



**Anspruch und Zukunft  
des „Bermuda3Eck Bochum“  
*Positionspapier und Anforderungskatalog***

von Dr. Arnold Voß

**Office for the Art of Planning – OfAP**, New York, Berlin, Bochum

im Auftrag der Immobilien- und Standortgemeinschaft (ISG) Bermuda3Eck Bochum e.V.,  
Viktoriastr. 75, 44787 Bochum

**Dezember 2008**

Das Bermuda3Eck steht unter größerem Konkurrenzdruck denn je. Trotz der Bildung der ISG ist es bislang nicht gelungen, dieses Viertel als Ganzes wieder in eine unbestrittene regionale Führungsposition zurückzuführen. Um dieses Ziel zu erreichen gilt es, die „**Marke Bermuda3Eck**“ nicht nur weiter zu stärken, sondern sie auch zu erneuern.

Das Bermuda3Eck kann seine Zukunft nur sichern, wenn es seine **Besonderheit** als **gewachsenes Viertel** einerseits bewahrt und andererseits seinem **Angebotsmix** und äußerem Erscheinungsbild neue Elemente hinzufügt. Es geht um die Weiterführung des eigenen Weges, ohne die Zeichen der Zeit zu missachten. Dieser Weg war bis zur Etablierung des Standortes im Wesentlichen durch folgende Eigenschaften bestimmt:

- Standortentwicklung durch Innovation
- Kreatives Chaos in der Gestaltung
- Kooperative Konkurrenz der Akteure

Es gilt, an diese **Kernkompetenzen** wieder anzuknüpfen, ohne dabei die veränderten Rahmenbedingungen außer Acht zu lassen. Diese bestehen für das kommende Jahrzehnt im Wesentlichen in

- der weiter verstärkten Angebots-Konkurrenz mit anderen Standorten;
- der zunehmenden „Mall-isierung“ zentral gelegener öffentlicher Räume;
- der seitens der Kommune geplanten städtebaulichen und nutzungsstrukturellen Veränderung in der unmittelbaren räumlichen Umgebung;
- den neuen Möglichkeiten dauerhafter standortinterner Kooperation durch die ISG-Gesetzgebung des Landes NRW.

Es geht dabei auch und vor allem um die **Produktion eines eigenen** wiedererkennbaren und zugleich zukunftsfähigen **Raum-Bildes**, das einerseits an die bisherige Prägung der Besucher anschließt und dieselben andererseits in eine neue „Epoche“ des Bermuda3Ecks zu führen respektive zu begleiten in der Lage ist.

Dieses sollte sich, wenn möglich, in das Zukunftsbild der Stadt Bochum einfügen, ja es mit prägen.

Sinnvoll wird dies durch die neuerliche Orientierung an den Begriff der „kreativen Stadt Bochum“, deren **interaktives und kommunikatives Zentrum** das Bermuda3Eck werden könnte und sollte, und das im doppelten Sinn: Als personale Bündelung (Treffpunkt) und als sozialräumliche Atmosphäre (Ambiente).

**Individualität und Offenheit** für das Andere und den Anderen sind die bisherigen und zugleich und verstärkt die zukünftigen sozialen Wahrzeichen des Viertels, die sich auch in ein räumlich-gestalterisches Bild überführen lassen sollten: Das gewachsene und nichtsdestotrotz geordnete Chaos. Individualität und Offenheit treffen auf formgebende Struktur, die jedoch einen flexiblen und nicht einen starren Rahmen darstellt. „Gewachsenheit“ wird damit erst zum Markenzeichen und setzt sich deutlich vom allgemeinen Trend zur perfekt uniformen Umgebung ab.

Dies jedoch nicht, ohne die Vorteile der Mall zu verlieren: Sicherheit, Sauberkeit, **Gestaltungsfähigkeit** und vor allem ein gemeinsames Management des Standortangebotes. Hier bietet die ISG genau den organisatorischen Rahmen, der einerseits die Individualität der Anbieter und Anlieger als innovative Wettbewerber erlaubt, ohne andererseits auf einen gemeinsamen gestalterischen und angebotsstrukturellen Rahmen zu verzichten.

**Individualität** muss dabei auch ein Teil des Straßenbildes und -profils bewahren. Der Rahmen einer gleichen und gleichgestalteten Pflasterung z.B. kann nicht bedeuten, dass auch die Bestuhlung und sonstige Möblierung durch die verschiedenen Anlieger normiert werden. Im Gegenteil, hier sowie im Innenraum muss größtmögliche Eigengestaltung gewährleistet sein, um eine innovative Wettbewerbsdynamik innerhalb des Standortes zu erhalten, beziehungsweise zu fördern.

