



## Altstadt Recklinghausen \_ Quartiersbildung und -entwicklung **Altstadtkonferenz Recklinghausen \_ 10. Dezember 2013**

### ERGEBNISSE

Die Altstadt von Recklinghausen hat viel zu bieten! Zahlreiche Akteure arbeiten daran, dass das Zentrum der Stadt auch in Zukunft für Bürgerinnen und Bürger, Gäste und Besucher sowie Unternehmen und Immobilieneigentümer ein attraktiver und zukunftsfähiger Standort bleibt.

Dazu gehört, dass die Qualitäten und Kompetenzen der Altstadt klar und überzeugend kommuniziert werden – es geht um das Gestalten und Erleben der „Marke Altstadt Recklinghausen“.

Aus diesem Grund hat die Wirtschaftsförderung und das Stadtmarketing der Stadt Recklinghausen unter Federführung des Ersten Beigeordneten Christoph Tesche im Jahr 2013 den Prozess „Quartiersbildung und -entwicklung“ auf den Weg gebracht. Mit fachlicher Begleitung der beiden Büros „büro frauns kommunikation | planung | marketing“ aus Münster und „concept X Agentur für strategische Kommunikation GmbH“ aus Rheine wird in den nächsten Monaten gemeinsam daran gearbeitet, Strategien für die Kommunikation und Organisation der Recklinghäuser Altstadt mit ihren Quartieren zu entwickeln und umzusetzen.

Zum Auftakt der gemeinsamen Arbeit fand am 10. Dezember 2013 im Rathaus die erste Altstadtkonferenz statt. Rund 200 Gäste aus dem Kreis der Unternehmen und Immobilieneigentümer der Altstadt sowie von Verbänden und Initiativen sind der Einladung von Bürgermeister Wolfgang Pantförder gefolgt und haben den Start für die Profilierungs- und Positionierungsarbeit aktiv mitgestaltet.

In kreativer Atmosphäre wurde der geplante Arbeitsprozess vorgestellt sowie Meinungen und Eindrücke zur Altstadt und ihren unterschiedlichen Quartieren eingefangen.

In drei spannenden „Arbeitsphasen“ waren alle Teilnehmerinnen und Teilnehmer der Altstadtkonferenz eingeladen, sich mit ihrem Wissen, ihren Erfahrungen und ihren Wahrnehmungen rund um die Altstadt mit ihren Quartieren einzubringen.

Zum Start ging es um die Frage, was die Altstadt von Recklinghausen heute bereits einzigartig macht und womit sie sich von den Mitbewerbern in der Region unterscheidet. Im zweiten Arbeitsschritt wurden die Quartiere der Altstadt an verschiedenen Arbeitsstationen intensiv unter die Lupe genommen. Zum Abschluss der ersten Altstadtkonferenz trafen sich alle Gäste wieder im Ratssaal zur „Schwarm-Abstimmung“. Hier ging es darum, in einem spontanen Verfahren die Eigenschaften der Altstadt zu ermitteln.

Die **Ergebnisse** der ersten Altstadtkonferenz sind im Folgenden aufbereitet und dokumentiert.

# Modul 1

## Das Beste von uns \_ Was unsere Altstadt einzigartig macht!



Alle Gäste der Altstadtkonferenz waren eingeladen, maximal zwei besondere Qualitäten bzw. Kompetenzen der Recklinghäuser Altstadt auf Karten festzuhalten und aufzuhängen. Insgesamt wurden 242 Qualitäten benannt. Diese sind im Folgenden kategorisiert und zusammengefasst dargestellt:

### Qualität: **kompakte Innenstadt**

umgeben vom Wall \_ geschlossener Innenstadtkreis \_ klare Abgrenzungen \_ übersichtlich \_ von allen Seiten zu erreichen \_ eine gute Mischung von Kompaktheit und „Weitläufigkeit“

### Qualität: **Historie | Gebäude**

historischer Stadtkern \_ gewachsene Altstadt \_ schönes, einzigartiges und natürliches Stadtbild \_ Charme \_ Atmosphäre \_ erlebbare Stadtgeschichte \_ erkennbare Tradition \_ gelungene Mischung aus Alt und Neu \_ individuelle Gebäude \_ gute Bausubstanz \_ grüne Akzente

### Qualität: **besondere Orte**

Altstadtmarkt als Mitte \_ Petruskirche \_ Engelsburg \_ Krim \_ Rathaus \_ Gastkirche als „Oase“ \_ Willy-Brandt-Park \_ Tore in die Altstadt (z.B. Steintor, Lohtor, ...)

