

Stadt Werdohl

Flächenmanagement



Stadt Werdohl

Konzept zum Flächenmanagement

Untersuchung im Auftrag der Stadt Werdohl

Elisabeth Kopischke
Christina Nitz

Unter Mitarbeit von:
Dominik Hupe

Junker und Kruse Stadtforschung ■ Planung
Markt 5 44137 Dortmund
Tel. 02 31-55 78 58-0 Fax 02 31-55 78 58-50
email: info@junker-kruse.de

Dortmund, November 2006

Inhalt

1	Ausgangslage und Problemstellung.....	4
2	Methodik	7
2.1	Untersuchungsraum	7
2.2	Untersuchungsaufbau und weiteres Vorgehen	8
3	Analyse der Einzelhandelsstruktur unter besonderer Berücksichtigung der Leerstände in der Innenstadt	10
3.1	Einzelhandelsrelevante Angebots- und Nachfragesituation	10
3.2	Die Sichtweise der Kunden und Händler / Immobilienbesitzer	13
3.3	Quantitative Entwicklungsspielräume	15
3.4	Die Einzelhandelsstruktur im innerstädtischen Geschäftsbereich	16
3.5	Entwicklungsziele für die Innenstadt	21
3.6	Leerstände in der Innenstadt (Leerstandskataster).....	23
4	Ziele und Maßnahmen eines Flächenmanagements in der Werdohler Innenstadt ...	35
5	Entwicklungsperspektiven für das Bahnhofquartier	43
6	Schlusswort.....	46

Verzeichnisse

1 Ausgangslage und Problemstellung

Ladenleerstände sind Ausdruck ökonomischer Veränderungen. Sie entstehen im Wesentlichen dadurch, dass sich die Geschäftsbedingungen, bezogen auf den Einzelbetrieb oder/und auf den Geschäftsstandort auf der Nachfrage- und/oder der Angebotsseite so verändern, dass ein langfristig erfolgreiches Wirtschaften nicht mehr möglich ist. Ladenleerstände sind gerade in den letzten Jahren in den deutschen Städten enorm gestiegen und haben vielerorts ein alarmierendes Niveau erreicht. Die Ursachen hierfür sind zum einen in einzelbetrieblichen Entscheidungen sowie veränderten Bedingungen am Mikrostandort zu suchen, zum anderen beeinflussen allgemeine ökonomische und gesellschaftliche Trends die Zukunftsperspektiven.

Neben den ökonomischen Auswirkungen für einen einzelnen Betrieb und folglich oftmals auch für einen Einzelhandelsstandort sind mit Ladenleerständen vor allem auch optische, gestalterische und ästhetische Auswirkungen zu verbinden. Ladenlokale, die längere Zeit oder gar dauerhaft leer stehen, suggerieren den Eindruck von Verlassenem oder Aufgegebenem. Damit wird oftmals eine Unattraktivität eines Standortes verbunden.

Auch vor der Werdohler Innenstadt haben diese Entwicklungen nicht halt gemacht. Da ist zum einen das seit etwa 4 Jahren leer stehende ehemalige Kaufhaus Störmer mit einer Verkaufsfläche von ca. 1.800 m² an exponierter Stelle im Bereich der Fußgängerzone zu nennen. Zum anderen sind weitere in der Regel kleinflächige Einzelhandelsbetriebe sowohl im unmittelbaren Kernbereich oder in Randlagen des derzeitigen Werdohler Geschäftszentrums leerstehend (in der Summe stehen zum Zeitpunkt der Erhebungen im Rahmen des Einzelhandelskonzeptes für die Stadt Weerdohl¹ 12 der 73 Ladenlokale in der Innenstadt leer, das entspricht rund 16 %) bzw. sind in der jüngsten Vergangenheit durch eine hohe Fluktuationsrate von unterschiedlichen Mietern gekennzeichnet gewesen, was letztlich zu einem erheblichen Trading Down geführt hat. Des Weiteren zeigen sich Phänomene wie Standortumbewertungen und Umnutzung von Ladenlokalen in Dienstleistungseinrichtungen. Für die Zukunft zeichnen sich positive Entwicklungen für den Hauptgeschäftsbereiche ab, dennoch ist zu befürchten, dass sich insbesondere darüber hinaus aufgrund einer sich verschlechternden Situation z.B. im Bahnhofsbereich (Schließung eines großflächigen Anbieters) nach wie vor Handlungsbedarf ergibt, um die erforderliche Kontinuität des innerstädtischen Zentrums, die ein wichtiger Gradmesser für die Prosperität des Standortes Werdohl ist, zu gewährleisten.

Vor diesem Hintergrund haben sich die Stadt Werdohl und der Verein Natürlich Werdohl e.V. entschlossen, im Interesse der Sicherung und Weiterentwicklung der gewachsenen urbanen Strukturen in der Innenstadt, ein Flächenmanagement anzustoßen und einzurichten. Dabei liegt zunächst das Ziel darin ein Konzept zum Ladenleerstandsmanagement zu entwickeln, um bestehende Leerstände und deren negative Auswirkungen auf innerstädtische Strukturen abzubauen. Langfristig

¹ Zeitraum der Erhebung zum Einzelhandelskonzept für die Stadt Werdohl Juli 2005

gesehen ist es jedoch sinnvoll, ein solches Ladenleerstandsmanagement durch eine strategische Komponente zum sogenannten Flächenmanagement zu erweitern. Dabei soll für ein Ladenlokal, für das sich ein Leerstand abzeichnet, frühzeitig auf Grundlage der Entwicklung eines optimalen Betriebstypen- und Branchenmix² eine schnelle Wiedernutzung begünstigt werden oder im besten Fall sogar ein Leerstand vermieden werden. Neben einer umfangreichen Zusammen- und Bereitstellung von Daten zu Immobilien und Nutzern in einer Datenbank ist eine direkte, persönliche Ansprache und Beratung bestehender und potenzieller Nutzer, eine wichtige Komponente im Rahmen des Flächenmanagements.

Abbildung 1: Facetten des Flächenmanagements



Quelle: eigene Darstellung

Im Hinblick auf einen möglichst umfassenden Ansatz ist festzuhalten, dass die Arbeitsfelder des Ladenleerstandsmanagements bzw. Flächenmanagements breit gefächert sind (vgl. dazu Abbildung 1). Unter Berücksichtigung von insbesondere ökonomischen, nutzungsrelevanten und gestalterischen Aspekten liegen weitere Schwerpunkte in den Bereichen der städtebaulichen und einzelhandelsrelevanten Analyse, Information und Aufklärung, Konzept- und Zielentwicklung sowie Werbung, Kooperation und Vermarktung. Dementsprechend gehören zu den wichtigsten Akteuren im Rahmen der Wiederbelebung von Leerständen vor allem die am Markt Tätigen (insbesondere: Grundeigentümer, Einzelhändler, Dienstleister, Freie Unternehmer, Kreditgewerbe, Makler sowie Stadtverwaltung und Stadtmarketing), welche sich mit der aktuellen Situation, den absehbaren Entwicklungen und den daraus erwachsenen Konsequenzen aktiv auseinandersetzen (vgl. dazu Abbildung 2).

2 Vgl. dazu auch Egger, Thomas (2003): Was Städte von Shopping-Centern lernen können. - In: City- und Stadtmarketing, Nr.8. S. 18-21

Abbildung 2: Akteure bei der Wiederbelebung von Leerständen



Quelle: eigene Darstellung

Das hier vorgelegte Konzept zum Ladenleerstandsmanagement basiert, als eigenständiger Baustein, auf dem Einzelhandelskonzept für die Stadt Werdohl. Dieses bietet eine umfangreiche Analyse der Angebots- wie Nachfrageseite des Werdohler Einzelhandel und zeigt darüber hinaus Perspektiven und Ziele für die künftige städtebauliche und einzelhandelsrelevante Entwicklung auf.

2 Methodik

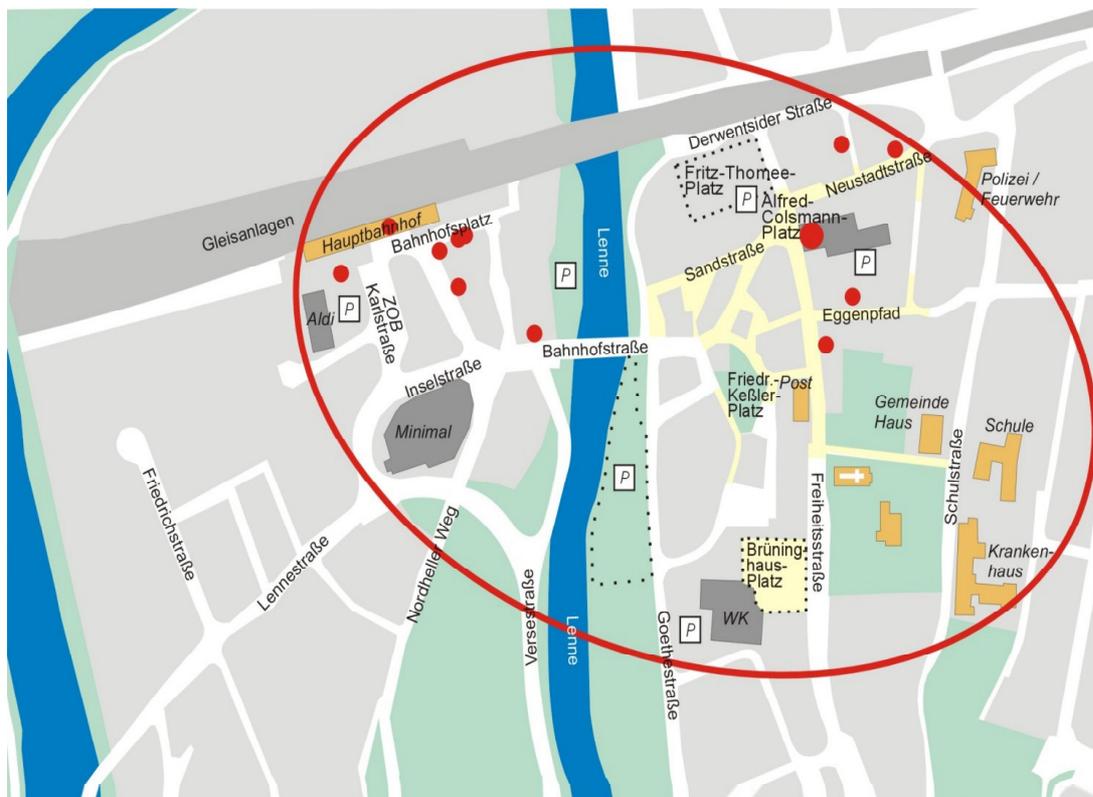
Die methodischen Grundlagen und damit nicht zuletzt der Aufbau eines Flächenmanagements für die Stadt Werdohl werden im Folgenden dargelegt. Die Untersuchung stützt sich auf Ergebnisse aus primär- wie sekundärstatistischen Erhebungen. Eine wesentliche Grundlage im Bereich der Analyse der einzelhandelsrelevanten und städtebaulichen Aspekte stellt das Einzelhandelskonzept³ für die Stadt Werdohl dar.

Für die primärstatistischen Erhebungen zur Einzelhandelssituation in Werdohl wurde eine **Vollerhebung aller Einzelhandelsunternehmen im engeren Sinne** und der **Leerstände** im Werdohler Stadtgebiet durchgeführt sowie eine **telefonische Haushaltsbefragung** und **Kundenherkunftserhebung** in Werdohl vorgenommen. Darüber hinaus runden Befragungen bei Einzelhändlern und Immobilienbesitzern in der Innenstadt die Empirie ab.

2.1 Untersuchungsraum

Der Untersuchungsraum wurde, wie in der folgenden Karte dargestellt, abgegrenzt:

Abbildung 3: Untersuchungsraum Werdohler Innenstadt



Quelle: eigene Darstellung

³ Junker und Kruse im Auftrag der Stadt Werdohl: Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Stadt Werdohl, 2006

Er umfasst sowohl den Geschäftsbereich der Werdohler Innenstadt mit seiner Hauptlage und den Nebenlagen, aber auch angrenzende Bereiche, die vornehmlich durch innerstädtische Funktionen geprägt sind. Der Untersuchungsraum erstreckt sich von der Karl- sowie der Inselstraße im Westen, wo auch der Bahnhof verortet ist, über die Lenne hinweg in Richtung Westen bis zur Schulstraße. Die nördliche Grenze des Untersuchungsbereiches wird durch die Gleisanlagen der Deutschen Bahn vorgegeben. Im Süden bilden westlich der Lenne die Versestraße und östlich der Lenne der Brüninghausplatz den Abschluss.

2.2 Untersuchungsaufbau und weiteres Vorgehen

Das Konzept zum Ladenleerstandsmanagement, welches schließlich in ein Flächenmanagement münden soll, dient vor allem als Grundlage für das weitere Vorgehen im Umgang mit (potenziellen) Leerständen in Werdohl. Am Anfang steht die **Initiierungsphase**. Hier findet zunächst eine grundlegende Auseinandersetzung mit dem Thema Ladenleerstand und der Leerstandssituation in der Werdohler Innenstadt statt. Wesentliche Arbeitsschritte dieses Bausteins sind eine detaillierte Bestandsaufnahme der Leerstände in der Innenstadt sowie die Analyse und Aufbereitung der Daten.

Abbildung 4: Aufbau eines Ladenleerstands- bzw. Flächenmanagements



Quelle: eigene Darstellung

In der anschließenden **Aufbauphase** werden der Arbeitskreis „Koordinationsteam“ und themenbezogene Arbeitsgruppen gebildet. Zunächst steht die gemeinsame Zielformulierung im Vordergrund der Tätigkeiten später werden Empfehlungen für die Umsetzung erarbeitet. Die letzte Phase im Rahmen des Konzeptes zum Ladenleerstandsmanagement stellt die **Umsetzungsphase** dar, welche über den Rahmen der vorliegenden Untersuchung hinausgeht. Sie beinhaltet neben einer möglichen, gezielten Vermarktung einzelner Objekte vor allem ein Projektcontrolling sowie die Ausweitung des innerstädtischen Ladenleerstandsmanagements zu einem **Flächenmanagement**. Neben der gezielten Beseitigung von Leerständen ist damit insbesondere ein frühzeitiges Erkennen und Wiederbeleben potenzieller Leerstände beabsichtigt.

3 Analyse der Einzelhandelsstruktur unter besonderer Berücksichtigung der Leerstände in der Innenstadt

Mit dem Einzelhandelskonzept für die Stadt Werdohl wird mit der dargestellten Analyse eine detaillierte Grundlage für die Bewertung der einzelhandelsrelevanten und städtebaulichen Situation der Stadt Werdohl insgesamt, aber vor allem auch der Innenstadt Werdohls, bereit gestellt. Die Ergebnisse bilden eine wichtige Basis für die Bewertung und Wieder- bzw. Umnutzung der Leerstände in der Innenstadt.

Die wesentlichen Ergebnisse der Analyse sind daher im Folgenden zusammengefasst (vgl. dazu Einzelhandels- und Zentrenkonzept Werdohl, 2006).

