

# Hochofen-Symposium Phoenix-West

---

Einführende Moderation  
für den zweiten Tag des  
Hochofen-Symposiums Phoenix-West  
am 19.03.2004

Herr Dr. Utz Ingo Küpper

- Resümee des ersten Tages (5 Minuten)
- Ausblick und Impulse für den zweiten Tag (15 Minuten)  
des Symposiums



# Ausblick und Impulse für das Symposium

---

Phoenix West mit den Hochofenanlagen befindet sich in attraktiver Lage im Dortmunder Süden.

Daraus ergeben sich zwei Ansatzpunkte:

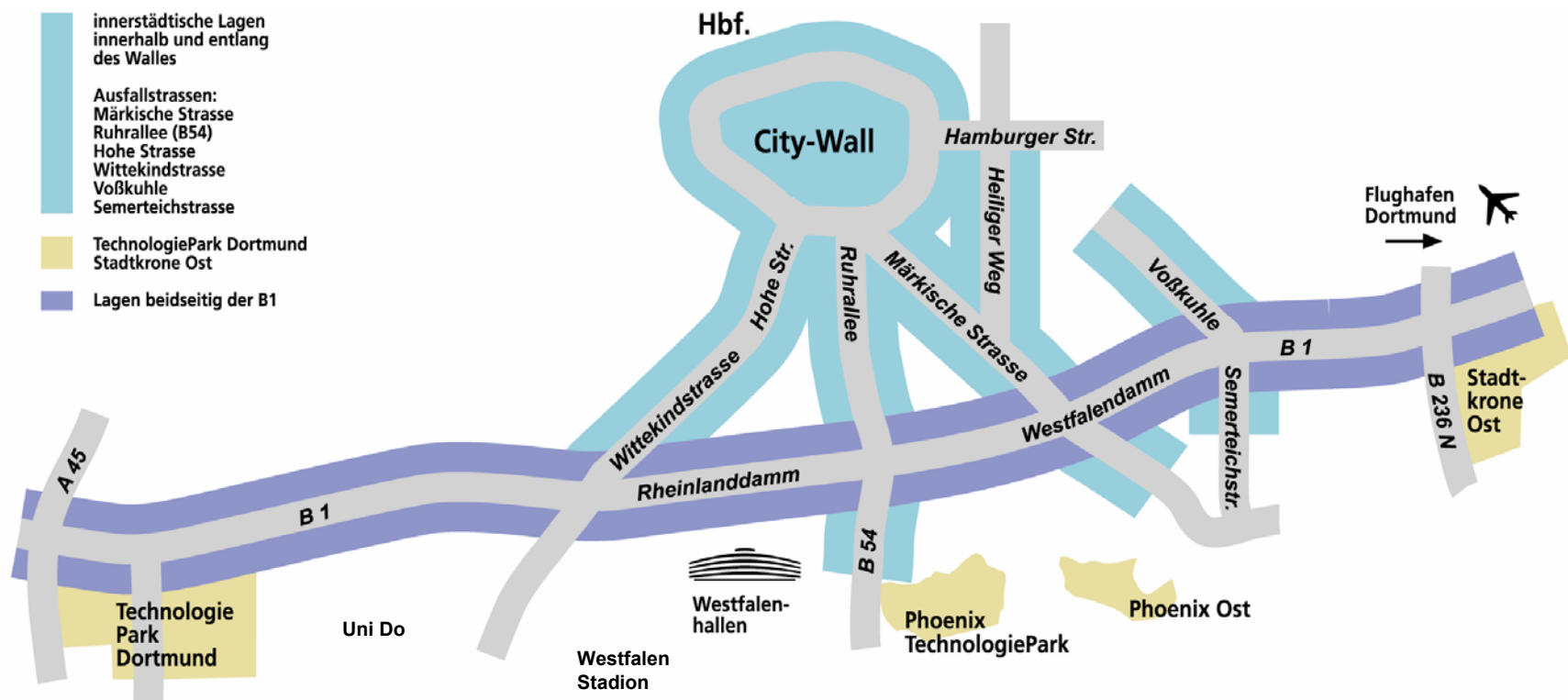
- 1.) der Standort Phoenix bildet einen neuen innovativen Gewerbestandort im Kontext einer dynamischen Immobilienmarkt-Entwicklung in Dortmund
- 2.) der altindustrielle Standort Phoenix fügt sich atypisch für derartige Anlagen in ein hochpreisiges (Wohn-) Umfeld ein.