### Qualität: **Kleinteiligkeit**

kleine Läden \_ kleine Gastronomie \_ kleine Gassen \_ verschlungene und verwinkelte Strukturen \_ vielseitige und überraschende Blickwinkel \_ wahrnehmbare Proportionen \_ Geborgenheit

### Qualität: **Gemütlichkeit**

überschaubar \_ klein \_ nicht hektisch \_ nicht überlaufen \_ leicht ländlich und naturnah

### Qualität: **Fußgängerzonen**

autofrei \_ komprimiert \_ attraktive Gassen und Fußwege \_ durch den Wall geschlossen

### Qualität: **kurze Wege**

zentral \_ kompakt \_ überschaubar \_ alles gut zu erreichen \_ belebte Einkaufsstraßen und stille Winkel \_ interessante Pfade durch die Altstadt

### Qualität: **Verkehrsanbindung**

sehr gut erreichbar \_ nah zur Bahn, ÖPNV und Taxi \_ zentral \_ gute Mobilitätsinfrastruktur

### Qualität: **Handelsangebot**

individuell \_ einzigartig \_ gute Mischung \_ umfassend \_ abwechslungsreich \_ vielfältig \_ qualitativ \_ spezialisiert \_ gut verteilt in der Altstadt

### Qualität: **Gastronomie**

zentral \_ gemütlich \_ vielfältig \_ attraktiv \_ Altstadt ist draußen erlebbar \_ regelmäßige Veranstaltungen

### Qualität: **Ausstrahlung | Service**

freundlich \_ professionell \_ individuell \_ persönliches Flair \_ Wohlfühlatmosphäre \_ viele inhabergeführte Geschäfte \_ Willkommenskultur

### Qualität: **Recklinghausen (insgesamt)**

Kulturstadt: Ruhrfestspielstadt

„Zwitter-Stadt“: Südrand des Münsterlandes – nördliches Ruhrgebiet

Heimatstadt: Man kennt sich und fühlt sich Recklinghausen verbunden!

## Modul 2

### Quartiere unter der Lupe \_ Was wir zu bieten haben!



In der zweiten Arbeitsphase standen die Quartiere der Altstadt im Mittelpunkt. Alle Gäste des Abends waren eingeladen, sich mit fünf Quartieren der Altstadt an Arbeitsstationen intensiv auseinander zu setzen. Im Rahmen der Altstadtkonferenz wurden folgende **Quartiere** bearbeitet:

- Krim
- Westquartier
- Markt | Breite Straße
- Arcaden
- Martinistraße | Kunibertstraße

#### Qualitäten und Prioritäten | Selbstbild und Fremdbild

Der Arbeitsauftrag bestand aus zwei Teilen. In einer ersten Bearbeitungsrunde haben sich die Teilnehmerinnen und Teilnehmer mit ihrem eigenen Quartier beschäftigt. Orientiert an den Arbeitsfragen „**Was hat Ihr Quartier alles zu bieten?**“ (**Qualitäten**) und „**Was ist das Wichtigste?**“ (**Prioritäten**) stand das **Selbstbild** im Mittelpunkt der Gespräche. Unternehmen und Immobilieneigentümer besuchten das Quartier, in dem sie „zu Hause“ sind. Alle Personen, die sich keinem Quartier zuordnen konnten (z.B. Politik, Verwaltung, Verbände) konnten sich „unbürokratisch“ ein Quartier aussuchen.

In der zweiten Bearbeitungsrunde wurden alle Gäste gebeten, an allen Quartiersstationen vorbeizuschauen und das Selbstbild der Quartiere zu reflektieren und zu kommentieren. Dieser „Bummel durch die Quartiere“ orientierte sich an der Arbeitsfrage „**Sehen andere das genauso?**“ und hatte die Funktion, das Selbstbild der Quartiere durch das **Fremdbild** zu komplettieren.

