je laufendem Meter – und auf Hochwertigkeit legt die Stadt Wert: Der Windschutz darf nicht „Marke Eigenbau“ sein, sondern muss gestalterischen Mindestanforderungen entsprechen. Zulässig sind nur teil- oder volltransparente Elemente, die maximal 1,80 Meter hoch sind. Zum Wetter-schutz können sie mit Schirmen oder Markisen kombiniert

werden. Teppiche, Podeste und andere Bodenbeläge hingegen bleiben auf öffentlichen Wegeflächen tabu.

Paradiesgarten und Pop-up-Biergarten
Das Gartenidyll an der Reinoldikirche, der Paradiesgarten, kehrt auch in diesem Sommer zurück und lädt wieder zum Verweilen ein. Vom 10. Juni bis zum 30. September gastiert die Oase auf Zeit zum vierten Mal in der City. Dann grünt es nicht nur im Schatten der großen Stadtkirche, es gibt auch viel zu erfahren über das Thema Nachhaltigkeit. Das Grünflächenamt greift damit das von der Host City Dortmund entwickelte Nachhaltigkeitskonzept für die UEFA EURO 2024 auf und hat eine besondere Entdeckungsreise kreiert: einen Nachhaltigkeitsparcours, der auch für Schul-klassen Angebote macht. Sieben Stationen wird es geben. Themen sind zum Beispiel: nachhaltige Ernährung, sauberes Wasser, fairer Handel und Mobilität. Auch eine Bühne ist in die Gartenlandschaft integriert. Das Musikprogramm wird die Besucher*innen wieder im Vorbeigehen überraschen. Eine Neuauflage gibt es auch für den Pop-up-Biergarten. Dieser hat erstmals im vergangenen Jahr als Nachbar vor der Reinoldikirche einen Hauch von Kleingartenatmosphäre mit Upcycling-Look verbreitet.

Er wird zum ersten EURO-Spiel in Dortmund fertig und bleibt dann bis zum Microfestival am 9. und 10. August.



impressum

Infoheft „aufbruch city“

Herausgeberin:

Stadt Dortmund
Amt für Stadterneuerung
Kampstraße 47, 44137 Dortmund

Verantwortlich:

Sebastian Kröger (V.i.S.d.P.)

Redaktion:

Pressestelle Stadt Dortmund
Amt für Stadterneuerung
Zilla Medienagentur GmbH

Bildnachweise:

Stephan Schütze (S. 1, S. 2, S. 4, S. 5, S. 6, S. 7, S. 8)
Dieter Menne (S. 1, S. 5)
Roland Gorecki (S. 3)
DSW21/Jörg Schimmel (S. 5)
EDG Entsorgung Dortmund GmbH (S. 3)
Bounty Communication Group GmbH (S. 2)
das Team/Studio-Gielen.de (S. 2)
Laurin Bräuning (S. 2)
Sophia Hegewald (S. 2)
More than Words (S. 3)

Kommunikationskonzept, Grafik:

Fachbereich Marketing + Kommunikation

Druck:

Schmidt, Ley + Wiegandt GmbH & Co. KG – 05/2024

Auflage: 10.000

Redaktionsschluss: 16.05.2024

Kontakt: cityentwicklung@stadtdo.de

Auflösung Bilderrätsel

Rätselbild Seite 2:

Königswall mit Blick auf die Fassade des Deutschen Fußballmuseums



Neue Spiel-Kogge am Adlerturm

Am Günter-Samtlebe-Platz im Schatten des Adlerturms läuft bald ein neues Spielschiff vom Stapel. Denn die alte hölzerne Kogge, die lange Jahre dort stand, musste Ende 2023 abgebaut werden. Der Grund: Das Holz war an vielen Stellen morsch, eine Reparatur nicht mehr möglich. Damit der Spielplatz weiterhin ein Anziehungspunkt für junge Abenteuer*innen bleibt, kommt nun Ersatz. Das Dortmunder Büro für Kinder- und Jugendinteressen und das Grünflächenamt sind sich mit der Leitung des Kindermuseums Adlerturm einig: Eine Kogge passt weiterhin am besten zum Standort und zum Konzept des benachbarten Kindermuseums. Schließlich war Dortmund im 14. Jahrhundert eine wichtige Hansestadt – und dieser spannende Abschnitt der Stadtgeschichte wird den jungen Museumsbesucher*innen im Adlerturm nähergebracht. Im Anschluss an die Tour durch den Adlerturm ist also auch künftig wieder austoben auf einem thematisch passenden Spielplatz angesagt. Angesprochen sind Kinder im Alter zwischen vier und zwölf Jahren. Derzeit läuft die Gesamtplanung, sodass noch kein Liefertermin für die neuen Spielgeräte feststeht. Ziel ist, dass im Frühjahr des kommenden Jahres eine neue Kogge den Spielplatz schmückt.