Die **städtebauliche Ästhetik** des Bermuda3Ecks eignet sich dagegen nur sehr eingeschränkt als gestalterisches Markenzeichen. Die diesbezüglichen Verbesserungsbemühungen sollten sich deswegen auf die Inszenierung der wenigen dazu geeigneten Gebäude bzw. auf gelungene Ergänzungs- und Neubauten wie z.B. die Hochhausaufstockung des Parkhauses beschränken. Das Bermuda3Eck kann als Ganzes kaum schöner, dafür aber umso einmaliger werden.

Die Steigerung der ästhetischen Qualität sollte stattdessen vermehrt durch jede Art von Kunst und Design im öffentlichen Raum gesucht werden. Als „Oberzeichen“ scheint die „**Bermuda-Sonne**“ dazu hervorragend geeignet, wenn der Engelbertplatz als Stand- respektive Aufhängort gewählt und damit zum „Platz unter der Sonne“ wird. Ein **zentrales Zeichen** für ein Viertel braucht einen zentralen Ort im Viertel, der möglichst viele Sichtbeziehungen auf dieses Zeichen bietet. Das ist nur auf bzw. über dem Engelbertplatz gewährleistet.

Die Weiterentwicklung des Bermuda3Ecks zum kreativen Hot-Spot verlangt aber nicht nur neue materielle Gestaltungselemente, sondern, wie oben schon erwähnt, die **Produktion einer kreativen Atmosphäre**, die nicht nur sicht- sondern auch fühlbar, d.h. sinnlicher Natur ist. Der „Erlebnisraum Innenstadt“ sollte hier einen hervorgehobenen Ort bekommen bzw. seine dafür schon vorhandenen Potentiale weiter ausbauen.

Diese sind:

- Der in der ganzen Region bekannte und etablierte Treffpunkt- und Eventcharakter;
- die überdurchschnittliche Mischung des Generations- und des Kulturhintergrundes der Besucher;
- das vor allem in den Sommermonaten überdurchschnittlich ausgeprägte mediterrane Ambiente durch die hohe Dichte und Größe der Außengastronomie;
- die unmittelbare räumliche Nähe zu unterschiedlichsten hochqualifizierten lokal und überlokal orientierten Kulturangeboten;
- der über die Gastronomie weit hinausreichende gesamte Branchenmix des Viertels.

Sowohl was die innovative Vielfalt der Gastronomie als auch was den sonstigen Branchenmix betrifft, gilt es, den kreativen Anteil in Zukunft zu erhöhen und dabei die **kulturelle Verbindung zwischen Freizeit und Arbeit**, Vergnügen und Kunst sowie Kunst und Konsum zu vertiefen bzw. neu zu gestalten. Die Individualität als Markenzeichen heißt hier in ihrer Steigerung nicht nur, aber auch und mehr als bisher: **Vielfalt!**

Das Bermuda3Eck darf dabei seinen **Spaß- und Entertainmentfaktor** nicht verlieren und muss weiterhin für alle da sein - aber eben nicht für jeden! Dabei soll Kreativität im Bermuda3Eck weniger hierarchisch (Elite), denn als „differenter Lebensstil“ aufgefasst und interpretiert werden. Dieser sollte weniger an Geld und Status, dafür aber umso mehr an die Art, wie man mit der Welt umgeht, gebunden sein. Die Individualität des Viertels soll in gewisser Weise den Besucher in seiner Individualität bestärken, diese fördern und ihr vor allem den **Kontakt mit anderen Kreativen** ermöglichen. Die Message lautet: Im Bermuda3Eck darf man anders sein und man trifft dort auf Menschen, die anders sind als man selbst. Die Atmosphäre im Bermuda3Eck hat diese Message zu vermitteln, hat sie als Ambiente sinnlich erlebbar zu machen.

Mit diesem Markenzeichen soll das Bermuda3Eck die eher konventionell denkenden und handelnden Menschen nicht verdrängen. Im Gegenteil, es soll sie mit den Kreativen an einem Ort zusammenführen, wo niemand gezwungen ist, so zu sein wie die anderen. Wo man sich gegenseitig auch einfach so sein lassen kann, wie man ist. **Kreativität ist hier Option und nicht Zwang** oder Status. Die Kreativen sind hier Teil der Gesellschaft, das Salz in ihrer Suppe.