In der nachfolgenden tabellarischen Übersicht sind alle Ergebnisse des Moduls 2 dargestellt. In der ersten und zweiten Spalte ist das Selbstbild der Quartiere dokumentiert (Qualitäten und Priorisierungen), in der dritten Spalte das Fremdbild. Die Zahlen in den Klammern geben die Anzahl der Nennungen wieder. Die Zahlen in der zweiten Spalte (Priorisierung) zeigen die Anzahl der Punkte, die mit Blick auf die Arbeitsfrage „Was ist das Wichtigste?“ vergeben wurden.

# Krim

Selbstbild Qualitäten des Quartiers	Priorisierung	Fremdbild Reflektion + Kommentierung
<b>Angebot allgemein</b>		
guter Angebotsmix: Geschäfte, Gastronomie (x5)	3	stimmt / finde ich gut (x2)
gute Mischung: Geschäfte / Kultur / Kunst / Gastronomie (x2)	3	
gute Kombination von schönen Geschäften und Wohnmöglichkeiten	2	stimmt / Wohnen über den Läden!
<b>Einzelhandel</b>		
keine 1€-Läden	9	stimmt / gut so (x4)
viele nette kleine Geschäfte / individuelle Geschäfte (x4)	8	stimmt
inhaber- / familiengeführte Geschäfte (x4)	5	stimmt (x3)
beratungs- und serviceorientiert / qualifizierte Beratung / persönlicher Kontakt (x4)	5	stimmt
gepflegte Geschäfte / hochwertige Waren (x3)	2	Die „Kö“ von RE / Krim ist eine Flaniermeile
Luxusläden	2	stimmt / ziehen Menschen von außerhalb an / das ist auch gut so, RE kann Geld gebrauchen / mehr für reiche Käuferschichten
Sortiment wie sonst nur in Großstädten (Designer-Kleidung)	1	
kein Ladenleerstand	1	macht guten Eindruck
Geschäfte mit Tradition (z.B. En Vogue)		für Jugend NICHT interessant!
Mode		
<b>Gastronomie / sonstige Nutzungen</b>		
schönster Biergarten in RE	1	
attraktive Gastronomie / schöne Cafés (x2)		stimmt
Handwerk		
Friseur		
Kultureinrichtungen		könnten etwas besser mit eingebunden werden
<b>Besondere Orte</b>		
Nußbaumplatz / Eckstein mit Kastanie (x4)	3	
St. Peter / Kirchplatz (x4)	2	stimmt / Rasenflächen zum Mahnmal hin müssten gärtnerisch gestylt werden
Poesiepflastersteine (klasse zu beobachten, wie viele Leute stehen bleiben) (x2)	2	sind etwas Besonderes!
Engelsburg (x2)	1	stimmt

Selbstbild Qualitäten des Quartiers	Priorisierung	Fremdbild Reflektion + Kommentierung
Kutscherhaus (x2)	1	
Ikonenmuseum	1	
Suberg's bei Boente	1	
Willy-Brandt-Park	1	stimmt / könnte stärker eingebunden werden / abends sicher?
Stadtmauer (x2)		
Musikschule		
VHS		
Weihnachtsschlitten		
<b>Erscheinungsbild / Atmosphäre</b>		
Altstadtfair / romantisches Flair (x2)	7	stimmt (x3)
Historie / historische Gassen und Gebäude (x3)	6	stimmt / wichtig / alter Charakter bzw. Bausubstanz ist weg!
schöne Häuser / Denkmäler / Fachwerkhäuser (x3)	1	stimmt (x2)
schöne kleine Straßen und pittoreske Plätze	1	
Ruhe, keine Hektik	1	kann man genießen / Sicht eines Bewohners: „nicht spät abends, weil viel Gastronomie“
exklusiv		
schön, wenn Bürgersteige leer (ohne Waren) sind		
<b>Lage / Verkehr / Erreichbarkeit</b>		
relativ große Barrierefreiheit (trotz alter Gebäudesubstanz)	2	
gute, zentrale Parkplatzanbindung		stimmt nicht!
Parkhaus		
Parkplätze?		
Parkplatz am Saalbau muss bleiben		wichtig (x2) / stimmt (x2)
Zuwege müssen frei bleiben		Durchfahrt(en) müssen bleiben
<b>Organisation / Akteure</b>		
toller Zusammenhalt der Geschäftsinhaber / nette Nachbarschaft (x4)	3	sehe ich auch so!
Engagement der Händler		stimmt
<b>Besucher / Kunden</b>		
internationales Flair durch Gäste der Engelsburg	1	
Stammkunden		

