

Ergebnis- bericht

Potenzialanalyse für die Fußgängerzone und daran angrenzende Bereiche der Wallfahrtsstadt Werl

Endfassung | Oktober 2021

Aus Gründen der besseren Lesbarkeit wird auf die gleichzeitige Verwendung mehrerer geschlechtsspezifischer Personenbezeichnungen verzichtet. Die gewählte männliche Form schließt stets auch andere Geschlechter mit ein.

Die Stadt + Handel Beckmann und Föhler Stadtplaner PartGmbH hat bei der Umsetzung des vorliegenden Projektes mit der Stadt + Handel Dienstleistungen GbR (Hörder Hafenstraße 11, 44263 Dortmund) zusammengearbeitet. Mögliche Mitarbeiter der Stadt + Handel Dienstleistungen GbR sind bei den Verfasserangaben mit dem Zusatz „GbR“ gekennzeichnet.

Aufgrund für eine Veröffentlichung fehlender Bildrechte sind einige Fotos den Folien entnommen.

AUFTRAGGEBER
Wallfahrtsstadt Werl

VERFASSER
Dipl.-Ing. Marc Föhler
Jens Nußbaum, M. A.
Hannah Eschert, M. Sc.
Dortmund,
25.10.2021

**Stadt + Handel Beckmann und
Föhler Stadtplaner PartGmbH**

info@stadt-handel.de

www.stadt-handel.de

Amtsgericht Essen
Partnerschaftsregister-
nummer PR 3496
Hauptsitz Dortmund

Standort Dortmund

Hörder Hafenstraße 11
44263 Dortmund
Fon +49 231 86 26 890
Fax +49 231 86 26 891

Standort Hamburg

Tibarg 21
22459 Hamburg
Fon +49 40 53 30 96 49
Fax +49 40 53 30 96 47

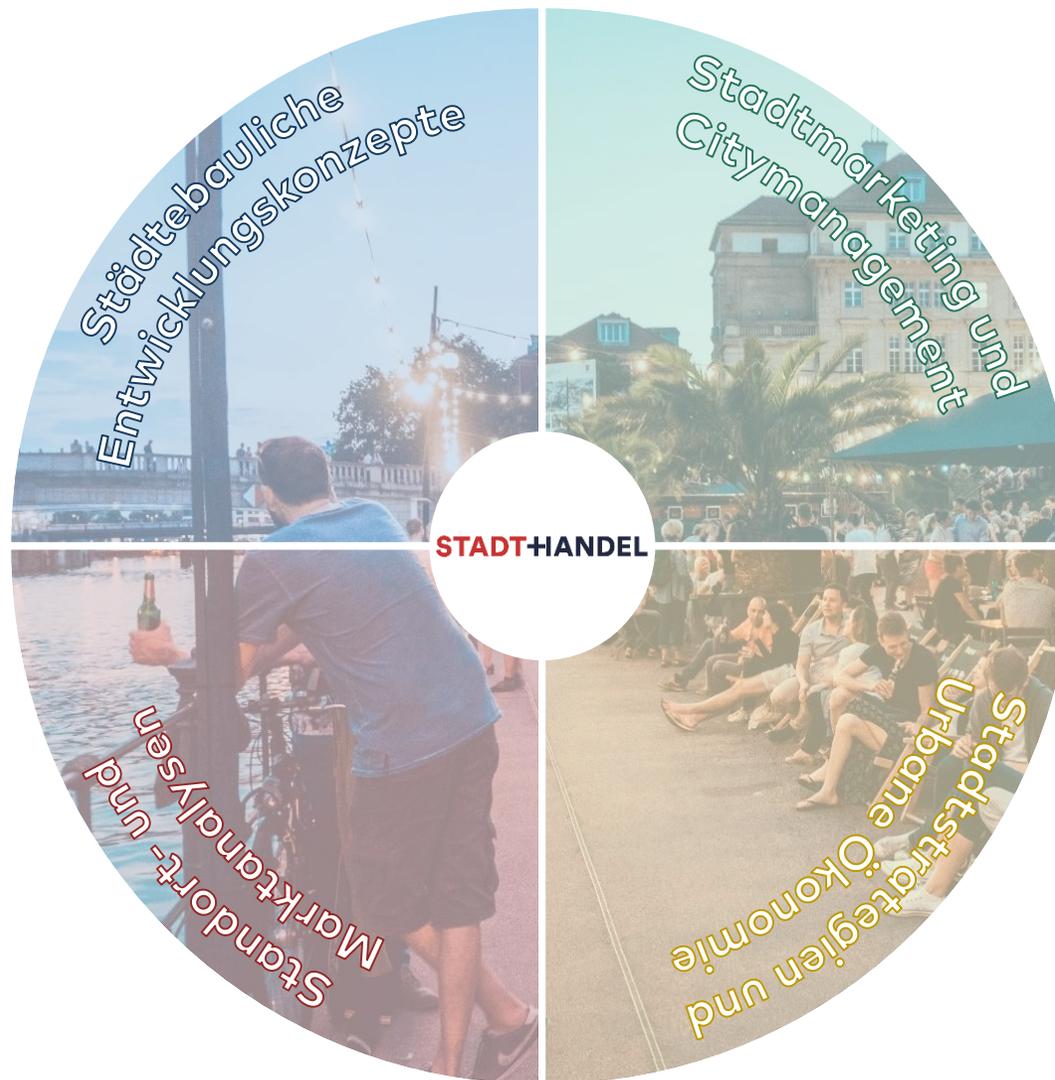
Standort Karlsruhe

Beiertheimer Allee 22
76137 Karlsruhe
Fon +49 721 14 51 22 62
Fax +49 721 14 51 22 63

Standort Leipzig

Markt 9
04109 Leipzig
Fon +49 341 92 72 39 42
Fax +49 341 92 72 39 43

Büroprofil



Quelle: Darstellung Stadt + Handel.

Einleitung

Die Struktur des Einzelhandels hat sich in den vergangenen Jahren stark verändert. Der demografische Wandel, die Digitalisierung und der Online-Handel, Unternehmenskonzentrationen und zunehmende Filialisierungsprozesse haben zu **weitreichenden Veränderungen in der Handelslandschaft** geführt. Vor allem in mittelgroßen Innenstädten, wie die Fußgängerzone in Werl, besteht Herausforderung, zwischen dem vielfältigen, spezialisierten und emotional aufgeladenen Angebot größerer Innenstädte unter pragmatisch-räumlichen Nähe grundlegender Handels- und Dienstleistungsnutzungen in Kleinstädten und an Fachmarktstandorten wettbewerbsfähig zu bleiben. Daraus erwächst für die betroffenen Innenstädte das Erfordernis, sich **neu zu positionieren** bzw. sich sogar zu erfinden. Da die Innenstadt nicht nur Versorgungsschwerpunkt einer Stadt ist, sondern auch einen Standort für Dienstleistungs-, Gastronomie-, Freizeit-, Kultur- und Wohnraumangeboten darstellt, bedarf es eines **ganzheitlichen Planungsansatzes** zur Stärkung, Positionierung und Profilierung, der neben einer angemessenen, **qualitätvollen Entwicklung des Einzelhandelsbestands** auch einen **ausgewogenen Mix aus weiteren Angeboten mit hohen Aufenthaltsqualitäten** umfassen soll.

Hierzu hat die Wallfahrtsstadt Werl eine „**Potenzialanalyse der Fußgängerzone und daran angrenzende Bereiche**“ beauftragt. Ziel der Potenzialanalyse ist es, Chancen und Möglichkeiten für die Innenstadt von Werl aufzuzeigen und eine **proaktive, zukunftsgerichtete und strategische Positionierung** zu entwickeln.

Im Zuge der Erarbeitung der Potenzialanalyse werden zunächst die Rahmenbedingungen für die Fußgängerzone von Werl abgesteckt. Dies erfolgt durch eine Analyse der regionalen Wettbewerbssituation, der Nachfragesituation sowie durch eine Einordnung der Werls im Vergleich zu Good-Practice-Innenstädten. Auf der

Basis einer Bestandserhebung der Nutzungen und einer Ortsbegehung der Fußgängerzone und der daran angrenzenden Bereiche werden anschließend zentrale Aspekte der Werler Innenstadt analysiert. Hierzu zählen neben der **Stadt- und Angebotsstruktur** auch die **Nutzungsqualitäten** der bestehenden Ladenlokale. Dabei werden zu jedem Oberthema bereits Stärken und sich ergebende Potenziale identifiziert.

Aus der Analyse leiten sich in einem nächsten Schritt **die strategischen Zielstellungen** für die nachhaltige Weiterentwicklung der Fußgängerzone von Werl ab. Hier werden eingangs die **Zielgruppen** definiert. Auf der Grundlage einer SWOT-Matrix erfolgt eine Ableitung der übergeordneten Entwicklungsstrategien für die Innenstadt. Diese werden weiter durch das Aufstellen von **Profilierungsfeldern** konkretisiert. Im Anschluss ergibt sich daraus das **räumliche Leitbild** für die Fußgängerzone und der daran angrenzenden Bereiche von Werl, das als Ausgangslage für die Entwicklung **konkreter Handlungsempfehlungen** gilt. Die Formulierung klarer Maßnahmen und Handlungsempfehlung erfolgt auf unterschiedlichen räumlichen Ebenen und wird durch Best-Practice-Beispiele gestützt.

Dabei handelt es sich um Maßnahmen, bei deren Umsetzung **alle Akteure der Stadtgesellschaft** gefragt sind. Dies umfasst neben den städtischen Institutionen auch Vereine und weitere Gesellschaften mit Innenstadtbezug, Eigentümer und Gewerbetreibende sowie die Bürger Werls. Nur durch eine **breit aufgestellte** und durch **alle Akteure unterstützte** Umsetzungsphase kann die Neupositionierung der Werler Fußgängerzone und der daran angrenzenden Bereiche gelingen und somit die Zukunftsfähigkeit der Werler Innenstadt sichern.

Trends

Trends

Nachfrage- und Angebotssituation

Wettbewerbs-Check

Stadtstruktur

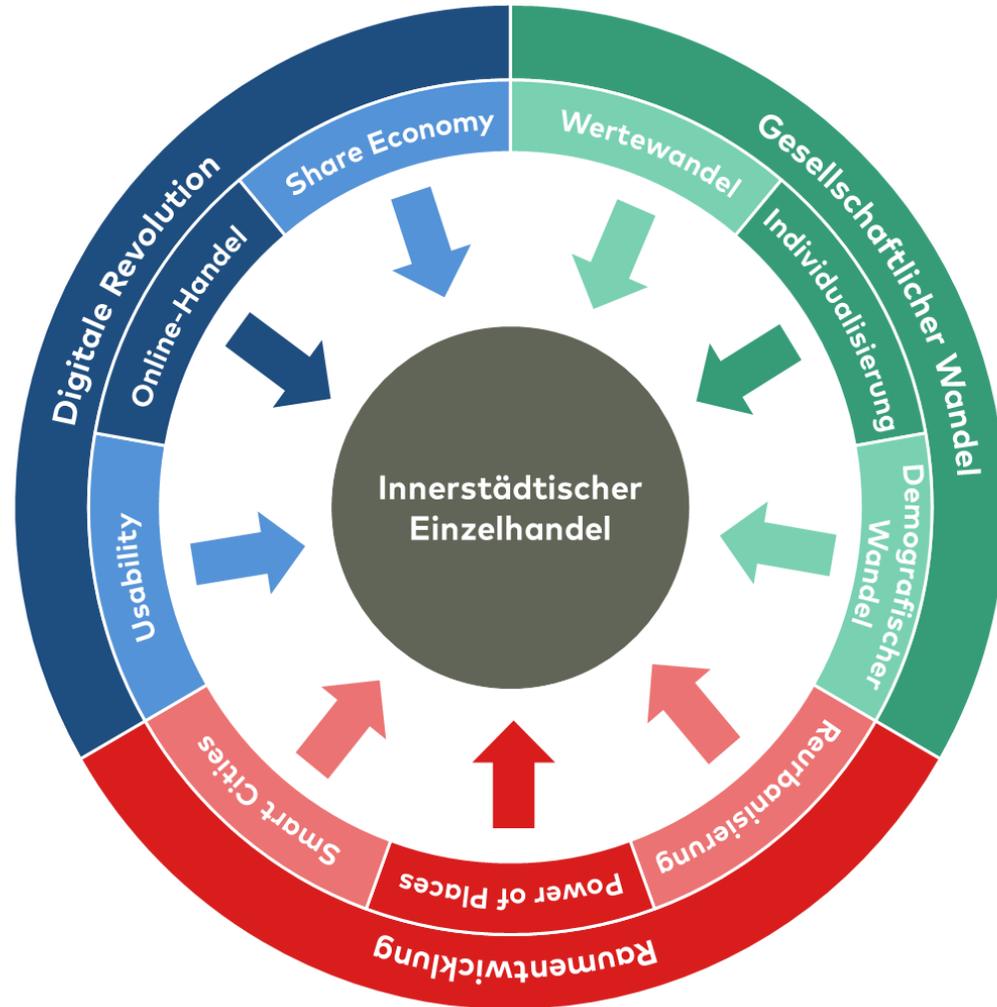
Angebotsanalyse

Nutzungsqualitäten

Zieldefinition

Handlungsempfehlungen

Megatrends



Megatrends: Der innerstädtische Einzelhandel unterliegt als dynamischer Wirtschaftsbereich einem fortwährenden Veränderungsprozess. Maßgeblich sind dabei bundesweite Veränderungen auf der Nachfrage- und Angebotsseite. Betriebswirtschaftliche Konzepte, Standortwahl und Verbraucherverhalten determinieren sich dabei wechselseitig, weswegen eine klare Differenzierung zwischen „Triebfeder“ und „Folgeeffekt“ nicht immer zweifelsfrei möglich und sinnvoll ist. Neben der Skizzierung dieser wechselseitigen Trends werden ebenso die aus den dargestellten Trends emergierenden Herausforderungen für die Stadt Werl als Mittelzentrum sowie Rückschlüsse auf die örtliche Zentrenstruktur dargelegt.

Megatrends

Gesellschaftliche Wandlungsprozesse



Wertewandel



Demografischer Wandel

Wertewandel:

Mit jeder Generation ändern sich Wertvorstellungen, Gewohnheiten und Ansprüche an die Lebensumwelt. Folge dieser zunehmenden Pluralisierung sind deutlich stärker ausdifferenzierte und neue Lebensstile u. a. mit Fokus auf körperliches Wohlbefinden und Nachhaltigkeit*, an denen sich auch der Handel hinsichtlich seiner Angebote und Betriebstypen ausrichtet und diversifiziert. Insbesondere mit dem Bedeutungsgewinn des bewussten Konsums steigt die Ausgabebereitschaft (eines Teils) der Konsumenten für Lebensmittel wieder an. Zudem wird dem Konsum neben der materiellen Bedeutung auch zunehmend ein immaterieller Erlebniswert (s. u.) beigemessen.

Demografischer Wandel: Die Bevölkerung in Deutschland wird insgesamt – trotz kurzfristiger, migrationsbedingter Sondereffekte – weniger und durchschnittlich älter, wobei mit erheblichen regionalen Unterschieden zu rechnen ist. Zudem nimmt innerhalb der Gruppe der Über-65-Jährigen der Anteil der Hochbetagten zu. Relevant ist diese Entwicklung vor allem für die örtliche Nahversorgungsstruktur, da die Nahraumversorgung für diese Kundengruppe gerade dann an Bedeutung gewinnt, wenn mit dem Alter die motorisierte Individualmobilität eingeschränkt wird. Der Handel selbst reagiert auf diese Entwicklungen bereits in Ansätzen mit bestimmten Betriebsformaten, angepasster Ladengestaltung und Serviceleistungen für Senioren (z. B. Bringdienste).

Quelle: Fotos pixabay, © oneinchpunch/Fotolia, Wikimedia, *LOHAS (Lifestyles of Health and Sustainability); **2015: rd. 20 % älter als 65 Jahre, rd. 5 % älter als 79 Jahre; 2060: rd. 33 % älter als 65 Jahre, rd. 13 % älter als 79 Jahre (vgl. Statistisches Bundesamt 2015).

Megatrends

Gesellschaftliche Wandlungsprozesse



Individualisierung

Online-Affinität

Individualisierung:

Die Zahl der Privathaushalte steigt in Deutschland weiter an, wobei sich die durchschnittliche Personenzahl je Haushalt stetig reduziert. Neben dieser quantitativen Entwicklung führen auch qualitative Aspekte der Individualisierung (z. B. Ausdifferenzierung von Zielgruppen, Individualisierung von Lebensbiografien) zu neuen Konsumverhaltensmustern (s. u.).

Online-/Sharing-Affinität: Eine wesentliche Triebfeder des Strukturwandels im Einzelhandel ist die zunehmende Digitalisierung aller Lebensbereiche. Auch bei älteren Bevölkerungsgruppen steigt die Online-Affinität deutlich an. Der damit einhergehende Sharing-Gedanke („Nutzen statt Besitzen“) wird auf Konsumentenseite immer deutlicher – die reine Nutzungsmöglichkeit wird wichtiger als der eigentliche Besitz. Die Auswirkungen auf den stationären Einzelhandel sind entsprechend disruptiv. Allerdings zeigen sich die für Mittelstädte wie Werl so wichtigen Warengruppen des kurzfristigen Bedarfs als überaus „robust“. Dies liegt zum einen in der Natur der Sache (schnell zu verbrauchende Konsumgüter lassen sich nicht teilen bzw. mieten), zum anderen aber auch an einer (noch) vorhandenen Skepsis beim Online-Einkauf von frischen Lebensmitteln sowie der dafür nicht ausgelegten Transportlogistik (z. B. Kühlkette). Es ist jedoch davon auszugehen, dass mittel- bis langfristig auch in diesem Marktsegment gesellschaftliche und technische Hürden überwunden werden. Die Entwicklung wird allerdings zunächst Großstädte bzw. hoch verdichtete Großstadtreionen betreffen.

Megatrends

Stadtraum



Wertewandel

Power of Places

Reurbanisierung:

Innenstadt-Wohnen liegt wieder im Trend: Bei einer insgesamt stagnierenden bzw. zukünftig auch rückläufigen Bevölkerungszahl sind anhaltende Bevölkerungswanderungen zu beobachten. Es profitieren v. a. urbane Räume. Stadtwachstum ist dabei nicht nur unbedingt Einwohnerwachstum, sondern auch Haushaltswachstum. Denn die Zahl der Single-Haushalte wächst. Träger der Reurbanisierung sind insbesondere junge Personengruppen sowie (zukünftig) auch verstärkt die sogenannten „jungen Alten“, die ein gewisses urbanes Flair, kurze Wege und hochwertige Infrastruktur bevorzugen.

Power of Places (oder „Die Kraft des Ortes“):

Die Multifunktionalität der Innenstädte nimmt aufgrund der steigenden Verträglichkeit von Wohnen, Arbeiten und Freizeit und der hohen Attraktivität vieler Innenstädte deutlich zu. Neben der Konzentration auf die Innenstadt selbst (Reurbanisierung), gewinnt dabei auch der konkrete, physische Ort als neues „Wohnzimmer“ zwischen den Polen Wohnen und Arbeiten an Bedeutung. Insbesondere in der heutigen hochmobilen und digital vernetzten Arbeitswelt ergibt sich für viele Menschen das Bedürfnis nach einer „Rückbettung“ in einen lokalen, real erlebbaren Kontext, wie z. B. der „Kiez“ eines Stadtquartieres.

Megatrends

Trends der Raumentwicklung



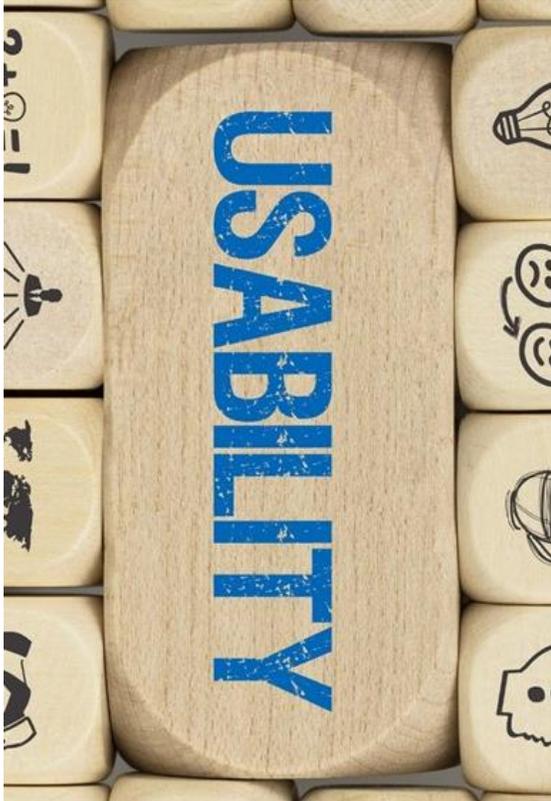
Smart Cities:

Die „smarte“ Stadt von morgen steht ganz im Zeichen der Vernetzung. Das beginnt bei Basics wie kostenlosem, öffentlichen WLAN und setzt sich über vernetzte und aufeinander abgestimmte Verkehrsleitsysteme fort. Neben dem Smartphone als Mobilitätszentrale zwischen Mensch und Verkehrssystem wird v. a. das „Internet der Dinge“ in Form intelligenter Verkehrs- und Logistikinfrastrukturen (z. B. dynamische Verkehrslenkung, Car-Sharing-Angebote, Mikrodepots, intelligente Paketboxen) die zukünftige Stadt bestimmen.

Smart Cities

Megatrends

Stadtökonomie



Usability



Digitalisierung der
Wirtschaft

Usability:

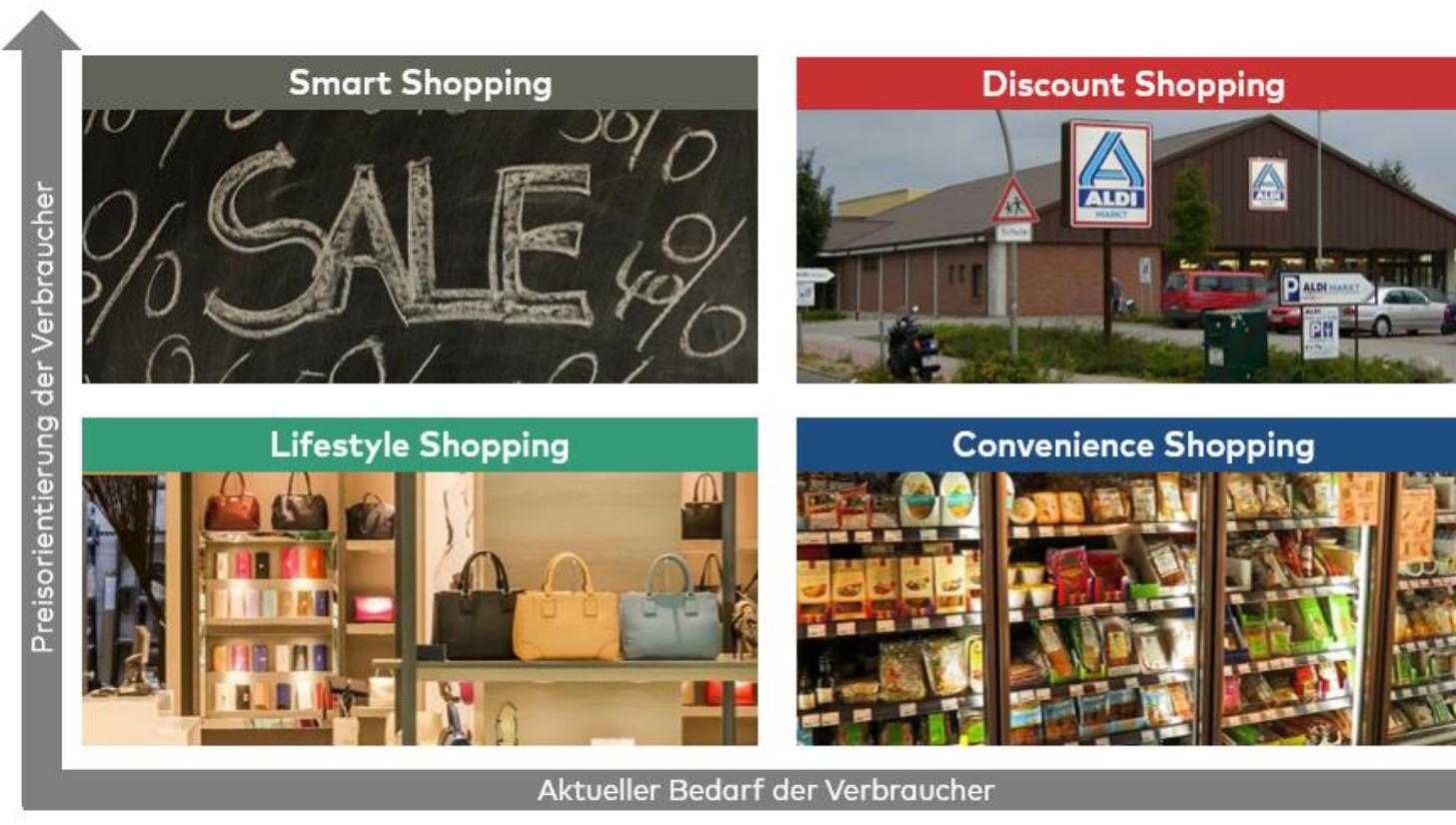
Das Smartphone (bzw. dessen technische Nachfolger) trägt maßgeblich zu einem einfacheren Umgang mit komplexer, digitaler Technik bei. Heute ist es für uns selbstverständlich, dass wir mobil ein Hotelzimmer reservieren, ein Paket bestellen und uns zielsicher durch eine fremde Stadt bewegen, ohne in eine gedruckte Karte oder auf einen gedruckten Fahrplan zu schauen. Die jüngeren Generationen wachsen als „Digital Natives“ mit diesen Vernetzungsmöglichkeiten auf und fordern diese auch ein – das heißt, der Anspruch an die Benutzerführung wächst ebenso.

Digitalisierung der Wirtschaft:

Die Digitalisierung der Wirtschaft ist in vollem Gange – insbesondere der Einzelhandel erfährt große strukturelle Veränderungen. Services wie Click & Collect, Click & Reserve oder Same-Day-Delivery haben einen hohen Stellenwert im Wettbewerb und einen ebenso großen Einfluss auf das Verkehrsverhalten im Personen- und Warenwirtschaftsverkehr. Auch abseits des Einzelhandels hat der Trend zu kleinteiligeren Wirtschaftsprozessen und Spezialisierung mehr Verkehrsbeziehungen zur Folge. Auf der anderen Seite löst die Digitalisierung im Bereich der Verkehrstechnik (z. B. autonomes Fahren) eine gänzlich neue Dynamik aus.

Trends der Einzelhandelsentwicklung

Typisierung situativer Konsumverhaltensmuster



Segmentierung der Nachfragemärkte:

Im Wesentlichen können vier Typen des situativen Konsumverhaltens unterschieden werden:

- Erlebniseinkauf (*lifestyle shopping*)
- Bequemlichkeitseinkauf (*convenience shopping*),
- Preiseinkauf (*discount shopping*) und
- Schnäppcheneinkauf (*smart shopping*).

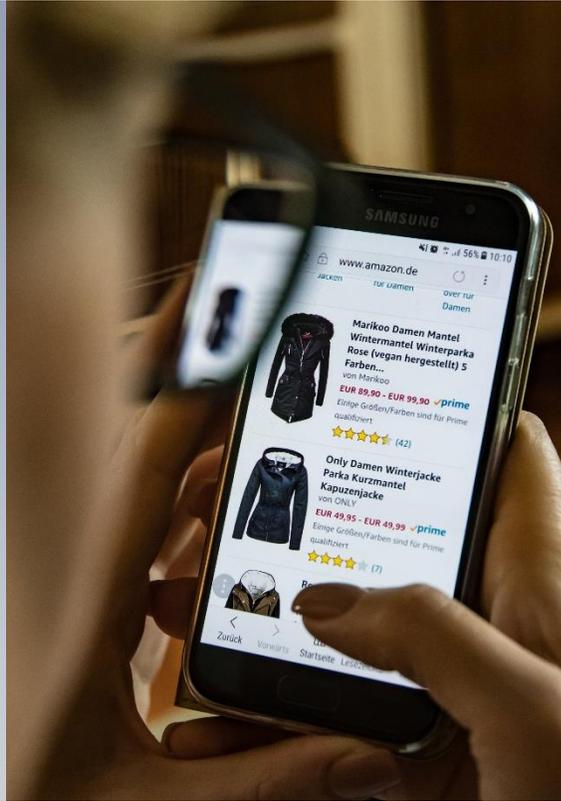
Neben dem für den nahversorgungsrelevanten Einzelhandel immer noch prägenden preisbewussten Einkauf haben in den vergangenen Jahren zunehmend der Bequemlichkeitseinkauf und in gewissen sozialen Milieus auch durchaus der Erlebniseinkauf an Bedeutung gewonnen. Je nach aktueller Preisorientierung und aktuellem Bedarf bzw. der jeweiligen Zeitsensibilität verfällt der sogenannte „hybride Verbraucher“ je nach Situation in eine der entsprechenden Konsumtypen.

Trends der Einzelhandelsentwicklung

Wandel des Einkaufsverhaltens



Kopplung



Entkopplung

Kopplung und Entkopplung von Konsum:

Aufgrund der bereits skizzierten gesellschaftlichen Wandlungsprozesse, des hohen Motorisierungsgrades und sinkender Zeitkontingente (insb. durch die individualisierten Lebensformen und die „doppelte“ Erwerbstätigkeit in Familien) wird der Einkaufsaufwand weiter durch weniger, aber dafür umfassendere Einkäufe reduziert. Das sogenannte one-stop-shopping begünstigt die Bildung von flächenintensiven Kopplungsstandorten. Der Vorteil der Bequemlichkeit und der Angebotsvielfalt schlägt dabei aus Kundensicht oft das Kriterium der räumlichen Nähe von Versorgungsstandorten. Einkaufswege werden dabei zumeist mit beruflichen oder freizeitbedingten Wegen gekoppelt. Auf der anderen Seite führt die weiter zunehmende Nutzerfreundlichkeit von Online-Einkäufen (insb. durch die Entwicklung des Mobile Commerce auf dem Smartphone) zu einer zeitlichen und räumlichen Entkopplung von Konsum – der Einkauf „abends auf der Couch“ ist keine Seltenheit. Dieser Faktor kann durchaus auch positive Impulse auf die generelle einzelhandelsbezogene Ausgabebereitschaft haben.

Trends der Einzelhandelsentwicklung

Wandel des Einkaufsverhaltens



Erlebnisorientierung



Polarisierung

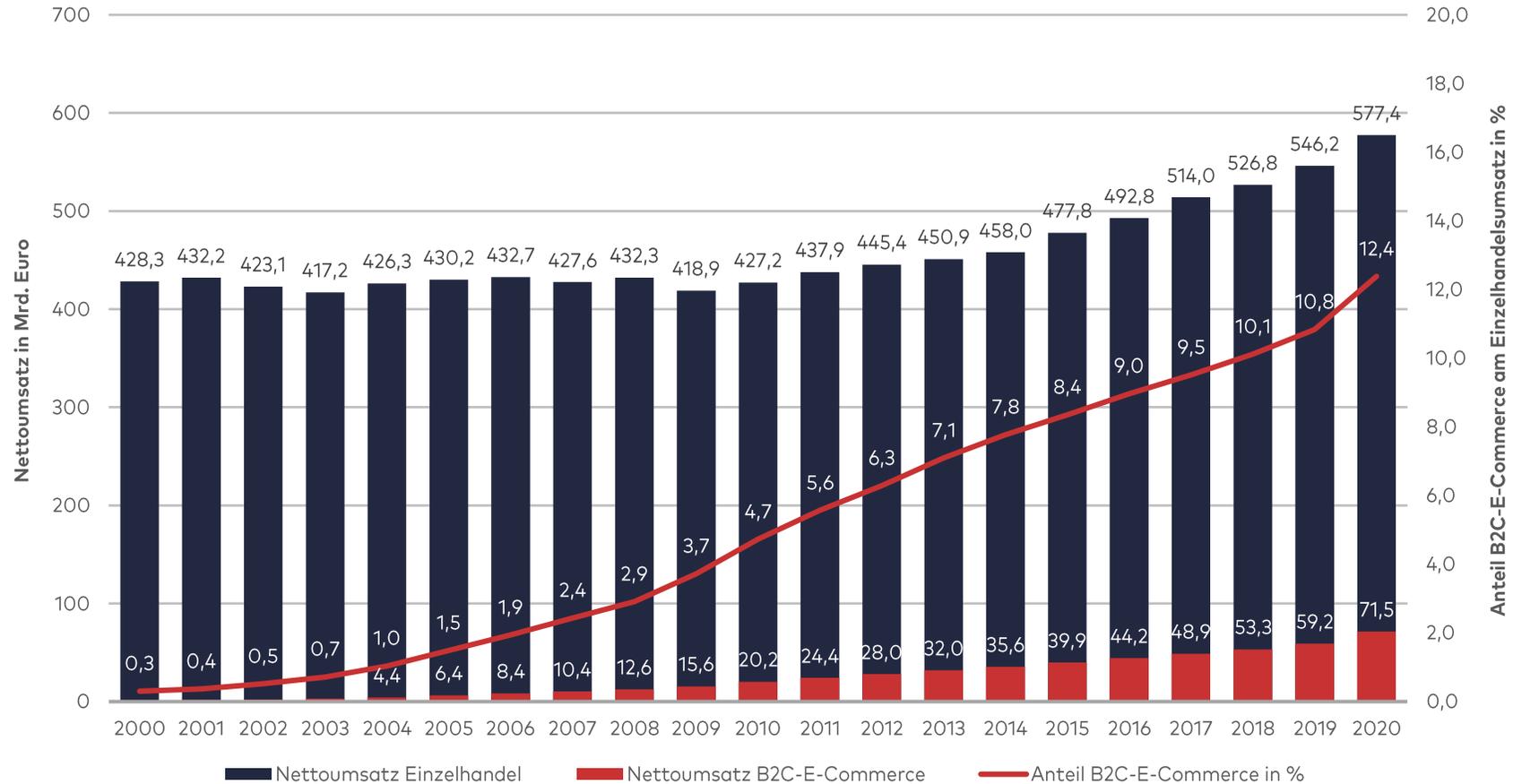
Erlebnisorientierung:

Der Erlebniseinkauf spielt nicht nur beim klassischen „Einkaufsbummel“ eine wichtige Rolle. Auch im Bereich der Nahversorgung versuchen die Anbieter durch hochwertigere Warenpräsentation, Erhöhung der Angebotsvielfalt (insb. auch regionale und zielgruppenspezifische Produkte) sowie spezielle Serviceangebote die Aufmerksamkeit der Kunden zu gewinnen. Der Einkauf wird dabei ähnlich emotional aufgeladen wie in anderen Branchen auch. Dies führt u. a. zu einem erhöhten Platzbedarf und damit verbunden höheren Verkaufsflächenansprüchen.

Preis-/Zielgruppenpolarisierung: Obwohl insgesamt ein Wachstum der Haushaltseinkommen zu verzeichnen ist, führt die Einkommenssteigerung erst seit den letzten Jahren wieder zu einer minimalen Erhöhung des einzelhandelsrelevanten Ausgabeanteils. Ein stetig wachsender Teil des Budgets der privaten Haushalte wird weiterhin für Wohnen (steigende Mieten und Mietnebenkosten) sowie freizeitorientierte Dienstleistungen ausgegeben. Darüber hinaus schlägt sich die zu beobachtende Einkommenspolarisierung auch in einer Polarisierung von Zielgruppen und Nachfrage nieder: Hochwertige und hochpreisige Angebote finden ebenso ihren Absatz wie discountorientierte Produkte. Mittelpreisige Anbieter ohne klaren Zielgruppenfokus geraten hingegen unter Druck.