3.1 Einzelhandelsrelevante Angebots- und Nachfragesituation

Das **Mittelzentrum Werdohl** liegt im Spannungsfeld der Oberzentren Dortmund und Hagen im Norden sowie Siegen im Süden, aber vor allem auch des Mittelzentrums mit teilweise oberzentraler Bedeutung Lüdenscheid, welches südwestlich an das Werdohler Stadtgebiet angrenzt. Aufgrund seiner landesplanerischen Funktion hat Werdohl eine z.T. übergeordnete Versorgungsfunktion für sein Umland, welche im Wesentlichen in der Innenstadt vorgehalten wird.

Die **einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer** für die Stadt Werdohl liegt bei 98,08 (BBE, Köln Stand 2006) und demnach unter dem bundesdurchschnittlichen Indexwert von 100. Bei einer Einwohnerzahl von 20.434 verfügt Werdohl somit über ein **einzelhandelsrelevantes Kaufkraftpotenzial von rund 102 Mio. Euro**.

Die **Angebotsseite** des Werdohler Einzelhandels stellt sich wie folgt dar:

- Im Stadtgebiet sind insgesamt **115 Einzelhandelsbetriebe** angesiedelt. Davon befindet sich ein großer Teil im Stadtkern (**73 Betriebe**).
- Die **Gesamtverkaufsfläche in Werdohl beträgt 21.440 m²**, davon befinden sich rund 13.000 m² Verkaufsfläche im Zentrum. Verkaufsflächenschwerpunkte liegen erwartungsgemäß zum einen im Bereich der **Nahrungs- und Genussmittel (7.110 m² Verkaufsfläche)**, zum anderen in jener Branche liegen, die in erster Linie durch großflächige Anbieter geprägt ist: **Baumarktsortimente / Gartenbedarf (3.430 m² Verkaufsfläche)**. Ein weiterer Verkaufsflächenschwerpunkt liegt mit **2.480 m² Verkaufsfläche im Sortimentsbereich Bekleidung / Wäsche**, einem typischen zentrenprägenden Sortiment. Insgesamt ist festzuhalten, dass Werdohl unter Berücksichtigung seiner Größe und im Vergleich mit anderen Kommunen dieser Größenordnung ein typisches Bild der Verkaufsflächenanteile aufweist.
- Im Erhebungszeitraum⁴ wurden **18 Leerstände** im Werdohler Stadtgebiet festgestellt, 12 allein im Bereich der Innenstadt. Im Hinblick auf die Anzahl der Betriebe in der Innenstadt entspricht dieser Wert etwa 16 %. Dieser rein quantitative Wert ist jedoch vor allem auch in einen räumlichen und qualitativen Zusammenhang zu stellen.

⁴ hier: Erhebungszeitraum zur Erstellung des Einzelhandelskonzeptes Juli 2005.

- Insgesamt bleibt festzuhalten, dass die Einzelhandelsstruktur durch die Innenstadt geprägt ist. Hier konzentriert sich ein erheblicher Teil des Einzelhandelsangebotes (41 % der Betriebe insgesamt, 32 % der Gesamtverkaufsfläche).
- Die **Grundversorgungssituation** der Stadt Werdohl ist gekennzeichnet durch eine Verkaufsfächenausstattung von **0,34 m² Lebensmittelverkaufsfläche / Einwohner**. Dieser Wert liegt genau in dem als idealtypisch anzusehenden, bundesdurchschnittlichen Wertbereich von 0,33 – 0,35 m² Lebensmittelverkaufsfläche / Einwohner.
- Deutlichen Handlungsbedarf signalisieren die **Attraktivitätsschwächen** (Einzelhandel und Städtebau) der Werdohler Innenstadt. Das Geschäftszentrum **zerfällt in Teilbereiche**, die großflächigen Anbieter sind nur unzureichend mit den kleinteiligen Anbietern und Dienstleistungsnutzungen verbunden. Als weitere strukturelle Schwächen sind **fehlende Einzelhandelsdichten** und ein insgesamt **niedriges Angebotsniveau** hervorzuheben. Ein Potenzial für positive Impulse für den Innenstadteinzelhandel liegt u.a. in einer möglichen Einzelhandelsentwicklung auf dem Fritz-Thomee-Platz.

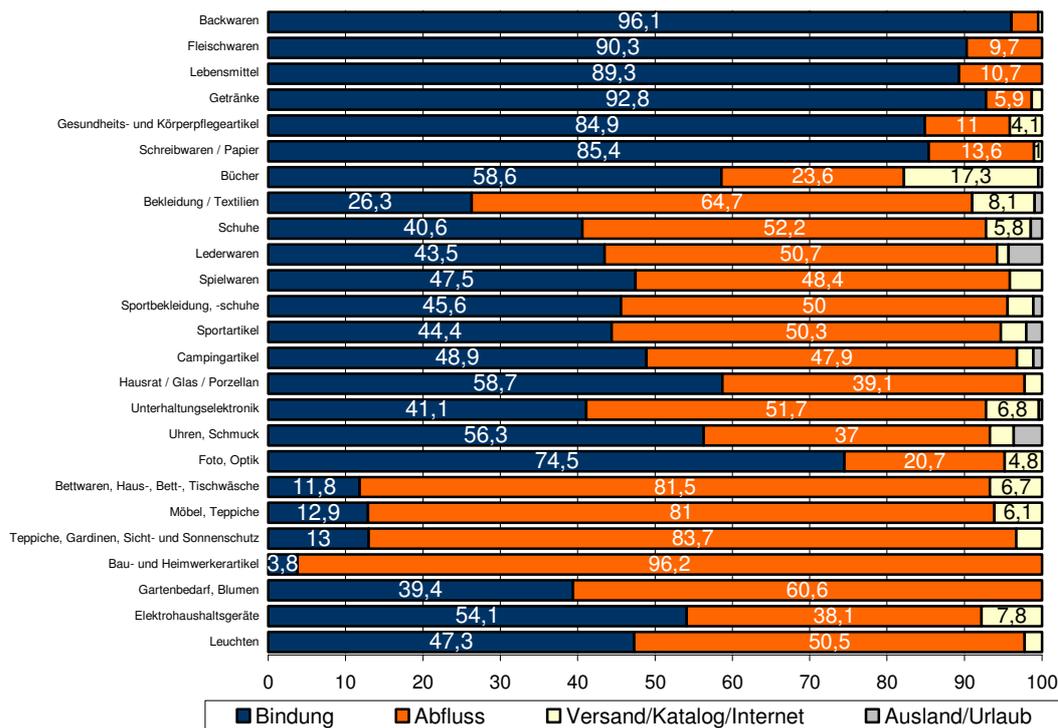
Die **Nachfrageseite** stellt sich wie folgt dar:

- In den Warengruppen des **kurzfristigen Bedarfs** belegen **hohe Bindungsquoten von 84,9 % bis 96,1 %** eine starke Einkaufsorientierung auf die Stadt. Dies ist zum einen ein Indiz für die gute Ausstattung des städtischen Einzelhandels im Rahmen der kurzfristigen Bedarfsdeckung und liegt zum anderen vor allem an der Lage Werdohls in einem eher ländlich strukturierten Bereich.
- **Im Bereich des mittelfristigen Bedarfs liegen die Bindungsquoten im Schnitt zwischen 40 und 50 %**. Davon heben sich die Werte in den Warengruppen Glas / Porzellan / Keramik (58,7%) und Uhren / Schmuck (56,3 %) positiv ab, während **in der innerstädtischen Leitbranche Bekleidung / Textilien eine sehr niedrige Bindungsquote von nur 26,3 %** erzielt wird. Hier fließt ein erheblicher Teil der lokalen Kaufkraft an Konkurrenzstandorte wie Lüdenscheid, Dortmund und Hagen ab.
- **Sehr niedrige Bindungsquoten** sind darüber hinaus **für die Warengruppen Bettwaren, Haus-, Bett- und Tischwäsche, Möbel und Teppiche sowie Bau- und Heimwerkerartikel** feststellbar. In diesen Branchen ist allerdings auch die Verkaufsfächenausstattung in Werdohl sehr niedrig und die Werte können hierdurch relativiert werden.
- Das bundesdurchschnittliche, einzelhandelsrelevante Pro-Kopf-Ausgabevolumen für das Jahr 2005 beträgt rund 4.963 Euro⁵. **Für das Mittelzentrum Werdohl weist die BBE eine einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer von 98,60 für das Jahr 2005 aus**. Dieser Wert liegt damit leicht unter dem Indexwert von 100 für die Bundesrepublik Deutschland und nimmt im regionalen Vergleich mit den Nachbarkommunen einen unteren Rang ein. Er impliziert ein durchschnittliches, **einzelhandelsrelevantes Ausgabevolumen von rund 4.675 Euro pro Kopf⁶** der Werdohler Bevölkerung.
- **Die Kaufkraftbindung für die Gesamtstadt Werdohl liegt insgesamt bei nur 58 %**, d.h. nur etwa 57 Mio. der vorhandenen Kaufkraft von rund 99 Mio. Euro werden vom örtlichen Einzelhandel gebunden, während ein großer Teil des Kaufkraftpotenzials (42 %) an Konkurrenzstandorte abfließt.

⁵ nach BBE Köln 2005 für den Einzelhandel i.e. S. ohne KfZ- und Brennstoffhandel, inkl. Lebensmittelhandwerk und Apotheken

⁶ nach BBE Köln 2005 für den Einzelhandel i.e. S. ohne KfZ- und Brennstoffhandel, inkl. Lebensmittelhandwerk und Apotheken

Abbildung 5: Kaufkraftbindungs- und -abflussquoten in %



Quelle: Haushaltsbefragung Werdohl, mcs GmbH im Auftrag von Junker und Kruse, Dortmund 07/2005

Tabelle 1: Umsätze und Zentralität des Werdohler Einzelhandels, branchenspezifisch

Warengruppe	Umsatz in Mio. Euro	Kaufkraftpotenzial in Mio. Euro	Zentralität
Nahrungs- und Genussmittel	29,9	36,2	82
Blumen / Zoo	0,7	1,5	46
Gesundheits- und Körperpflege	5,5	4,6	121
Schreibwaren/Papier/Bücher	2,9	3,8	78
Bekleidung / Wäsche	7,4	9,9	75
Schuhe / Lederwaren	2,3	2,2	105
GPK / Hausrat / Geschenkartikel	2,4	1,6	154
Spielw. / Hobby / Basteln / Musikinstr.	0,8	2,0	38
Sport und Freizeit	1,5	1,7	90
Wohneinrichtung	0,4	2,5	16
Möbel	0,7	5,9	13
Elektrogeräte / Leuchten	2,8	2,6	105
Unterhaltungselektronik, Foto etc.	2,7	7,5	36
Medizinische und orthopädische Artikel	1,9	3,2	58
Uhren / Schmuck	0,5	1,0	45
Baumarktsortiment	0,2	9,7	2
Gartenmarktsortiment	2,6	1,7	156
Sonstiges	0,2	1,2	17
Gesamt	65,4	98,8	66

Quelle: BBE, Köln, 2004; Unternehmenserhebung (2005) und Haushaltsbefragung (2005), eigene Berechnung

- Die **Umsätze** des Einzelhandels in Werdohl liegen bei rund **65 Mio. Euro**, woraus ein **Zentralitätswert** über alle Warengruppen von **66** resultiert. Das heißt per Saldo fließen 34 % Kaufkraft ab. Es wird also weniger Einzelhandelsumsatz getätigt, als den Werdohler Einwohnern zur Verfügung steht. Dieser Wert ist im Vergleich zu anderen Mittelstädten dieser Größenordnung als sehr niedrig einzustufen und weist auf Handlungsbedarf zur Sicherung und Stärkung des Einzelhandelsstandortes hin.

3.2 Die Sichtweise der Kunden und Händler / Immobilienbesitzer

Über die Einkaufsorientierung der Bewohner von Werdohl hinaus sind weitere Aspekte der Nachfrage untersucht worden. Neben einer gesamtstädtischen Betrachtung wurden insbesondere Maßnahmen zu Erhöhung der Attraktivität der Innenstadt - im Rahmen einer Haushaltsbefragung - ermittelt.

Auf die Frage nach der **Einschätzung der Einkaufssituation** in Werdohl attestierten weniger als die Hälfte der befragten Personen der Stadt eine **positive Bewertung (44 %)**, **etwa 54 % der Befragten äußerten sich negativ** über die Situation des städtischen Einzelhandels und rund 1,8 % enthielten sich.

Die überwiegend negative Einschätzung bestätigt die bisherigen Untersuchungsergebnisse.

Als die häufigsten Gründe für ihre Einschätzung werden folgende Aspekte angeführt:

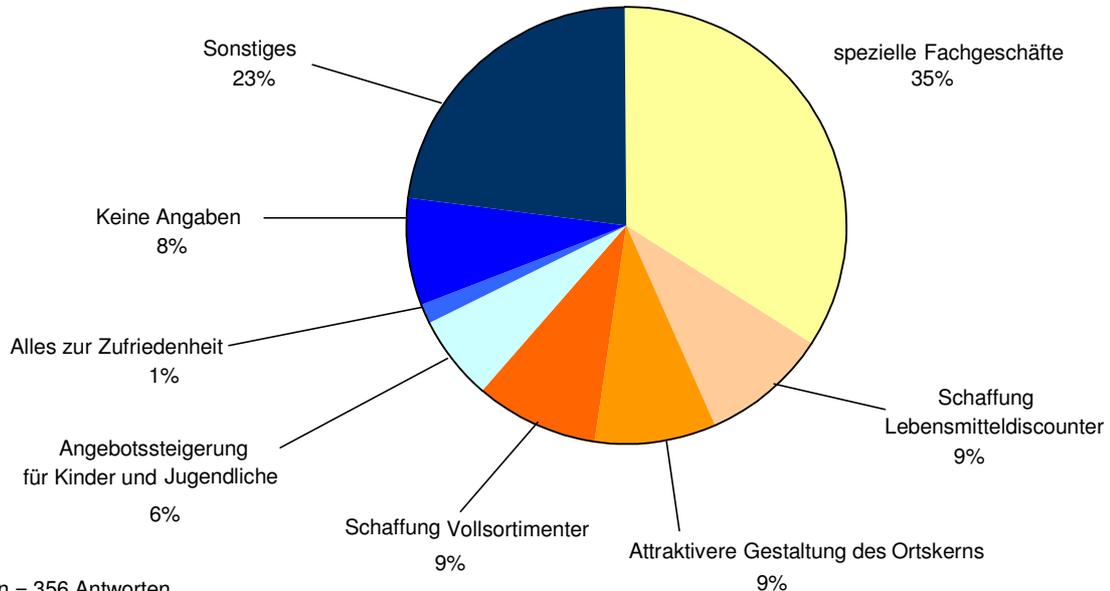
positiv	negativ
große Auswahl	Auswahl
gut zu erreichen	Einkaufsatmosphäre
gute Einkaufsatmosphäre	anderswo billiger
preisgünstiges Angebot	woanders bessere Qualität des Angebots
gute Parkmöglichkeiten	

Nach Abzug der gegensätzlichen Meinungen bleibt abschließend festzuhalten, dass Werdohl, laut Angaben der Befragten, gute Parkmöglichkeiten aufweist und der Stadt eine gute Erreichbarkeit als Einkaufsstandort attestiert wird. Negative einzelhandelsrelevante und städtebauliche Einschätzung des Standortes Werdohl sind im Rahmen der Bewertung durch die Befragten nicht explizit auf die Leerstandssituation in Werdohl bezogen worden. Als negative Gründe für die schlechte Einschätzung der Werdohler Einkaufssituation wird insbesondere die an anderen Orten bessere Qualität des Angebotes genannt.

