

Gesellschaft für Markt- und
Absatzforschung mbH

ZENTRENMANAGEMENT- KONZEPT LENNESTADT

Auftraggeber: Stadt Lennestadt
Projektleitung: Dipl.-Geogr. Birgitt Wachs
M. Sc. Geogr. Kirsten-D. Riedel
Datum: Köln, 14.02.2023 / angepasst am
05.05.2024

Das vorliegende Dokument unterliegt dem Urheberrecht gemäß § 2 Abs. 2 sowie § 31 Abs. 2 des Gesetzes zum Schutze der Urheberrechte. Eine Vervielfältigung, Weitergabe oder (auch auszugsweise) Veröffentlichung ist im Rahmen des politischen Prozesses, von Bauleitplanverfahren, Baugenehmigungsverfahren, Rahmenplanungen und Gerichtsverfahren ohne Genehmigung möglich. Für alle anderen Zwecke ist eine Veröffentlichung des Dokuments nur nach vorheriger schriftlicher Genehmigung der GMA und des Auftraggebers unter Angabe der Quelle zulässig.

Alle Informationen im vorliegenden Dokument sind sorgfältig recherchiert; der Bericht wurde nach bestem Wissen und Gewissen erstellt. Für die Richtigkeit, Vollständigkeit und Aktualität aller Inhalte kann die GMA keine Gewähr übernehmen.

Für die Bearbeitung standen der GMA neben eigenen Daten und Erkenntnissen aus früheren GMA-Untersuchungen in Lennestadt auch Daten des Statistischen Bundesamtes, des Statistischen Landesamtes Nordrhein-Westfalen und der Stadt Lennestadt zur Verfügung. Alle dem Gutachten zugrunde liegenden Ausgangsdaten wurden von den Mitarbeitern der GMA nach bestem Wissen erhoben, mit der gebotenen Sorgfalt aufbereitet und nach neuesten wissenschaftlichen Standards ausgewertet.

Im vorliegenden Dokument verzichten wir aus Gründen der besseren Lesbarkeit darauf, die gendergerechte Schriftform zu verwenden. Selbstverständlich sind alle Geschlechter gleichermaßen angesprochen.

GMA

Forschen. Beraten. Umsetzen.
Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung mbH
Ludwigsburg - Dresden - Hamburg - Köln - München

Büro Köln
Siegburger Straße 215 – 50670 Köln
Tel 0221 – 99438-0 – office.koeln@gma.biz

Geschäftsführerin: Birgitt Wachs



INHALT

	Seite
I. RAHMENBEDINGUNGEN UND PROZESSABLAUF	4
I. ANALYSEPHASE	8
II. A ALTENHUNDEM	9
II. B MEGGEN	35
II. C GREVENBRÜCK	45
II. D ELSPE	55
III. Ergebnisse der Aktivierungsphase	65
IV. Zentrenmanagement Lennestadt	68
V. Kommunikation und Marketing – Wie schaffen wir einen Dialog von Innen nach Außen	73
Anhang	87

I. RAHMENBEDINGUNGEN UND PROZESSAUFBAU

1. AUSGANGSLAGE

Im Rahmen des Sofortprogramms zur Stärkung der Innenstädte und Zentren in Nordrhein-Westfalen hat Lennestadt eine Förderung für den Anstoß eines Zentrenmanagements für die zentralen Versorgungsbereiche von Altenhudem, Meggen, Grevenbrück und Elspe erhalten.

Als polyzentrische Flächengemeinde mit mehreren Zentren hat Lennestadt wie alle Städte und Gemeinden Deutschlands viele Herausforderungen zu stemmen. Die Struktur der Zentren hat sich deutschlandweit in den vergangenen Jahren weiter verändert. Neben lokalen Faktoren haben sich die generellen Voraussetzungen für den Einzelhandel mit der Zeit gewandelt (Stichworte: digitaler Wandel, verändertes Käufer- und Konsumverhalten). Verstärkt wurden und werden diese Effekte in Folge der COVID-19-Lockdowns und dem damit verbundenen weiteren massiven Kaufkraftabfluss in den Onlinehandel sowie der derzeit hohen Inflationsrate infolge des Ukraine-Krieges.

Dieser Wandel der Einzelhandelsstrukturen ist auch im Zentrum Altenhudem zu erkennen. Verteilt auf das gesamte Zentrumsgebiet sind verschiedene Leerstände im Stadtbild vorhanden; auch bestehen vor dem Hintergrund der veränderten Rahmenbedingungen in Deutschland nicht nur Herausforderungen im Bereich des Handels, sondern auch für den Nutzungsmix, den öffentlichen Raum, die Funktionsmischung oder das Gastronomieangebot. Die Herausforderung besteht darin, die Zentren zu attraktiven Plätzen des Einkaufens, Begegnens und Verweilens aufzuwerten und damit das nach der Pandemie gesteigerte Bedürfnis der Menschen auf Zusammenkunft und Erlebnis umzusetzen. Im Rahmen des Zentrenmanagements soll diese Chance genutzt werden, um lebendige Zentren und einen Ort des Austausches zu schaffen.

Auch die Nahversorgungszentren in Meggen, Grevenbrück und Elspe stehen vor dem Hintergrund des Rückgangs des inhabergeführtem Facheinzelhandels vor der Herausforderung, die Funktion der Zentren langfristig zu sichern.

Das Zentrenmanagementkonzept wurde in einem umfassenden Beteiligungsprozess erarbeitet, das durch die Firma nonconform geleitet wurde. Aus den erarbeiteten Maßnahmen, den geplanten Aufwertungsansätzen und der Umsetzungsphase vor Ort, ergeben sich eine Reihe von Handlungsoptionen, die bei zielgerichtetem Einsatz geeignet sind, die Zentren zu attraktivieren und weiterzuentwickeln.



2. AUFGABENSTELLUNG UND PROZESSAUFBAU

Der Prozess zur Entwicklung des Konzeptes gliedert sich in vier Phasen:

- In der **Analysephase** wurde eine Situationsanalyse zu den vier Zentren erstellt und die Rahmenbedingungen in den Zentren analysiert. Der Fokus lag hier auf einer Analyse der vorhandenen Nutzungen in den Zentren (u. a. Leerstandskataster, Qualitätscheck). Darüber hinaus wurde die Online-Präsentation der verschiedenen Einzelhändler und Gastronomiebetriebe mithilfe sog. Qualitätschecks betrachtet. Anhand einer städtebaulich-funktionalen Analyse wurden die stadträumlichen Qualitäten, Entwicklungsflächen und die fußläufige bzw. verkehrliche Erreichbarkeit der Zentren bewertet.
- Am 13.08.2022 startete die sog. **Aktivierungsphase**, in der über verschiedene Wege das „Fest der Ideen“ Anfang September beworben wurde. Neben Flyern, Plakaten, Medienhinweisen wurden auch an insgesamt 36 Standorten in 15 Ortsteilen Ideenboxen aufgestellt, sodass die Bürger bereits im Vorfeld die Möglichkeit hatten, ihre Ideen und Vorstellungen in den Prozess einzubringen. Das „Fest der Ideen“ selbst fand vom 06. bis 09.09.2022 statt, in der neben einem Ideenbüro in Altenhudem mehrere mobile Beteiligungsformate (u. a. Spurensuche in den Ortsteilen, Workshops) durchgeführt wurden. Die Aktivierungsphase brachte 5 Handlungsempfehlungen hervor, unter denen sich eine Vielzahl an Maßnahmen subsumieren lassen. Die Phase wurde von dem Büro nonconform durchgeführt.
- Die Erkenntnisse aus den vorherigen Phasen sind in die **Konzeptphase** zur Erstellung des umsetzungsorientierten Maßnahmenkatalogs eingeflossen. In allen Zentren wird die Umsetzung der 5 großen Handlungsempfehlungen angestrebt, wobei jedes Zentrum über eigene Maßnahmen verfügt. Insgesamt wurde im Prozess von den Beteiligten eine unterschiedliche Priorisierung in der Umsetzung gesehen, sodass nicht alle Maßnahmen in allen Zentren mit der selben Dringlichkeit umgesetzt werden müssen.
- In der an das Konzept anschließenden **Umsetzungsphase** werden die bestehenden Bemühungen und Aktivitäten der Stadt Lennestadt weitergeführt und durch die Maßnahmen mit einer hohen Priorisierung ergänzt. Wesentlich für eine erfolgreiche Umsetzung wird jedoch in erster Linie die Etablierung eines Zentrenmanagements sein, dass die Umsetzung künftig federführend begleitet.

Das vorliegende Konzept formuliert Handlungsempfehlungen, die sich im weitesten Sinne auf die abgegrenzten zentralen Versorgungsbereiche in den Ortsteilen beziehen; Aussagen zu darüber hinaus gehenden Teilräumen werden explizit benannt.

2. AUFGABENSTELLUNG UND PROZESSAUFBAU



Zeit	Sommer 2022 – Frühjahr 2023								ab 2024	
Abstimmung Projektkoordination	laufende Abstimmung zwischen GMA, nonconform, Verwaltung								Umsetzung Zentren- management	
GMA-Input	Bestandserhebung, städtebaulich-funktionale Analyse, Leerstandskataster		Teilnahme Ideenwerkstatt		Ergänzung Maßnahmen-katalog	Fertigstellung Konzept				
Nonconform-Input	Auftakt-termin	Vorbereitung Aktivierung	3 Tage Ideenwerkstatt		Erarbeitung Bericht					
Lenkungsgruppe	Auftakt-termin						Information + Priorisierung			
Politik	Auftakt-termin							Beschluss		

II. ANALYSEPHASE

- A. ALTENHUNDEM
- B. MEGGEN
- C. GREVENBRÜCK
- D. ELSPE

Arbeiten
&
Bildung

Gestaltung

Mobilität

Freiraum

Infrastruktur

Sichtbar
machen &
Identität

II.A

ALTENHUNDEM



1. UNTERSUCHUNGSRAUM ALTENHUNDEM



Der Untersuchungsraum für das Zentrenmanagement entspricht dem im Einzelhandelskonzept abgegrenzten zentralen Versorgungsbereich Hauptzentrum Altenhundem. Der zentrale Versorgungsbereich erstreckt sich im Wesentlichen westlich entlang der Hundemstraße bis zum nördlichen Kreisverkehr an der Lennestraße.

Innerhalb des Zentrums befinden sich das Hundem-Lenne-Center und der Bahnhof Altenhundem. In östlicher Richtung erstreckt sich das Hauptzentrum zwischen der Lennestraße und der Helmut-Kumpf-Straße bis zur Straße Lennewiesen

Es handelt sich um ein weitläufiges Zentrum, das sich in seiner räumlichen Ausdehnung in Ost-West-Richtung über eine Distanz von ca. 550 m entlang der Kreisverkehre an der Helmut-Kumpf-Straße sowie an der Hundemstraße und von dort etwa 650 m in Nord-Süd-Richtung entlang des weiteren Verlaufs der Hundemstraße bis zur Lennestraße erstreckt.



2. ALLGEMEINE NUTZUNGSSTRUKTUR IM ZENTRUM ALTENHUNDEM

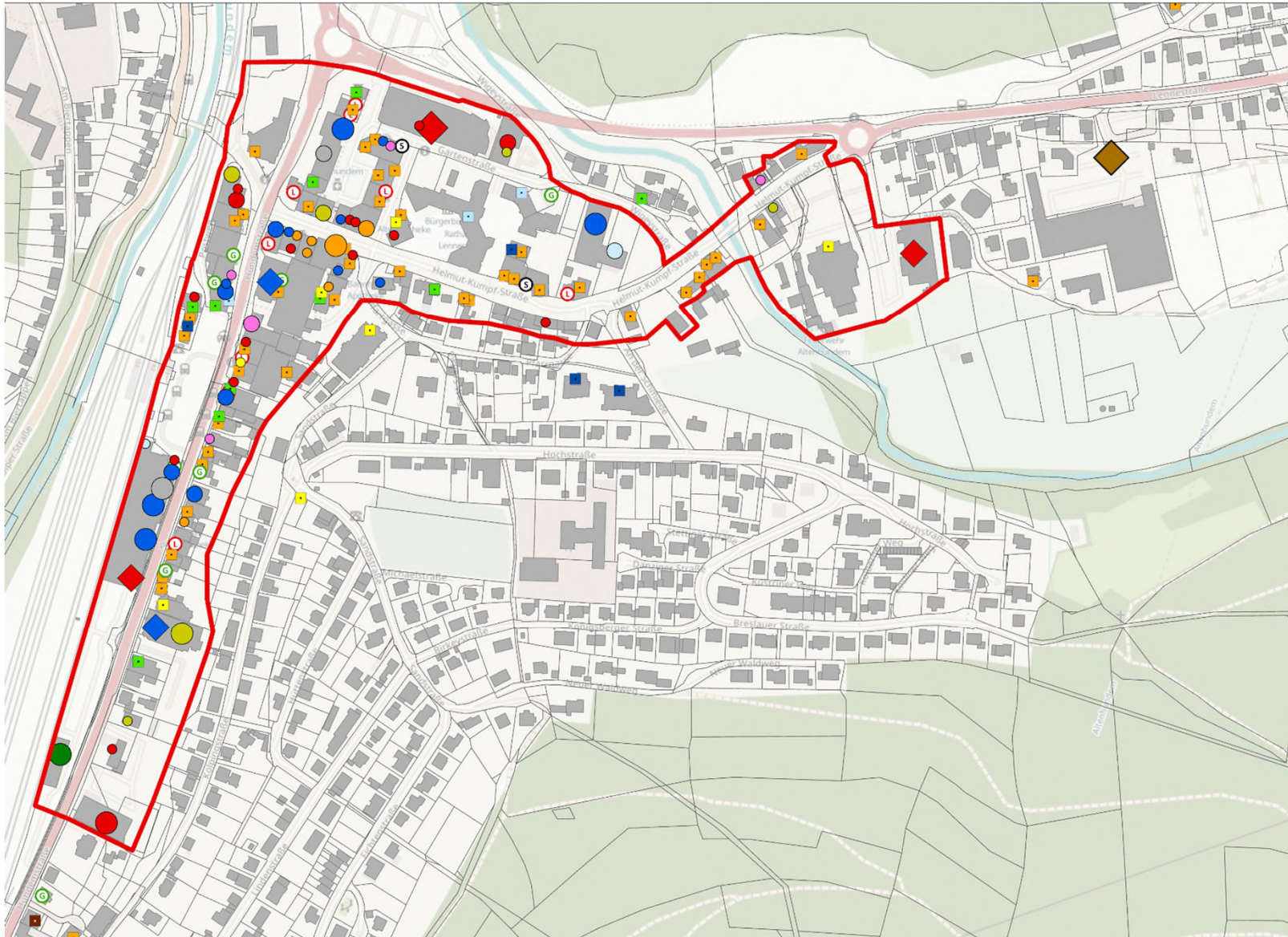
Im Rahmen einer Kartierung der Nutzungen im Zentrumsbereich wurden für die **Erdgeschosslagen** die prägenden Nutzungen in den jeweiligen Gebäuden erfasst. Insgesamt lassen sich die folgenden wesentlichen Kernergebnisse festhalten:

- Der klare **Einzelhandelsschwerpunkt** befindet sich in der Hundemstraße, der Helmut-Kumpf-Straße sowie rund um den Bereich In den Höfen. Die vier Hauptanbieter im Bereich Lebensmittel (HIT, Lidl, Netto, Aldi) befinden sich im nördlichen (HIT) und östlichen (Lidl) Randbereich des zentralen Versorgungsbereiches. Im südlichen Teil des zentralen Versorgungsbereichs sind u. a. die Anbieter Netto und Aldi ansässig.
- Im Zentrum ist keine klare Konzentration von **Gastronomiebetrieben** zu finden; die Betriebe verteilen sich über das gesamte Zentrum, wobei ein kleiner Schwerpunkt im Bereich der Helmut-Kumpf-Straße / Hundemstraße zu finden ist. Strukturell überwiegt leicht die Anzahl der Cafés und Imbisse vor den klassischen Restaurants.
- Dienstleistungen** konzentrieren sich v. a. entlang der östlichen Straßenseite der Hundemstraße sowie im Bereich der Helmut-Kumpf-Straße, insgesamt sind die Dienstleistungsangebote jedoch recht gleichmäßig über das Zentrum verteilt. Ein Schwerpunkt ist im Bereich medizinischer Dienstleistungen, Friseure / Kosmetikstudios und Versicherungen vorzufinden.
- Öffentliche Einrichtungen** lassen sich im östlichen Zentrumsgebiet auffinden. Das Rathaus der Stadt Lennestadt befindet sich in diesem Bereich (Thomas-Morus-Platz 1).
- Im Bereich **Freizeit- / Kultureinrichtungen** sind als wesentliche Standorte das Kino in der Hundemstraße, die Sauerlandhalle in der Helmut-Kumpf-Straße, ein Fitnessstudio in der Wigeystraße sowie ein Kunstaustellungsraum in der Straße Am Rathaus vorhanden.
- Ein **Wohnschwerpunkt** lässt sich im Zentrumsgebiet nicht deutlich identifizieren. Es gilt aber anzumerken, dass v. a. die zweiten und dritten Obergeschosse der Gebäude im Zentrum durch Wohnnutzungen dominiert werden.
- Das Zentrum wird u. a. durch die Dominanz der **Verkehrsflächen** geprägt; so quert die stark befahrene Hundemstraße das Hauptzentrum in Nord-Süd-Richtung. Des Weiteren teilt die Helmut-Kumpf-Straße das Hauptzentrum in einen nördlichen und einen südlichen Bereich auf.

Insgesamt ist festzuhalten, dass das Zentrum Altenhundem keine einzelnen Teilräume aufweist, die besonders stark durch bestimmte Nutzungen geprägt sind. Die Nutzungen verteilen sich relativ gleichmäßig über das Zentrum, wobei sich der Schwerpunkt des Einzelhandels in der Hundemstraße, der Helmut-Kumpf-Straße sowie rund um den Bereich In den Höfen befindet.

2. ALLGEMEINE NUTZUNGSSTRUKTUR IM ZENTRUM ALTENHUNDEM

Karte 1: Nutzungsstruktur im Zentrum



- Hauptzentrum gem. EHK
- Verkaufsflächengröße**
- ◆ über 1.500 m² VK
- ◆ 800 bis unter 1.500 m² VK
- 400 m² bis unter 800 m² VK
- 100 m² bis unter 400 m² VK
- unter 100 m² VK
- Sortimente und Nutzungen**
- Nahrungs- und Genussmittel
- Gesundheit, Körperpflege
- Blumen, zool. Bedarf
- Bücher, PBS, Spielzeug
- Bekleidung, Schuhe, Sport
- Elektrowaren, Medien, Foto
- Hausrat, Einrichtung, Möbel
- Bau-, Garten-, Heimwerkerbedarf, Bodenbeläge
- Optik, Uhren / Schmuck
- Sonstiger Einzelhandel
- Dienstleistung
- Gastronomie
- Freizeit / Kultur
- Öffentliche Einrichtungen
- Bildungseinrichtungen
- Handwerk / Gewerbe
- L Leerstand
- G Gesundheit / Pflege
- S Spielhallen / Wettbüros

Quelle: Kartengrundlage: Stadt Lennestadt;
 Kartenhintergrund: © OpenStreetMap-Mitwirkende;
 GMA-Bearbeitung 2023 basierend auf dem Einzelhandelskonzept 2022

3. EINZELHANDELSSTRUKTUR IM ZENTRUM ALTENHUNDEM

Die Gesamtverkaufsfläche des Einzelhandels im Zentrum Altenhudem beträgt ca. 14.865 m², welche sich auf 60 Einzelhandelsbetriebe im Zentrumsgebiet verteilt. Das Zentrum weist eine große Einzelhandelsbedeutung für die Stadt auf und bildet den wichtigsten Geschäftsbereich von Lennestadt. In Bezug auf die Einzelhandelsfunktion des Hauptzentrums sichern der Supermarkt HIT, die Lebensmitteldiscounter Lidl, Netto und Aldi, weitere kleinflächige Lebensmittelanbieter, mehrere Bäckereien und Metzgereien, eine Parfümerie, der Drogeriemarkt Rossmann sowie verschiedene Apotheken die Nahversorgung. Der mittelfristige Bedarfsbereich umfasst rd. 39 % der Verkaufsfläche und weist Angebote in den Sortimenten Bücher, Schreib- und Spielwaren sowie Bekleidung, Schuhe und Sport auf. Auf den langfristigen Bedarfsbereich entfallen rd. 14 % der Verkaufsfläche. Hier ist v. a. auf die Anbieter in den Sortimenten Haushaltswaren / Glas, Porzellan, Keramik, Möbel (inkl. Matratzen) und Optik, Hörgeräte / Uhren, Schmuck hinzuweisen.

Hauptwarengruppen	Betriebe		Verkaufsfläche* in m ²	
	Anzahl	in %	in m ²	in %
Nahrungs- und Genussmittel	19	32	5.725	38,5
Gesundheit / Körperpflege	7	11,5	740	5,0
Blumen, Pflanzen, zoolog. Bedarf, Zeitschriften	1	1,5	440	3,0
kurzfristiger Bedarf insg.	27	45,0	6.905	46,5
Bücher, Schreib- und Spielwaren	1	1,5	75	0,5
Bekleidung, Schuhe, Sport	17	28,5	5.830	39,0
mittelfristiger Bedarf insg.	18	30,0	5.905	39,5
Elektrowaren, Medien, Foto	4	6,5	360	2,5
Hausrat, Einrichtung, Möbel	5	8,5	940	6,5
Bau-, Heimwerker-, Gartenbedarf	0	-	0	-
Optik, Hörgeräte, Uhren / Schmuck	5	8,5	275	2,0
Sonstige Sortimente*	1	1,5	480	3,0
langfristiger Bedarf insg.	15	25,0	2.055	14,0
Einzelhandel insg.	60	100	14.865	100

* Sonstige Sortimente: Sportgeräte, Autozubehör, Sonstiges (z. B. Musikalien, Gebrauchtwagen)
GMA-Berechnungen auf Basis des Einzelhandelskonzeptes (ca.-Werte, gerundet)

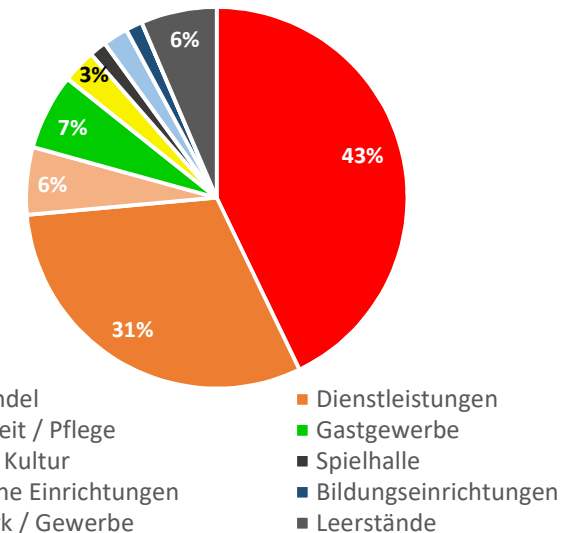
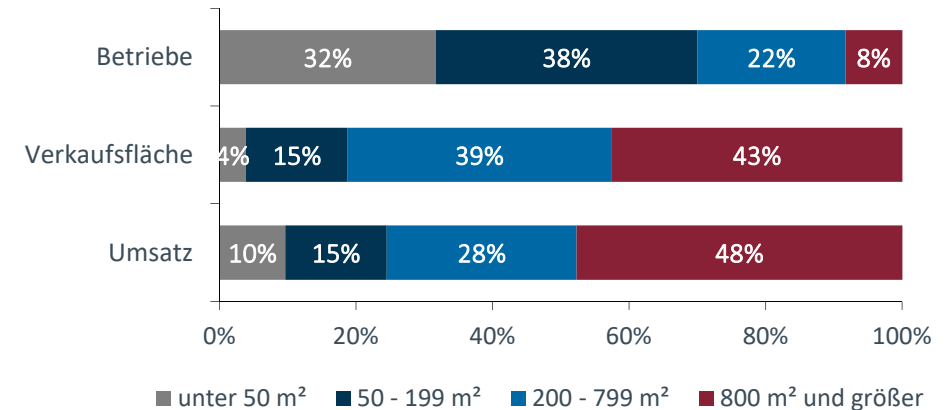
4. ERGÄNZENDE NUTZUNGEN UND BETRIEBSGRÖßEN

Betriebsgrößenstruktur

In Anbetracht der vorhandenen Betriebsgrößen des Einzelhandels im Zentrum Altenhudem lässt sich feststellen, dass der Großteil der Betriebe (rd. 70 %) Verkaufsflächen mit bis zu 199 m² aufweist. Lediglich rd. 22 % der Betriebe verfügen über eine Verkaufsfläche von bis zu 799 m² und weitere rd. 8 % mindestens 800 m². Insgesamt gibt es demnach weniger Flächen für größere Einzelhandelsbetriebe, wie sie bspw. v. a. von Filialisten nachfragt werden, wenngleich das Zentrum im Vergleich zu Städten ähnlicher Größenordnung über eine stabile Anzahl größerer Einzelhandelsbetriebe verfügt. Hierbei ist jedoch zu beachten, dass im Zentrum keine freien Potenzialflächen bestehen und die vorhandenen Leerstände eher kleinteilig strukturiert sind.

Anzahl der Betriebe je Nutzungsstruktur

Neben den Einzelhandelsbetrieben prägen auch weitere Nutzungen das Zentrum. Insgesamt sind in Altenhudem rd. 80 Komplementärnutzungen vorhanden. Ein Schwerpunkt mit rd. 21 % der Betriebe ist bei Dienstleistungen zu erkennen, wobei der Einzelhandel rd. die Hälfte der Nutzungen ausmacht. Insgesamt wirken in Altenhudem jedoch auch die ergänzenden Nutzungen prägend im Zentrumsbild und verbessern die Angebotsstruktur. Auf den Gastronomiebereich entfallen rd. 7 % der Betriebe und nehmen damit einen relativ geringen Anteil für die Zentrumsgröße ein. Die Leerstandsquote liegt mit rd. 7 % nur leicht oberhalb des klassischen Fluktuationsleerstandes. Vor dem Hintergrund der Gesamtsituation der Innenstädte im Kontext der allgemeinen Einzelhandelsentwicklung ist dieser Wert jedoch nicht als ungewöhnlich und noch als vergleichsweise gering für eine Mittelstadt dieser Größenordnung einzustufen.



Erste Handlungsansätze: Aufgrund der überwiegenden Kleinteiligkeit der leerstehenden Ladenlokale sollten für Neuansiedlungen insbesondere solche Nutzungen in den Fokus rücken, die nur einen geringen Flächenanspruch aufweisen und aufgrund ihrer hohen Spezialisierung ein Alleinstellungsmerkmal mitbringen (z. B. Café, Kaffeerösterei, Unverpackt Läden, Torten- / Backbedarf). Hierbei ist zu berücksichtigen, dass auch Dienstleistungsbetriebe z. T. eine hohe Kundenfrequenz aufweisen und im Sinne eines Mixed-Use-Ansatzes die Versorgungsfunktion des Zentrums ergänzen können.

5. LEERSTANDSSITUATION

Im Rahmen der Analysephase wurden die Leerstände im Zentrum Altenhudem erfasst und bewertet. Folgende zentrale Erkenntnisse lassen sich aus der Analyse der Leerstandssituation ableiten:

- Im Zentrum Altenhudem sind insgesamt 9 Leerstände vorhanden (Stand: September 2022). Die Leerstandsquote hat sich demnach seit der Erhebung für das Einzelhandelskonzept 2021 nicht verändert.
- Die Leerstände verteilen sich über das gesamte Zentrumsgebiet, wobei Schwerpunktbereiche in dem Bereich In den Höfen und Helmut-Kumpf-Straße ermittelt wurden, in denen es zu einer leichten Häufung von Leerständen kommt.
- Im Rahmen einer detaillierten Bewertung der Leerstände wurde u. a. auch eine mögliche Nachnutzung der leerstehenden Lokale analysiert. Hierbei ist zu berücksichtigen, dass das Zentrum Altenhudem in Bezug auf die Leerstände keine größeren bzw. auch kaum mittelgroße Flächen aufweist und die Gebäudeeinheiten vereinzelt über Sanierungsstau bzw. Barrieren verfügen. Zwar kommen einige der bestehenden Leerstände für eine Nachnutzung aus dem Bereich Einzelhandel grundsätzlich in Frage, jedoch sind kaum größere Flächen für die Ansiedlung von Filialisten oder Fachmärkten vorhanden. Potenziell sind im Zentrum Ergänzungen im Bereich des kleinteiligen Facheinzelhandels möglich. In den sonstigen Leerständen wäre eine Ansiedlung von Einzelhandelsbetrieben nur schwer oder gar nicht möglich, wobei hier v. a. eine Fokussierung auf ergänzende Dienstleistungen oder Freizeiteinrichtungen bzw. – sofern es im Einzelfall möglich ist – die Umwidmung in Gastronomie- oder Wohnflächen in den Blick zu nehmen ist.

Die Anzahl der Leerstände im Zentrum Altenhudem ist demnach als konstant zu bewerten, wobei die Entwicklung künftig genau beobachten werden muss. Der Rückgang des Facheinzelhandels wurde deutschlandweit durch die Corona-Pandemie verstärkt und die Auswirkungen der hohen Inflationsraten auf unsere Zentren ist noch nicht absehbar.

Bei einigen Leerständen im Zentrumsgebiet handelt es sich zudem um schwer zu vermittelnde Ladeneinheiten (vornehmlich aufgrund von Sanierungsstau oder baulicher Mängel) bzw. langfristig leerstehender Einheiten, sodass eine Nachnutzung dieser Flächen häufig nur mit weiteren Investitionen, einem hohen Akquiseaufwand bzw. der Aktivierung der Eigentümer möglich gemacht werden kann.