Trends der Einzelhandelsentwicklung

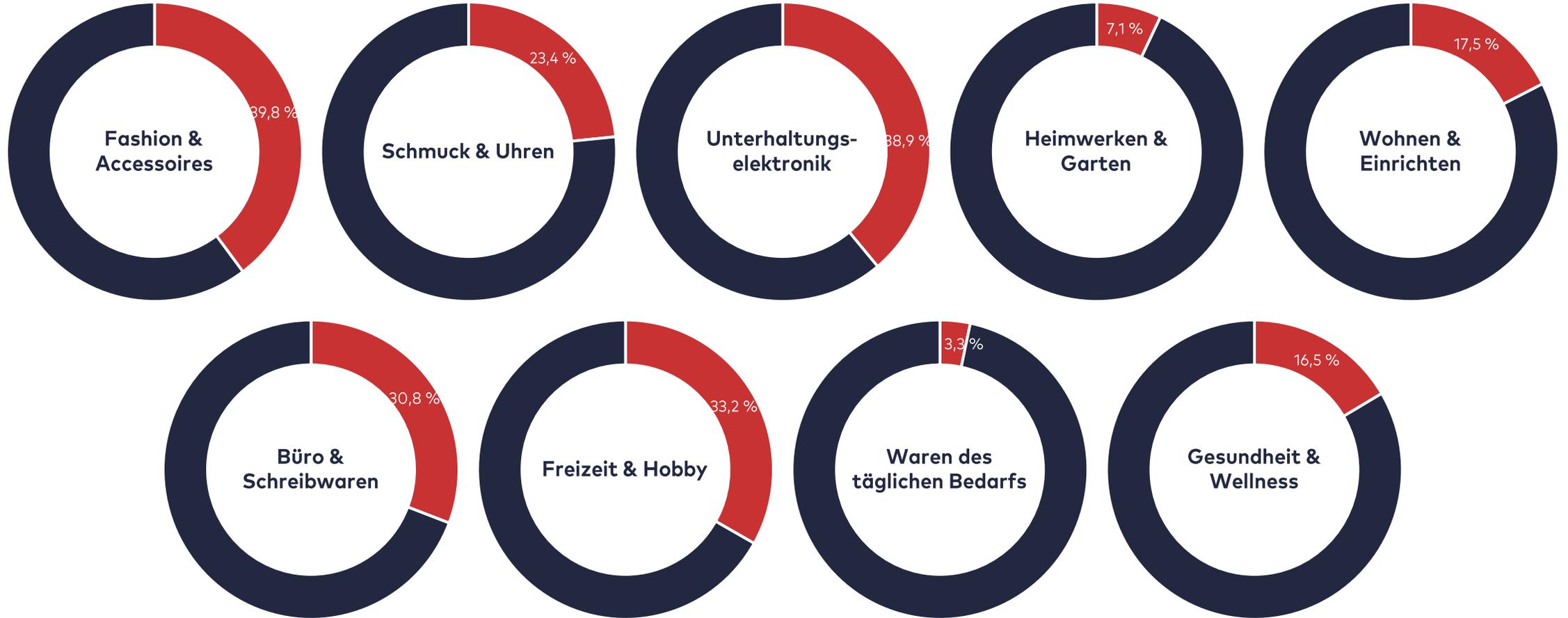
Entwicklung des Online-Anteils am Einzelhandelsumsatz



Quelle: Darstellung und Berechnung Stadt + Handel; Daten: Statistisches Bundesamt, Handelsverband Deutschland (HDE); * Prognose.

Trends der Einzelhandelsentwicklung

Online-Anteil am Einzelhandelsumsatz in Deutschland 2020

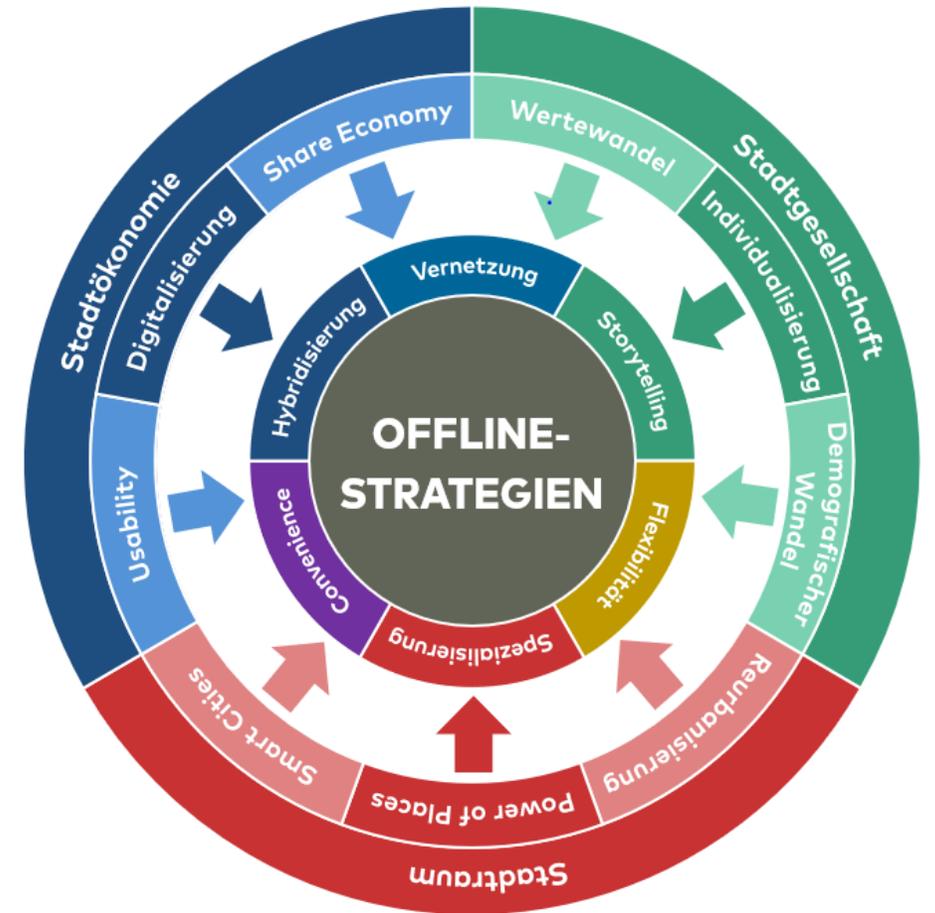


Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Daten: Handelsverband Deutschland (HDE), Institut für Handelsforschung (IFH) 2021.

Neue Anforderungen an Innenstädte

Aus den vielfältigen, vorangegangenen Trends ergeben sich demnach neue Anforderungen an die Innenstädte, die unterschiedliche Lebensbereiche tangieren. Um Innenstädte, wie die Fußgängerzone von Werl, zukunftsfähig und nachhaltig zu positionieren, bedarf es daher neuer Wege abseits der bisherigen Ausrichtung der Zentren. Dabei gelten diese Anforderungen nicht nur für den Einzelhandel – auch Gastronomie und weitere Nutzungen der Zentren sind hierbei inkludiert und werden zukünftig eine wichtige Rolle hinsichtlich der Strahlkraft und der Funktionsfähigkeit der Innenstädte spielen.

Die neuen Anforderungen an die Innenstädte sind vielfältig. So soll zum einen eine bessere Vernetzung gegeben sein, d. h. eine zunehmende Verzahnung zwischen den Offline- und Online-Kanälen stattfinden. Um die Angebote für die pluralisierte Gesellschaft mit den unterschiedlichsten Ansprüchen weiter zu attraktivieren, spielt auch das Thema Storytelling eine Rolle. Aufgrund der Ausdifferenzierung und Veränderung der verschiedensten Lebensstile ist auch ein gewisses Maß an Flexibilität von Bedeutung, was von weitreichenden Öffnungszeiten einzelner Betriebe bis zur flexiblen Nutzung der Ladenlokale, z. B. in Form von Pop-up-Stores, reicht. Eine weitere Herausforderung für die Innenstädte wird die Spezialisierung sein, die sich z. B. in Form von individuellen Sortimenten oder durch eine klare Ausrichtung auf eine bestimmte Zielgruppe zeigt. Spezialisierte Angebote in den Innenstädten machen den Stadtraum erlebbarer und schaffen das „gewisse etwas“. Darüber hinaus spielt auch das Thema Convenience eine zunehmende Rolle. Insbesondere die Verringerung der Zeitkontingente infolge der Entstehung neuer Lebensstile lassen den Wunsch nach Bequemlichkeit aufkommen. Zuletzt ist die Hybridisierung eine zentrale Anforderung für die Innenstädte, die sich v. a. in der Kombination unterschiedlicher Nutzungsarten zeigt. Attraktive Hybrid-Konzepte steigern das Einkaufserlebnis und schaffen damit Anziehungspunkt in der Innenstadt.



Quelle: Darstellung Stadt + Handel.

Nachfrage- und Angebotssituation

Trends

Nachfrage- und Angebotssituation

Wettbewerbs-Check

Stadtstruktur

Angebotsanalyse

Nutzungsqualitäten

Zieldefinition

Handlungsempfehlungen

Relevante Erkenntnisse aus vorhandenen Gutachten

ISEK Stadtkern Werl 2020



Das integrierte Stadtentwicklungskonzept für den Stadtkern Werl aus dem Jahr 2020 hat diverse Leitziele zur Weiterentwicklung erarbeitet. Für die Potenzialanalyse der Fußgängerzone und angrenzende Bereiche sind insb. folgende Aspekte relevant und werden bei der weiteren Bearbeitung miteinbezogen:

- Förderung der **Nutzungsvielfalt** im Stadtkern
- Ausbau des Themas „**Wallfahrt**“ → Verknüpfung mit Tourismus, Kultur und Freizeitangeboten
- **Förderung der Wohnfunktion im Stadtkern**
- attraktive Gestaltung des **öffentlichen Raums** durch Verbesserung der Gestaltungs- und Aufenthaltsqualität
- Sicherung und Stärkung des **historischen Charakters** der Kernstadt
- öffentlichen Raum für alle Besucher nutzbar machen
- Konzentration der Nutzungen im Stadtkern zur Sicherung der Versorgungsfunktion

Relevante Erkenntnisse aus vorhandenen Gutachten

Stadtmarketingkonzept Werl 2017

cima.

München Stuttgart Forchheim
Köln Leipzig Lübeck Ried(A)

CIMA Beratung + Management GmbH
Eupener Straße 150 50933 Köln
T 0221-937296-20
F 0221-937296-21
www.cima.de

Stadtentwicklung

Marketing

Regionalwirtschaft

Einzelhandel

Wirtschaftsförderung

Citymanagement

Immobilien

Organisationsberatung

Kultur

Tourismus

Stadtmarketingkonzept Werl

Ansprechpartner:
Dr. Wolfgang Haensch
Birte Rötzeier

Köln, 07. Juli 2017

Stärken	Schwächen
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Innenstadt als zentraler Einkaufsplatz ▪ Qualifizierte und inhabergeführte Fachgeschäfte ▪ Historische Altstadt ▪ Erreichbarkeit ▪ Verkaufsoffene Sonntage und weitere Veranstaltungen ▪ Zusammenschluss des örtlichen Gewerbes 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Niedrige Passantenfrequenz ▪ Funktionsschwäche einzelner Geschäftslagen ▪ Defizite im Stadtbild ▪ Digitalisierung ▪ Image

▪ Drei Kernkompetenzen der Stadt Werl:

- Werl als **Wallfahrtsstandort** (Tourismusförderung, Werl als „Ort der Selbstfindung und der Entschleunigung“)
- Werl als **Wohnstandort** (aktive Wohnbaulandentwicklung insb. für Zielgruppe der jungen Familien, damit verknüpft die Förderung von Kultur- und Freizeitangeboten)
- Werl als **Einkaufsstadt** (städtebauliche Aufwertung, gezielte Einzelhandelsförderung, Geschäftsflächenmanagement)

Relevante Erkenntnisse aus vorhandenen Gutachten

Zukunftswerkstatt des Wirtschaftsring e.V. und der GWS mH Werl 2018

Im November 2018 fand, organisiert durch den Wirtschaftsring Werl e.V. und der Gesellschaft für Wirtschaftsförderung und Stadtentwicklung Werl, eine Zukunftswerkstatt statt, bei der alle Mitglieder des Wirtschaftsring Werl e.V. die Möglichkeit zur Teilnahme hatten. Nebenstehend sind die zentralen Ergebnisse dargestellt.

Optimierungsbedarf Innenstadt	Positive Anknüpfungspunkte	Konkrete Vorschläge für Verbesserung
<ul style="list-style-type: none">▪ Aufenthaltsqualität, Erscheinungsbild, Pflege, Atmosphäre▪ Öffnungszeiten▪ Länge der Fußgängerzone▪ Fehlendes Gesamtkonzept (gestalterisch, strategisch)▪ Unzureichendes Angebot▪ Parkgebühren	<ul style="list-style-type: none">▪ Standort (Logistik, Flughafen, Erreichbarkeit durch Autobahn)▪ Stadt (historische Altstadt, Kirche/Wallfahrt, Kurpark)▪ Freizeit (Vereinsleben)▪ Handel (engagierte Kaufleute, inhabergeführte Geschäfte)	<ul style="list-style-type: none">▪ Freizeit & Kultur (Veranstaltungen unterschiedlicher Art, Wallfahrtsstadt, historischer Stadtkern)▪ Akteure (Vernetzen, Investoren, Gründungsförderung, Fördermittel)▪ Fußgängerzone (Pflaster erneuern, Wetterschutz, attraktive Gestaltung, W-LAN)▪ Marktplatz (Gastronomie, Parken)▪ Wohnen (neue Wohnbauflächen, neue Bürger)▪ Ausstattung (Ladestation für Auto und Fahrrad)▪ Handel (Pop-up-Stores, weitere Filialisten, längere Öffnungszeiten, angepasster Branchenmix)

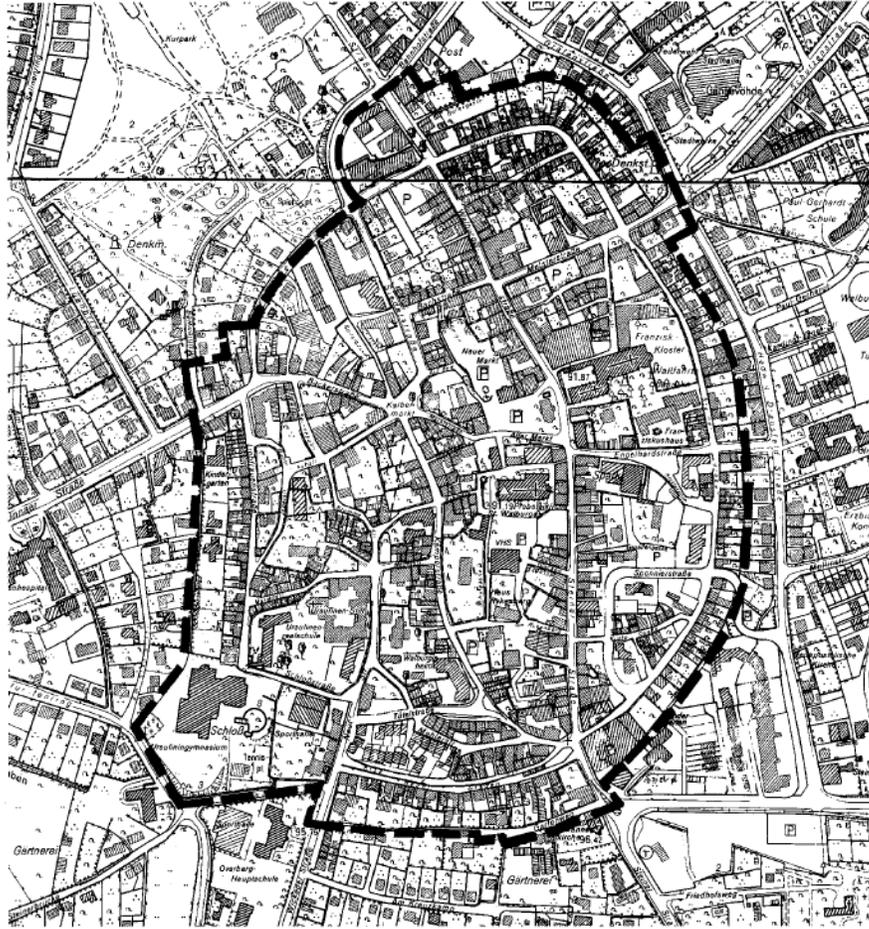
Relevante Erkenntnisse aus vorhandenen Gutachten

Vitale Innenstädte 2016

- Projekt des IfH Köln mit bundesweit 121 Städten aller Ortsgrößen
- Ergebnisse der Passantenbefragung:
 - Besucher der Innenstadt stammen überwiegend aus dem Werler Stadtgebiet
 - Bei Durchschnittsalter der Passanten von 50,4 Jahren spricht die Innenstadt eher die älteren Zielgruppen an
 - Im Vergleich zu anderen Städten derselben Ortsgröße ist das Einkaufsverhalten der Werler Passanten tendenziell weniger online-affin
 - Gesamtattraktivität wurde überdurchschnittlich schlecht bewertet (hier v. a. Freizeitangebot, aber auch Ladenöffnungszeiten, Parkmöglichkeiten, ÖPNV-Erreichbarkeit und Gastronomieangebot)
 - Gut bewertet wurde das Dienstleistungsangebot, verkaufsoffene Sonntage und die Pkw-Erreichbarkeit
 - Einzelhandelsangebote wurde schlechter als der Ortsgrößendurchschnitt eingeschätzt
 - Positiv: Optik, Bücher, Telekommunikation
 - Negativ: Lebensmittel, Elektronik, Sport/spiel/Hobby, Wohnen/Einrichten/Dekorieren

Relevante Erkenntnisse aus vorhandenen Gutachten

Gestaltungs- und Denkmalsbereichssatzung für die Altstadt Werl



- Geltungsbereich der Satzungen nahezu identisch → Altstadt Werl

Gestaltungssatzung

- Gültige Fassung vom 15.12.2011
- Ziel: „historische Eigenart des Orts- und Straßenbildes zu wahren und vor Verunstaltung zu schützen.“
- Festlegung von u. a. Abstandsflächen, Eigenschaften der Dächer und der Fassaden, Türen- und Fenstergestalt, Schaufenster, technische Anlagen, Werbeanlagen, Außenanlagen

Denkmalsbereichssatzung

- Satzung über den Denkmalsbereich der Werler Altstadt vom 14.09.1988
- Zweck: Erhalt des historischen Erscheinungsbildes, insb. den mittelalterlichen Stadtgrundriss, der Werler Altstadt
- Schutzgegenstände sind u. a. Stadtgrundriss, Form und Größe der Gesamtanlage, Straßennetz und historische Baustruktur

Quelle: Stadt Werl: Gestaltungssatzung für die Altstadt Werl, 2. Satzung zur Änderung der Gestaltungssatzung 15.12.2011; Stadt Werl: Satzung über den Denkmalsbereich der Werler Altstadt vom 14.09.1988.

Relevante Erkenntnisse aus vorhandenen Gutachten

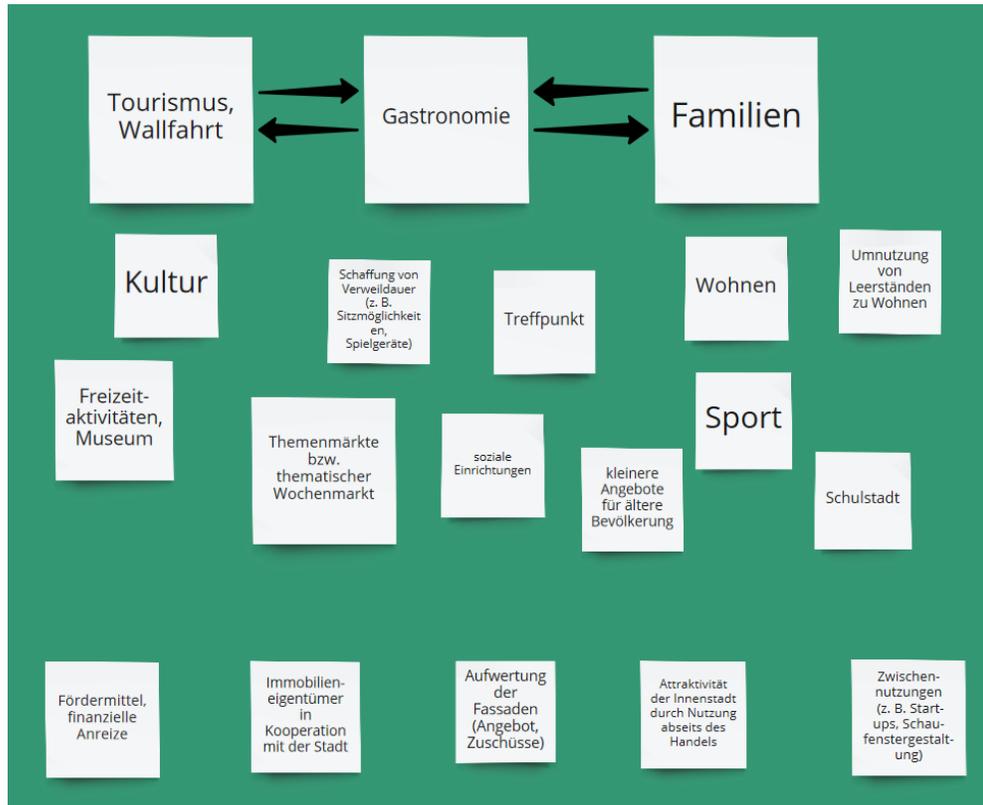
Key-Facts

- Drei Kernkompetenzen von Werl
 - **Wallfahrtsstandort**,
 - **Wohnstandort** und
 - **Einkaufsstandort**
- Förderung der **Nutzungsvielfalt** im Stadtkern → Wallfahrt, Tourismus, Kultur, Freizeit, Gastronomie, Versorgung und Wohnen
- Gestaltungs- und Denkmalebereichssatzung mit konkreten Vorgaben für die **historische Altstadt** Werls
- unterdurchschnittliche Bewertung der Gesamtattraktivität und des Erscheinungsbildes durch Bürger und Innenstadtakteure
- Erkenntnisse der bestehenden Gutachten werden im Prozess der Erarbeitung der Potenzialanalyse für die Fußgängerzone mitbedacht, hinterfragt und – wenn sinnvoll – weiterentwickelt

Ergebnisse des virtuellen Innenstadtpaziergangs

Am 14. April 2021 fand ein virtueller Innenstadtpaziergang mit Akteuren aus Politik, Verwaltung, Wirtschaftsförderung, Interessensvereinen, Regionale Südwestfalen und Immobilieneigentümern statt. Die zentralen Ergebnisse zu den Chancen und Risiken der zukünftigen Entwicklung der Fußgängerzone den angrenzenden Bereichen Werls sind nachfolgend dargestellt.

Chancen



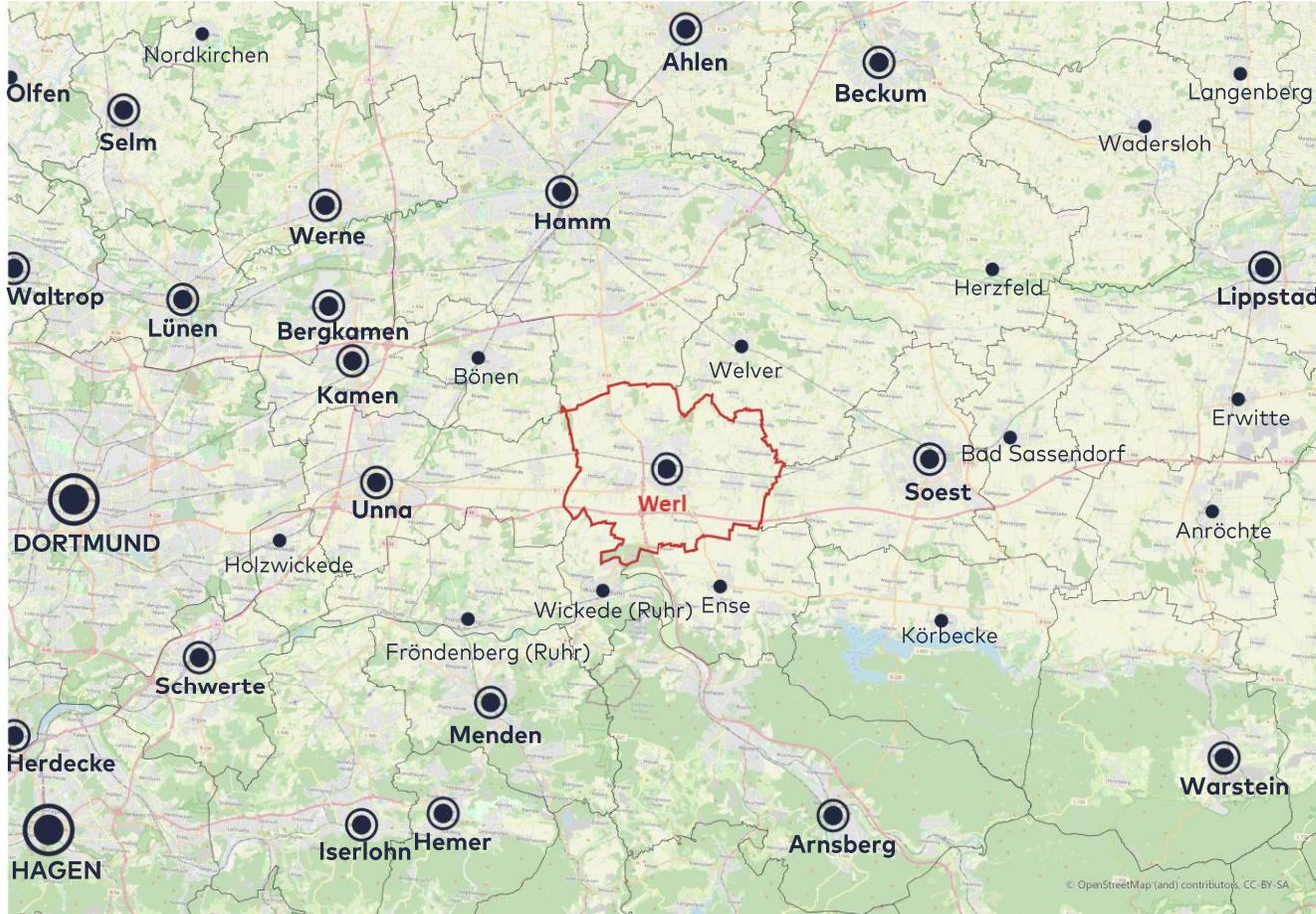
Risiken



Siedlungsräumliche Rahmenbedingungen

Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Einwohner: Stadt Werl (Stand: 16.12.2021); ZOF: BBSR 2008 (aktualisiert durch Stadt + Handel); Kartengrundlage: Bundesamt für Kartographie und Geodäsie 2018; OpenStreetMap – veröffentlicht unter ODbL.

- Administrative Grenzen**
- Untersuchungskommune
 - Kommunen
 - Bundesland
- Zentralörtliche Funktion**
- Oberzentrum
 - Mittelzentrum
 - Grundzentrum



10 km

Versorgungsfunktion

Zentralörtliche Funktion Mittelzentrum

Siedlungsstruktur Gesamtstadt

Einwohner (Hauptwohnsitz)	31.606
Relative Einwohnerentwicklung bis 2026	-4,1 %

Einwohner nach Ortsteilen

Werl	21.702 (69 %)
Büderich	2.908 (9 %)
Westönnen	2.335 (7 %)
Hilbeck	1.192 (4 %)
Holtum	1.098 (3 %)
Sönnern	814 (3 %)
Budberg	551 (2 %)
übrige Stadtteile	1.006 (3 %)

Nächstgelegene Mittelzentren	Nächstgelegene Oberzentren
------------------------------	----------------------------

Unna (20 min)	Dortmund (35 min)
Arnsberg (20 min)	Hagen (40 min)
Soest (25 min)	Bochum (50 min)
Hamm (25 min)	Münster (50 min)
Menden (30 min)	Wuppertal (60 min)

Nachfragesituation

Sozioökonomische Rahmenbedingungen

Werl	2017	2018	2019	Entwicklung
Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte Arbeitsort	9.258	9.501	9.494	2,5 %
Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte Wohnort	11.348	11.677	11.817	4,1 %
Einpendler Arbeitsort (Einpendlerquote)	5.369 (58 %)	5.473 (58 %)	5.461 (58 %)	1,7 %
Auspendler Wohnort (Auspendlerquote)	7.460 (66 %)	7.649 (66 %)	7.785 (66 %)	4,4 %
Pendlersaldo	-2.091	-2.176	-2.324	-233
Kreis Soest	2017	2018	2019	Entwicklung
Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte Arbeitsort	109.132	111.600	112.583	3,2 %
Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte Wohnort	117.027	119.811	121.322	3,7 %

Quelle: Darstellung und Berechnung Stadt + Handel; Daten: Bundesagentur für Arbeit
(Stichtag: 30.06.).

Nachfragesituation

Tourismus in Werl



- steigende Tourismuszahlen in den letzten Jahren, jedoch Einbruch aufgrund der Corona-Pandemie
- Fokus auf Wallfahrtstourismus
 - Zielgruppe: eher ältere Besucher
- durchschnittliche Aufenthaltsdauer: 1,6 Tage
 - überwiegend Kurzurlaubsreisen und Tagestourismus

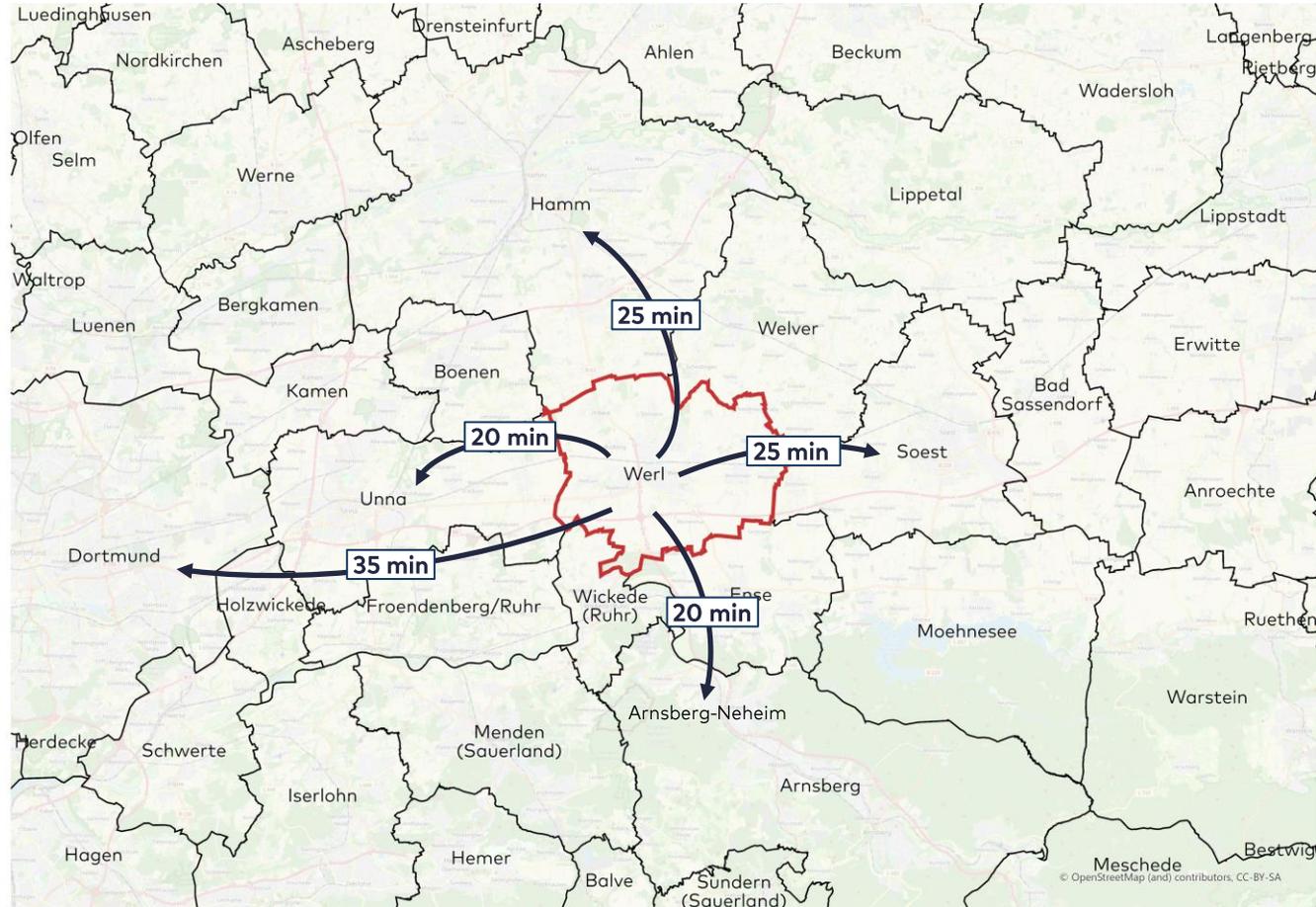
Nachfrageeffekte:

- zusätzliche Ausgaben in der Gastronomie sowie für Freizeit und Unterhaltung
- größte Nachfrage bei den Warengruppen Textilien, Bekleidung, Schuhen und Lederwaren
- außerdem: Papierwaren und Verlagserzeugnisse, Schmuck, Kunst und Souvenirs

Nachfragesituation

Wettbewerbssituation

- Administrative Grenzen**
- Untersuchungskommune
 - Kommune
 - Bundesland



Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Kaufkraft: IFH Retail Consultants GmbH 2019
Kartengrundlage: Bundesamt für Kartographie und Geodäsie 2018; Digital Data Services GmbH (DDS) 2014; Kaufkraft auf Ebene der PLZ5-Gebiete.

Nachfragesituation

Einzugsgebiet von Werl

Administrative Grenzen

Untersuchungskommune

Kommune

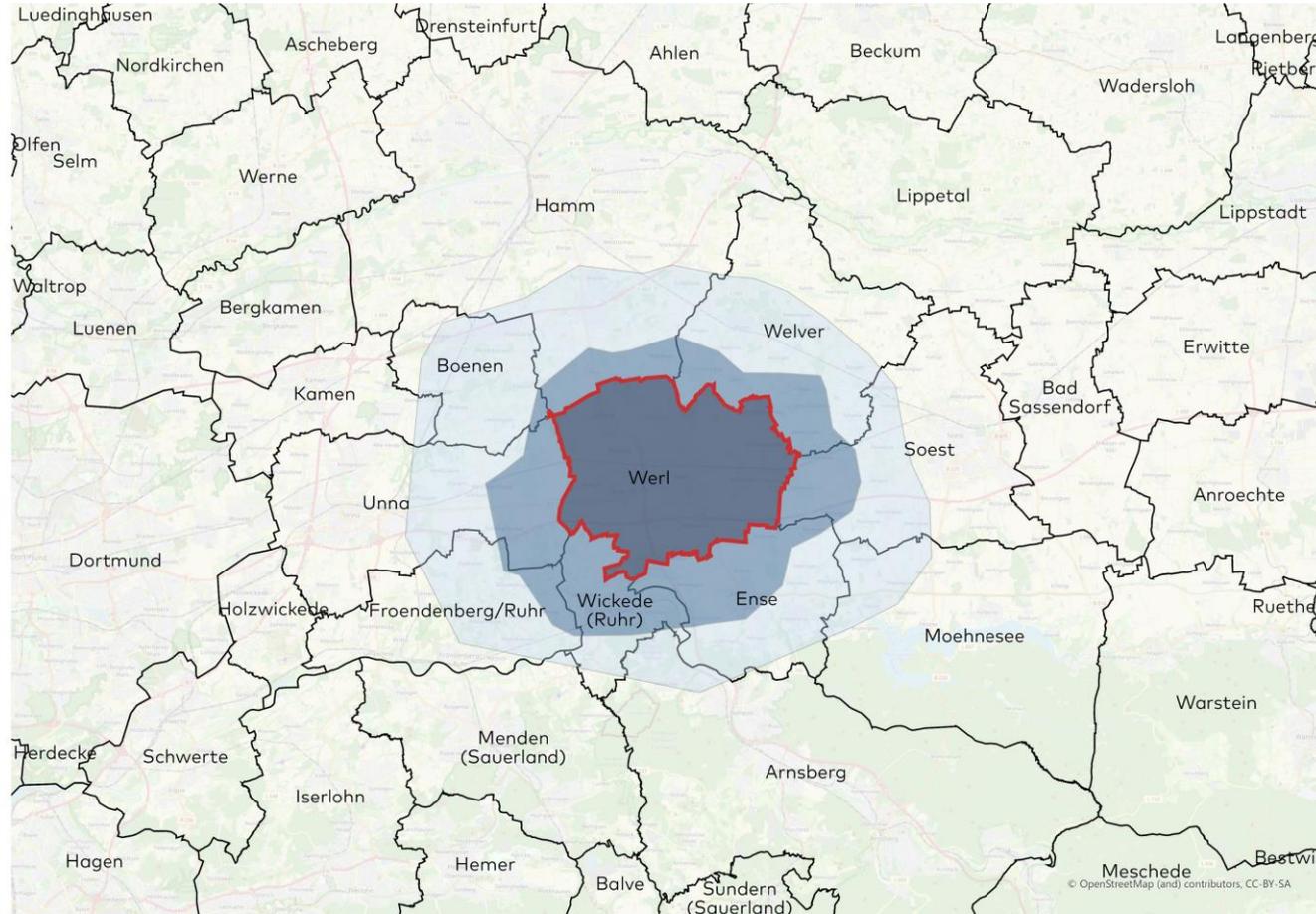
Bundesland

Einzugsgebiet

Zone I

Zone II

Zone III



Zone I umfasst das Stadtgebiet von Werl. Dieses wird als das Kerneinzugsgebiet definiert, aus welchem der überwiegende Kundenanteil des Werler Einzelhandels stammt.

