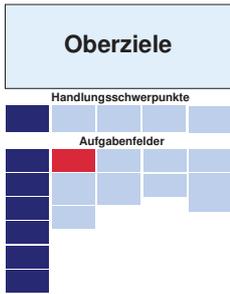


**Tabelle 10 Aufgabenfelder und Maßnahmen des Handlungsschwerpunkts „Innenstadt aufwerten“**

Aufgabenfeld	Maßnahmen*
Opel Forum als Impulsgeber nutzen	<b>Opel Forum als Impuls für Innenstadtentwicklung aktiv begleiten</b>
	Sichtbar- und Erlebbarmachen der Industriearchitektur
	Durchlässigkeit des Opel Forums zur Verknüpfung mit der Innenstadt
	Opel Forum als attraktiven innerstädtischen Wohnstandort nutzen
Einkaufsmöglichkeiten und Angebotsvielfalt im Innenstadtkern entwickeln	<b>Zügige Maßnahmenentwicklung und Umsetzung unter Berücksichtigung neuerer Einzelhandelsentwicklungen</b>
	Kooperationen zum Einzelhandelsbesatz in Opel Forum und Innenstadt
	Einbinden ausländischer Einzelhändler
	Business Improvement District initiieren
	Nutzungen aus dem Infrastrukturgürtel verlagern
Öffentlichen Raum qualifizieren	<b>Mainuferentwicklung</b>
	Inszenierung vorhandener Industriekulturpotenziale
	Strukturkonzept zum öffentlichen Raum

\*Zentrale Maßnahmen werden in fetter Schrift vorangestellt

Quelle: HA SEG



## 4.2.1 Opel Forum als Impulsgeber nutzen

### Opel Forum als Impuls für Innenstadtentwicklung aktiv begleiten

Derzeit bietet die Adam Opel GmbH die zentral gelegenen Teilbereiche der Altwerksanlagen (Gebäudekomplexe A-D/ ehemalige Hauptverwaltung und F-Areal) zum Verkauf an. Mit einer Grundstücksgröße von ca. 98.000 qm soll das geplante Entwicklungsprojekt „Opel Forum“ als Standort für Büro-, Einzelhandels-, Wohn- und Hotelnutzung entwickelt werden.

Das Opel Forum vereint eine Reihe von Merkmalen, die es als das herausragende Projekt für Rüsselsheim kennzeichnen:

- Optimale Lage im Innenstadtkern,
- Repräsentative Eingangssituation,
- Einmalige Industriearchitektur,
- Identifikation der Bevölkerung und
- Ideale Anbindung an den regionalen und überregionalen öffentlichen Verkehr.

#### „Opel Forum“

Der Name Opel Forum wurde bewusst gewählt, um den neuen Nutzungen in den historischen Gebäuden einen modernen Titel zu geben.

Ein Industriekulturdenkmal vom Rang des Opel-Altwerks wird mit dem Begriff „Forum“ u.E. nicht ausreichend gewürdigt und zwar in dem Sinne, dass Authentizität verloren geht. Ein neuer Name, der der Historie Rechnung trägt, dient eher dem Image der Stadt und der Marke Opel.

Bsp.: Das Weltkulturerbe der UNESCO heißt weiterhin „Zeche Zollverein“ auch wenn es heute Designzentrum/ Museum und Hochschulstandort ist.

Ohne zu übertreiben kann hier von dem bei weitem wichtigsten Projekt der Stadtentwicklung in Rüsselsheim gesprochen werden. Und es kommt gerade noch rechtzeitig, denn der „trading down“ Prozess<sup>19</sup> in der Innenstadt ist seit einigen Jahren im Gange. Inzwischen setzen faktische Wertverluste innerstädtischer Immobilien ein.

Die Neunutzung des historischen Werks hat zwei Funktionen: eine (externe) imagebildende für Rüsselsheim insgesamt und für seine Profilierung und Bekanntheit in der Region sowie eine (interne) als Nukleus für die Innenstadtentwicklung als Zentrum öffentlichen Lebens und als identitätsbelebender Impuls.