Erste Handlungsansätze: Etablierung eines Leerstandsmanagements, Neuansiedlungen und Schaffung von Interimsnutzungen, Gespräche mit Eigentümern

BEISPIELE VON LEERSTÄNDEN IN ALTENHUNDEM



GMA 2022



GMA 2022



GMA 2022



GMA 2022

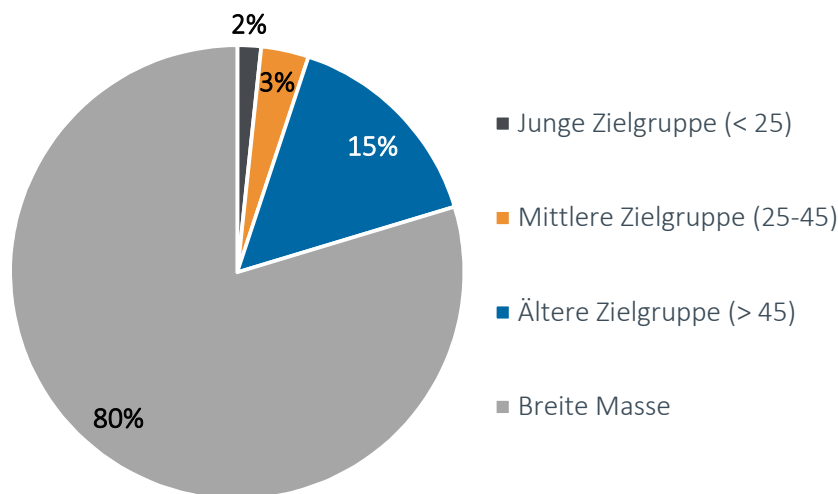
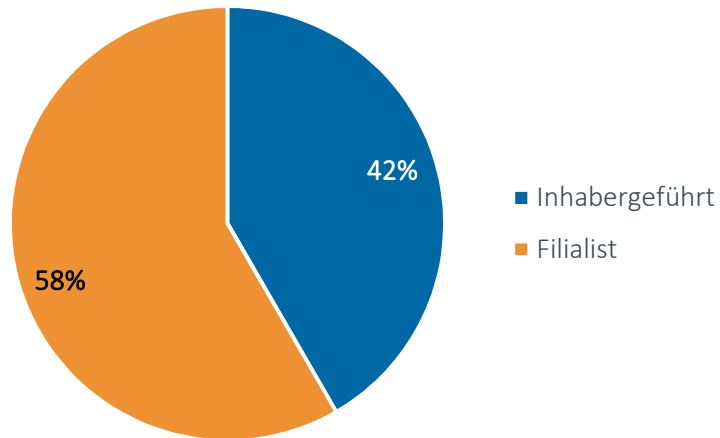


GMA 2022



GMA 2022

6. QUALITÄTSCHECK EINZELHANDEL



Filialisierungsgrad:

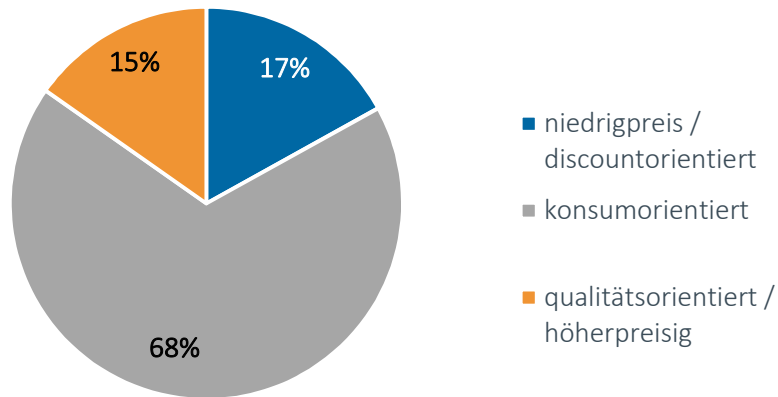
Der Filialisierungsgrad im Zentrum Lennestadt-Altenhudem gibt Aufschluss über die Aufteilung der Unternehmensformen aller ansässigen Einzelhandelsbetriebe. Im Zentrum Altenhudem wird der Großteil der Einzelhandelsunternehmen (rd. 58 %) als Filiale betrieben und sind damit als örtliche Verkaufsstellen einer übergeordneten Unternehmenskette zu bezeichnen. Die restlichen rd. 42 % der ansässigen Einzelhandelsunternehmen sind als inhabergeführt zu bezeichnen, was die Leitung des Unternehmens durch den Besitzer oder dessen Familie bedeutet. Potenzial ist in der Ansiedlung weiterer, vielfältiger Nutzungen außerhalb des Einzelhandels zu sehen, wobei sich jedoch v. a. auch der relativ hohe Anteil des inhabergeführten Einzelhandels positiv auf die Individualität des Zentrums auswirkt. Aufgrund des Fehlens entsprechender Leerstände und fehlender Potenzialflächen erscheint die Ansiedlung weiterer größerer Filialisten und größerer inhabergeführter Geschäfte unrealistisch.

Zielgruppenorientierung:

Prozentual betrachtet ist der größte Anteil des Einzelhandelsangebotes im Zentrum Lennestadt-Altenhudem auf die breite Masse (rd. 80 %) ausgerichtet. Die ältere Zielgruppe der über 45-Jährigen nimmt mit rd. 15 % den zweitgrößten Anteil in der Zielgruppenorientierung ein, gefolgt von der mittleren Zielgruppe (25-45 Jahre) mit rd. 3 % und der jungen Zielgruppe (unter 25 Jahren) mit einem Anteil von rd. 2 %. Das Angebot für die ältere Zielgruppe ist als ausreichend zu bewerten. Aber vor allem muss das Angebot für die jüngeren Zielgruppen ausgebaut werden. Insbesondere vor dem Hintergrund der Bevölkerungsstruktur in Lennestadt und dem stetigen Zuzug von Familien wäre eine weitere Schaffung von Angeboten für jüngere Altersgruppen zu begrüßen.

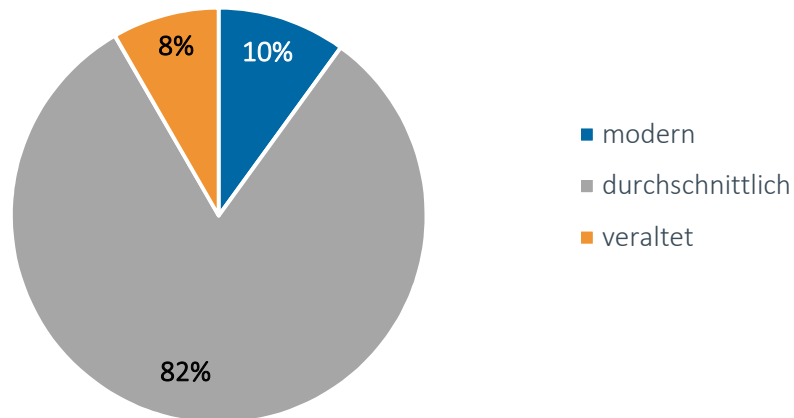
Erste Handlungsansätze: Potenzial für die Ansiedlung weiterer vielfältiger Nutzungen außerhalb des EH, ausbaufähige Angebote für jüngere Altersgruppen

6. QUALITÄTSCHECK EINZELHANDEL



Preisniveau des Warenangebots:

Das Preisniveau des Warenangebots im Zentrum Lennestadt-Altenhudem ist mit ca. 68 % als vorwiegend konsumorientiert zu bezeichnen. Ein Grund für die hohe Konsumorientierung ist der hohe Anteil der Filialisten und Betriebe der Nahversorgung, die eher konsumorientierte Angebote führen. Ein niedrigpreisiges / discountorientiertes Warenangebot wird von rd. 17 % der ansässigen Einzelhandelsbetriebe angeboten, während das qualitätsorientierte / höherpreisige Warenangebot rd. 15 % des insgesamt erfassten Angebotes umfasst. Ein qualitätsorientiertes / höherpreisiges Warenangebot bieten zum Beispiel der Naturpur Biomarkt oder die Goldschmiede Peter Allebrod an. Dies ist keine ungewöhnliche Verteilung des Preisniveaus für die Zentrengröße.

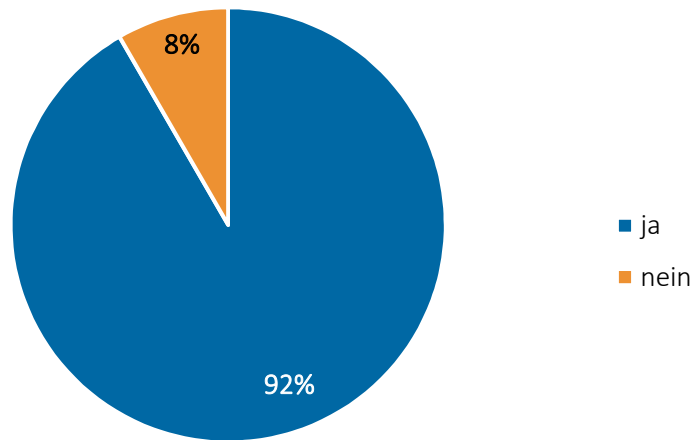


Werbung / Schaufenstergestaltung:

Im Zentrum Lennestadt-Altenhudem wurde zudem die Werbung / Gestaltung der Schaufenster der erhobenen Betriebe bewertet und in die Kategorien „modern“, „durchschnittlich“ und „veraltet“ eingeordnet. Über 3 / 4 (rd. 82 %) der Betriebe wurden in Bezug auf ihre Schaufenstergestaltung als durchschnittlich bewertet. Zusätzlich rd. 10 % der Betriebe erhielten die Bewertung modern. Diese fielen bspw. durch ein klares Designkonzept oder individuelle Schaufenstergestaltung auf. Der Anteil der Betriebe mit einer scheinbar veralteten Werbung / Schaufenstergestaltung im Zentrum Lennestadt-Altenhudem liegt bei lediglich rd. 8 %, was als positiv hervorzuheben ist. Potenzial besteht aber weiterhin in der Reduzierung des Anteils der Kategorie „durchschnittlich“ und einer parallelen Steigerung der Kategorie „modern“.

Erste Handlungsansätze: Schaufenstergestaltung z. T. verbessern

6. QUALITÄTSCHECK EINZELHANDEL



Barrierefreiheit:

Das Thema Barrierefreiheit ist in der heutigen Zentrenentwicklung nicht mehr wegzudenken und dient daher als ein wesentliches Bewertungskriterium im Qualitätscheck. Im Zentrum Altenhudem sind rd. 92 % der Einzelhandelsbetriebe barrierefrei zugänglich. Die restlichen rd. 8 % sind nur eingeschränkt oder gar nicht barrierefrei zugänglich. Hier besteht Potenzial in der Verbesserung der barrierefreien Zugangsmöglichkeiten zu den Ladenlokalen im Zentrum Lennestadt-Altenhudem, um auch mobilitätseingeschränkten Personen ungehindert Zugang zu ermöglichen und ein angenehme Einkaufsatmosphäre zu bieten.

Fazit:

Das Zentrum Lennestadt-Altenhudem wird geprägt durch den filialisierten Einzelhandel, welcher mit seinem Warenangebot insbesondere auf die „Breite Masse“ abzielt. Der inhabergeführte Einzelhandel trägt zum positiven Nutzungsmix bei, jedoch sind die vielen unterschiedlichen Öffnungszeiten der Geschäfte sowie längere Mittagspausen nicht besonders konsumentenfreundlich. Hierbei steht der konsumorientierte Einkauf im Vordergrund, auf welches dementsprechend auch das Preisniveau im Zentrumsgebiet überwiegend ausgerichtet ist. Die Schaufenstergestaltung der Ladeneinheiten ist insgesamt als gut bis durchschnittlich zu bewerten, jedoch besteht grundsätzlich noch Verbesserungspotenzial. Die Barrierefreiheit ist bereits als sehr positiv zu betrachten, aber immer noch ausbaufähig.

Das Zentrum Lennestadt-Altenhudem ist in vielen Aspekten bereits auf einem guten Niveau bzw. es lassen sich einige positive Aspekte identifizieren (bspw. Barrierefreiheit und Preisniveau des Warenangebotes), allerdings bestehen in einigen Bereichen ebenso noch Potenziale (bspw. Zielgruppenorientierung, Gestaltung) zur Verbesserung der Qualität des Einzelhandels im Zentrumsgebiet.

Erste Handlungsansätze: Barrierefreiheit weiter ausbauen, Öffnungszeiten angleichen und unter Umständen ausbauen

7. ONLINE-AUFFINDBARKEIT DER EINZELHANDELS- UND KOMPLEMENTÄRNUTZUNGEN

Das Internet mit seinen zahlreichen digitalen Kommunikationskanälen ist zu dem Medium für Informationsaustausch und Kommunikation avanciert. Sowohl für Kunden als auch für Händler sind digitale Kommunikationsstrukturen zu einem unverzichtbaren Weg für Werbung, Ansprache und geworden; für die heranwachsende Konsumentengruppe ist dies sogar oft der einzige Weg ins Geschäft geworden.

Gerade in den harten Phasen der Corona-Lockdowns hat sich gezeigt, dass Lagen und Stadtquartiere umso schneller zu neuen Formen der Kundenkommunikation (und damit Umsatz) gefunden haben, je besser und enger die Händler aber auch Gastronomen und andere Innenstadtakteure digital vernetzt waren.

Neben der eigenen Geschäftswebsite haben sich mittlerweile auch Social-Media-Aktivitäten als einfache aber effektive Werbe- und Kommunikationsinstrumente mit hoher Reichweite durchgesetzt. Die Erhebung und Bewertung der Auffindbarkeit der Innenstadtakteure stellt eine erste Grundlage für eine offensive „Digitalisierungsstrategie Innenstadt“ dar.

Im Rahmen der Untersuchungen zur sogenannten Online-Auffindbarkeit der Innenstadtakteure wurde Juli 2022 eine Desktop-Recherche von Mitarbeitern der GMA durchgeführt. Dabei wurden alle erhobenen Einzelhandelsbetriebe und Komplementärnutzungen im Zentrum Lennestadt-Altenhudem berücksichtigt und auf ihre Online-Aktivitäten hin untersucht (59 Einzelhandels- und 43 Komplementärnutzungen).

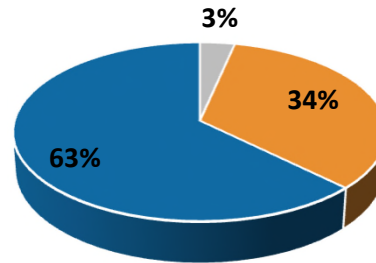
7.1 DIGITALE PRÄSENZ

Die überwiegende Mehrheit der betrachteten Akteure aus Einzelhandel (rd. 63 %) sind über die Filialistenseiten auffindbar, bei den Komplementärnutzungen sind dies rd. 21 %. Lediglich 34 % der Einzelhandelsbetriebe verfügt über eine **eigene Homepage**, während rd. 56 % der Komplementärnutzungen über eine eigene Homepage verfügen.

Knapp 3 % (Einzelhandel) respektive 23 % (Komplementärnutzungen) verfügen über keine Homepage. Davon sind jedoch die meisten über einen **Google-Business-Eintrag** im Internet vertreten; lediglich 3 % der untersuchten Einzelhändler und 5 % der Komplementärnutzungen verfügen über keinen Google-Business Eintrag.

Im Vergleich zu anderen Städten liegt der Anteil der Komplementärnutzungen, die über keine Homepage verfügen, jedoch auf einem relativ niedrigen Niveau. Im Bereich der Gastronomie ist zu berücksichtigen, dass in Lennestadt-Altenhudem eine Zunahme der Imbisse zu beobachten ist, die i. d. R. über keine eigene Homepage verfügen.

Einzelhandel

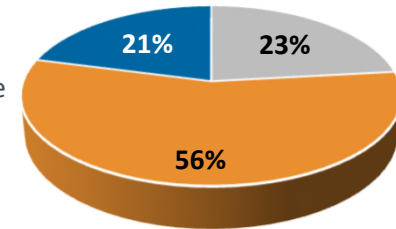


GMA-Erhebung 2022, n=59

Komplementärnutzungen

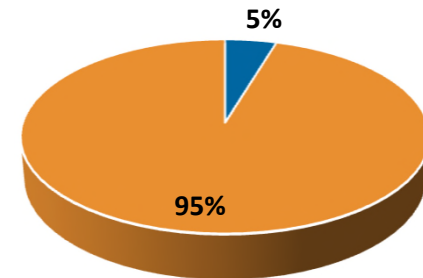
Homepage

- keine Homepage
- eigene Homepage
- Filialistenseite



Google Business

- Google Business Eintrag ohne Informationen
- Google Business Eintrag mit Informationen

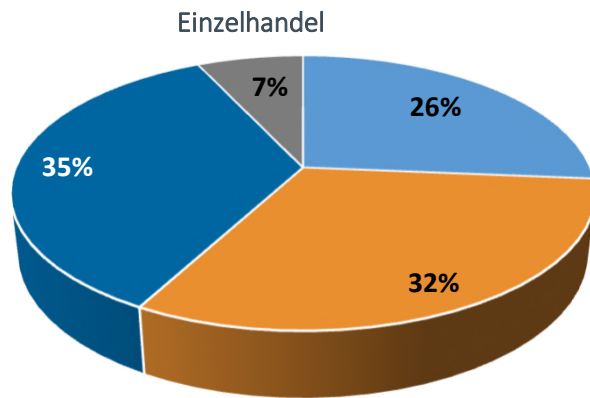


GMA Erhebung 2022, n=43

Erste Handlungsansätze: Ausbau der Onlinepräsenz v.a. des inhabergeführten Einzelhandels

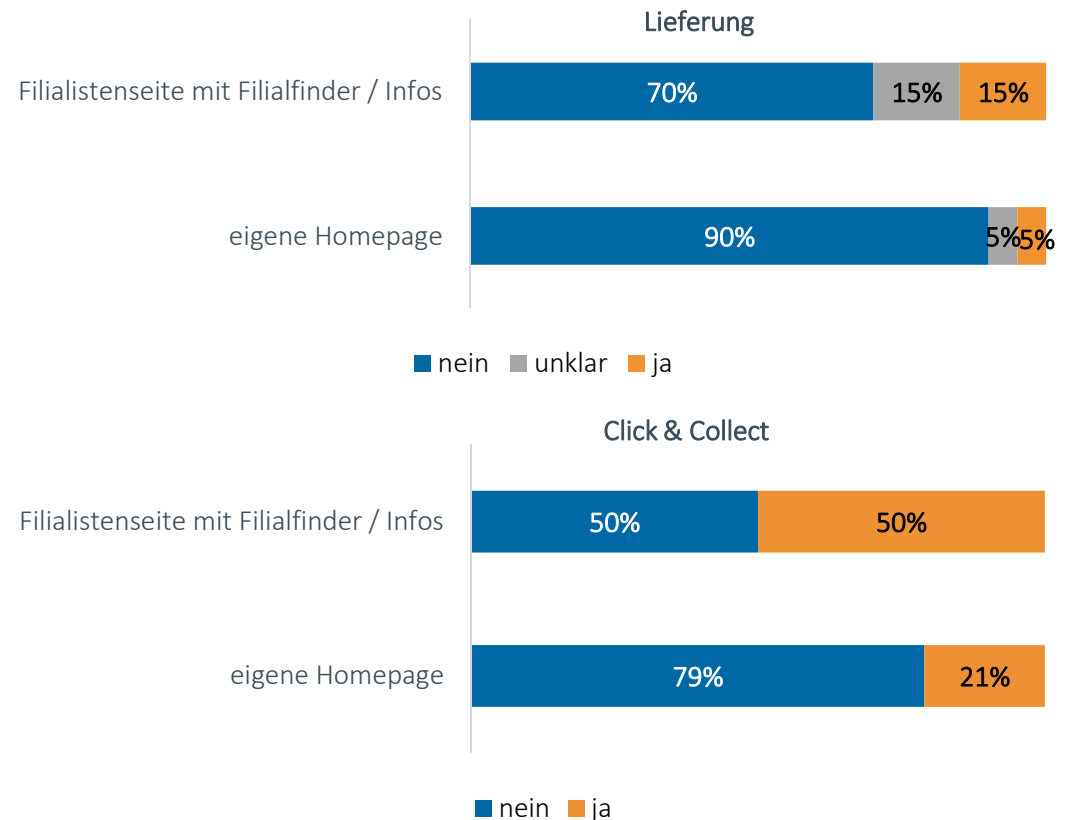
7.1 DIGITALE PRÄSENZ

Von den Einzelhandelsbetrieben mit Homepage bietet lediglich eine knappe Mehrheit (ca. 35 %) einen Online Shop mit Lieferung an. Weitergehende Informationen zu den angebotenen Produkten (Produktpräsentationswebsite) bietet fast ein Drittel (32 %) der Einzelhandelsbetriebe an, während sich rd. 26 % der Betriebe auf eine reine Präsentation des Betriebes (Informationswebsite) beschränkt. Dabei gilt zu beachten, dass z. T. auch Betriebe mit reinen Informationswebsites oder Produktionswebsites **Lieferdienste** (z. B. telefonisch) anbieten. Die Option **Click & Collect** gibt es hingegen ausschließlich bei Anbietern mit einem integrierten Online-Shop mit Lieferung. Zum Erhebungszeitpunkt wurde dieser Service von ca. 79 % der Einzelhändler (mit eigener Homepage) angeboten.



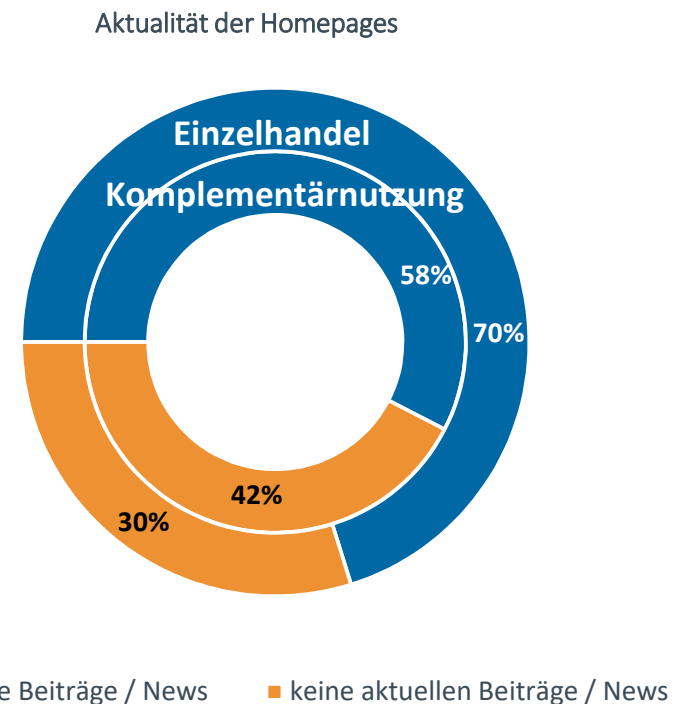
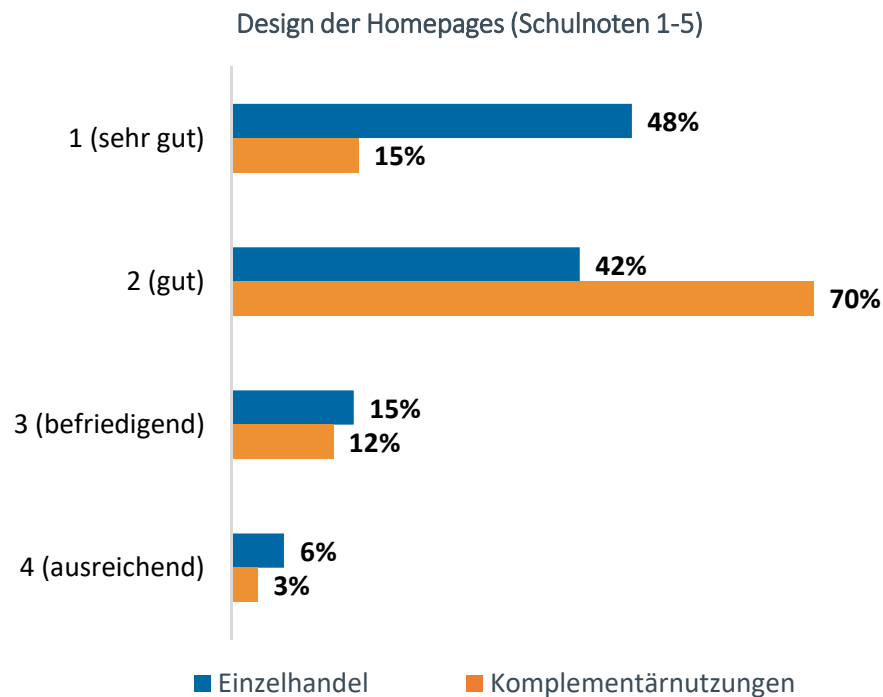
- Informationshomepage
- Produktpräsentationshomepage
- Online-Shop mit Lieferung
- derzeit im Aufbau

GMA-Erhebung 2022, EH n=57, GA n=4



7.2 BEWERTUNG DER HOMEPAGES

Der Großteil der Internetpräsenzen verfügt über ein ansprechendes **Design** und einen guten Aufbau. Rund 6 % (Einzelhandel) respektive 3 % (Komplementärnutzungen) der untersuchten Homepages wurden als ausreichend benotet. Bei rd. 21 % der Einzelhandelsbetriebe und 15 % der Komplementärnutzungen wäre jedoch eine moderne Gestaltung der Homepages anzustreben. Auch werden auf den meisten Homepages **aktuelle Beiträge** (z. B. Informationen zu Corona, News, etc.) zur Verfügung gestellt, wobei hier noch weitere Potenziale im Hinblick auf die Aktualität bestehen. Hier fällt auf, dass die Homepages der Einzelhandelsbetriebe tendenziell aktueller gestaltet sind, als die der Komplementärnutzungen.



GMA-Erhebung 2022, EH n=53; KN n=33

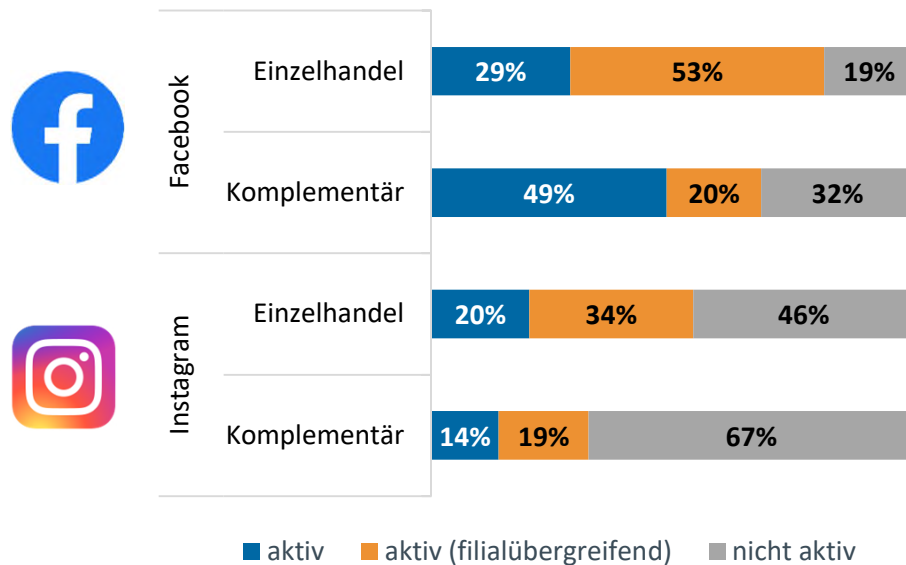
Erste Handlungsansätze: Weiterbildung zum Onlinemarketing anbieten

7.3 AUFFINDBARKEIT UND AKTIVITÄT IN DEN SOZIALEN MEDIEN

Ferner wurde die Auffindbarkeit und Aktivität der Innenstadtakteure in den sozialen Medien (Facebook, Instagram) untersucht. Den **bevorzugten Kommunikationskanal** stellt mit großem Abstand Facebook dar; hier sind 82 % der untersuchten Einzelhandelsbetriebe und 69 % der Komplementärnutzungen über eine eigene oder eine filialübergreifende Seite aufzufinden. Die Auffindbarkeit auf Instagram ist hingegen deutlich geringer ausgeprägt. Auf Instagram sind nur etwa 54 % der Einzelhandelsbetriebe und etwa 33 % der Komplementärnutzungen aktiv.