Aufgrund der räumlichen Nähe, der Angebotssituation und der verkehrlichen Erreichbarkeit umfasst **Zone II** Teile der an Werl angrenzenden Kommunen Hamm, Welper, Soest, Ense, Wickede, Fröndenberg, Unna und Bönen.

Zone III umfasst schließlich weitere Teile der oben genannten Kommunen der Zone II und schließt zusätzlich Bereiche der Kommune Kamen mit ein. Die stärkere Ausrichtung auf die West-Ost-Achse ist insbesondere durch die verkehrliche Anbindung Werls begründet. Aufgrund von Raum-Zeit-Distanzen, der Versorgungsfunktion der umliegenden Mittel- und Oberzentren, den ausgeprägten Wettbewerbsstrukturen im Umfeld und der Verkehrsinfrastruktur sind hier jedoch nur noch Einkaufsfahrten in geringer Zahl nach Werl zu erwarten.

Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Kartengrundlage: Bundesamt für Kartographie und Geodäsie 2018, OpenStreetMap – veröffentlicht unter ODbL.

Nachfragesituation

Einzelhandelsrelevante Kaufkraft

Warengruppe	Kaufkraft in Mio. Euro	Kaufkraft je Einwohner in Euro
Nahrungs- und Genussmittel	73,5	2.325
Drogerie/Parfümerie/Kosmetik, Apotheken	10,7	339
Blumen, zoologischer Bedarf	3,5	110
PBS, Zeitungen/Zeitschriften, Bücher	4,9	155
Kurzfristiger Bedarfsbereich	92,6	2.930
Bekleidung	15,2	481
Schuhe/Lederwaren	4,4	140
Pflanzen/Gartenbedarf	3,3	103
Baumarktsortiment i. e. S.	14,9	473
GPK/Hausrat/Einrichtungszubehör	3,3	105
Spielwaren/Basteln/Hobby/Musikinstrumente	3,9	123
Sportartikel/Fahrräder/Camping	4,4	140
Mittelfristiger Bedarfsbereich	49,4	1.565
Medizinische und orthopädische Artikel/Optik	4,6	145
Teppiche/Gardinen/Dekostoffe/Sicht- und Sonnenschutz	2,0	63
Bettwaren, Haus-/Bett-/Tischwäsche	1,7	55
Möbel	9,7	306
Elektro/Leuchten/Haushaltsgeräte	5,6	176
Neue Medien/Unterhaltungselektronik	11,4	360
Uhren/Schmuck	2,0	64
Sonstiges	10,4	330
Langfristiger Bedarfsbereich	47,3	1.497
Gesamt	189,4	5.992

Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Kaufkraft: IFH Retail Consultants GmbH 2019; PBS = Papier, Büro, Schreibwaren; GPK = Glas, Porzellan, Keramik; Sonstiges = u. Kfz-Zubehör; Kaufkraft auf 0,1 Mio. Euro gerundet; Differenzen in den Summen rundungsbedingt möglich.

Nachfragesituation

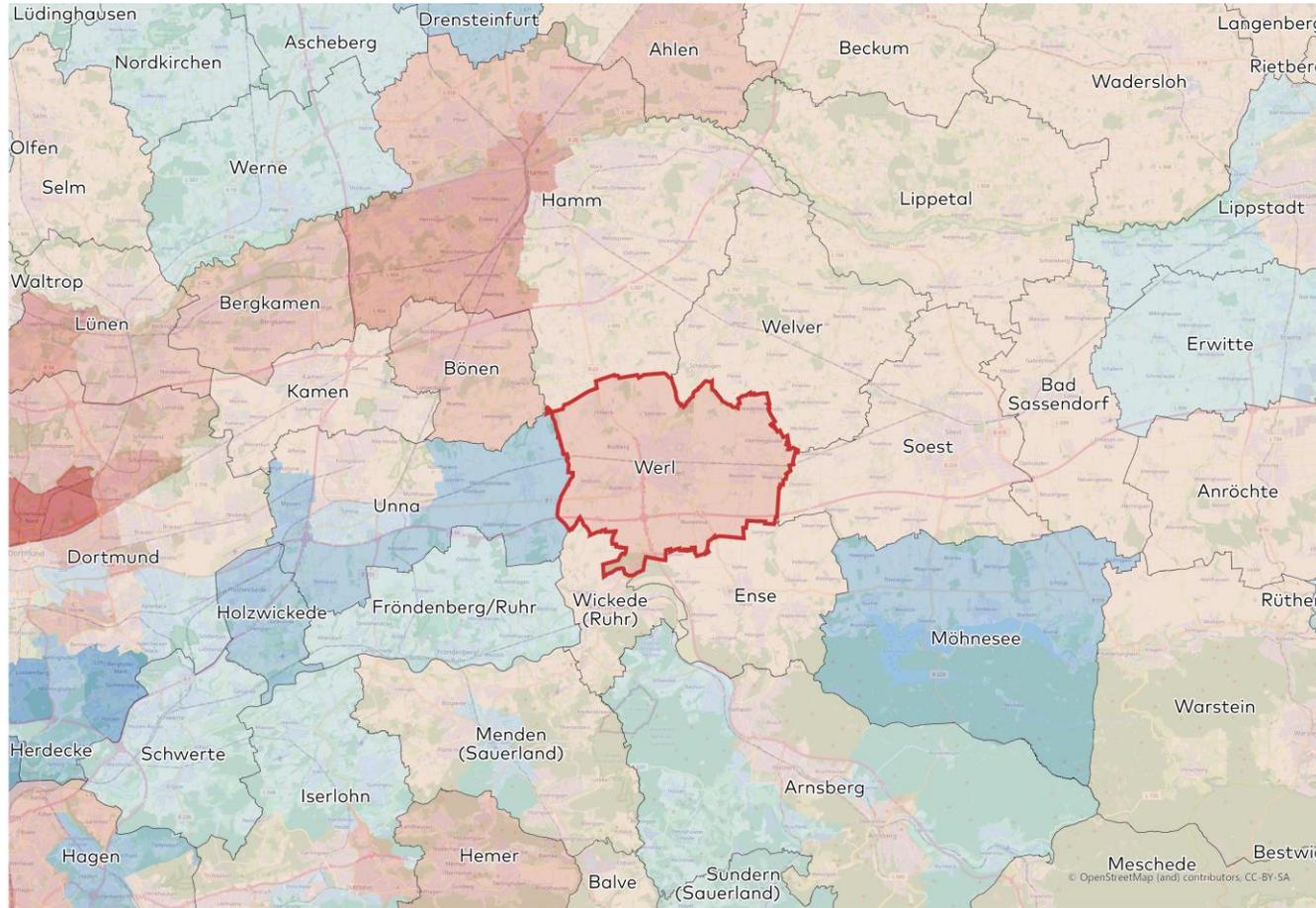
Einzelhandelsrelevantes Kaufkraftniveau in Werl und Umgebung

Administrative Grenzen

- Untersuchungskommune
- Kommune
- Bundesländer

Einzelhandelsrelevantes Kaufkraftniveau

- unter 80,0
- 80,1 - 85,0
- 85,1 - 90,0
- 90,1 - 95
- 95,1 - 100
- 100,1 - 105
- 105,1 - 110
- 110,1 - 115
- 115,1 - 120
- über 120,0



Kaufkraftniveau

Werl	94
Nordrhein-Westfalen	99
Deutschland	100

Betriebs- und Verkaufsflächenausstattung

Einzelhandelsbestand in Werl

Strukturdaten

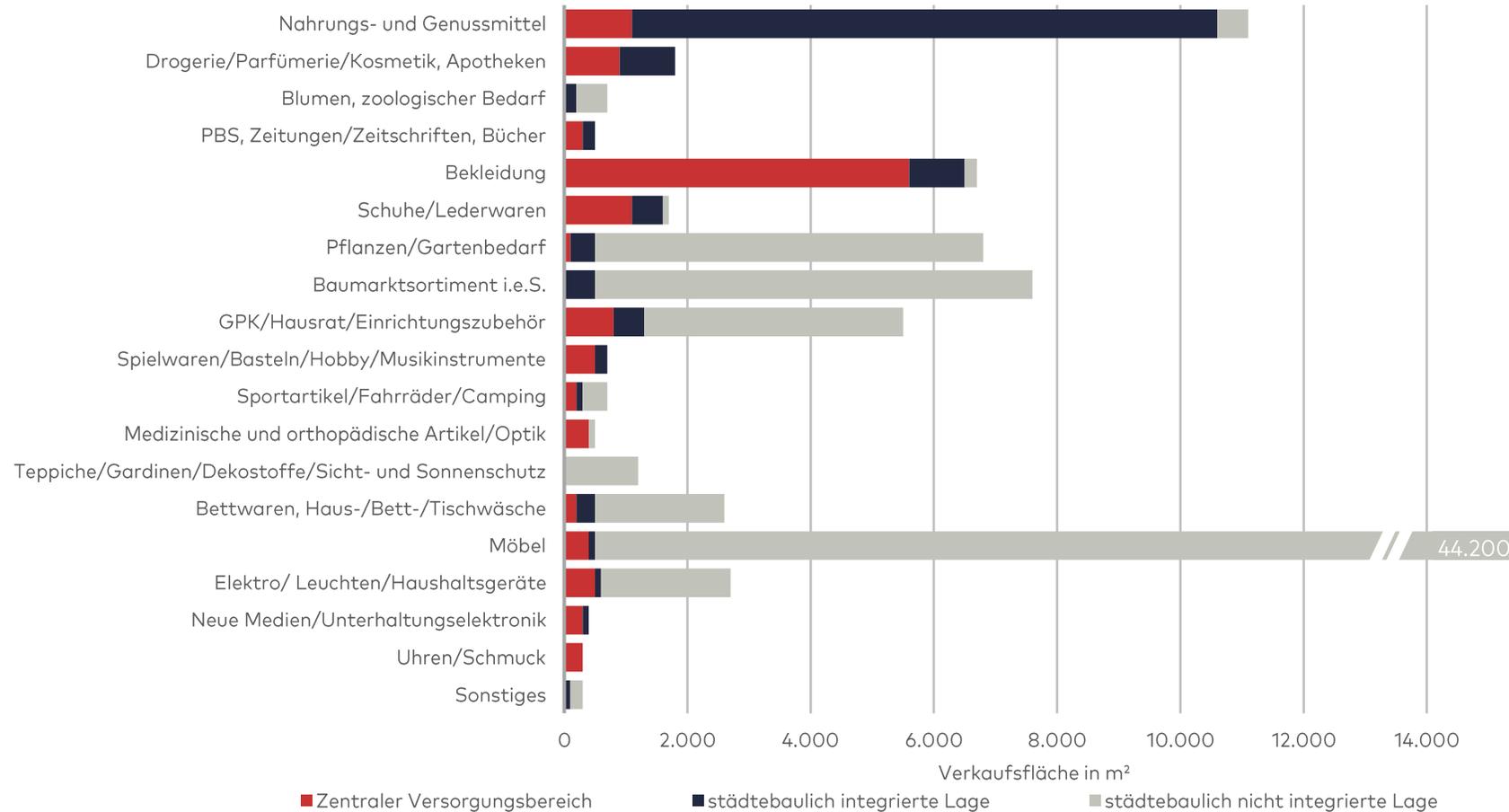
Einwohner (Hauptwohnsitz)	31.606
Anzahl der Betriebe	147
Gesamtverkaufsfläche in m ²	97.800
Verkaufsflächenausstattung in m ² je Einwohner	3,09

Gesamtverkaufsfläche Möbel Turflon: 50.900 m²

VKF-Ausstattung je Einwohner ohne Möbel Turflon: 1,48 m²

Betriebs- und Verkaufsflächenausstattung

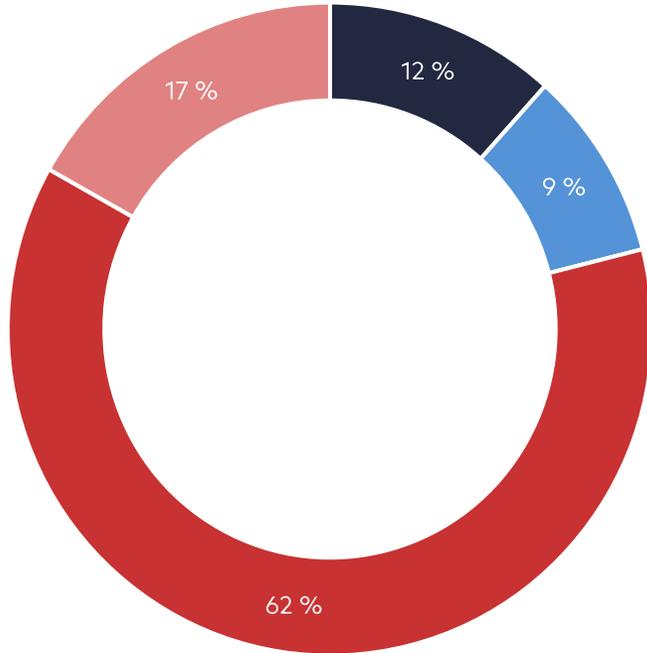
Einzelhandelsbestand in Werl nach Warengruppen und Lagebereichen



Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Verkaufsfläche: Erhebung Stadt + Handel 12/2020 und 07/2021; ZVB-Abgrenzung: Strukturuntersuchung Einzelhandel 2005; PBS = Papier, Büro, Schreibwaren; GPK = Glas, Porzellan, Keramik; Sonstiges = u. a. Kfz-Zubehör.

ZVB Innenstadt

Städtebauliche Analyse



- Nahrungs- und Genussmittel
- sonstiger kurzfristiger Bedarfsbereich
- mittelfristiger Bedarfsbereich
- langfristiger Bedarfsbereich

Einzelhandelsstruktur	absolut	anteilig
Anzahl der Betriebe (anteilig bezogen auf Gesamtstadt)	62	42 %
Gesamtverkaufsfläche in m ² (anteilig bezogen auf Gesamtstadt)	13.500	14 %
Anzahl der Leerstände (anteilig bezogen auf Standortbereich)	7*	10 %
Zentrenergänzende Funktionen	127	-

* im Zuge der Bestandserhebung der Innenstadt im Dezember 2020 wurden insgesamt 21 Leerstände erfasst. In den folgenden Monaten konnten jedoch einige der erfassten Leerstände wiedervermietet werden bzw. eine Nachnutzung der Leerstände geplant wurde, sodass im Mai 2021 lediglich sieben Leerstände im Innenstadtzentrum verortet waren.

Vergleichsdaten	2005	2021	Entwicklung
Anzahl der Betriebe	-	62	-
Gesamtverkaufsfläche in m ²	17.600	13.500	-23 %
Verkaufsflächenausstattung in m ² je Einwohner	0,53	0,42	-0,11
Leerstände	10	7	-30 %
Zentrenergänzende Funktionen	-	127	-

Quelle: Darstellung und Berechnung Stadt + Handel; Bestandsdaten: Erhebung Stadt + Handel 11/2020; Einwohner: Stadt Werl (Stand: 31.10.2020); ZVB-Abgrenzung: EHK Werl 2007; Verkaufsfläche auf 100 m² gerundet.

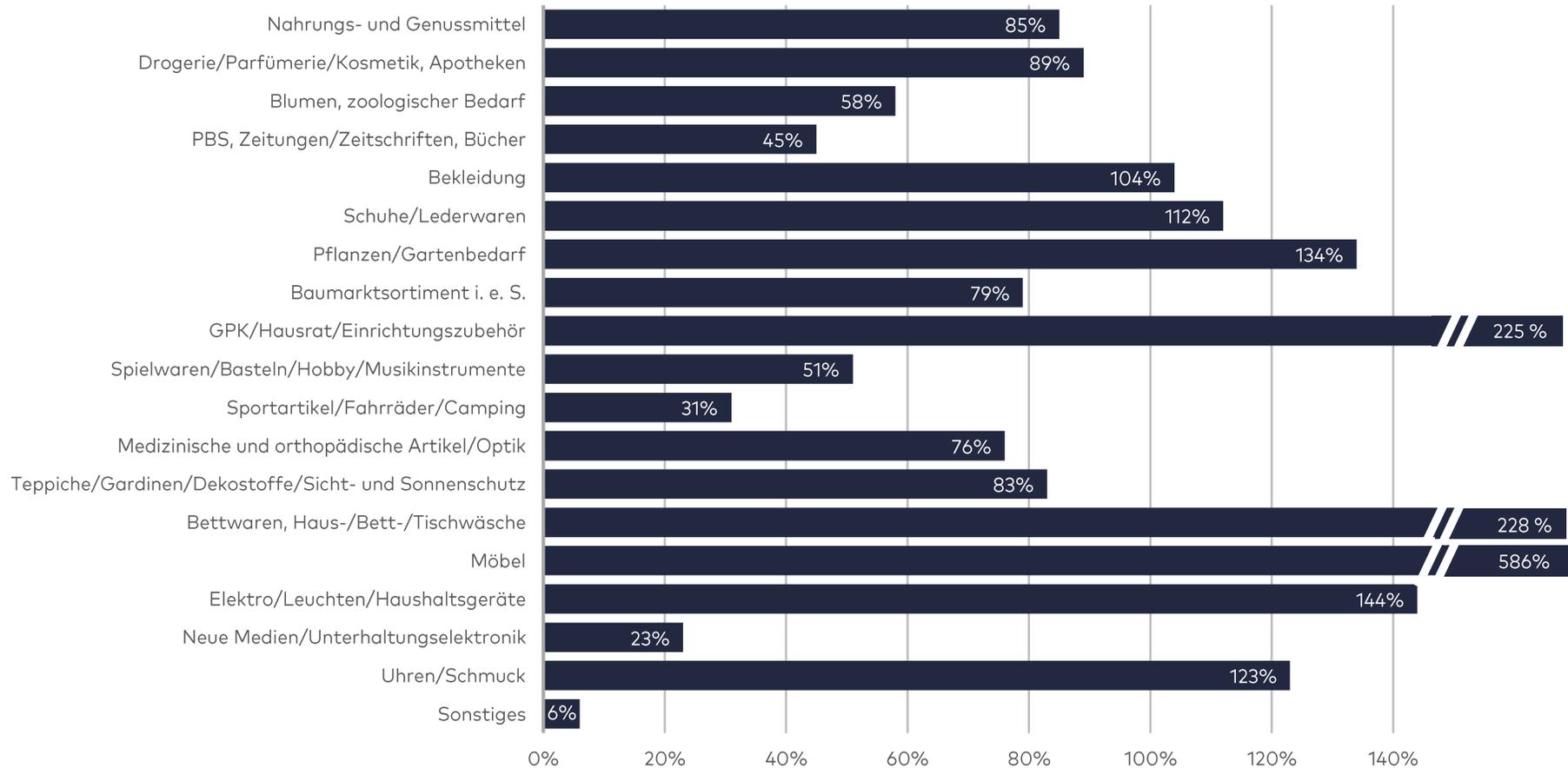
Umsatz und Zentralität

Warengruppe	Verkaufsfläche in m ²	Umsatz in Mio. Euro	Kaufkraft in Mio. Euro	Zentralität
Nahrungs- und Genussmittel	11.900	67,3	79,2	85%
Drogerie/Parfümerie/Kosmetik, Apotheken	1.900	10,0	11,2	89%
Blumen, zoologischer Bedarf	700	2,2	3,8	58%
PBS, Zeitungen/Zeitschriften, Bücher	600	2,2	4,9	45%
Kurzfristiger Bedarfsbereich	15.100	81,7	99,1	82%
Bekleidung	6.700	14,0	13,5	104%
Schuhe/Lederwaren	1.700	4,1	3,7	112%
Pflanzen/Gartenbedarf	6.700	4,7	3,5	134%
Baumarktsortiment i. e. S.	7.600	12,2	15,4	79%
GPK/Hausrat/Einrichtungszubehör	5.600	7,7	3,4	225%
Spielwaren/Basteln/Hobby/Musikinstrumente	800	2,1	4,0	51%
Sportartikel/Fahrräder/Camping	800	2,0	6,3	31%
Mittelfristiger Bedarfsbereich	29.900	46,8	49,8	94%
Medizinische und orthopädische Artikel/Optik	500	3,6	4,7	76%
Teppiche/Gardinen/Dekostoffe/Sicht- und Sonnenschutz	1.200	1,6	1,9	83%
Bettwaren, Haus-/Bett-/Tischwäsche	2.600	3,9	1,7	228%
Möbel	44.700	60,0	10,2	586%
Elektro/Leuchten/Haushaltsgeräte	2.800	8,9	6,2	144%
Neue Medien/Unterhaltungselektronik	400	2,9	12,5	23%
Uhren/Schmuck	400	2,5	2,0	123%
Sonstiges	200	0,7	10,9	6%
Langfristiger Bedarfsbereich	52.800	84,0	50,1	60%
Gesamt	97.800	212,5	199,0	94%

Quelle: Darstellung und Berechnung Stadt + Handel; Verkaufsfläche: Erhebung Stadt + Handel 12/2020 und 07/2021; Kaufkraft: IFH Retail Consultants GmbH 2021; PBS = Papier, Büro, Schreibwaren; GPK = Glas, Porzellan, Keramik; Sonstiges = u. a. Kfz-Zubehör; Verkaufsfläche auf 100 m² gerundet; Umsatz/Kaufkraft auf 0,1 Mio. Euro gerundet; Differenzen in den Summen rundungsbedingt möglich.

Umsatz und Zentralität

Sortimentspezifische Einzelhandelszentralität von Werl



Quelle: Darstellung und Berechnung Stadt + Handel; PBS = Papier, Büro, Schreibwaren; GPK = Glas, Porzellan, Keramik; Sonstiges = u. a. Kfz-Zubehör.

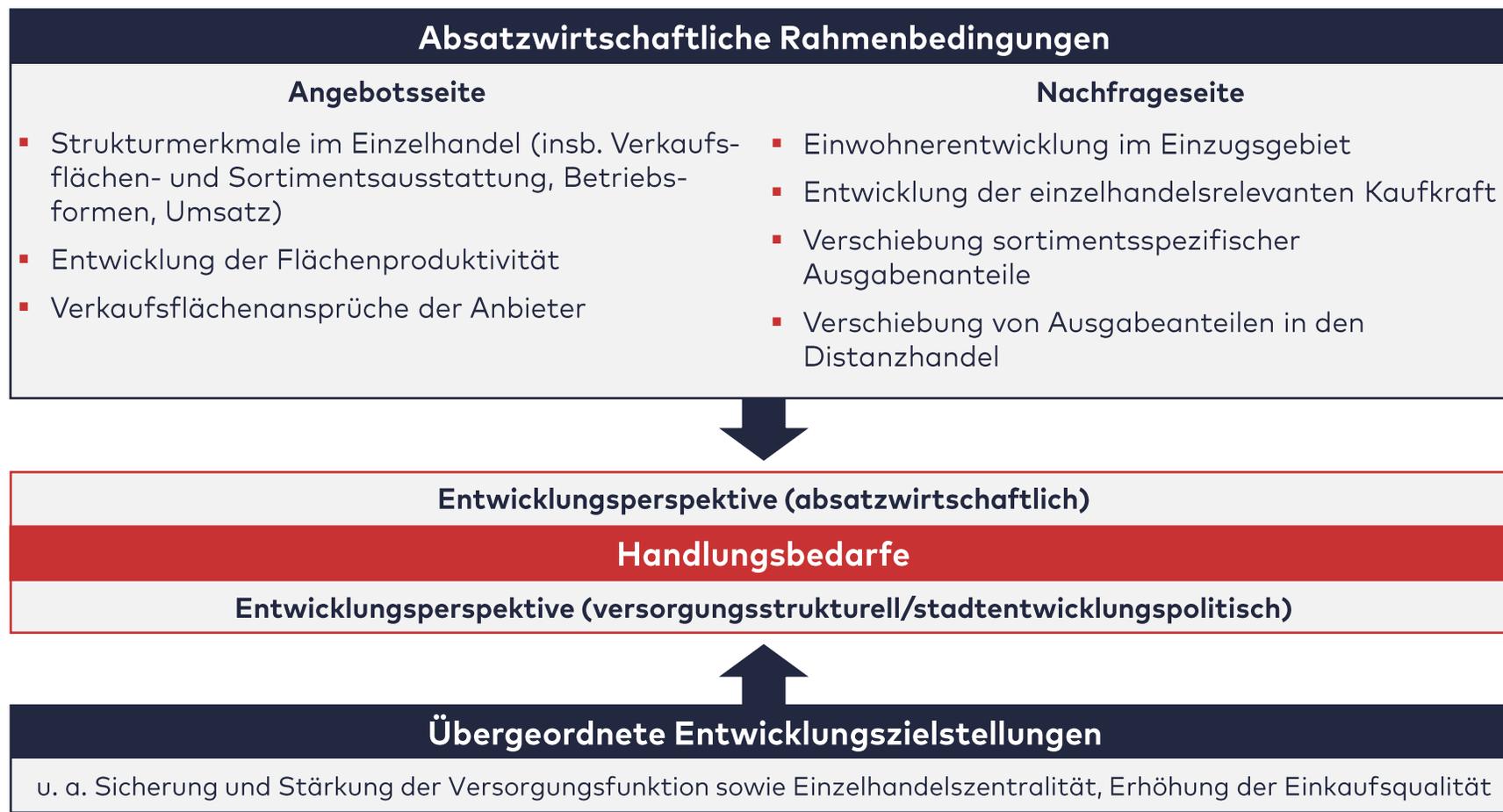
Absatzwirtschaftliche Entwicklungsperspektiven

Grundsätzliche Anmerkungen

- Die im Folgenden aufgezeigten absatzwirtschaftliche Entwicklungsperspektiven sind **keine „sklavische“ Grenze** – sie dienen vielmehr als Leitplanke für die zukünftige Einzelhandelsentwicklung und decken **Handlungsbedarfe** auf.
- Geringe absatzwirtschaftliche Entwicklungsperspektiven stellen **keinesfalls ein „Entwicklungsverbot“** dar.
- Werden über die aufgezeigten Entwicklungsperspektiven hinaus Verkaufsflächen geschaffen, so sind zunächst grundsätzlich **erhöhte Umsatzumverteilungen** zu erwarten. Die **Standortfrage** ist in diesem Fall entscheidend. Eine städtebauliche Beurteilung erfolgt **einzelfallbezogen**.
- Die aufgezeigten Handlungsbedarfe sind ein Bewertungskriterium im Rahmen einer **späteren standortbezogenen, städtebaulichen Gesamtabwägung** und somit konform zur Rechtsprechung des Europäischen Gerichtshofes (vgl. EuGH 2018/44).
- Die absatzwirtschaftlichen Auswirkungen der **COVID-19-Pandemie** sind stark nach Warengruppe und Standort zu differenzieren und noch nicht abschließend zu prognostizieren.

Absatzwirtschaftliche Entwicklungsperspektiven

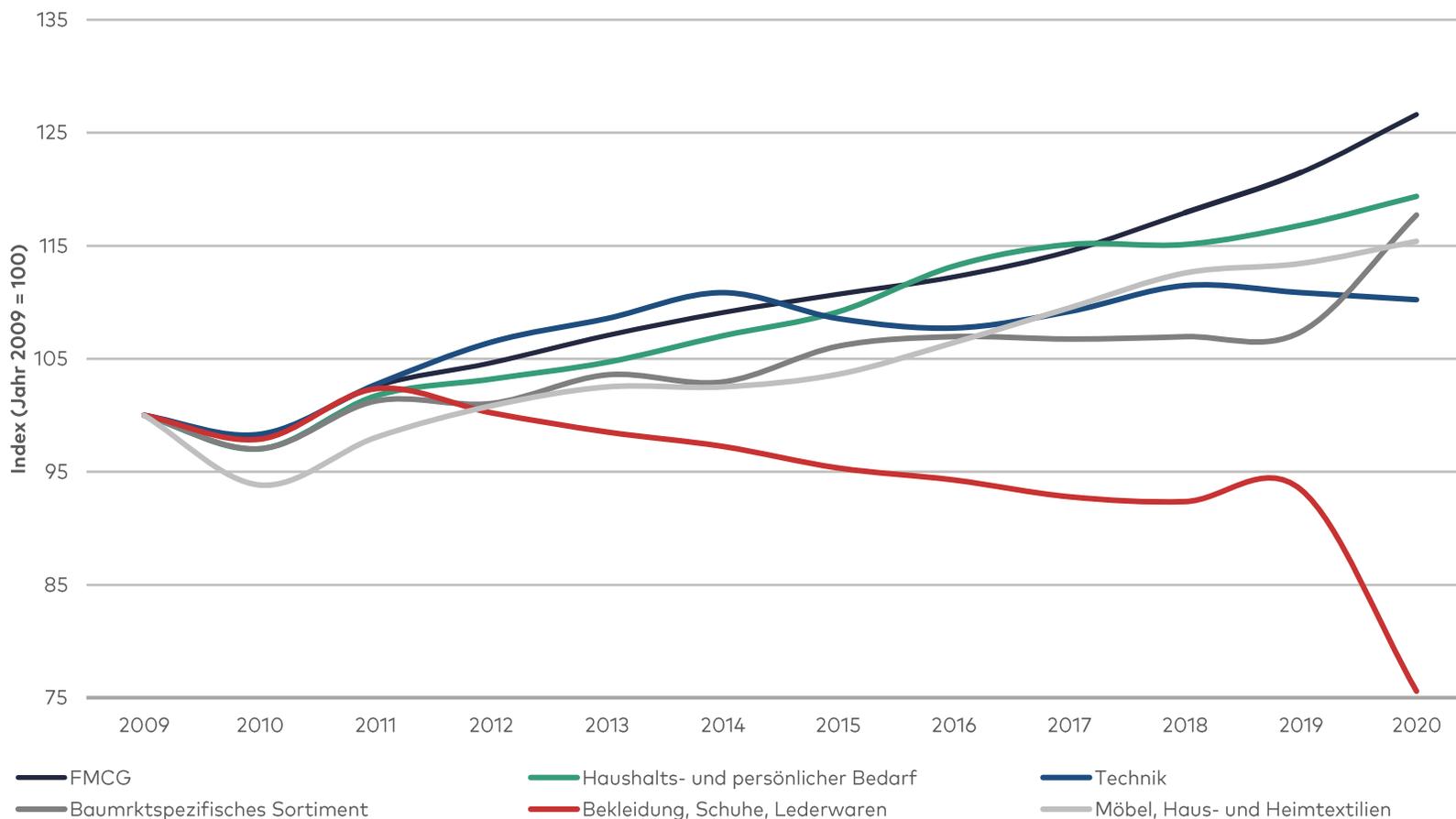
Methodik



Quelle: Darstellung Stadt + Handel.

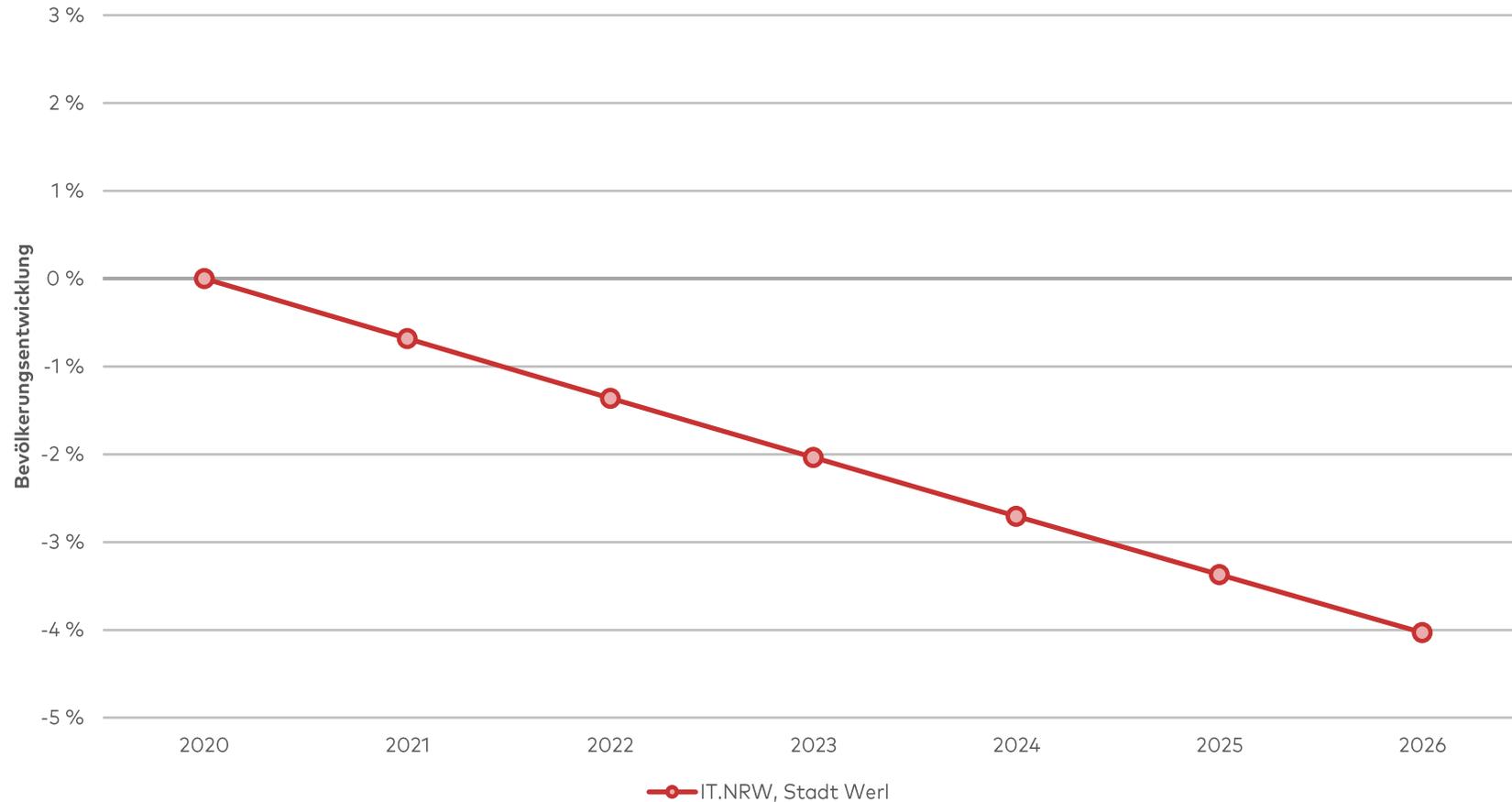
Absatzwirtschaftliche Rahmenbedingungen

Entwicklung der Branchenanteile am Umsatz im deutschen Einzelhandel



Absatzwirtschaftliche Rahmenbedingungen

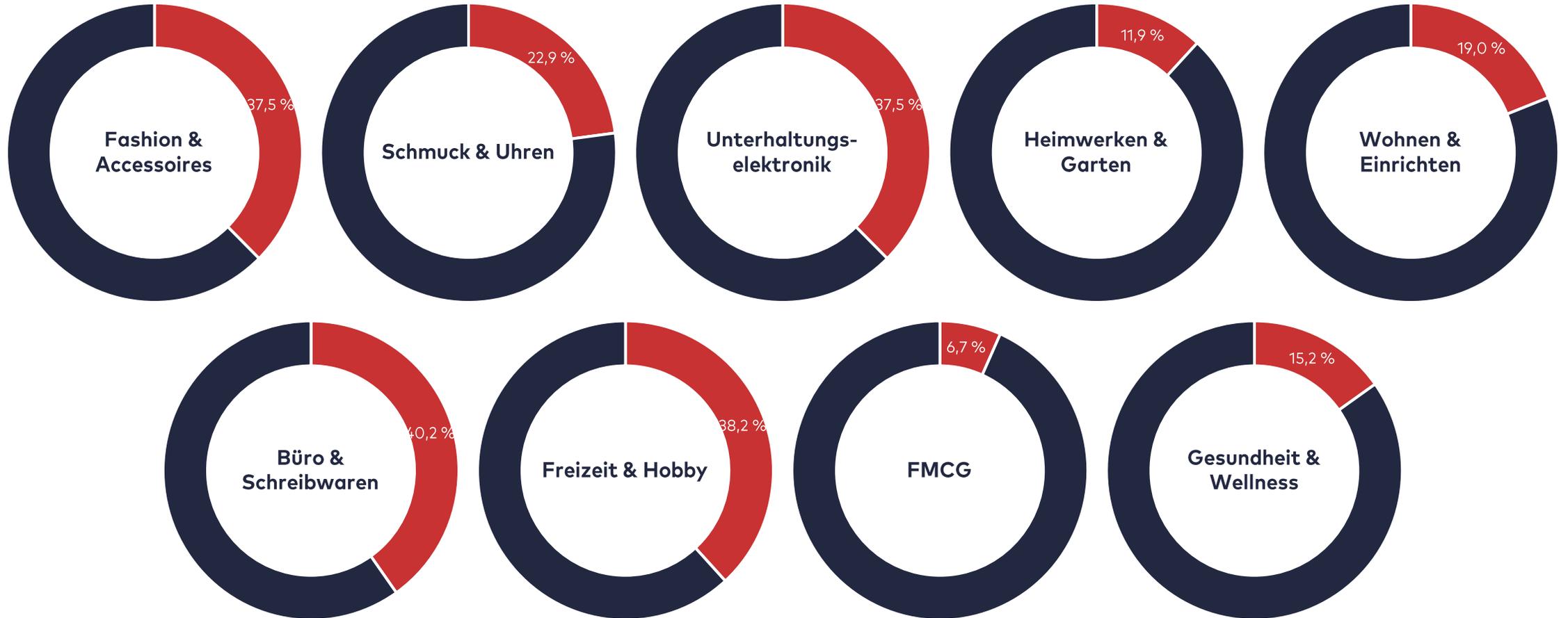
Bevölkerungsprognose für die Stadt Werl



Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Bevölkerungsvorausberechnung; siehe Legende.