Das Interesse von GM ist, das Gelände ohne finanziellen Verlust zu vermarkten, seinem eigenen Entwicklungs- und Produktionsstandort einen attraktiven Imagerträger hinzuzufügen und die Bindung an die Marke Opel zu manifestieren. Das Interesse der Stadt muss es sein, diesen

wichtigsten Ort ihrer Innenstadt und ihrer Identität als einmalige Chance zu sehen und mitzugestalten.

<sup>19</sup> "Trading down" bezeichnet den Trend zum Ersatz höherwertiger und -preisiger Angebote durch niedrigpreisige Angebote. Damit einher geht häufig eine Verflachung (Banalisierung) des Angebotes, des Ladenbaus, der Außenwerbung wie auch des Qualifikationsniveaus der Beschäftigten.

Um die beabsichtigte Initialzündung zu erreichen sollten eine Vielzahl unterschiedlicher Funktionen im Opel Forum etabliert werden:

- **Kultur** (automobile Kultur, öffentliche Kultur der Stadt Rüsselsheim, private Kultur wie z.B. Ateliers und Künstlerwohnungen),
- **Handel** (zielgruppenorientierte Angebote und Services, Ergänzung der Nahversorgung des täglichen Bedarfs für die Innenstadt, internationale Waren),
- **Gastronomie** (vom Frühstück bis in die Nacht, Nutzung der Atmosphäre der Industriekultur),
- **Dienstleistungen/ Freizeit** (Wellness/ Fitness/ Tanz/ Kampfsport, Medizin/ Rehabilitation/ Geburtshilfe, Hotel) und
- **Wohnen** (Lofts und Maisonnetten, Ateliers, studentisches Wohnen, siehe auch Handlungsschwerpunkt „Wohnen attraktiver gestalten“).

Der zukünftige Einzelhandelsstandort Opel Forum sollte ein komplementäres Element zum bestehenden Einzelhandel sein. Im Idealfall gleicht das neue Angebot die bestehenden Angebotsdefizite aus und gibt den Impuls zu Verbesserungen des Einzelhandels im Bestand. Mit neuen Attraktionen können Kunden gewonnen werden, die die Rüsselsheimer Innenstadt sonst nicht besuchen. Waren des täglichen Bedarfs wurden in der Vergangenheit an dezentralen Standorten ausgebaut. In guter Qualität fehlt dieses Segment in der Innenstadt.



Meilenwerk Düsseldorf zur Eröffnung am 17.09.06

Die ins Auge gefasste Integration eines „Opelmuseums“ wird Besucher aus dem ganzen Rhein-Main-Gebiet und darüber hinaus anziehen können. Das Konzept des „Meilenwerks“ aus Berlin (und neuerdings Düsseldorf) könnte im Opel Forum für das Rhein-Main-Gebiet übertragbar sein. Diese Geschäfts- und gleichzeitig Technikkulturidee könnte geradezu ideal die Potenziale des historischen Werks nutzen. Die quantitative und qualitative Anziehung von Kunden wird verknüpft mit der Präsentation und Pflege des „Kulturgutes Auto“.

Ein gewisser Konflikt besteht in der „Markentreue“ zu Opel, denn das Meilenwerk-Konzept sieht ausdrücklich die Vielfalt der Marken und Preisklassen bei den gezeigten Automobilen vor. Es ist sicherlich möglich und naturgemäß zu erwarten, dass sich allein aus dem vorhandenen Know-how und den örtlichen Kunden ohnehin ein Schwerpunkt für Opel bilden wird. Unter Umständen sind spezielle Vereinbarungen mit den Betreibern zu treffen. In der Kombination eines Opelmuseums und der Ergänzung durch das „Meilenwerk“ liegt kein Widerspruch. Außerdem wäre das „Meilenwerk“ ein willkommener Frequenzbringer zahlungskräftiger Kunden für den Einzelhandel.

Dem Thema Kultur ist ein eigener Handlungsschwerpunkt gewidmet (siehe Kapitel 4.5). Zum neuen Leben im Opel Forum gehört zwingend eine kulturelle Komponente. In der

### Meilenwerk – Forum für Fahrkultur

Drei Jahre nach Inbetriebnahme des ersten Meilenwerks in Berlin (12.000 qm in einem ehemaligen Straßenbahn-depot) ist im September 2006 in Düsseldorf das zweite Meilenwerk (19.000 qm) in einem denkmalgeschützten Ringlokschuppen eröffnet worden.