In einer weiteren Frage wurde ermittelt, wodurch die Innenstadt von Werdohl attraktiver werden könnte. Als **Verbesserungsvorschläge** hinsichtlich der Attraktivitätssteigerung der Innenstadt

wurde von 35 % der Befragten der Wunsch nach mehr speziellen Fachgeschäften geäußert. Mit jeweils 9 % geben die Interviewten an, dass ihnen die Angebotsformen Lebensmitteldiscounter und Vollsortimenter fehlen. Neben den einzelhandelsrelevanten Aspekten werden als weitere wesentliche Anregungen eine attraktivere Gestaltung des Ortskerns sowie ein größeres Angebot für Kinder und Jugendliche genannt. Nur 1 % gaben an, dass alles zu ihrer Zufriedenheit ist.

Abbildung 6: Wodurch könnte die Innenstadt von Werdohl attraktiver werden?



n = 356 Antworten

Quelle: Haushaltsbefragung Werdohl, mcs GmbH im Auftrag von Junker und Kruse, Dortmund
07/05

Zusammenfassend ist festzustellen, dass der überwiegende Anteil der Werdohler Bevölkerung die Einkaufssituation in der Stadt als negativ bewertet. Dabei wird ein ungleiches, subjektives Empfinden bei der Nennung der unterschiedlichen Gründe deutlich. Bei einem Vergleich der häufigsten Nennungen stehen sich positive und negative Bewertungen wie Auswahl, Einkaufsatmosphäre und Preis-Leistungsverhältnis gegenüber. Deutlich negativ wird das fehlende qualitative Angebot bewertet. Im Bereich des Betriebsformenmixes werden vor allem Fachgeschäfte vermisst, was mit dem Wunsch nach Bedienung / Beratung sowie Frische, Qualität und Service korrespondiert. Des Weiteren wird der Wunsch nach einem Lebensmitteldiscounter und einem Vollsortimenter geäußert. Neben einzelhandelsrelevanten Aspekten zielen Verbesserungsvorschläge insbesondere auf gestalterische / städtebauliche aber auch auf soziale Aspekte ab. Die guten Parkmöglichkeiten und Erreichbarkeit der Einzelhandelseinrichtungen in der Innenstadt sind wesentliche positive Anmerkungen.

Über die telefonische Haushaltsbefragung im Rahmen des kommunalen Einzelhandelskonzeptes hinaus wurde auch eine persönliche Befragung der Werdohler Einzelhändler vorgenommen. Sie zielt darauf Meinungen und Einschätzungen sowie ein Stimmungsbild zur aktuellen Situation aber auch zu möglichen Entwicklungsperspektiven von Personen in Erfahrung zu bringen, die mit allen Facetten des Standortes vertraut sind. Durchgeführt wurden die insgesamt 10 Interviews in der

Woche vom 07. bis 11. November 2005. Bei der Auswahl der Interviewpartner wurde ein besonderes Augenmerk auf einen Branchenquerschnitt sowie auf die Berücksichtigung strukturprägender sowie alteingesessener Betriebe gelegt. Es wurden Einzelhändler von Betrieben in der Werdohler Innenstadt, in der Gildestraße, in Ütterlingsen und Kleinhammer befragt. Im Folgenden werden die zentralen Erkenntnisse skizziert.

Entwicklung des Einkaufsstandortes Werdohl aus Sicht der Einzelhändler / Einschätzung der Stärken und Schwächen

- Als **positiv** wird vor allem die Gestaltung der Fußgängerzone, eine Innenstadtbelebung durch stattfindende Events und die aktive Rolle der Marketing GmbH angeführt.
- Auf der anderen Seite überwiegen jedoch die **negativen** Einschätzungen der Einzelhändler. Sie beklagen die gesunkene Kaufkraft und ganz allgemein die negativen wirtschaftlichen Entwicklungen in der Stadt, die sich in vielen Betriebsschließungen u.a. von Fachgeschäften, äußern. Als ein großes Problem wird der gehäufte Leerstand im Hauptgeschäftsbereich gesehen, der einen Qualitäts- und Attraktivitätsverlust der Innenstadt mit sich bringt. Einhergehend mit den Betriebsschließungen, ist der Verlust einer Angebotsbreite zu verzeichnen. Insgesamt lässt sich aus Sicht der Einzelhändler eine Unausgewogenheit zwischen dem nördlichen und südlichen Bereich des innerstädtischen Zentrums ausmachen, was u.a. auch durch die Passantenfrequenz zu Gunsten des südlichen Bereiches deutlich wird. Vorhandene Angsträume (dunkle Durchgänge, wenig belebte Bereiche) in der Stadt verringern das Sicherheitsgefühl der Besucher der Innenstadt und wirken sich negativ auf die Aufenthaltsqualität im Zentrum aus. Die hohe Anzahl von Bewohnern mit Migrationshintergrund in Werdohl (Ausländeranteil von mehr als 20 %) und eine damit verbundene Integrationsproblematik wird ebenfalls als ein negativer und problematischer Aspekt genannt.

Die aufgeführten Punkte verdeutlichen, dass eine negative Grundstimmung bei den Einzelhändlern dominiert. Jedoch bestehen bei den Befragten keine konkreten Veränderungsabsichten (Investitionen, Vergrößerungen, Verkleinerungen, Verlagerungen, Schließungen, etc.), um den negativen Entwicklungen entgegen zu treten. Vielmehr versetzen die stagnierenden bzw. leicht negativen einzelbetrieblichen Entwicklungen die Einzelhändler in eine abwartende Position. Sie stehen den wirtschaftlichen Rahmenbedingungen hilf- und ratlos gegenüber.

3.3 Quantitative Entwicklungsspielräume

Im Einzelhandelskonzept wurden auf Grundlage der Analyse und unter Berücksichtigung der künftigen der ökonomischen und demographischen Entwicklungen **quantitative Entwicklungsspielräume** von insgesamt bis zu 2.000 m² Verkaufsfläche über alle Warengruppen hinweg ermittelt. Der Schwerpunkt der Entwicklungspotenziale liegt in der Warengruppe **Nahrungs- und Genussmittel** (bis zu 1.200 m² Verkaufsfläche). Die ermittelten Potenziale in dieser Warengruppe ermöglichen die Ansiedlung eines zusätzlichen großflächigen Einzelhandelsbetriebes. Auf Grundlage der Analyse des Einzelhandelskonzeptes sollten die Potenziale zur Arrondierung des Bestandes bzw. zur Stärkung der innerstädtischen Strukturen eingesetzt werden. Weitere Verkaufsflächenpotenziale ergeben sich in den zentrentypischen Sortimenten **Bekleidung, Spielwaren/ Hobby/ Basteln**

sowie **Unterhaltungselektronik**. Dabei liegen die ermittelten Potenziale jedoch alle unterhalb der Großflächigkeit⁷. Deshalb sollten sie zur Arrondierung des Bestandes durch Verkaufsflächen-erweiterungen und zur Ansiedlung zusätzlicher Fachgeschäfte genutzt werden

Dabei ist ausdrücklich darauf hinzuweisen, dass der dargestellte Verkaufsflächenbedarf auf einer rechnerisch ermittelten Prognose beruht, die vorrangig einen „Orientierungscharakter“ besitzt. Erst durch die **Abwägung der ermittelten Verkaufsflächenpotenziale mit der jeweiligen Veranschlagung der potenziellen Verkaufsfläche eines konkreten Planvorhabens** nach

- Art (Betriebsform und –konzept),
- Lage (Standort: Lage im Stadt- und Zentrenkontext) und
- Umfang (teilweiser oder gesamter Marktzugang des ermittelten Verkaufsflächenpotenzials)

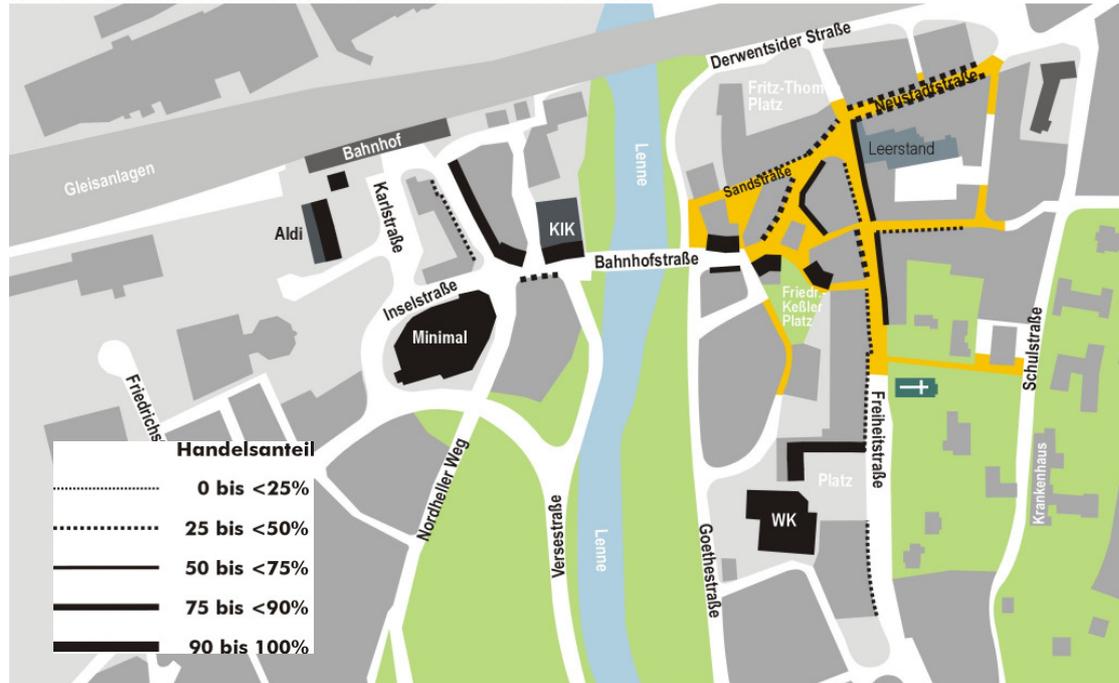
kann die **absatzwirtschaftliche Tragfähigkeit und städtebauliche Verträglichkeit** eines Vorhabens abgeschätzt werden. In diesem Zusammenhang können Vorhaben – insbesondere durch eine qualitative Aufwertung des Einzelhandelsangebotes (branchenspezifische Angebotsbreite bzw. -tiefe) auch über die ermittelten quantitativen Verkaufsflächenpotenziale hinaus - an innerstädtischen Standorten zu einer Stärkung des Standortes Innenstadt beitragen und damit vor allem dem Ziel einer geordneten und nachhaltigen Stadtentwicklung Vorschub leisten.

3.4 Die Einzelhandelsstruktur im innerstädtischen Geschäftsbereich

Im Hinblick auf die Einzelhandelsstrukturen in der Stadt Werdohl bleibt festzuhalten, dass sich ein erheblicher Anteil erfreulicherweise in der Innenstadt konzentriert. Somit stellt die Werdohler Innenstadt den zentralen Einzelhandelsstandort der Stadt dar. Mit 47 Einzelhandelsbetrieben entfallen auf diesen Bereich etwa 41% der Einzelhandelsbetriebe insgesamt bzw. rund 6.800 m² Verkaufsfläche, was etwa 32 % der Gesamtverkaufsfläche in Werdohl entspricht.

Aus stadträumlicher Sicht liegt das Geschäftszentrum von Werdohl zentral in der Innenstadt. Es lässt sich in zwei strukturell unterschiedliche Bereiche gliedern. Der eine erstreckt sich entlang der Freiheitstrasse. Im nördlichen Bereich ist er geprägt durch die Fußgängerzone der Altstadt, im südlichen dagegen durch den modernen Ergänzungsbereich Brüninghausplatz. Der andere Bereich findet sich westlich der Lenne. Es handelt sich um das Bahnhofsviertel. Im Folgenden wird das Geschäftszentrum aufgrund unterschiedlicher struktureller und städtebaulicher Merkmale in die Abschnitte Brüninghausplatz, Freiheitstrasse, Bahnhofstraße sowie Westliches Lenneufer - Bahnhofsviertel untergliedert.

⁷ Schwelle zur Großflächigkeit liegt bei 800 m² Verkaufsfläche , vgl. dazu Entscheidungen des BVerwG Leipzig vom 24.11.2005 zu den Urteilen in den folgenden Verfahren:
 4 C 10.04 – (VGH Mannheim Ur. V. 13.07.2004 – 5 S 1205/03 – ZfBR 2005, 78)
 4 C 14.04 – (OVG Frankfurt Ur. V- 03.11.2004 – 3 A 471/01 – ZfBR 2005, 292)
 4 C 3.05 – (OVG Frankfurt Ur. V- 03.11.2004 – Parallelentscheidung)
 4 C 805 (OVG Münster Ur. V. 25.04.2005 – 10 A 2861 / 04 -)

Karte 1: Der innerstädtische Geschäftsbereich von Werdohl

Quelle: eigene Darstellung, ohne Maßstab

Brüninghausplatz

Der Brüninghausplatz bildet den südlichen Einzelhandelspol des Geschäftszentrums. Um einen großen, freundlich und grün gestalteten Platz gruppieren sich Einzelhandels- und Dienstleistungsangebote. Hauptanbieter und innerstädtischer Magnetbetrieb ist das WK-Kaufhaus (3.500 m² Verkaufsfläche, davon 900 m² Lebensmittelvollsortimenter), das durch kleinteilige Nutzungen und Einzelhandelsfachgeschäfte (insgesamt etwa 500 m² Verkaufsfläche, Sortimentsbereiche: Blumen, Elektroartikel, Computer, Schuhe, Handarbeiten) ergänzt wird. Diese liegen zum Teil im Bereich einer sich nördlich anschließenden Passage, welche sich dunkel und unattraktiv darstellt sowie zu einer Teilung der ohnehin vergleichsweise schwachen Kundenfrequenz in Richtung Freiheitstraße beiträgt.

Im Übergangsbereich zur Fußgängerzone zwischen dem südlichen Einzelhandelspol und der Fußgängerzone in der Freiheitstraße fehlt eine durchgängige Einzelhandelsnutzung, so dass die funktionale Verknüpfung dieser zentralen Einzelhandelslagen als unzureichend einzustufen ist. Auf der westlichen Seite dominieren das Sparkassengebäude, die Stadtbücherei und ein Parkhaus während auf der anderen Seite die Kirche mit ihrem direkten Umfeld nicht in den übrigen Raum integriert ist. Somit ist die städtebauliche Gestaltung dieses Bereiches insgesamt optimierungsfähig.