# Westquartier

Selbstbild Qualitäten des Quartiers	Priorisierung	Fremdbild Reflektion + Kommentierung
<b>Angebot allgemein</b>		
guter Branchenmix / gemischtes Angebot: Einzelhandel, Dienstleister, Gastronomie, Schule... (x4)	2	stimmt (x3)
das Quartier des Handwerks	1	
kompetente Branchen		
<b>Einzelhandel</b>		
inhabergeführte Fachgeschäfte (x7)	15	
gepflegte / qualitative / exklusivere Geschäfte (x3)	7	stimmt (x2)
keine 1€-Läden	7	stimmt
alteingesessene Einzelhandelsunternehmen	3	
wenig Leerstände	2	noch?
Vielfältigkeit der Geschäfte (x2)	1	
Weltladen mit fair gehandelten Waren		
Magnet-Geschäfte: Buchhandlung, Porzellanfachgeschäft, Reisebüro		
hochwertige, inhabergeführte Fachgeschäfte (Prang, Metzger, Dessouladen, Buchhandlung, Schreiter, Porzellanladen, Bekleidungsgeschäfte)		
<b>Gastronomie / Dienstleistungen</b>		
tolle und besondere Gastronomie / ansprechende Cafés (x3)	3	
viele Cafés / Restaurants / Imbiss (x3)		
grüne Gastronomie "meile" (Bürgermeisterviertel)		
durch Gastronomie Möglichkeit zur Entwicklung als Szene-Quartier		
Arztpraxen und Apotheke	4	
Banken	1	
Hit Radio Vest	1	
Versicherungen		
Notare / Rechtsanwälte		
Reisebüro		

Selbstbild Qualitäten des Quartiers	Priorisierung	Fremdbild Reflektion + Kommentierung
<b>Besondere Orte</b>		
Gastkirche	4	stimmt (x2)
RE leuchtet: Kerzenschein in der Gastkirche		
Petrinium (x2)		
Gymnasialkirche		
Paulsörter		
Bürgermeisterhaus		
gepflegte Große Geldstraße		
<b>Erscheinungsbild / Atmosphäre</b>		
persönlich / individuell / individueller Service (x3)	4	
Ort(e) zur Begegnung und Kommunikation (offene Türen, Willkommen, Gasthaus, Gastkirche, Gespräche) (x3)	3	stimmt
schön renovierte Häuser	3	Gebäude oft in schlechtem Zustand
Historie / historische Gebäude (x2)	2	
entschleunigte Zone / Ort der Ruhe / Raum für „Auszeiten“ (x3)	2	
Charme / Wohlfühl-Atmosphäre (x4)	2	
Sauberkeit	1	
Ort der Hilfe (soziale Kompetenz)	1	
gepflegtes Erscheinungsbild		stimmt
viel Grün / mit Bäumen bepflanzter Wall (x3)		stimmt / Grün auch in Nebenstraßen und Gassen
einladende Fassaden schon am Ring (Steintor)		
<b>Lage / Verkehr / Erreichbarkeit</b>		
kurze Wege	1	
wohnungsnahe		
zu Fuß und per Rad erreichbar		das sind die anderen Quartiere auch!
gute Parkmöglichkeit vor dem Cineworld		stimmt
befahrbare Straßen (z.B. für Taxen)		
<b>Organisation / Akteure</b>		
Zusammenhalt + Gemeinschaftsgefühl / Kommunikation + Zusammenarbeit / tolles Westquartier-Team (x6)	2	stimmt
gemeinsame Aktionen		
wir machen etwas fürs Wohlfühlen		
		keine einheitlichen Öffnungszeiten
		ich verlaufe mich immer



Selbstbild Qualitäten des Quartiers	Priorisierung	Fremdbild Reflektion + Kommentierung
<b>Besucher / Kunden</b>		
für Jung und Alt	2	
viele Schüler	1	stimmt
<b>Sonstiges</b>		
hat Entwicklungsmöglichkeiten		
ersten Eindruck stärken!		
ein Teil des Ganzen zu sein!		
		Krim und Westquartier als längste und älteste Einkaufsstraße verbinden
Altenwohnungen		Leerstände durch neues Wohnen stärken (stimmt!)