Es bietet:

- Alles unter einem Dach für Eigentümer und Fans klassischer Autos (auch Motorräder)
- Mode, Literatur, Modelle, aber auch Versicherung, Leasing rund um klassische Autos
- Servicezentrum (Werkstätten, Clubs, Garagen)
- Eventlocation mit Gastronomie
- In Düsseldorf 120 Mitarbeiter
- In Berlin 400.000 Besucher pro Jahr

Vom kultigen Käfer bis zur kostspieligen Rarität wird das ganze Spektrum der Szene zu moderaten Preisen ausgestellt.

### Airrailcenter (Hotel, Büros, Praxen, Einzelhandel/ Gastronomie)

(Quelle: www.ivg.de und www.immobilienzzeitung.de vom 06.10.06)

Investor: Fraport/ IVG  
 Gesamtfläche: 117.000 qm, 60.000 qm im 1. Abschnitt  
 Baubeginn: noch in 2007  
 Einzelhandel/  
 Gastronomie: 3.500 qm  
 Investition: 660 Mio Euro

### Weiterstadt (nur Einzelhandel/ Gastronomie)

(Quelle: www.sonaesierra.com vom 06.10.06)

Investor: Sonae Sierra  
 Gesamtfläche: 56.000 qm  
 Fertigstellung: 2008  
 Parkplätze: 2.750  
 Investition: 200 Mio Euro

### Opel Forum

(Quelle: „Aufforderung zum Kaufangebot“ von Jones Lang LaSalle im Auftrag von GM Europe 2006)

Gesamtfläche: 163.800 qm (Bebauung)

einmaligen Kombination von Industriearchitektur und Flächenverfügbarkeit sollte es möglich sein, eine multifunktionale Studio-Bühne einzurichten. Sie kann für Theater, Vereine, Konzerte, Lesungen, Opel-Events – kurz Veranstaltungen vielfältigster Art – genutzt werden. Dabei erfüllt sie mehrere Funktionen: 1. sie ist das Element, um das Opel Forum von Einkaufszentren, wie sie z.B. gerade aufwändig am Flughafen (Airrailcenter) und im nahe gelegenen Weiterstadt entstehen, zu unterscheiden (auch übliche Verbrauchermärkte werden in der Umgebung an mehreren Standorten entwickelt), 2. in Kombination mit dem exklusiven historischen Werksambiente bietet sich die Chance für einen im Rhein-Main-Gebiet einmaligen Veranstaltungsort, 3. im Zusammenspiel mit dem zu gestalteten Classic-Center werden Zielgruppen erreicht, mit denen man sich in Rüsselsheim bisher schwer tut, nämlich den höher qualifizierten, freizeitorientierten 30- bis 45-Jährigen.

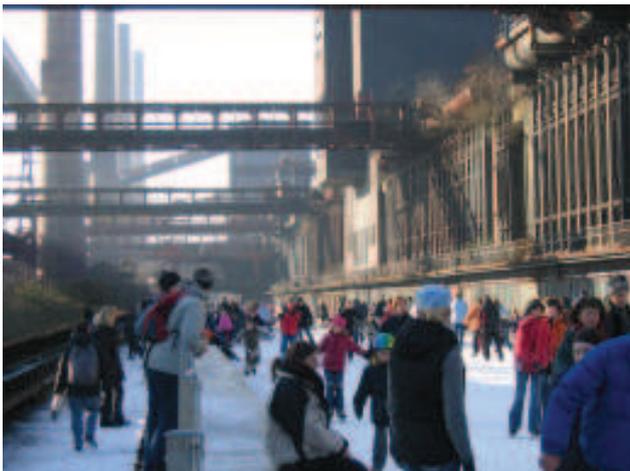
Der Dialog zwischen GM, verschiedenen Ämtern der Stadtverwaltung, der Stadtentwicklungsgesellschaft und der Landesdenkmalpflege ist bereits intensiv im Gange. Demnächst wird die Entscheidung für einen Investor getroffen. Eine konstante stadtinterne fachbereichsübergreifende Projektgruppe „Opel-Werksgelände“ ist notwendig, die für den Investor/ GM und die Landesdenkmalpflege ein verlässlicher Partner ist und die die städtischen Interessen bündelt und vertritt. Dies ist umso bedeutender, als davon auszugehen ist, dass sich auf lange Sicht für weitere Werksareale neue Nutzungen oder Nutzungsänderungen ergeben können. Damit besteht frühzeitig Raum für eine konzeptionelle Herangehensweise und der wichtigste Arbeitgeber der Stadt wäre in einen Informationsaustausch eingebunden.