Freiheitstraße

Die Fußgängerzone im Bereich der Freiheitstraße wirkt mit den arkadenartigen Vorbauten freundlich und einladend. Trotz der optisch ansprechenden Vordächer stellt sich nur auf der Ostseite eine höhere Einzelhandelsdichte dar. Insbesondere die westliche Seite der Freiheitstraße besitzt

dagegen eine für ein innerstädtisches Geschäftszentrum nur sehr geringe Einzelhandelsdichte mit größeren Lücken, wie beispielsweise im Bereich Freiheitstraße 6. Die Betriebsstrukturen sind kleinteilig, nur wenige der hier angesiedelten Geschäfte weisen eine Verkaufsfläche von mehr als 100 m² auf. Großflächige Anbieter, die insbesondere auch als Einzelhandelsmagneten fungieren könnten, fehlen ganz. Angeboten werden innenstadttypische Sortimente (u.a. Bekleidung, Foto, Parfümerie, Unterhaltungselektronik).

Abbildung 7: Freiheitstraße



Quelle: Eigene Fotos

Insgesamt sind sowohl die Passantenfrequenz als auch der Standard des Einzelhandels niedrig. Darüber hinaus sind hier einige Leerstände zu verzeichnen. Insbesondere ist dabei das leerstehende „Störmer-Kaufhaus“ (Freiheitstraße 1) am nördlichen Ende der Fußgängerzone zu nennen. In dessen Umfeld sich deutlich Trading-Down-Effekte abzeichnen und somit Handlungsbedarf signalisiert wird.

Der Alfred-Colsmann-Platz bildet zur Zeit den städtebaulichen Abschluss der Fußgängerzone, der jedoch im Zusammenhang mit der Umnutzung des ehemaligen Störmer-Kaufhauses einer Umgestaltung bedarf.

Nördlich im Anschluss an die Fußgängerzone liegt der **Fritz-Thomee-Platz**. Er wird heute als Parkplatz genutzt. Als innerstädtische Potenzialfläche bietet er, aufgrund seiner Lage, gute Voraussetzungen für eine Anbindung an die übrigen Geschäftslagen und die Fußgängerzone. Durch eine geeignete Einzelhandelsentwicklung auf dieser Fläche könnten durch eine Stärkung des nördlichen Einzelhandelspoles, positive Impulse für den innerstädtischen Einzelhandel entstehen.

Die nach Osten abzweigende, verkehrsberuhigte Neustadtstraße weist nur noch einen sehr geringen Einzelhandelsbesatz auf. Ihr Erscheinungsbild ist freundlich und ruhig. Als Standortvorteil für den hier ansässigen Einzelhandel stellen sich die vorgelagerten Stellplätze dar.

Abbildung 8: Fritz-Thomee-Platz

Quelle: Eigene Fotos

Bahnhofstraße

Die Bahnhofstraße stellt die Verbindung Richtung Westen über die Lenne dar. Sie präsentiert sich im östlichen Teil als freundliche Altstadtstraße mit überwiegender Gastronomienutzung und geringer Einzelhandelsnutzung. Der größte Anbieter ist hier ein Drogeriemarkt (ca. 320 m² Verkaufsfläche). Die übrigen, wenigen Fachgeschäfte haben ein Warenangebot aus dem zentrenrelevanten Sortimentsbereich (u.a. Bücher und Schuhe). Das Einzelhandelsniveau ist niedrig; hochwertige Anbieter sind nur vereinzelt vorhanden.

In der Sandstraße befindet sich mit Ausnahme eines türkischen Lebensmittelanbieters kein Einzelhandel. Sie stellt eine Verbindung zu den Parkflächen am Lenneufer dar, wo der Wochenmarkt abgehalten wird, der an Markttagen zu einer Belebung dieses Bereiches beiträgt.

Westliches Lenneufer, Bahnhofsviertel

An den Brückenköpfen ist der Einzelhandelsbesatz fast ausschließlich auf der nördlichen Seite ausgeprägt. Insgesamt überwiegt am westlichen Lenneufer discountorientierter, großflächiger Einzelhandel (Verbrauchermarkt 2.490 m² Verkaufsfläche, Textildiscounter 950 m² Verkaufsfläche sowie ein Lebensmitteldiscounter 850 m²). Dieser Bereich wird deutlich durch den Straßenverkehr dominiert. In der Bahnhofstraße dominieren moderne Einfügungen das Stadtbild. Die Erdgeschossnutzungen sind vor allem durch Dienstleistungen weniger durch Einzelhandel geprägt. Durch die Gestaltung des öffentlichen Raumes und der Gebäudehöhen wirkt dieser Bereich städtisch.

Abbildung 9: Bahnhofstraße



Quelle: Eigene Fotos

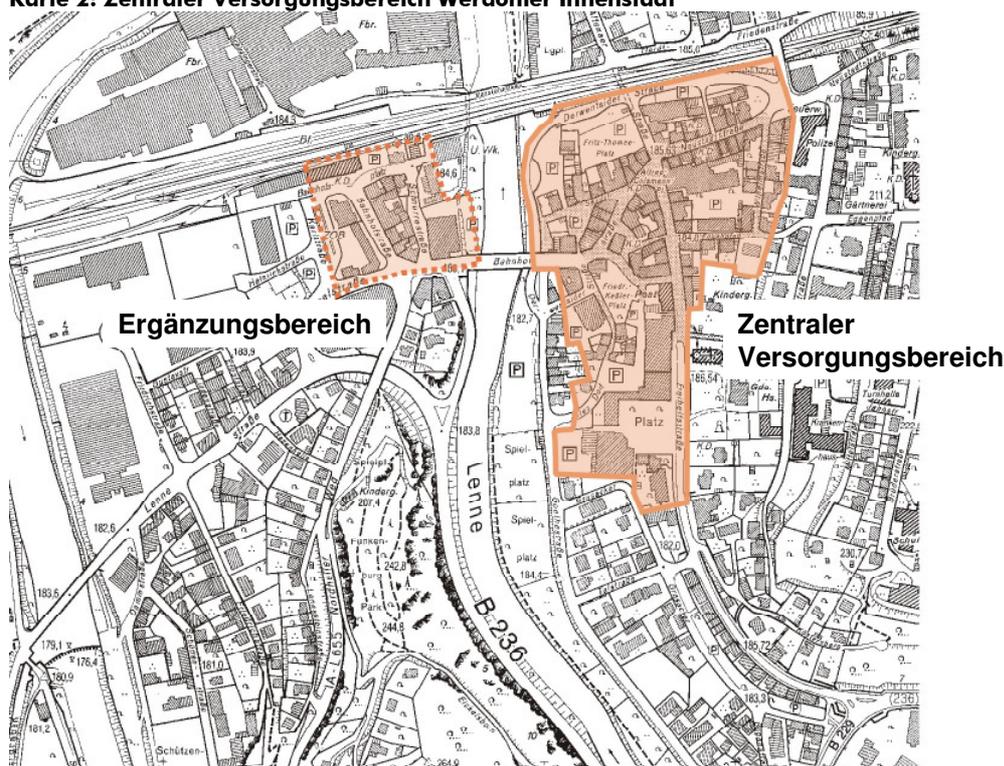
Es ist festzuhalten, dass sowohl der Verbrauchermarkt als auch der Lebensmitteldiscounter aufgrund ihrer autokundenorientierten Randlage kaum Synergien zu den übrigen Geschäftsbereichen aufbauen. Dabei stellt insbesondere die Inselstraße aufgrund ihrer Verkehrsbelastung eine städtebauliche Zäsur dar.

Für das Geschäftszentrum insgesamt bleibt festzuhalten, dass trotz einiger freundlich gestalteter Bereiche in der Gesamtschau die Schwächen überwiegen. Das Geschäftszentrum zerfällt in Teilbereiche, die großflächigen Anbieter sind nur unzureichend mit den kleinteiligen Anbietern und Dienstleistungsnutzungen verbunden. Als weitere strukturelle Schwächen sind fehlende Einzelhandelsdichten und ein insgesamt niedriges Angebotsniveau hervorzuheben. Problematisch stellt sich die Leerstandssituation dar, die in einigen Bereichen mit Trading-Down-Tendenzen einhergeht. Zum Zeitpunkt der Erhebung standen in der Innenstadt 12 Ladenlokale leer. Eine positiv einzustufende Potenzialfläche stellt der Fritz-Thomee-Platz dar, der im nördlichen Bereich unmittelbar an die Fußgängerzone angrenzt.

3.5 Entwicklungsziele für die Innenstadt

Um den Einzelhandelsstandort Werdohl künftig zu sichern und zu stärken definiert das Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Stadt Werdohl grundsätzliche Ziele und Maßnahmen (vgl. dazu Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Stadt Werdohl Kapitel 7 und 8). Dabei ist im Rahmen der vorliegenden Untersuchung ein besonderer Fokus auf die Entwicklungsziele für die Innenstadt Werdohls zu richten. Folgende Aspekte sind festzuhalten: Die Innenstadt definiert sich als Knotenpunkt wirtschaftlicher und sozialer Beziehungen in der Stadt. Dabei nimmt der Einzelhandel eine herausragende Stellung ein, da er vor allem für eine ausreichende Besucherfrequenz in der Innenstadt sorgt. Eine dauerhafte und hohe Frequenz wiederum sorgt erst für die gewünschte Lebendigkeit und Urbanität bzw. Attraktivität in der Innenstadt. Deshalb ist es besonders wichtig wertvolle bestehende Strukturen innerhalb der Innenstadt Werdohls zu schützen und weniger attraktive Strukturen aufzuwerten. Zur Zeit ist das Profil der Innenstadt Werdohls im Wesentlichen durch den zentralen Versorgungsbereich östlich der Lenne geprägt, der sich entlang der Freiheitstraße erstreckt. Darüber hinaus bildet das Bahnhofsviertel einen Ergänzungsstandort für den zentralen Versorgungsbereich der Innenstadt.

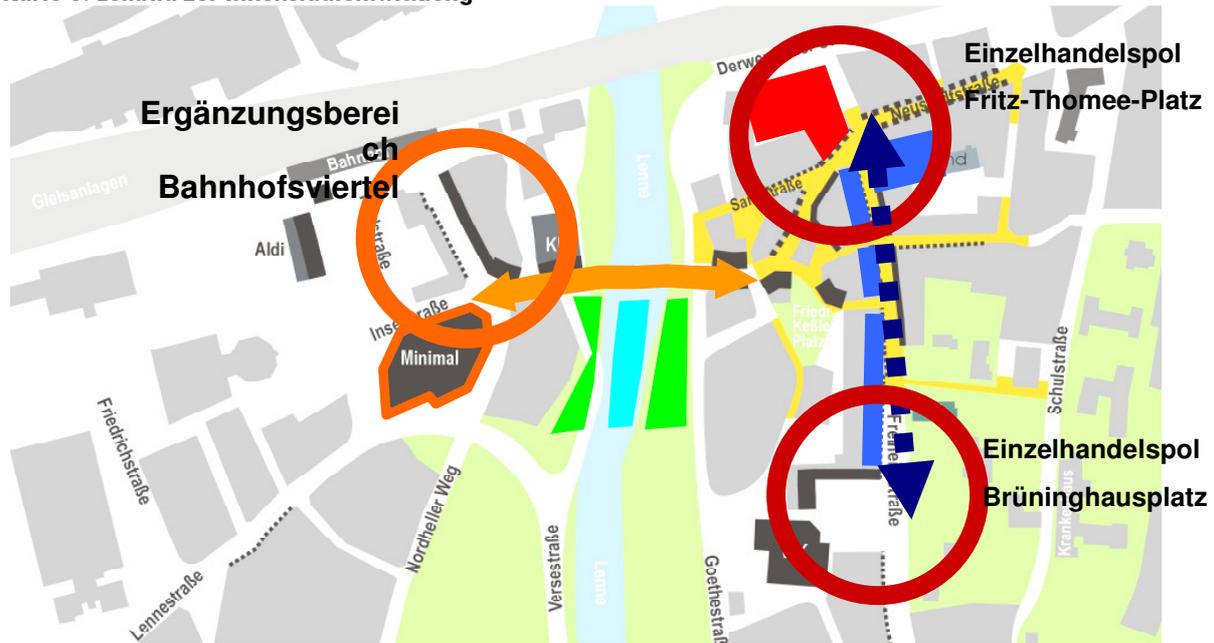
Karte 2: Zentraler Versorgungsbereich Werdohler Innenstadt



Quelle: eigene Darstellung, ohne Maßstab

Um die innerstädtische Funktion des zentralen Versorgungsbereiches auch in Zukunft zu erhalten, aber vor allem auch zu stärken, ist der Aufbau einer funktionstüchtigen Knochenstruktur das vorrangige Entwicklungsziel für die Innenstadt.

Karte 3: Leitbild zur Innenstadtentwicklung



Quelle: eigene Darstellung

Um dieses Ziel zu erreichen muss die Entwicklung der Einzelhandelspole Brüninghausplatz und Fritz-Thomee-Platz vorangetrieben werden. Am Fritz-Thomee-Platz kann dies beispielsweise durch die geplante Ansiedlung eines Lebensmittelmarktes erfolgen. Weiterhin muss gerade für diesen Bereich ein aktives Flächenmanagement eingeführt werden. Für den Bereich des Bahnhofsviertel gilt es Neuansiedlungen von Einzelhandel zu restringieren. Darüber hinaus sind bei Geschäftsaufgaben alternative Nutzungen zu eruieren und zu prüfen, ob auch Verlagerungen des Einzelhandels in den Hauptgeschäftsbereich vorstellbar wären. Eine solche Vorgehensweise ist notwendig, da es sich bei dem Bahnhofsviertel lediglich um einen Ergänzungsstandort handelt, der die Knochenstruktur innerhalb der Altstadt unterstützend ergänzen soll. Der Sprung über die Lenne zwischen den beiden Standorten Ergänzungsbereich und zentraler Versorgungsbereich soll über eine städtebauliche Aufwertung erfolgen. So muss die Gestaltung der Brücke sowie des Lenneufers, aber auch der Inselstraße, in Angriff genommen werden. Die umzusetzenden dafür geeigneten Einzelmaßnahmen sind hinsichtlich städtebaulicher Anforderungen, wie Verknüpfung mit bestehenden Strukturen und Einfügen in das Stadtbild oder auch ihres Erscheinungsbildes, zu prüfen.

Letztlich bleibt festzuhalten, dass durch die klaren Zielaussagen für das Hauptgeschäftszentrum von Werdohl die Grundlagen für die Schaffung von stabilen Einzelhandelstrukturen einer stabilen Innenstadt gelegt werden. Im Fall der Umsetzung der angesprochenen Maßnahmen sind deutliche Impulse für den Einzelhandel in der Innenstadt zu erwarten. Ein gemeinsames Wirken aller Akteure ist dafür unbedingt notwendig und gefordert.

3.6 Leerstände in der Innenstadt (Leerstandskataster)

Die Leerstände in der Werdohler Innenstadt wurden bei einer flächendeckenden Begehung im Juli 2006 dokumentiert. Zur Bewertung der Flächen werden folgende Kriterien herangezogen:

1. Einzelhandelslage im Innenstadtbereich

Dieses Kriterium zeigt die Lage des Standortes in der Innenstadt auf. Im Hinblick auf eine potenzielle Einzelhandelsnutzung ist ein Standort in der Hauptlage des Geschäftsbereiches positiv im Gegensatz zu Randlagen zu bewerten.