Absatzwirtschaftliche Rahmenbedingungen

Anteil B2C-E-Commerce am Einzelhandelsumsatz in Deutschland 2025 (Prognose)



Quelle: Darstellung Stadt + Handel Daten: BBSR 2017; Prognose: BBE/Laboratium; FMCG = Fast Moving Consumer Goods (insb. Nahrungsmittel, Drogeriewaren).

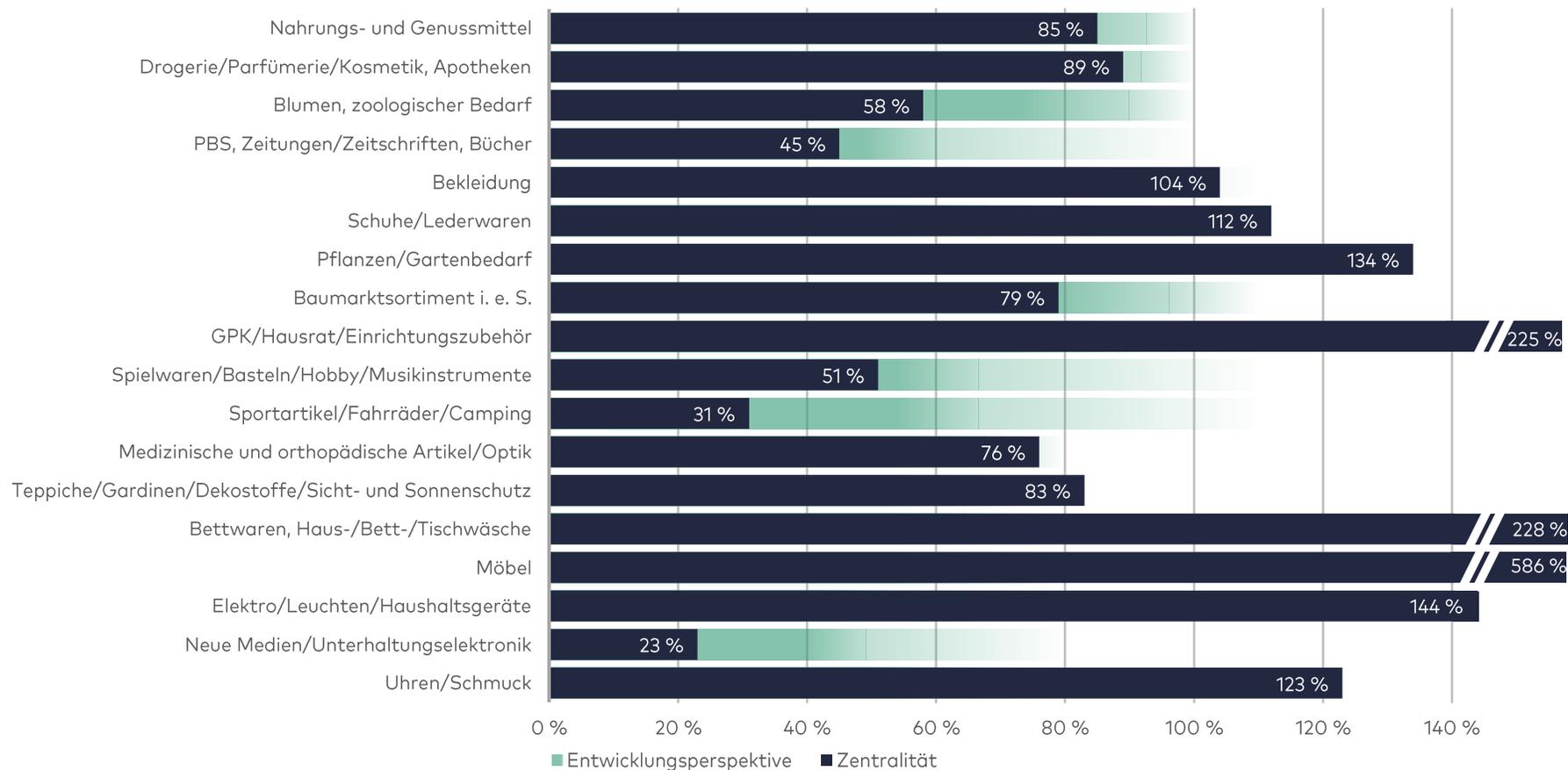
Absatzwirtschaftliche Entwicklungsperspektiven

Relevante Rahmenbedingungen

Rahmenbedingung	Impuls	Entwicklungsperspektive für Werl bis 2026
Demografische Entwicklung		Deutlich sinkende Einwohnerentwicklung bis 2026 bei allerdings zunehmend höherem Anteil älterer Menschen
Entwicklung der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft		moderate Steigerung mit Zunahme des Online-Anteils und sortimentsbezogenen Unterschieden (z. B. periodischer Bedarfsbereich)
Entwicklung der Verkaufsflächenansprüche der Anbieter		leichte Impulse bei Filialisten im kurzfristigen Bedarfsbereich, branchenübergreifend keine nennenswerten Impulse
Entwicklung der Flächenproduktivität		nennenswerte positive Entwicklung nur in ausgewählten Sortimentsbereichen (konjunkturbedingte Abschwächung erwartet)
Entwicklung des Online-Handels		starke durch Covid-19 bedingte Impulse im Online-Handel (Ausnahme: kurzfristiger Bedarfsbereich) – langfristige Wirkung noch nicht absehbar
Versorgungsstrukturelle und stadtentwicklungspolitische Impulse		aufgrund gegebener Zentralität, starkem Wettbewerbsumfeld und relativ kleinem Einzugsgebiet lediglich geringe versorgungsstrukturelle Entwicklungsimpulse

Absatzwirtschaftliche Entwicklungsperspektiven

Versorgungsstrukturelle und stadtentwicklungspolitische Perspektive



Quelle: Darstellung und Berechnung Stadt + Handel; PBS = Papier, Büro, Schreibwaren; GPK = Glas, Porzellan, Keramik; Sonstiges = u. a. Kfz-Zubehör.

Ausgangslage der Stadt Werl

Key-Facts

- Die Stadt Werl ist durch ein starkes Wettbewerbsumfeld durch die umliegenden Mittel- und Oberzentren geprägt.
- Das Kaufkraftniveau in Werl ist mit 94 als unterdurchschnittlich zu bezeichnen.
- Insgesamt weist das Stadtgebiet von Werl ein negatives Pendlersaldo auf, jedoch ist eine leicht zunehmende Bedeutung Werls als Arbeitsort in den letzten Jahren zu beobachten.
- Bei einer gesamtstädtischen Zentralität von 94 % ist davon auszugehen, dass nicht die gesamte Kaufkraft der Werler Bevölkerung im eigenen Stadtgebiet gebunden werden kann.
- Die quantitative Einzelhandelsausstattung ist stark durch das Möbelhaus Turflon geprägt.
- Die Bevölkerungszahl wird in den kommenden Jahren als rückläufig prognostiziert. Zusätzliche Nachfrageeffekte können sich jedoch durch den Tourismus ergeben.
- Absatzwirtschaftliche Entwicklungsperspektiven sind vor allem hinsichtlich des kurzfristigen Bedarfsbereichs festzustellen.

Wettbewerbs-Check

Trends

Nachfrage- und Angebotssituation

Wettbewerbs-Check

Stadtstruktur

Angebotsanalyse

Nutzungsqualitäten

Zieldefinition

Handlungsempfehlungen

Good Practice

Innenstadtsteckbrief - Stadt Kevelaer

Merkmale	Ausprägungen	Bewertungen
Verkehrliche Erreichbarkeit	Anschluss an die A 57 u. a. nach Düsseldorf; regionale Erschließung über die B 9; Anbindung an das regionale Bahnnetz	■ ■ ■
Städtebauliche Besonderheiten	Überwiegend historische Bebauung im guten Zustand; Fußgängerzone entlang der Hauptstraße endet mit Wallfahrtsbasilika	■ ■ □
Zielgruppenfokussierung	Ansprache von Tagestouristen durch Wallfahrtsbasilika und weitere kulturelle Besonderheiten	■ ■ ■
Funktionale Besonderheiten	Kevelaer als Wallfahrtsstadt; viele gastronomische und kulturelle Angebote	■ ■ ■
Ankernutzungen	Gastronomie- und Einzelhandelsbetriebe am Kapellenplatz; Müller	■ ■ □
Erkenntnisse für Werl	Nutzung des touristischen Potenzials als Wallfahrtsstandort; gastronomische Vielfalt als Verweilmöglichkeit	



Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Foto: Stadt Kevelaer (https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Kevelaer,_Germany_-_panoramio_(73).jpg)

Good Practice

Innenstadtsteckbrief - Stadt Altena

Merkmale	Ausprägungen	Bewertungen
Verkehrliche Erreichbarkeit	Verbindung an umliegende Städte gegeben; kein direkter Bahnanschluss an die Innenstadt	■ □ □
Städtebauliche Besonderheiten	Langgestreckte Fußgängerzone mit historischer Bausubstanz; Burg Altena sowie weitere kulturhistorische Einrichtung in nächster Nähe	■ ■ □
Zielgruppenfokussierung	Aufgrund der Lage am Lenneufer und der naturnahen Umgebung sowie der kulturhistorischen Gebäude ein touristisch geprägter Ort	■ ■ □
Funktionale Besonderheiten	Unterschiedliche Nutzungsstrukturen der Innenstadt; Konzept der Pop-up-Stores	■ □ □
Ankernutzungen	Burg Altena, Toom Markt	■ ■ □
Erkenntnisse für Werl	Verbindung von Tourismusattraktionen und Einzelhandel als Erfolgsfaktor sowie Pop-up-Stores	

Quelle: Darstellung Stadt + Handel;

Good Practice

Innenstadtsteckbrief - Stadt Coesfeld

Merkmale	Ausprägungen	Bewertungen
Verkehrliche Erreichbarkeit	Gute verkehrliche Erreichbarkeit durch Bundesstraßen und Autobahn im Umfeld sowie durch den innenstadtnahen Bahnhof	■ ■ ■
Städtebauliche Besonderheiten	Fußgängerzonenbereich mit angrenzendem Marktplatz innerhalb des Stadtrings mit abwechslungsreicher und ansprechender Architektur	■ □ □
Zielgruppenfokussierung	Bevölkerung von Coesfeld und Umgebung sowie Touristen des Münsterlandes	■ □ □
Funktionale Besonderheiten	Ansprechend gestalteter Marktplatz mit diverser Außengastronomie; breite Angebotsvielfalt	■ ■ □
Ankernutzungen	Mode Heckmann, DM	■ ■ □
Erkenntnisse für Werl	Vielfältige gastronomische Nutzung sowie kleinteilige Ausgestaltung des Marktplatzes	



Good Practice

Innenstadtsteckbrief – Stadtteil Alt-Arnsberg

Merkmale	Ausprägungen	Bewertungen
Verkehrliche Erreichbarkeit	Gute verkehrliche Erreichbarkeit durch die A 46 sowie B 229; Regionalbahnhof in etwa 1 km Entfernung	■ ■ □
Städtebauliche Besonderheiten	Zentrum setzt sich aus Altstadt und Brückencenter zusammen; Altstadt historisch gewachsen und durch Fachwerkbau geprägt	■ ■ □
Zielgruppenfokussierung	Versorgungsfunktion mit insb. zentrenrelevanten Sortimenten für die umliegende Bevölkerung in Arnsberg	■ □ □
Funktionale Besonderheiten	Brückencenter als Versorgungsschwerpunkt; Altstadt eher geprägt von Gastronomie und kleineren inhabergeführten Fachgeschäften	■ □ □
Ankernutzungen	Brückencenter	■ □ □
Erkenntnisse für Werl	Historische Innenstadt mit umliegenden starken Konkurrenzstandorten der Möglichkeit zum Verweilen und Bummeln	



Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Foto: Wikimedia Commons (https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Arnsberg-2.jpg)

Good Practice

Innenstadtsteckbrief - Stadt Brilon

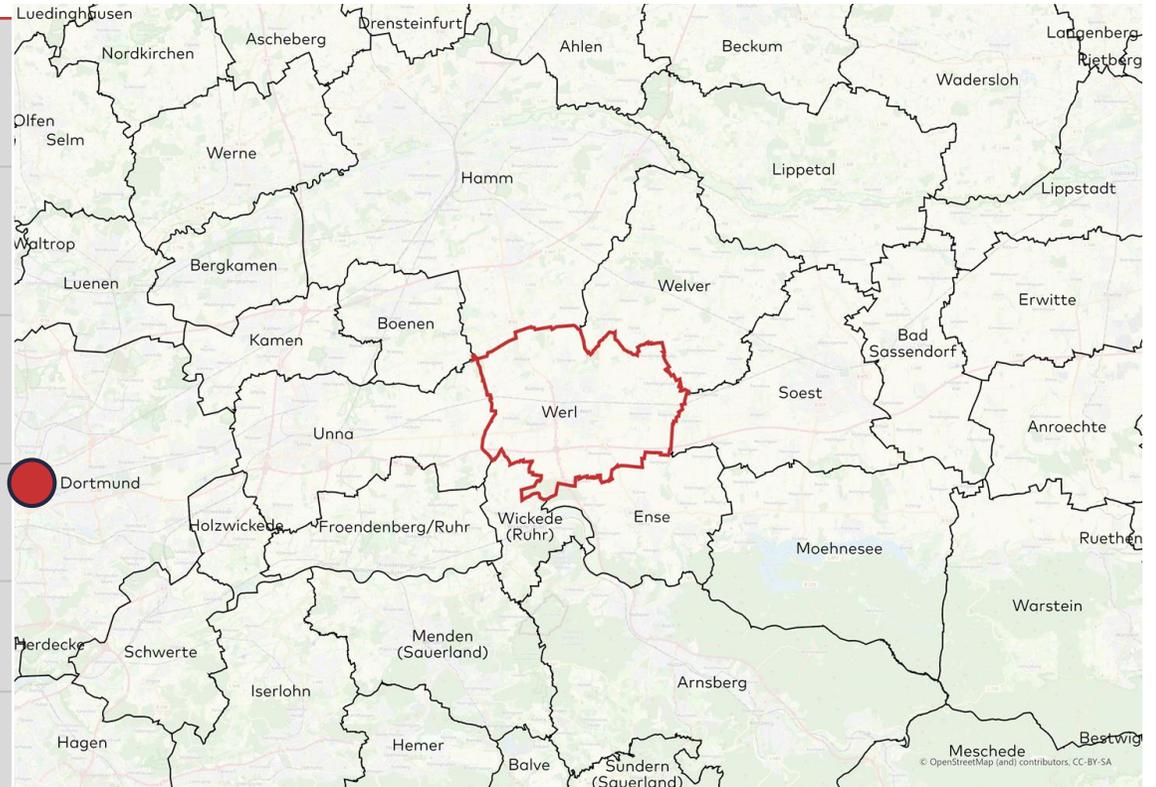
Merkmale	Ausprägungen	Bewertungen
Verkehrliche Erreichbarkeit	Regionaler Anschluss durch diverse Bundesstraßen; Bahnhof mit regionalem Schienennetz nahe Innenstadt	■ ■ □
Städtebauliche Besonderheiten	Fußgängerzone entlang der Bahnhofstraße mit mehreren Passagen und Seitengassen mit überwiegend historischen Gebäuden	■ ■ □
Zielgruppenfokussierung	Tourismusort durch ländliche Lage im Sauerland	■ ■ □
Funktionale Besonderheiten	Neben Einzelhandel und Gastronomie zahlreiche Handwerksbetriebe mit lokaler Produktion; Wochenmarkt auf dem Marktplatz	■ ■ □
Ankernutzungen	C&A, Mann & Mode	■ ■ □
Erkenntnisse für Werl	Gastronomie mit Außenbestuhlung sowie kleinere Handwerksbetriebe als zusätzlicher Anziehungspunkt insb. für Besucher	



Regionale Wettbewerbssituation

Innenstadtsteckbrief – Stadt Dortmund

Merkmale	Ausprägungen	Bewertungen
Verkehrliche Erreichbarkeit	Sehr gute verkehrliche Erreichbarkeit über diverse Autobahnen und Bundesstraßen sowie Anschluss an das nationale und internationale Bus- und Bahnnetz	■■■
Städtebauliche Besonderheiten	Westen- und Ostenhellweg als Haupteinkaufsstraße; Shoppingboulevard in der Kampstraße; Einkaufszentrum Thier-Galerie	■ □ □
Zielgruppenfokussierung	Keine gesonderte Zielgruppenansprache, jedoch aufgrund der Angebotsvielfalt mit weiträumigem Einzugsgebiet; touristisches Potenzial vorhanden	■■ □
Funktionale Besonderheiten	Breites und tiefes Angebot an Einzelhandel, Gastronomie und Dienstleistungen;	■■ □
Ankernutzungen	u. a. Ladengeschäfte der Thier-Galerie, Saturn, Galeria	■■■
Wettbewerbsbeziehung	Deutliche Angebotskonkurrenz aufgrund der Angebotsvielfalt; Abschwächung der Konkurrenzbeziehung durch Entfernung zur Werler Innenstadt	↻

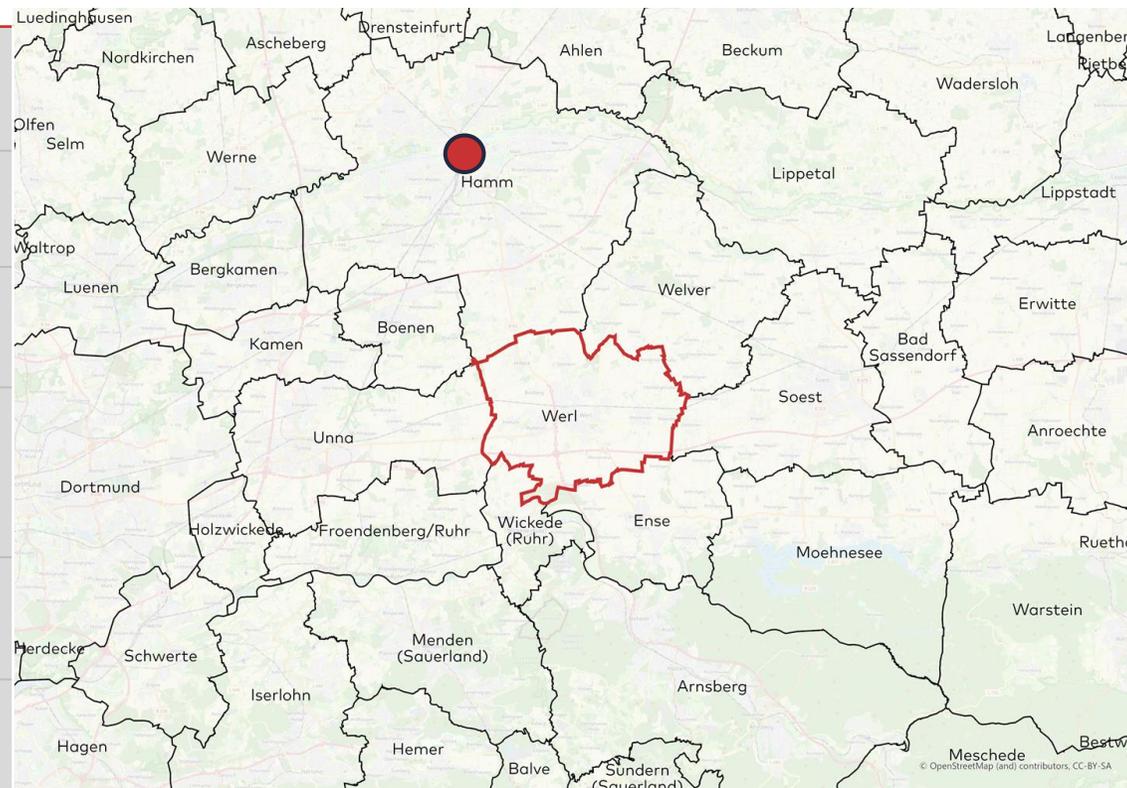


● Konkurrenzstandort

Regionale Wettbewerbssituation

Innenstadtsteckbrief – Stadt Hamm

Merkmale	Ausprägungen	Bewertungen
Verkehrliche Erreichbarkeit	Anbindung über die B 63 an die A 2 sowie Anschluss an das deutschlandweite Bahnnetz	■ ■ □
Städtebauliche Besonderheiten	Fußgängerzone im Wesentlichen entlang der Weststraße mit angrenzendem Einkaufszentrum und Marktplatz	■ □ □
Zielgruppenfokussierung	Keine besondere Fokussierung von Zielgruppen	□ □ □
Funktionale Besonderheiten	Magnetbetriebe in Einkaufszentrum; filialisierter Einzelhandel überwiegt; Martin-Luther-Viertel als Kreativviertel	■ ■ □
Ankernutzungen	Peek & Cloppenburg, C&A, Saturn, H&M	■ ■ □
Wettbewerbsbeziehung	Angebotskonkurrenz vor allem hinsichtlich großer Filialisten; Konkurrenzbeziehung wird jedoch durch weitere Wettbewerber im näheren Umfeld abgemildert	↗



● Konkurrenzstandort

Regionale Wettbewerbssituation

Innenstadtsteckbrief – Stadt Unna

Merkmale	Ausprägungen	Bewertungen
Verkehrliche Erreichbarkeit	Die Autobahnen A 1 und A 44 sowie weitere Bundesstraßen gewährleisten eine sehr gute verkehrliche Erreichbarkeit; Anschluss an regionales Schienennetz gegeben.	■ ■ ■
Städtebauliche Besonderheiten	Stadtkern wird von teilw. noch erhaltener Wallanlage umfasst; viele Baudenkmäler in einem historischen Stadtgrundriss; Marktplatz	■ ■ □
Zielgruppenfokussierung	Aufgrund des demographischen Wandels und einer stabilisierten Bevölkerungszahl liegt der Fokus auf Senioren und Familien des Stadtgebiets.	■ □ □
Funktionale Besonderheiten	Breites kulturelles Angebot in der Innenstadt; Mix aus filialisierendem und inhabergeführtem Einzelhandel; Onlineshop mit Betrieben der Stadt	■ ■ □
Ankernutzungen	Kaufhaus Schnüchel, Sinn, Müller	■ ■ □
Wettbewerbsbeziehung	Konkurrenz durch kulturelle und gastronomische Angebote; Angebotskonkurrenz insb. im Bekleidungssegment	↑



 Konkurrenzstandort

Quelle: Darstellung: Stadt + Handel; Kartengrundlage: Bundesamt für Kartographie und Geodäsie 2018, OpenStreetMap – veröffentlicht unter ODbL.

Regionale Wettbewerbssituation

Innenstadtsteckbrief – Stadt Soest

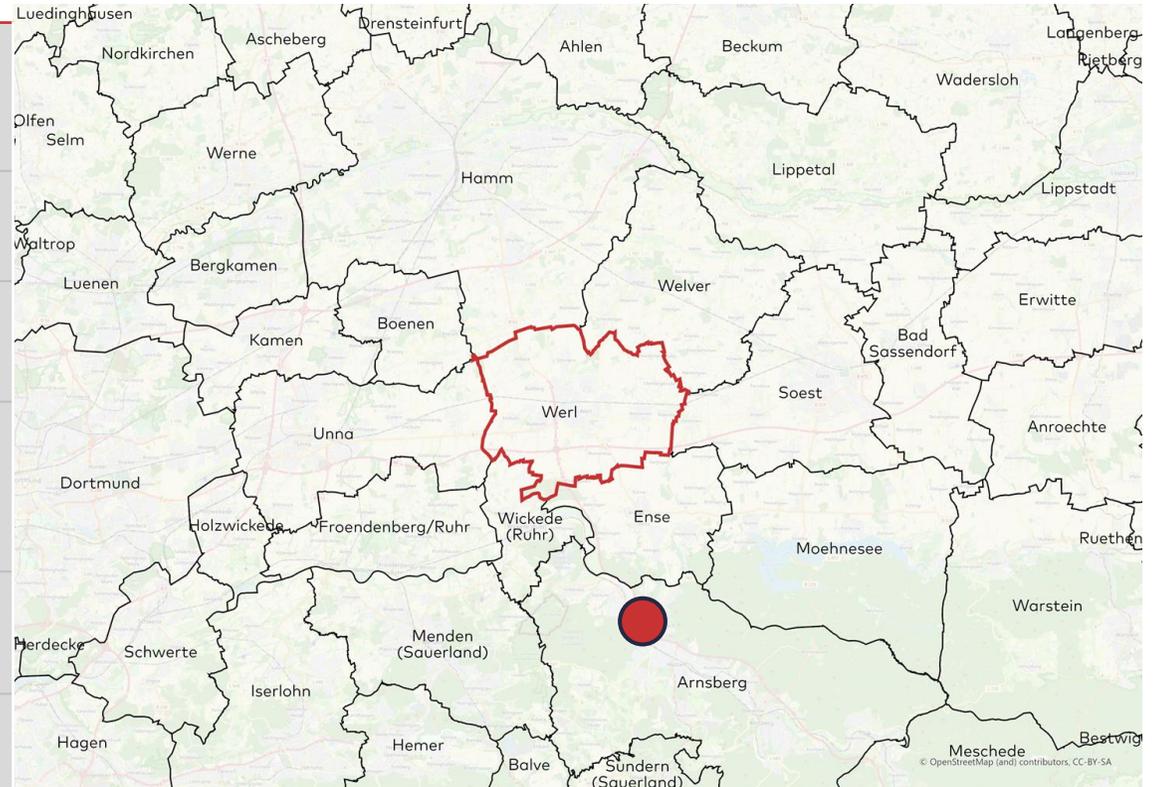
Merkmale	Ausprägungen	Bewertungen	
Verkehrliche Erreichbarkeit	Verbindung über die A 44 nach Kassel und in die Städte des Ruhrgebietes; weitere Bundesstraßen vorhanden; fußläufige Anbindung an Bahnhof (regionales und nationales Schienennetz)	■ ■ ■	
Städtebauliche Besonderheiten	Historische Fachwerkalstadt mit mittelalterlicher Wallanlage; stadtbildprägende Kirchenbauwerke; feingliedriges Straßennetz	■ ■ ■	
Zielgruppenfokussierung	Keine klare Zielgruppenfokussierung vorhanden	■ □ □	
Funktionale Besonderheiten	Vielfältiges Gastronomieangebot; diverse Kultur- und Freizeitmöglichkeiten	■ ■ □	
Ankernutzungen	Modehaus Kress, H&M, Müller, C&A, Thalia	■ ■ □	
Wettbewerbsbeziehung	Intensive Wettbewerbsbeziehung aufgrund geringer Entfernung und Erreichbarkeit; Angebotskonkurrenz v. a. hinsichtlich innenstadtrelevanter Sortimente und zentrenergänzender Funktionen	↑	

Quelle: Darstellung: Stadt + Handel; Kartengrundlage: Bundesamt für Kartographie und Geodäsie 2018, OpenStreetMap – veröffentlicht unter ODbL

Regionale Wettbewerbssituation

Standortsteckbrief – Einkaufsstandort Arnsberg-Neheim

Merkmale	Ausprägungen	Bewertungen
Verkehrliche Erreichbarkeit	Sicherstellung der verkehrlichen Erreichbarkeit durch die A 46 und B 7; keine fußläufige Verbindung zum Bahnhof; Bushaltepunkte vorhanden	■ ■ □
Städtebauliche Besonderheiten	Neheimer Markt; Marktpassage als kleines Einkaufszentrum	■ □ □
Zielgruppenfokussierung	Innenstadt nicht auf eine bestimmte Zielgruppe ausgerichtet	■ □ □
Funktionale Besonderheiten	Wochenmarkt auf Neheimer Markt; regelmäßige Veranstaltungen	■ □ □
Ankernutzungen	Edeka, DM, H&M	■ ■ □
Wettbewerbsbeziehung	Angebotskonkurrenz im Bereich Bekleidung; Konkurrenzsituation aufgrund der räumlichen Nähe und Angebotsvielfalt	↻



● Konkurrenzstandort

Quelle: Darstellung: Stadt + Handel; Kartengrundlage: Bundesamt für Kartographie und Geodäsie 2018, OpenStreetMap – veröffentlicht unter ODbL.

ZVB Innenstadt

Benchmarking

Strukturdaten	Werl	Arnsberg-Neheim*	Soest	Kevelaer	Rietberg	Werne
Veröffentlichungsjahr	2021	2020	2010	2015	2018	2015
Einwohner	31.606	22.068	48.500	28.520	30.970	29.450
Anzahl der Betriebe Gesamtstadt	147	209	387	260	156	184
Gesamtverkaufsfläche der Gesamtstadt in m ²	97.800	69.000	140.900	60.000	38.000	47.300
Verkaufsflächenausstattung in m ² je Einwohner (Gesamtstadt)	3,09	3,13	2,91	2,10	1,23	1,56
Anzahl der Betriebe Innenstadtzentrum	62	141	260	181	43	106
Gesamtverkaufsfläche im Innenstadtzentrum in m ²	13.500	25.500	50.500	24.000	5.600	16.000
Verkaufsflächenausstattung in m ² je Einwohner (Innenstadtzentrum)	0,58	1,15	1,04	0,84	0,18	0,54
Anteil Betriebe im Innenstadtzentrum	42%	67 %	67 %	69 %	28 %	63 %
Verkaufsflächenanteil im Innenstadtzentrum	14 %	36 %	36 %	40%	15 %	34 %
Zentrenergänzende Funktionen im Innenstadtzentrum	127	-	-	48	41	154
Leerstände im Innenstadtzentrum Leerstandsquote	7** 10 %	-	20 7 %	23 12 %	6 12 %	10 9 %

** Stand: 05/2021
 Im Dezember 2020 und Januar 2021 wurden 31 Leerstände im Untersuchungsraum erfasst. In den darauffolgenden Monaten gestaltete sich die Leerstandsituation in der Innenstadt von Werl sehr dynamisch, sodass im Mai 2021 lediglich noch 14 Leerstände vorhanden waren. Den ehemals leerstehenden Immobilien konnten Nutzungen zugeführt werden bzw. es existieren laufende Planungen und Umbaumaßnahmen im Zuge noch Nachnutzungen.

Quelle: Darstellung und Berechnung Stadt + Handel; Daten: laufend aktualisierte Datenbank Stadt + Handel (beinhaltet auch Fremdgutachten); Verkaufsfläche auf 100 m² gerundet; Kennwerte (insb. Einwohnerzahlen) lt. Angaben der jeweiligen Gutachten; *Daten beziehen sich auf den Stadtteil Arnsberg-Neheim.

Innenstadtzentrum Werl

Einordnung im Vergleich zu Good Practice Beispielen und Konkurrenzstandorten

Der Wettbewerbs-Check ermöglicht einen quantitativen und qualitativen Vergleich der Innenstadt von Werl mit **Good-Practice-Beispielen** aus anderen, vergleichbaren Mittelzentren, den Innenstadtzentren des **Benchmarkings** sowie mit regionalen und lokalen **Konkurrenzstandorten** im direkten Umfeld. Dadurch können erste Stärken sowie Defizite des Innenstadtzentrums aufgezeigt werden, welche durch die weiteren Leistungsbausteine konkreter analysiert werden.

Die **Good-Practice-Beispiele** zeigen, wie Mittelstädte ihre unterschiedlichen Potenziale nutzen. So richtet sich die historisch geprägte Wallfahrtsstadt Kevelaer auf Touristen, indem sie verstärkt das Thema Wallfahrt aufgreift. In Verbindung mit einer ansprechenden städtebaulichen Umgebung und vielfältigen Gastronomiemöglichkeiten werden damit Aufenthalts- und Verweilqualität für die Kevelaer Bürger und Besucher geschaffen. Auch die anderen Good-Practice-Innenstädte machen deutlich, wie historische Stadtstrukturen oder ein Marktplatz genutzt werden können, um sich attraktiv zu positionieren und ein Anlaufpunkt für Einheimische und Besucher zu werden. Dies kann beispielweise durch charmante Einkaufs- und Bummelmöglichkeiten, diverse gastronomische Angebote, kleinere Betriebe der urbanen Produktion oder auch durch neue Konzepte aus den Bereichen Einzelhandel, Gastronomie oder Dienstleistungen erfolgen.

Der **historische Stadtgrundriss inklusive der teilweise gut erhaltenen historischen Bausubstanz** und der **Marktplatz mit der stadtbildprägenden Wallfahrtsbasilika** zählen zu den Stärken der Werler Innenstadt.

Bei der Betrachtung der **regionalen Wettbewerbssituation** zeichnet sich ein eindeutiges Bild ab. In alle Himmelsrichtungen ist die Stadt Werl von starken Wettbewerbsstandorten umgeben, die das Innenstadtzentrum von Werl unter Druck setzen. Dabei stellen alle Konkurrenzstandorte eine teilweise deutlich höhere Angebotsvielfalt insb. im Einzelhandel bereit. Besonders intensive

Wettbewerbsbeziehungen sind aufgrund der räumlichen Nähe mit den Innenstadtzentren von Soest und Unna zu erwarten, aber auch der Einkaufsstandort Arnsberg-Neheim spielt v. a. im Bekleidungssegment eine Rolle im Wettbewerbsgefüge. Darüber hinaus verfügt das etwa 30 Autominuten entfernte Oberzentrum Dortmund im Westen über eine erhebliche Strahl- und Anziehungskraft in der Region. Auch die nördlich gelegene Innenstadt von Hamm stellt sich aufgrund der dortigen Angebotsstruktur als Konkurrenzstandort dar.

Das **Benchmarking** zeigt, dass das Innenstadtzentrum von Werl im Vergleich zu den Wettbewerbsstandorten Arnsberg-Neheim und Soest über eine deutlich unterdurchschnittliche Einzelhandelsausstattung verfügt. Bei der Betrachtung der Kennwerte der Städte Kevelaer, Rietberg und Werne, die ähnliche Rahmenbedingungen wie die Stadt Werl aufweisen, wird jedoch ersichtlich, dass das Werler Innenstadtzentrum überwiegend durchschnittlich ausgestattet ist. Auffällig ist dabei allerdings die hohe Anzahl an zentrenergänzenden Funktionen, die in der Innenstadt von Werl verortet sind.

Zur Stärkung des Innenstadtbereichs bedarf es somit einer **Aktivierung der Potenziale**, welche durch die städtebaulich-funktionalen Rahmenbedingungen gegeben sind. Die Innenstadt muss sich zu einem Ort mit **Aufenthaltsqualität** und **Atmosphäre** entwickeln, um sowohl die Bürger der Stadt, als auch der Umlandgemeinden sowie Touristen anzulocken. Dazu bedarf es neben einer Konzentration der Einzelhandelsnutzungen auch einer Stärkung der Angebotsvielfalt und vor allem einer Stärkung und Ergänzung von gastronomischen Nutzungen sowie zentrenergänzenden Funktionen zur funktionalen Profilierung der Innenstadt. Dazu zählen vor allem ladenähnliche Dienstleistungen, kulturelle und soziale Nutzungen oder medizinische sowie bildende Einrichtungen.