**Hauptakteure:** Fachämter der Stadtverwaltung, STEG, Landesdenkmalpflege, Investoren, GM

Zielgruppen: Bürger der Stadt Rüsselsheim und der Region, Gäste und Touristen aus dem gesamten Bundesgebiet, Autoklassiker-Szene

Umsetzungshorizont: Unmittelbare Bildung der Projektgruppe (ab November 2006 sollen laut Ausschreibung Verhandlungen mit potenziellen Käufern geführt werden), danach kontinuierliche Begleitung.

### Sichtbar- und Erlebarmachen der Industriearchitektur



Eisbahn Kokerei Zollverein, Essen 2005/ 2006

Schon lange vor Frank O. Gehrys spektakulärem Guggenheim-Museum in Bilbao haben Bauherren den „Bilbao-Effekt“ genutzt, um mit signifikanten Gebäuden Unternehmens- oder Stadtmarketing im weitesten Sinne zu betreiben. Architektur visualisiert unternehmerische Innovationskraft, Kreativität oder Solidität des Firmensitzes. Dem folgen etwa die Commerzbank oder Lufthansa schon lange, nunmehr aber auch immer mehr Unternehmen, die die Marketingwirkung guter Architektur erkannt haben.



Einkaufen in der ehemaligen Kaue der Alten Zeche, Waltrop

Nicht nur bezogen auf die Stadt Rüsselsheim, sondern für die gesamte Region Rhein-Main und das Land Hessen sind die Gebäude des Opel Altwerks einmalig. Es sind exemplarische Industrieanlagen, die Zeugnis ablegen von bedeutenden historischen Ereignissen in der Unternehmens- und Industriegeschichte. Sie dokumentieren bauhistorisch bzw. technisch wichtige Leistungen in Architektur und Ingenieurwesen und haben darüber hinaus in Rüsselsheim räumlich-städtische Qualitäten durch die Lage an der historischen Achse zum Fluss.

Im Ruhrgebiet, aber auch andernorts, sind solche Stätten erfolgreich mit neuem Leben gefüllt worden. Zum Teil mit immenser öffentlicher Förderung und hohen Folgekosten, zum Teil aber auch mit sehr geringen Mitteln. In jedem

Fall aber mit einem enormen Gewinn für den Struktur- und damit Imagewandel des Ruhrgebiets, seiner Städte und Freiräume, insbesondere z.B. Dortmund oder Essen.

Als einen „historischen Komplex mit höchstem Entwicklungspotenzial an einem idealen Standort“ benennen die Immobilienberater der GM Europe GmbH das Opel Forum. Auch sie gehen aufgrund des hohen Stellenwerts des Umbauprojekts von einer positiven Wirkung für das Gesamtimage der Stadt und von einer einzigartigen Darstellungs-

möglichkeit für Unternehmen aus.<sup>20</sup> Die Herausforderung, das komplexe Vorhaben der Umnutzung des Opel Forums umzusetzen, bedarf einer verlässlichen Partnerschaft aus Investor, GM, Projektgruppe der Stadtverwaltung und des Landesamts für Denkmalpflege mit dem Ziel, die Industriearchitektur für die Stadt und ihre Gäste als Anziehungspunkt und Markenzeichen zu entwickeln. Diesen Wirtschafts- und Imagefaktor zu nutzen, ist eine kurzfristig Erfolg versprechende Chance der Rüsselsheimer Stadtentwicklung. Hierfür bedarf es aber auch eines stabilen politischen Konsenses über die Position der Stadt zu den Eckpunkten der Neuentwicklung.