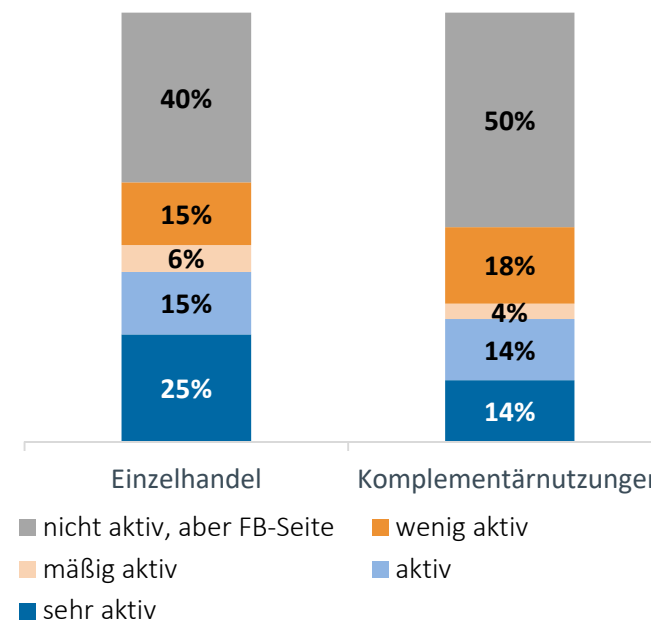
Bezüglich der **Nutzung von Facebook** ist anzumerken, dass sich das **Aktivitätsniveau der Seiten** teils stark unterscheidet. Hier sind die Einzelhandelsbetriebe tendenziell etwas aktiver als die Komplementärnutzungen. Etwa 40 % der Einzelhandelsbetriebe mit Facebook-Auftritt sind als aktiv oder sehr aktiv einzustufen; bei den betrachteten Komplementärnutzungen waren dies noch etwa 28 %. Knapp die Hälfte der Komplementärnutzungen (50 %) und 40 % der Einzelhandelsbetriebe zeigten auf ihren Facebook-Seiten im Untersuchungszeitraum keine Aktivität.

Nutzung von sozialen Medien



GMA Erhebung 2022, EH n=59; KN n=41

Aktivitätsniveau bei Facebook (detailliert)



GMA Erhebung 2022, EH n=48; KN n=28

Erste Handlungsansätze: Aktivität in den sozialen Medien erhöhen

7.4 BETRIEBSBEWERTUNG DURCH KUNDEN

Abschließend wurden auch die Online-Bewertungen der Betriebe analysiert. Auf **Google** wird ein Großteil der untersuchten Akteure sehr positiv (4,0 – 4,9 Sterne) bewertet. Nur bei ca. 12 % der Einzelhandelsbetriebe liegt die durchschnittliche Google-Bewertung bei unter vier Sternen. Die Anzahl der **Facebook-Likes** beträgt im Mittel knapp 387 bei den Einzelhändlern respektive rd. 341 bei den Komplementärnutzungen mit eigener Facebook-Seite.



Anzahl Rezensionen

Einzelhandel: Ø 99 Rezensionen (Min. 2; Max. 613)

Komplementärnutzungen: Ø 56,6 Rezensionen (Min. 1; Max. 538)

GMA Erhebung 2022, EH n=56; KN n=42

Facebook



Eigene Facebook-Auftritt	Mittelwert	Minimum	Maximum
Einzelhandel	387	0	1.734
Komplementärnutzungen	341	3	1.563

GMA-Erhebung 2022, EH n=17; KN n=20 (ohne Filialseiten)

7.5 FAZIT ZUR ONLINE-AUFFINDBARKEIT

Die Untersuchung zur Online-Auffindbarkeit hat gezeigt, dass ein Großteil der Einzelhandels- und Gastronomiebetriebe im Zentrum Lennestadt-Altenhudem das Medium Internet bereits heute über diverse digitale Kommunikationskanäle nutzt, sodass die Mehrheit der untersuchten Akteure über eine eigene bzw. Filialisten-Homepage und / oder einen Google-Business-Eintrag verfügt. In der Untersuchung wurde jedoch auch ersichtlich, dass knapp 23 % der Komplementärnutzungen im Zentrum Lennestadt-Altenhudem über keine Homepage verfügen und somit nicht auf den digitalen Kommunikationskanälen vertreten sind. Das lediglich nur 3 % der Einzelhändler über keine Homepage verfügen ist also positiv hervorzuheben. Jedoch sind nur 16 % der inhabergeführten Einzelhändler auf Facebook aktiv und nur 8 % verfügen über eine eigene Instagram-Seite, dies wäre definitiv auszubauen.

Die vorhandenen Homepages werden unterschiedlich intensiv für den Kundenkontakt eingesetzt. Während sich eine Hälfte der Lennestädter Einzelhändler auf die reine Präsentation des Betriebes mittels einer Informationshomepage oder auf eine Produktionshomepage beschränkt, bietet etwas mehr als ein Drittel weitergehende Serviceleistungen wie Lieferdienste oder Click & Collect an. Vor dem Hintergrund der Beschränkungen im Einzelhandel während der Corona-Pandemie in den vergangenen drei Jahren gewannen gerade diese Dienstleistungen an Bedeutung. Grundsätzlich ist hier ein hohes Maß an Flexibilität gefordert, wenngleich die Nutzung neuer digitaler Vertriebskanäle während der Corona-Pandemie auch als Chance zur späteren Profilierung des stationären Einzelhandels im Netz betrachtet werden kann.

Bezüglich der Nutzung sozialer Medien wurde ersichtlich, dass sich ein Großteil der untersuchten Betriebe auf eine Facebook-Seite beschränkt und damit auch nur einen Teil der möglichen Zielgruppen erreicht. Insbesondere jüngere Altersgruppen nutzen andere soziale Medien (bspw. Instagram, Tiktok) und neigen eher zur Anpassung an neue Anbieter, während Facebook eher von Altersgruppen über 30 Jahren genutzt wird. Mit Hinblick auf alternative Kommunikationsplattformen wie Instagram zeigen sich noch deutliche Potenziale in Lennestadt-Altenhudem. Hier gilt es eine gewisse Offenheit zu zeigen, damit auch jüngere Zielgruppen angesprochen werden können.

Erste Handlungsansätze: Ausbau und Intensivierung der Onlineaktivität der Unternehmen, stärkere Nutzung der sozialen Medien als Marketingkanäle

8. STÄDTEBAULICHE ANALYSE

8.1 VERKEHRSSITUATION IM ZENTRUM ALTENHUNDEM (MIV UND ÖPNV)

Das Zentrum Altenhundem wird - in Bezug auf die verkehrsräumliche Situation des **motorisierten Individualverkehrs und öffentlichen Personennahverkehrs**¹ - von verschiedenen Einflussfaktoren geprägt:

- In Bezug auf den öffentlichen Personennahverkehr (kurz: ÖPNV) und den motorisierten Individualverkehr (kurz: MIV) ist im Zentrumsgebiet zunächst auf die Hauptverkehrsachse Hundemstraße/ Lennestraße und Hagener Straße zu verweisen. Der ZVB wird nördlich, sowie südlich durch Kreisverkehre begrenzt. Zwischen den Kreisverkehren befindet sich eine Kreuzung mit drei Lichtsignalanlagen. Die **Verkehrsbelastung** ist insbesondere in der Hundemstraße als hoch zu bezeichnen, dies äußert sich v. a. in starken Rückstauwirkungen im Hauptkreuzungsbereich und einer erhöhten Lärm- und Feinstaubbelastung in den Hauptstraßen für Fußgänger und Kunden der Außengastronomie.
- Im gesamten Zentrumsgebiet sind rd. 300 öffentlich zugängliche **Parkplätze** aufzufinden (vornehmlich „Parken auf dem Seitenstreifen“), von welcher ein Großteil als Kurzzeitparkplätze ausgewiesen sind (2 Std. mit Parkscheibe) und, an der Stadtverwaltung, ein kleiner Parkplatz gegenüber des Hit-Marktes an der Gartenstraße, ein großer Parkplatz südlich des Bahnhofs, ein kleiner Parkplatz an der Wigeystraße/Helmut-Kumpf-Straße und eine Tiefgarage am Marktplatz. Außerdem befindet sich in der Gartenstraße ein Parkhaus und im Bereich des Hundem-Lenne-Centers sind neben öffentlichen Stellplätzen P+R Flächen ausgewiesen. Zudem befinden sich z. T. öffentliche Stellplätze im Bereich des nördlichen Kreisverkehrs an der Wigeystraße. Insgesamt ist zu Hauptverkehrszeiten ein relativ starker Parksuchverkehr zu beobachten. Darüber hinaus verfügen die Lebensmittelmärkte über zusätzliche Parkflächen. Durch das große Parkplatzangebot im Zentrum und die gute PKW Erreichbarkeit nutzt die Bevölkerung vermehrt den PKW.
- Außerdem ist festzustellen, dass weitestgehend eine ausreichende **Fahrbahnbreite** für den ÖPNV und den MIV im Zentrumsgebiet gewährleistet ist, wobei sich dieser ohnehin auf die Hundemstraße, sowie auf die Lennestraße begrenzt
- Die Zugänglichkeit zu dem Bahnhof und den Bushaltestellen im Zentrumsgebiet ist aufgrund der gut positionierten Lage der Haltestellen ausreichend sichergestellt und bietet ausreichend Platz für Busse sowie auch Taxen und MIV. Mit dem Bahnhof ist Altenhundem zudem mit der Regionalbahn und dem IC gut angebunden. Im Zentrengbiet von Altenhundem befinden sich drei **E-Auto Ladestationen**.

Bahnhof und Busbahnhof Altenhundem



Parkplatz, Gartenstraße



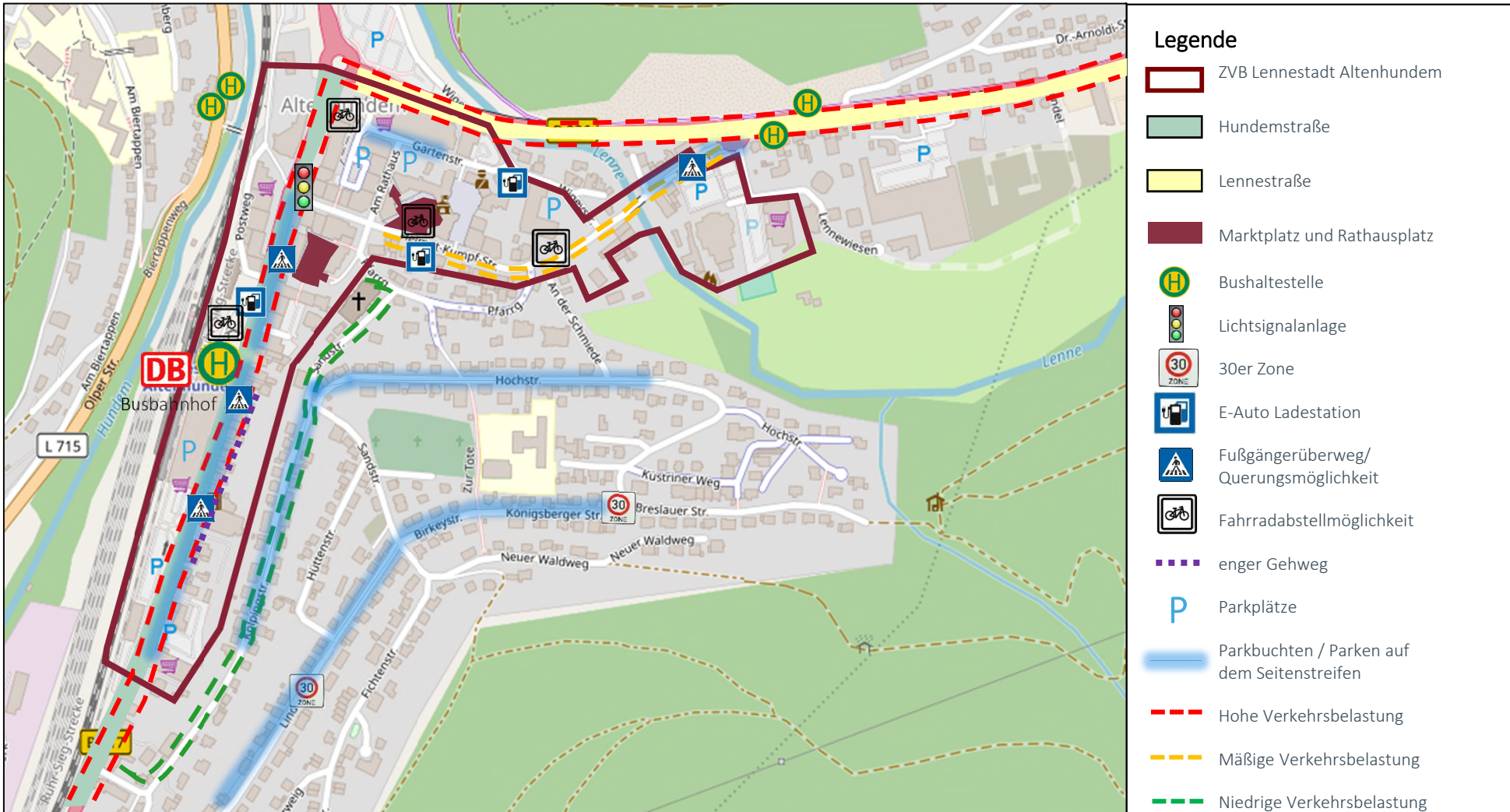
Fotos: GMA 2022

¹ Die Stadt selber ist jedoch nicht der Aufgabenträger für dieses Themenfeld und sie verfügt über keine direkten Handlungsmöglichkeiten zur Anpassung, was auf alle Ortsteile zutrifft.

Erste Handlungsansätze: Prüfung der Reduzierung des Parksuchverkehrs zur Verhinderung von Rückstauwirkungen zu Stoßzeiten, Mobilitätsmanager soll eingestellt werden

8.1 VERKEHRSSITUATION IM ZENTRUM ALTENHUNDEM (MIV UND ÖPNV)

Karte 2 : Verkehrssituation in Altenhündem



Quelle: Kartengrundlage © OpenStreetMap-Mitwirkende, Datengrundlage ZVB-Abgrenzung: Altenhündem, Einzelhandelskonzept 2022, GMA-Bearbeitung 2022.

* Die Symbole / Grafiken deuten auf eine grobe räumliche Darstellung hin und sind dementsprechend nicht als punktgenaue Abbildung der Realität zu interpretieren.

8.2 VERKEHRSSITUATION IM ZENTRUM ALTENHUNDEM (FUSSGÄNGER / FAHRRADFAHRER)

Im Hinblick auf die Verkehrssituation für **Fußgänger** und **Fahrradfahrer** sind folgende Aspekte festzuhalten:

- Es kann zunächst auf die gute Positionierung und Erreichbarkeit der Fußgängerüberwege im Zentrum Lennestadt-Altenhundem hingewiesen werden. Überquerungsmöglichkeiten der stark befahrenden Hundemstraße befinden sich am südlichen Kreisverkehr, südlich des Bahnhofes, nördlich des Bahnhofes, an der Kreuzung Helmut-Kumpf-Straße und an der Kreuzung Schneidershof. Zudem ist das Zentrum von Altenhundem fußläufig erreichbar. Auch die fußläufige Erreichbarkeit der Bushaltestellen ist ausreichend gewährleistet. Die bereits beschriebene Hauptverkehrsachse nimmt für Fußgänger und Fahrradfahrer, trotz vorhandener Überquerungsmöglichkeiten dennoch eine Barrierewirkung ein.
- Des Weiteren sind im Zentrum nicht viele Abstellmöglichkeiten für **Fahrräder** vorhanden (besonders in der Hundemstraße) – sowohl direkt vor Ladenlokalen, als auch im öffentlichen Raum, wobei jedoch z. T. auch die Anfahrschutze der Bäume als Abstellmöglichkeit genutzt werden. Im nördlichen Teil des Zentrums und am Rathaus sind Fahrradständer zu finden und am Bahnhof sind sogar überdachte Fahrradstellplätze vorhanden. Diese scheinen aber wenig genutzt zu werden, da auch keine Radwege existieren. Die Stärkung des Radverkehrs bietet hier noch offene Potenziale, welche aber mit der Verkehrssicherheit einer stark befahrenen Straße vereinbar sein müssen. Die Wirkung der Dominanz des MIV wird durch das Fehlen von ausgebauten Radwegen im gesamten Zentrumsgebiet bestärkt und kann nicht vollständig durch die vorhandenen Fahrradschutzstreifen aufgefangen werden.
- Auch für **Fußgänger** ist die Gehwegsituation in der Hundemstraße wiederkehrend beengt. Dies stellt ein Problem v. a. im Hinblick auf mobilitätseingeschränkte Personen sowie Familien mit Kinderwagen dar.

Fußgängerüberweg, Hundemstraße



Beengte Gehwegsituation durch den Einzelhandel



Fotos: GMA 2022

Erste Handlungsansätze: Prüfung der Verbesserung der Fuß- und Radfahrerwege, Prüfung der Verbesserung der Barrierefreiheit in Hinblick auf Fußgängerwegbreite und Anzahl von Fußgängerüberquerungen

8.3 AUFENTHALTSQUALITÄT UND ATMOSPHERE

Die städtebaulichen Qualitäten und die Gestaltung des öffentlichen Raumes tragen wesentlich zur Aufenthaltsqualität und Atmosphäre im Zentrum Lennestadt bei. Daher wird im Folgenden auf die städtebaulichen Charakteristika des Zentrumsbereiches eingegangen.

- /// Altenhundert wird nicht durch eine einheitliche **Fassadengestaltung** der vorhandenen Gebäudestrukturen gekennzeichnet. Generell ist die Bebauung in Höhe und Breite des bestehenden Gebäudebestandes nicht zu umliegenden bzw. benachbarten Gebäuden als durchgängig zu bewerten. Ebenso ist die Pflasterung der Gehwege in einigen Teilbereichen (bspw. südliche Hundemstraße) nicht einheitlich und fällt durch unterschiedliche Bodenbeläge auf. Zudem wölbt sich der Fußgängerbereich in der Gartenstraße stark. Das generelle Stadtbild ist dennoch gepflegt.
- /// **Sitzgelegenheiten** verteilen sich im gesamten Zentrum. In der westlich vom Rathaus verlaufenden Helmut-Kumpf-Straße scheint es jedoch an Sitzgelegenheiten zu mangeln, denn hier wird das öffentliche Angebot von Sitzgelegenheiten der Einzelhändler ergänzt.
- /// Ebenfalls wird die Qualität der **Begrünung** im Zentrumsbereich in die Analyse miteinbezogen. Altenhundert ist besonders im nördlichen Zentrum viel begrünt. Der Bestand besteht aus verschiedenen Baumarten unterschiedlichen Alters. Entlang der Hundemstraße, und im Süden hinter dem Bahnhof verjüngt und verdünnt sich der Bestand stark und ist eher punktuell vorhanden. Weiter Bepflanzungen würden das Stadtbild weiter aufwerten.
- /// Die **Aufenthaltsqualität** wird generell durch das hohe Verkehrsaufkommen auf der Hundemstraße beeinträchtigt. Dort ist jedoch der Großteil des Einzelhandels und der Gastronomie angesiedelt. In den verkehrsrühigeren Seitenstraßen ist demzufolge weniger Straßenverkehr aber leider auch weniger Einkaufsverkehr, obwohl die Aufenthaltsqualität hier höher ist.
- /// Zudem befindet sich ein **Spielplatz** im ZVB von Altenhundert.

Kinderspielplatz, Otwock Platz



Foto: GMA 2022

Erste Handlungsansätze: Öffnen der Geschäfte zum Marktplatz, Attraktivierung des Marktplatzes durch mobiles Grün, Außengastronomie stärken

8.3 AUFENTHALTSQUALITÄT UND ATMOSPHÄRE

Marktplatz



Die Gehwege sind überwiegend ausreichend breit. Positiv hervorzugeben sind die öffentlichen Plätze wie der Thomas-Morus-Platz, der Bürgermeister-Beckmann-Platz, der Otwock Platz, der Marktplatz und der Bereich „In den Höfen“. Diese Flächen verfügen über ausreichend Sitzgelegenheiten, Mülleimer sowie Begrünung. Des Weiteren sind der Thomas-Morus-Platz, der Bürgermeister-Beckmann-Platz und der Marktplatz mit Skulpturen, Brunnen oder anderweitigen Kunstelementen ausgestattet, welche das Erscheinungsbild bedeutsam verbessern. Besonders der Marktplatz und der Bereich „In den Höfen“ werden als Begegnungszonen von der Bevölkerung angenommen und laden zum Verweilen ein. Zu begründen ist dies unter anderem mit der ansässigen Gastronomie. Der Thomas-Morus-Platz, der Bürgermeister-Beckmann-Platz und der Otwock Platz weisen eine geringe Frequenz auf, wobei der Otwock Platz primär eine Spielplatznutzung aufweist. Der Bürgermeister-Beckmann-Platz verfügt zusätzlich über eine Verbindungsfunktion der Helmut-Kumpff-Straße und der Gartenstraße. Die Gestaltung des Stadtmobiliars (Bänke, Mülleimer, Beleuchtung) ist nicht einheitlich. Einheiten bilden jeweils der Bahnhof und Bahnhofsvorbereich, der Marktplatz und der Bereich „In den Höfen“, sowie das übrige Stadtzentrum. Eine Sitzanlage in Nähe der Lenne stellt einen Einzelfall dar.

Bürgermeister-Beckmann-Platz



Thomas-Morus-Platz



In den Höfen



Fotos: GMA 2022

Erste Handlungsansätze: Attraktivierung der Plätze, Vereinheitlichung der Bodenbeläge, Außengastronomie stärken

9. WESENTLICHE ERGEBNISSE ALTENHUNDEM

Wesentlicher Bestandteil der Untersuchung ist neben der Darstellung der Angebotssituation sowie der Analyseergebnisse die Ableitung notwendiger Maßnahmen zum Zentrenmanagement der Stadt Lennestadt. In einem ersten Schritt erfolgt unter Einbeziehung der Ergebnisse der Analysephase die Erstellung einer Stärken / Schwächen Analyse, in der die verschiedenen positiven und negativen Aspekte des Zentrums Altenhudem dargestellt werden.

Stärken des Zentrums Altenhudem

Die Stärken des Zentrums Altenhudem liegen insbesondere in dem Branchenmix des Einzelhandels mit einem Angebot, welches auf die „breite Masse“ zugeschnitten ist. Darüber hinaus ist sowohl das Gastronomie- als auch Dienstleistungsangebot für die „breite Masse“ gut aufgestellt. Neben dem Einzelhandel- und sonstigem Angebot verfügt das Zentrum über mehrere zentrale Plätze, auf denen auch verschiedene Veranstaltungen durchgeführt werden. Bei der Betrachtung von strukturellen Gegebenheiten fallen unter anderem ausreichend Fußgängerüberwege, gepflegte Sitzmöglichkeiten und der gestaltete Marktplatz auf. Die Gesamtgestaltung ist durch die Baumbegrünung in der Hundemstraße und auf den Plätzen sowie einer übersichtlichen Beschilderung ebenfalls als grundsätzlich positiv zu bewerten, wenngleich die Begrünung im Süden der Hundemstraße nur noch vereinzelt auftritt. Positiv hervorzuheben ist darüber hinaus die gute Anbindung des Zentrums durch den motorisierten Individualverkehr und den öffentlichen Nahverkehr.

Schwächen des Zentrums Altenhudem

Im Rahmen der Analysephase fiel v. a. die Abnahme des inhabergeführten Einzelhandels sowie die Anzahl der Leerstände auf, wenngleich der Wert noch unter dem durchschnittlichen Leerstand in Nordrhein-Westfalen liegt. Entwicklungshemmnisse im Einzelhandel sind v. a. aufgrund der Struktur der Leerstände (z. T. bauliche Defizite, kleine Ladenflächen) festzuhalten. Im Gastronomieangebot bestehen Entwicklungspotenziale v. a. bei Angeboten für jüngere Altersgruppen und im Bereich der Außengastronomie. Ebenso kann die Zunahme der Imbisse zu einer Verringerung der Verweildauer im Zentrum führen. In diesem Zusammenhang ist auch der Rathausplatz anzuführen, welchem derzeit keine wesentliche Aufgabe zukommt, potenziell mindergenutzt ist und auch gestalterisch aufgewertet werden sollte. Die Aufenthaltsqualität wird in der Hundemstraße durch das relativ hohe Verkehrsaufkommen gemindert.

Hinsichtlich der Kommunikation besteht zwar mit dem Stadtmarketing Lennestadt mit zahlreichen Mitgliedern eine gute Zusammenarbeit der verschiedenen Akteure, jedoch könnte die Zusammenarbeit zwischen den Ortschaften weiter ausgebaut werden und die Sichtbarkeit des Zentrums und der Gewerbetreibenden erhöht werden. Die Identität und die vorhandenen Potenziale sollten stärker vermarktet werden, um dem durch externe Faktoren (u. a. Onlinehandel, Kaufzurückhaltung durch hohe Inflation) drohenden Rückgang der Frequenzen entgegenzuwirken.

STÄRKEN DES ZENTRUMS ALTENHUNDEM

Einzelhandel

- // Branchenmix
- // Mischung aus filialisiertem Einzelhandel und inhabergeführten Geschäften
- // moderne Nahversorgungsangebote
- // überwiegend barrierefreie Ladeneinheiten
- // Ausrichtung auf die breite Masse
- // Geschäfte häufig online auffindbar

sonstige Nutzungen

- // Restaurantangebot für die breite Masse
- // umfassendes Dienstleistungsangebot
- // öffentliche Einrichtungen fußläufig erreichbar
- // Freizeitangebot in Form eines Kinos im Zentrum
- // Potenziale für Neuansiedlung durch vorhandene leerstehende Immobilien

Kommunikation / Marketing

- // privates Engagement in den einzelnen Ortschaften u. a. in Form von Werbegemeinschaften
- // Eigenständigkeit der Ortschaften
- // Stadtmarketing Lennestadt mit zahlreichen Mitgliedern
- // Veranstaltungen / Aktionen wie bspw. Stadtfest / Wochenmarkt vorhanden

Gestaltung

- // angemessene Möblierung
- // überwiegend ausreichend breite Fußgängerwege
- // Vielzahl an öffentlichen Plätzen
- // Begrünung durch Bäume und vereinzelt Beete in der Fußgängerzone / Randbereichen
- // Spielmöglichkeiten vorhanden
- // ausreichendes Parkplatzangebot, gute ÖPNV Erreichbarkeit
- // Fußgängerleitsystem

SCHWÄCHEN DES ZENTRUMS ALTENHUNDEM

Einzelhandel

- // Abnahme des inhabergeführten Einzelhandels
- // z. T. fehlende innovative Ansätze
- // fehlende Onlinepräsenz in den sozialen Medien
- // Zunahme unprofilierten Nutzungen
- // Schaufenstergestaltung z. T. ausbaufähig

sonstige Nutzungen

- // Zunahme der Imbisse ohne Verweilmöglichkeit
- // ausbaufähige Außengastronomie auf dem Marktplatz
- // verbesserte Nutzung des Marktplatzes hinsichtlich der Außengastronomie und Veranstaltungen / Events
- // Leerstände

Kommunikation / Marketing

- // vorhandener, jedoch weiter ausbaufähiger Austausch / Zusammenarbeit zwischen den Gewebetreibenden und der Stadt / fehlender zentraler Ansprechpartner (Zuständigkeit)
- // Gefahr des abnehmenden Engagements der Gewebetreibenden
- // keine gemeinsamer Außenauftritt der Innenstadt
- // Austausch zwischen den Ortschaften ausbaubar

Gestaltung

- // z. T. hohe Verkehrsbelastung
- // uneinheitliche Pflasterung der Gehwege in einigen Teilbereichen
- // fehlende Barrierefreiheit in einzelnen Gebäuden
- // fehlende identitätsstiftende Merkmale (z.B. auf den Plätzen)
- // Rathausplatz mit Entwicklungspotenzial hinsichtlich der Gestaltung und Funktion
- // langgestrecktes Zentrum kaum als Einheit beispielbar
- // städtebauliche Ausstattung teilweise modernisierungsbedürftig
- // fehlende öffentliche Toilettenanlagen

II.B

MEGGEN



1. UNTERSUCHUNGSRAUM MEGGEN



Der Untersuchungsraum für das Zentrenmanagement entspricht dem im Einzelhandelskonzept abgegrenzten zentralen Versorgungsbereich Nahversorgungszentrum Meggen.

Das Nahversorgungszentrum erstreckt sich im Wesentlichen entlang der Meggener Straße und der Albrecht-Dürer-Straße. In West-Ost-Richtung orientiert sich das Zentrum am Verlauf der Meggener Straße und wird im nördlichen Bereich im Wesentlichen durch den Edeka-Markt geprägt.

Das Zentrum präsentiert sich in einer kompakten Struktur. Die räumliche Ausdehnung in Nord-Süd-Richtung beträgt rd. 260 m, während die West-Ost-Ausdehnung ca. 430 m umfasst.



Fotos: GMA 2022

2. EINZELHANDELSSTRUKTUR IM ZENTRUM MEGGEN

Im Nahversorgungszentrum sind insgesamt **13 Einzelhandelsbetriebe** mit **rd. 2.040 m² Verkaufsfläche** vorhanden. Das Zentrum übernimmt eine wesentliche **Versorgungsfunktion** für die Wohnbevölkerung in Meggen und versorgt ebenso die benachbarte Ortschaft Maumke mit. Trotz der relativen geringen Gesamtausstattung übernimmt der zentrale Versorgungsbereich aufgrund der guten Angebotssituation im kurzfristigen Bedarfsbereich (insbesondere durch den Edeka-Markt) und durch mehrere ergänzende kleinteilige Anbieter einen wesentlichen Versorgungsbeitrag in der Nahversorgung in Lennestadt.

In Bezug auf die Einzelhandelsfunktion des Nahversorgungszentrums liegt der Verkaufsflächenschwerpunkt im **kurzfristigen Bedarfsbereich** (rd. 63 %). Neben dem großflächigen Hauptanbieter Edeka befinden sich im zentralen Versorgungsbereich zwei Bäckereien, eine Apotheke, ein ethnischer Lebensmittelanbieter, ein Blumenanbieter sowie eine Tankstelle.