## Markt | Breite Straße

Selbstbild Qualitäten des Quartiers	Priorisierung	Fremdbild Reflektion + Kommentierung
<b>Angebot allgemein</b>		
Markt: guter Café- und Laden-Mix	1	
kulturelle Vielfalt		
<b>Einzelhandel</b>		
kleine, inhabergeführte Geschäfte, die das Wesen einer Stadt ausmachen (Bäckerei, Kaffeeladen, Schröder, Prang, Alte Apotheke) (x2)	3	dafür gibt es bessere Beispiele / stimmt nicht / kaum inhabergeführte Geschäfte
breites Warenangebot		wo denn?
Wir wollen in der Breiten Straße regionaltypische, am liebsten inhabergeführte Geschäfte	4	stimmt (x5)
		positiv: Karstadt
		Zukunft von Karstadt als Risikofaktor
		leider kein Wochenmarkt (x2)
		Chance zur Etablierung eines wöchentlichen Bio-marktes
<b>Gastronomie / Dienstleistungen</b>		
gutes / vielfältiges gastronomisches Angebot (x3)	4	ja / vielfältig? / wo denn?
Reisebüro	2	gute Beratung
Hotel Barbarossa		
<b>Erscheinungsbild / Atmosphäre</b>		
Ruhe, weil breite Straße, ideal für Familien und Rollator-Fahrer		unattraktiv
lang gestreckte Straße, weckt Erwartungshaltung für Innenstadt (Markt)		unattraktiv
Markt: Gastronomie, schöne Häuserfronten, Platz zum Verweilen		Leben auf dem Markt
man kann zwischen den Häusern Lichterketten spannen, wirkt gemütlich		
Licht + Sonne		sehr wichtig / zu wenig Grün auf dem Markt (x2)
		mehr Sauberkeit
<b>Funktion</b>		
Marktplatz als Entspannungsort und Treffpunkt / Kommunikationszentrum (x2)	3	wichtig (x2)
klassischer Marktplatz als DAS Zentrum / alter Innenstadtkern / Herz der City (x4)	2	der Marktplatz ist immer noch ein echtes Pfund! / muss mehr herausgestellt werden / kein Charme / mit sehr wenigen AKTIVEN Geschäftsleuten

Selbstbild Qualitäten des Quartiers	Priorisierung	Fremdbild Reflektion + Kommentierung
viel Fläche für Veranstaltungen (Marktplatz + Breite Straße)	2	
Eingang zur Stadt für Auswärtige / Einfallstor zur Innenstadt / Potenzial in der Torsituation (x3)	2	nein! / es gibt auch andere Eingänge
Breite Straße = klassische Fußgängerzone	1	wenig attraktiv / ungepflegt
Arcaden-Laufzone		stimmt
<b>Zuschnitt des Quartiers</b>		
Breite Straße ist Quartier mit Altstadt Schmiede, Brandstraße, Paulsörter	1	
Markt ist eigenes Quartier / Markt-Quartier ist nicht gleich Breite Straße (x2)		ja
Breite Straße zu Westquartier?		
<b>Lage / Verkehr / Erreichbarkeit</b>		
gute Parkmöglichkeiten Kellerstraße		
<b>Organisation / Akteure</b>		
Zusammenhalt des klassischen Einzelhandels kann noch besser werden	1	
sehr gute und kameradschaftliche Nachbarschaft		Nutzen für die weitere Entwicklung?

# Arcaden

Selbstbild Qualitäten des Quartiers	Priorisierung	Fremdbild Reflektion + Kommentierung
<b>Erscheinungsbild / Größe</b>		
beseitigt einen Schandfleck (ehemaliges Löhnhof-center)	1	stimmt
		überdimensioniert für die Altstadt (x8)
		zu klotzig (x4) / abweisende Betonmauer zur Löhnhofstraße / etwas mehr Grün wäre schön
		austauschbar und gesichtslos wie alle Center / → stimmt nicht, sehe ich anders
<b>Besatz</b>		
Vielfalt	4	muss sich erst noch zeigen
Branchenmix		muss erst noch bewiesen werden / wahrscheinlich nur Kettenläden / inhabergeführte Betriebe haben kaum einen Platz
bietet umfassende Infrastruktur		
<b>Lage / Anbindung</b>		
mit der Altstadt verzahnt / ideale Anbindung an die Altstadt (x2)	1	stimmt (x2) / bedingt
Bahnhofsnahe		
		die Altstadt und das Center sind zwei unterschiedliche Teile
<b>Umfeld</b>		
besondere Lage, urban, Rathaus, Rathausplatz	1	Was ist mit der Infrastruktur und der Straßenanbindung für den zusätzlichen Verkehr?
Blick auf das Rathaus	1	eben nicht mehr! / nicht relevant für Arcaden-Besucher
urige Kneipen		wo?
städtischer Platz		
		Hermann-Bresser-Straße aufwerten
<b>Besucher / Kunden</b>		
		Schwerpunkt wohl für junge Kunden– das ist gut für die Stadt