Stadtstruktur

Trends

Nachfrage- und Angebotssituation

Wettbewerbs-Check

Stadtstruktur

Angebotsanalyse

Nutzungsqualitäten

Zieldefinition

Handlungsempfehlungen

Eindrücke der Innenstadt von Werl



Wallfahrtsbasilika



Fußgängerzone Walburgisstraße



Fußgängerzone Steinerstraße

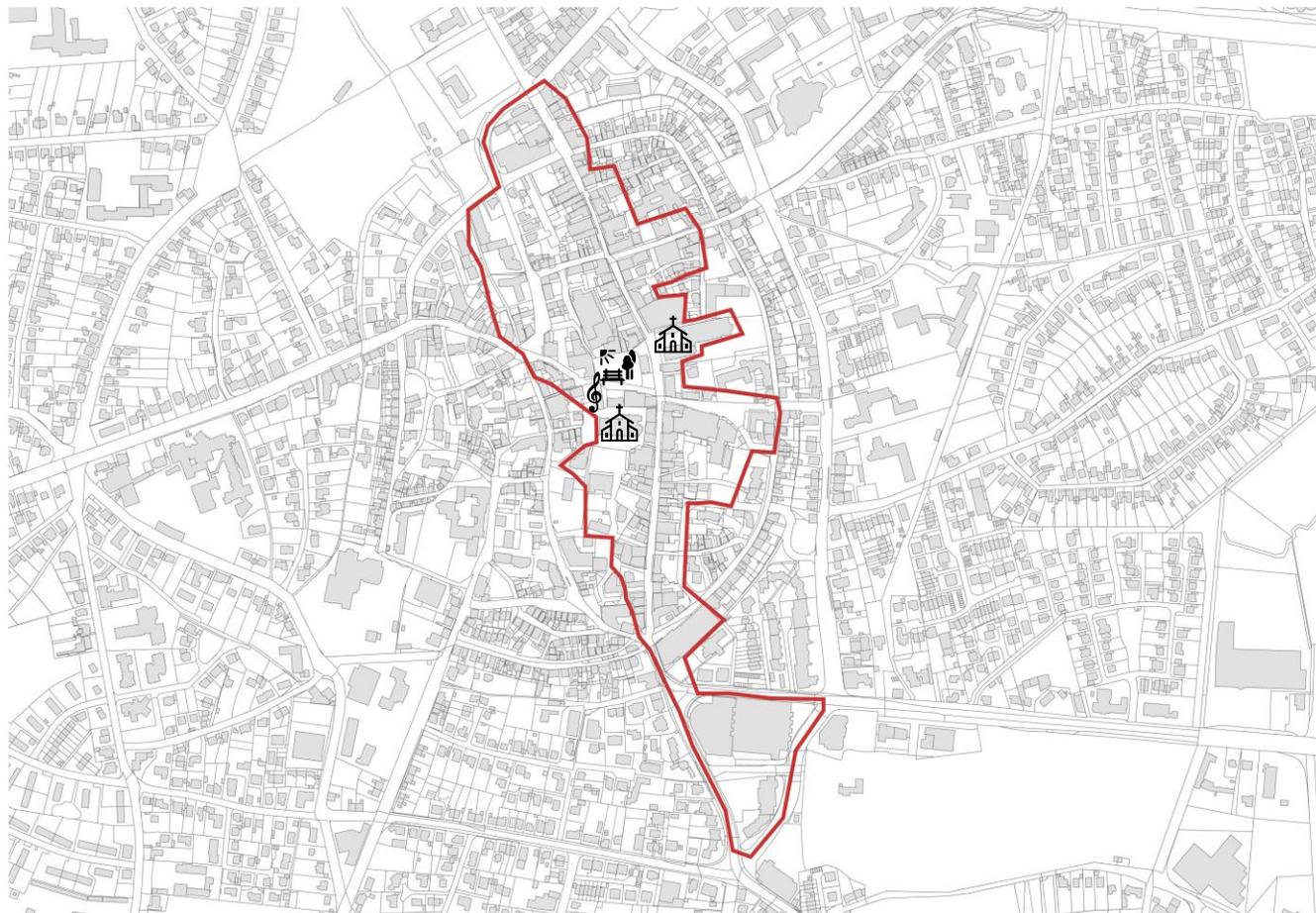


Wulf-Hefe-Quartier

Städtebauliche und nutzungsspezifische Besonderheiten

Zentren- und Standortabgrenzungen

▭ Untersuchungsraum Innenstadt



Die Besonderheiten und stadtbildprägenden Elemente der Fußgängerzone von Werl konzentrieren sich maßgeblich auf den Marktplatz und angrenzende Bereiche. Am zentralen Stadtplatz der Werler Innenstadt verankert ist insb. die Wallfahrtsbasilika, die über eine überregionale Bedeutung verfügt. Darüber hinaus befinden sich hier auch die Musikschule und das ehemalige Amtsgericht in historischen Gebäuden. Rückwärtig verortet ist weiterhin die Kirche St. Walburga. Damit erfährt dieser ein starkes Gewicht im gesamtinnerstädtischen Gefüge.

Die Ausgestaltung und die ausdifferenzierte Nutzung des Marktplatzes ist jedoch verbesserungswürdig, weshalb ihm ein besonderes Potenzial in der weiteren Entwicklung der Fußgängerzone Werls zukommt.

Stadtstruktureller Aufbau der Innenstadt

Keine klare Knochenstruktur

Betriebstyp

- Einzelhandel
- Gastronomie
- Dienstleistungen
- Leerstand

Standortabgrenzungen

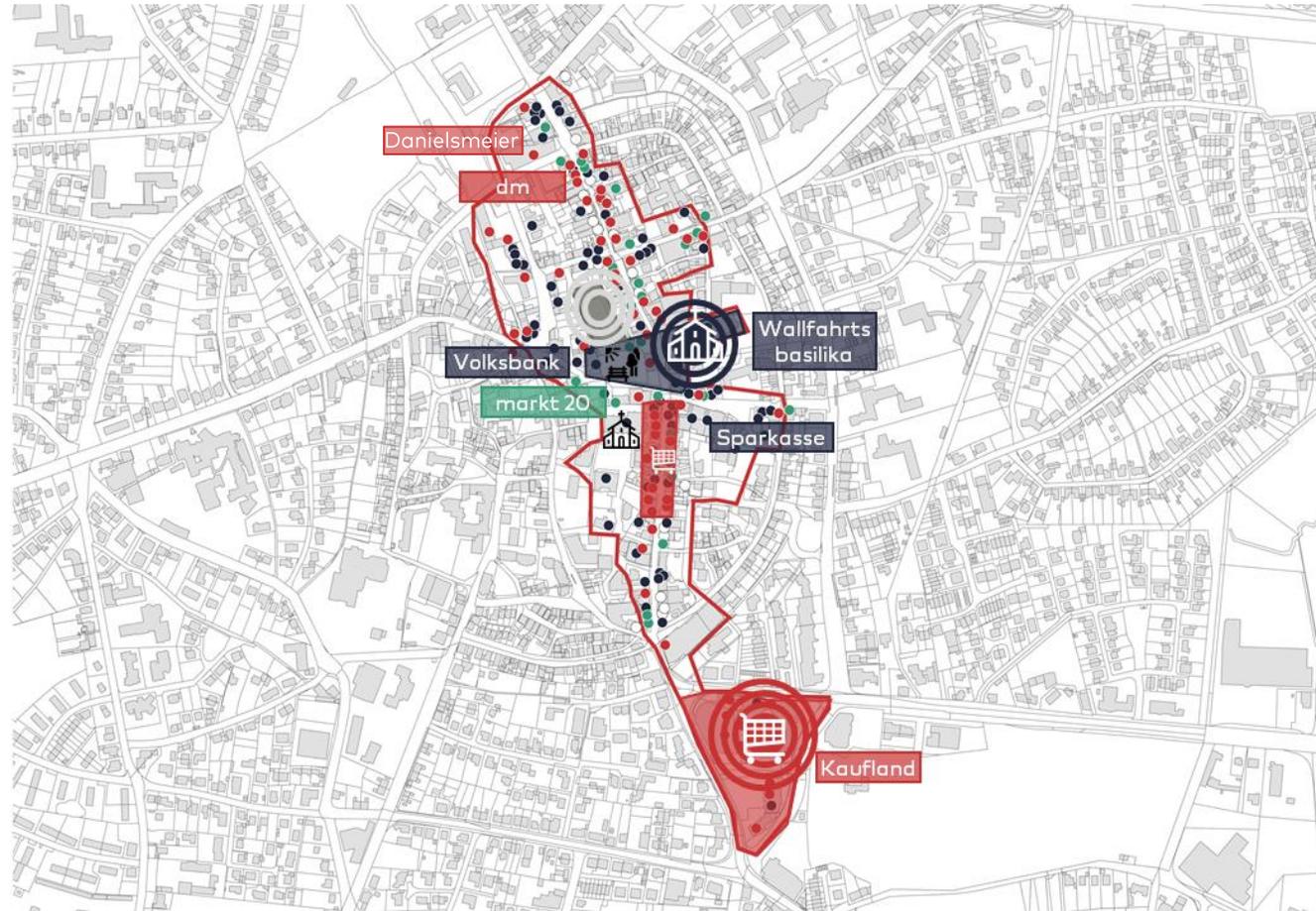
- Untersuchungsgebiet

Kristallisationspunkte

- ⊙ Einzelhandel
- ⊙ weitere zentrenergänzende Funktionen
- ⊙ Leerstände

Ankernutzungen

- Einzelhandel
- Gastronomie
- weitere zentrenergänzende Funktionen



Die Innenstadt bzw. die Fußgängerzone von Werl weist keine klare Knochenstruktur auf. Als Kristallisationspunkte fungieren der Marktplatz sowie das Fachmarktzentrum des Wulf-Hefe-Quartiers, jedoch besteht keine durchgängige städtebauliche und funktionale Verbindung zur südlichen Fußgängerzone.

Des Weiteren besteht kein weiterer Kristallisationspunkt im Norden der Fußgängerzone, der einen relevanten Frequenzfluss anregt, da die Anker-nutzungen dm und Danielsmeier nicht über eine herausragende Strahlkraft verfügen.

Dementsprechend sind für die weitere Entwicklung der Fußgängerzone von Werl stadtstrukturelle und funktionale Maßnahmen zu empfehlen.

Räumliche Integration

Bewertung

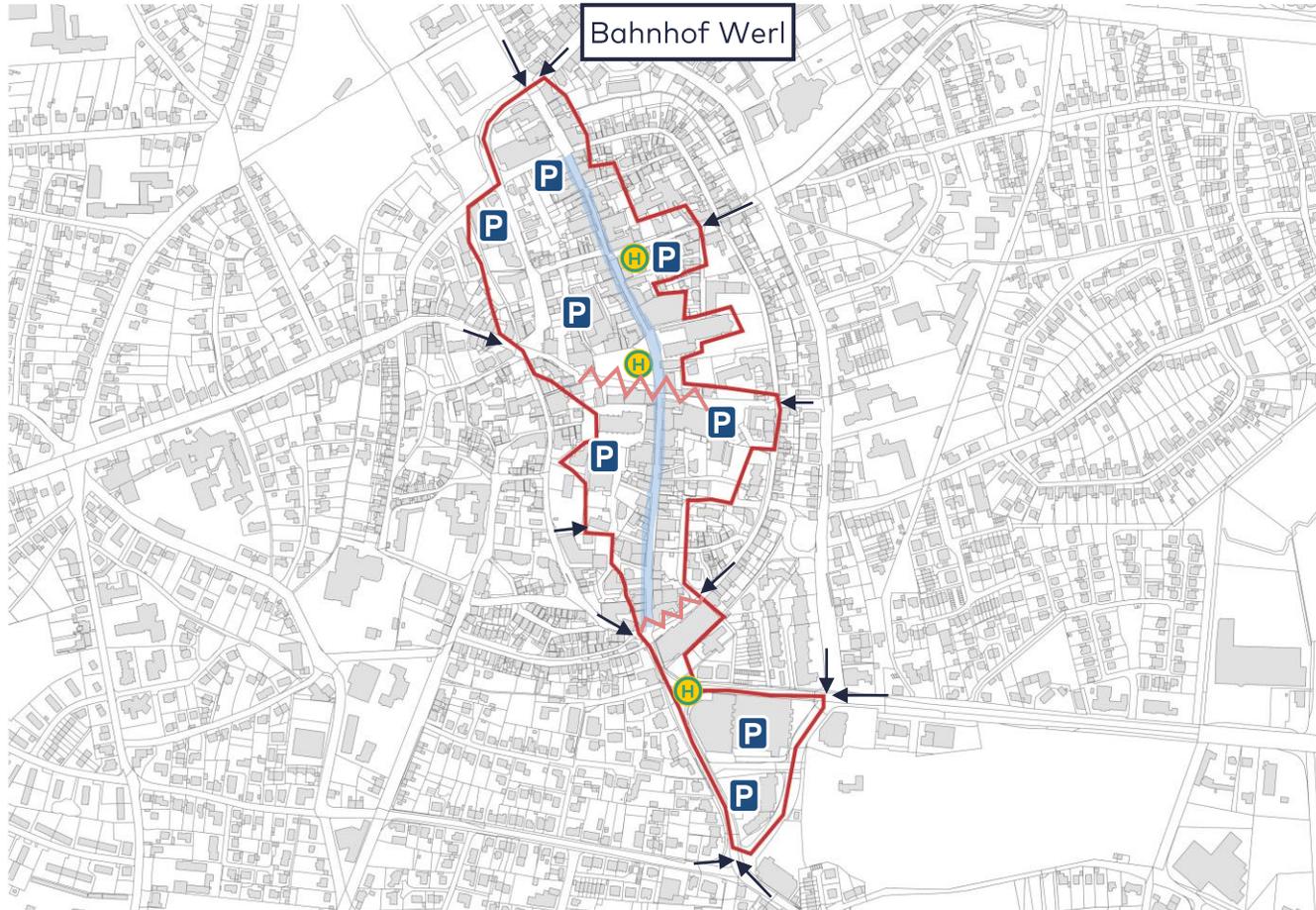


- zentrale Lage der Innenstadt im Werler Stadtgebiet
- Teil der historischen Altstadt und Lage innerhalb der ringartigen Stadt- und Verkehrsstruktur
- Fußgängerzone maßgeblich durch Walburgis- und Steinerstraße gebildet
- Zugang zur Fußgängerzone über zahlreiche Straßen und Wege möglich
- Trennwirkungen im Wesentlichen durch intensiv genutzte Verkehrsachsen geprägt
- Wulf-Hefe-Straße als südliche Begrenzung der Innenstadt
- nördliche Abgrenzung durch Sieder- und Bahnhofstraße

Verkehrliche Erreichbarkeit und Struktur

Zentren- und Standortabgrenzungen

- Untersuchungsraum Innenstadt
- Fußgängerzone
- Barrierewirkung
- Zufahrt zum Innenstadtzentrum
- ÖPNV-Haltepunkt
- Pkw-Parkplatz



Die nebenstehende Karte zeigt die Verkehrsinfrastrukturausstattung des Innenstadtzentrums von Werl. Insgesamt befinden sich drei ÖPNV-Haltepunkte im Untersuchungsraum, die sich nahezu im gesamten Innenstadtbereich verteilen. Wenige Gehminuten nördlich der Innenstadt ist der Bahnhof Werl lokalisiert, der die Innenstadt an das regionale Schienennetz anbindet.

Darüber hinaus sind insb. im nördlichen Bereich eine Vielzahl von Parkmöglichkeiten im Untersuchungsraum verortet, die über diverse Zufahrten mit dem MIV zu erreichen sind. Ergänzt werden diese durch straßenbegleitende Parkplätze. Aufgrund der innerstädtischen Verkehrsnutzung kommt es in den Bereichen der Marktstraße und der Kämperstraße/Steinergraben zu Barrierewirkungen, die einen städtebaulichen Bruch andeuten.

Weiter existieren private und öffentliche Radabstellmöglichkeiten. Die Erreichbarkeit der Innenstadt per (Lasten-)Fahrrad wird aufgrund der mangelnden Radwege erschwert.

Verkehrliche Erreichbarkeit und Struktur

Bewertung

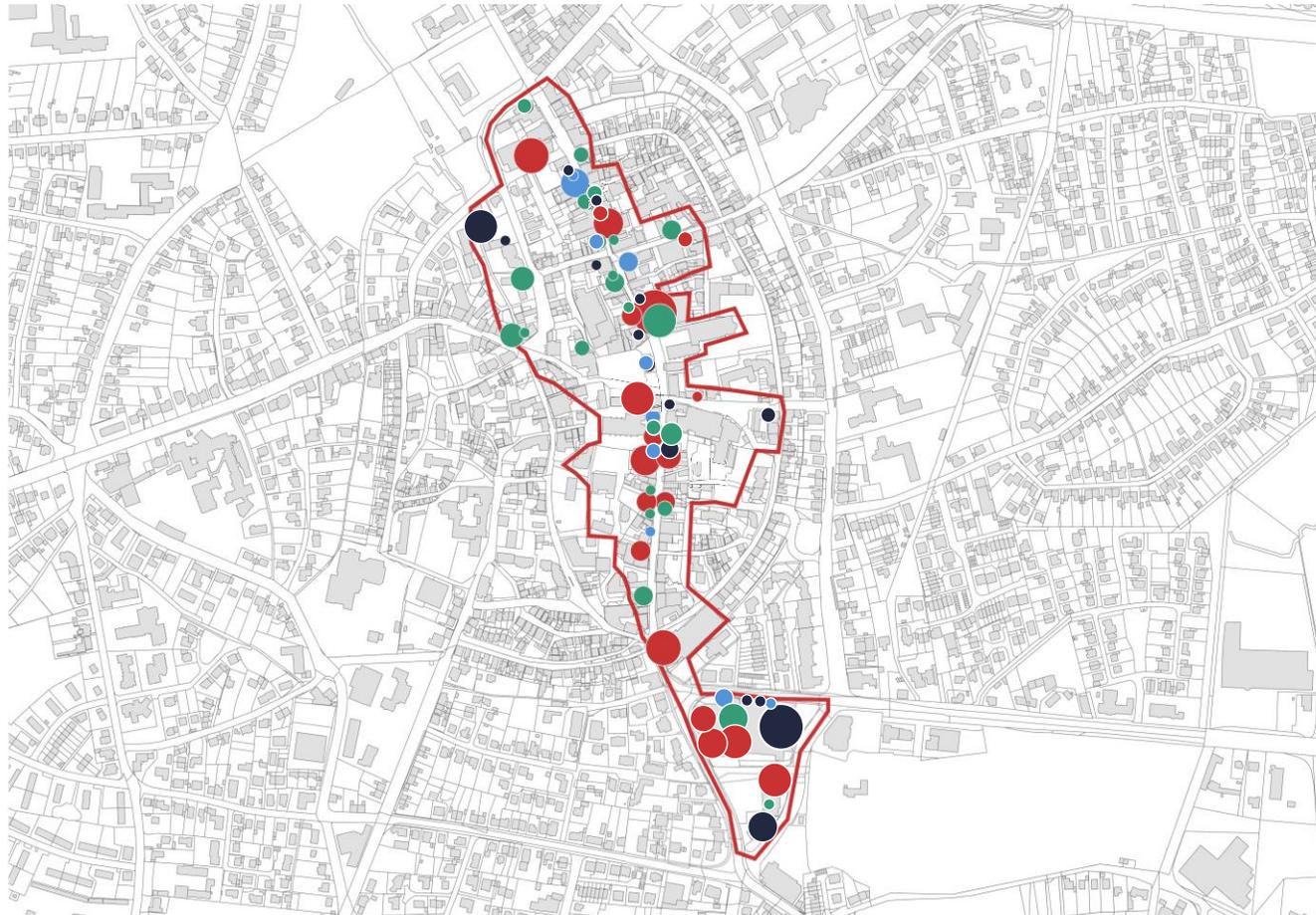


- sehr gute überregionale und regionale Erreichbarkeit per MIV (u. a. über A 44, B 1 sowie Landesstraßen)
- mehrere Zufahrtsstraßen zur Innenstadt; keine klare Eingangssituation
- nördlicher Bereich der Fußgängerzone besser mit Parkplätzen ausgestattet; Parkplätze jedoch teilweise in schlechtem Zustand
- weitere kleinere Parkplätze und straßenbegleitendes Parken in bzw. im näheren Umfeld der Innenstadt
- Parkmöglichkeiten meist mit zeitlicher Beschränkung oder kostenpflichtig
- Bahnhof Werl mit Anschluss an das regionale Schienennetz nordöstlich des Innenstadtzentrum gelegen; drei Bushaltestellen entlang des gesamten Innenstadtzentrums
- diverse Radabstellmöglichkeiten gegeben
- Fußwegenetz und Fußgängerzone vorhanden

Versorgungsfunktion

Einzelhandelsbetriebe nach Fristigkeit

- Funktion**
- Nahrungs- und Genussmittel
 - sonstiger kurzfristiger Bedarf
 - mittelfristiger Bedarf
 - langfristiger Bedarf
- Betriebsgrößenstruktur in m²**
- unter 50 m²
 - 51 - 100 m²
 - 101 - 200 m²
 - 201 - 400 m²
 - 401 - 800 m²
 - 801 - 2.000 m²
 - ab 2.000 m²
- Zentren- und Standortabgrenzungen**
- ▭ Untersuchungsgebiet



Das Einzelhandelsangebot der Werler Innenstadt deckt die unterschiedlichen Bedarfsstufen gut ab. Auf der nebenstehenden Karte wird deutlich, dass der obere Teilbereich des Untersuchungsgebiets eher von Betrieben aus dem langfristigen Bedarfsbereich geprägt ist (insb. medizinische Artikel und Optiker).

Der Bereich der Fußgängerzone entlang der Steinerstraße weist vermehrt Betriebe des mittelfristigen Bedarfsbereichs auf (hier v. a. Bekleidung und Schuhe-/Lederwaren). Ergänzt wird das dortige Angebot um Einzelhandelsbesatz des langfristigen Bedarfsbereichs, der überwiegend auf die Warengruppe Uhren/Schmuck zurückzuführen ist.

Im Wulf-Hefe-Quartier und im südlich angrenzenden Bereich sind alle Bedarfsstufen in einem relativ ausgewogenen Verhältnis vorhanden.

Versorgungsfunktion

Bewertung



- Versorgungsfunktion der Fußgängerzone aufgrund diverser Defizite im Handel stark eingeschränkt
- zentrenergänzende Funktionen (z. B. Banken, Postfiliale, Arztpraxen und weitere ladenähnliche Dienstleistungen) tragen zur Versorgungsfunktion des Zentrums bei
- Wulf-Hefe-Quartier mit vorhandenen Nutzungen (insb. Kaufland) als Versorgungsschwerpunkt
- Beschränkung der Versorgungsfunktion auch vor dem Hintergrund der intensiven Wettbewerbsbeziehungen im näheren Umfeld – wenn überhaupt – auf das eigene Stadtgebiet

Quelle: Darstellung: Stadt + Handel; Fotos: Stadt + Handel

Städtebauliche Struktur

Bewertung



- Marktplatz mit Wallfahrtsbasilika als zentraler Ort innerhalb der Innenstadt
- keine deutlich erkennbare Eingangssituation der Fußgängerzone
- ausgeprägte Längsstruktur der Fußgängerzone mit der Schwierigkeit, den gesamten Bereich zu bespielen
- Trennwirkung der Straßen Steinergraben/Neuergraben am Ende der südlichen Fußgängerzone → von der Fußgängerzone abgesetzte Lage des Einzelhandelsstandorte am Wulf-Hefe-Quartier
- überwiegend kleinteilige Struktur der Innenstadt
- durchgängige Bebauung entlang der Fußgängerzone; eher aufgelockerte Struktur abseits der zentralen Innenstadt
- Steinerstraße z. T. mit breitem Straßenquerschnitt

Städtebauliches Erscheinungsbild

Bewertung



- historischer Stadtgrundriss und Gebäude stadtbildprägend
- unterschiedliche Gebäudetypologien und Zustand der Baukörper
- gepflegtes, jedoch nicht einheitliches Stadtmobiliar und Beleuchtung
- unterschiedliche Ausgestaltung des Straßenbelags bzw. der -pflasterung
- Gewährleistung von Sauberkeit und Ordnung
- Aufwertung durch künstlerische Elemente durch Tierskulpturen
- Auflockerung der Fußgängerzone und des Marktplatzes durch kleinere Grünelemente
- Abschwächung der Immobilienqualität an den Enden der Fußgängerzone aufgrund z. T. mangelnder Bausubstanz und Fassade

Freiraum- und Aufenthaltsqualitäten

Bewertung



- Sitzgelegenheiten und vereinzelt Spielgeräte für Kinder entlang der Fußgängerzone vorhanden
- ruhige Verweilmöglichkeiten um die kirchlichen Einrichtungen
- Marktplatz mit Sitzmöglichkeiten und vereinzelt Außengastronomie als Ort zum Verweilen; Einschränkung der Aufenthaltsqualität durch Verkehrsemissionen auf der Marktstraße
- kleine Freifläche mit Sitzgelegenheiten im Norden des Wulf-Hefe-Quartiers
- nördliches Ende der Innenstadt aufgrund des Pkw-Verkehrs und städtebaulich minderer Beschaffenheit durch geringere Aufenthaltsqualität gekennzeichnet
- angrenzende Freiräume Kurpark und Parkfriedhof durch städtebauliche Barrieren von Innenstadt abgekoppelt
- insgesamt jedoch fehlende Nutzung des Potenzials des Marktplatzes und der Steinerstraße

Nutzungs- und Immobilienstruktur

Bewertung



- Einzelhandel als Nutzungsschwerpunkt entlang der Fußgängerzone; Ergänzung v. a. um zentrenergänzende Funktionen und vereinzelt Gastronomie
- abseits der zentralen Lage spielen weitere zentrenergänzende Funktionen eine wichtige Rolle
- Wulf-Hefe-Quartier mit alleiniger Handelsfunktion
- Wohnfunktion nur am Rande des Untersuchungsraums sowie vereinzelt in der Steinerstraße
- unterschiedliche Gebäudetypologien (historische und ortstypische Gebäude, 50er/60er Jahre Bebauung, kleinteilig auch moderne Elemente)
- variierender Gebäudezustand und -qualität unabhängig der verschiedenen Baustile
- Stadtrundgang mit Informationsmöglichkeiten an markanten Gebäuden bzw. Orten

Nutzungs- und Immobilienstruktur

Betrachtung der Immobilienqualität

Betriebstyp

- Zentrenergänzende Funktion
- Einzelhandel
- △ Gastronomie
- Leerstand

Immobilienqualität

- gering
- mittel
- hoch

Zentren- und Standortabgrenzungen

- ▭ Untersuchungsgebiet



Betrachtet wurden die Aspekte Bausubstanz/Hausfassade, architektonische Qualität, Gestaltung des Eingangsbereichs und der Schaufenster sowie bei Leerständen der innere Zustand.

Festgestellt wurde eine tendenziell gute Immobilienqualität entlang der Steinerstraße und rund um den Marktplatz, die v. a. auf die architektonische Qualität zurückzuführen ist. Vereinzelt negativ wurde eine dunkle Eingangssituation und eine mangelhafte Bausubstanz bewertet. Zielführend wäre demnach eine offengestaltete Fassadensanierung betroffener Immobilien

Die Ladenlokale der Walburgisstraße weisen stark variierende Qualitäten auf. Auch hier sind bedarfsgerechte Aufwertungsmaßnahmen sinnvoll, um eine annähernd gleichwertige Qualität der Fußgängerzone zu schaffen.

Schließlich ist bei den vorhandenen Leerständen festzuhalten, dass diese einen überwiegend guten inneren Zustand und meist eine solide Immobilienqualität aufweisen.

Wegebeziehungen, Frequenzstärken, Sichtachsen

Bewertung



- Fußgängerzone mit Walburgisstraße und Steinerstraße als zentrale Wegeachse und Ausrichtung auf den Marktplatz
- Marktplatz und angrenzende Bereiche der Fußgängerzone als Hauptfrequenzlage; Frequenz dünnt sich in beide Richtungen gegen Ende der Fußgängerzone aus; nördliche Fußgängerzone mit Frequenzbringer DM
- eingeschränkte Wegebeziehung zwischen Wulf-Hefe-Standort und Fußgängerzone aufgrund von Verkehrsräumen und reduzierter Nutzungsfrequenz
- Beschilderung der Innenstadt gegeben
- Sichtachsen führen auf Marktplatz zu
- fehlende Sichtverbindung zu den angrenzenden Grünräumen

Immobilienseitig schwer vermarktbare Lagebereiche

Leerstände und Lagen

Zentren- und Standortabgrenzungen

- Untersuchungsraum Innenstadt
- schwer vermarktbare Lagen
- Leerstand
(Stand: 12/2020, 01/2021;
bzw. Nachtrag 05/2021)
- Leerstand bei Bestandserhebung,
mittlerweile vermietet, in Umbau
bzw. eine Nachnutzung in Planung



Im Untersuchungsraum Innenstadt existieren einige immobilienseitig schwer vermarktbare Lagebereiche, was teilweise bereits durch eine gewisse Konzentration von Leerständen angedeutet wird. Vor allem für Einzelhandels- und Gastronomienutzungen stellen diese Lagen oftmals keine Ansiedlungsoption dar. Hingegen bieten diese Bereiche für frequenzunabhängige Nutzungen, wie z. B. Ärzte, Potenziale.

Dies betrifft v. a. die nördlichen und südlichen Randbereiche der Fußgängerzone, die aufgrund mangelnder Frequenzen und teils minderer Bausubstanz in der nördlichen Lage schwer vermarktbar sind.

Die Leerstandssituation gestaltete sich seit der Bestandserhebung im Dezember 2020 bzw. im Januar 2021 sehr dynamisch, weshalb einige der erfassten Leerstände mittlerweile einer Nutzung zugeführt wurden bzw. sich derzeit in Planung/im Umbau befinden.

Differenzierung nach Lagebereichen

Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Daten: Erhebung Stadt + Handel 12/2020; Kartengrundlage: Stadt Werl.

Funktion

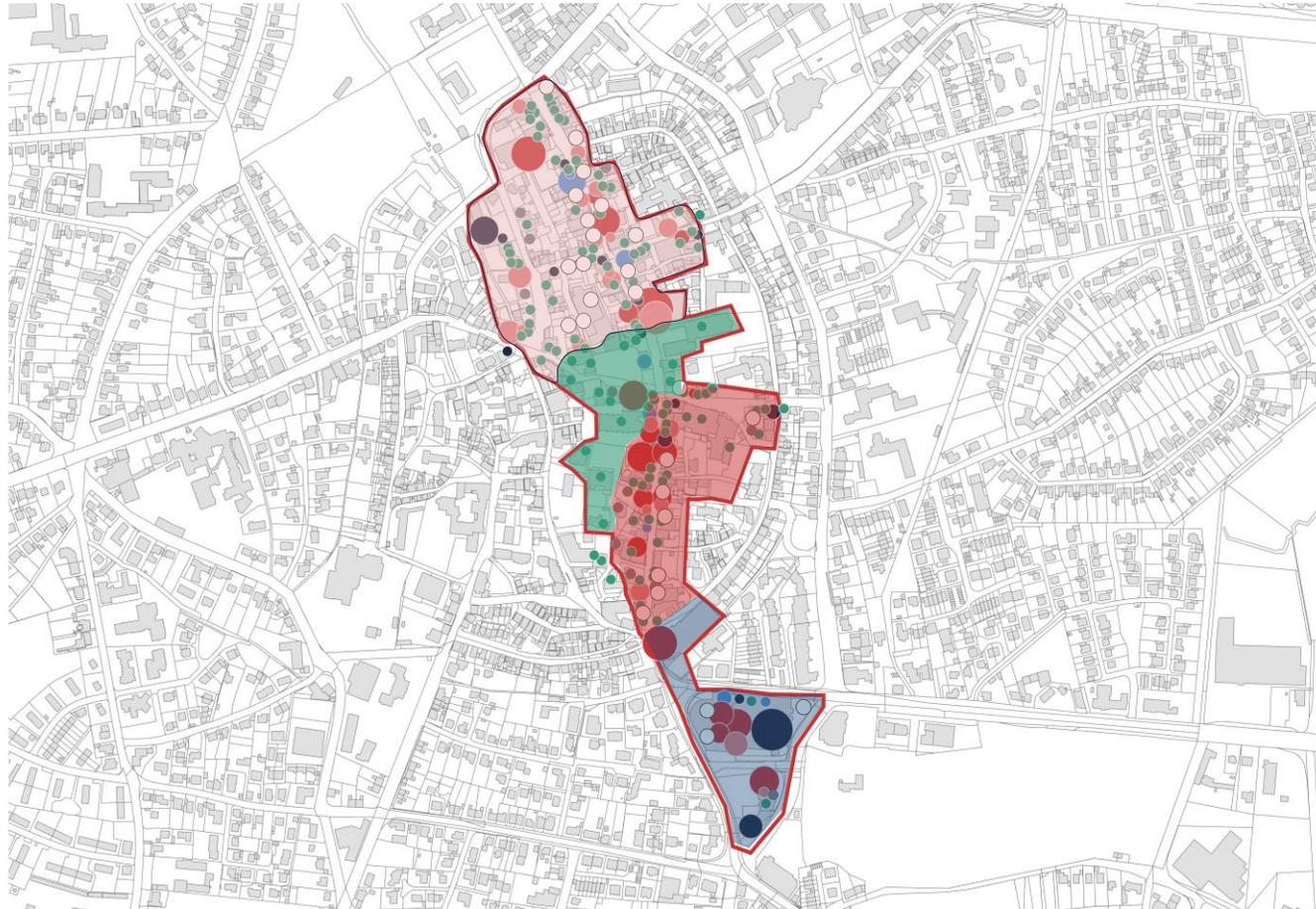
- Nahrungs- und Genussmittel
- sonstiger kurzfristiger Bedarf
- mittelfristiger Bedarf
- langfristiger Bedarf
- Zentrenergänzende Funktion
- Leerstand
- Wohnen

Betriebsgrößenstruktur in m²

- unter 50 m²
- 51 - 100 m²
- 101 - 200 m²
- 201 - 400 m²
- 401 - 800 m²
- 801 - 2.000 m²
- ab 2.000 m²

Zentren- und Standortabgrenzungen

- ▭ Untersuchungsgebiet



Nördliche Fußgängerzone

- Fußgängerzone der Walburgisstraße sowie Bebauung entlang der Siederstraße
- heterogene Gebäudestruktur und -qualität
- vermehrt Leerstände vorhanden; standardisiertes Angebot

Marktplatz

- Alter Markt mit angrenzender Bebauung v. a. geprägt durch religiöse Stätten (Wallfahrtskirche, Kirche St. Walburga)
- Südliche Ausdehnung auf Teilen des Kirchplatzes und der Schulgasse westlich hinter südlicher Fußgängerzone

Südliche Fußgängerzone

- Steinerstraße als Fußgängerzone
- kleinteiliger, spezialisierterer Besatz in überwiegend historisch geprägter Umgebung

Wolf-Hefe-Quartier

- eher autokundenorientierte Lage abseits der zentralen Innenstadt
- Gebäudekomplex mit Einkaufszentrumcharakter
- größere Betriebsgrößenstruktur

Zwischenfazit

Key-Facts

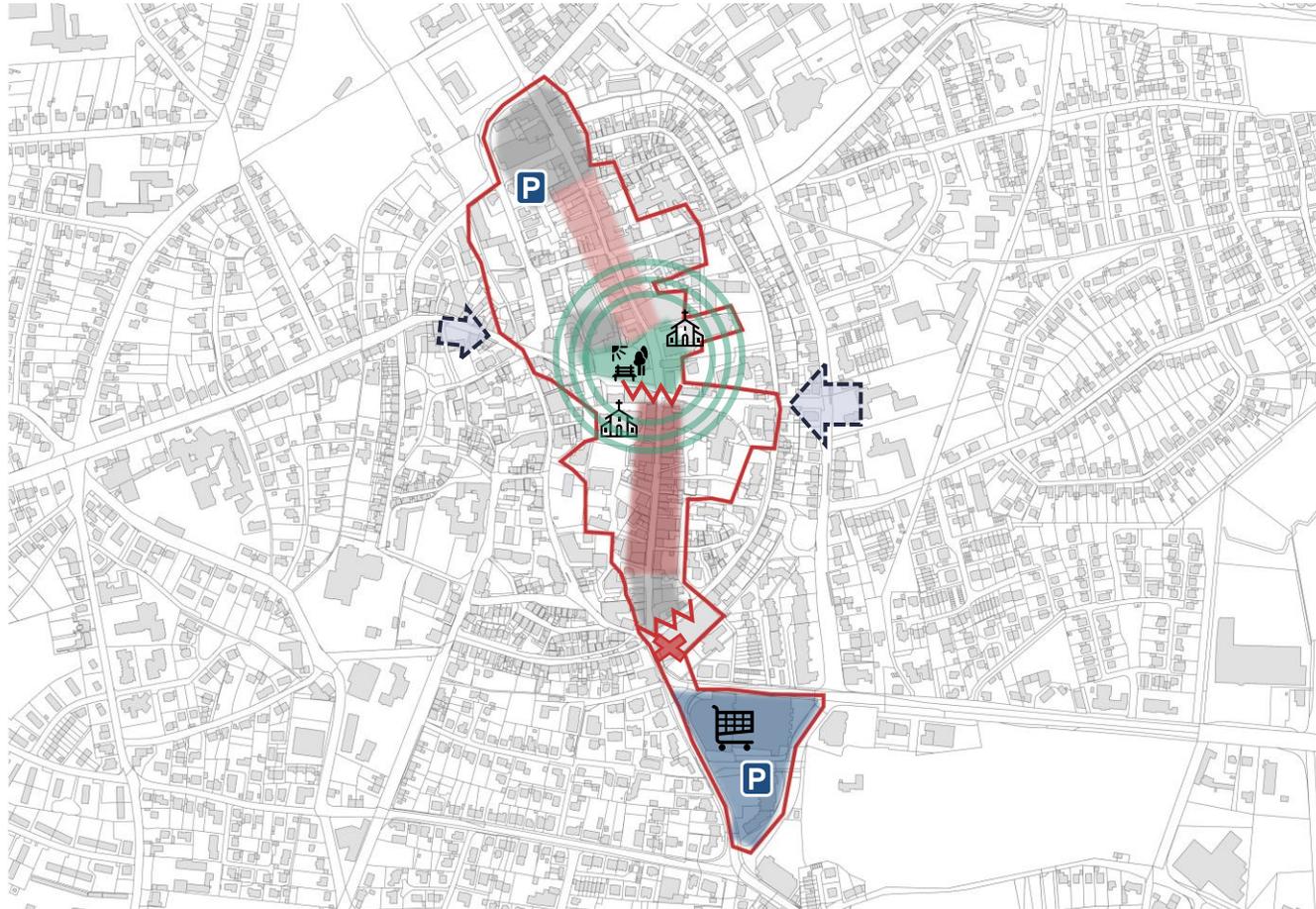
- Das Innenstadtzentrum, das sich aus der Fußgängerzone und den angrenzenden Bereichen zusammensetzt, kann in vier Lagerebereiche differenziert werden (nördliche und südliche Fußgängerzone, Marktplatz und Wulf-Hefe-Quartier)
- Der historische Stadtgrundriss und die Bebauung, der Marktplatz mit der Wallfahrtsbasilika sowie die langgestreckte Fußgängerzone bilden die stadtbildprägenden Elemente der Werler Innenstadt.
- Das Innenstadtzentrum von Werl weist z. T. deutliche Unterschiede hinsichtlich der Gebäudetypologien und -attraktivität sowie des Zustands der Baukörper auf.
- Das städtebauliches Erscheinungsbild und die Aufenthaltsqualität der Fußgängerzone sind in Teilen ausbaufähig.
- Am nördlichen und südlichen Randbereich der Fußgängerzone ist eine abnehmende Nutzungsdichte und eine geringere städtebauliche Qualität festzustellen.