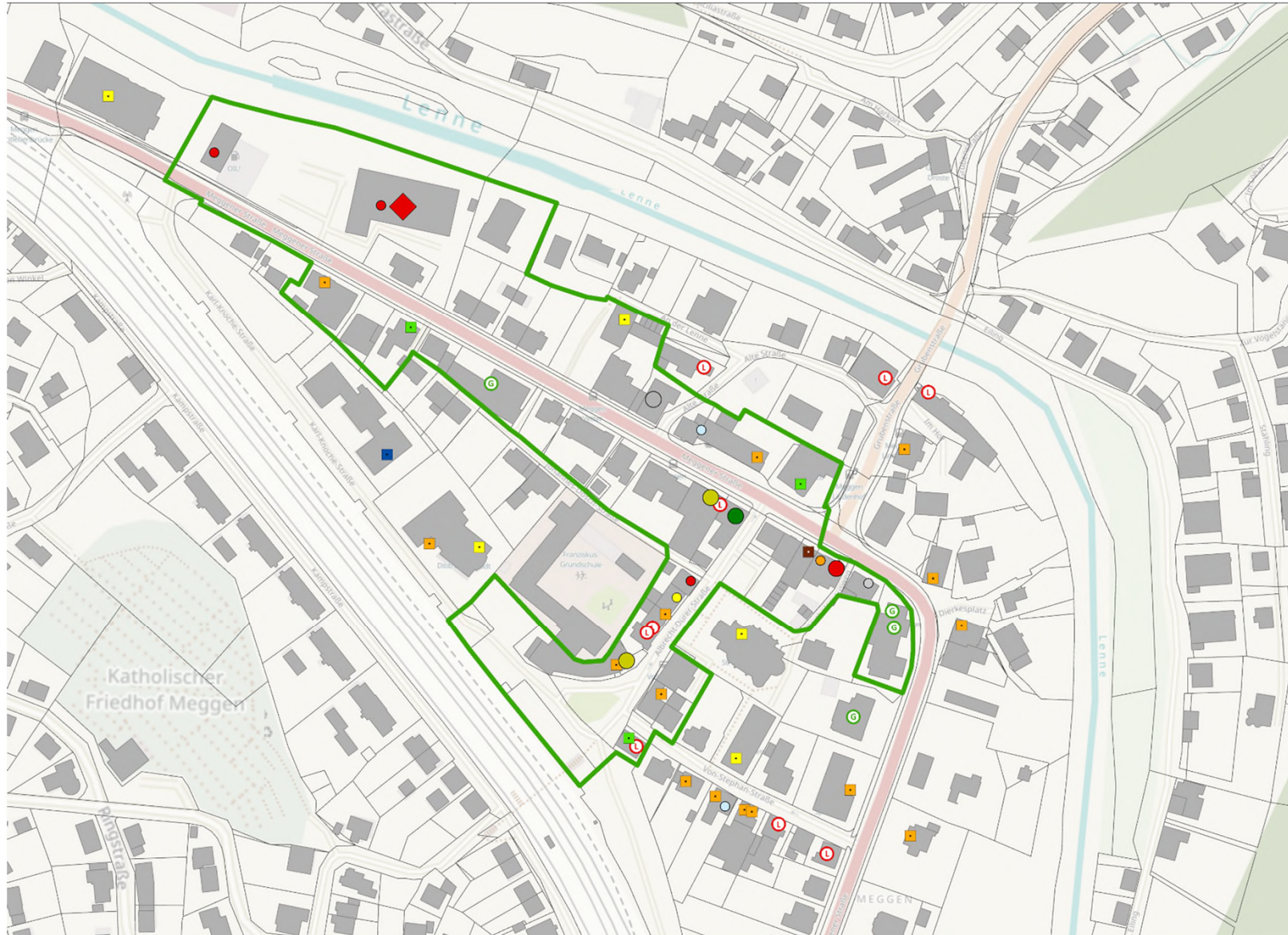
Darüber hinaus verfügt das Nahversorgungszentrum über einen Verkaufsflächenanteil von rd. 35% im **langfristigen Bedarfsbereich**, darunter u. a. ein Raumausstatter, ein Matratzen-Fachgeschäft, ein IT-Fachgeschäft und ein Händler für Autoteile. Der **mittelfristige Bedarfsbereich** wird lediglich durch eine Poststelle mit rd. 50 m² Verkaufsfläche vertreten, die u. a. Schreib- und Tabakwaren anbietet.

Hauptwarengruppen	Betriebe		Verkaufsfläche* in m ²	
	Anzahl	in %	in m ²	in %
Nahrungs- und Genussmittel	5	39,0	1.090	53,0
Gesundheit / Körperpflege	1	7,5	50	2,5
Blumen, Pflanzen, zoolog. Bedarf, Zeitschriften	1	7,5	150	7,5
kurzfristiger Bedarf insg.	7	54,0	1.290	63,0
mittelfristiger Bedarf insg.	1	7,5	50	2,5
langfristiger Bedarf insg.	5	38,5	700	34,5
Einzelhandel insg.	13	100	2.040	100

* Sonstige Sortimente: Sportgeräte, Autozubehör, Sonstiges (z. B. Musikalien, Gebrauchtwagen)
GMA-Berechnungen auf Basis des Einzelhandelskonzeptes (ca.-Werte, gerundet)

2. EINZELHANDELSSTRUKTUR IM ZENTRUM MEGGEN

Karte 3: Nutzungsstruktur im Zentrum Meggen



 Nahversorgungszentrum gem. EHK

Verkaufsflächengröße

- über 1.500 m² VK
- 800 bis unter 1.500 m² VK
- 400 m² bis unter 800 m² VK
- 100 m² bis unter 400 m² VK
- unter 100 m² VK

Sortimente und Nutzungen

- Nahrungs- und Genussmittel
- Gesundheit, Körperpflege
- Blumen, zool. Bedarf
- Bücher, PBS, Spielzeug
- Bekleidung, Schuhe, Sport
- Elektrowaren, Medien, Foto
- Hausrat, Einrichtung, Möbel
- Bau-, Garten-, Heimwerkerbedarf, Bodenbeläge
- Optik, Uhren / Schmuck
- Sonstiger Einzelhandel
- Dienstleistung
- Gastronomie
- Freizeit / Kultur
- Öffentliche Einrichtungen
- Bildungseinrichtungen
- Handwerk / Gewerbe
- Leerstand
- Gesundheit / Pflege
- Spielhallen / Wettbüros

Quelle: Kartengrundlage: Stadt LenneStadt;
 Kartenhintergrund: © OpenStreetMap-Mitwirkende;
 GMA-Bearbeitung 2023 basierend auf dem
 Einzelhandelskonzept 2022

3. ERGÄNZENDE NUTZUNGEN, BETRIEBSGRÖßEN UND LEERSTÄNDE

Betriebsgrößenstruktur

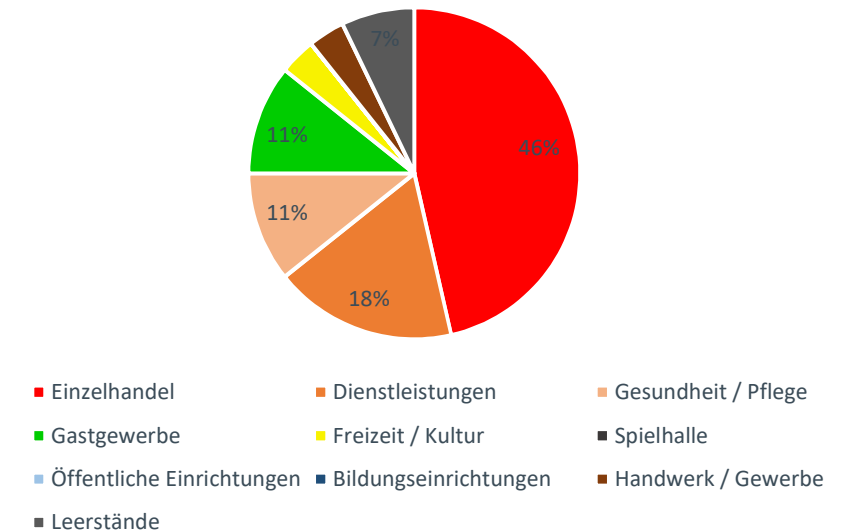
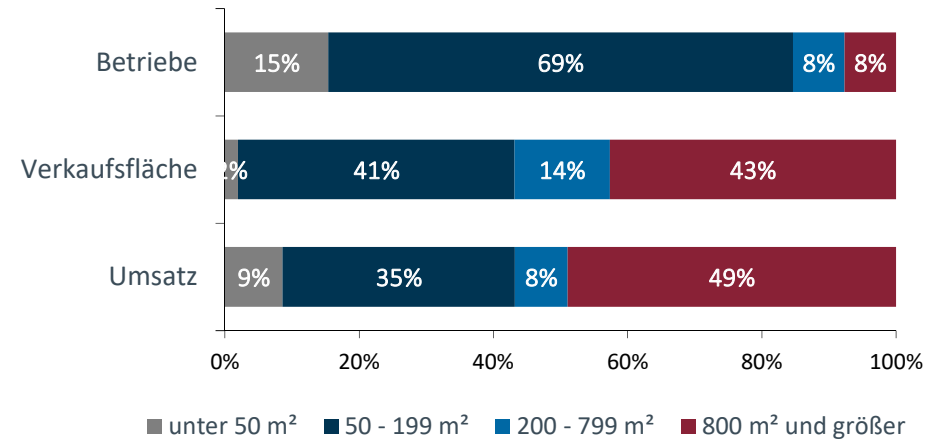
Das Zentrum in Meggen ist ähnlich wie das Nahversorgungszentrum in Elspe überwiegend kleinteilig strukturiert und weist v. a. inhabergeführte Geschäfte auf. Ein Großteil der Einzelhandelsbetriebe verfügt über weniger als 200 m² Verkaufsfläche (rd. 84 %), während in der Größenklasse von 200 – 799 m² und über 800 m² Verkaufsfläche nur ein Betrieb vorhanden ist. Hierbei ist zu berücksichtigen, dass größere Magnetbetriebe wie Lebensmittelmärkte oder Drogeriefachmärkte eine frequenzbringende Wirkung in Zentren erzielen. Meggen verfügt zwar mit dem Edeka über einen großflächigen Lebensmittelmarkt, der jedoch hinsichtlich seines Marktauftrittes und seiner Verkaufsflächengröße Optimierungspotenziale aufweist.

Anzahl der Betriebe je Nutzungsstruktur

Meggen verfügt über eine typische Nutzungsstruktur für ein Nahversorgungszentrum; der Einzelhandel macht dabei weniger als die Hälfte der Nutzungen aus. Positiv hervorzuheben ist v. a. der bereite Mix aus ergänzenden Komplementärnutzungen. Hier ist derzeit im Wesentlichen auf einen Pflegedienstleister, ein Restaurant, einen Imbiss, ein Ofenstudio, einen Immobilienmakler, ein Caritas Begegnungshaus, zwei Arztpraxen, ein Bestattungsunternehmen sowie einen Energieversorger hinzuweisen.

Leerstände

Hinsichtlich der vorhandenen Flächenpotenziale ist auf die Entwicklung eines Wohn- und Geschäftshauses am Bahnhof hinzuweisen. Darüber hinaus sind im Zentrum zwei Leerstände (Leerstandsquote von rd. 7 %) vorhanden. Der Wert liegt nur leicht oberhalb des klassischen Fluktuationsleerstandes und ist nicht ungewöhnlich für ein Zentrum solcher Größe.



Erste Handlungsansätze: Modernisierung / Erweiterung des Edeka-Marktes (sofern flächenseitig möglich) und Nach- / Umnutzung leerstehender Ladenlokale sowie Ansiedlung weiterer kleinteiliger Anbieter (v.a. im kurzfristigen Bedarf)

4. STÄDTEBAULICHE ANALYSE MEGGEN

4.1 VERKEHRSSITUATION IM MEGGEN (MIV UND ÖPNV)

Meggen ist - in Bezug auf die verkehrsräumliche Situation des **motorisierten Individualverkehrs und öffentlichen Personennahverkehrs** - von verschiedenen Einflussfaktoren geprägt.

- Ein Großteil des Nahversorgungszentrums von Meggen verläuft parallel zur Meggener Straße. Diese weist eine mäßige bis hohe Verkehrsbelastung auf, da sie eine wichtige Verbindungsfunktion für Lennestadt darstellt. Für Fußgänger hat dies eine erhöhte Lärm- und Feinstaubbelastung zur Folge.
- Der MIV wird auf der Hauptstraße durch eine Buslinie ergänzt. Im Nahversorgungszentrum befindet sich eine **Busstation** in je zwei Fahrtrichtungen. Die Bushaltestelle in Fahrtrichtung Grevenbrück ist überdacht, mit Bank und mit Mülleimer, die Bushaltestelle in Fahrtrichtung Altenhundem verfügt lediglich über ein Schild und einem Mülleimer. Die fußläufige Erreichbarkeit der Stationen ist durch ihre Positionierung zufriedenstellend.
- Mit dem **Bahnhof** Lennestadt-Meggen ist die Ortschaft an den regionalen Verkehr angebunden. Der Zugang ist nicht barrierefrei und erfolgt durch eine Unterführung.
- Das **Parken** in Meggen wird durch einen Seitenparkstreifen auf der südlichen Meggener Straße, durch einen kleinen Parkplatz an der Bushaltestelle in Fahrtrichtung Grevenbrück, Parkplätze entlang der Albrecht-Dürer-Straße sowie einem kleinen Parkplatz an der Albrecht-Dürer-Straße neben der Kirche, Parkplätzen entlang der Gleise und einem großen P&R-Platz am Bahnhof sichergestellt, wobei letzterer nur an das Versorgungsgebiet grenzt.
- Die **Fahrbahnbreite** ist auf der Meggener Straße für den ÖPNV und den MIV im Zentrumsgebiet großzügig. Die Albrecht-Dürer-Straße ist deutlich schmaler und mündet an einem Denkmal. Hier hält und fährt lediglich der Schulbus der naheliegenden Schule. Eine stärkere Auslastung wäre aufgrund der schmalen Fahrbahn auch nicht empfehlenswert.
- Am P&R befindet sich eine E-Auto Ladestation

Albrecht-Dürer-Straße



Bushaltestelle, Meggener Straße

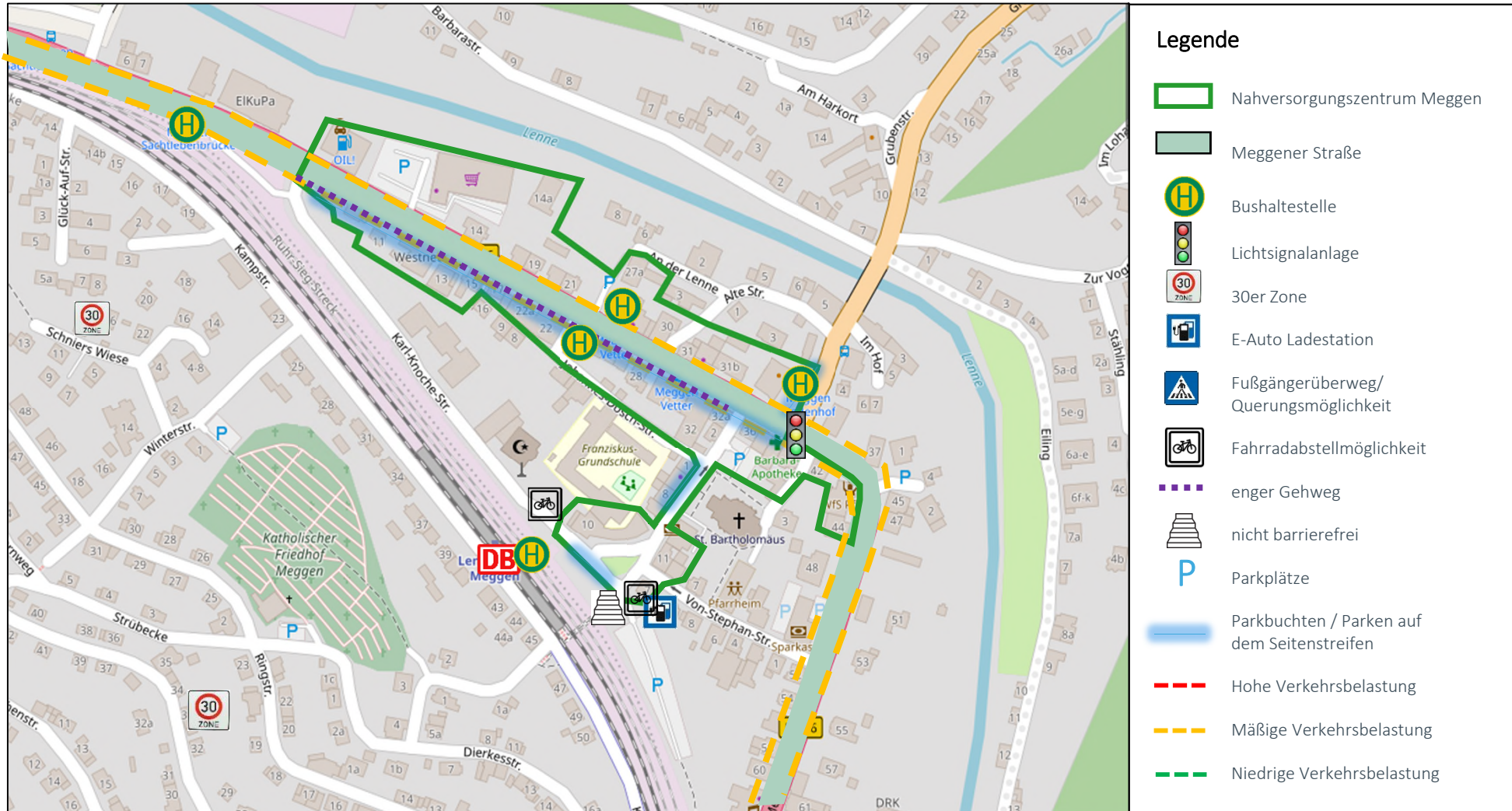


Fotos: GMA 2022

Erste Handlungsansätze: Verringerung der Verkehrsbelastung zu Stoßzeiten auch im Zuge der Verkehrswende wünschenswert, Mobilitätsmanager soll eingestellt werden

4.1 VERKEHRSSITUATION IM MEGGEN (MIV UND ÖPNV)

Karte 4: Verkehrssituation in Meggen



Quelle: Kartengrundlage © OpenStreetMap-Mitwirkende, Datengrundlage ZVB-Abgrenzung: Meggen, Einzelhandelskonzept 2022, GMA-Bearbeitung 2022.

* Die Symbole / Grafiken deuten auf eine grobe räumliche Darstellung hin und sind dementsprechend nicht als punktgenaue Abbildung der Realität zu interpretieren.

4.2 VERKEHRSSITUATION IM ZENTRUM MEGGEN (FUßGÄNGER / FAHRRADFÄHRER)

Im Hinblick auf die Verkehrssituation für **Fußgänger** und **Fahrradfahrer** sind folgende Aspekte festzuhalten:

- Das Nahversorgungszentrum ist stark von der Meggener Straße geprägt. Die **Fußgängerwege** entlang der Meggener Straße sind zudem recht eng. Der im Norden liegende Fußgängerweg verläuft zum Großteil unmittelbar entlang der Straße. Der im Süden liegende Fußgängerweg ist durch eine seitliche Parkierung entlang der Meggener Straße etwas von dem Verkehr abgetrennt. Auf dieser Straßenseite sind die Wege jedoch durch eine schlechte Platzierung der Straßenbeleuchtung besonders schmal und die Gehwegsituation ist stark beengt. Für mobilitätseingeschränkte Personen sowie Passanten mit Kinderwagen stellt dies ein unüberwindbares Hindernis dar.
- Eine **Überquerungsmöglichkeit** der Meggener Straße befindet sich ausschließlich im Kreuzungsbereich der Grubenstraße. Die Meggener Straße hat für die Verkehrssituation der Fußgänger deswegen eine große Barrierewirkung. Das Meggener Nahversorgungszentrum ist durch eine Unterführung der Deutschen Bahn auch fußläufig (jedoch nicht barrierefrei) aus dem im Süden liegenden Wohngebiet erreichbar.
- Fahrradverkehr in Meggen ist durch den sehr dominanten MIV auf der Meggener Straße nicht existent. Es gibt keine Abstellmöglichkeiten entlang der Meggener Straße und auch keine Fahrradwege oder Fahrradschutzstreifen. Am Bahnhof befinden sich jedoch Fahrradständer an einem Jugendtreffpunkt und überdachte Fahrradständer an dem P&R-Platz. Diese werden offenbar kaum genutzt.

Fußgängerunterführung



Eingeschränkte Gehwegbreite, Meggener Straße



Fotos: GMA 2022

Erste Handlungsansätze: Prüfung der Verbesserung der Fuß- und Radwege, Prüfung der Verbesserung der Barrierefreiheit im Hinblick auf Fußgängerwegbreite und Anzahl von Fußgängerüberquerungen

4.3 AUFENTHALTSQUALITÄT UND ATMOSPHÄRE - MEGGEN

Die städtebaulichen Qualitäten und die Gestaltung des öffentlichen Raumes tragen wesentlich zur Aufenthaltsqualität und Atmosphäre im Zentrum Lennestadt bei. Daher wird im Folgenden auf die städtebaulichen Charakteristika des Zentrumsbereiches eingegangen.

- Die Gebäudestruktur des Meggener Zentrums ist sehr verschieden. Es besteht ein Mix aus einer offenen Bebauung und einer Zeilenbebauung die keiner einheitlichen Baulinie zur Straße folgt. Zudem ist die Gestaltung der Fassaden und Dächer individuell. Der Gesamteindruck ist jedoch unruhig, es ist notwendig einige Objekte zu modernisieren.
- Das Erscheinungsbild der **Meggener Straße** ist ungepflegt und trist. Zudem ist die Meggener Straße kaum begrünt, was diesen Eindruck verstärkt. Die Pflasterung des Fußweges wechselt besonders oft auf der südlichen Seite der Meggener Straße. Insgesamt ist die Aufenthaltsqualität der Meggener Straße durch das hohe Verkehrsaufkommen stark beeinträchtigt, weshalb hier vermutlich keine Aufenthaltsqualität schaffende Infrastruktur oder gar Sitzgelegenheiten etabliert wurden.
- Die **Albrecht-Dürer-Straße** erscheint deutlich freundlicher. Die Straße ist mit Bäumen bepflanzt und es befindet sich ein kleiner Platz am Ende der Straße mit Sitzgelegenheiten, Mülleimern, einem Wasserspiel und einem Denkmal. In diesem Bereich konzentriert sich die Stadtbegrünung. Der Platz verfügt über eine hohe Aufenthaltsqualität. Außerdem scheint hier auch Außengastronomie betrieben zu werden und es gibt einige öffentliche Sitzgelegenheiten.
- Eine gestalterische Kontinuität des **Stadtmobiliars** gibt es in Meggen nicht. Auf der Meggener Straße befinden sich ausschließlich an den Bushaltestellen Mülleimer, welche zudem einzig aus einem Drahtgeflecht bestehen. Auf der Albrecht-Dürer-Straße befinden sich ausreichend, die für die Stadt Lennestadt typischen, grünen Mülleimer. Im Bahnhofsbereich variiert die Gestaltung jedoch ein weiteres mal.

Jugendplatz



Fotos: GMA 2022

Erste Handlungsansätze: Attraktivierung des Bahnhofsbereiches, mehr Grün entlang der Meggener Straße, Außengastronomie stärken

5. WESENTLICHE ERGEBNISSE MEGGEN

Wesentlicher Bestandteil der Untersuchung ist neben der Darstellung der Angebotssituation sowie der Analyseergebnisse die Ableitung notwendiger Maßnahmen zum Zentrenmanagement der Stadt Lennestadt. In einem ersten Schritt erfolgt unter Einbeziehung der Ergebnisse der Analysephase die Erstellung einer Stärken / Schwächen Analyse, in der die verschiedenen positiven und negativen Aspekte des Zentrums Meggen dargestellt werden.

Stärken des Zentrums Meggen

Die Stärken des Zentrums Meggen liegen insbesondere in dem Branchenmix des Einzelhandels im kurzfristigen Bedarfsbereich sowie in der Sicherung der Nahversorgung durch den ansässigen Edeka-Markt. Das Nahversorgungszentrum verfügt über eine relativ kompakte Struktur und leistet einen wichtigen Beitrag für die Versorgung der Bevölkerung. Positiv hervorzuheben ist der breite Angebotsmix bei den ergänzenden Komplementärnutzungen (Dienstleister, medizinische Einrichtungen, Restaurant, Imbiss). Durch die geringe Längenausdehnung des Zentrums ist eine gute fußläufige Erlebbarkeit gegeben. Während die Meggener Straße als Hauptverkehrsstraße eine gute MIV-Anbindung des Zentrums sicherstellt, ist im südlichen Bereich des Nahversorgungszentrums im Bereich der Albrecht-Dürer-Straße vermehrter Fußgängerverkehr festzustellen, welcher größtenteils zwischen dem dort ansässigen Einzelhandelsbesatz und dem Bereich der Franziskus-Grundschule verkehrt. Per ÖPNV ist das Nahversorgungszentrum durch mehrere Buslinien, welche die zentral gelegene Haltestelle (Meggen Vetter) auf der Meggener Straße bedienen, gut erreichbar. Außerdem verfügt Meggen im Bereich zwischen der Karl-Knoche-Straße und der Kampstraße über eine Bahnanbindung („Lennestadt-Meggen“), die sich im südlichen Randbereich des zentralen Versorgungsbereichs befindet.

Schwächen des Zentrums Meggen

Im Rahmen der Analysephase fiel trotz des breiten Angebotsmixes die Abnahme der funktionalen Dichte in den Randbereichen des Zentrums auf. Meggen verfügt zwar mit Edeka über einen großflächigen Lebensmittelmarkt, der jedoch hinsichtlich seines Marktauftrittes und seiner Verkaufsflächengröße Optimierungspotenziale aufweist. Die Meggener Straße dient v. a. als wesentliche Anbindungsstraße des Ortsteils Richtung Grevenbrück und Meggen, weist jedoch hinsichtlich der Gehwegbreite Defizite auf, sodass mobilitätseingeschränkte Personen sowie Passanten mit Kinderwagen hinsichtlich der Erlebbarkeit des Zentrums eingeschränkt werden. Darüber hinaus ist die Bahnhofsunterführung anzuführen, die starke gestalterische Defizite aufweist, eine Sanierung jedoch vor dem Hintergrund der Eigentumsverhältnisse nicht einfach angestoßen werden kann.



II.C

GREVENBRÜCK

1. UNTERSUCHUNGSRAUM GREVENBRÜCK



Der Untersuchungsraum für das Zentrenmanagement entspricht dem im Einzelhandelskonzept abgegrenzten zentralen Versorgungsbereich Nahversorgungszentrum Grevenbrück.

Das Nahversorgungszentrum Grevenbrück erstreckt sich im Wesentlichen über die Kölner Straße zwischen der Industriestraße / Siegenger Straße im Norden und der Standortagglomeration Rewe / Aldi / Kik im Süden.

Das Zentrum umfasst eine relativ große räumliche Ausdehnung; in Nord-Süd-Richtung beträgt diese rd. 660 m, während die West-Ost-Ausdehnung rd. 200 m umfasst.



2. EINZELHANDELSSTRUKTUR IM ZENTRUM GREVENBRÜCK

Im Nahversorgungszentrum sind aktuell insgesamt 16 Einzelhandelsbetriebe mit rd. 5.270 m² Verkaufsfläche vorhanden. Das Zentrum übernimmt eine wesentliche Versorgungsfunktion für die Wohnbevölkerung in Grevenbrück und versorgt ebenso die umliegenden Ortschaften (u. a. Theten, Trockenbrück, Bonzel, Sporke, Hespecke und Neukamp) mit.

In Bezug auf die Einzelhandelsfunktion des Nahversorgungszentrums liegt der Verkaufsflächenschwerpunkt im **kurzfristigen Bedarfsbereich** (rd. 65 %). Neben den beiden großflächigen Hauptanbietern Rewe und Aldi im Süden und dem kleinflächigen Netto-Markt im nördlichen Randbereich befinden sich im Zentrum ein Bioladen, ein Genussmarkt, eine Apotheke, ein Sanitätshaus, eine Metzgerei sowie eine Tankstelle. Im Sortiment Drogeriewaren besteht ein geringes Angebot, allerdings wird dies durch die geplante Ansiedlung eines Drogeriemarktes im südlichen Teil des zentralen Versorgungsbereiches zukünftig verbessert.