Museum (Umbau von Herzog de Meuron) in der Küppersmühle (ehem. Getreidespeicher), Duisburg

Hauptakteure: Fachbereichsübergreifende Projektgruppe (s.o.), STEG, Landesdenkmalpflege, Investoren, GM, einzelfallbezogenen Initiativen aus der Bürgerschaft

Zielgruppen: Bürger der Stadt Rüsselsheim und der Region, Gäste und Touristen, Architekturtouristen

Umsetzungshorizont: Unmittelbare Einrichtung der regelmäßigen Arbeitsgespräche mit GM, Investor und Landesdenkmalpflege.

### **Durchlässigkeit des Opel Forums zur Verknüpfung mit der Innenstadt**

Das zur Umnutzung anstehende Areal bildet eine „Stadt in der Stadt“ mit eigener Erschließung. Durch die zukünftige Zäsur zwischen produzierendem Opel Werk und der öffentlichen Neunutzung des Opel Forums ist eine saubere Trennung der beiden Bereiche notwendig, dies hat Konsequenzen für die Erschließung des Areals. Dieser Punkt ist ganz wesentlich, da für eine zu erwartende Nutzung durch Einzelhandel, Kultur wie auch Dienstleistungseinrichtungen die unmittelbare Erreichbarkeit mit dem Auto und der ruhende Verkehr eine große Rolle spielen werden. Die bestehende Zufahrt im Hauptportal, die zukünftig Kunden und Gäste als Fußgänger einladen soll, kann dies nicht leisten.

Der Bahnhofplatz mit dem Hauptportal stellt mit dem neuen Bahnhofsgebäude, dem Schauburg-Gebäude und den neuen Fassaden vis à vis des Bahnhofs einen neuen Stadteingang für Rüsselsheim dar. Nicht nur ein repräsentativer Charakter, auch die Durchlässigkeit im Gegensatz zur derzeitigen sowohl tatsächlichen als auch „gefühlten“ Geschlossenheit des Opel Forums sind elementar für die Innenstadtentwicklung. Insofern ist zu prüfen, inwieweit eine weitere bauliche Öffnung in Einklang mit dem Denkmalschutz im Bereich B4/ B5 möglich ist. Ziel ist, die Besucher in die Markstraße weiterzuleiten.

Das F-Gelände des Opel-Areals (potenzieller Hotel-Standort) kann über Darmstädter Straße/ Grundweg bzw. Darmstädter Straße/ Elisabethenstraße erreicht werden. Der

<sup>20</sup> Jones Lang LaSalle: „Aufforderung zum Kaufangebot“ im Auftrag von GM Europe, Frankfurt am Main 2006.

Austausch zwischen beiden Bereichen erfolgt über die Sophienpassage und gegebenenfalls die Öffnung der Fußgängerbrücke westlich von Gebäude D17. Aufgrund der weiten Wege sollten beide Bereiche angefahren werden können und Parkplätze bieten. Das Parken innerhalb des Opel Forums darf nicht im Konflikt mit den hier formulierten Ansprüchen an gehobenes Wohnen stehen.

Hauptakteure: Fachbereichsübergreifende Projektgruppe (s.o.), STEG, Landesdenkmalpflege, Investoren, GM, Forum Handel, Treffpunkt Innenstadt Rüsselsheimer Stadtmarketing e.V.

Zielgruppen: Touristen, Kunden, Besucher

Umsetzungshorizont: Innerhalb der regelmäßigen Arbeitsgespräche der Stadt mit GM, Investor und Landesdenkmalpflege bereits während der Konzeptphase ab 2007.

### **Opel Forum als attraktiven innerstädtischen Wohnstandort nutzen**

Das Opel Forum ist einer der ganz wenigen Standorte in der Rüsselsheimer Innenstadt, an dem gehobenes Wohnen denkbar ist. Nähere Ausführungen hierzu sind im Aufgabenfeld „Attraktive moderne Wohnangebote schaffen“ und dort unter der Maßnahme „Qualitativ hochwertiges Wohnangebot für mittlere/ hohe Einkommensgruppen in der Innenstadt stärken“ (im Kapitel 4.3.2) zu finden.