Selbstbild Qualitäten des Quartiers	Priorisierung	Fremdbild Reflektion + Kommentierung
<b>Bedeutung / Funktion</b>		
Kundenbindungsmöglichkeit (x2)	4	stimmt / fraglich, ob mehr Kunden nach RE kommen werden (x2)
Anziehungspunkt	1	
trocken bei Regen einkaufen		ist nicht so wichtig
Initiator für Veränderungen		Arcaden bringen Bewegung in die ganze Stadt
		Arcaden als Chance?
		Gleichstand mit anderen Shopping-Centern
		Konkurrenz zur Innenstadt
		in den Arcaden Ort der Begegnung schaffen
		Raum der Stille?
<b>Eigenschaften</b>		
ideenreich		muss sich erst noch herausstellen
innovativ		austauschbar, wie überall (x2)
sexy		jung

## Martinstraße | Kunibertstraße

Selbstbild Qualitäten des Quartiers	Priorisierung	Fremdbild Reflektion + Kommentierung
<b>Angebot / Besatz</b>		
Vielfalt	4	zahlreiche Telefongeschäfte / langweilig
Fachgeschäfte (x2)	3	etwas billig (x2)
Exklusivität	2	nicht erkennbar / was und wo?
TOP-Filialisten auf engem Raum (Kunibertstraße)	2	stimmt / naja / hoffentlich bleiben die auch dort
vielseitiges Angebot / guter (ausgewogener) Branchenmix		stimmt (x2) / wie in vielen anderen Städten auch, daher vergleichbar / wo?
alteingesessen		stimme nicht zu / kenne ich nicht (x3)
fremde Kulturen		in Telefonläden, aber sonst?
relativ wenig Leerstände		
		zu viele Billigläden und 1€-Shops
<b>Bausubstanz</b>		
gelungener Mix aus alter und moderner Bausub- stanz (insb. Kunibertstraße) (x2)	3	stimmt (x2)
älteste Häuser der Stadt		sieht man nicht / aber ungepflegt
<b>Erscheinungsbild / Atmosphäre</b>		
überschaubar und übersichtlich (x2)	1	Verbindung zwischen rechter und linker Straßen- seite fehlt
schöne Laufstraße	1	wichtige Einkaufsstraße
Gasseneffekt		finde ich nicht / finde ich doch
<b>Lage / Anbindung / Verkehr</b>		
Einfallstor zur Innenstadt (Bahnhof, Kolleg am Kuniberg)	6	stimmt (x2) / mehr aber auch nicht
gute Anbindung an neue Arcaden (x2)	4	
Nähe zum Bahnhof / Busbahnhof / gute Erreich- barkeit (x5)	2	stimmt (x4)
gute Anbindung an Parkplätze		stimmt
<b>Besucher / Kunden</b>		
Frequenz / Laufkundschaft (x3)	5	nur Durchlauf vom Hbf., untere Kunibertstraße ist ohne Frequenz (x2)
Stammkunden (x2)	3	ja / sterben aus
<b>Sonstiges</b>		
günstige(re) Mietpreise		