Zwischenfazit

Chancen-Mängel-Plan

Zentren- und Standortabgrenzungen

- ▭ Untersuchungsraum Innenstadt
- Marktplatz
- attraktive, historische Fußgängerzone
- stark durchmischte Fußgängerzone
- Versorgungsschwerpunkt
- schwer vermarktbare Lage
- ⚡ Barrierewirkung
- ✗ mangelhafter städtebaulich-funktionaler Zusammenhang
- relevante Parkmöglichkeiten
- ➔ Eingangssituation



Den Kern der Fußgängerzone und damit auch das Herzstück der Innenstadt bildet der Marktplatz mit seinen angrenzenden z. T. bedeutenden Nutzungen für die Stadt Werl. Aufgrund seiner Relevanz für die Stadt ist zu empfehlen, den Marktplatz als Eingangsbereich zur Fußgängerzone zu positionieren und damit auch positive Impulse und Ausbreitungseffekte in die angrenzende Fußgängerzone zu generieren.

Weiter kann der historische Charakter als Stärke der südlichen Fußgängerzone durch Sanierungsmaßnahmen ausgebaut werden.

Die Erreichbarkeit der Fußgängerzone kann durch ein verbessertes räumliches und qualitatives Parkplatzangebot verbessert werden.

Die schwer vermarktbaren Randbereiche der Fußgängerzone (insb. für Einzelhandel und Gastronomie) sind auf dessen Längsstruktur zurückzuführen.

Abgekoppelt von der Fußgängerzone liegt der Standort des Wulf-Hefe-Quartiers als Versorgungsschwerpunkt.

Angebotsanalyse

Trends

Nachfrage- und Angebotssituation

Wettbewerbs-Check

Stadtstruktur

Angebotsanalyse

Nutzungsqualitäten

Zieldefinition

Handlungsempfehlungen

Betriebsstruktur

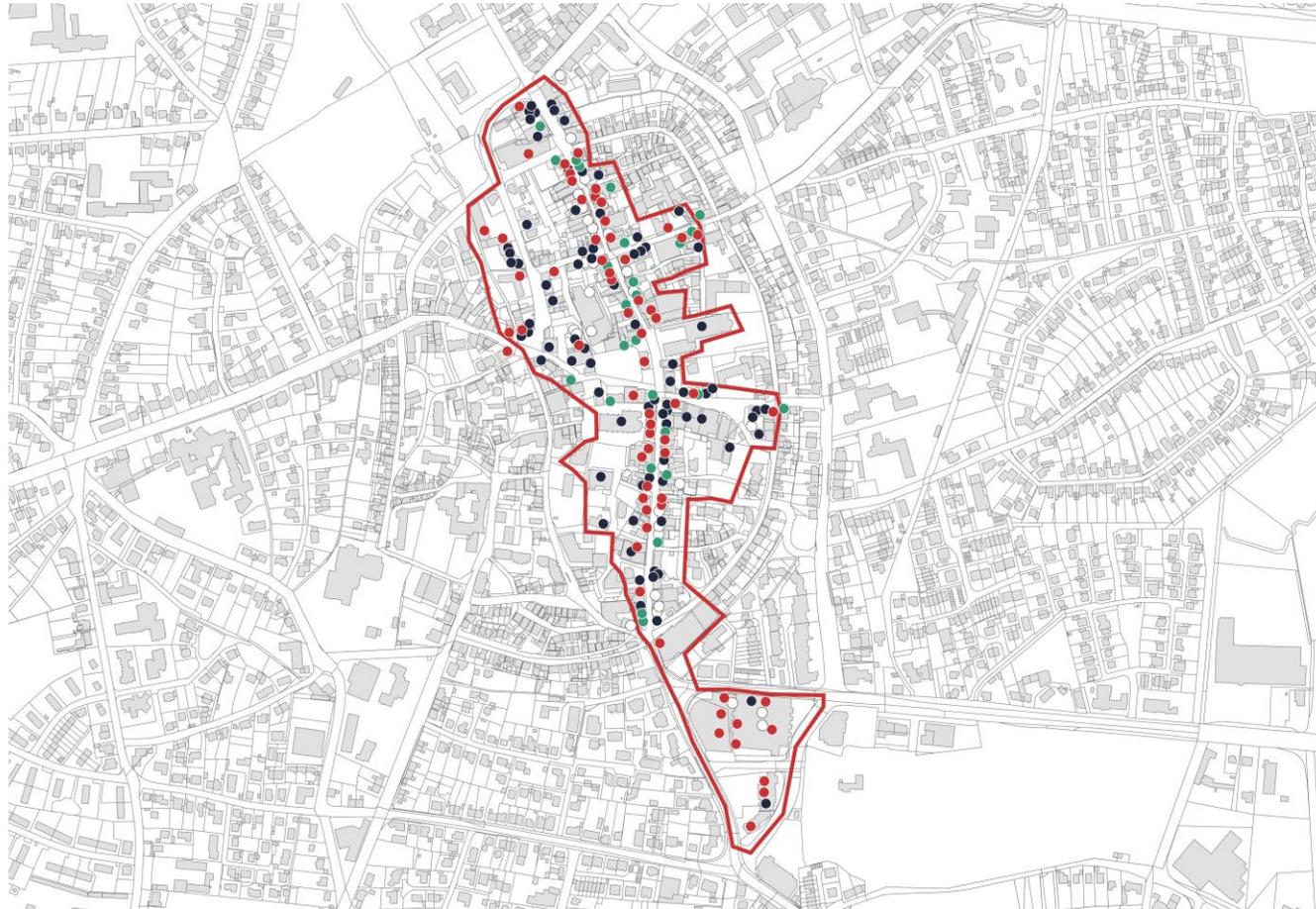
Bestandsstrukturen nach Nutzungen im Erdgeschoss

Betriebstyp

- Einzelhandel
- Gastronomie
- Dienstleistungen
- Leerstand

Standortabgrenzungen

- Untersuchungsgebiet



Die Werler Innenstadt weist eine recht durchmischte Nutzungsstruktur auf. In der Fußgängerzone sind vornehmlich Einzelhandelsbetriebe in den Erdgeschosslagen lokalisiert, die um weitere zentrenergänzende Funktionen erweitert werden. Die heterogene Nutzungsfunktion spiegelt sich auch am Marktplatz wider.

Der Wulf-Hefe-Standort hingegen erfährt eine deutliche Prägung durch den Einzelhandel. Ergänzend sind hier zwei Dienstleistungsbetriebe vertreten.

Abseits der zentralen Lagen der Innenstadt sind überwiegend Dienstleistungsbetriebe vorzufinden. Diese konzentrieren sich insb. auf die westlich gelegene Siederstraße, den nördlichen Abschnitt der Walburgisstraße sowie auf den Kreuzungsbereich östlich des Marktplatzes.

Darüber hinaus sind einige Leerstände in der Innenstadt verortet, die v. a. den nördlichen Abschnitt der Fußgängerzone sowie das Wulf-Hefe-Quartier mitprägen.

Angebotene Sortimente

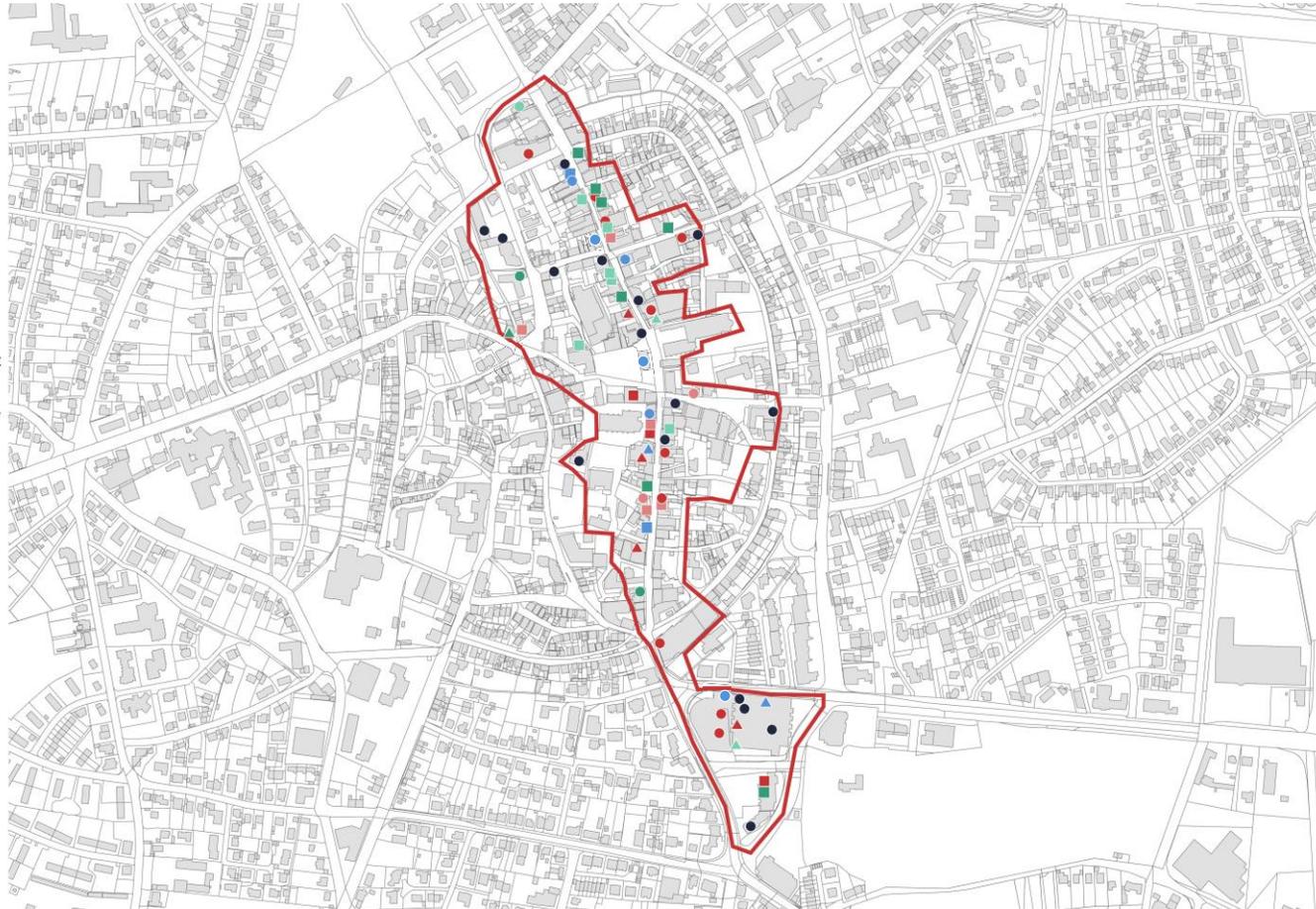
Einzelhandel nach Hauptwarengruppe

Hauptwarengruppen

- Nahrungs- und Genussmittel
- Drogerie/Parfümerie/Kosmetik/Apotheken
- Blumen/Zoologischer Bedarf
- ▲ PBS/Zeitungen/Zeitschriften/Bücher
- Bekleidung
- GPK/Hausrat/Einrichtungszubehör
- ▲ Schuhe/Lederwaren
- Spielwaren/Basteln/Hobby/Musikinstrumente
- Uhren/Schmuck
- Möbel
- Neue Medien/Unterhaltungselektronik
- ▲ Elektro/Leuchten/Haushaltsgeräte
- Teppiche/Gardinen/Dekostoffe/Sicht- und Sonnenschutz
- Medizinische und orthopädische Artikel/Optik
- ▲ Sonstiges

Standortabgrenzungen

- Untersuchungsgebiet



Im Untersuchungsraum des Werler Innenstadtzentrums ist eine Vielzahl an Hauptwarengruppen vertreten, die sich zu Teilen auf bestimmte Lagen konzentrieren.

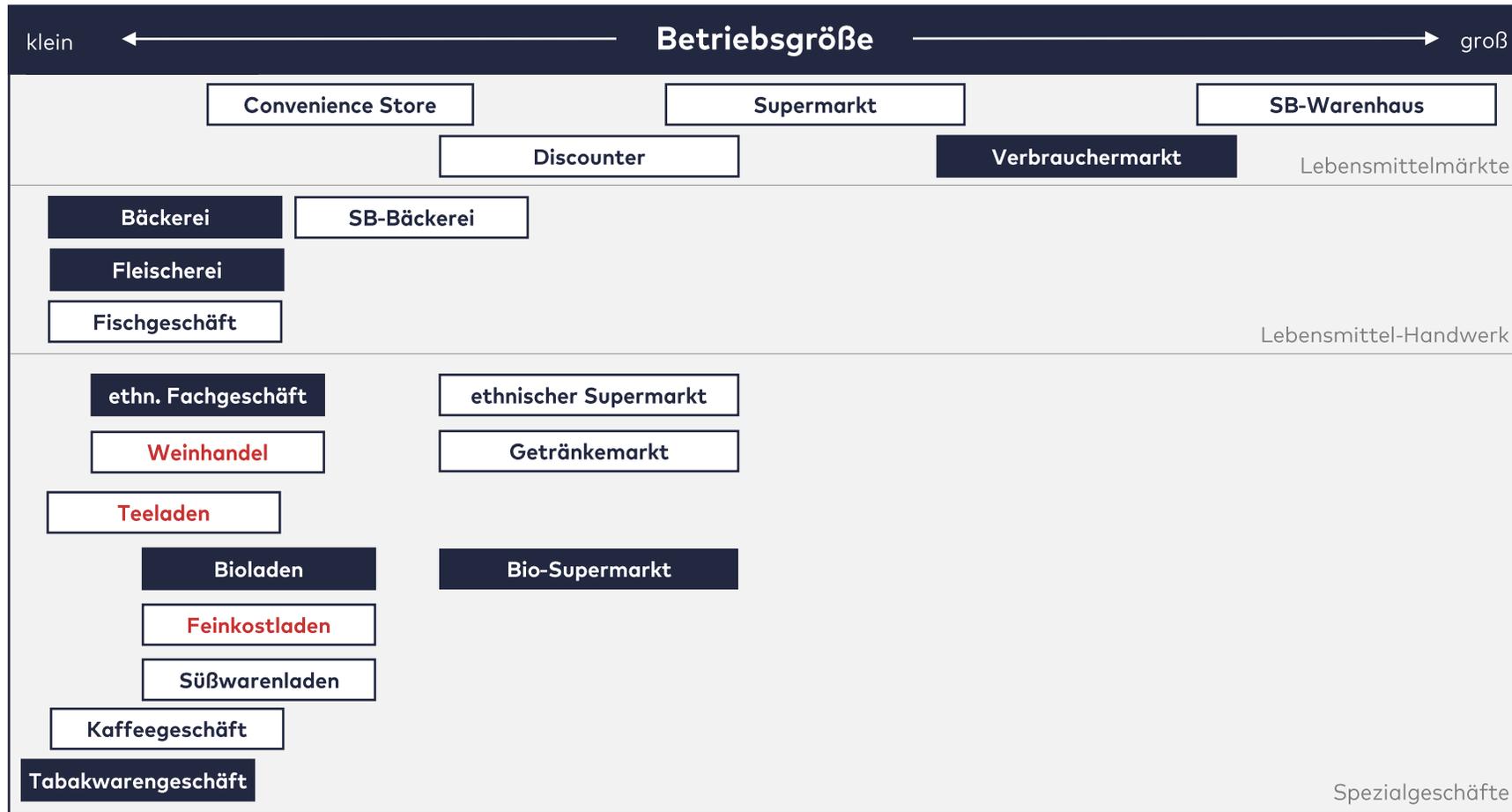
So befinden sich in der Fußgängerzone entlang der Walburgisstraße des öfteren Betriebe mit Hauptwarengruppen des langfristigen Bedarfsbereichs, wobei vor allem medizinische und orthopädische Artikel sowie Optik eine Rolle spielen. Nachrangig sind hier auch einige Betriebe mit dem Hauptsortiment Neue Medien/Unterhaltungselektronik vertreten, die sich jedoch eher auf kleinteilige Strukturen konzentrieren.

Die Fußgängerzone entlang der Steinerstraße hingegen weist einen sehr durchmischten Einzelhandelsbesatz auf.

Abseits der zentralen Fußgängerzone sowie im Wulf-Hefe-Quartier sind vermehrt v. a. Lebensmittelbetriebe verortet, die sich im Wesentlichen aus Bäckereien, spezialisiertem Lebensmittelhandel und Lebensmittelmärkten zusammensetzen.

Branchencheck

Funktionsstruktur im Einzelhandel – Nahrungs- und Genussmittel



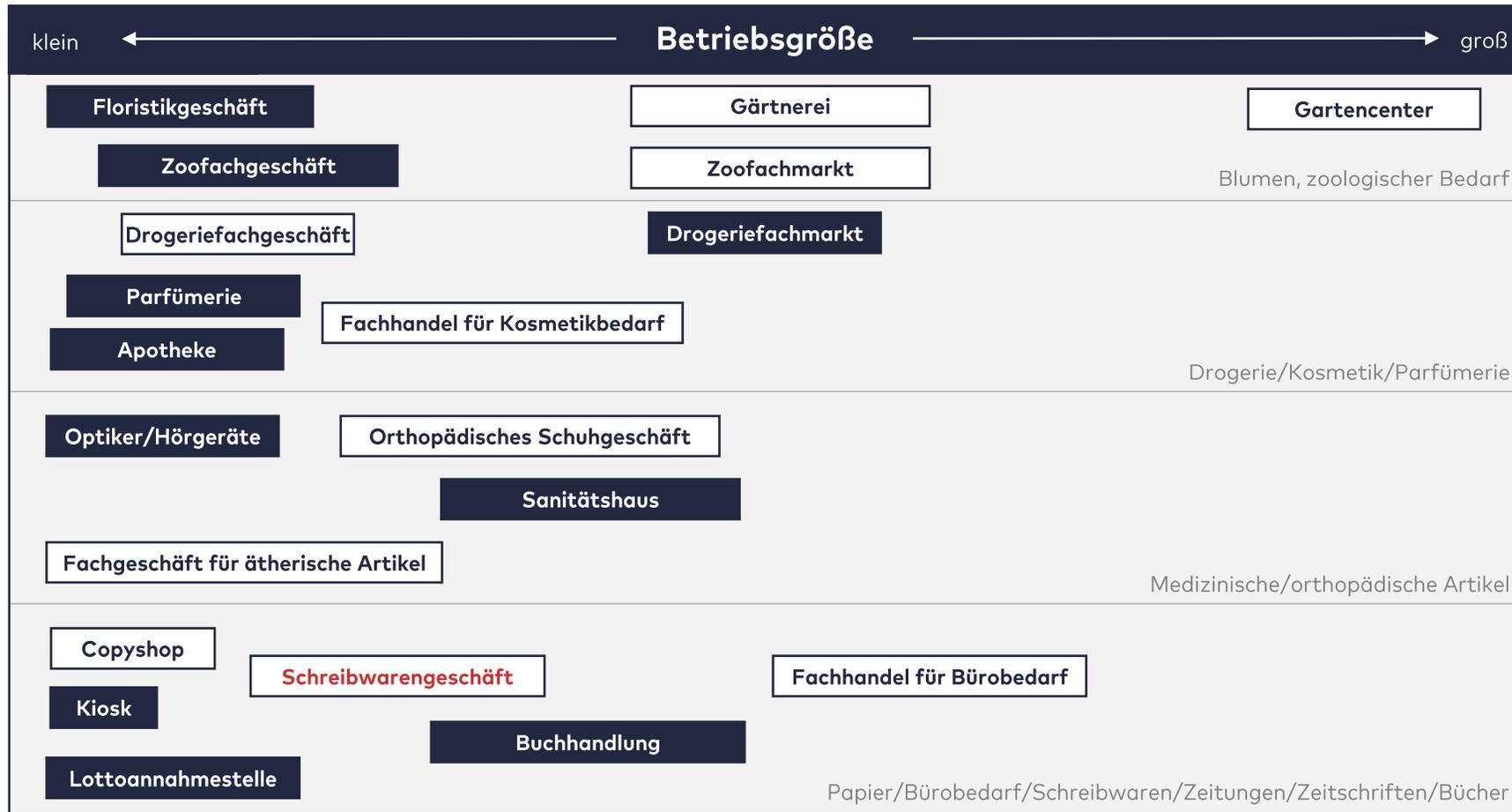
Der Branchencheck zeigt, welche Betriebstypen der verschiedenen Sortimentsbereiche im Innenstadtzentrum Werls verortet sind. Gleichzeitig wird gezeigt, welche Betriebe das Innenstadtzentrum aufweisen sollte, um sich im Wettbewerb mit anderen Mittelzentren behaupten zu können.

Im Bereich der Nahrungs- und Genussmittel ist das Innenstadtzentrum mit einem Verbrauchermarkt und einem kleinen Discounter nicht hinreichend ausgestattet. Allerdings befinden sich direkt außerhalb des Untersuchungsraums einige Lebensmittelmärkte, die das Innenstadtzentrum mitversorgen.

Ansiedlungen von weiteren Spezialgeschäften sind nicht zwingend, können jedoch die Angebotsvielfalt und den Einzelhandelscharakter stärken.

Branchencheck

Funktionsstruktur im Einzelhandel – weitere Sortimente des kurzfristigen Bedarfs*



Das Innenstadtzentrum Werl weist in den weiteren kurzfristigen Sortimentsbereichen sowie im Bereich der medizinischen und orthopädischen Artikel die üblichen Betriebstypen auf.

Im Bereich der Drogeriewaren sowie der medizinischen und orthopädischen Artikel sind hinreichend Betriebe in der Fußgängerzone insb. in der Walburgisstraße verortet.

Die Branche Papier/Bürobedarf/Schreibwaren, Zeitungen, Zeitschriften und Bücher ist mit einer Buchhandlung und zwei weiteren kleinen Betrieben weniger breit aufgestellt. Hier würde sich ein Schreibwarengeschäft empfehlen, um auch den Bedarf der Schüler der umliegenden Schulen zu decken.

- Betrieb Betriebstyp
- Betrieb vorhanden in Werl
- Betrieb Entwicklungsempfehlung

Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Daten: Erhebung Stadt + Handel 12/2020; *inkl. medizinische und orthopädische Artikel.

Branchencheck

Funktionsstruktur im Einzelhandel – Bekleidung



Das innerstädtische Leitsortiment Bekleidung wird in verschiedenen Betriebsformen angeboten. Diese differenzieren sich nach Preisniveau, Markenvielfalt sowie Verkaufsmethode.

Im Innenstadtzentrum Werl finden sich vor allem Textil-Discounter sowie Fashion-Fachhandel in unterschiedlichen Ladengrößen wieder. Während der Fachhandel maßgeblich in der Fußgängerzone vertreten ist, befinden sich die Textil-Discounter eher am bzw. um den Wulf-Hefe-Standort.

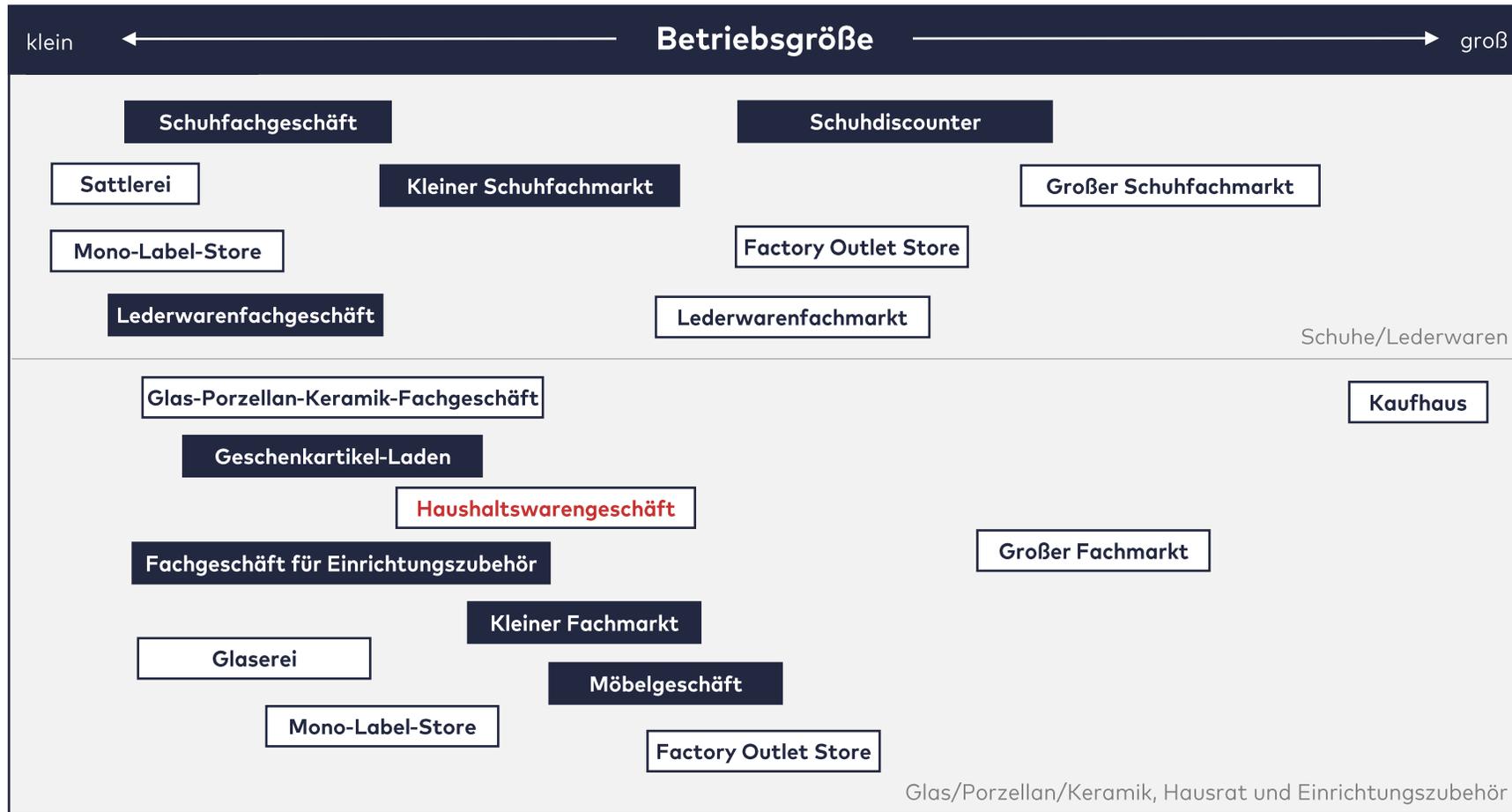
Die Ansiedlung weiterer Betriebsformen ist kein „Must-have“, würde dennoch zur Angebotsvielfalt beitragen und die Leerstände am Wulf-Hefe-Standort oder in den kleinteiligen Geschäften der Fußgängerzone beseitigen.

- Betrieb** (weiß) Betriebstyp
- Betrieb** (schwarz) vorhanden in Werl
- Betrieb** (rot) Entwicklungsempfehlung

Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Daten: Erhebung Stadt + Handel 12/2020

Branchencheck

Funktionsstruktur im Einzelhandel – Bekleidung



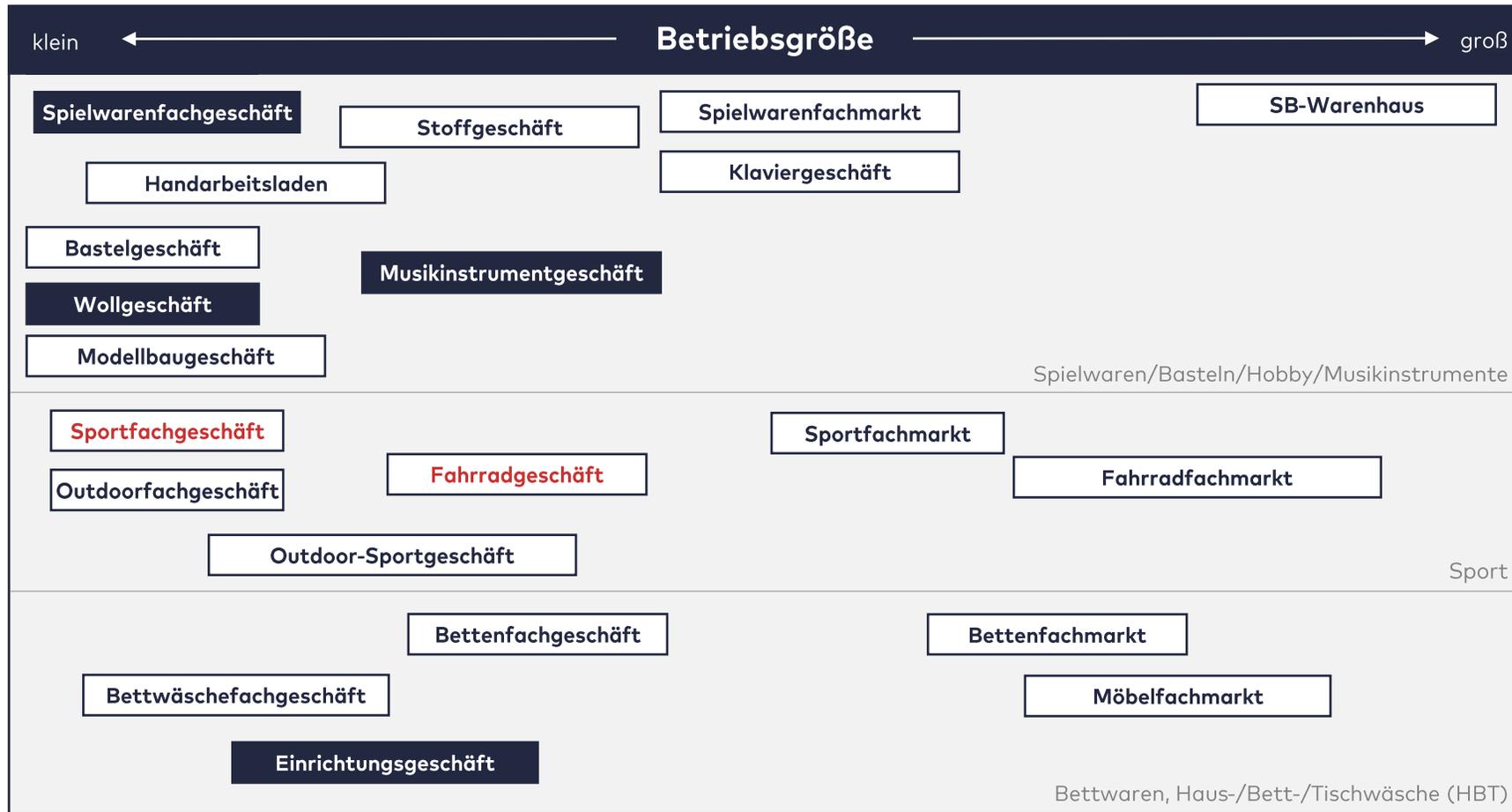
Neben dem Leitsortiment Bekleidung bestimmen zumeist auch Betriebe im Sortimentsbereich Schuhe und Lederwaren sowie Glas/Porzellan/Keramik, Hausrat und Einrichtungszubehör das Angebot der Innenstädte.

Im Bereich der Schuhe/Lederwaren ist das Innenstadtzentrum mit unterschiedlichen Betriebsformen gut aufgestellt.

Der Sortimentsbereich Glas/Porzellan/Keramik, Hausrat und Einrichtungszubehör ist bereits mit einigen Betrieben vertreten. Ein Haushaltswarengeschäft zur Abrundung des Angebotes der Innenstadt erscheint hier jedoch zielführend, da das derzeitige Angebot lediglich von discountorientierten Betrieben bereitgestellt wird oder als Randsortiment in der Werler Innenstadt vertreten ist.

Branchencheck

Funktionsstruktur im Einzelhandel – weitere Sortimente des langfristigen Bedarfs



In den Sortimentsbereichen Spielwaren/Basteln/Hobby/Musikinstrumente beschränkt sich das Angebot der Werler Innenstadt auf die essenziellen Betriebe für ein funktionierendes Zentrum. Gleiches gilt für die Warengruppen Sport sowie Bettwaren und Haus-/Bett-Tischwäsche.