2. Städtebauliches Umfeld

Unter diesem Gesichtspunkt wird die Lage des Standortes zum Hauptgeschäftsbereich bzw. zu zentralen Einzelhandelseinrichtungen dargestellt. (Hintergrund: Ist der Standort geeignet, bestehende Einrichtungen zu ergänzen? Qualitätsmerkmale sind beispielsweise Parkmöglichkeiten, die die Einzelhandelsimmobilie positiv oder negativ beeinflussen)

3. Baulicher Zustand, Erscheinungsbild

Hier erfolgt eine Beschreibung des baulichen Zustandes und des Erscheinungsbildes des jeweiligen Gebäudes. Wenn der Zustand und die derzeitige Nutzung eine zukünftige Entwicklung der Fläche behindern, erfolgt eine negative Bewertung.

4. Erreichbarkeit

Dieses Kriterium beschreibt die Entfernung zum Hauptgeschäftsbereich. Davon abzuleiten sind künftige Synergien der vorhandenen bzw. potenziellen Nutzungen. Je weiter die Entfernung zum Hauptgeschäftsbereich so geringer die Möglichkeit, dass sich Synergien entwickeln können, was sich somit negativ auf die Bewertung auswirkt.

5. Flächenzuschnitt

Dieser Parameter gibt Auskunft über die Größe des Objektes und darüber, ob der Zuschnitt der Fläche für eine künftige Einzelhandelsnutzung geeignet ist. Daneben kann an dieser Stelle die Frage nach Teilflächen und verschiedenen Eigentümern von Belang sein.

6. Mietniveau

Unter diesem Aspekt wird das Mietniveau für den jeweiligen Teilbereich der Innenstadt in Form von Spannweiten dargestellt. Dieser Aspekt wird nachrichtlich aufgenommen, es erfolgt keine Bewertung.

7. Mögliche Nutzung

Hier wird eine mögliche Nutzung aufgrund der vorhandenen Rahmenbedingungen aufgezeigt.

8. Bewertung

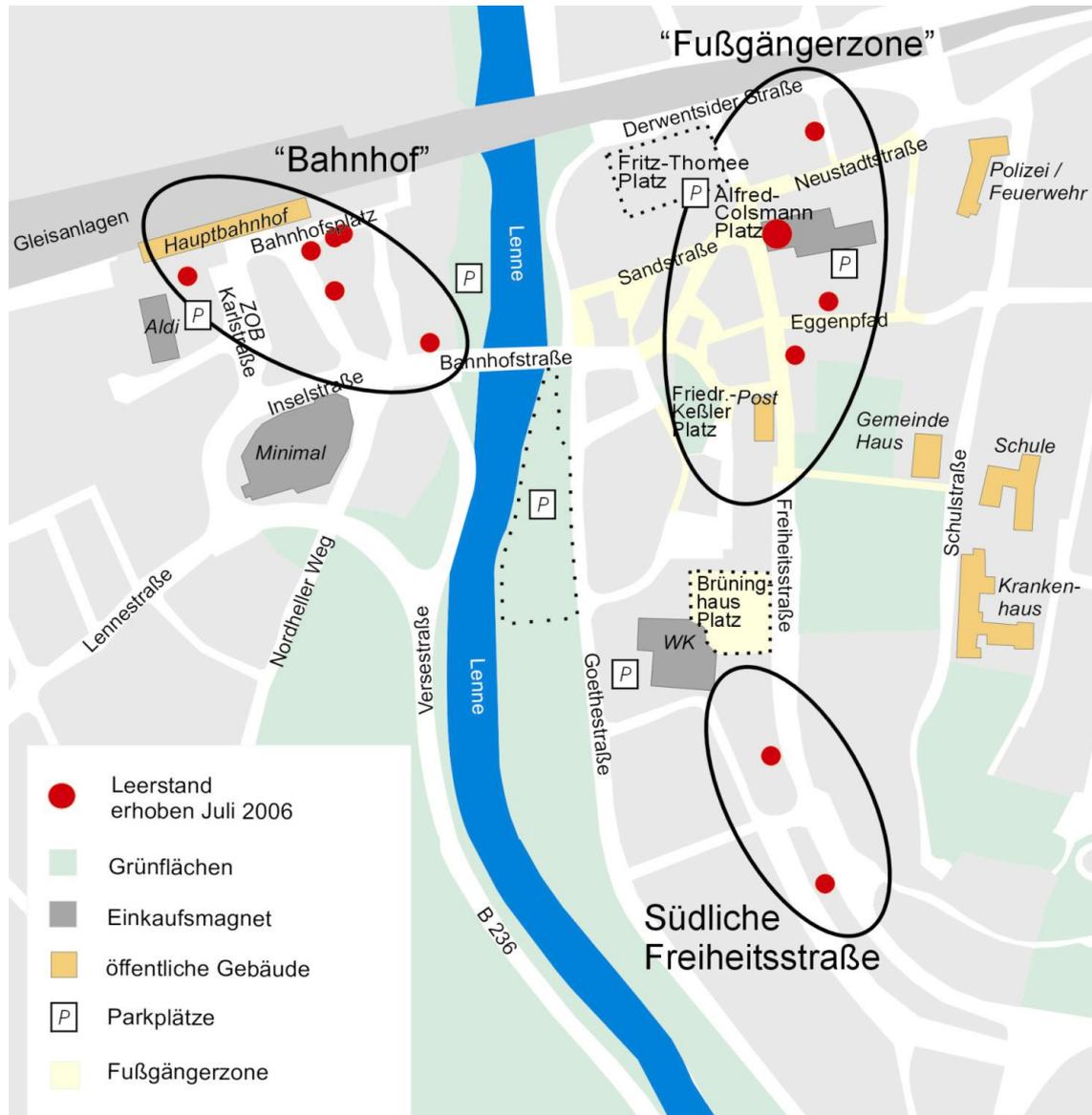
In der Gesamtbewertung des Leerstandes wird unter Berücksichtigung der städtebaulichen wie einzelhandelsseitigen Integration eine künftige Entwicklungsperspektive des Leerstandes angestellt.

In den nachfolgenden Tabellen verwendete Abkürzungen:

- IV Individualverkehr (Auto, Motorrad,...)
- ÖV Öffentlicher Verkehr (Bus, Bahn,...)
- HGB Hauptgeschäftsbereich
- k.A. keine Angaben vorliegend
- + positive Bewertung des Kriteriums
- o durchschnittliche Bewertung des Kriteriums
- negative Bewertung des Kriteriums

Entsprechend den einzelnen Funktionsbereichen in der Werdohler Innenstadt werden in der folgenden Abbildung zunächst die erhobenen Leerstände insgesamt dargestellt. Anschließend wird eine detaillierte Betrachtung der einzelnen Leerstände unter Berücksichtigung der zuvor beschriebenen Bewertungskriterien vorgenommen.

Abbildung 10: Leerstände in der Werdohler Innenstadt



Quelle: eigene Darstellung

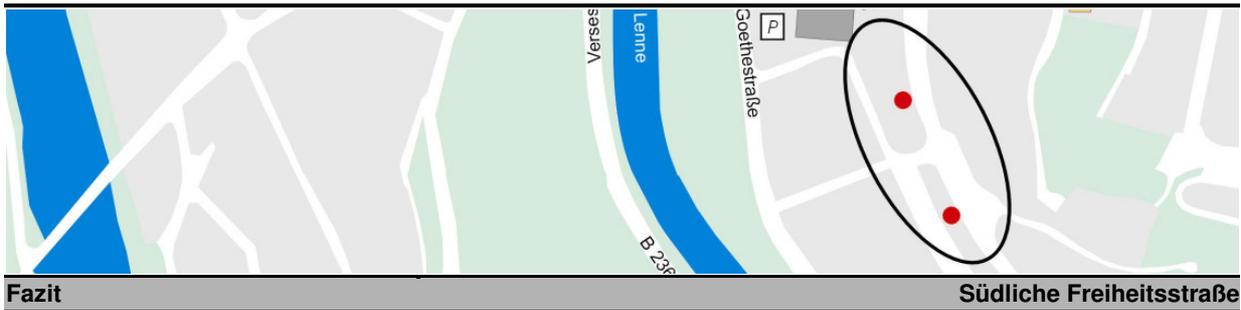
1 Südliche Freiheitsstraße

Anzahl Leerstände

2

Freiheitsstraße 46	Südliche Freiheitsstraße		
	Einzelhandelslage	Nebenlage	o
	Städtebauliches Umfeld	Keine Einzelhandelslage, Wohnnutzung und vereinzelt Gastronomie im Umfeld, 2-geschossiges Wohnhaus, komplett leerstehend, Parkplätze direkt vor dem Haus	+
	Baulicher Zustand, Erscheinungsbild	Fassade gepflegt, Fenster sanierungsbedürftig	+
	Erreichbarkeit	Ca. 300 m zur Fußgängerzone	+
	Flächenzuschnitt		
	Mietniveau		k.A.
	Mögliche Nutzung	Wohnen	+
	Bewertung	Aufgrund Lage, Flächenzuschnitt und Umfeld in Richtung Wohnen zu entwickeln	

Freiheitsstraße 30	Südliche Freiheitsstraße		
	Einzelhandelslage	Nebenlage	o
	Städtebauliches Umfeld	Im Umfeld überwiegend Wohnnutzung und Einzelhandel, keine Einzelhandelslage, 2-geschossiges Wohnhaus, nur EG leerstehend; Parkmöglichkeiten direkt vor dem Gebäude	+
	Baulicher Zustand, Erscheinungsbild	Gebäude gepflegt, Eingang sehr einfach und unpassend, daher Verbesserung notwendig	o
	Erreichbarkeit	200 m bis zum HGB, 50 m zum WK-Warenhaus	+
	Flächenzuschnitt		
	Mietniveau		k.A.
	Mögliche Nutzung	Wohnen, bedingt Dienstleistung	+
	Bewertung	Aufgrund Lage, Flächenzuschnitt und Umfeld bevorzugt in Richtung Wohnen zu entwickeln	

**Fazit****Südliche Freiheitsstraße**

In der Nebenlage der Werdohler Innenstadt, der **südlichen Freiheitsstraße**, sind zwei Gebäude vom Leerstand betroffen. Dieser Bereich gehört nicht zum innerstädtischen, zentralen Versorgungsbereich und stellt keine typische Einzelhandelslage dar. Die Nutzung als Einzelhandelsfläche ist in diesem Bereich nicht zweckmäßig, da Lage und Flächenzuschnitt nicht den heutigen Anforderungen des Einzelhandels entsprechen. Auf Grund der Lage sind außerdem nur geringe bis keine Synergieeffekte mit dem Hauptgeschäftsbereich zu erwarten.

Möglich erscheint die Nutzung vor allem hinsichtlich Wohnen, in der Freiheitsstraße 30 evtl. auch Dienstleistung oder Praxis.

2 „Fußgängerzone“

Anzahl Leerstände

4

Freiheitsstraße 11 „Fußgängerzone“



Einzelhandelslage	Hauptlage	+
Städtebauliches Umfeld	Fußgängerzone, HGB mit Einzelhandel und Dienstleistung im Umfeld, städtebauliche Einheit mit Nebengeschäft	+
Baulicher Zustand, Erscheinungsbild	Sauber und gepflegt, überdachter Durchgang, teilt den Eingang mit Nebengeschäft, großes Schaufenster, Eingang nur über Treppen erreichbar	(+)
Erreichbarkeit	Fußgängerzone, für IV nicht erreichbar, Bushaltestelle max. 50 m	+
Flächenzuschnitt	Günstiger quadratischer Zuschnitt, zwei Räume, kleinflächig (20 m ²)	+
Mietniveau		k.A.
Mögliche Nutzung	Einzelhandel, bedingt Dienstleistung	+

Bewertung Nachfolgenutzung auf Grund der Lage, des Flächenzuschnitts und des Umfelds vor allem in Richtung Einzelhandel zu entwickeln. **+**

Eggenstraße 3 „Fußgängerzone“



Einzelhandelslage	Nebenlage	o
Städtebauliches Umfeld	Nähe zur Fußgängerzone, im Erdgeschoss eines Wohnhauses, Dienstleistung in der Umgebung	+
Baulicher Zustand, Erscheinungsbild	Gepflegt, bildet Einheit mit Nebengeschäften	+
Erreichbarkeit	Parkstände direkt vorm Gebäude, 1 min. zum HGB	+
Flächenzuschnitt	Kleinflächig (25 m ²)	o
Mietniveau		k.A.
Mögliche Nutzung	Einzelhandel, Dienstleistung	+

Bewertung Auf Grund des Flächenzuschnitts Nachfolgenutzung in Richtung kleinflächigen Einzelhandel und Dienstleistung zu entwickeln. **o**

Freiheitsstraße 1		„Fußgängerzone“	
	Einzelhandelslage	Hauptlage	+
	Städtebauliches Umfeld	Fußgängerzone, HGB, sehr gepflegte und attraktive Umgebung, zentral an Platzsituation (Alfred Colsmann-Platz) gelegen, komplett leerstehend	+
	Baulicher Zustand, Erscheinungsbild	bauliche Gestalt ungepflegt und v.a. im EG und Schaufenster im 1. OG nicht mehr zeitgemäß, Fassade und Fenster sanierungsbedürftig, passagenartiger Eingangsbereich, Passage verdreckt und stinkt, Schaufenster im EG verdreckt, teilweise kaputt, großzügige Ausstellungsmöglichkeiten	-
	Erreichbarkeit	Zentral in Fußgängerzone, Parkmöglichkeit für IV ca. 30m	+
	Flächenzuschnitt	Unterteilung in mehrere Nutzer möglich	+
	Mietniveau		k.A.
	Mögliche Nutzung	Dienstleistung, Einzelhandel, Gastronomie	+
Bewertung	Das Gebäude befindet sich in einem desolaten Zustand und ist in dieser Gestalt nicht zu entwickeln. Nach Sanierung und zeitgemäßer Anpassung der baulichen Gestalt Nutzung sowohl im Bereich Einzelhandel, Dienstleistung wie Gastronomie möglich. Im Erdgeschoss v.a. hinsichtlich Einzelhandel zu entwickeln. Laut aktuellen Planungen soll das Gebäude abgerissen und die Fläche neu überplant werden.		

Neustadtstr. 7 / Bredderweg		„Fußgängerzone“	
	Einzelhandelslage	Randlage	o
	Städtebauliches Umfeld	Unauffällige Nebenstraße, Einbahnstraße, gute Parkmöglichkeiten	-
	Baulicher Zustand, Erscheinungsbild	Bebauung in gutem Zustand, Fassade/Fenster bedürfen Pflege	o
	Erreichbarkeit	Zentral in direkter Nähe zur Fußgängerzone, Parkmöglichkeit für IV ca. 30 m	+
	Flächenzuschnitt	klein	o
	Mietniveau		
	Mögliche Nutzung	Gastronomie, bedingt Dienstleistung	o
Bewertung	Aufgrund Lage und Flächenzuschnitt bevorzugt in Richtung Gastronomie zu entwickeln, Nutzung hinsichtlich Dienstleistung ist zu überprüfen		

**Fazit****„Fußgängerzone“**

Bei der „**Fußgängerzone**“ handelt es sich um den Hauptgeschäftsbereich der Werdohler Innenstadt. Zahlreiche Parkmöglichkeiten in direkter Umgebung sorgen für eine sehr gute Erreichbarkeit der Geschäfte in der Fußgängerzone. Durch die überwiegende Einzelhandelsnutzung sind Synergieeffekte zu erwarten. Die Wiedernutzung als Einzelhandelsfläche bietet sich somit weitestgehend an. In der Neustadtstr. 7 ist bedingt durch die Lage in der unauffälligen Seitenstraße und den Flächenzuschnitt Gastronomie als Wiedernutzung vorzuziehen. Negativ tritt vor allem das vollständig leerstehende Gebäude Freiheitsstraße 11, ehemals Störmer, hervor. Das Erscheinungsbild ist ungepflegt, die Passage verschmutzt und die bauliche Gestalt nicht mehr zeitgemäß. Um weiteren Verschmutzungen und Zerstörungen in der Passage entgegenzuwirken, sollte in einem ersten Schritt mit einer attraktiven Gestaltung der Schaufenster begonnen werden. Nach der notwendigen Sanierung bietet das Gebäude verschiedene Nutzungsmöglichkeiten. Im Erdgeschoss sollte in Richtung Einzelhandel entwickelt werden, um die Synergieeffekte im Hauptgeschäftsbereich nutzen zu können.