Daraus folgt:

Der Erhalt der Hochofenanlage ist imagebildend für den gesamten Dortmunder Süden und umgekehrt: Gegenseitige Wirkung mit Aufwertungstendenz!



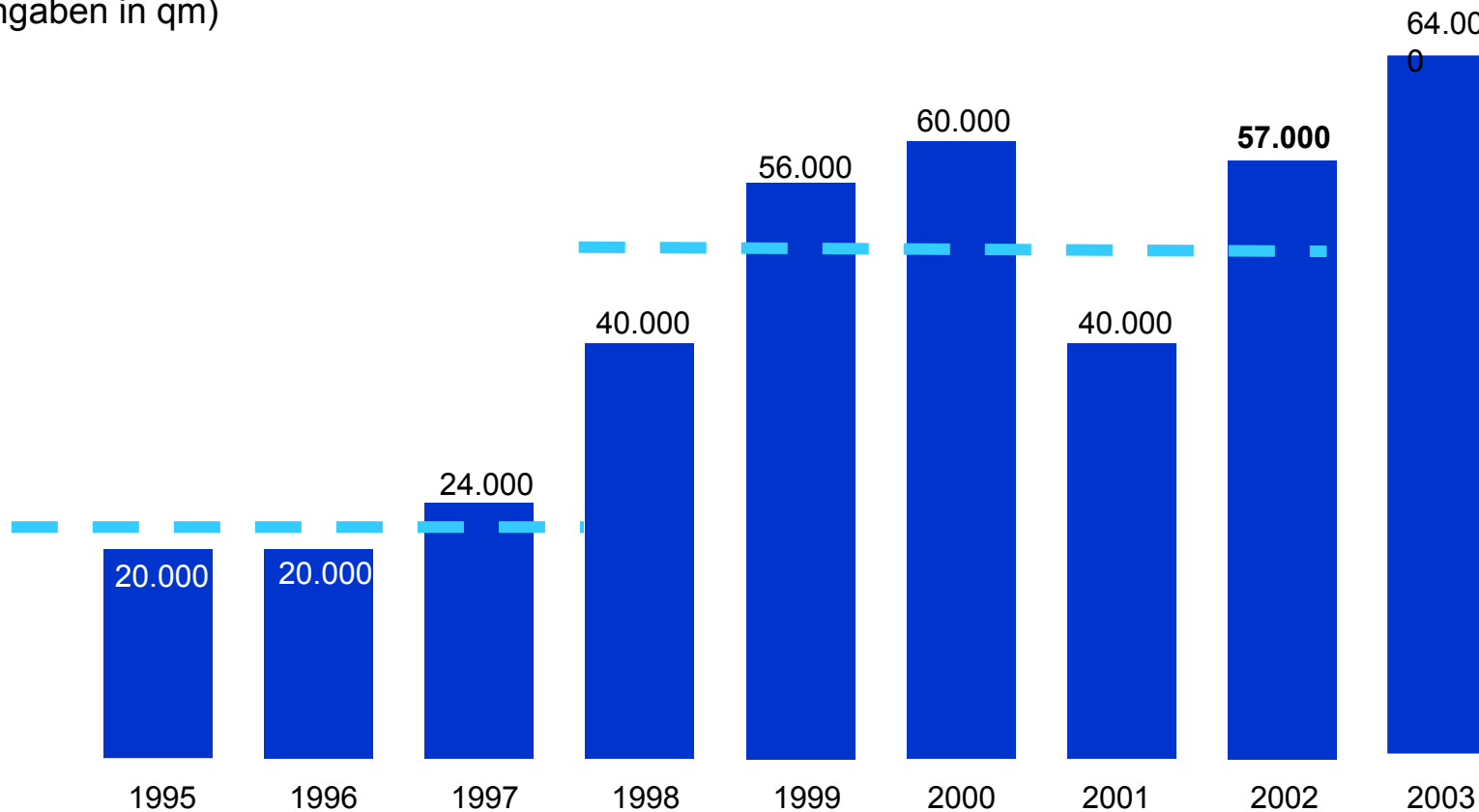
# Büroschwerpunkte in Dortmund und Leitachse B 1/ A 40



Ein qualitativ und quantitativ an die Nachfrage angepasstes Flächenangebot sichert die zügige Entwicklung der einzelnen Standorte.