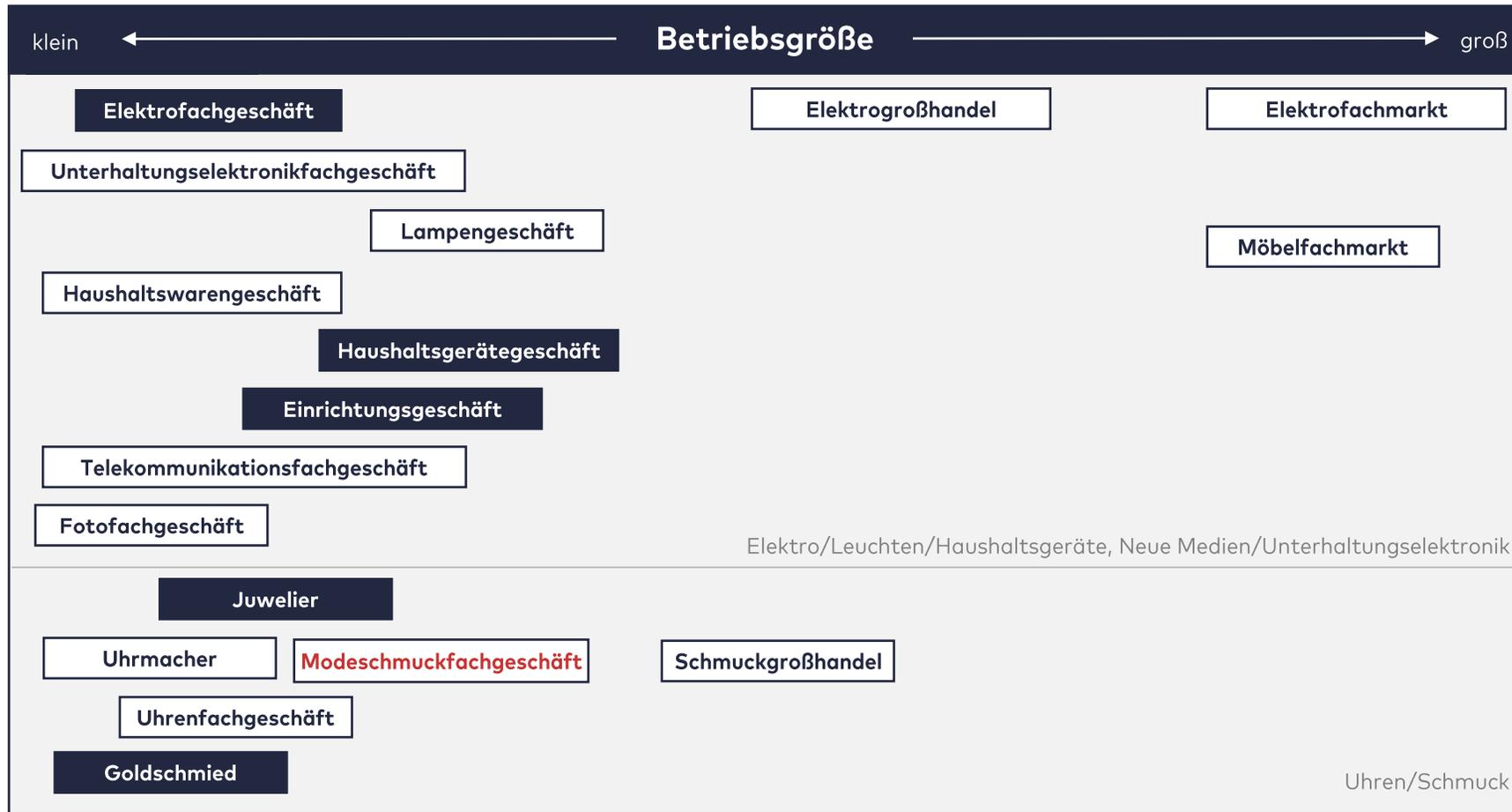
Die Branche Sport ist im Innenstadtzentrum nur als Randsortiment vertreten. Hier ist die Ansiedlung eines Sportfach- oder eines Fahrradgeschäfts zu empfehlen.

Die Warengruppe Bettwaren, Haus-/Bett-/Tischwaren sind lediglich als Randsortimente von Betrieben mit Einrichtungszubehör vorhanden.

Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Daten: Erhebung Stadt + Handel 12/2020

Branchencheck

Funktionsstruktur im Einzelhandel – weitere Sortimente des langfristigen Bedarfs



Das Werler Innenstadtzentrum verfügt über zwei Elektrofachgeschäfte, die sich am Rand der Innenstadt befinden und zusätzlich einen Anteil an der Warengruppe Neue Medien/ Unterhaltungselektronik und Haushaltsgeräte anbieten. Ein weiteres Einrichtungsgeschäft verfügt in geringem Ausmaß über Beleuchtungsartikeln. Ergänzende Ansiedlungen aus dieser Branche können das Innenstadtangebot abrunden.

Im Sortimentsbereich Uhren/Schmuck finden sich einige Juweliere in der Innenstadt. Reine Uhrenfachgeschäfte sind nicht angesiedelt. Hier ist jedoch anzumerken, dass in den meisten Fällen Uhren ebenfalls bei den bestehenden Juwelieren angeboten werden. Ein Anbieter von Modeschmuck würde allerdings gerade im niedrigeren Preissegment eine Ergänzung des Betriebstypenmix darstellen.

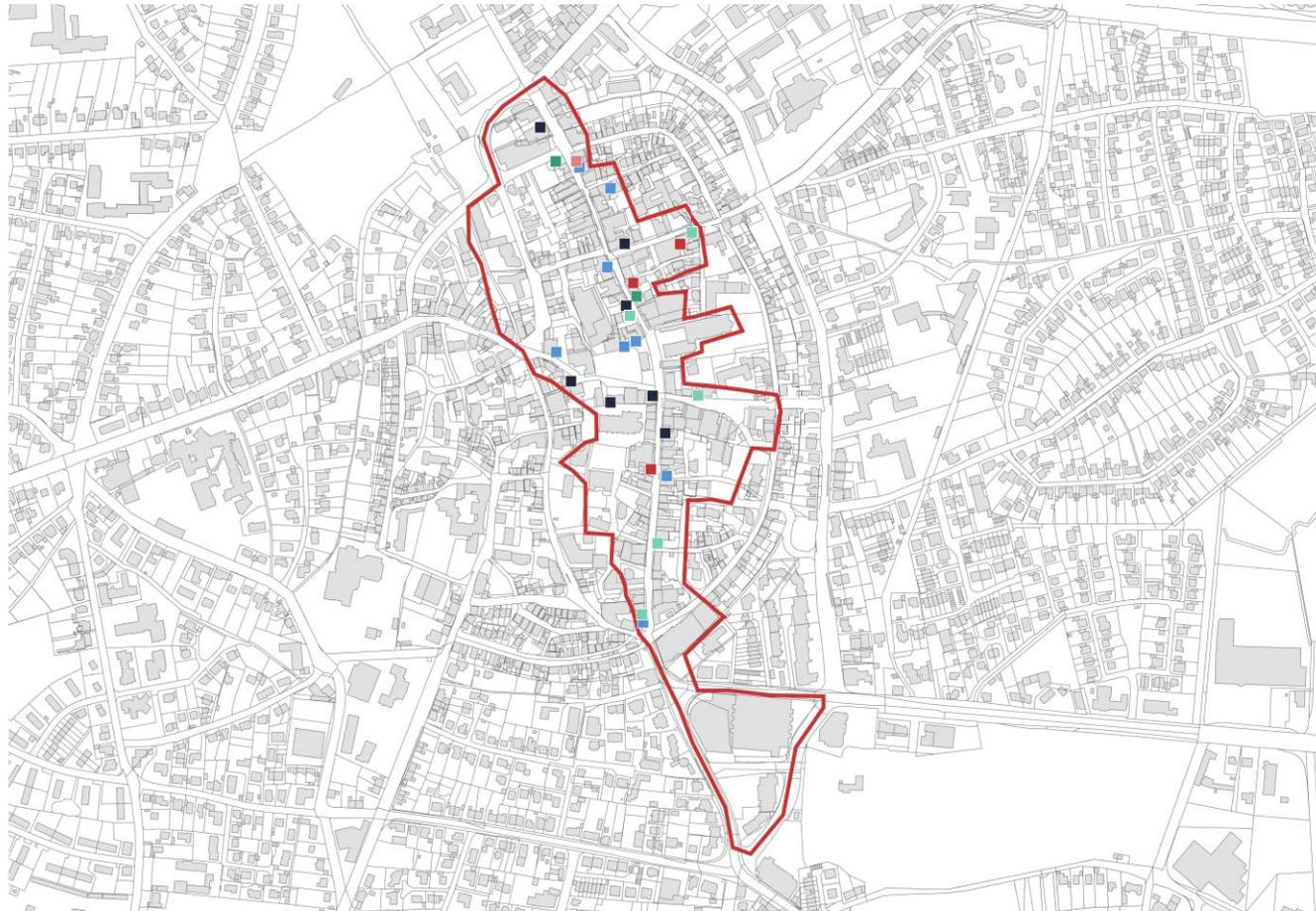
- Betrieb** (weiß) Betriebstyp
- Betrieb** (schwarz) vorhanden in Werl
- Betrieb** (rot) Entwicklungsempfehlung

Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Daten: Erhebung Stadt + Handel 12/2020

Gastronomieangebot

Differenzierte Betrachtung des gastronomischen Angebots

- Gastronomie**
- Restaurant
 - Café
 - Bistro
 - Kneipe
 - Schnellrestaurant
 - Imbiss
- Standortabgrenzungen**
- Untersuchungsgebiet



Eine differenzierte Betrachtung des gastronomischen Angebots zeigt, dass in der Werler Innenstadt überwiegend Restaurants und Cafés verortet sind. Dabei sind erstere vornehmlich südlich des Marktplatzes lokalisiert, während die Cafés eher nördlich des Marktplatzes und entlang der Walburgisstraße angesiedelt sind.

Des Weiteren sind vereinzelt Schnellrestaurants und Imbisse insb. entlang der Fußgängerzone in der Innenstadt vertreten. Ergänzt wird das Angebot um drei Bistros.

Insgesamt ist das gastronomische Angebot eher von Speisewirtschaften geprägt. Reine Schankwirtschaften sind nur selten vorhanden.

Auffällig ist, dass insb. im Bereich der südlichen Steinerstraße nur noch sehr wenige Gastronomieangebote mit Verweilmöglichkeiten gelegen sind. Eine Ansiedlung solcher Betriebe würde die Attraktivität und Nutzungsvielfalt steigern und zu Frequenzen anregen.

Branchencheck

Funktionsstruktur Gastronomie

Branche	Betriebstyp	relatives Preisniveau		
		preisorientiert	standard	hochwertig
Speisewirtschaften	Imbiss	■	■	□
	Kantine	□	□	□
	Schnellrestaurant	■	□	□
	Fast-Casual-Restaurant	□	□	□
	Restaurant	■	■	■
	Fine Dining Restaurant	□	□	□
Hybride	Eisdiele	□	■	□
	Café	■	■	□
	Bistro	■	■	□
	Resto-Bar	□	□	□
	Shisha-Bar/Lounge	□	□	□

Insgesamt sind 26 Gastronomiebetriebe in der Werler Innenstadt verortet. Diese teilen sich auf die Branchen Speisewirtschaften, Hybride, Schankwirtschaften sowie Unterhaltungsgastronomie auf.

Die verschiedenen Betriebstypen lassen sich in drei verschiedene Preisniveaus aufteilen. Es fällt insgesamt auf, dass sich das gastronomische Angebot dem preisorientierten bis standardisierten Bereich zuzuordnen ist und kaum höherwertige Angebote vorhanden sind.

Daraus ergibt sich die Empfehlung, das gastronomische Angebot vielfältiger und qualitativvoller aufzustellen.

- vorhanden in Werl
- nicht vorhanden in Werl
- ▣ Entwicklungsempfehlung

Branchencheck

Funktionsstruktur Gastronomie

Branche	Betriebstyp	relatives Preisniveau		
		preisorientiert	standard	hochwertig
Schankwirtschaften	Trinkhalle	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Kneipe	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Biergarten	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Unterhaltungs- gastronomie	Bar	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Tanzlokal	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Schankwirtschaften und Betriebe der Unterhaltungsgastronomie erwirken vor allem in den Abendstunden eine Frequentierung der Innenstadtlagen. Hierzu tragen auch Resto-Bars (Hybride) bei. Hinsichtlich dieser Branchen verfügt das Innenstadtzentrum über kaum Strukturen, weshalb sich die Ansiedlung einer Bar, eines Tanzlokals und einer Kneipe aus dem standardisierten Preissegment empfiehlt.

- vorhanden in Werl
- nicht vorhanden in Werl
- Entwicklungsempfehlung

Branchencheck

Betriebstypen im Funktionsbereich Gastronomie

Imbiss

kleiner Gastronomiebetrieb mit wenigen Sitzmöglichkeiten und einfach, küchenfertig vorbereiteten Speisen mit Getränkeausschank. Üblicherweise To-Go-Angebote

Kantine

Eine Kantine ist ein gastronomischer Betrieb, der Speisen und Getränke für eine gewisse Personengruppe anbietet. Kantinen stehen meist nur den entsprechenden Personengruppen exklusiv zur Verfügung. Oftmals werden die Speisen und Getränke dort zu besonders günstigen Preisen angeboten bzw. von einem Betrieb für seine Mitarbeiter subventioniert.

Schnellrestaurant

Bei einem Schnellrestaurant kommt es insbesondere auf den schnellen Service an. Das Angebot an Speisen, Getränken und Service ist eher begrenzt und die Preise sind entsprechend geringer als in höherwertigen Restaurants. Oftmals sind Schnellrestaurants auch Selbstbedienungsbetriebe. Schnellrestaurants sind im Prinzip Imbissstände mit Sitzplätzen.

Fast-Casual-Restaurant

Ein Fast-Casual-Restaurant ist ein Restaurant, das durch frische Produkte und einen schnellen, reduzierten Service charakterisiert wird. Es verbindet eine relativ hohe Produktqualität und die Frische von Restaurants mit der Geschwindigkeit der Schnellrestaurants und rechtfertigt so einen höheren Preis gegenüber Fastfood-Angeboten. Häufig werden die Gerichte beim so genannten Front Cooking vor den Augen der Gäste zubereitet. Der Bestell- und Bezahlvorgang findet in der Regel an der Theke statt.

Restaurant

Unter einem Restaurant versteht man einen gastronomischen Betrieb, in dem Speisen und Getränke zum Verzehr an Ort und Stelle verkauft werden. Der Begriff Restaurant entstand im 18. Jahrhundert in Frankreich und bedeutet so viel wie sich stärken. Der Anspruch an Küche und Service ist hier höher als z. B. beim Imbiss.

Fine Dining Restaurant

„Fine Dining at a Restaurant“ inkludiert den Genuss der gehobenen Gastronomie, sei es in der Haute Cuisine, Sternegastronomie oder im normalen Restaurant mit dem Anspruch besseren Essens im Full-Service-Bereich. Als Ausstattung dieser Restaurants kommen nur hochwertige Werkstoffe und bestes Design zum Einsatz. Das Personal ist hervorragend ausgebildet und trägt entsprechende Dienstkleidung. Fine Dining Restaurants sind fast immer kleine Unternehmen.

Eisdiele

In einer Eisdiele wird insbesondere Speiseeis und ein kleines Sortiment an Getränken und ggf. Snacks zum Verzehr an Ort und Stelle angeboten bzw. im Außer-Haus-Verkauf angeboten.

Branchencheck

Betriebstypen im Funktionsbereich Gastronomie

Café

In einem Café werden insbesondere Bäckerei- und Konditoreierzeugnisse verkauft und für den Verzehr am Ort angeboten. Daneben sind auch Getränke und gelegentlich kalte oder warme Snacks im Angebot. Häufig ist ein Café direkt an eine Konditorei angeschlossen und man kann die angebotenen Speisen und Getränke auch mitnehmen.

Bistro

Unter einem Bistro versteht man einen kleinen gastronomischen Betrieb, in dem man Kaffee, Wein oder andere Getränke sowie kleine Speisen zu sich nimmt. Ein klassisches französisches Bistro ist einfach ausgestattet und lädt meist nicht zum langen Verweilen ein.

Resto-Bar

Als Resto-Bar bezeichnet man einen Gastronomiebetrieb, der als eine Mischform aus Restaurant und Bar angesehen werden kann. Resto-Bars bieten meistens sowohl eine große Auswahl an Speisen als auch an Getränken, so dass man sowohl zum Essen als auch zum Konsumieren alkoholischer Getränke eine Resto-Bar aufsuchen kann. Oftmals gibt es auch Live-Shows von Musikgruppen oder Tanzdarbietungen.

Trinkhalle

Eine Trinkhalle ist ein Betrieb, der ein begrenztes Angebot an Speisen und Getränken (aber auch an Non-Food-Artikeln) aufweist. Meist ist die Abgabe für den Außer-Haus-Verzehr gedacht. Nur wenige Trinkhallen haben auch einige Sitzgelegenheiten.

Kneipe

In Kneipen wird hauptsächlich getrunken. Typisch ist hier der Ausschank von Fassbier am Tresen.

Biergarten

Ein Biergarten ist meist ein Saisonbetrieb, in dem Speisen und Getränke zum Verzehr an Ort und Stelle verkauft werden. In manchen Biergärten darf man auch das eigene Essen mitbringen und erwirbt nur die Getränke. Biergärten entstanden in Bayern, wo kleine Brauereien ihr Bier direkt aus den Bierkellern angeboten haben.

Bar

Eine Bar ist eine getränkeorientierte Gastronomie in der üblicherweise vornehmlich alkoholische Getränke für den Verzehr an Ort und Stelle ausgeschenkt werden. Das Getränkeangebot ist im Gegensatz zur Kneipe meist differenzierter und hochwertiger. Üblicherweise werden Cocktails und weitere alkoholische sowie nichtalkoholische Mixgetränke angeboten.

Tanzlokal

Bei einem Tanzlokal handelt es sich um einen Betrieb, in dem es vordergründig um die Unterhaltung mit Musik geht (Tanzveranstaltungen). Dabei werden Getränke für den Verzehr am Ort angeboten, seltener auch kleine Speisen.

Shisha-Bar/Lounge

Eine Shisha-Bar/Lounge ist ein gastronomischer Betrieb, der neben normalen Getränken und Snacks auch Shishas bereitstellt.

Gastronomie in der Innenstadt von Werl

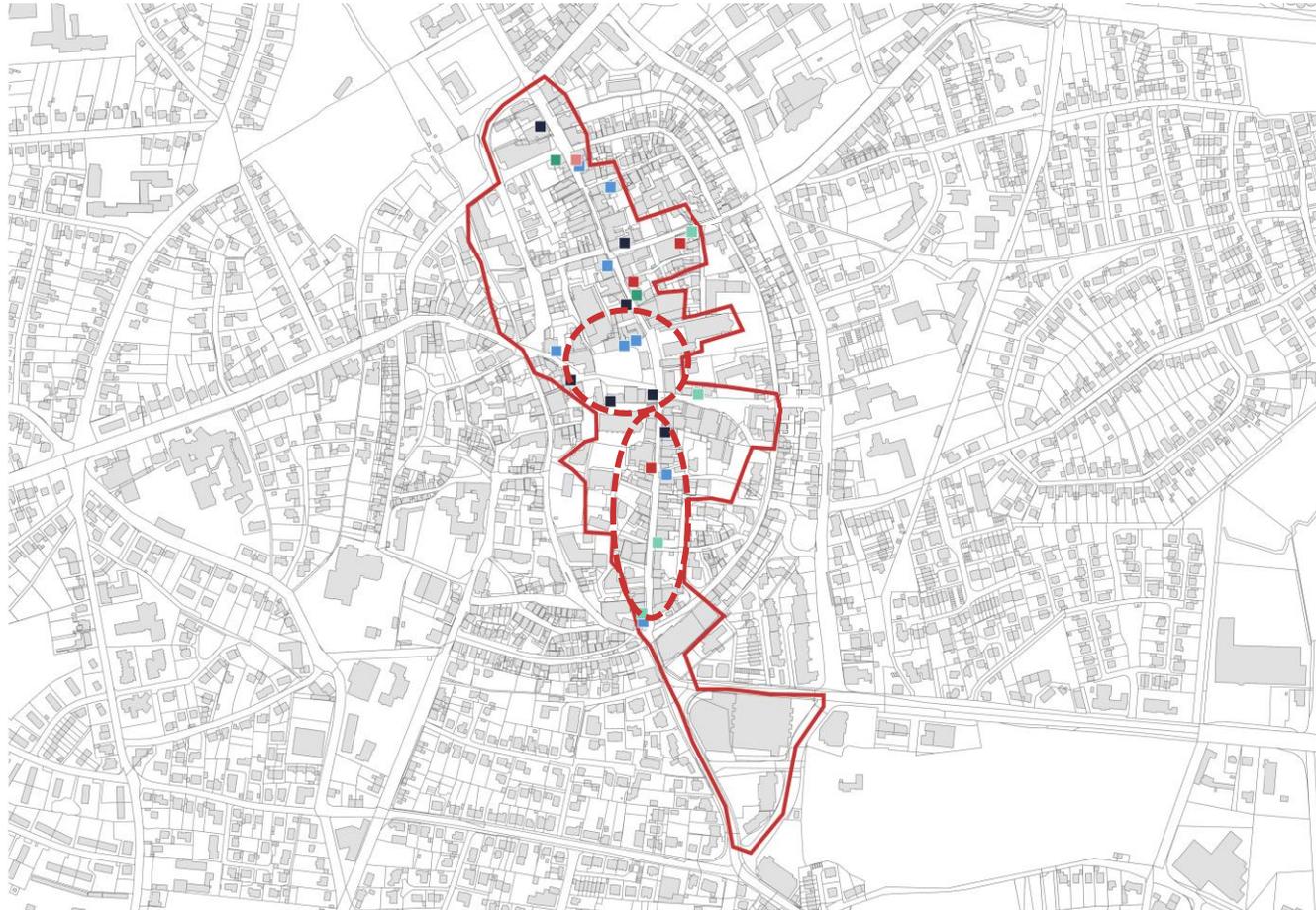
Stärken und Potenziale

Gastronomie

- Restaurant
- Café
- Bistro
- Kneipe
- Schnellrestaurant
- Imbiss

Standortabgrenzungen

- Untersuchungsgebiet



Der Branchencheck hat bereits gezeigt, dass eine qualitativere Ausrichtung des gastronomischen Angebots sinnvoll ist. Neue Gastronomiekonzepte könnten dazu beitragen, die Angebotsvielfalt und -qualität zu verbessern. Auch die Ansiedlung von derzeit kaum vorhandenen Schankwirtschaften, Unterhaltungsgastronomie und Hybriden kann eine weitere Entwicklungsmaßnahme darstellen und so auch die Fußgängerzonen in den Abendstunden zu beleben.

In räumlicher Hinsicht bietet insb. der Marktplatz deutliches Potenzial für die Ansiedlung weiterer Gastronomiebetriebe, die zur Steigerung der Aufenthalts- und Verweilqualität sowie zur Belebung der Fußgängerzone beitragen können. Auch die südliche Fußgängerzone stellt aufgrund ihres tendenziell breiteren Querschnitts und ihres ansprechenden, historischen Erscheinungsbilds einen weiteren Potenzialraum für weitere gastronomische Angebote dar.

Angebot an zentrenergänzenden Funktionen

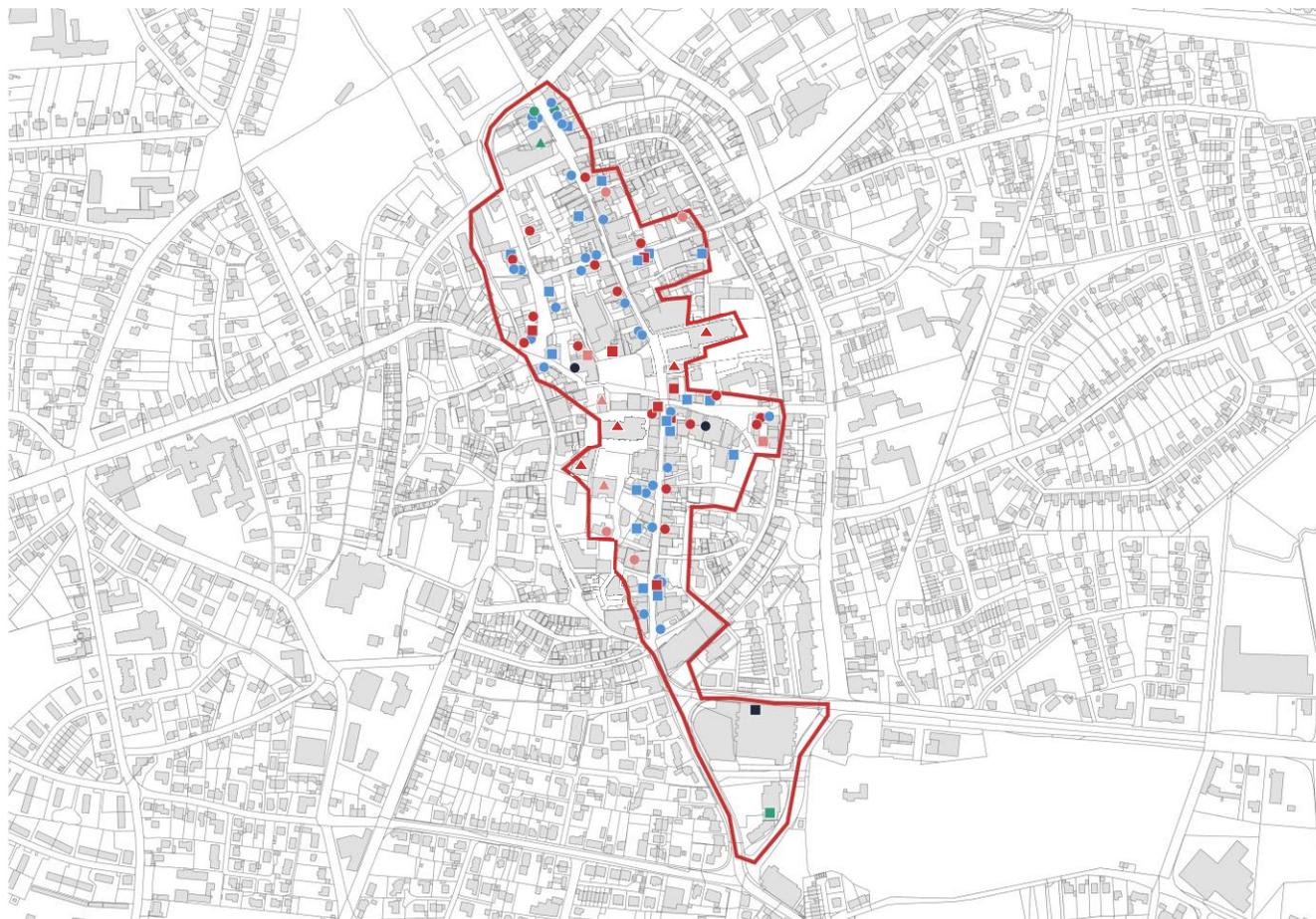
Differenzierte Betrachtung der zentrenergänzenden Funktionen

Zentrenergänzende Funktionen

- Banken/Sparkassen/Bank-SB-Terminal
- Post/Postbank/Postagentur
- Dienstleistungen mit geringer Frequenzintensität
- Frequenzintensive Dienstleistungen
- Ärzte, Krankenhäuser, Tageskliniken, bedeutende Alten- und Pflegeheime
- Öffentliche und größere Teilöffentliche Einrichtungen
- ▲ Kirchliche Einrichtungen
- Kultureinrichtungen
- Soziale Einrichtungen
- ▲ Schulen/Bildungseinrichtungen/Kinderbetreuung
- Vergnügungsstätten
- Freizeiteinrichtungen
- ▲ Beherbergungsbetriebe

Abgrenzungen

- Untersuchungsgebiet



Die differenzierte Betrachtung der zentrenergänzenden Funktionen zeigt, dass vornehmlich Dienstleistungsbetriebe im Innenstadtzentrum von Werl verortet sind. Insgesamt sind die ergänzenden Funktionen gleichermaßen – ausgenommen im Wulf-Hefe-Quartier – im Untersuchungsraum lokalisiert.

Für die Fußgängerzone prägend sind v. a. die kirchlichen Einrichtungen um den Marktplatz herum, die sich insb. aus der Wallfahrtsbasilika, der Kirche St. Walburga und dem Pilgerbüro zusammensetzen. In diesem Bereich zunehmend verortet sind weiterhin öffentliche bzw. teilöffentliche Einrichtungen.

Darüber hinaus befinden sich weitere Einrichtungen und Angebote aus dem medizinischen Bereich nahezu im gesamten Untersuchungsgebiet verteilt. Zwei Bankinstitute und eine Postfiliale ergänzen zudem das Angebot. Im nördlichen Randbereich sind außerdem Vergnügungsstätten vorhanden.

Branchencheck

Funktionsstruktur der zentrenergänzenden Funktionen*

Funktion	Anzahl der Betriebe	Betriebsstruktur	bereits vorhanden?	
Banken & Post	5	Termingeschäft	✓	<p>Zentrenergänzende Funktionen stellen neben dem Einzelhandel und den gastronomischen Nutzungen den dritten Teil der Betriebstypen in den heutigen Innenstadtzentren dar.</p> <p>Sie erzeugen unabhängig vom Einzelhandel und der Gastronomie eine tägliche Frequentierung der Innenstadtlagen. Vor allem ladenähnliche Dienstleistungen sind zudem meist in Ladenlokalen verortet, welche für den Einzelhandel nicht interessant scheinen.</p>
		SB-Terminals	✓	
		Poststation	✗	
		Postbank	✓	
Ladenähnliche Dienstleistungen	44	Friseure	✓	
		Video-, CD-, DVD-Verleih	✗	
		Reisebüro	✓	
		Reinigung	✓	
		Kosmetik-/Nagel-/Sonnenstudio	✓	
		Schneiderei/Schuster	✓	
		Schlüsseldienst	✓	
		Internetcafé, Call-Shop, reine Telefondienstleister	✗	
		Ladenähnliches Versicherungsbüro	✓	
		Finanzdienstleister	✓	
Postagentur	✓	✓ vorhanden in Werl		
Immobilienmakler	✓	✗ nicht vorhanden in Werl		

Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Daten: Erhebung Stadt + Handel 12/2020
*Erhebung in den Erdgeschosslagen

Branchencheck

Funktionsstruktur der zentrenergänzenden Funktionen*

Funktion	Anzahl der Betriebe	Betriebsstruktur	bereits vorhanden?	
Vergnügungsstätten	2	Spielhalle	✓	<p>Im Norden des Untersuchungsgebiets sind eine Spielhalle und ein Wettbüro lokalisiert. Vergnügungsstätten dieser Art können sich im Hinblick von Trading-Down-Prozessen negativ erweisen.</p> <p>Derzeit befindet sich ein Hotel im Norden des Untersuchungsgebiets in Erdgeschosslage. Eine weitere Beherbergungsstätte mit ca. 80 Betten ist derzeit in Planung bzw. Umsetzung.</p> <p>Öffentliche und teilöffentliche Einrichtungen befinden sich oftmals in stadtbildprägenden Gebäuden, die das Erscheinungsbild des Zentrums mitprägen. Darüber hinaus schaffen sie Frequenzen und tragen damit zur Belebung der Innenstadt bei. Wichtige Einrichtungen dieser Art sind in Werl das Jobcenter sowie die Stadtinformation.</p>
		Wettbüro	✓	
		Multiplexkino	✗	
		Disco	✗	
		Bowlingcenter	✗	
		Billardclubs	✗	
		Varieté	✗	
Unterart Erotik	✗			
Beherbergungsbetriebe	1	Hotel	✓	
		Pension	✗	
		Jugendherberge/Hostel	✗	
Öffentliche und größere teilöffentliche Einrichtungen	6	Verwaltung	✓	<p>✓ vorhanden in Werl</p> <p>✗ nicht vorhanden in Werl</p>
		Bürgerbüro	✗	
		Rathaus/Kreishaus	✗	
		Gericht	✗	
		Polizei	✗	
		Sonstiges	✓	

Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Daten: Erhebung Stadt + Handel 12/2020
*Erhebung in den Erdgeschossloggen

Branchencheck

Funktionsstruktur der zentrenergänzenden Funktionen*

Funktion	Anzahl der Betriebe	Betriebsstruktur	bereits vorhanden?
Schulen, Bildungseinrichtungen, Kinderbetreuung	2	Schulen	x
		Hochschulen	x
		Volkshochschulen	✓
		Musikschule	✓
		Kindertagesstätten (privat, kirchlich, öffentlich)	x
Kirchliche Einrichtungen	3	Kindergärten	x
		Kirchen	✓
		Kirchengemeindehaus	✓
Soziale Einrichtungen	2	weitere Gebetshäuser	x
		Beratungsstelle	x
		Sozialdienst	✓

Schulische und kirchliche Einrichtungen sind oftmals schon historisch in der Stadt verortet. Bildungs- und Betreuungseinrichtungen sowie Schulen können dem Innenstadtzentrum als Frequenzbringer dienen. Die Volkshochschule befindet sich jedoch an der Rückseite der Fußgängerzone. Zu empfehlen sind daher Maßnahmen, die zu Wegebeziehungen anregen.

Eine besondere Bedeutung im Innenstadtzentrum von Werl nehmen die kirchlichen Einrichtungen ein, die um den Marktplatz herum verortet sind. Mit der Wallfahrtsbasilika verfügt Werl über einen kirchlichen Anziehungspunkt, dessen Strahlkraft über die Region hinausgeht und maßgeblich das Stadtbild mitprägt.

- ✓ vorhanden in Werl
- x nicht vorhanden in Werl

Branchencheck

Funktionsstruktur der zentrenergänzenden Funktionen*

Funktion	Anzahl der Betriebe	Betriebsstruktur	bereits vorhanden?
Kultureinrichtungen	3	Theater	x
		Kleinkunsthöhne	x
		Museen	✓
		Bibliotheken	✓
		Stadhalle	x
Freizeiteinrichtungen	0	Jugendzentrum	x
		Altenbegegnungsstätte	x
		Stadtteiltreff	x
		Tanzschule	x
		Kino	x
		Fitnessstudio	x
		Schwimmbad	x
Medizinische Einrichtungen	16	Ärzte	✓
		Krankenhäuser	x
		Tageskliniken	x
		Alten- und Pflegeheime	✓
		Therapeutische Praxis	✓

Im Innenstadtzentrum von Werl sind zwei Museen sowie eine Stadtbücherei vorhanden, die die Vielfalt des Zentrums fördern. Gleichzeitig ist zu bemängeln, dass keine Freizeiteinrichtungen im Untersuchungsraum gegeben sind.

Im Innenstadtzentrum sind weiterhin einige medizinische Einrichtungen verortet. Hinzu kommen die zahlreichen Praxen, die meist in den Obergeschossen gelegen sind und damit nicht in der Erhebung erfasst wurden.

Alle drei Einrichtungskategorien sind wichtige Frequenzbringer, die die Innenstadt sowohl tagsüber als auch in den Abendstunden beleben können.

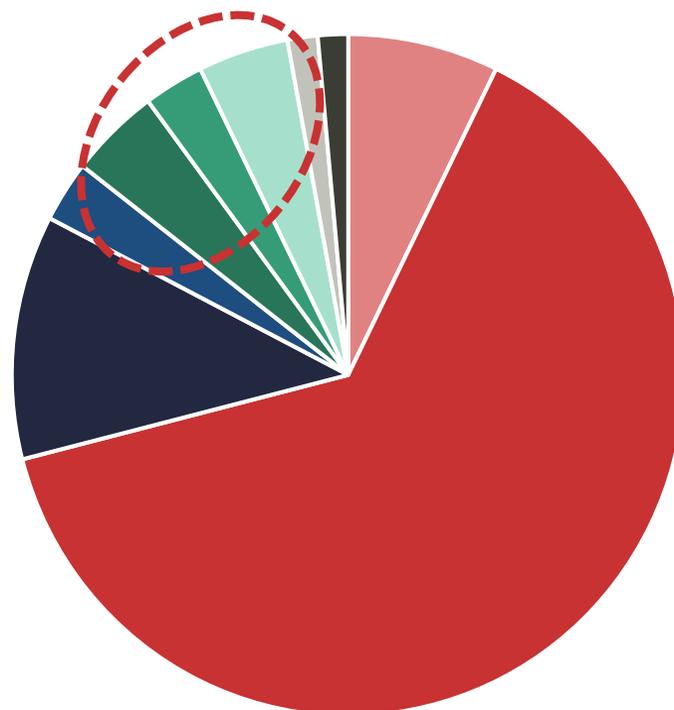
✓ vorhanden in Werl
 x nicht vorhanden in Werl

Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Daten: Erhebung Stadt + Handel 12/2020
 *Erhebung in den Erdgeschossloggen

Zentrenergänzende Funktionen in der Innenstadt von Werl

Stärken und Potenziale

- **Schulen, Bildungseinrichtungen, Kinderbetreuung**
→ Potenzial Familien & Belebung
- **kirchliche Einrichtungen**
→ Potenzial Wallfahrt & Tourismus
- **soziale Einrichtungen**
→ Potenzial Familien & Belebung
- **Kultur- und Freizeiteinrichtungen**
→ Potenzial Tourismus & Werler Bürger

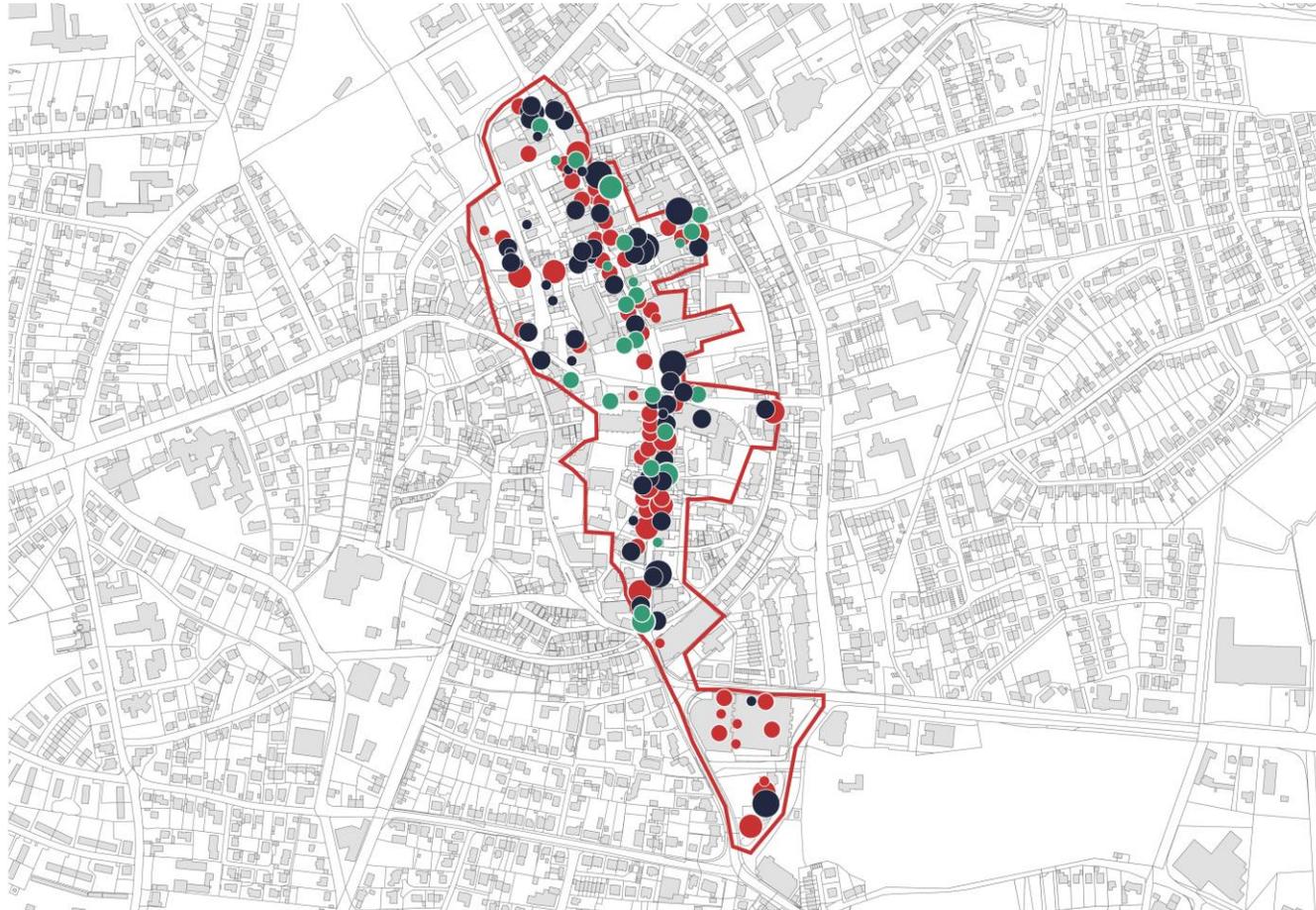


- Banken & Post
- ladenähnliche Dienstleistungen
- (teil-)öffentliche Einrichtungen
- Schulen, Bildungseinrichtungen, Kinderbetreuung
- kirchliche Einrichtungen
- soziale Einrichtungen
- Kultur- und Freizeiteinrichtungen
- Beherbergungsbetriebe
- Vergnügungsstätten

Spezialisierungsgrad

Spezialisierung nach Betriebstypen

- Betriebstyp**
- Zentrenergänzende Funktion
 - Einzelhandel
 - Gastronomie
- Spezialisierungsgrad**
- gering
 - mittel
 - hoch
- Zentren- und Standortabgrenzungen**
- ▭ Untersuchungsgebiet



Bei der Betrachtung des Spezialisierungsgrades aller Betriebstypen fällt auf, dass die Nutzungen abseits der Fußgängerzone stark standardisiert sind.