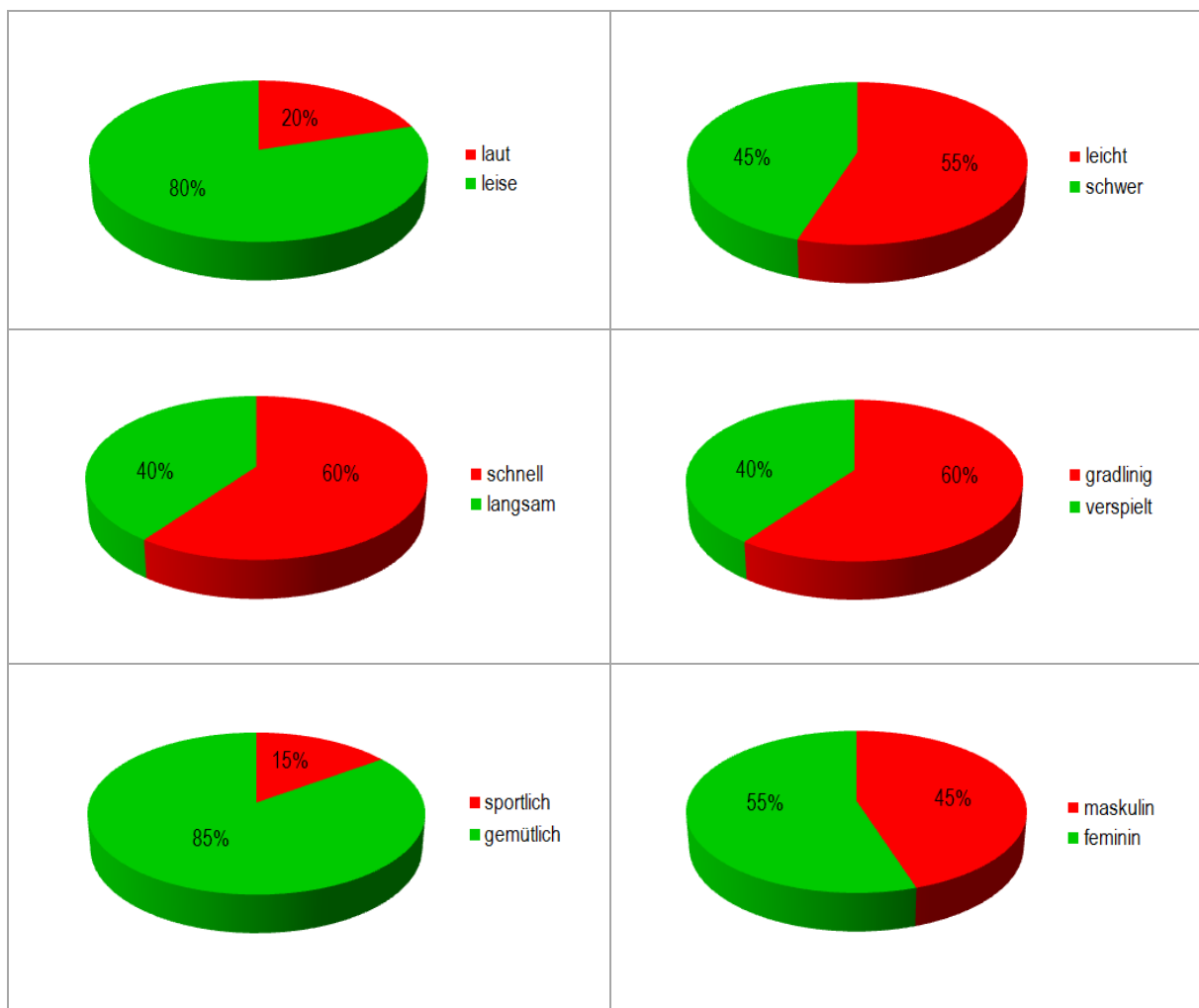
## Modul 3

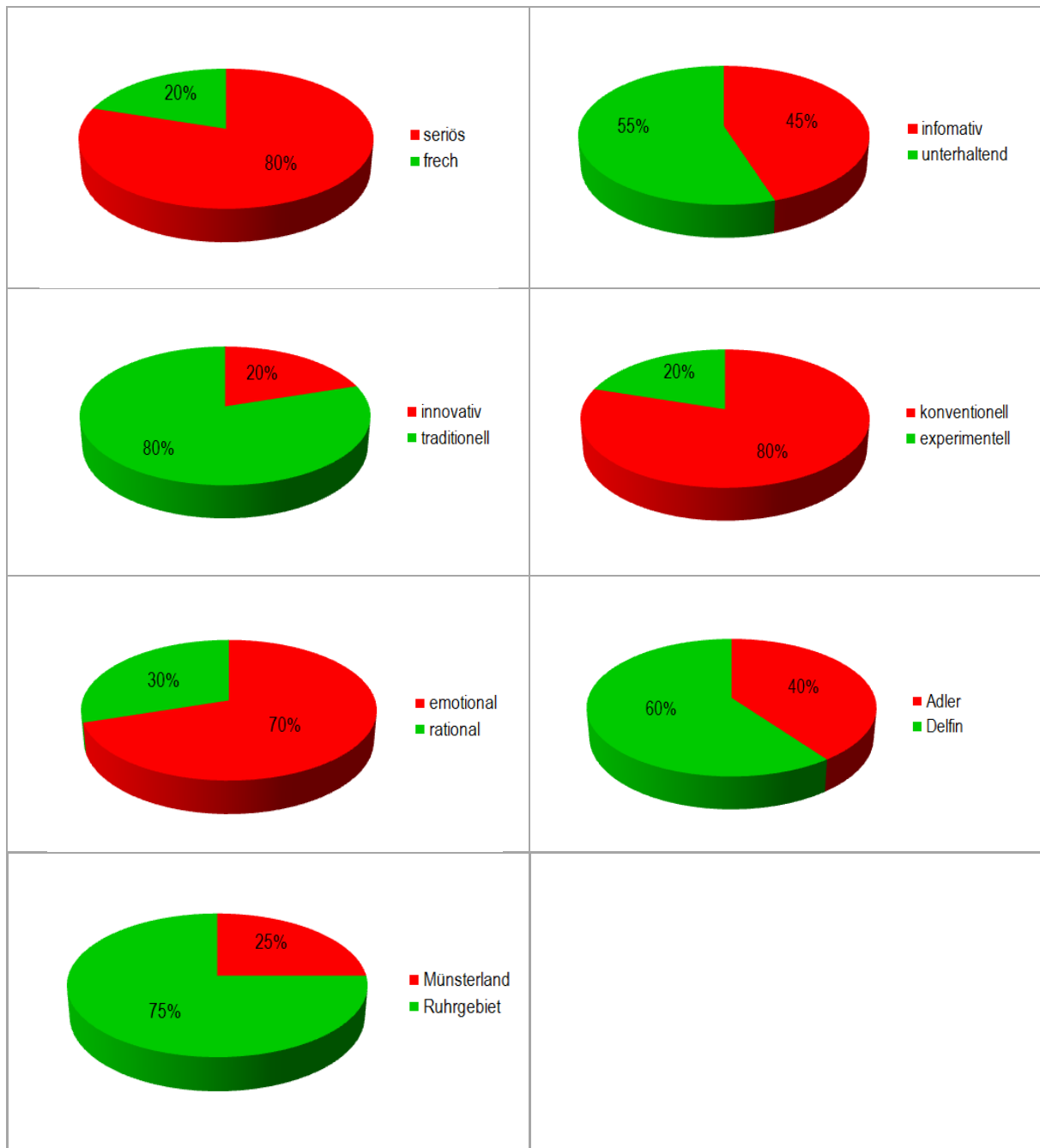
### Die Altstadt als Typ \_ Wie wir auftreten!



Die dritte Arbeitsphase der Altstadtkonferenz fokussierte sich wieder auf die Recklinghäuser Altstadt als Ganzes. Mit Hilfe des „Schwarm-Prinzips“ hatten alle Gäste die Möglichkeit, sich spontan mit grünen und roten Karten für bestimmte Eigenschaften der Altstadt zu entscheiden. Verbunden mit der Frage **„Wir, die Altstadt von Recklinghausen sind ...!“** wurden jeweils zwei gegensätzliche Begrifflichkeiten präsentiert (grün und rot gekennzeichnet) und alle Anwesenden konnten sich jeweils für eine Eigenschaft entscheiden.

Die Auswertung der „Schwarm-Abstimmung“ ist im Folgenden grafisch aufbereitet.





Kontakt:

Stadt Recklinghausen

Fachbereich Wirtschaftsförderung, Stadtmarketing, Liegenschaften

Georg Gabriel, Abteilungsleiter Stadtmarketing und Tourismus

Rathausplatz 3

D-45657 Recklinghausen

Tel.: 02361 / 50-5050

Fax: 02361 / 50-91407

E-Mail: [georg.gabriel@recklinghausen.de](mailto:georg.gabriel@recklinghausen.de)

Homepage: [www.recklinghausen.de](http://www.recklinghausen.de)