# Flächenumsatzentwicklung

(Angaben in qm)



— — — Durchschnitt 93 – 97: 22.000 qm ; Durchschnitt 98 – 03: 53.000 qm (Quelle: WBF-Do)



Stadt Dortmund  
Wirtschafts- und  
Beschäftigungsförderung  
Dortmund



# Aktuelle Neubauprojekte

---



- ADACenter 17.000 m<sup>2</sup>
- Amiens-Tower 23.000 m<sup>2</sup>
- Westfalentor 38.000 m<sup>2</sup>
- OPR OfficePark Rheinlanddamm 35.000 m<sup>2</sup>

Projekte dieser Größenordnung bieten vom Volumen die Chance, die Substanz der Hochöfen zu integrieren. Der Dortmunder Markt bietet das Potenzial.

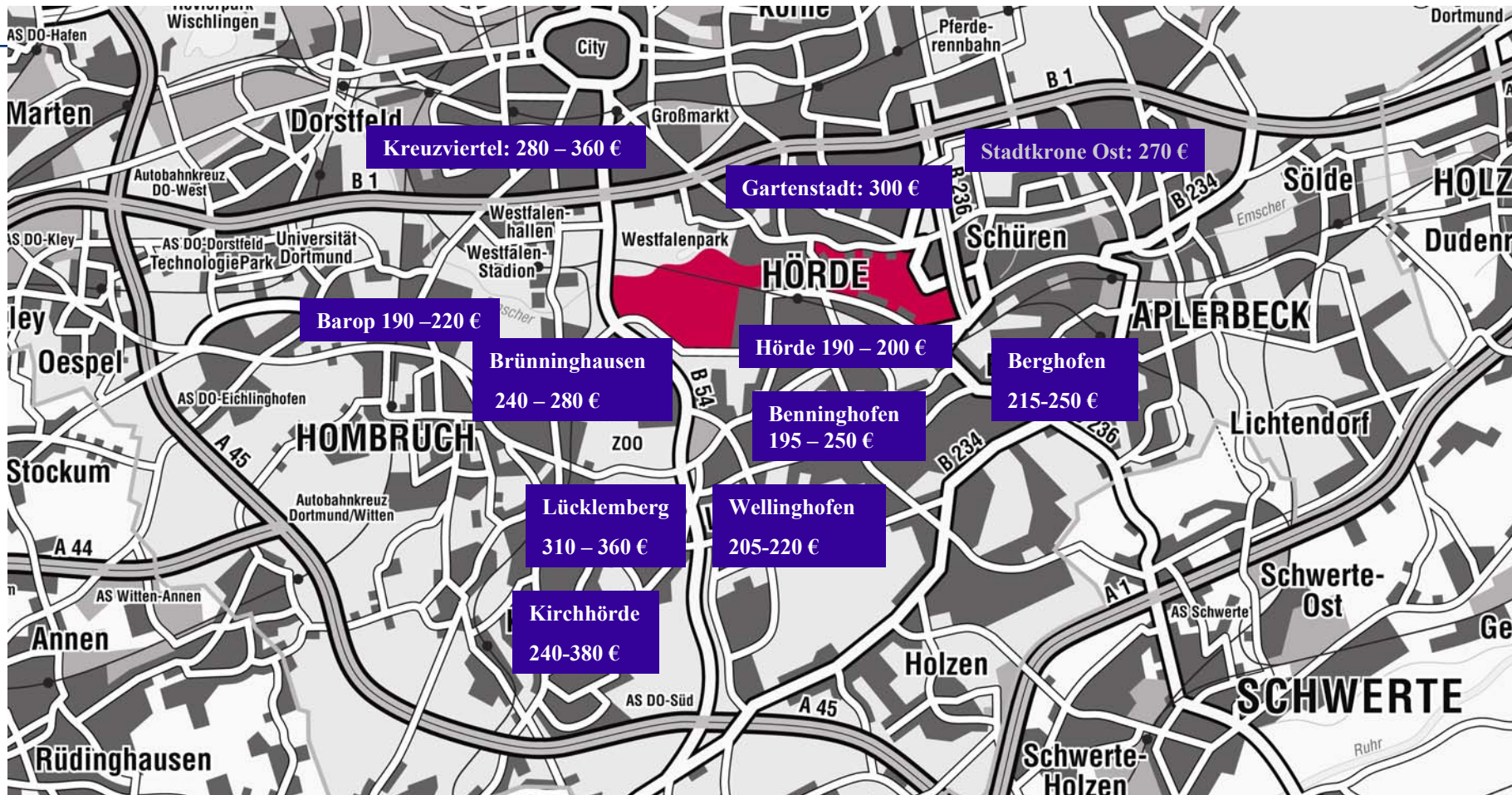
# Aktuelle Projekte auf Phoenix West

---



- MST.factory dortmund 10.000 m<sup>2</sup>
- Phoenix Arcaden 4.000 – 5.000 m<sup>2</sup>
- SoftwareHalle 15.000 m<sup>2</sup>
- Phoenix-Halle

# Richtwerte für Wohngebiete um Phoenix



Der Standort ist in ein hochattraktives städtisches Umfeld eingebettet.

# Bedeutung der Hochofenanlagen

---

Zusammenfassend ergeben sich folgende Schlussfolgerungen:

- Die Landmarke Hochofenanlagen ist prägend für den neuen Gewerbestandort Phoenix.
- Durch den Erhalt der Hochofenanlagen wird die Retrospektive auf die industrielle Vergangenheit des Standortes erhalten.
- Bei Weiterentwicklung des hochpreisigen Wohnumfeldes im Dortmunder Süden weckt die dort gelegenen Hochofenanlage Erstaunen, Aufmerksamkeit und Interesse für den Gesamtstandort.
- In 10 Jahren wird niemand vermuten, dass in diesem städtebaulichen Umfeld ein Hochofenwerk stand.





# Argumente für den Erhalt der Hochofenanlagen

---

- Nutzungen z.B. als Parkhaus oder für gastronomische Einheiten denkbar.
- Kurz- bis mittelfristig scheint der Erhalt kostengünstiger als der Abriss zu sein.