3 **„Bahnhof“**

Anzahl Leerstände

6

Bahnhofsstraße 11 **„Bahnhof“**



Einzelhandelslage	Ergänzungslage	o
Städtebauliches Umfeld	v.a. Einzelhandel und Wohnen in der Umgebung, Parkmöglichkeiten in der Nähe, Umgebung stark von MIV geprägt	o
Baulicher Zustand, Erscheinungsbild	Baulicher Zustand gut, Türen und Fenster etwas pflegebedürftig	o
Erreichbarkeit	fußläufig aus der Fußgängerzone ca. 7 min., ca. 5 min vom Hbf, IV gut	o
Flächenzuschnitt		+
Mietniveau		k.A.
Mögliche Nutzung	Einzelhandel, Dienstleistung	+

Bewertung Auf Grund des Flächenzuschnitts und der Lage v.a. in Richtung Einzelhandel zu entwickeln. **o**

Bahnhofsstraße 5 **„Bahnhof“**



Einzelhandelslage	Ergänzungslage	o
Städtebauliches Umfeld	Einzelhandel, Dienstleistung und Wohnen in der Umgebung, Parkstände direkt vorm Gebäude, einfache Bauweise, nur ein Geschoss (Umgebung mit drei Geschossen)	+
Baulicher Zustand, Erscheinungsbild	Einfache Bauweise, Zustand gepflegt, zwei große Schaufenster	o
Erreichbarkeit	fußläufig aus der Fußgängerzone ca. 8 min, IV und ÖV sehr gut	o
Flächenzuschnitt	Ca. 110 m², evtl. Zweiteilung bei gemeinsamen Eingang möglich	o
Mietniveau		k.A.
Mögliche Nutzung	Dienstleistung, bedingt Einzelhandel	o

Bewertung Nachfolgenutzung zunächst bevorzugt in Richtung Dienstleistung prüfen. **o**

Bahnhofsstraße 1 **„Bahnhof“**



Einzelhandelslage	Ergänzungslage	o
Städtebauliches Umfeld	Wohnen und Dienstleistungen in unmittelbarer Umgebung, vereinzelt Einzelhandel, Eckhaus direkt am Bahnhof,	+
Baulicher Zustand, Erscheinungsbild	Baulicher Zustand gut, Türen und Fenster pflegebedürftig, drei große Schau-fenster	+
Erreichbarkeit	fußläufig aus der Fußgängerzone ca. 10 min, ÖV und IV sehr gut	o
Flächenzuschnitt	40 m ²	+
Mietniveau		k.A.
Mögliche Nutzung	Dienstleistung, evtl. Einzelhandel	+

Bewertung Die Rahmenbedingungen (Lage direkt am Bahnhof und baulicher Zustand) stellen sich grundsätzlich positiv für eine Nachfolgenutzung mit Dienstleistung dar. Eine Einzelhandelsnutzung ist zu prüfen. **+**

Bahnhofsplatz 1 / Karlstraße **„Bahnhof“**



Einzelhandelslage	Ergänzungslage	-
Städtebauliches Umfeld	Isoliert zwischen Bahnhof, Busbahnhof und Aldi	-
Baulicher Zustand, Erscheinungsbild	Einfache, nicht zeitgemäße Bauweise, Außenfassade, Türen und Fenster sanierungsbedürftig, Sockelbereich teilweise ungepflegt	o
Erreichbarkeit	fußläufig aus der Fußgängerzone ca. 10 min., IV und ÖV sehr gut	o
Flächenzuschnitt		-
Mietniveau		k.A.
Mögliche Nutzung	Bedingt Einzelhandel, Dienstleistung, Rückbau	-

Bewertung Aufgrund der Lage und des baulichen Zustandes ist ein Rückbau zu überdenken. Bei einer Nachnutzung ist in Richtung Einzelhandel und Dienstleistung zu prüfen. **-**

Bahnhofsplatz 4 **„Bahnhof“**



Einzelhandelslage	Ergänzungslage	-
Städtebauliches Umfeld	Eingeschossig, Gastronomie und Dienstleistungen in der Umgebung	o
Baulicher Zustand, Erscheinungsbild	Einfache Bebauung, Fenster und Türen sanierungs- bzw. erneuerungsbedürftig, große Auslage, Gebäude beinhaltet zwei Geschäfte	-
Erreichbarkeit	fußläufig aus der Fußgängerzone ca. 10 min., IV und ÖV sehr gut	-
Flächenzuschnitt	Nicht einsehbar	-
Mietniveau		k.A.
Mögliche Nutzung	Dienstleistung	o

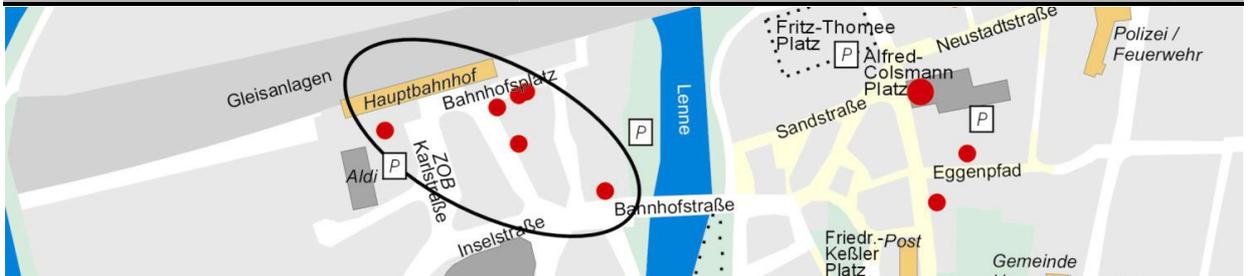
Bewertung Aufgrund Lage und Flächenzuschnitt in Richtung Dienstleistung zu entwickeln. **o**

Bahnhofsplatz 4 **„Bahnhof“**



Einzelhandelslage	Ergänzungslage	-
Städtebauliches Umfeld	Eingeschossig, Gastronomie und Dienstleistungen in der Umgebung	o
Baulicher Zustand, Erscheinungsbild	Einfache Bebauung, Fenster und Türen sanierungs- bzw. erneuerungsbedürftig, große Auslage, Gebäude beinhaltet zwei Geschäfte	-
Erreichbarkeit	fußläufig aus der Fußgängerzone ca. 10 min., IV und ÖV sehr gut	-
Flächenzuschnitt	Nicht einsehbar	
Mietniveau		k.A.
Mögliche Nutzung	Dienstleistung	o

Bewertung **o**
 Aufgrund Lage und Flächenzuschnitt in Richtung Dienstleistung zu entwickeln.



Fazit **„Bahnhof“**

Der Geschäftsbereich im Bahnhofsviertel zählt zur Ergänzungslage des Hauptgeschäftsbereichs. Zahlreiche Leerstände und ein uneinheitliches und unattraktives Erscheinungsbild der städtebaulichen Gestalt direkt am Hauptbahnhof lassen diesen Bereich des Bahnhofsplatzes unattraktiv und ungepflegt wirken. Aus städtebaulichen Gesichtspunkten ist daher am Bahnhofsplatz 1 ein Rückbau in Erwägung zu ziehen. Die Schaufensterfronten sollten durch eine attraktive Gestaltung aufgewertet werden, um einen gepflegteren ersten Eindruck zu vermitteln.

Aufgrund der Entfernung zum Hauptgeschäftsbereich sind kaum Synergieeffekte zu erwarten. Zur Stärkung des Hauptgeschäftsbereichs sollten die Leerstände v.a. hinsichtlich Dienstleistungen überprüft werden. Eine Ausnahme stellt der Leerstand in der Bahnhofstraße 11 dar, in dem durch Lage und bauliche Struktur eine Einzelhandelsnutzung zu prüfen ist.

Fazit

Insgesamt ist festzuhalten, dass:

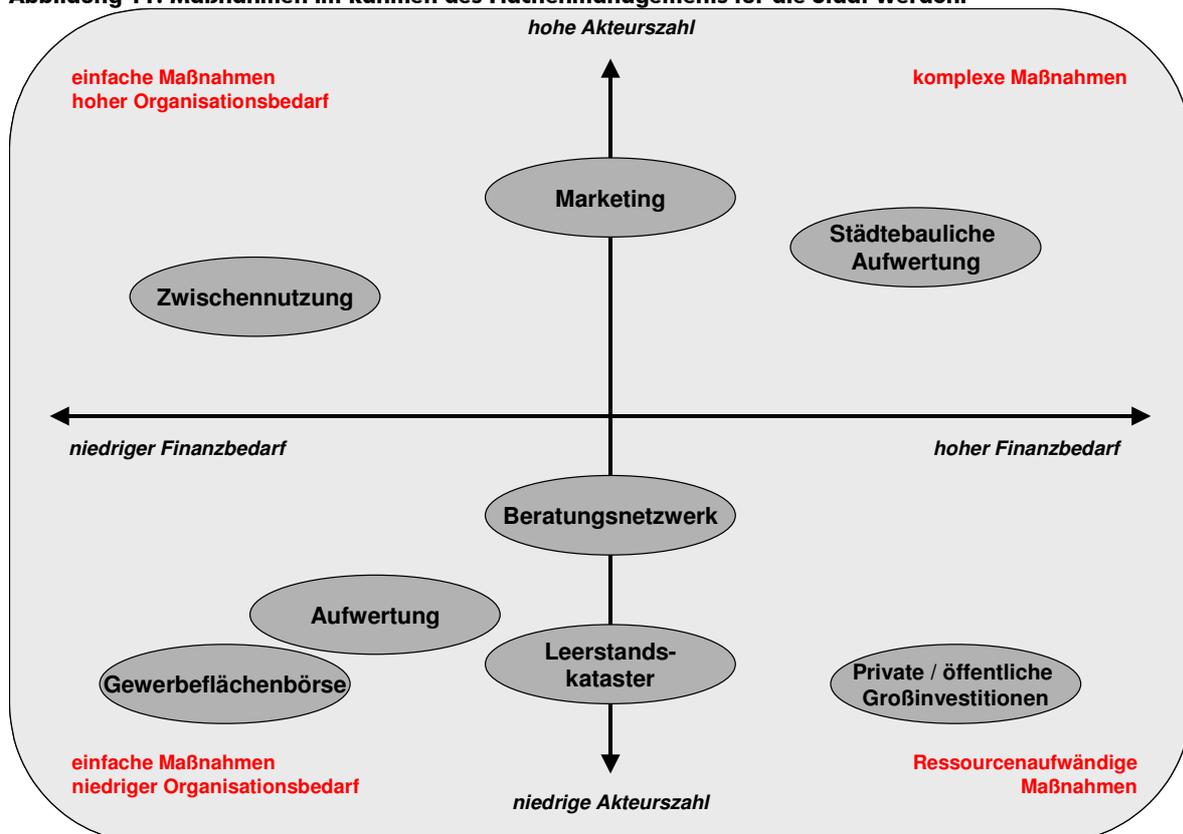
- ... die Leerstände in der südlichen Freiheitsstraße keine potenziellen Einzelhandelsflächen darstellen. Auf Grund der Lage, der städtebaulichen Gestalt und der Größe der leerstehenden Gebäudeeinheiten eignen sich die Leerstände vor allem zur Wohnnutzung.
- ... sich trotz der guten Einzelhandelslage im Hauptgeschäftsbereich einige Leerstände in der Fußgängerzone befinden. Besonders sticht dabei das ehemalige Störmer-Gebäude hervor. Durch die unattraktive Gestalt hat es eine negative Ausstrahlung auf den Alfred-Colsmann-Platz. Dieser Gebäudekomplex sollte einen Schwerpunkt bei der Bekämpfung der Leerstände in der Werdohler Innenstadt bilden.
- ... sich in den Nebenstraßen zur Hauptgeschäftslage Leerstände befinden, die auf Grund der Größe bevorzugt in Richtung kleinflächigen Einzelhandel bzw. Dienstleistungen zu entwickeln sind.
- ... im Bereich des Bahnhofs die Leerstände keine potenziellen Einzelhandelsflächen darstellen. Potenzielle Nutzungen sind dabei weniger in Richtung Einzelhandel als vielmehr in Richtung Dienstleistungen zu entwickeln. Handlungsbedarf zeichnet sich vor allem für die Leerstände direkt am Bahnhof ab. Aus städtebaulichen Gesichtspunkten können sich Rückbau und Zwischennutzungen hier zur Wiederbelebung eignen.

4 Ziele und Maßnahmen eines Flächenmanagements in der Werdohler Innenstadt

Die Entwicklungsziele und das Leitbild des Einzelhandelskonzeptes für die Stadt Werdohl stellen eine wesentliche Grundlage für das künftige Handeln im Umgang mit Leerständen in der Werdohler Innenstadt dar. Im Vordergrund steht dabei die Stärkung der Innenstadt und des Hauptgeschäftsbereiches. Insbesondere aufgrund der Funktionszuweisung der einzelnen Teilbereiche der Innenstadt lassen sich wesentliche Hinweise zu künftig anzustrebenden Nutzungen ableiten. Einzelhandelsrelevante Nutzungen sind dabei vor allem in die Hauptlage des Werdohler Geschäftsbereiches zu lenken.

Über die analytische und bewertende Arbeit hinaus ist der künftige Umgang mit Leerständen vor allem aber auch durch die Zusammenarbeit der einzelnen Akteure geprägt. Grundsätzlich unterscheiden sich die einzelnen möglichen Maßnahmen durch ihre Komplexität bzw. ihren Organisationsaufwand bei der Planung und Umsetzung, den Finanzierungsaufwand sowie die Anzahl der beteiligten Akteure. Das folgende Schaubild zeigt die Einordnung möglicher Maßnahmen und Lösungsansätze zum künftigen Umgang mit Leerständen in der Werdohler Innenstadt.