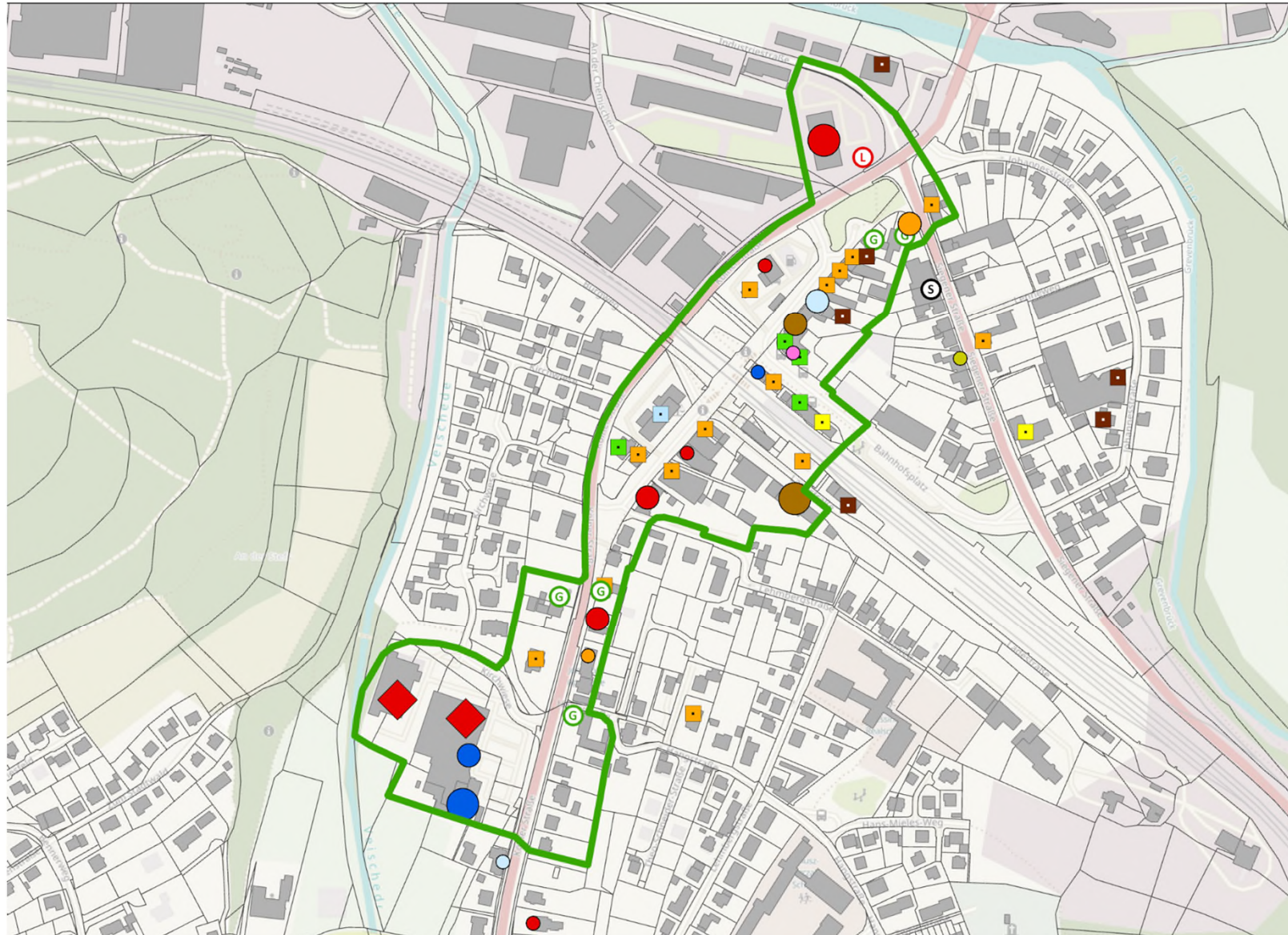
Darüber hinaus verfügt das Nahversorgungszentrum aktuell noch über einen Verkaufsflächenanteil von rd. 20 % im **langfristigen Bedarfsbereich** (u. a. ein Elektronik-Fachmarkt, ein Raiffeisen-Markt sowie ein Optiker) und rd. 15 % im **mittelfristigen Bedarfsbereich** (u. a. ein Textildiscounter sowie jeweils ein Bekleidungsgeschäft für Kinderbekleidung und Sportbekleidung / Schuhe).

Hauptwarengruppen	Betriebe		Verkaufsfläche* in m ²	
	Anzahl	in %	in m ²	in %
Nahrungs- und Genussmittel	7	44,0	3.230	61,0
Gesundheit / Körperpflege	2	12,5	205	4,0
Blumen, Pflanzen, zoolog. Bedarf, Zeitschriften	-	-	-	-
kurzfristiger Bedarf insg.	9	56,5	3.435	65,0
mittelfristiger Bedarf insg.	3	18,5	795	15,0
langfristiger Bedarf insg.	4	25	1.040	20,0
Einzelhandel insg.	16	100	5.270	100

* Sonstige Sortimente: Sportgeräte, Autozubehör, Sonstiges (z. B. Musikalien, Gebrauchtwaren)
GMA-Berechnungen auf Basis des Einzelhandelskonzeptes (ca.-Werte, gerundet)

2. EINZELHANDELSSTRUKTUR IM ZENTRUM GREVENBRÜCK

Karte 5: Nutzungsstruktur im Zentrum Grevenbrück



Nahversorgungszentrum gem. EHK

Verkaufsflächengröße

- über 1.500 m² VK
- 800 bis unter 1.500 m² VK
- 400 m² bis unter 800 m² VK
- 100 m² bis unter 400 m² VK
- unter 100 m² VK

Sortimente und Nutzungen

- Nahrungs- und Genussmittel
- Gesundheit, Körperpflege
- Blumen, zool. Bedarf
- Bücher, PBS, Spielzeug
- Bekleidung, Schuhe, Sport
- Elektrowaren, Medien, Foto
- Hausrat, Einrichtung, Möbel
- Bau-, Garten-, Heimwerkerbedarf, Bodenbeläge
- Optik, Uhren / Schmuck
- Sonstiger Einzelhandel
- Dienstleistung
- Gastronomie
- Freizeit / Kultur
- Öffentliche Einrichtungen
- Bildungseinrichtungen
- Handwerk / Gewerbe
- Leerstand
- Gesundheit / Pflege
- Spielhallen / Wettbüros

Quelle: Kartengrundlage: Stadt Lennestadt;
Kartenhintergrund: © OpenStreetMap-Mitwirkende;
GMA-Bearbeitung 2023 basierend auf dem
Einzelhandelskonzept 2022

3. ERGÄNZENDE NUTZUNGEN, BETRIEBSGRÖßEN UND LEERSTÄNDE

Betriebsgrößenstruktur

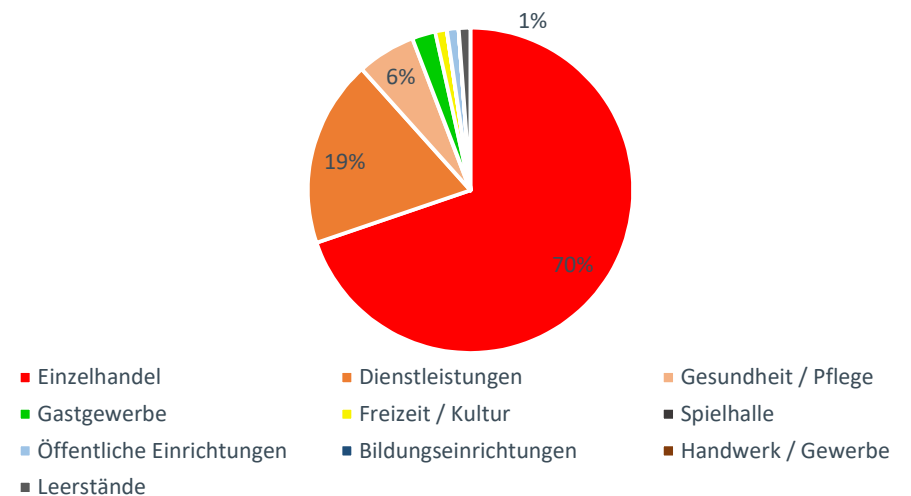
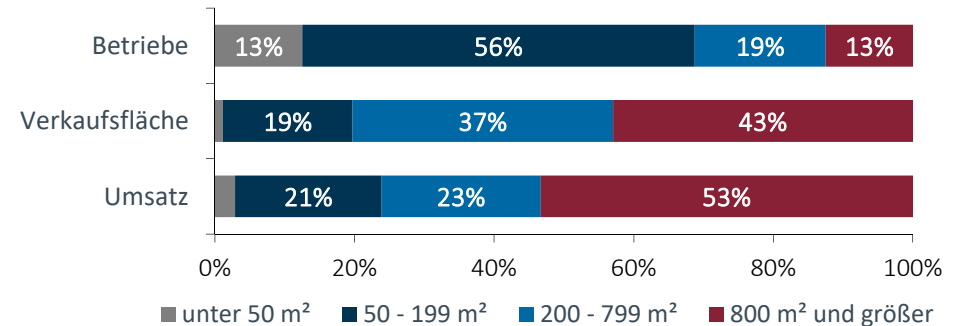
Ein Großteil der 16 Einzelhandelsbetriebe verfügt über Verkaufsflächen von 50 bis 199 m², während nur zwei Kleinstbetriebe (unter 50 m²) im Zentrum ansässig sind. Weitere rd. 19 % der Einzelhändler haben Ladeneinheiten mit 200 bis 799 m² VK und weitere 13 % (2 Betriebe) von über 800 m² VK. Im Vergleich zu den Nahversorgungszentren in Meggen und Elspe weist Grevenbrück demnach größere Betriebe auf, die auf eine gewisse Stabilität der Einzelhandelsstruktur hinweist. Dies wird sich mit der Ansiedlung des geplanten Drogeriefachmarktes im Süden des Zentrums mit rd. 750 m² VK weiter verbessern.

Anzahl der Betriebe je Nutzungsstruktur

Insgesamt ist in Grevenbrück mit rd. 70 % der Betriebe ein Schwerpunkt im Einzelhandel zu erkennen. Es wirken jedoch auch die ergänzenden Nutzungen prägend und verbessern die Angebotsstruktur des Nahversorgungszentrums. Zweitstärkste Betriebsanzahl entfällt hierbei auf die Dienstleistungen sowie weitere 6 % auf den Bereich Gesundheit / Pflege.

Leerstände

Der zentrale Versorgungsbereich weist lediglich **einen Leerstand** und damit eine sehr geringe Leerstandsquote auf. Darüber hinaus verfügt das Zentrum gemäß Einzelhandelskonzept mit Ausnahme der Ansiedlungsfläche für den geplanten Drogeriefachmarkt über keine Potenzialflächen.



Erste Handlungsansätze: Sicherung und Ausbau des kleinteiligen Einzelhandelsbesatzes und der ergänzenden Nutzungen zwischen den beiden wesentlichen Einzelhandelslagen im Norden und Süden des zentralen Versorgungsbereiches

4. STÄDTEBAULICHE ANALYSE GREVENBRÜCK

4.1 VERKEHRSSITUATION IN GREVENBRÜCK (MIV UND ÖPNV)

Grevenbrück ist - in Bezug auf die verkehrsräumliche Situation des **motorisierten Individualverkehrs und öffentlichen Personennahverkehrs** - von verschiedenen Einflussfaktoren geprägt:

- Das Nahversorgungszentrum Grevenbrück formt eine Knochenstruktur. Im Norden befindet sich ein Netto und im Süden verschiedene Einzelhändler. Eine Verbindung schafft die Bundesstraße 55 bzw. die Kölner Straße. Es besteht eine hohe Lärm- und Feinstaubbelastung, welche durch den Durchgangsverkehr entsteht.
- Ein zentraler (und auch der Einzige) Punkt für den **ÖPNV** stellt der Grevenbrück ZOB bzw. der Lennestadt-Grevenbrück Bahnhof dar. Der Bahnhof ist an Intercity-Züge, als auch Regionalbahnen angebunden. Die Züge werden durch die Fußgängerunterführung in der Kölner Straße erreicht. Der lokale ÖPNV wird durch verschiedene Buslinien bedient und der ZOB Grevenbrück wird von allen Linien angefahren. Die Kölner Straße wird von einer dieser Linien befahren.
- Entlang der Kölner Straße: B55, südlich der Unterführung ist das **Parken** parallel zur Straße möglich. Auch in der Kölner Straße 101-119 kann in seitlichen Parkbuchten geparkt werden.
- Die **Straßenbreite** der B55 ist sehr breit, jedoch ist durch die seitlichen Parkierungsflächen die **Fahrbahnbreite** angemessen. Auch die Kölner Straße ist ausreichend breit im Hinblick auf den Busverkehr in der Nähe des Bahnhofes. Am Bahnhof befindet sich darüber hinaus eine E-Auto-Ladestation.
- Die B55 als auch die Eisenbahnschienen haben eine große Trennwirkung auf den zentralen Versorgungsbereich. Die Schienen können vom MIV und ÖPNV nur an der Unterführung passiert werden.

ZVB Süd



ZOB Grevenbrück



Fotos: GMA 2022

Erste Handlungsansätze: weitere Stärkung des ÖPNV-Angebotes im Zuge der Mobilitätswende, Mobilitätsmanager soll eingestellt werden

4.1 VERKEHRSSITUATION IN GREVENBRÜCK (MIV UND ÖPNV)

Karte 6: Verkehrssituation in Grevenbrück



Quelle: Kartengrundlage © OpenStreetMap-Mitwirkende, Datengrundlage ZVB-Abgrenzung: Grevenbrück, Einzelhandelskonzept 2022, GMA-Bearbeitung 2022.

* Die Symbole / Grafiken deuten auf eine grobe räumliche Darstellung hin und sind dementsprechend nicht als punktgenaue Abbildung der Realität zu interpretieren.

4.2 VERKEHRSSITUATION IM ZENTRUM GREVENBRÜCK (FUßGÄNGER / FAHRRADFÄHRER)

Im Hinblick auf die Verkehrssituation für **Fußgänger** und **Fahrradfahrer** sind folgende Aspekte festzuhalten:

- Die B55 als auch die alte Kölner Straße bieten keine separaten oder integrierten Radwege. Die Straßen werden folglich vom MIV und den Radfahrern mischgenutzt. Die Bahnschienen stellen dabei ein weiteres Hindernis dar. Zur Querung können diese jedoch beide Unterführungen nutzen, da die östliche Unterführung zudem über eine Fahrradschleife verfügt.
- Die Gehwege sind durchgängig ausreichend breit und durch die separaten Parkierungsflächen kommt es zu keinen weiteren Flächenkonflikten auf den Gehwegen. Die Querung der B55 ist im ZVB an drei Stellen möglich. Die Querung der Schienen ist durch eine Fußgängerunterführung möglich. Diese gewährleistet die fußläufige Erreichbarkeit des Zentrums, wobei die Distanzen im Zentrum als weit bewertet sind.
- Ein Blindenleitsystem ist am Grevenbrück ZOB, an der Fußgängerunterführung und an der Kreuzung Kölner Straße – Lehmbergstraße vorhanden.

Fuß- und Radunterführung, Kölner Straße



Eingeschränkte Gehwegbreite, Stiftsstraße



Fotos: GMA 2022

Erste Handlungsansätze: Anzahl von Fußgängerüberquerungen prüfen und erweitern, mehr Radsicherheit schaffen

4.3 AUFENTHALTSQUALITÄT UND ATMOSPHÄRE - GREVENBRÜCK

Die städtebaulichen Qualitäten und die Gestaltung des öffentlichen Raumes tragen wesentlich zur Aufenthaltsqualität und Atmosphäre im Zentrum Lennestadt bei. Daher wird im Folgenden auf die städtebaulichen Charakteristika des Zentrumsbereiches eingegangen.

- Die Bebauung im ZVB von Grevenbrück variiert in einer Vielzahl von Gebäudemerkmale wie: Einfamilienhaus, Mehrfamilienhaus, Bürokomplex, Giebel- oder Traufständigkeit; Höhe, Baugrenze sowie gestalterischen Merkmalen wie die Fassade, Dachschindel oder Fenster.
- Viele Gestaltungsmerkmale des öffentlichen Raumes sind in Grevenbrück inkonsequent. So variieren die Bodenbeläge besonders im südlichen Teil der B55 häufig und es sind im ZVB von Grevenbrück drei verschiedene Mülleimermodelle vorzufinden.
- Ein Verweilen im ZVB wird durch fehlende Sitzmöglichkeiten gehemmt. Außerhalb des Bahnhofs und Busbahnhofsbereiches befinden sich keine weiteren Sitzgelegenheiten im ZVB Grevenbrück.
- An der B55 befindet sich kein Straßenbegleitgrün. Die Kölner Straße östlich der B55 ist beidseitig entlang der Parkbuchten bepflanzt. Zudem ist die Radschleife der Unterführung zahlreich und vielfältig bepflanzt. Die vorhandene Begrünung ist gut gepflegt. Darüber hinaus existieren zwei grüne Straßenecken. Im Süden (Ecke B55 & Lehmbergstraße) sind auf der Rasenfläche Bäume gepflanzt und ein Denkmal aufgestellt. Die Fläche im Norden (Ecke B55 & Siegener Straße) ist lediglich mit Rasen besät und ungenutzt. Durch eine unzureichende Fußgängerlenkung sind hier Trampelpfade entstanden. Eine Umgestaltung dieser Flächen ist aufgrund der geplanten Neugestaltung der Kreisverkehre durch den Landesbetrieb derzeit nicht möglich. Eine weitere städtebauliche Gestaltung ist abhängig von der Realisierung der Kreisverkehre.
- Infolge des Durchfahrtverkehrs auf der B55, wird hier die Aufenthaltsqualität durch Lärm- und Feinstaubbelastungen gemindert. Die parallel verlaufende alte Kölner Straße profitiert hier durch eine geringere Verkehrsauslastung. Die Fuß- und Radfahrer Unterführung ist gut beleuchtet und verfügt über ein Oberlicht. Die Wandgestaltung der Unterführung ist jedoch durch Graffiti übermalt. Generell ist die Aufenthaltsqualität als durchschnittlich zu bewerten.

Graffiti in der Unterführung



Trampelpfad



Fotos: GMA 2022

Erste Handlungsansätze: Attraktivierung des ZOB-Bereiches, mehr Sitzgelegenheiten im Zentrum, Außengastronomie stärken, Begrünung der B55

5. WESENTLICHE ERGEBNISSE GREVENBRÜCK

Wesentlicher Bestandteil der Untersuchung ist neben der Darstellung der Angebotssituation sowie der Analyseergebnisse die Ableitung notwendiger Maßnahmen zum Zentrenmanagement der Stadt Lennestadt. In einem ersten Schritt erfolgt unter Einbeziehung der Ergebnisse der Analysephase die Erstellung einer Stärken / Schwächen Analyse, in der die verschiedenen positiven und negativen Aspekte des Zentrums Grevenbrück dargestellt werden.

Stärken des Zentrums Grevenbrück

Die Stärken des Zentrums Grevenbrück liegen insbesondere in dem Branchenmix des Einzelhandels sowie des Vorhandenseins mehrerer zentraler Magnetbetriebe (u. a. Netto, Rewe, Kik), die die Grundfrequenz des Zentrums erhöhen. Die Magnetbetriebe liegen zentral im Ortsteil und sind gut erreichbar. Des Weiteren ist die Planung eines Drogeriefachmarktes zu berücksichtigen, wodurch der Angebotsmix weiter verbessert wird. Beim Zentrum in Grevenbrück handelt es sich um das stabilste Nahversorgungszentrum in Lennestadt mit einem breiten Angebotsmix im Einzelhandel. Ergänzt wird das Zentrum durch verschiedene Komplementärnutzungen, die die Nutzungsdichte erhöhen. Das Nahversorgungszentrum weist durch die B55 und dem zentral gelegenen Bahnhof eine gute Anbindung auf, wobei jedoch die Verkehrsbelastung in der parallel zur Bundesstraße verlaufenden alten Kölner Straße (Abzweig Trog bis Amtsgericht) deutlich geringer ist und sich positiv auf die Aufenthaltsqualität auswirkt.

Schwächen des Zentrums Grevenbrück

Insgesamt weist das Zentrum eine sehr große Längenausdehnung in Nord-Süd-Richtung (rd. 660 m) auf, sodass Defizite hinsichtlich der fußläufigen Erlebbarkeit des Zentrums bestehen. Die Verweildauer im Zentrum wird darüber hinaus durch das Fehlen von Bänken außerhalb des Bahnhofsbereichs gemindert, wodurch auch Einschränkungen für weniger mobile Bevölkerungsgruppen entstehen können. Hinsichtlich der Bodenbeläge und sonstiger Möblierung variieren die Designelemente im Zentrumsbereich. Gestalterische Aufwertungen sind hinsichtlich der Begrünung und Anbindung im nördlichen Bereich des Zentrums im Kreuzungsbereich Kölner Straße / Siegener Straße denkbar – hier besteht derzeit eine ungenutzte Grünfläche, die von Fußgängern gequert wird. Hier wäre die Schaffung einer direkten Fußgängeranbindung an den Kreuzungsbereich wünschenswert, wobei jedoch zu berücksichtigen ist, dass künftig die Umgestaltung des gesamten Kreuzungsbereichs geplant ist. Außerdem ist in Grevenbrück das gastronomische Angebot über die Fast-Food-Lokale hinaus gering.



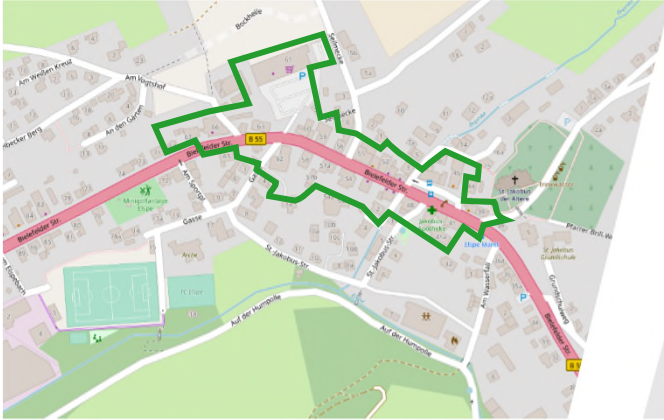
Fotos: GMA 2022

II.D

ELSPE



1. UNTERSUCHUNGSRAUM ELSPE



Der Untersuchungsraum für das Zentrenmanagement entspricht dem im Einzelhandelskonzept abgegrenzten zentralen Versorgungsbereich Nahversorgungszentrum Elspe.

Das Nahversorgungszentrum Elspe erstreckt sich im Wesentlichen über den nördlichen Bereich der Bielefelder Straße im Bereich des historischen Ortskerns ungefähr zwischen der Einmündung Am Sportplatz im Westen und der Kreuzung Bielefelder Straße / Kaiser-Otto-Straße im Osten des Nahversorgungszentrums.

Das Nahversorgungszentrum ist kompakt strukturiert. Die räumliche Ausdehnung in Nord-Süd-Richtung beträgt rd. 200 m, während die West-Ost-Ausdehnung rd. 320 m umfasst.



Fotos: GMA 2022

2. EINZELHANDELSSTRUKTUR IM ZENTRUM ELSPE

Im Nahversorgungszentrum sind aktuell insgesamt 13 Einzelhandelsbetriebe mit rd. 1.585 m² Verkaufsfläche vorhanden. Das Zentrum übernimmt eine wesentliche **Versorgungsfunktion** für die Wohnbevölkerung Elspe, Hachen, Oberelspe, Melbecke, Altenvalbert und Oedingen. Insbesondere im kurzfristigen Bedarfsbereich ist eine gute Angebotssituation in Nahversorgungszentrum Elspe vorzufinden. Eine Konkurrenzsituation besteht im Wesentlichen mit dem Anbieter Rewe Ihr Kaufpark am Sonderstandort Bielefelder Straße in ca. 440 m Entfernung zum zentralen Versorgungsbereich.

In Bezug auf die Einzelhandelsfunktion des Nahversorgungszentrums liegt der Verkaufsflächenschwerpunkt im **kurzfristigen Bedarfsbereich** (rd. 67 %). Neben dem großflächigen Hauptanbieter Penny in der Bielefelder Straße befinden sich hier mehrere Bäckereien und eine Apotheke.

Mit der bevorstehenden Schließung des Rewes im östlichen Bereich von Elspe und der bislang ungeklärten Nachfolge erfährt der Penny als einziger Lebensmittelnahversorger in Elspe einen Bedeutungsgewinn.

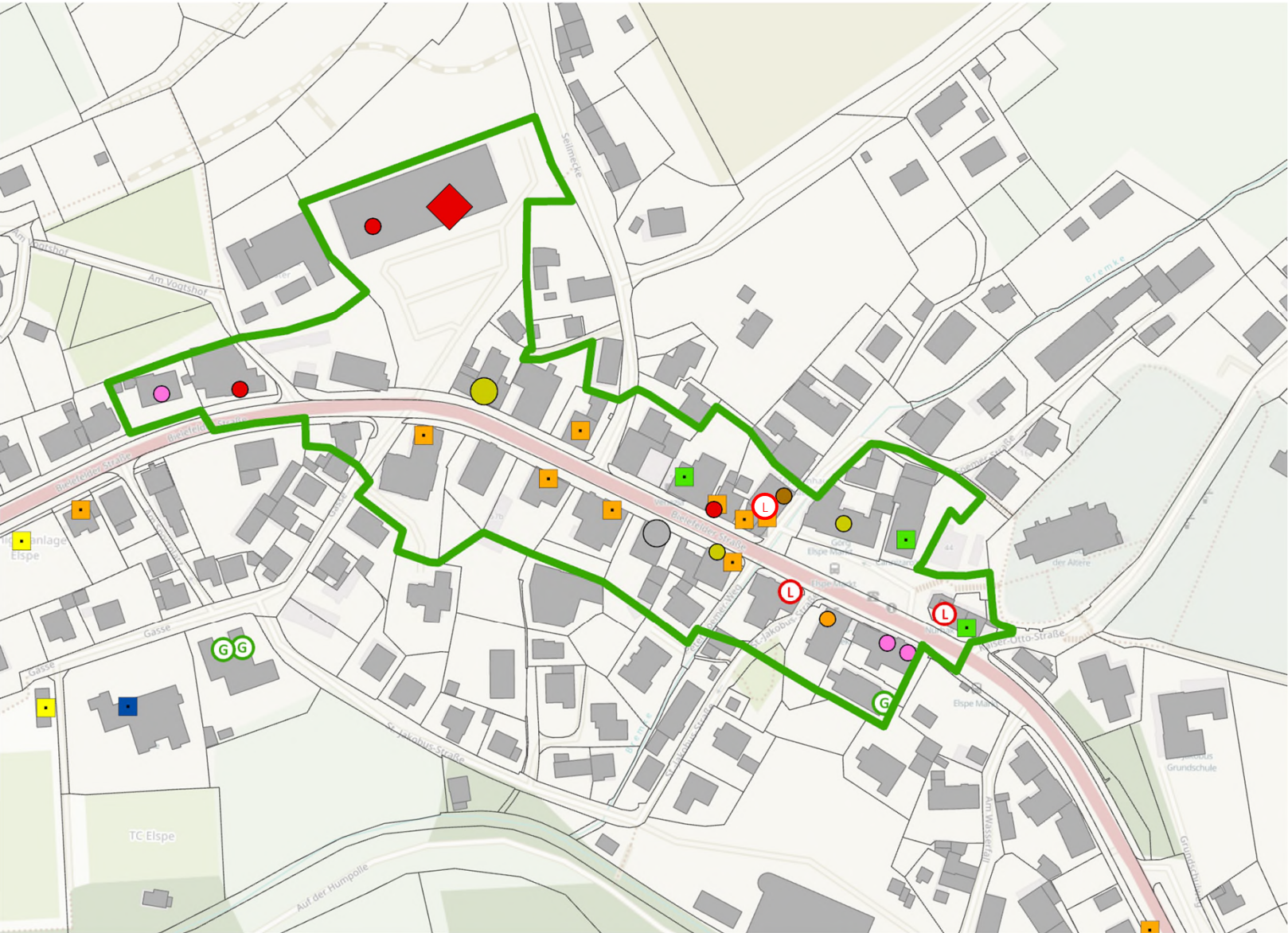
Für die restlichen rd. 33 % lässt sich der Verkaufsflächenschwerpunkt im **langfristigen Bedarfsbereich** (u. a. ein Einrichtungs-Fachgeschäft, eine Second-Hand Boutique, zwei Betriebe mit dem Schwerpunkt auf Deko- und Geschenkartikel, ein Tapeten-Fachgeschäft, einen Schmuckladen sowie mehrere Optiker) ausmachen. Der mittelfristige Bedarfsbereich wird im

Hauptwarengruppen	Betriebe		Verkaufsfläche* in m ²	
	Anzahl	in %	in m ²	in %
Nahrungs- und Genussmittel	4	30,5	1.035	65,5
Gesundheit / Körperpflege	1	7,5	25	1,5
Blumen, Pflanzen, zoolog. Bedarf, Zeitschriften	-	-	-	-
kurzfristiger Bedarf insg.	5	38,5	1.060	67,0
mittelfristiger Bedarf insg.	-	-	-	-
langfristiger Bedarf insg.	8	61,5	525	33,0
Einzelhandel insg.	13	100	1.585	100

* Sonstige Sortimente: Sportgeräte, Autozubehör, Sonstiges (z. B. Musikalien, Gebrauchtwaren)
GMA-Berechnungen auf Basis des Einzelhandelskonzeptes (ca.-Werte, gerundet)

2. EINZELHANDELSSTRUKTUR IM ZENTRUM ELSPE

Karte 7: Nutzungsstruktur im Zentrum Elspe



 Nahversorgungszentrum gem. EHK

Verkaufsflächengröße

- ◇ über 1.500 m² VK
- ◇ 800 bis unter 1.500 m² VK
- 400 m² bis unter 800 m² VK
- 100 m² bis unter 400 m² VK
- unter 100 m² VK

Sortimente und Nutzungen

- Nahrungs- und Genussmittel
- Gesundheit, Körperpflege
- Blumen, zool. Bedarf
- Bücher, PBS, Spielzeug
- Bekleidung, Schuhe, Sport
- Elektrowaren, Medien, Foto
- Hausrat, Einrichtung, Möbel
- Bau-, Garten-, Heimwerkerbedarf, Bodenbeläge
- Optik, Uhren / Schmuck
- Sonstiger Einzelhandel
- Dienstleistung
- Gastronomie
- Freizeit / Kultur
- Öffentliche Einrichtungen
- Bildungseinrichtungen
- Handwerk / Gewerbe
- L Leerstand
- G Gesundheit / Pflege
- S Spielhallen / Wettbüros

Quelle: Kartengrundlage: Stadt Lennestadt;
 Kartenhintergrund: © OpenStreetMap-Mitwirkende;
 GMA-Bearbeitung 2023 basierend auf dem Einzelhandelskonzept 2022

3. ERGÄNZENDE NUTZUNGEN, BETRIEBSGRÖßEN UND LEERSTÄNDE

Betriebsgrößenstruktur

Im Vergleich zu Grevenbrück weist ein Großteil der Betriebe in Elspe (rd. 92 %) Verkaufsflächen mit bis zu 199 m² auf. Lediglich rd. 8 % der Betriebe verfügen über eine Verkaufsfläche von über 800 m². Das Zentrum ist demnach insgesamt sehr kleinteilig strukturiert und wird überwiegend durch inhabergeführte Geschäfte geprägt.