- Architektonisch interessante Integration der Anlagen in ein Gesamtbauwerk.
- Hochofenanlagen sind prägend und einzigartig für den Standort selbst sowie für den Dortmunder Süden; Standortmarketing-Faktor.
- Anspruch der Öffentlichkeit nach authentischer Rezeption der Dortmunder Industriegeschichte.
- Im Sinne einer wirtschaftlichen Nutzungsperspektive sollte sich der Denkmalschutz im Wesentlichen auf den Erhalt der Landmarke und weniger auf die funktionalen Zusammenhänge konzentrieren.



# Bisherige Aspekte des Standortmarketings Phoenix-West

---

1. Von Beginn an wirtschaftliche Ausrichtung mit städtebaulicher Qualitätssicherung
2. Aufbau einer Managementkompetenz, die Stabilität, Kompetenz und Zuversicht ausstrahlt und praktiziert
3. Vermeidung / Reduzierung negativer Kontroversen und psychosozialer Altlasten
4. Positive Unterstützung durch Standortumfeld (Business Community lokal, Immobilienbranche überregional, Politik)
5. Gesamtidee durchsetzen und Teilabschnitte verkaufen
6. Qualität der Einzelprojekte und der Gesamt-Infrastruktur sichern
7. „Ankernutzung“, Ankermieter, Kerninvests in Nutzungs-Leitthemen



# Markt-Wert einer Lage

---

1. Markt: Regionale Nachfragestruktur



Starke zyklische Schwankungen  
„Moden“ / Leitthemen der Nachfrager

2. Wert: Herstellungskosten (ggf. ./ Subventionen)



Vorhandene Preisniveaus / Richtwerte  
Wertbildende / Wertsteigende Nutzungsideen  
Investoren-orientierte Vermarktungskompetenz

3. Lage: Mikrolage: solide, planerisch ungefährdeter Standort

Makrolage: objektive Kriterien (Erreichbarkeit, Image, Versorgung , etc.)

Veränderbarkeit subjektiver Lagewerte („Making a Location“)

Gegenseitige Beeinflussung benachbarter Bauten

---