Abbildung 11: Maßnahmen im Rahmen des Flächenmanagements für die Stadt Werdohl



Quelle: eigene Darstellung in Anlehnung an die Ergebnispräsentation des Expertenworkshops der TU Berlin und adrian.mehlin.prozessnavigation in Berlin am 09.11.2006 im Rahmen einer Studie zum Leerstandsmanagements im Auftrag des DSSW

Der Maßnahmenkatalog lässt sich grundsätzlich in drei Schwerpunktbereiche einteilen, welche im Folgenden erläutert werden:

1. Flächenmanagement: Beratung und Gestaltung
2. Städtebauliche Aufwertung
3. Marketing und Öffentlichkeitsarbeit

1. Flächenmanagement: Beratung und Gestaltung

Im Rahmen des Konzeptbausteines „Flächenmanagement: Beratung und Gestaltung“ sind die Handlungspakete „Standortinformation“, „Beratungsnetzwerk“ und „Aufwertung von Ladenlokalen“ sowie „Zwischennutzungen für Leerstände“ zu realisieren. Ihnen allen ist gemein, dass sie direkt auf die Beseitigung von Leerständen und auf eine möglichst langfristige Um- bzw. Wiedernutzung von Ladenleerständen abzielen.

Standortinformationen

Mit den Standortinformationen soll das Ziel verfolgt werden, Werdohl als Einzelhandelsstandort über die Grenzen hinaus bekannt und interessant zu machen. Potenzielle Investoren und Einzelhandelsbetriebe können durch gezielte Information überzeugt werden in Werdohl zu investieren und den Standort weiter zu stärken. Die Standortinformation kann durch Standortbroschüren, Immobiliensteckbriefe und Infosysteme optimiert werden.

Die Informationen auf der Internetseite der Stadt Werdohl (www.werdohl.de) und die Beratungstätigkeit des Amtes für Wirtschaftsförderung ist eine gute Basis um die gesetzten Entwicklungsziele umzusetzen. Ergänzt werden können diese Informationen durch eine Standortbroschüre, in der neben wirtschaftlichen Aspekten auch die Bewerbung von Entwicklungspotenzialen denkbar ist. Darüber hinaus können Aussagen zu branchenspezifischen Umsatzentwicklungen, infrastrukturellen Entwicklungen sowie zu Angebots- als auch Nachfragedaten getätigt werden. Eine Veröffentlichung kann in Form von Print-Medien wie beispielsweise Flyern oder Newslettern erfolgen.

Als Beratungsgrundlagen für potenzielle Mietinteressenten können Immobiliensteckbriefe dienen, welche auf Basis des Leerstandskatasters (vgl. dazu Kapitel 3.6) erstellt werden können. Sie geben Aufschluss über die Lage eines Objektes im Geschäftsbereich, Größe, Ausstattung, Zustand sowie Mietniveau. Der Immobiliensteckbrief soll in knapper und ansprechender Form die wichtigsten Details zu einem Objekt vermitteln. Ein Beispiel wie ein solcher Immobiliensteckbrief aussehen könnte findet sich in Abbildung 12.

Abbildung 12: Beispiel für einen Immobiliensteckbrief

hd-tontechnik
Sie suchen in Sachen Veranstaltungstechnik einen professionellen Partner?
hd-tontechnik (U) Damit nichts schief geht mit dem „guten Ton“ bei Ihren Vorhaben sind wir für Sie da!

Kaufhof
Der freundliche Kaufhof im Stadtteil Köln-Nippes an der Heuser Straße 242-244 bietet auf insgesamt vier Verkaufsetagen eine vielfältige Auswahl an Artikel derartigsten, die für den besonderen Anlass Lifestyle-orientiert präsentieren sich Warenwelten namhafter Hersteller - Marken sowie professionell gemanagter Kaufhof-Exklusivmarken. Hochwertige Sortimente, inspirierende Präsentation in einem modernen Ambiente und die Serviceorientierung der Mitarbeiter charakterisieren den Kaufhof im Herzen von Nippes – „Oh freu mich drauf!“
Öffnungszeiten:
Mo-Fr 9:30-19:30 Uhr, Sa 9:00-18:00 Uhr

Optik Akustik Wiling
Optik Akustik Schiffer
Ihr Fachgeschäft für gutes Sehen und Hören. Als Spezialist in Sachen gutes Sehen und Hören ist „Optik Akustik Wiling“ den Kunden ein feste Begrüßung.
Augenoptikermeister und Hörakustiker Heinrich Schiffer und sein Team garantieren Ihren Kunden eine professionelle und individuelle Beratung über Brillen und Kontaktlinsen. Die Akustikabteilung mit Lars Schiffer als Hörakustiker-Meister berät kompetent über modernste Hörsysteme. Dazu gehört eine kostenlose Probeanpassung mit modernster Computertechnik.
Durch eine ständige Anpassung an die neuen „Mass- und Verarbeitungsmethoden“ wird eine optimale Versorgung gewährleistet.

Optik Akustik Wiling Schiffer
Neusser Str. 805, 50733 Köln
Tel. 0221-762929
www.optik-akustik-wiling.de
Öffnungszeiten:
Mo.-Fr. 9:00-19:00 Uhr
Sa. 10:00-19:00 Uhr

Impressum
Herausgeber: Stadtteilmanagement Köln Nippes
r/o Junker und Kruse
Stadtforschung ■ Planung, Dortmund
Tel. 0231 557855-0, info@junker-kruse.de
Ausgabe 1 | 2006

NIPPES
GESCHÄFTE FÜR DEN GUTEN GESCHMACK

STADTEILNACHRICHTEN
PROJEKTE FÜR DIE ZUKUNFT

Renovierungsbedarf		Vermieter	AAA
Miete pro qm			XX XXX
Kaution			XXX
Vertragslaufzeit	ab xx Monate/ bis XX		YYY
Bezug	ab sofort/ ab xxx		XX XXX
Sonstiges:			
Grundriss	weitere Fotos/ Innensicht		

Junker und Kruse
Stadtforschung ■ Planung
Im Auftrag der Stadt Köln und des Vereins Für Nippes e.V.

Quelle: Stadtteilmanagement Köln Nippes, Junker und Kruse, 2006

Zur Umsetzung der Bestandteile der Standortinformationen ist neben der aktiven Beteiligung der Wirtschaftsförderung auch das Mitwirken von Immobilienbesitzern und gewerblichen Mieter absolut notwendig.

Die überregionale Ansprache von potenziellen Investoren und Mietern erfolgt bereits durch ein Informationssystem. Auf der Internetseite der Stadt Werdohl erhält der Besucher unter dem Button Wirtschaft eine Fülle an Informationen zum Standort Werdohl. Gleichzeitig kann ein potentieller Interessent die Gewerbeimmobilienbörse nutzen. Mit der **Werdohler Gewerbeflächenbörse** können erhält der Besucher einen Überblick über die von der Stadt Werdohl zum Kauf angebotenen Gewerbeflächen. Ferner stellt die Stadt Werdohl in diese Börse diejenigen Gewerbe, Industrie- und Einzelhandelsflächen ein, die ihr zur Vermittlung von den jeweiligen Grundstückseigentümern mitgeteilt worden sind.

Neben dem Flächenpool für die Stadt Werdohl, erhält die Gewerbeimmobilienbörse einen Überblick welche Industrie- und Gewerbeflächen oder welche gewerblichen Einzelobjekte in den Städten und Gemeinden des Märkischen Kreises für eine Erst- bzw. Weiternutzung bereit stehen. Um

die Suche präzise gestalten zu können und nach eigenen Vorstellungen möglichst schnell Angebote zu bekommen, besteht die Möglichkeit, bestimmte Kriterien (z. B. Standort, Größe, Pacht, Erwerb etc.) vorzugeben.

Zukünftig wäre eine stärkere Nutzung der Börse durch Anbieter von Einzelhandelsflächen wünschenswert.

Beratungsnetzwerk

Das zweite Handlungspaket im Rahmen des Bausteins „Flächenmanagement: Beratung und Gestaltung“ stellt das Beratungsnetzwerk dar. Wie der Name bereits andeutet hat dieses Netzwerk hauptsächlich eine beratende Funktion gegenüber den Immobilienbesitzern und den gewerblichen Mietern. Es soll Informationen über die Möglichkeiten von öffentlichen Fördermitteln verbreiten, auch das Aufstellen von Finanzierungs- und Business Plänen kann in das Aufgabenspektrum eines Beratungsnetzwerkes gehören. Die Umsetzung des Netzwerkes erfolgt über die Kontaktaufnahme zu den potenziellen Einzelhändlern und den Immobilienbesitzern und setzt eine Bereitschaft für Beratungen voraus. Getragen wird das Beratungsnetzwerk durch den Koordinator des Flächenmanagements, der einen intensiven Kontakt zu den Beteiligten pflegt (vgl. dazu auch Umsetzung des Flächenmanagements Seite 39).

Aufwertung von Leerständen

Neben den eher informellen und beratenden Aufgaben gehört auch die gestalterische Aufwertung von Leerständen beispielsweise durch adäquate Zwischennutzungen zum Flächenmanagement. Das Erscheinungsbild leerstehender Gebäude ist häufig ungepflegt und wirkt sich negativ auf die Atmosphäre des Quartiers aus. Eine Möglichkeit die Verwahrlosung von leerstehenden Gebäuden, für die sich kein adäquater Mieter findet, zu verhindern, ist die Nutzung des Gebäudes im Rahmen einer **Zwischennutzung**. Dabei wird das Ladenlokal / Gebäude temporär durch unterschiedliche Projekte genutzt. Dies können beispielsweise Ladenprojekte wie Ausstellungen und Installationen, Werkstätten, Cafés und Imbisse sein. Bei der Suche nach einer Zwischennutzung sollte das Ziel einer langfristigen Nutzung des Objektes nicht aus den Augen verloren gehen.

So genannten **Pop-up-Stores** stellen dabei eine relativ neue und innovative Idee im Kontext der Zwischennutzung dar. Dabei handelt es sich um temporäre Einzelhandelsnutzungen von leerstehenden Ladenlokalen. Mit ihrem einfachen und wirkungsvollen Konzept - nach dem Maximalprinzip aus dem Bereich der Guerilla-Marketing-Strategie: kleines Budget + ausgefallene Idee = große Wirkung und Aufmerksamkeit - etablieren die Stores für einen festgelegten Zeitraum eine neue, experimentelle Form der Einzelhandelsnutzung und spielen dabei mit dem Reiz des Vergänglichen.

Speziell für einen Leerstand im Werdohler Hauptgeschäftsbereiche wäre auch eine Nutzung als **Info-Point der Stadtverwaltung** Werdohl denkbar. Neben der Ausstellung von aktuellen Maßnahmen und Projekten ist auch eine temporäre Öffnung als Anlaufpunkt für Bürger denkbar. Als

aktuelle Maßnahme können die derzeitigen aktuellen Planungen und Baumaßnahmen am Fritz-Thomee-Platz und Alfred-Colsmann-Platz ausgestellt werden. Die Planungen der Stadt Werdohl und die Bereitschaft von Investoren am Standort Werdohl zu investieren können positive Effekte auf die zukünftigen Entwicklungen haben. Weitere potenzielle Investoren, Mieter und Immobilienbesitzer werden angeregt sich am positiven Trend zu beteiligen.

Insgesamt kann durch temporäre Nutzung nicht nur der Verwahrlosung entgegengewirkt, sondern es können auch positive Impulse für einzelne Quartiere erreicht werden. Auf der einen Seite wird dadurch dem psychologischen Aspekt der „gefühlten Leere und Unattraktivität“, die durch Ladenleerstände vermittelt wird, entgegen gewirkt. Auf der anderen Seite können sich durch meist geringe Mieten auch Anbieter wie Künstler oder soziale Organisationen ansiedeln, die sonst mit erschwerem Marktzugang zu kämpfen hätten. Häufig werden besonders im Rahmen von Zwischennutzungen innovative und spontane Produkte mit hervorzuhebender Qualität präsentiert.

Eine in der Umsetzung viel einfachere Möglichkeit zur Aufwertung von Leerständen bietet eine **einheitliche sowie saubere und ansprechende Außendarstellung**. Diese sollte auch bei einem Verzicht auf eine temporäre Zwischennutzung in jedem Fall installiert werden. Das Erscheinungsbild des ganzen Straßenzugs und Quartiers kann durch ungepflegte und renovierungsbedürftige bzw. nicht mehr zeitgemäße Fassaden der leerstehenden Gebäude leiden. Eine attraktive Gestaltung der Schaufenster kann den Leerstand optisch kaschieren und zu einer positiven Außenwirkung des Gebäudes beitragen. Ein einheitliches Erscheinungsbild der zu vermarktenden Ladenlokale durch Aufbringen einer Folie auf die Schaufensterscheiben, mit Gucklöchern, die neugierig machen, ein Steckbrief im Schaufenster mit Kenndaten des Ladenlokals und der Telefonnummer eines Ansprechpartners stellen erste Informationen für Interessierte dar (Gestaltungsbeispiele siehe unten). Durch themen- und aktionsorientierte Plakate kann aber auch auf diesem Wege auf Besonderheiten im Stadtgeschehen aufmerksam gemacht werden und somit die Leerstände für Werbungen besonderer Art genutzt werden.

Einfache Gestaltungsbeispiele für Schaufenster leerstehender Ladenlokale, sind in den folgenden Abbildungen dargestellt:

Abbildung 13: Beispiele für eine einheitliche Außendarstellung von Leerständen



Abbildung 14: Beispiele für eine einheitliche Außendarstellung von Leerständen



2 Städtebauliche Aufwertung

Die städtebauliche Aufwertung Werdohls erfolgt vor dem Zielhintergrund der Steigerung der Aufenthaltsqualität durch eine **Verbesserung der städtebaulichen Qualität**. Sie soll unter dem **Motto „Visionäres und Machbares“** stehen. Hierzu ist die Einrichtung einer Arbeitsgruppe mit der Aufgabe der Konzeptentwicklung sowie der Überprüfung der Realisierungschancen von Nöten. Im Rahmen der Arbeit dieser Arbeitsgruppe können auch schon kleine Maßnahmen große Wirkungen entfalten und sich äußerst positiv auf das gesamte Erscheinungsbild auswirken. So kann mit Hilfe des Einsatzes von temporärer Begrünung eine angenehmere Atmosphäre geschaffen werden. Auch der Einsatz von Hinweisschildern ist relativ unkompliziert durchzuführen kann aber die Wegeführung für ortsunkundige deutlich verbessern. Begleitend dazu wirken die bereits vorhandenen gezielte Lichtinstallation „Lichtpunkte“ unterstützend auf die Wegeführung ein.

Aufwändiger und deshalb gründlich auf seine Machbarkeit hin zu überprüfen sind Maßnahmen an den Gebäuden selber. Diese können auf die Gebäudearchitektur und die Fassadengestaltung abzielen. Aber auch eine einheitliche Gestaltung der Eingangsbereiche würde positive Effekte nach sich ziehen. So ist es langfristig wünschenswert die auf der Ostseite der Freiheitstraße sichtbare Qualität in Form der durch Vordächer geschützten Eingangsbereiche auch auf die Westseite der Freiheitstraße zu übertragen.