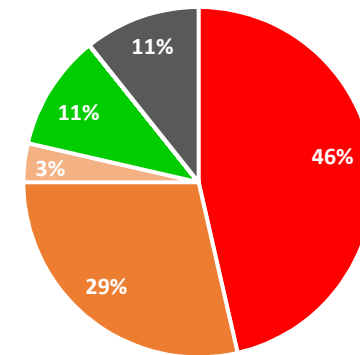
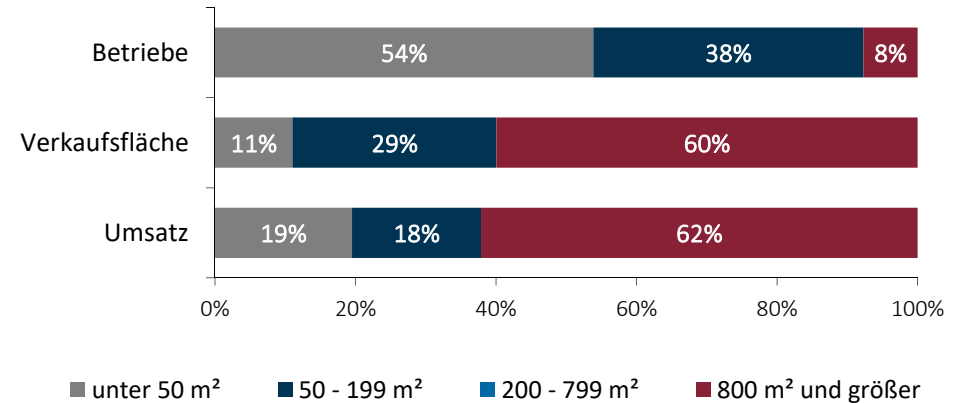
Anzahl der Betriebe je Nutzungsstruktur

Hinsichtlich der Nutzungsstruktur weist Elspe eine für ein Nahversorgungszentrum typische Verteilung auf. Neben dem Einzelhandel, der knapp 50 % der Nutzungen ausmacht, wird das Zentrum v. a. durch Dienstleistungsbetriebe und medizinische Einrichtungen (u. a. Banken, Friseure, eine Arztpraxis sowie eine Fahrschule und einen Kosmetikstudio) geprägt. Im Bereich des Gastronomie ist auf einen Imbiss und ein Eiscafé hinzuweisen.

Leerstände

Im zentralen Versorgungsbereich sind aktuell drei Leerstände vorhanden, damit liegt die Leerstandsquote mit rd. 11 % oberhalb des klassischen Fluktuationsleerstandes und entspricht ca. der durchschnittlichen Leerstandsquote in Nordrhein-Westfalen¹. Freie Potenzialflächen sind gemäß Einzelhandelskonzept aufgrund der Siedlungsstruktur nicht vorhanden.

¹ Es kann von einem Mittelwert von mehr als 10 % Leerstandsquote in den NRW-Zentren ausgegangen werden; Quelle: Gemeinsame Innenstadtinitiative Nordrhein-Westfalen, Ministerium für Wirtschaft, Innovation, Digitalisierung und Energie sowie Ministerium für Heimat, Kommunales Bau und Gleichstellung.



- Einzelhandel
- Dienstleistungen
- Gesundheit / Pflege
- Gastgewerbe
- Freizeit / Kultur
- Spielhalle
- Öffentliche Einrichtungen
- Bildungseinrichtungen
- Handwerk / Gewerbe
- Leerstände

Erste Handlungsansätze: Sicherung der Versorgungsfunktion des Zentrums in den nahversorgungsrelevanten Branchen; kein weiterer Ausbau des Sonderstandortes Bielefelder Straße

4. STÄDTEBAULICHE ANALYSE

4.1 VERKEHRSSITUATION IN ELSPE (MIV UND ÖPNV)

Elspe ist - in Bezug auf die verkehrsräumliche Situation des **motorisierten Individualverkehrs und öffentlichen Personennahverkehrs** - von verschiedenen Einflussfaktoren geprägt:

- /// Durch Elspe führt die stark befahrene Bielefelder Straße. Es gibt eine Spur für jede Fahrtrichtung. Dadurch entstehen für die Anwohner und Fußgänger Lärm- und Feinstaubbelastungen.
- /// Der MIV wird auf der Bielefelder Straße durch eine **Buslinie** ergänzt. Im Osten des Nahversorgungszentrums befinden sich zwei Busstationen in Fahrtrichtung Grevenbrück am Marktplatz. Hinter dem Marktplatz befindet sich eine überdachte Bushaltestelle für den Schulbus. Die Bushaltestelle für den normalen Linienverkehr befindet sich unmittelbar an der Bielefelder Straße und ist lediglich mit einer Bank, einem Schild und einem Mülleimer ausgestattet. Die Haltestelle in Fahrtrichtung Oberelspe befindet sich bereits außerhalb des Zentralen Versorgungsbereiches. Die fußläufige Erreichbarkeit der Haltestellen ist vorhanden.
- /// Das **Parken** in Elspe wird durch einen Seitenparkstreifen auf der Bielefelder Straße gewährleistet. Die Parktaschen sind dabei immer wieder von Baumbegrünungen abgetrennt. Darüber hinaus bietet der Penny-Markt während des Einkaufes im Markt weitere Stellplätze.
- /// Die **Fahrbahnbreite** auf der Bielefelder Straße ist für den MIV sowie den ÖPNV angemessen. Dennoch hat die Bielefelder Straße eine signifikante Trennwirkung auf den Zentralen Versorgungsbereich in Elspe, da sich der Großteil der Geschäfte im Norden der Bielefelder Straße angesiedelt hat. Die Seitenstraßen, abseits des Durchgangsverkehrs, sind hingegen deutlich schmaler.

Seitenparkierung, Bielefelder Straße



Ampel, Bielefelder Straße

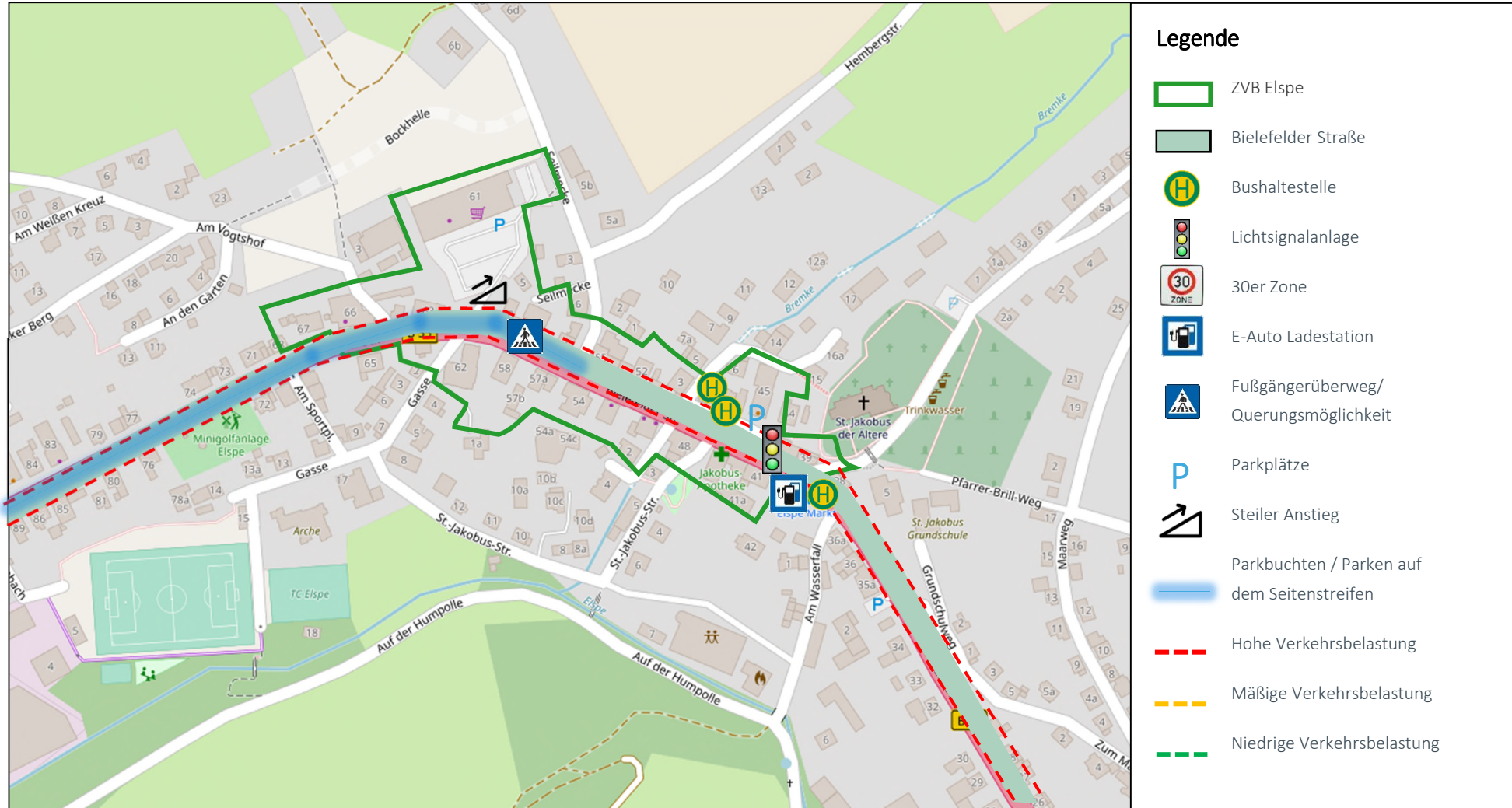


Fotos: GMA 2022

Erste Handlungsansätze: Verringerung der Verkehrsbelastung zu Stoßzeiten auch im Zuge der Verkehrswende wünschenswert, Mobilitätsmanager soll eingestellt werden

4.1 VERKEHRSSITUATION IN ELSPE (MIV UND ÖPNV)

Karte 8: Verkehrssituation in Elspe



Quelle: Kartengrundlage © OpenStreetMap-Mitwirkende, Datengrundlage ZVB-Abgrenzung: Elspe, Einzelhandelskonzept 2022, GMA-Bearbeitung 2022.

* Die Symbole / Grafiken deuten auf eine grobe räumliche Darstellung hin und sind dementsprechend nicht als punktgenaue Abbildung der Realität zu interpretieren.

4.2 VERKEHRSSITUATION IM ZENTRUM ELSPE (FUßGÄNGER / FAHRRADFAHRER)

Im Hinblick auf die Verkehrssituation für **Fußgänger** und **Fahrradfahrer** sind folgende Aspekte festzuhalten:

- Das Nahversorgungszentrum Elspe verläuft entlang der Bielefelder Straße. Die Fußgängerwege sind breit und durch seitliche Parkierung und Begrünung zum Großteil baulich von der Straße abgetrennt.
- Die Bodenbeläge im Zentralen Versorgungsbereich in Elspe sind **barrierearm** und zusätzlich mit einem **Blindenleitstreifen** versehen. Lediglich der Marktplatz ist mit einem älteren (historischem?) Bodenbelag versehen, der eine Überrollbarkeit erschwert.
- Im Zentralen Versorgungsbereich gibt es zwei **Querungsmöglichkeiten**. Ein Fußgängerüberweg befindet sich in Nähe des Pennys und eine Ampel befindet sich am Marktplatz. Die Straße ist übersichtlich und bietet trotz einer Kurve im Ort wenig Gefahrenpotenzial für die Verkehrsteilnehmer.
- Fahrradwege** oder Fahrradständer sind in Elspe nicht vorhanden. Dadurch wird die Bielefelder Straße mischgenutzt. Dies erhöht die Wahrscheinlichkeit von Gefahrensituationen. Für einen separaten Fahrradweg oder einem integrierten Fahrradschutzstreifen ist die **Fahrbahnbreite** jedoch zu schmal.
- Zufahrt/ Zugang zum Penny** ist sehr steil. Zwar gibt es keine Barrieren durch Stufen aber die Steigung erschwert dennoch den Zugang zum Nahversorger, besonders für immobile Personen. Aufgrund des Höhenunterschieds ist dies jedoch schwer zu vermeiden.

Marktplatz



Querungsmöglichkeit Bielefelder Straße



Fotos: GMA 2022

Erste Handlungsansätze: Prüfung der Verbesserung der Radsicherheit, Fahrradstände bereitstellen

4.3 AUFENTHALTSQUALITÄT UND ATMOSPHERE - ELSPE

Die städtebaulichen Qualitäten und die Gestaltung des öffentlichen Raumes tragen wesentlich zur Aufenthaltsqualität und Atmosphäre im Zentrum Lennestadt bei. Daher wird im Folgenden auf die städtebaulichen Charakteristika des Zentrumsbereiches eingegangen.

- Generell fällt Elspe durch ein erhöhtes Maß an Uniformität auf. Die Gebäudehöhe ist mit zwei Vollgeschossen und einem Spitzdach zum Großteil einheitlich und auch der Baustil ist oftmals ähnlich. Die Gebäudestruktur in Elspe entlang der Bielefelder Straße besteht primär aus freistehender Einfamilienhausbebauung. Dennoch besteht ein Mix aus einer offenen Bebauung und einer Zeilenbebauung, die keiner einheitlichen Baulinie zur Straße folgt. Auch der Bodenbelag auf der Bielefelder Straße ist einheitlich.
- Am Marktplatz und in den Seitenstraßen weicht der Bodenbelag ab. Auch das Stadtmobiliar (Bänke, Mülleimer, Beleuchtung) sind in ihrer Gestaltung trotz der räumlichen Konzentration nicht einheitlich.
- Sitzgelegenheiten befinden sich ausschließlich an der Bushaltestelle, weshalb ein generelles Verweilen im ZVB über die notwendigen Tätigkeiten des Besuchers hinaus als unwahrscheinlich anzusehen ist. Der ZVB in Elspe ist jedoch räumlich eng zugeschnitten und am angrenzenden Dorfplatz „Gellestatt“ stehen Sitzgelegenheiten zur Verfügung.
- Das Straßenbegleitgrün ist noch jung und relativ klein. Dennoch hat es einen positiven Effekt und ist darüber hinaus gut gepflegt.
- Trotz der stark befahrenen Bielefelder Straße ist die Aufenthaltsqualität im zentralen Versorgungsbereich aufgrund des gepflegten Stadtbildes und der Straßenbegrünung höher als bei vergleichbaren Standorten.

Seitenstraßen Elspe



Elspe Marktplatz



Fotos: GMA 2022

Erste Handlungsansätze: Attraktivierung des Marktplatzes, Vereinheitlichung des Stadtmobiliars

5. WESENTLICHE ERGEBNISSE ELSPE

Wesentlicher Bestandteil der Untersuchung ist neben der Darstellung der Angebotssituation sowie der Analyseergebnisse die Ableitung notwendiger Maßnahmen zum Zentrenmanagement der Stadt Lennestadt. In einem ersten Schritt erfolgt unter Einbeziehung der Ergebnisse der Analysephase die Erstellung einer Stärken / Schwächen Analyse, in der die verschiedenen positiven und negativen Aspekte des Zentrums Epse dargestellt werden.

Stärken des Zentrums Elspe

Das Nahversorgungszentrum Elspe wird v. a. durch den Mix aus kleinteiligen Einzelhandelsgeschäften und dem einzigen Magnetbetrieb Penny geprägt, der eine wesentliche Frequenzfunktion für das Zentrum ausübt. Insgesamt herrscht in Elspe eine ansprechende Gestaltung des Zentrumsbereiches durch Begrünungselemente vor, sodass die gute Aufenthaltsqualität als positives Merkmal hervorzuheben ist. Im Zentrum bestehen breite, modern gestaltete Gehwege und ausreichend Überquerungsmöglichkeiten der Straße. Der tendenziell homogene Baustil wirkt sich darüber hinaus positiv auf die Aufenthaltsqualität aus.

Schwächen des Zentrums Elspe

Grundsätzlich besteht für das Zentrum durch die Einzelhandelsagglomeration im Süden (u. a. Rewe Ihr Kaufpark, Mode Fischer) ein starker Wettbewerbsstandort, der die Entwicklungsfähigkeit des Zentrums begrenzt. Hinsichtlich der Aufenthaltsqualität, die ansonsten als positiv zu bewerten ist, bestehen leichte Defizite hinsichtlich der Möblierung (u. a. Bänke als Verweilmöglichkeit, Mülleimer), die jedoch insgesamt nicht so stark ins Gewicht fallen. Der Penny-Markt weist einen größeren Höhenunterschied zum Straßenniveau auf. Obwohl keine Barrieren in Form von Stufen vorzufinden sind, erschwert die Steigung dennoch den fußläufigen Zugang zum Nahversorger für immobile Personen. Aufgrund des Höhenunterschieds ist dies jedoch schwer zu vermeiden und es handelte sich um die einzige Fläche im Zentrum, auf der die Ansiedlung eines Nahversorgers gelingen konnte.

Bielefelder Straße



Zufahrt zum Penny



Fotos: GMA 2022



ERGEBNISSE DER AKTIVIERUNGSPHASE



Vermehrte Befragung & Schöne Gestaltung für den Platz vor der Fassade (Altenhanden)

Die Stadt sollte offen für Kunst auf der Straße → 3D Malerei wurde abgelehnt
Ich wünsche mir eine bunte Stadt, die offen ist für Graffiti und

Wandbegrenzung statt Wandmalerei auf dem Hauptplatz, Kleinen und Hofe

Der Klein...
Der alte...
Die Geschichte...
...wertvoll sein

Arbeiten & Bildung

Bewahrung & Denken werden beibehalten werden!
Sollte freigeschrieben werden, so verbindet die Strafen...
-LEBENSFAHR

Im Regio an Steuerung...
-LEBENSFAHR

Freiraum

Mobilität

Infrastruktur

1. BAUSTEINE DER AKTIVIERUNGSPHASE (NONCONFORM)

Ideenboxen
in 15 Ortsteilen an
36 Standorten

Digitale Aktivierung
mit digitaler Ideenwand
unter www.zusammenlennestadt.de

**Flyer, Plakate,
Medienausendung** zur
Bewerbung des
Beteiligungsprozesses

„Fest der Ideen“

offenes Ideenbüro

Workshops

Spurensuche

Zu Beginn der Aktivierungsphase, die durch nonconform realisiert wurde, wurden in der Gesamtstadt insgesamt 36 Ideenboxen in 15 Ortsteilen aufgestellt (bspw. in Gasthäusern, Geschäften, öffentlichen Einrichtungen), wodurch die Bürger erste Ideen über die beiliegenden Ideenzettel mitteilen konnten. Zusätzlich wurde das „Fest der Ideen“ durch eine eigene Homepage, an alle Haushalte gesendete Flyer, Plakate und sonstige Medieninformationen beworben.

Das „Fest der Ideen“ fand vom 06. bis 08. September 2022 in Althundem statt. Hierfür wurde in der ehemaligen Rossmann-Filiale in der Helmut-Kumpf-Straße ein offenes Ideenbüro errichtet, das für alle Bürger offen stand. An den drei Tagen fand ein abwechslungsreiches Programm statt, wozu unterschiedliche Akteure geladen wurden, um die verschiedenen Blickwinkel auf die Zentren zu berücksichtigen. Unter anderem wurden verschiedene Workshops sowie gemeinsame Zentrumsparadiere bzw. „Spurensuchen“ in Althundem, Meggen, Grevenbrück und Elspe durchgeführt.

Die Ergebnisse der Beteiligung wurden am 08. September öffentlich interessierten Bürgern präsentiert. Die Ergebnisse und Handlungsempfehlungen sind in einer Abschlusspräsentation und in dem Bericht „zusammen lennstadt“ dargestellt.



Quelle: pixabay.com

2. „FEST DER IDEEN“ (NONCONFORM)

Eigentümer-Workshop

veranstaltet am 06.09.2022

Der Eigentümer-Workshop beschäftigte sich v. a. mit den Fragen, wie die Attraktivität der Zentren in Lennestadt erhöht werden und der bestehende Handel gestärkt werden kann. Wie können die Leerstände wiederbelebt werden und der öffentliche Raum für unterschiedliche Zielgruppen erlebbar gemacht werden?

Ideenstammtisch

veranstaltet am 06.09.2022

Im offenen Ideenstammtisch am Abend wurden die Stadtspaziergänge beleuchtet und Ideen für die Weiterentwicklung der Zentren gesammelt. Zentrale Themen waren die Frage nach der Schaffung von ausreichendem Wohnraum, der medizinischen Versorgung und wie man die Ortskerne zukünftig attraktiver gestalten kann.

Schüler- Workshop

veranstaltet am 06.09.2022

In diesem Workshop wurde gemeinsam mit Schülern die Entwicklung der Zentren in Lennestadt diskutiert. Zentrales Thema war v. a. die Schaffung von Orten und speziellen Angeboten für Kinder und Jugendliche sowie die Frage, wie sich die jüngere Generation aktiv im Zentrenmanagement beteiligen kann.

Workshop Tourismus

veranstaltet am 07.09.2022

In diesem Workshop wurden gemeinsam mit Interessierten die Aspekte Tourismus und Marketing diskutiert.

Ideen auf dem Prüfstand

veranstaltet am 07.09.2022

Thema des Workshops war v. a. die Frage, wie die Gemeinschaftsorte in den verschiedenen Ortsteilen aussehen und welche Entwicklungen hier gewünscht werden. Zudem wurde intensiv die Frage der künftigen Zusammenarbeit der Ortsteile und der bestehenden Vereine / Gemeinschaften diskutiert.

Abschlusspräsentation

veranstaltet am 08.09.2022

Die gemeinsam erarbeiteten Ideen und Konzepte wurden am Nachmittag des 08.09.2022 durch nonconform ausgearbeitet und am Abend öffentlich interessierten Bürgern präsentiert.

IV.

ZENTRENMANAGEMENT LENNESTADT



1. LEITBILD FÜR DIE ZENTRUMSENTWICKLUNG

Aus den nachfolgend dargestellten vielfältigen Maßnahmen und den vorgeschlagenen Aufwertungsansätzen, ergeben sich eine Reihe von Handlungsoptionen, die bei zielgerichtetem Einsatz geeignet sind, die Zentren in Lennestadt zu attraktivieren und zukunftsfähig als Handels-, Erlebnis- sowie Treffpunkträume aufzustellen.

Im Prozess wurde deutlich, dass alle Zentren bzw. Ortsteile als **eigenständige Orte** zu sehen sind und **Alleinstellungsmerkmale** aufweisen:

- /// Elspe Festival oder der schön gestaltete Ortskern in Elspe
- /// Der Kulturort Grevenbrück mit Museen und Themen-Rundweg sowie mit einem starken Nahversorgungszentrum
- /// Meggen mit dem Bergbaumuseum Siciliaschacht, den Sauerland-Pyramiden oder dem Haldengarten (Projekt LenneSchiene)
- /// Altenhudem als ausstattungsstarkes und nahezu vollständig barrierefreies Hauptzentrum der Stadt

Zugleich machen alle Ortsteile zusammen die Stadt Lennestadt aus, sodass auch die Gemeinsamkeiten zu suchen sind. Jeder Ort braucht eine starke Basis – eine Grundversorgung, auf die die Alleinstellungsmerkmale aufbauen können. Ziel sollte es sein, dass nicht jeder Ort für sich denkt, sondern gemeinsam das Ziel verfolgt wird, Lennestadt weiterzuentwickeln und zu stärken.

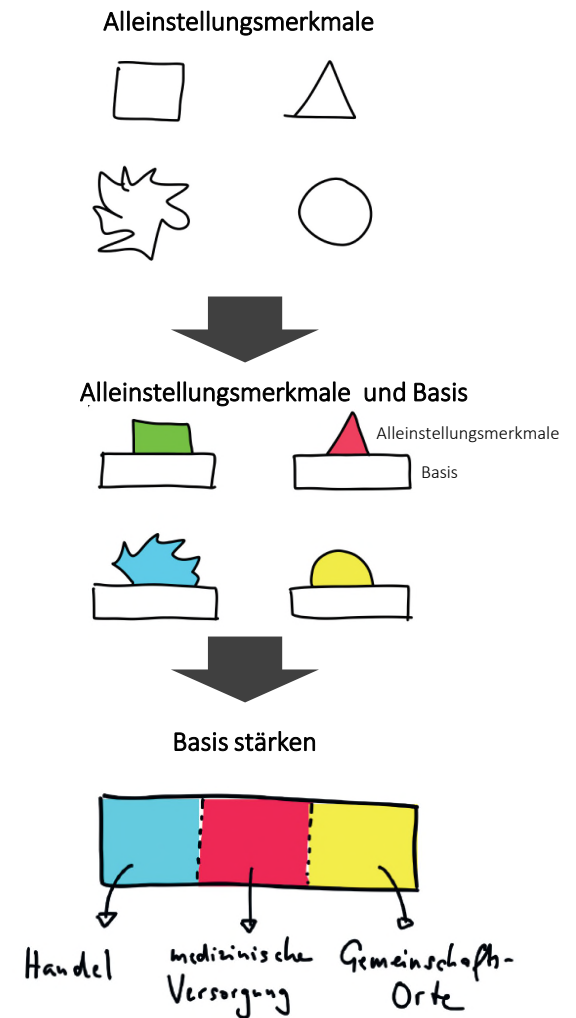
Alle entwickelten Maßnahmen unterstützen das **Leitbild**,

**zusammen die Basis in den Zentren und das Miteinander zu stärken –
zusammen lennestadt.**

Durch das Leitbild soll deutlich werden, dass eine Aufwertung der Zentren nur durch gemeinsame Anstrengungen und die Intensivierung der Zusammenarbeit erzielt werden kann.

Ziel ist es, die Bedeutung der Zentren sowohl als Versorgungs- und Erlebnisraum in den Vordergrund zu rücken und die Kommunikation zwischen der Stadtverwaltung und den verschiedenen privatwirtschaftlichen Akteuren in den Ortsteilen zu verbessern.

Die Umsetzung sollte daher den Fokus auf ausgewählte Themen legen und die Sichtbarkeit der bereits umgesetzten bzw. sich in Arbeit befindlichen Maßnahmen zu erhöhen. **Es bedarf einer Verbesserung der Kommunikation sowie der Koordination der Umsetzung.**



Quelle: verändert nach nonconform

2. ZENTRENBASIS

Bei der Ideenwerkstatt konnte herausgearbeitet werden, dass sich die Aufgaben der vier Kernorte in drei Ebenen der Grundfunktionen aufteilen lassen:

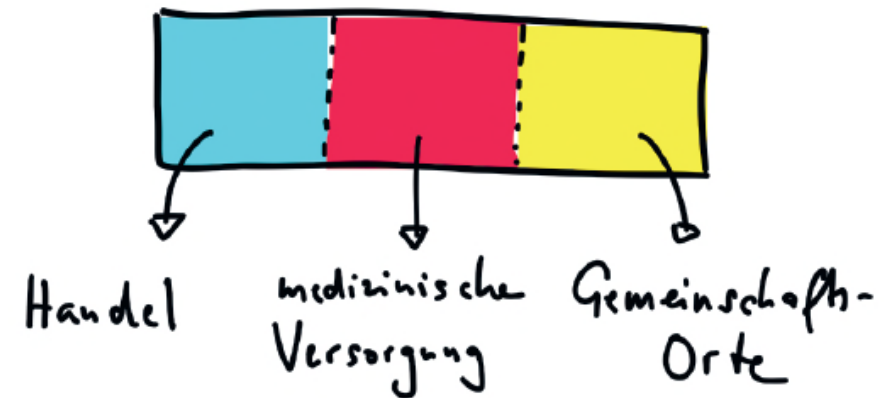
- /// Nahversorgung und Einzelhandel
- /// Medizinische Versorgung
- /// Gemeinschaftsorte.

Neben den vielen Alleinstellungsmerkmalen, die Altenhudem, Meggen, Grevenbrück und Elspe ausmachen, sollte das Zentrenmanagement vor allem das Ziel verfolgen, eine gemeinsame starke Basis zu erhalten und weiterzuentwickeln. Jeder Ort sollte hierbei seine Individualität behalten. Hierbei sollte vermieden werden, dass Konkurrenzsituationen zwischen den Ortskernen bzw. Ortsteilen auftreten.

Lennestadt weist eine gute Einzelhandelsstruktur in seinem Hauptzentrum Altenhudem auf und auch die Ortsteile Grevenbrück, Meggen und Elspe verfügen über Nahversorgungszentren mit einer guten Ausstattung. Dennoch ist vor dem Hintergrund des allgemeinen Strukturwandels die Stärkung und langfristige Sicherung des Handels in bedeutsam. Wesentlich ist hier die langfristige Bestandssicherung der großen Frequenzbringer, wobei hier in den Nahversorgungszentren primär die Lebensmittelmärkte Magnetbetriebe sind. Ergänzt werden sollte das Angebot durch kleinteilige Anbieter, wie sie auch in allen Zentren bereits bestehen, wobei für die Nachbelegung der vorhandenen Leerstände neben Handelsnutzungen in erster Linie Dienstleistungen und Gastronomieanbieter anzustreben sind, die ebenfalls frequenzbringend wirken.