Einfach nur Gesehen- und Gesehenwerden wird trotzdem und gerade deswegen weiterhin ein wichtiger Bestandteil der Bermuda3Eck-Identität bleiben. Der Massengeschmack, einschließlich seiner unvermeidlichen Kettenangebote, bleibt damit auch in Zukunft ein fester Bestandteil des Viertels, der jedoch im Rahmen der Immobilien- und Standortgemeinschaft, wenn irgendwie möglich, selbst gestaltbar, respektive beeinflussbar gemacht werden sollte. Die Anpassung an den besonderen Ort, sprich eine zumindest partielle **bermudagemäße Individualisierung**, sollte hier der Verhandlungsgegenstand sein.

Insgesamt befindet sich das Bermuda3Eck mit dem zentralen Anspruch auf „gewachsene Individualität“ jedoch auf einem Weg, der gegen den gesellschaftlichen Gesamtstrom „künstlicher Einmaligkeit“ gerichtet ist. David kämpft hier gegen Goliath, allerdings mit der riesigen Chance, diese Auseinandersetzung mit eben den besonderen Waffen des vermeintlich Schwächeren zu gewinnen: **Intelligenz, Witz, Charme, Selbstironie** und der unvermeidlichen Portion Frechheit.

Genau dies sind auch die Eigenschaften, die das Bermuda3Eck groß gemacht haben. Nach den vergangenen Jahren der Etablierung und Stabilisierung gilt es sie erneut einzusetzen, um wieder eine Vorbild- und Spitzenfunktion für die gesamte Region und darüber hinaus einzunehmen. Mit einem Satz: Das Bermuda3Eck muss selbst wieder kreativer werden dürfen. Das verlangt einerseits eine größere (gemeinsame) Schlagkraft der ISG als bisher und andererseits eine **größere Autonomie** gegenüber der Stadtverwaltung.

Dazu wird das Bermuda3Eck einen eigenen Beitrag in Form eines eigenen **Innovationspools** leisten, der sowohl ideelle als auch materielle Unterstützung zur Weiterentwicklung des Angebotsmixes und zur standortbezogenen Kunst- und Kulturförderung bietet. Dazu muss aber auch die Stadt Bochum das Bermuda3Eck weiter stärken und der ISG einen größeren Handlungsspielraum als bisher gewährleisten bzw. einmal abgestimmte Maßnahmen auch so umsetzen, wie es mit der ISG vereinbart worden ist.

Hieraus ergeben sich die folgenden **Anforderungen** an die Politik und die Verwaltung der Stadt Bochum, die in einer neuen, dauerhaften, festgeschriebenen **Entwicklungsvereinbarung** mit der ISG Bermuda3Eck münden müssen:

A. Bezüglich der Nutzungsregelungen und Abgaben

1. Gestalterische, räumliche und organisatorische Autonomie bei der Möblierung und sonstigen Bestückung der Freisitzflächen.
2. Eine Ganzjahres-Flatrate für alle Sondernutzungsgebühren.
3. Konzessionsfreie Erlaubnis für Indoor-Livemusik in allen gastronomischen Betrieben während der von der ISG initiierten oder geleiteten Veranstaltungen.
4. Die Erweiterung der Öffnungszeiten der angrenzenden Parkhäuser.

B. Bezüglich der Kooperation

1. Wiedereinführung einer regelmäßigen Informations- und Abstimmungsrunde ähnlich dem früheren „Arbeitskreis Bermuda3Eck“ bei der IHK mit den zuständigen Personen aus Politik und Verwaltung.
2. Die ISG wird an allen – auch bereits existierenden – externen Veranstaltungsformaten auf Vereinsgebiet in puncto Konzeption und Planung rechtzeitig und maßgeblich beteiligt.

C. Bezüglich der baulich-räumlichen und verkehrlichen Infrastruktur

1. Schaffung zusätzlicher szenorientierter Einzelhandels- und Dienstleistungsangebote beim Umbau respektive der Erweiterung/Aufstockung des Parkhauses P8 zur Erweiterung/Veränderung des Branchenmixes nach Absprache mit der ISG.
2. Verbesserung/Umgestaltung der Straßenbeleuchtung entlang der Viktoriastraße.
3. Umbenennung aller quartiersbezogenen ÖPNV-Haltstellen in „Bermuda3Eck“.
4. Ausbau der innerstädtischen Beschilderung in Richtung Bermuda3Eck.

D. Bezüglich der sozialräumlichen Situation

1. Eine grundsätzliche und zugleich zeitperspektivische Lösung der sozialräumlichen Probleme im Zusammenhang mit der Drogenberatung an der Viktoriastraße.

Bochum, im Dezember 2008