3 Marketing und Öffentlichkeitsarbeit

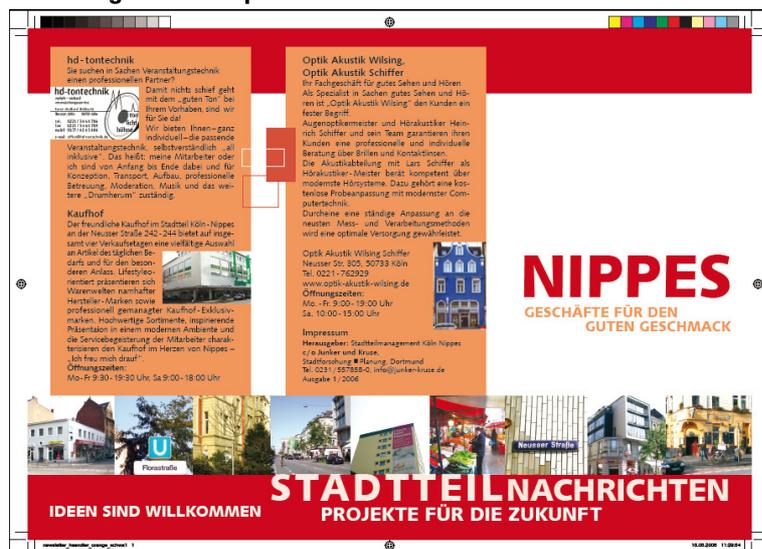
Die Aktivitäten im Bereich von Marketing und Öffentlichkeitsarbeit sollen unter das **Motto „Qualitäten sichtbar machen“** gestellt werden. Hierzu gehört auch eine Service- und Qualitätsoffensive. Die Service und Qualitätsoffensive will darauf bauen die traditionellen Stärken des Facheinzelhandels zu fördern. Hierzu werden Akteure benötigt, die ansässige Einzelhändler hinsichtlich der Qualität ihres Angebotes der Schaufenstergestaltung und gerade auch dem Service berät. Als Anreiz zur Teilnahme an dieser Offensive ist ein Gütesiegel denkbar, dass aufgrund bestimmter Leistungen in den Bereichen Schaufenstergestaltung, Warenpräsentation, Service, Wettbewerb und Kundenbewertung vergeben wird. Auf diese Weise besteht für besonders „vorbildliche“ Einzel-

händler die Möglichkeit sich noch weiter zu profilieren und die erhaltene Auszeichnung vermark- tend und unternehmensfördernd einzusetzen.

Die Öffentlichkeitsarbeit soll aber nicht mit der Service und Qualitätsoffensive abgeschlossen sein. Ein ganz bedeutendes Ziel ist auch die **Markenbildung** sowie die werbliche **Vermarktung der Kernkompetenzen Werdohls**. Die Planung und Durchführung von Kundenbindungsaktionen des Einzelhandels können hierzu beispielsweise unter die Slogan Nahversorgung: „Natürlich – frisch – ökologisch - hochwertig“ oder auch „Lokal, bunt und familienbezogen“ gestellt werden. Andere mögliche Mottos könnten im Rahmen des Einzelhändlerkreises gemeinsam mit dem Stadtmarke- ting entwickelt werden. Ebenfalls sollte weiter an der Identifikation und Definition der anzuspre- chenden Zielgruppe gearbeitet werden. Darüber hinaus sind geschäftsspezifische Aktionen anzu- stoßen und vorbereitend zu begleiten.

Als erfolgreiches Medium zur Vermarktung und Bewerbung eines Standortes haben sich auch **Newsletter** bewährt. Daher ist auch die Erstellung solcher Newsletter wünschenswert und als Be- standteil von Marketing und Öffentlichkeitsarbeit empfehlenswert. Ein Beispiel für die mögliche Gestaltung eines solchen Newsletter bietet Abbildung 15.

Abbildung 15: Beispiel für einen Newsletter



Quelle: Stadtteilmanagement Köln Nippes, Junker und Kruse, 2006

Umsetzung des Flächenmanagement Werdohl

Zur effektiven Umsetzung des Flächenmanagements in Werdohl wird im optimalen Fall ein zentra- ler Ansprechpartner benötigt. Neben dieser Person stehen zahlreiche Kooperationspartner zur Vorbereitung und Umsetzung von Projekten und Maßnahmen zur Verfügung. Im Rahmen der Erar- beitung der vorliegenden Untersuchung wurden Gespräche mit beteiligten Akteuren geführt. Alle Akteure habe sich bereit erklärt aktiv am Flächenmanagement in Werdohl mit zu arbeiten und das Projekt im Rahmen der Möglichkeiten zu unterstützen.

Auf der Grundlage der durchgeführten Arbeitskreis und geführten Gespräche wird aus Sicht des Gutachters folgende Aufgabenverteilung für das Flächenmanagement vorgeschlagen:

Stadtmarketing Werdohl	Koordinator des Flächenmanagement, intensive Kontakte zu den Einzelhändlern durch den Einzelhändlerkreis und Kontaktaufnahme zu den Immobilienbesitzern
Stadt Werdohl	Schaffung der notwendigen Rahmenbedingungen zur Umsetzung von Maßnahmen und Projekten z.B. Akquisition neuer Fördermöglichkeiten, Unterstützung des Stadtmarketings
SIHK	Durchführung von Seminaren und Informationsveranstaltungen zu den Themen: Qualität der Einzelhandelsgeschäfte, Außendarstellung, Schaufenstergestaltung, Unternehmensnachfolge, Patenschaften zwischen Einzelhändlern gleicher Branche, Existenzgründung
Einzelhandelsverband	Veranstaltungen zum Thema Service und Qualität, Mitarbeiterschulungen
Banken	Beratungen bei Finanzierungen und Immobiliengeschäften

5 Entwicklungsperspektiven für das Bahnhofquartier

Im Zeitraum der Bearbeitung der vorliegenden Untersuchung zeichnete sich ein potenzieller Leerstand am Standort Minimal an der Bahnhofstraße ab. Daher wurden im Rahmen des Flächenmanagements Werdohl Entwicklungsperspektiven erarbeitet, die einem flächenmäßig großen Leerstand entgegen wirken können.

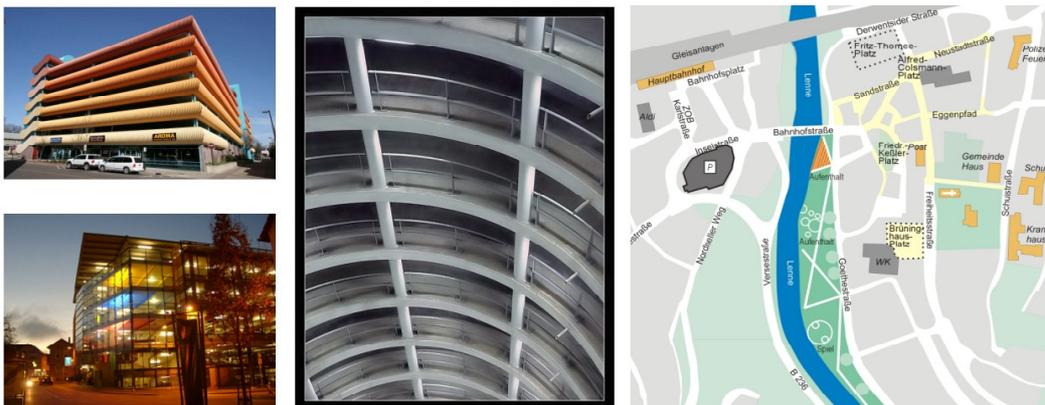
Als Basis für die potenzielle Umnutzung des Gebäudes an der Inselstraße fungieren die Leitlinien des Einzelhandelskonzeptes Werdohl. Die zukünftige Entwicklung des Standortes ist an folgende Anforderungen geknüpft:

- keinen zentrenrelevanten Einzelhandel außerhalb des Hauptgeschäftsbereiches zuzulassen,
- die Anbindung an den Hauptgeschäftsbereich zentrenverträglich gestalten,
- die Fassaden erneuern bzw. neu gestalten und
- die Verkehrssituation neu ordnen bzw. optimieren.

Auf Grundlage der bestehenden bauplanungsrechtlichen Festsetzungen ist eine Umnutzung durch einen Einzelhandelsbetreiber an diesem Standort nicht auszuschließen. Das Angebot sollte jedoch im Einzelfall auf seine Zentrenverträglichkeit überprüft werden. Des weiteren ist die Stadt Werdohl künftig in der Pflicht entsprechende Planungsvoraussetzungen zu schaffen die dem Einzelhandelskonzept nicht entgegen stehen.

Im folgenden werden drei Szenarien vorgestellt die sowohl kurzfristige als auf langfristige Lösungen darstellen können:

Szenario 1: Schaffung von Parkflächen

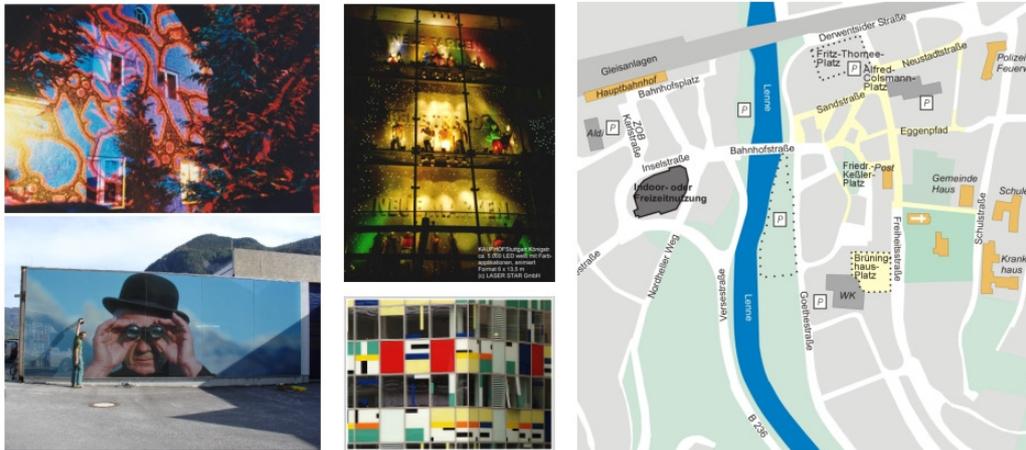


Dieser Konzeptentwurf basiert auf der Annahme, dass es kurzfristig keinen neuen Mieter bzw. Investor gibt, der für das Objekt eine adäquate Nutzung umsetzen kann und möchte. Bereits heute werden Teilflächen als Parkplätze genutzt, die auch ihre Funktion im Szenario beibehalten. Durch den Umbau der verbleibenden Flächen, soweit wie möglich und in einem finanziell angemessen

Rahmen, könnte ein neues Potenzial an Parkflächen in der Innenstadt entstehen. Zur Gewährleistung der Zu- und Ausfahrt an der Inselstraße sind kleinere verkehrstechnische Maßnahmen wie z.B. die Anpassung der Ampelschaltungen notwendig. Damit auch der optische Eindruck positiv ausfällt, ist eine Fassadengestaltung wünschenswert.

Mit dieser Lösung zur Bereitstellung von neuem und zentralelegenem Parkraum ist die Stadt Werdohl in der Lage die heute zum Parken genutzten Flächen an der Lenne einer neuen Nutzung zuzuführen. Eine Entwicklung der Flächen zu einem Freizeit- und Gastronomiebereich sowie die Ausweitung von Grünflächen würde den Planungen und Zielsetzungen „Werdohl am Wasser“ entsprechen. Das Element Wasser würde somit in die Stadt integriert und trägt somit zu einer Steigerung der Aufenthaltsqualität und Attraktivität für Bürger und Besucher bei.

Szenario 2: Freizeitnutzung



Das zweite Konzept beinhaltet die Umnutzung der vorhandenen Bausubstanz zu einer überregionalen Freizeiteinrichtung. Dieses Szenario ist ohne aufwendigen Umbau eine adäquate Neunutzung für das Objekt. Als Freizeitnutzungen sind Kino, Bowling-Center oder auch Indoorspielplatz denkbar. Kombiniert mit einem Gastronomieanbieter oder auch einem Diskobetreiber könnten Besucher aus dem jüngeren Segment nach Werdohl geholt werden. Eine komplette Fassadengestaltung die das attraktives Angebot nach Außen kommuniziert ist unumgänglich. Nach der Umsetzung des Konzeptes sind Belebungen im Bahnhofviertels sowohl in den Tages- als auch in den Abendstunden zu erwarten.

Szenario 3: Wohnen an der Inselstraße



Der dritte Konzeptvorschlag beruht auf einer langfristigen Planung, die zukünftig keine Einzelhandelsnutzung am Standort Inselstraße vorsieht. Das Szenario Wohnen an der Inselstraße bedeutet eine komplette Neuordnung des Standortes. Die Umsetzung des Konzeptes „Generationenwohnen“ erfordert eine Abriss des heutigen Gebäudes und eine Umlegung der Verkehrsführung. Die Verkehrsberuhigung der Inselstraße und eine Reduzierung des Durchgangsverkehres ist wünschenswert.

Dieses Konzept setzt voraus, dass es einen Investor gibt, der bereit ist am Standort Werdohl im Bereich Wohnnutzung zu investieren. Von Seiten der Stadt Werdohl ist zu prüfen, ob diese Maßnahmen langfristig zu realisieren und ob die notwendigen Planungsvoraussetzungen wie Verkehrs-umlegungen und Beruhigungen geschaffen werden können.

6 Schlusswort

Abschließend ist festzuhalten, dass mit dem Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Stadt Werdohl (2006) sowie dem hier vorgelegten Konzept zum Flächenmanagement für die Werdohler Innenstadt wichtige Grundlagen für Entscheidungen und Arbeitsprozesse im Rahmen der künftigen Stadtentwicklung in Werdohl zur Verfügung stehen.

Dabei ist das künftige Flächenmanagement ein wichtiger Baustein, der mit seinen Zielen und Maßnahmen zur Profilierung der Innenstadt und des (Einzelhandels-)standortes Werdohl beiträgt. Eine positive, erfolgsversprechende Weiterentwicklung des hier angestoßenen Prozesses bedarf der Zusammenführung der unterschiedlichen Aufgabenbereiche und Akteure, dabei kommt es zum einen darauf an, die einzelnen Elemente optimal zu verzahnen und zum anderen eine praktikable und von Vertrauen geprägte Kommunikationsstruktur zwischen den Beteiligten aufzubauen.

Verzeichnisse

Abbildung 1: Facetten des Flächenmanagements.....	5
Abbildung 2: Akteure bei der Wiederbelebung von Leerständen.....	6
Abbildung 3: Untersuchungsraum Werdohler Innenstadt.....	7
Abbildung 4: Aufbau eines Ladenleerstands- bzw. Flächenmanagements.....	8
Abbildung 5: Kaufkraftbindungs- und -abflussquoten in %	12
Abbildung 6: Wodurch könnte die Innenstadt von Werdohl attraktiver werden?	14
Abbildung 7: Freiheitstraße	18
Abbildung 8: Fritz-Thomee-Platz.....	19
Abbildung 9: Bahnhofstraße.....	20
Abbildung 10: Leerstände in der Werdohler Innenstadt.....	25
Abbildung 11: Maßnahmen im Rahmen des Flächenmanagements für die Stadt Werdohl	35
Abbildung 12: Beispiel für einen Immobiliensteckbrief.....	37
Abbildung 13: Beispiele für eine einheitliche Außendarstellung von Leerständen.....	39
Abbildung 14: Beispiele für eine einheitliche Außendarstellung von Leerständen	40
Abbildung 15: Beispiel für einen Newsletter.....	41
Karte 1: Der innerstädtische Geschäftsbereich von Werdohl.....	17
Karte 2: Zentraler Versorgungsbereich Werdohler Innenstadt.....	21
Karte 3: Leitbild zur Innenstadtentwicklung	22