Neben dem Handel ist in Lennestadt, wie auch im gesamten ländlichen Raum in Deutschland, die medizinische Versorgung ein wichtiges Thema, das in den Blick zu nehmen ist. Neben fehlenden Kinderärzten ist insbesondere die zum Teil unklare Nachfolgeregelung bei bestehenden Ärzten anzuführen. Ziel sollte die Sicherung und Weiterentwicklung der medizinischen Versorgung in den Zentren sein, um der Bevölkerung eine ausreichende Grundversorgung zu bieten und zugleich auch so die Grundfrequentierung der Ortskerne zu erhöhen.

Zugleich sind unsere Zentren neben Versorgungsorten auch immer Aufenthalts-, Treffpunkt- und Gemeinschaftsorte für die Bevölkerung. Diese sollten auch abseits der vorhandenen Zentrenaufgaben in der Planung und Weiterentwicklung der Innenstädte berücksichtigt werden. Durch städtebauliche und gestalterische Maßnahmen können die Ortskerne zum Verweilen, Mitmachen und Zusammenkommen einladen – wünschenswert wäre hierbei die gemeinsame Entwicklung von zentralen Gemeinschaftsorten in den zentralen Versorgungsbereichen oder in direkter räumlicher Nähe.



3. HANDLUNGSEMPFEHLUNGEN DER ZENTRENTWICKLUNG

Gemeinsam mit den Akteuren in der Aktivierungsphase wurden durch nonconform fünf Handlungsempfehlungen entwickelt, die bei der Umsetzung zu einer Aufwertung der Zentren führen sollen und die Basis – die Grundfunktion – der Zentren stärkt. Unter den aufgeführten Handlungsempfehlungen sind eine Vielzahl an Maßnahmen und möglichen Projekten zu subsumieren, die sich z. T. bereits in der Umsetzung befinden. Die vorgeschlagenen Einzelmaßnahmen werden nachfolgend kurz dargestellt und sind ebenfalls im Anhang als übersichtliche Auflistung zu finden.



4. PRIORISIERUNG DER MAßNAHMENBEREICHE UND MAßNAHMEN

Durch die Lenkungsgruppe erfolgte eine Priorisierung der entwickelten Ziele und Maßnahmen, um eine zielgerichtete Umsetzung und Verwirklichung zu ermöglichen. Hierbei ist jedoch darauf hinzuweisen, dass die Mitglieder der Lenkungsgruppe bestehend aus dem Verwaltungsvorstand, der Stadtplanung, der Wirtschaftsförderung und der Fraktionen sehr unterschiedliche Dringlichkeiten in der Umsetzung einzelner Maßnahmen gesehen haben, sodass die Bildung einer Gesamtpriorisierung aktuell nicht sinnvoll erscheint.

Insgesamt wurden die Handlungsfelder von der Priorität alle sehr ähnlich eingestuft und es gibt keine klare Priorisierung¹ – die darunter subsumierenden Einzelmaßnahmen sind jedoch von einzelnen Personen als sehr wichtig oder auch gar nicht wichtig eingestuft worden:

- /// Kommunikation und Marketing – Wie schaffen wir einen Dialog von Innen nach Außen? = wichtig (Mittelwert 2,5)
- /// Leerstände – Füllungen finden und halten! = wichtig (Mittelwert 2,2)
- /// Mobilität – Wie sieht der Verkehr in Zukunft aus? = wichtig (Mittelwert 2,4)
- /// Orte für die Jugend – Mut zum Aneignen! = wichtig (Mittelwert 2,4)
- /// Begegnungsorte – Ein Treffpunkt für die Gemeinschaft = weniger wichtig (Mittelwert 2,6)

Aus GMA-Sicht ist v. a. die **Fokussierung auf ausgewählte, wenige Themen** in der Umsetzung sinnvoll, sodass nicht alle Maßnahmen mit der selben Dringlichkeit umgesetzt werden können. Dies bedeutet im Umkehrschluss jedoch nicht, dass die aus der Aktivierungsphase formulierten Ideen und Anregungen zu verwerfen sind, sondern lediglich **die vorhandenen Ressourcen gebündelt und zielgerichtet eingesetzt** werden sollten.

Im Rahmen des Prozesses wurde deutlich, dass viele in der Aktivierungsphase von Bürgern vorgeschlagenen Maßnahmen und Ideen bereits in der Umsetzung oder in Planung sind bzw. es Gründe gibt, warum eine Durchführung zum derzeitigen Zeitpunkt nicht möglich ist. Daraus ist abzuleiten, dass den Bürgern ggf. nicht bekannt ist, warum bestimmte Maßnahmen derzeit nicht implementiert werden können und sich andere Maßnahmen bereits in der Realisierung befinden. Hier sollte ein Fokus auf der Verbesserung der Kommunikation zwischen Verwaltung / Politik und Bürgern und der Koordination liegen. Eine weitere Besonderheit in Lennestadt ist das bereits bestehende vielfältige Engagement von verschiedenen Vereinen und Zusammenschlüssen, welches zielgerichtet auch für die Umsetzung von Maßnahmen eingesetzt werden kann. Um das bestehende Engagement zu nutzen ist die intensivere Zusammenarbeit der einzelnen Ortsteile anzustreben und die Durchführung von Maßnahmen zur Verbesserung der Zentren an einer zentralen Stelle zu bündeln, die auch die Kommunikation zwischen den Fachbereichen und mit den Bürgern und Vereinen übernehmen kann.

Aus Sicht von GMA und nonconform ist demnach v. a. das Thema **Kommunikation und Marketing – Wie schaffen wir einen Dialog von Innen nach Außen?** in den Fokus zu rücken.

¹ 1 = sehr wichtig, 2 = wichtig, 3 = weniger wichtig, 4 = unwichtig, 5 = betrifft Zentrenmanagement nicht

² Die jeweilige Priorisierung der Maßnahmen sowie die Kennzeichnung, welche Maßnahmen bereits umgesetzt werden, ist im Anhang zu finden.

4. PRIORISIERUNG DER MAßNAHMENBEREICHE UND MAßNAHMEN

Umsetzung

- // Fokussierung auf ausgewählte, wenige Themen, d. h. Maßnahmen müssen nicht mit derselben Dringlichkeit umgesetzt werden
- // Viele in der Aktivierungsphase von Bürgern eingebrachte Maßnahmen und Ideen sind bereits in der Umsetzung oder in Planung
- // Hierbei wird deutlich, dass ggf. den Bürgern nicht bekannt ist, warum bestimmte Maßnahmen derzeit nicht umgesetzt werden können und dass sich andere Maßnahmen bereits in der Umsetzung befinden



Fokus sollte auf der Verbesserung der externen Kommunikation liegen und der Koordination der Umsetzung

- Zentrenmanager etablieren: „einer für alle in Lennestadt“
- Netzwerke ausbauen / stärkere Kooperation zwischen den Ortschaften (z. B. regelmäßige Abstimmungsrunden)
- ganzheitliches Kommunikationskonzept für die Außendarstellung entwickeln.



V. KOMMUNIKATION UND MARKETING – WIE SCHAFFEN WIR EINEN DIALOG VON INNEN NACH AUßEN?

Wesentlich für die Umsetzung ist eine auf einen langfristigen Zeitraum ausgelegte Koordination des Prozesses. Hierfür ist die weitere Etablierung von klaren Ansprechpartnern, die die Umsetzung der Maßnahmen koordinieren, essentiell, wobei der vorliegende Maßnahmenkatalog hierbei eine erste Zielrichtung vorgibt.

Dieser Maßnahmenkatalog ist jedoch nicht als statisch anzusehen, sondern es können jederzeit weitere Maßnahmen ergänzt oder vorgeschlagene Maßnahmen auch wieder verworfen werden, sofern diese von allen Beteiligten als nicht notwendig oder umsetzbar angesehen werden.

Ziel einer klaren Kommunikationsstruktur ist, die Umsetzung des Zentrenmanagements zielgerichtet, zeitnah und strategisch anzugehen und über Erfolge und Ziele zu informieren. Die Vielzahl der bereits bestehenden positiven Bestrebungen zur Verbesserung der Zentren in Lennestadt müssen zusammengebracht werden und die Zusammenarbeit der verschiedenen Fachbereiche, öffentlichen und privaten Akteure sollte verbessert werden.

KOMMUNIKATION UND MARKETING – WIE SCHAFFEN WIR EINEN DIALOG VON INNEN NACH AUßEN?

K1: Zentrenmanager etablieren: „Einer für alle in Lennestadt“



Wesentlich für die Umsetzung ist eine auf einen langfristigen Zeitraum ausgelegte Koordination des Prozesses. Ziel ist hierbei nicht, dass alle Maßnahmen von einer Person federführend umgesetzt werden, sondern eine Person zentraler Ansprechpartner für die Maßnahmen, die innerhalb der vier Zentren umgesetzt werden, ist, die Vernetzung der Akteure vornimmt und die Vermarktung (bspw. über „WieWoWatt in Lennestadt“) und Öffentlichkeitarbeit vorantreibt.

Der Zentrenmanager dient dabei auch als Sprachrohr für die Belange der Bürger und der einzelnen Akteure in den Ortsteilen, vernetzt bspw. Eigentümer und Mietinteressenten, steht als Ansprechpartner zur Verfügung und informiert die verschiedenen Fachbereiche und Ämter über Maßnahmen.

K2: Netzwerke zusammenführen / stärkere Kooperation zwischen den Ortschaften, den Akteuren und Fachbereichen

In Lennestadt liegt die Besonderheit vor, dass sich bereits eine Vielzahl an Akteuren für die Entwicklung der Zentren und Ortsteile einsetzen (u. a. Stadtverwaltung, Wirtschaftsförderung, Vereine / Ehrenamt, Stadtmarketing, Bürger).

Viele Aktivitäten passieren jedoch parallel oder es fehlt z. T. die Information über den Umsetzungsstand oder Hindernisse in der Umsetzung. Um eine zielgerichtete Umsetzung von Maßnahmen in den Ortsteilen zu erreichen, bedarf es einer stärkeren Vernetzung der einzelnen Akteure und einer Ausweitung der Kooperation der Ortsteile.

Ein Teil der Lösung wäre hier die Etablierung einer zentralen Ansprechperson, wie der Zentrenmanager, der die Abstimmung zwischen den einzelnen Akteuren fördern und ausbauen könnte sowie die Schaffung eines regelmäßig stattfindenden Jour Fix / eines runden Tisches mit allen wesentlichen Akteuren aus den vier Zentren, in dem sich über Projekte und Maßnahmen ausgetauscht werden kann.

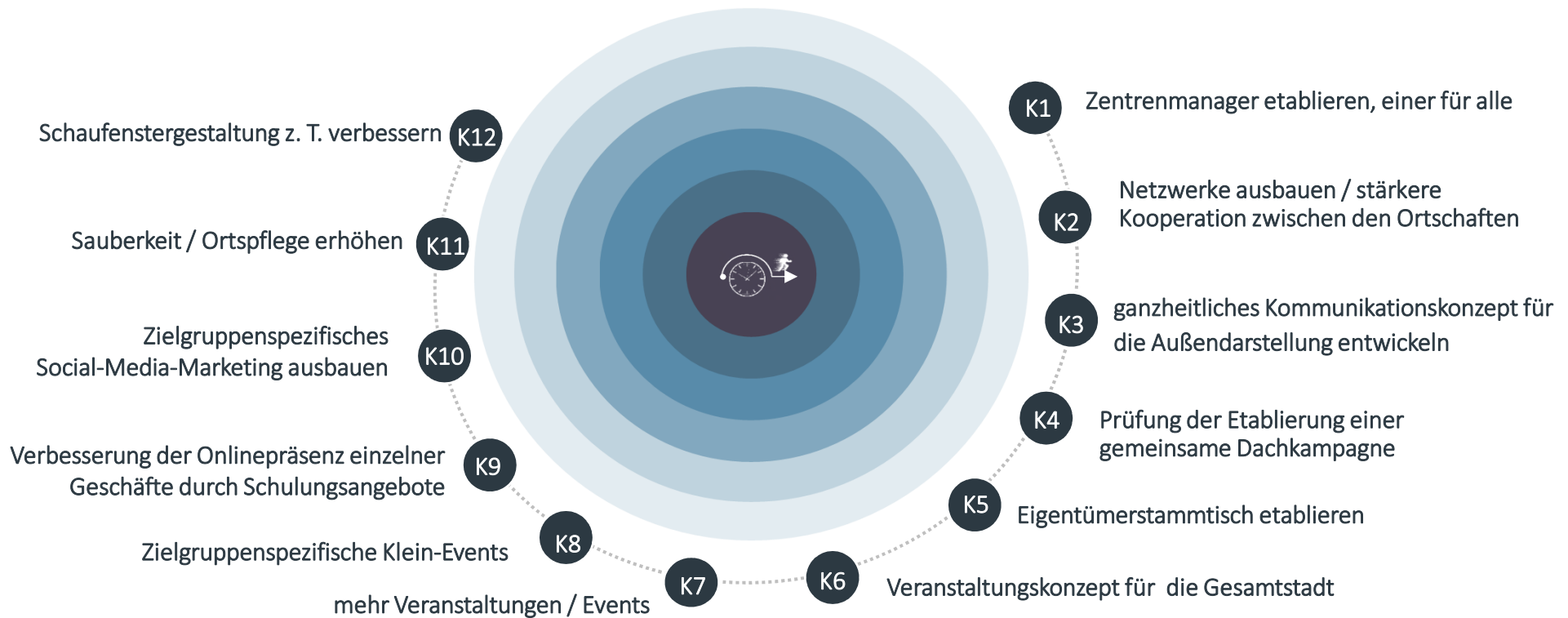
K3: Ganzheitliches Kommunikationskonzept für die Außendarstellung entwickeln

Wesentlich für die weitere Zusammenarbeit und das stetige Engagement privater Akteure durch Vereine oder auch Einzelpersonen ist eine gute Kommunikation und Vermittlung von Erfolgen und Hemmnissen in der Zentrenaufwertung. Viele von den durch Bürger angeregten Maßnahmen und Ideen für die Zentren in Lennestadt, die nachfolgend dargestellt werden, sind derzeit schon in der Umsetzung bzw. befinden sich in der Planung.

Um Unzufriedenheit und abnehmendes privates Engagement zu vermeiden, mit denen viele Kommunen in Deutschland derzeit zu kämpfen haben, ist die Etablierung eines Kommunikationskonzeptes wesentlich. Woran wird derzeit gearbeitet? Wie ist der Stand der Bearbeitung? Wo wird ggf. auch privates Engagement benötigt, um Maßnahmen umzusetzen? Warum kommt es nicht zur Umsetzung bestimmter Ideen / Maßnahmen? Dies sind Fragen, die bei einem ganzheitlichen Kommunikationskonzept beantwortet werden sollen.

KOMMUNIKATION UND MARKETING – WIE SCHAFFEN WIR EINEN DIALOG VON INNEN NACH AUßEN?

Weitere Maßnahmen des Handlungsfeldes Kommunikation und Marketing werden in der nachfolgenden Abbildung kurz dargestellt – hohe Priorisierung haben hier neben der bereits vorgestellten Maßnahme „Netzwerke ausbauen / stärkere Kooperation zwischen den Ortschaften“ v. a. die Maßnahmen „Sauberkeit / Ortspflege erhöhen“, „Schaufenstergestaltung z. T. verbessern“ und „Verbesserung der Onlinepräsenz einzelner Geschäfte durch Schulungsangebote“.

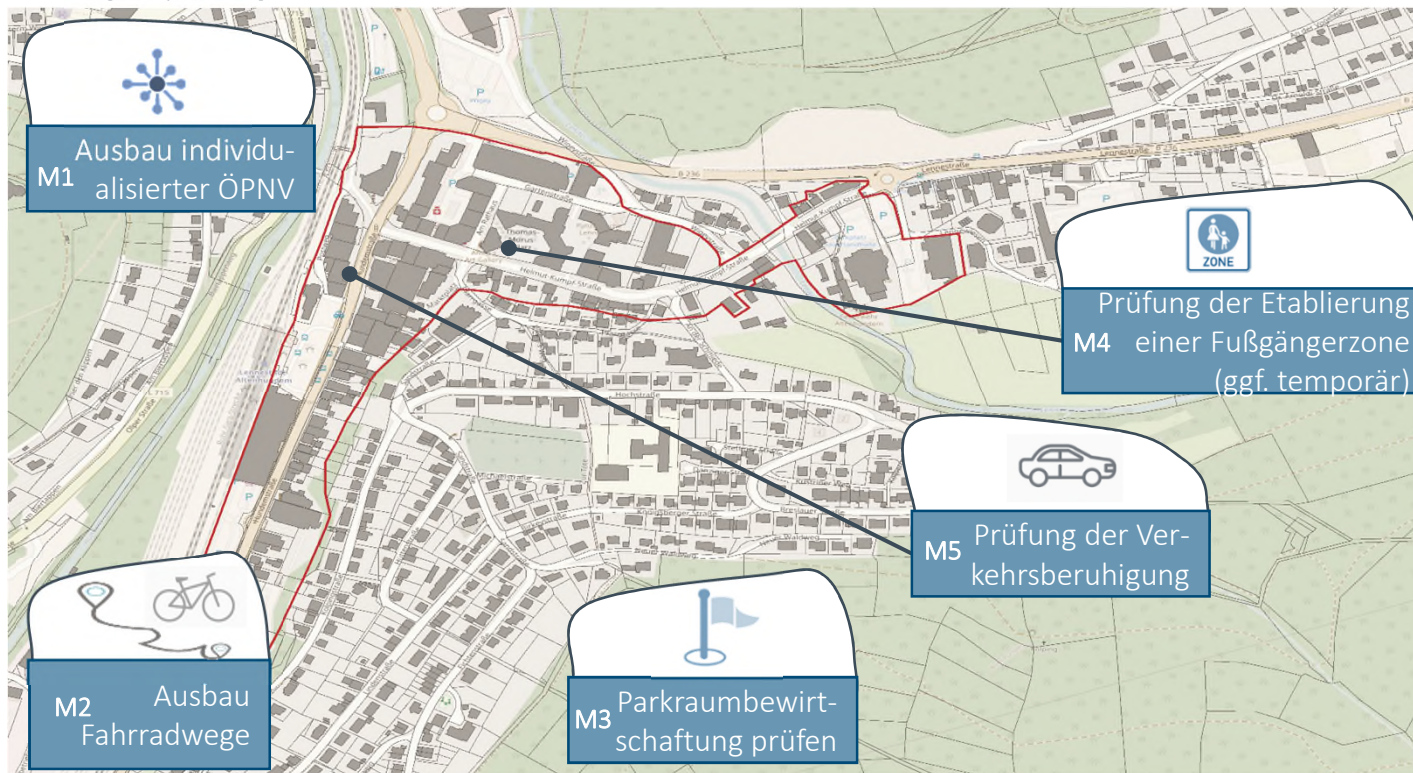


5. MOBILITÄT – WIE SIEHT DER VERKEHR IN ZUKUNFT AUS?

Vor allem aufgrund der Siedlungsbedingungen in Lennestadt als Flächenkommune mit vielen verschiedenen Ortsteilen ist das Thema Mobilität für die Bevölkerung und die individuelle Anbindung der Zentren ein wesentlicher Aspekt der Stadtentwicklung. Der motorisierte Individualverkehr ist im ländlichen Raum ein wichtiges Thema, jedoch rücken auch alternative Verkehrsangebote im ÖPNV oder auch der Fahrradverkehr immer stärker in den Fokus. Der motorisierte Individualverkehr bringt, so praktisch er auch erscheint, eine Vielzahl von Negativaspekten mit sich – sei es der CO₂ Ausstoß fossiler Treibstoffe, die Flächenversiegelung durch Verkehrswege und Parkplätze sowie der Einfluss des Verkehrs auf die Aufenthaltsatmosphäre in Zentren.

Ziel sollte es sein, dass die Zentren zur Vermeidung von nicht notwendigen Fahrten, ausreichend Angebote der Grundversorgung aufweisen und zudem die Verkehrsanbindung zu den anderen Zentren für alle Verkehrsträger gesichert ist. Lennestadt ist hier bereits auf einem guten Weg, der sich in den kommenden Jahren fortsetzen sollte. Hier sind beispielsweise die bestehenden Bestrebungen zum Ausbau des individualisierten ÖPNV, die Schaffung neuer Verkehrsanbindungen oder die Planung von Fahrradwegen zwischen den Ortsteilen zu nennen. Zudem sollten auch die Fußgänger weiter in den Fokus rücken, um insbesondere innerhalb der Zentren optimale Wegeverbindungen zu schaffen. Wesentlich hierfür ist die geplante Einstellung eines Mobilitätsmanagers.

Handlungsempfehlungen in Altenhudem



Quelle Symbole: lbrandify – Freepik.com



Quelle: Fotos GMA 2022

5. MOBILITÄT – WIE SIEHT DER VERKEHR IN ZUKUNFT AUS?

Gesamtstadt

- M1: Ausbau individualisierter ÖPNV (bspw. Car- und E-Bike-Sharing)
- M2: Ausbau Fahrradwege in den Ortschaften und zwischen den Ortschaften sowie Etablierung von Radabstellflächen (Ziel: Stärkung der Radverkehre in allen Ortsteilen)

Meggen

- M6: Etablierung von mehr Fußgängerüberquerungen (v. a. am Edeka)
- M7: Aufwertung der Unterführung

Grevenbrück

- M8: Etablierung von mehr Fußgängerüberquerungen im Bereich der B55
- M9: Umstrukturierung Bahnhofsplatz (überdachte Bushaltestelle, sichere Übergänge)

Elspe

- M10: Verkehrsberuhigung an Bushaltestellen



Quelle: Fotos GMA 2022

6. LEERSTÄNDE - FÜLLUNGEN FINDEN UND HALTEN!

Insgesamt besteht derzeit zwar in den Zentren noch eine unterhalb des NRW-Durchschnitts liegende Leerstandsquote, jedoch sind ein Großteil der in den Zentren vorhanden Leerstände aufgrund ihrer Gesamtsubstanz (Größe, Sanierungsstau) nur schwer vermietbar. Ziel sollte die Initiierung eines aktiven Leerstandsmanagements für die vier Zentren sein, das sich aktiv um die Vermarktung der Ladenlokale und die Akquise von Mietinteressenten bemüht. Hierbei hätte die kontinuierliche Fortschreibung der Daten hohe Priorität insbesondere für die aktive Akquise von Nutzungen. Zur Verbesserung der Zusammenarbeit und die Verhinderung weiterer Leerstände ist ein intensiver Austausch zwischen einem Zentrenmanager, der Stadt und den Immobilieneigentümern anzustreben- dies wäre auch mit der Maßnahme K5 „Eigentümergebiet etablieren“ zu verbinden.

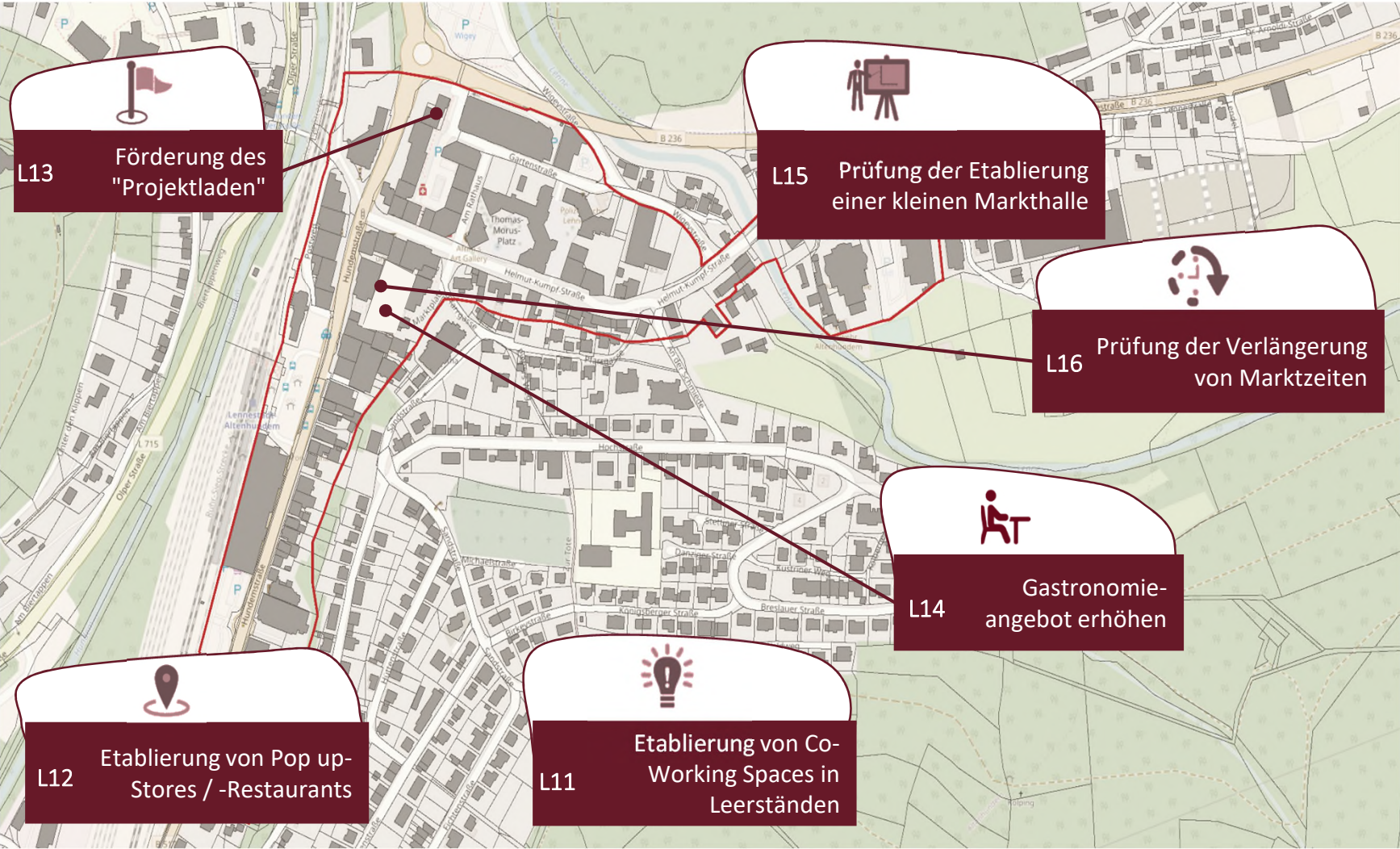
Darüber hinaus sind hier Faktoren wie die Altersnachfolge in Unternehmen zu nennen und andererseits besteht auch im Hinblick auf mögliche Umstrukturierungsmaßnahmen / Bauvorhaben in den Zentren die Notwendigkeit einer Abstimmung mit den Projektträgern / Eigentümern / Mietern. Ziel ist die Sicherung der vorhandene Nutzungen im jeweiligen Zentrum, um etwaigen Leerstand zu verhindern sowie den bestehenden Branchenmix nicht weiter auszuhöhlen.

Gesamtstadt

- L1: Leerstände abbauen / verhindern durch aktive Akquise
- L2: alternative Nutzungen etablieren (bspw. Bestellladen als Paketstation, Werkstatträume, Mitmach-Atelier)
- L3: Beratung / Selbstständigenförderung zur Erhöhung der Neugründungen (Unternehmen, Schulen)
- L4: Altersnachfolge aktiv fördern / unterstützen
- L5: Gestaltung der Leerstände durch Kunst
- L6: Interimsnutzungen für schwer vermietbare Leerstände etablieren
- L7: Angebote v. a. für jüngere Altersgruppen
- L8: bei weiterer Ansiedlung von Vergnügungsstätten / Wettbüros Prüfung der Notwendigkeit einer Steuerung (ggf. Vergnügungsstättenkonzept)
- L9: Barrierefreiheit weiter ausbauen
- L10: Öffentliche kostenfreie Toiletten "Nette Toilette"

6. LEERSTÄNDE - FÜLLUNGEN FINDEN UND HALTEN!

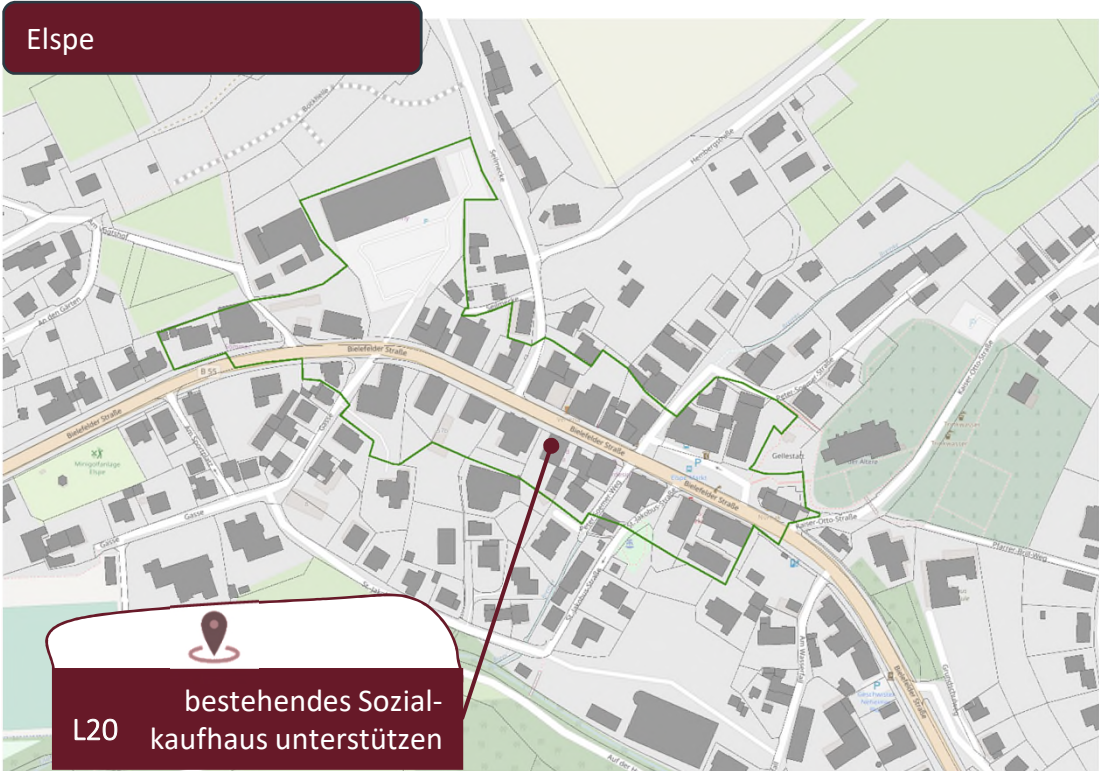
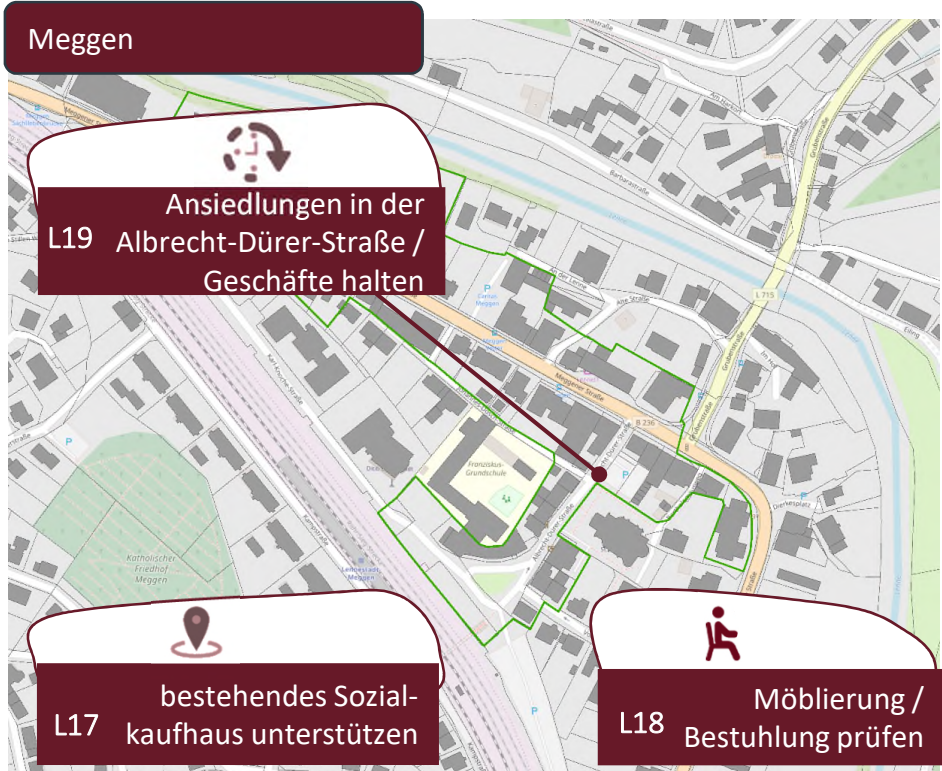
Handlungsempfehlungen in Altenhudem



Quelle Symbole: Ibrandify – Freepik.com

6. LEERSTÄNDE - FÜLLUNGEN FINDEN UND HALTEN!

Handlungsempfehlungen in Meggen und Elspe



Quelle Symbole: Ibrandify – Freepik.com

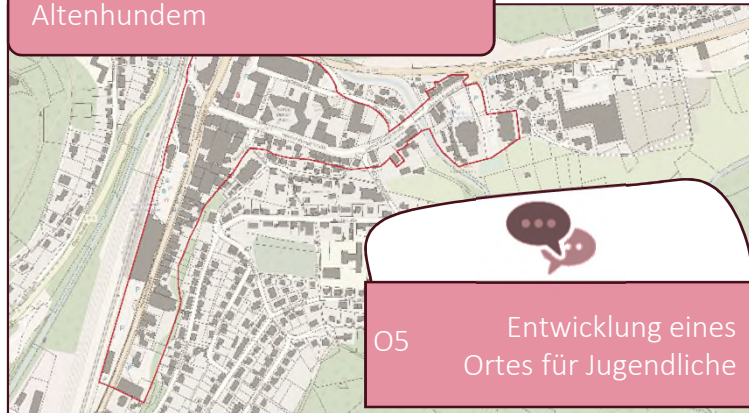
7. ORTE FÜR DIE JUGEND - MUT ZUM ANEIGNEN!

In vielen ländlichen Städten und Gemeinden fehlt es an freien und selbstbestimmten Räumen für Jugendliche. Jugendliche benötigen diese Orte als Treffpunkträume, an denen sie ihre gemeinsamen Interessen ausleben und soziale Kompetenzen erlernen können. Wesentlich für die Planung solcher Orte ist, dass die Jugendlichen in die Auswahl und in die Gestaltung einbezogen werden und ohne Erwartungsdruck agieren dürfen. Eine Einbindung in einen solchen Planungsprozess kann auch für die weitere Zentrenentwicklung genutzt werden – auch Jugendliche sind relevante Akteure, die in vielen Bereichen die Weiterentwicklung des Zentrums unterstützen können und schon früh als Zielgruppe für die Angebote in Lennestadt gebunden werden können.

Gesamtstadt

- O1: Angebote für Kinder / Jugendliche erhöhen
- O2: Prüfung der Gestaltung der Spielplätze (Modernität / Bestuhlung) / Wasserspielplatz an der Lenne schaffen
- O3: Ausweisung von Graffiti-Wänden für Jugendliche
- O4: weiteren Bike- / Skatepark errichten

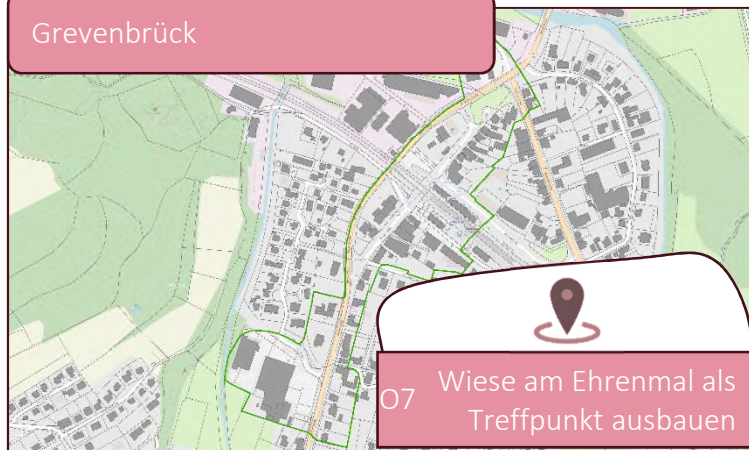
Altenhudem



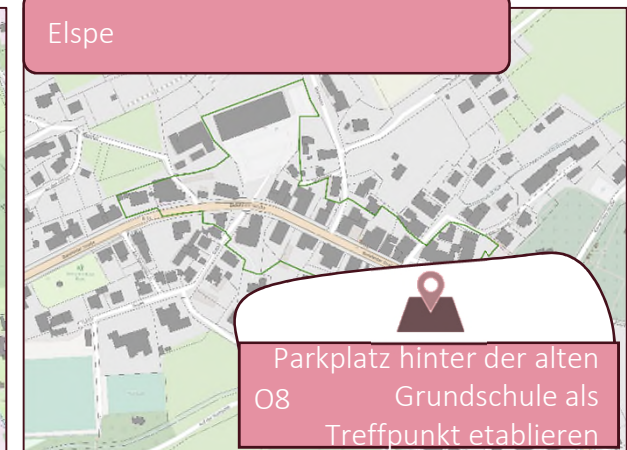
Meggen



Grevenbrück



Elspe



8. BEGEGNUNGSRORTE - EIN TREFFPUNKT FÜR DIE GEMEINSCHAFT

Für die Bürger sind Orte des bewussten Zusammenkommens sehr wichtig und sind frequenzbringende Bereiche, sofern sie in der direkten Nähe oder innerhalb des Zentren etabliert werden können. Wesentlich ist, dass die Gemeinschaftsorte von verschiedenen Akteursgruppen gemeinsam aufgebaut werden und Treffpunkte der verschiedenen Generationen sind. Akteure, die neben den Bürger in die Planung einbezogen werden sollten, sind bspw. Vereine, ARGE n, Kindergärten und Schulen. Auf Seiten der Verwaltung bedarf es eines zentralen Ansprechpartners, der den Prozess fachlich unterstützt, z. B. in den Bereichen der Finanzierungsberatung, Organisation der Unterstützung von kommunalen und regionalen Trägern.

Handlungsempfehlungen in Altenhudem

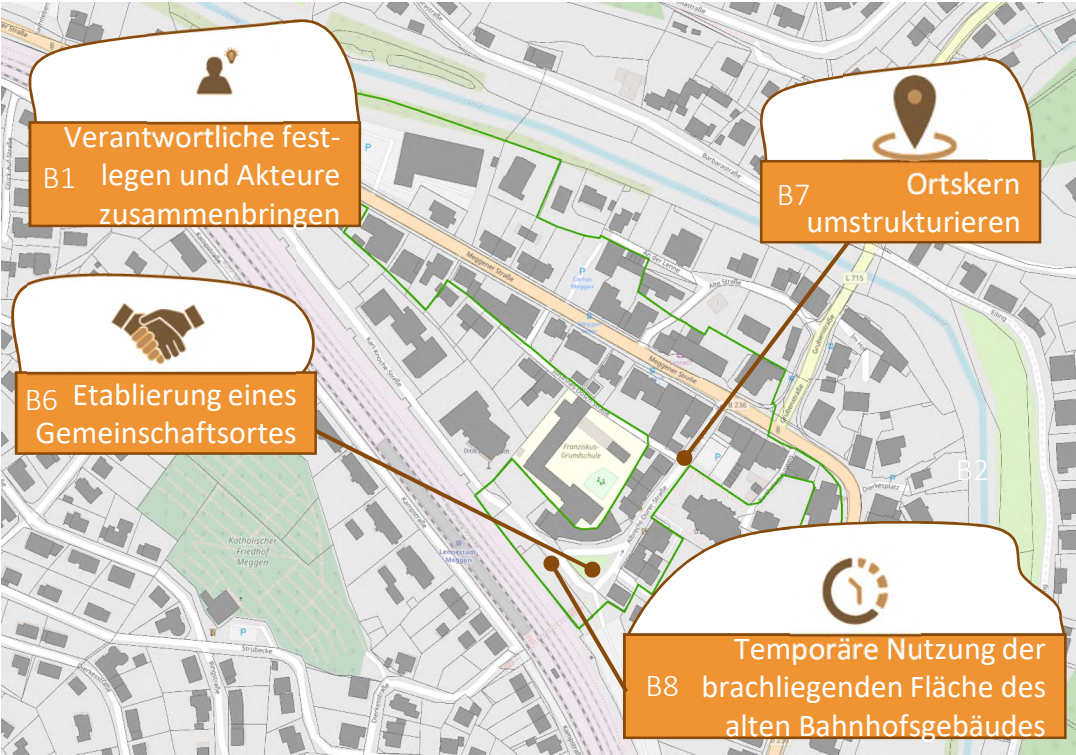


Quelle: GMA 2022

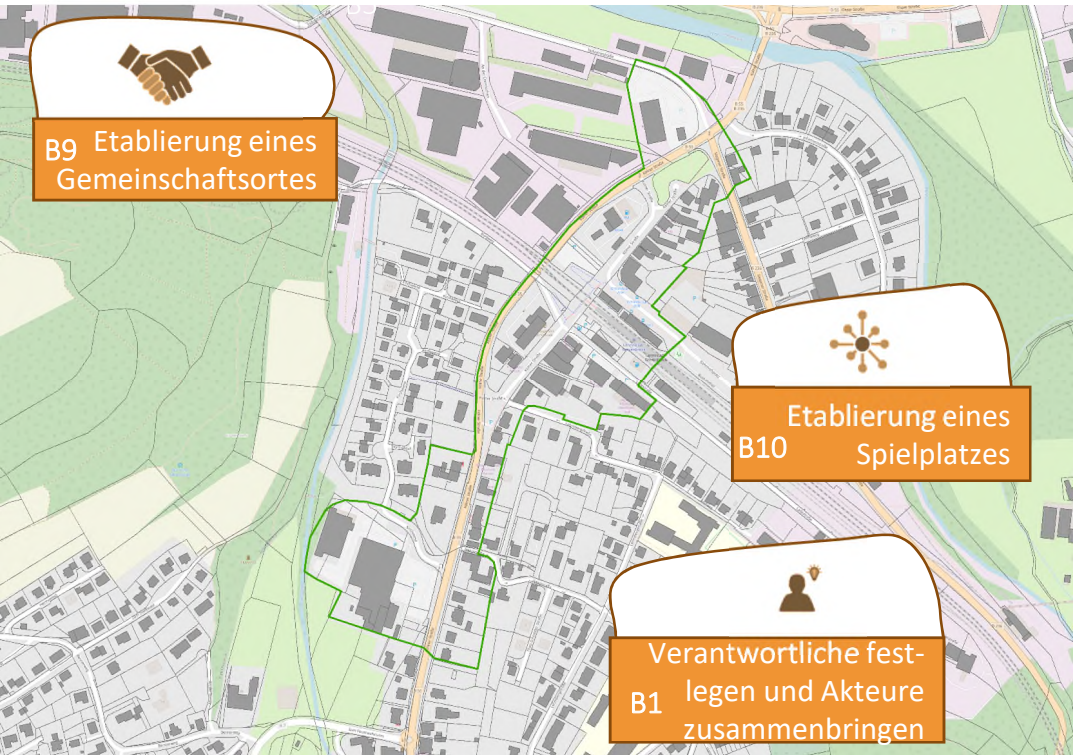
Quelle Symbole: Ibrandify – Freepik.com

8. BEGEGNUNGSRORTE - EIN TREFFPUNKT FÜR DIE GEMEINSCHAFT

Handlungsempfehlungen für Meggen

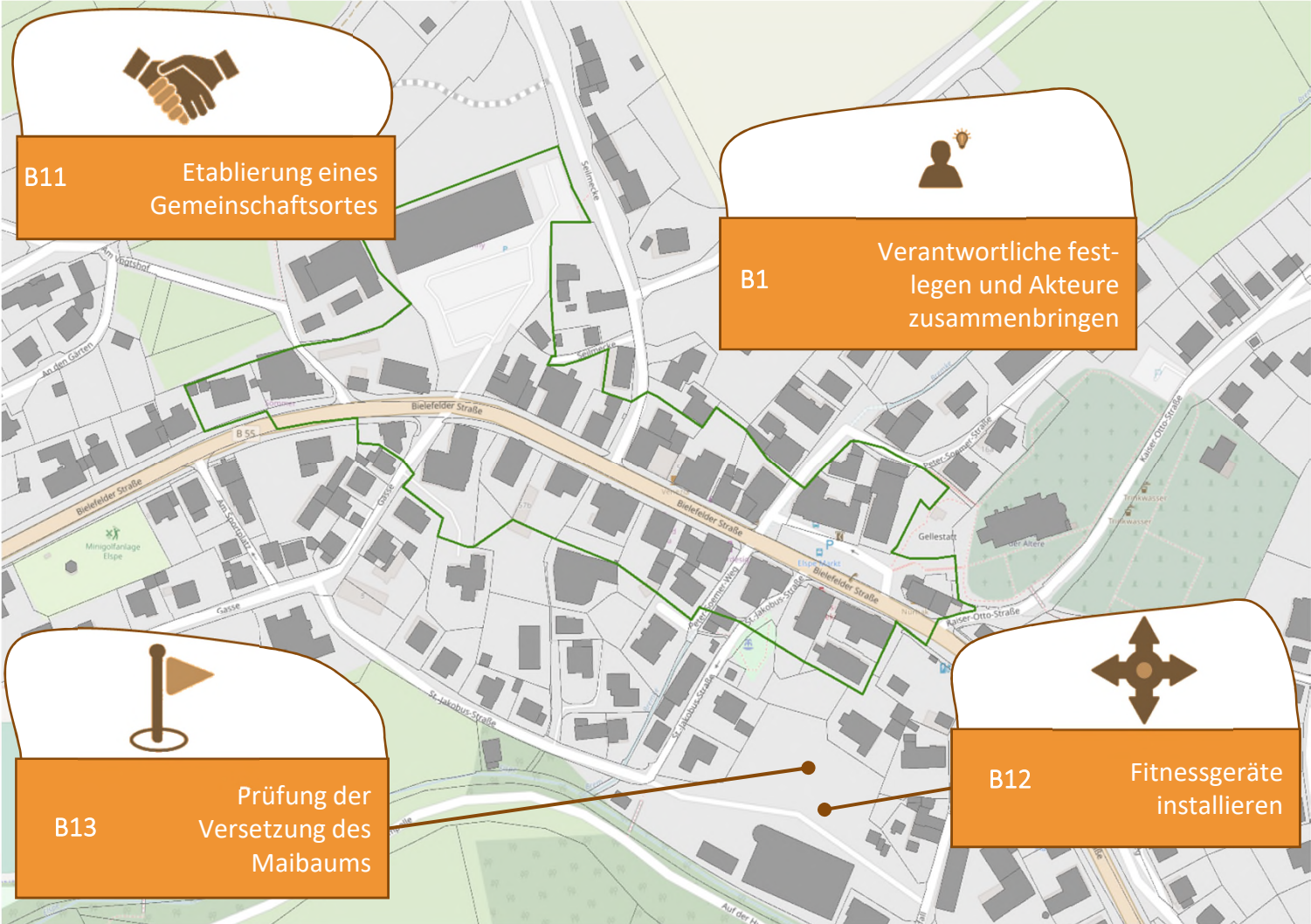


Handlungsempfehlungen für Grevenbrück



8. BEGEGNUNGSRÖRTE - EIN TREFFPUNKT FÜR DIE GEMEINSCHAFT

Handlungsempfehlungen für Elspe



Quelle Symbole: Ibrandify – Freepik.com



Quelle: Fotos GMA

GMA

Forschen. Beraten. Umsetzen.

GMA

Forschen. Beraten. Umsetzen.

Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung mbH
Siegburger Straße 215
50679 Köln

Tel.: 0221 - 989438-0
Mail: office.koeln@gma.biz



Lennestadt
Der Schatz im Sauerland

Stadt Lennestadt
Thomas-Morus-Platz 1
57368 Lennestadt

Tel.: 02723 608 - 0
Mail: rathaus@lennestadt.de

ANHANG

Handlungsfeld	NR	räumliche Verortung	Maßnahme	Priorisierung durch Mitglieder Lenkungsgruppe						Gesamtpriorisierung
				Fraktion / Verwaltung						
				A	B	C	D	E	F	
Begegnungsorte – Ein Treffpunkt für die Gemeinschaft	B01	Gesamtstadt	Verantwortliche festlegen und Akteure zusammenbringen	2	1	2	2	2	2	wichtig
	B02	Altenhundem	Geschäfte baulich auch zum Marktplatz öffnen	3	1	2	3	3	2	wichtig
	B03	Altenhundem	Marktplatz stärker für Veranstaltungen nutzen / umgestalten, pflegen	3	3	2	2	1	1	wichtig
	B04	Altenhundem	Platz am Rathaus gestalten (bspw. weiter begrünen / Schattenplätze schaffen / Sitzplätze etablieren, Spielgeräte etablieren, Liegebänke)	2	1	3	2	3	2	wichtig
	B05	Altenhundem	Weitere Gestaltung eines Gemeinschaftsortes (Markplatz; mehr Schattenplätze schaffen)	3	4	5	2	3	3	unwichtig
	B06	Meggen	Etablierung eines Gemeinschaftsortes (bspw. Platz am Ehrenmal)	3	2	2	3	2	2	wichtig
	B07	Meggen	Fläche um den Ortskern umstrukturieren (z. B. bepflanzen)	5	2	2	2	2	2	weniger wichtig
	B08	Meggen	Temporäre Nutzung der brachliegenden Fläche des alten Bahnhofgebäudes	5	1	2	2	2	4	weniger wichtig
	B09	Grevenbrück	Etablierung eines Gemeinschaftsortes	2	2	3	2	2	1	wichtig
	B10	Grevenbrück	Etablierung eines Spielplatzes am Gemeinschaftsort	2	2	3	3	1	2	wichtig
	B11	Elspe	Etablierung eines Gemeinschaftsortes	2	4	3	3	1	4	weniger wichtig
	B12	Elspe	Fitnessgeräte installieren (bspw. neue Gemeinschaftswiese am Wasser)	3	3	4	3	2	4	unwichtig
	B13	Elspe	Prüfung der Versetzung des Maibaums	3	5	5	3	3	4	unwichtig
Kommunikation und Marketing – Wie schaffen wir einen Dialog von Innen nach Außen?	K01	Gesamtstadt	Zentrenmanager etablieren, einer für alle	3	1	3	2	2	4	weniger wichtig
	K02	Gesamtstadt	Netzwerke ausbauen / stärkere Kooperation zwischen den Ortschaften	1	1	2	2	2	1	wichtig
	K03	Gesamtstadt	Prüfung der Etablierung einer gemeinsame Dachkampagne	3	3	4	3	3	2	unwichtig
	K04	Gesamtstadt	ganzheitliches Kommunikationskonzept für die Außendarstellung entwickeln	2	4	4	2	2	4	unwichtig
	K05	Gesamtstadt	Eigentümerstammtisch etablieren	2	3	5	2	2	2	weniger wichtig
	K06	Gesamtstadt	Veranstaltungskonzept für die Gesamtstadt	3	5	2	2	3	2	weniger wichtig
	K07	Gesamtstadt	mehr Veranstaltungen / Events (bspw. Musikabend auf dem Marktplatz, Open Air Kino, kleine belebende Events)	3	2	2	3	3	2	weniger wichtig
	K08	Gesamtstadt	Zielgruppenspezifische Events	3	2	3	2	2	2	weniger wichtig
	K09	Gesamtstadt	Verbesserung der Onlinepräsenz einzelner Geschäfte durch Schulungsangebote	1	3	2	2	2	2	wichtig
	K10	Gesamtstadt	Zielgruppenspezifisches Marketing (Instagram, Tiktok)	3	3	4	3	2	2	weniger wichtig
	K11	Gesamtstadt	Sauberkeit / Ortpflege erhöhen	2	2	3	1	1	2	wichtig
	K12	Gesamtstadt	Schaufenstergestaltung z. T. verbessern	2	3	2	2	2	2	wichtig

¹ 1 = sehr wichtig, 2 = wichtig, 3 = weniger wichtig, 4 = unwichtig, 5 = betrifft Zentrenmanagement nicht

ANHANG

Handlungsfeld	NR	räumliche Verortung	Maßnahme	Priorisierung durch Mitglieder Lenkungsgruppe						Gesamtpriorisierung
				Fraktion / Verwaltung						
				A	B	C	D	E	F	
Leerstände – Füllungen finden und halten!	L01	Gesamtstadt	Leerstände abbauen / verhindern durch aktive Akquise	2	1	3	3	3	3	weniger wichtig
	L02	Gesamtstadt	alternative Nutzungen etablieren (bspw. Bestellladen als Paketstation, Werkstatt Räume, Mitmach-Atelier)	2	1	1	1	1	1	sehr wichtig
	L03	Gesamtstadt	Beratung / Selbstständigenförderung zur Erhöhung der Neugründungen (Unternehmen, Schulen)	2	1	1	1	2	4	wichtig
	L04	Gesamtstadt	Altersnachfolge aktiv fördern / unterstützen	1	2	3	3	1	1	wichtig
	L05	Gesamtstadt	Gestaltung der Leerstände durch Kunst	1	1	5	2	1	1	wichtig
	L06	Gesamtstadt	Interimsnutzungen für schwer vermietbare Leerstände etablieren	3	3	2	3	3	3	weniger wichtig
	L07	Gesamtstadt	Angebote v. a. für jüngere Altersgruppen	2	1	3	2	2	3	wichtig
	L08	Gesamtstadt	bei weiterer Ansiedlung von Vergnügungsstätten / Wettbüros Prüfung der Notwendigkeit einer Steuerung (ggf. Vergnügungsstättenkonzept)	2	2	2	1	2	2	wichtig
	L09	Gesamtstadt	Barrierefreiheit weiter ausbauen	2	4	2	1	2	2	wichtig
	L10	Gesamtstadt	Öffentliche kostenfreie Toiletten "Nette Toilette"	2	1	1	1	1	1	sehr wichtig
	L11	Altenhudem	Etablierung von Co-Working Spaces in Leerständen	3	2	2	2	2	2	wichtig
	L12	Altenhudem	Etablierung von Pop up-Stores / -Restaurants	2	3	3	2	1	3	wichtig
	L13	Altenhudem	Förderung des Projektes "Projektladen"	3	2	3	2	2	3	weniger wichtig
	L14	Altenhudem	Gastronomieangebot erhöhen	2	1	3	3	2	1	wichtig
	L15	Altenhudem	Prüfung der Etablierung einer kleinen Markthalle	2	1	2	2	2	2	wichtig
	L16	Altenhudem	Prüfung der Verlängerung von Marktzeiten	3	3	3	2	2	4	weniger wichtig
	L17	Meggen	bestehendes Sozialkaufhaus unterstützen	3	3	1	3	2	4	weniger wichtig
	L18	Meggen	Möblierung / Bestuhlung prüfen	2	1	1	3	3	3	wichtig
	L19	Meggen	Ansiedlungen in der Albrecht-Dürer-Straße / Geschäfte halten	3	3	5	3	3	3	unwichtig
	L20	Elspe	bestehendes Sozialkaufhaus unterstützen	2	2	2	2	2	1	wichtig

¹ 1 = sehr wichtig, 2 = wichtig, 3 = weniger wichtig, 4 = unwichtig, 5 = betrifft Zentrenmanagement nicht

ANHANG

Handlungsfeld	NR	räumliche Verortung	Maßnahme	Priorisierung durch Mitglieder Lenkungsgruppe						Gesamtpriorisierung
				Fraktion / Verwaltung						
				A	B	C	D	E	F	
Mobilität – Wie sieht der Verkehr in Zukunft aus?	M01	Gesamtstadt	Ausbau individualisierter ÖPNV (bspw. Car- und E-Bike-Sharing)	2	5	3	2	1	3	weniger wichtig
	M02	Gesamtstadt	Ausbau Fahrradwege in den Ortschaften und zwischen den Ortschaften sowie Etablierung von Radabstellflächen (Ziel: Stärkung der Radverkehre in allen Ortsteilen)	2	1	1	1	1	2	sehr wichtig
	M03	Altenhundem	Parkraumbewirtschaftung prüfen (bspw. Langzeitparken nur im Parkhaus, mehr Kurzzeitparkplätze)	3	5	2	1	2	3	weniger wichtig
	M04	Altenhundem	Prüfung der Ausweitung der Fußgängerzone in der Helmut-Kumpf-Straße (ggf. temporär)	3	2	2	2	1	4	wichtig
	M05	Altenhundem	Prüfung der Verkehrsberuhigung (bspw. 30er Zone in Durchfahrtsstraße)	3	2	2	3	1	5	weniger wichtig
	M06	Meggen	Etablierung von mehr Fußgängerüberquerungen (v. a. am Edeka)	3	4	2	2	1	5	weniger wichtig
	M07	Meggen	Aufwertung der Unterführung	3	1	1	1	1	1	sehr wichtig
	M08	Grevenbrück	Etablierung von mehr Fußgängerüberquerungen im Bereich der B55	3	4	2	2	3	5	wichtig
	M09	Grevenbrück	Umstrukturierung Bahnhofplatz (überdachte Bushaltestelle, sichere Übergänge)	3	5	1	1	2	2	wichtig
	M10	Elspe	Verkehrsberuhigung an Bushaltestellen	3	5	1	1	2	5	weniger wichtig
Orte für die Jugend – Mut zum Aneignen!	O01	Gesamtstadt	Angebote für Kinder / Jugendliche erhöhen	1	2	2	1	1	2	wichtig
	O02	Gesamtstadt	Prüfung der Gestaltung der Spielplätze (Modernität / Bestuhlung) / Wasserspielplatz an der Lenne schaffen	3	2	3	1	2	2	wichtig
	O03	Gesamtstadt	Ausweisung von Graffiti-Wänden für Jugendliche	3	5	2	2	2	3	weniger wichtig
	O04	Gesamtstadt	weiteren Bike- / Skatepark errichten	3	5	3	3	2	3	wichtig
	O05	Altenhundem	gemeinsame Entwicklung eines Ortes für Jugendliche / Jugendtreff (ggf. Boltzplatz)	1	2	2	3	1	2	weniger wichtig
	O06	Meggen	Skatepark professionell pflegen / erhalten	2	2	2	3	1	3	wichtig
	O07	Grevenbrück	Wiese am Ehrenmal als Treffpunkt ausbauen	3	2	4	3	1	1	wichtig
	O08	Elspe	Parkplatz hinter der alten Grundschule als Treffpunkt etablieren	3	2	4	3	1	4	weniger wichtig
Stadtmöblierung		Gesamtstadt	Gestaltungskonzept für die Stadtmöblierung in den Zentren entwickeln (Sitzbänke, Mülleimer, Beleuchtung, Begrünung, mobiles Grün etc.)						2	weniger wichtig

¹ 1 = sehr wichtig, 2 = wichtig, 3 = weniger wichtig, 4 = unwichtig, 5 = betrifft Zentrenmanagement nicht