Die Betriebe der Walburgisstraße bieten eine geringe bis mittlere Spezialisierung, wobei die nahegelegenen Nutzungen der abgehenden Straßen wiederum über ein spezialisierteres Betriebskonzept verfügen.

Entlang der Steinerstraße sind aufgrund des hohen Anteils an inhabergeführten und individuell gestalteten Betrieben überwiegend Nutzungen mit mittlerer bis hoher Spezialisierung verortet, was als deutliche Stärke der Fußgängerzone angesehen werden kann.

Die Ladenlokale und Nutzungen rund um den Marktplatz hingegen weisen lediglich einen durchschnittlichen Spezialisierungsgrad auf. Hier besteht folglich ein klares Potenzial, um den Marktplatz als Herzstück mit attraktiven und besonderen Nutzungen zukünftig zu positionieren.

Markencheck

Verortung der Markenfilialisten

Marktfilialisten

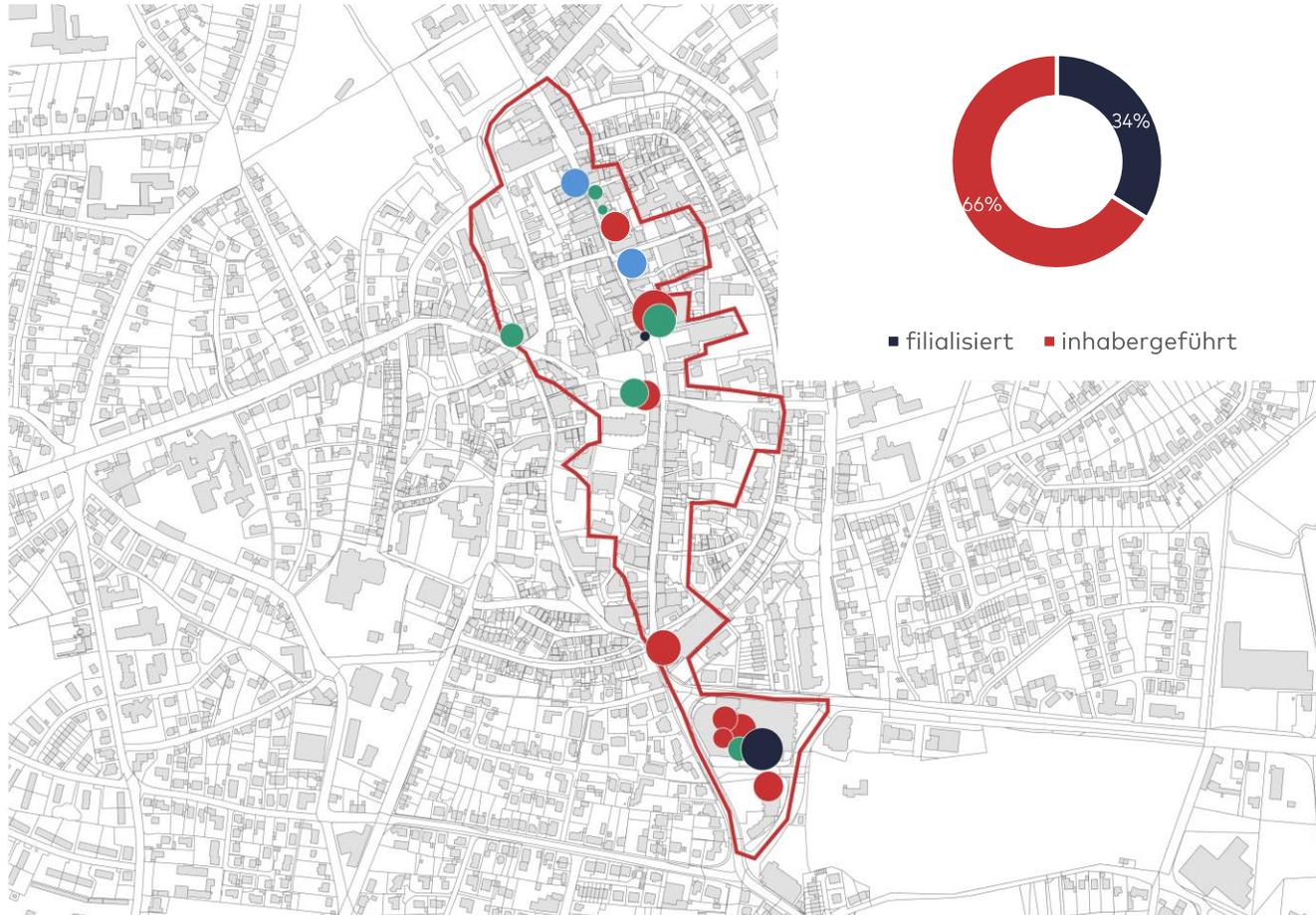
- Nahrungs- und Genussmittel
- sonstiger kurzfristiger Bedarf
- mittelfristiger Bedarf
- langfristiger Bedarf

Betriebsgrößenstruktur in m²

- unter 50 m²
- 51 - 100 m²
- 101 - 200 m²
- 201 - 400 m²
- 401 - 800 m²
- 801 - 2.000 m²
- ab 2.000 m²

Zentren- und Standortabgrenzungen

- ▭ Untersuchungsgebiet



Filialisten stellen zum einen wichtige Magnetbetriebe dar, können jedoch zum anderen in einem großen Umfang zur Beliebigkeit und Austauschbarkeit der Angebotsstruktur eines Zentrums beitragen.

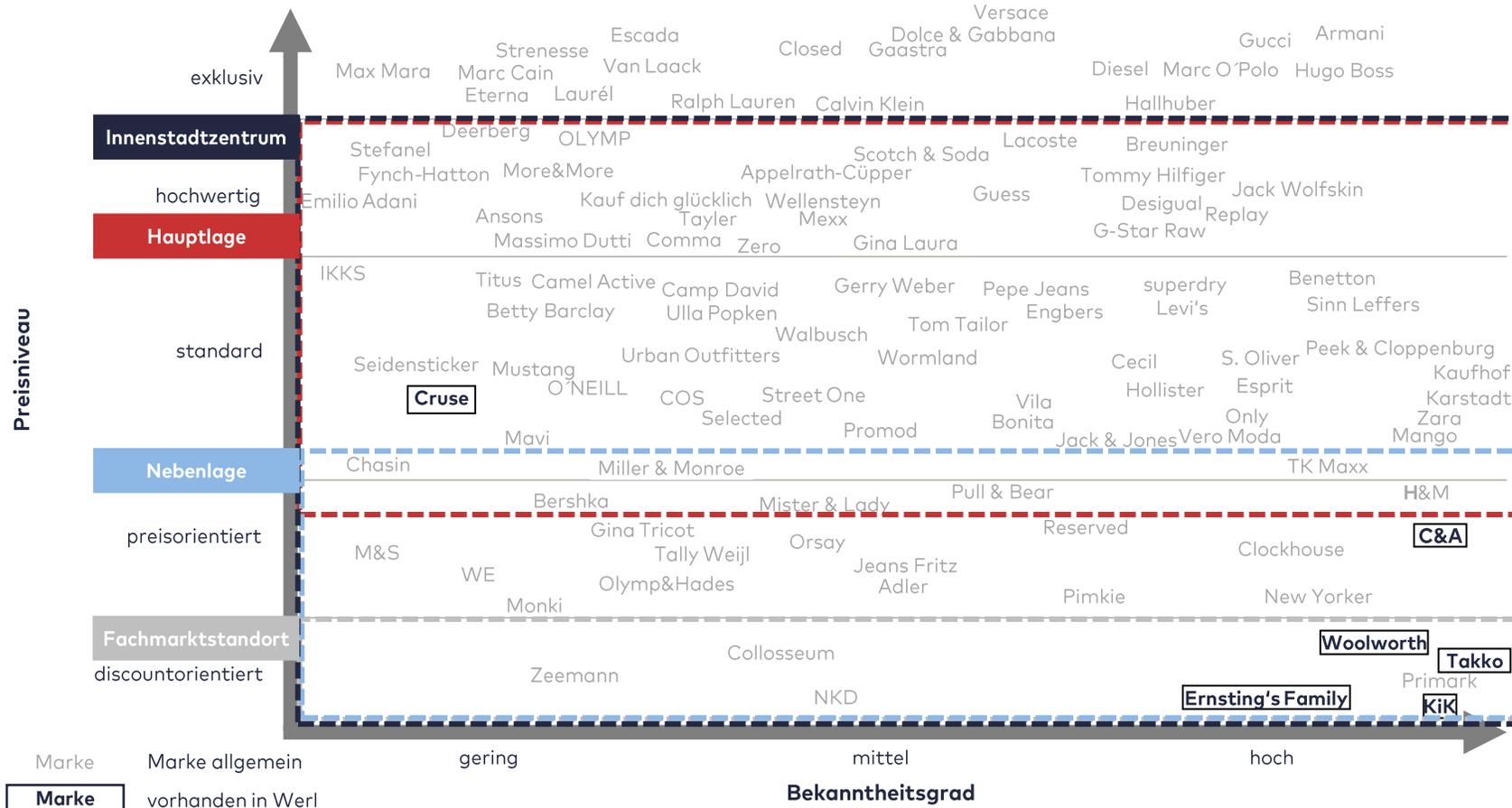
Insgesamt sind im Untersuchungsgebiet eher wenige Filialisten vorhanden. Eine Konzentration an großflächigen Markenfilialisten insb. aus dem mittelfristigen Bedarfsbereich liegt im Wulf-Hefe-Quartier vor.

Darüber hinaus sind um den Marktplatz und entlang der Walburgisstraße weitere Filialisten v. a. aus dem langfristigen Bedarfsbereich verortet.

Die Steinerstraße hingegen setzt sich vollständig aus inhabergeführten Ladenlokalen zusammen und stellt damit ein individuelleres Angebot bereit.

Markencheck

Bekleidung



Der Markencheck prüft die Fußgängerzone auf Ladenlokale mit Markenfilialisten. Aufgeführt werden dabei die Betriebe, bei denen das Sortiment einer oder mehrerer Marken auf den ersten Blick ersichtlich wird. Betriebskonzepte, die gewisse Marken führen, diese jedoch aktiv nicht bewerben, werden nicht in den Markencheck aufgenommen.

Im Sortimentsbereich Bekleidung sind nur eine geringe Anzahl an Markenfilialisten in der Werler Innenstadt vertreten. Das vorhandene Angebot wird dabei aus dem preis- und discountorientierten Preisniveau zusammengestellt. Insgesamt sind vor allem Marken mit einem hohen Bekanntheitsgrad vertreten.

Markencheck

Benchmarking Bekleidung

Marke	Werl	Arnsberg-Neheim	Soest	Kevelaer	Rietberg	Werne
Ernsting's Family	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Kik	✓	✗	✓	✓	✗	✓
Woolworth	✓	✓	✓	✗	✗	✓
Takko	✓	✓	✗	✗	✗	✗
NKD	✗	✗	✓	✗	✗	✓
Jeans Fritz	✗	✓	✓	✗	✗	✗
C&A	✓	✓	✓	✓	✗	✗
H&M	✗	✓	✓	✗	✗	✗
Orsay	✗	✗	✗	✗	✗	✗
Mister&Lady	✗	✗	✗	✗	✗	✗
Bonita	✗	✓	✓	✓	✗	✗
S. Oilver	✗	✓	✗	✓	✗	✗
Street One	✗	✗	✗	✗	✗	✗
Cecil	✗	✗	✓	✓	✗	✗
Vero Moda	✗	✓	✓	✗	✗	✗
Engbers	✗	✓	✓	✗	✗	✗
Gerry Weber	✗	✓	✓	✗	✗	✗
Gina Laura	✗	✓	✗	✓	✗	✗

Im Vergleich zu den Innenstädten der Wettbewerbsstandorte in der Region und in weiteren Mittelzentren weist die Fußgängerzone von Werl eine durchschnittliche Ausstattung mit Markenfilialisten aus dem Bereich Bekleidung auf. Es wird deutlich, dass in den Innenstädten der regionalen Konkurrenzstandorte das Angebot an Bekleidungsfilialisten breiter und dichter aufgestellt ist. Hier sind neben preis- und discountorientierten Markenfilialisten auch standardisierte Angebote vorhanden.

Regionaler Wettbewerber

Vergleichsstädte

Markencheck

Exkurs Danielsmeier

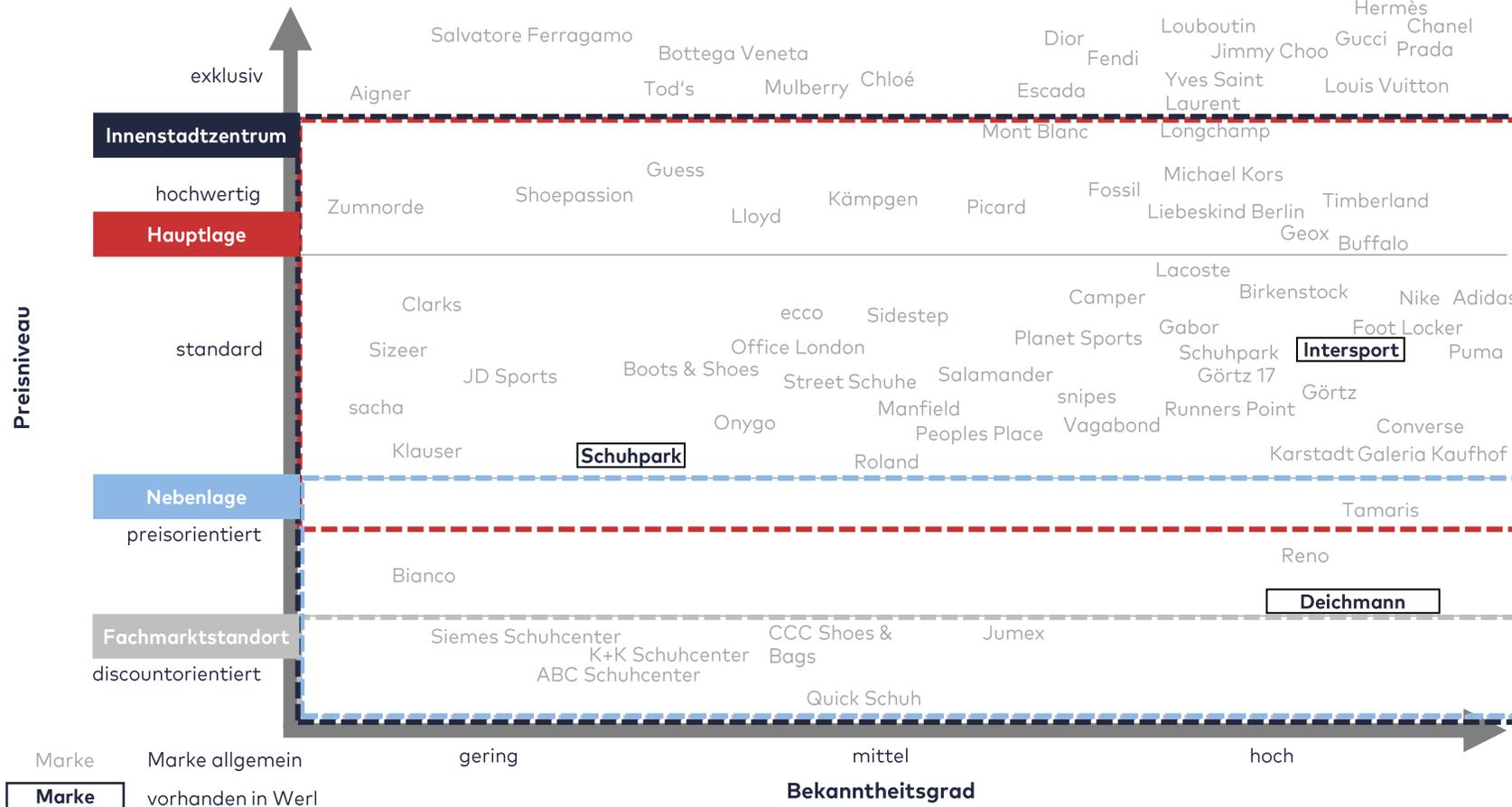
Der Betrieb Danielsmeier befindet sich am nördlichen Ende der Fußgängerzone von Werl und besitzt aufgrund seines breiten Warenangebots eine Art Kaufhauscharakter. Auf knapp 2.000 m² Verkaufsfläche wird hier insbesondere die Warengruppe Bekleidung angeboten. Darüber hinaus deckt Danielsmeier auch eine Vielzahl weiterer Sortimentsbereiche, wie z. B. Sportartikel oder Haushaltswaren, mit den grundlegenden Waren ab.

Aufgrund dessen übernimmt der Betrieb eine Versorgungsfunktion für die Werler Bürger. Auch werden hier zahlreiche Marken angeboten, die jedoch auf dem ersten Blick insb. für Besucher nicht ersichtlich sind.



Markencheck

Schuhe/Lederwaren



Im Sortimentsbereich Schuhe/Lederwaren sind drei Markenfilialisten in der Werler Innenstadt verortet, die einen unterschiedlichen Bekanntheitsgrad und verschiedene Preisniveaus aufweisen. Dabei verteilen sich diese auf das gesamte Innenstadtzentrum vom Wulf-Hefe-Quartier bis zum nördlichen Ende der Fußgängerzone.

Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Daten: Erhebung Stadt + Handel 12/2020.

Markencheck

Benchmarking Schuhe/Lederwaren

Marke	Werl	Arnsberg-Neheim	Soest	Kevelaer	Rietberg	Werne
Quick Schuh	x	x	x	x	x	x
ABC-Schuhcenter	x	x	x	x	x	x
Jumex	x	x	x	x	x	x
Deichmann	✓	✓	✓	x	x	x
Reno	x	✓	x	x	x	x
Tamaris	x	x	x	x	x	x
Street Schuhe	x	x	x	x	x	x
Foot Looker	x	x	x	x	x	x
Gabor	x	x	x	x	x	x
Intersport	✓	✓	✓	✓	x	✓
Schuhpark	✓	✓	✓	x	x	x

Der Sortimentsbereich Schuhe/Lederwaren ist auch in den ausgewählten Mittelstädten nur eingeschränkt durch Markenfilialisten vertreten. Das Benchmarking zeigt, dass ein Großteil der Filialisten ihre Waren nicht in den gewählten Innenstädten anbieten. Lediglich Deichmann und Intersport sind regelmäßig in den Mittelzentren vorhanden. Darüber hinaus befindet sich mit Schuhpark ein regionaler Markenfilialist in der Fußgängerzone von Werl.

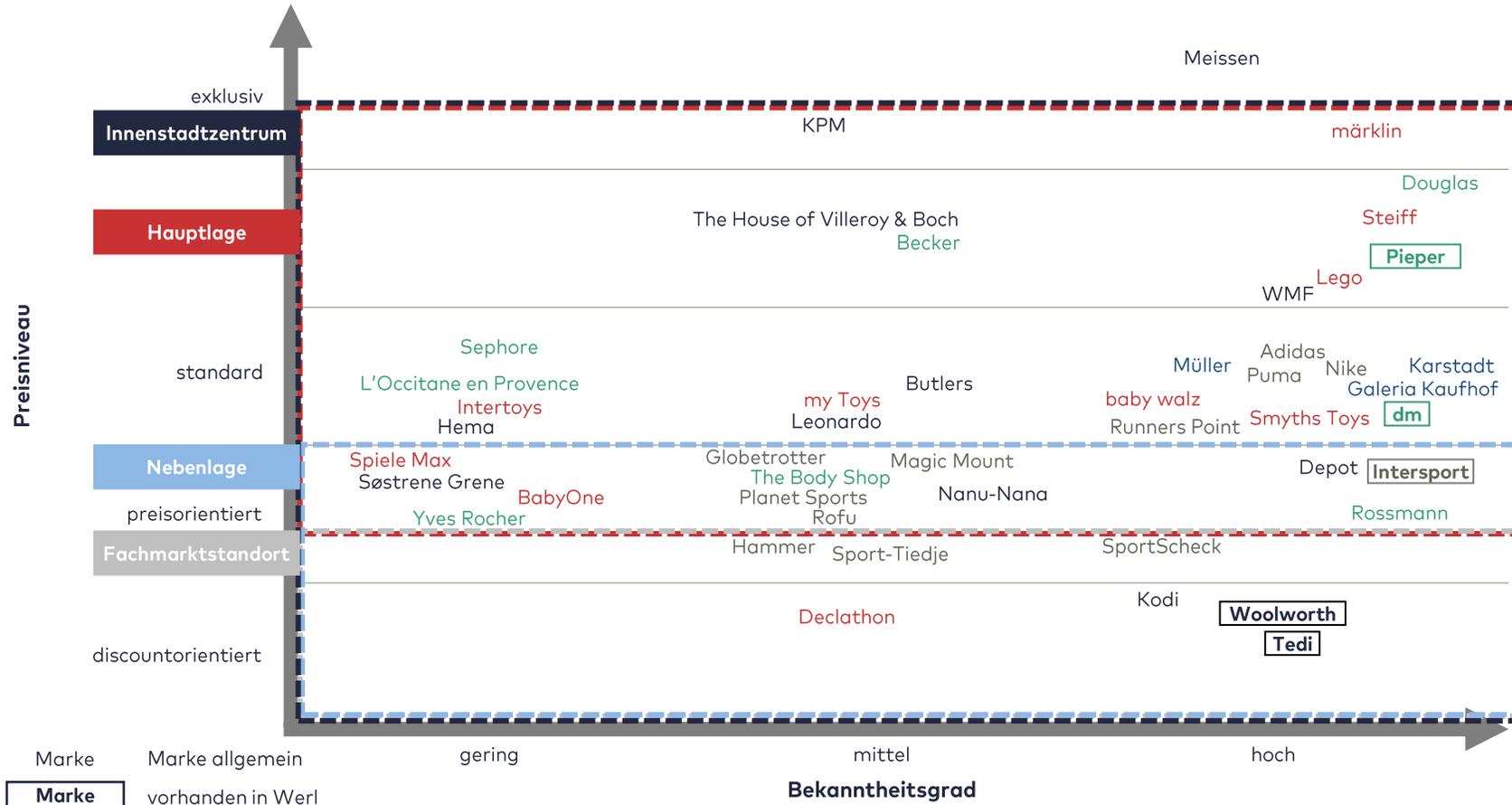
Die Abdeckung des Warenbereichs Schuhe/Lederwaren erfolgt in den gewählten Zentren sowie in Werl im Wesentlichen über inhabergeführte Schuhgeschäfte.

 Regionale Wettbewerber

 Vergleichsstädte

Markencheck

Innenstadtortimente der mittelfristigen Bedarfsstufe – GPK*/Spiel/Sport/Parfüm



Die nebenstehende Matrix zeigt die Markenfilialisten in den Sortimentsbereichen Glas/ Porzellan/Keramik & Einrichtungszubehör, Spiel, Sport und Parfüm.

In der Warengruppe Glas/Porzellan/ Keramik & Einrichtungszubehör sind die bekannten, discountorientierten Anbieter im Werler Innenstadtzentrum vorhanden.

Parfümerieprodukte werden in der Parfümerie Pieper sowie im großen Drogeriefilialisten DM angeboten.

Im Bereich Sport stellt Intersport ein filialisiertes Markenangebot.

Hingegen sind Markenfilialisten aus der Warengruppe Spiel nicht in der Werler Fußgängerzone vertreten.

Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Daten: Erhebung Stadt + Handel 12/2020.
*GPK = Glas/ Porzellan/Keramik & Einrichtungszubehör

Markencheck

Benchmarking Glas/Porzellan/Keramik, Hausrat und Einrichtungszubehör

Marke	Werl	Arnsberg-Neheim	Soest	Kevelaer	Rietberg	Werne
Depot	x	✓	x	x	x	x
Leonardo	x	x	x	x	x	x
Nanu-Nana	x	✓	✓	✓	x	x
Kodi	x	x	x	✓	x	x
WMF	x	x	✓	x	x	x
Butlers	x	x	x	x	x	x
Tedi	✓	x	x	x	x	✓
Woolworth	✓	✓	✓	x	x	✓

Im Sortimentsbereich Glas/Porzellan/Keramik und Einrichtungszubehör ist das Werler Innenstadtzentrum mit den Markenfilialisten Tedi und Woolworth discountorientiert aufgestellt.

Die beiden umliegenden Wettbewerbsstandorte weisen hingegen ein um standardisierte Waren ergänztes Angebot auf. Beim Benchmarking wird zusätzlich deutlich, dass in Bezug auf die vergleichbaren Innenstädte die Fußgängerzone Werls durchschnittlich ausgestattet ist.

 Regionale Wettbewerber

 Vergleichsstädte

Markencheck

Benchmarking Spiel

Marke	Werl	Arnsberg-Neheim	Soest	Kevelaer	Rietberg	Werne
BabyOne	x	x	x	x	x	x
Spiele Max	x	x	x	x	x	x
Müller	x	✓	✓	✓	x	x
Baby Walz	x	x	x	x	x	x
Smyths Toys	x	x	x	x	x	x
My toys	x	x	x	x	x	x

Im Sortimentsbereich Spiel ist kein Markenfilialist in der Werler Fußgängerzone vertreten. Auch das filialisierte Angebote in den Vergleichsinnenstädte ist nur geringfügig vorhanden. Während an den regionalen Wettbewerbsstandorten sowie in Kevelaer der standardisierte Filialist Müller Waren des Sortiments Spiel anbietet, verfügen die beiden weiteren Vergleichsstädte genau wie die Stadt Werl über keinen Markenfilialisten.

 Regionale Wettbewerber

 Vergleichsstädte

Markencheck

Benchmarking Sport

Marke	Werl	Arnsberg-Neheim	Soest	Kevelaer	Rietberg	Werne
Sport-Tiedje	x	x	x	x	x	x
Sport Scheck	x	x	x	x	x	x
Hammer	x	x	x	x	x	x
Planet Sports	x	x	x	x	x	x
Intersport	✓	✓	✓	✓	x	✓

In der Warengruppe Sport weist das Innenstadtzentrum von Werl Angebote des Markenfilialisten Intersport auf, der an den Betrieb Danielsmeier angeknüpft ist.

Auch in den meisten Vergleichszentren ist mit Intersport ein bekannter Filialist als Anbieter von Sportwaren zu finden.

 Regionale Wettbewerber

 Vergleichsstädte

Markencheck

Benchmarking Parfüm

Marke	Werl	Arnsberg-Neheim	Soest	Kevelaer	Rietberg	Werne
Rossmann	x	✓	✓	x	✓	✓
dm	✓	✓	x	x	x	x
The Body Shop	x	x	x	x	x	x
Yves Rocher	x	x	x	x	x	x
Müller	x	✓	✓	✓	x	x
Pieper	✓	✓	✓	x	x	✓
Douglas	x	✓	✓	x	x	x

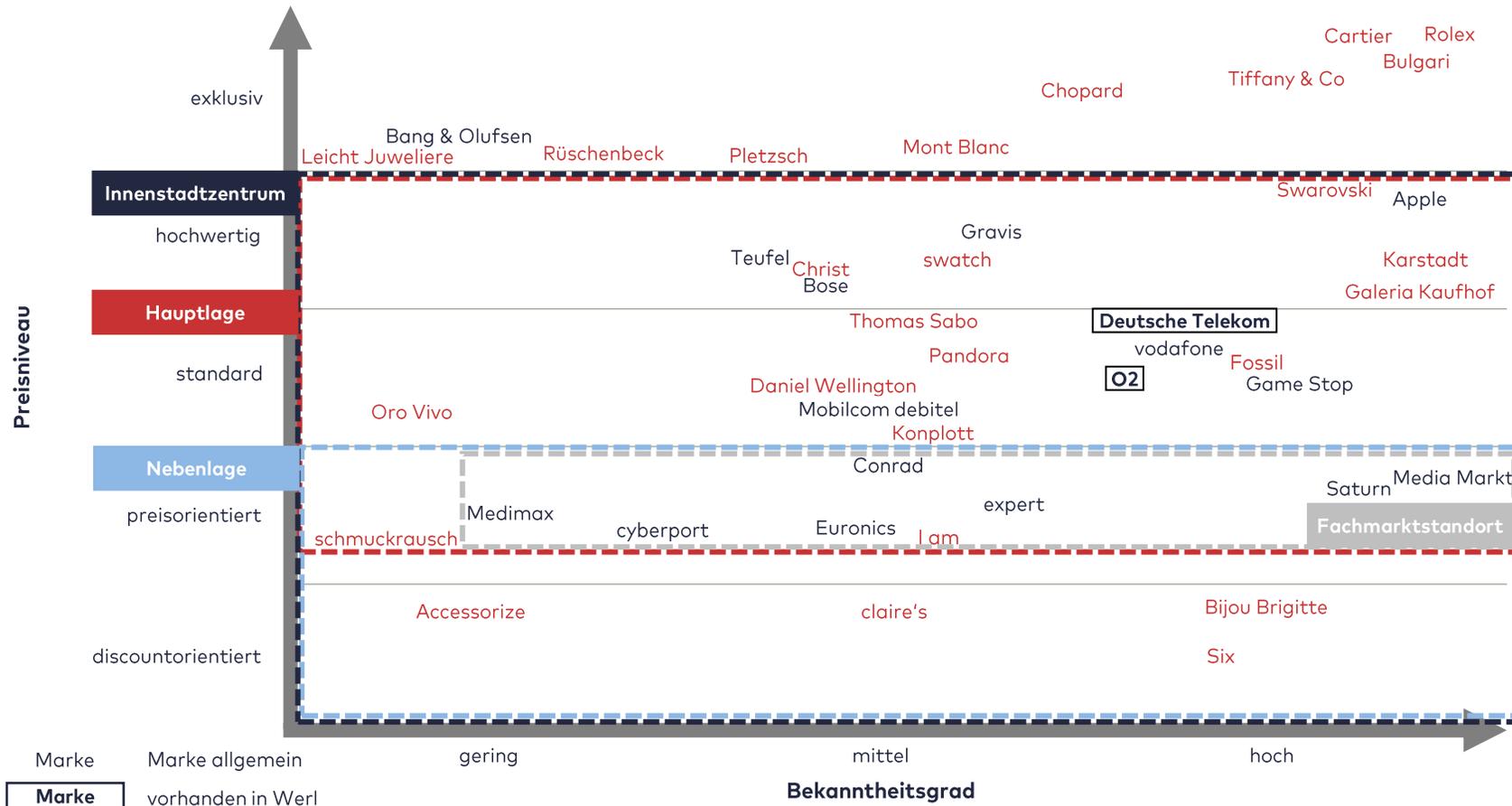
Im Sortimentsbereich Parfüm stellt die Parfümerie Pieper als Filialist das Angebot in der Werler Fußgängerzone dar. Dieses wird um die angebotenen Waren des Drogeriefachmarkt dm ergänzt. Auch hinsichtlich der Warengruppe Parfüm wird im Vergleich wiederum deutlich, dass die regionalen Wettbewerber über ein breiteres Angebot an Filialisten verfügen, während die der Innenstadt Werl ähnliche Zentren ein vergleichbares Angebot aufweisen.

 Regionale Wettbewerber

 Vergleichsstädte

Markencheck

Innenstadtortimente der langfristigen Bedarfsstufe – Unterhaltungselekt./Schmuck



In der Warengruppe Unterhaltungselektronik fokussiert sich das Angebot in der Werler Innenstadt auf die bekannten Anbieter von Mobilfunkverträgen, welche gleichzeitig Mobiltelefone anbieten. Darüber hinaus befinden sich keine Markenfilialisten im Bereich Unterhaltungselektronik oder Uhren/Schmuck in der Fußgängerzone.

Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Erhebung Stadt + Handel; Daten: Erhebung Stadt + Handel 12/2020.

Markencheck

Benchmarking Unterhaltungselektronik

Marke	Werl	Arnsberg-Neheim	Soest	Kevelaer	Rietberg	Werne
Euronics	✗	✗	✗	✓	✗	✗
Cyberport	✗	✗	✗	✗	✗	✗
Expert	✗	✗	✗	✗	✗	✓
Saturn	✗	✗	✗	✗	✗	✗
Media Markt	✗	✗	✗	✗	✗	✗
Medimax	✗	✗	✗	✗	✗	✗
Mobilcom debitel	✗	✓	✓	✓	✗	✓
O2	✓	✓	✓	✓	✗	✓
Vodafone	✗	✓	✓	✓	✗	✓
Deutsche Telekom	✓	✓	✓	✓	✗	✓

Der Vergleich mit den gewählten Zentren zeigt, dass der Sortimentsbereich Unterhaltungselektronik kaum durch Filialisten angeboten wird. Das Angebot beschränkt sich vornehmlich auf Filialen der Mobilfunkanbieter. Lediglich in den Innenstädten von Kevelaer und Werne sind zwei kleinere Fachmärkte angesiedelt.

Jedoch befinden sich in Werl und in den meisten Vergleichsstädten Elektronikfachmärkte am Innenstadtrand oder an Fachmarktstandorten am Stadtrand.

 Regionale Wettbewerber

 Vergleichsstädte

Markencheck

Benchmarking Uhren/Schmuck

Marke	Werl	Arnsberg-Neheim	Soest	Kevelaer	Rietberg	Werne
Accessorize	x	x	x	x	x	x
Bijou Brigitte	x	✓	✓	x	x	x
Claire's	x	x	x	x	x	x
Six	x	x	x	x	x	x
I am	x	x	x	x	x	x
Fossil	x	x	x	x	x	x
Christ	x	x	x	x	x	x
Swarovski	x	x	x	x	x	x
Thomas Sabo	x	x	x	x	x	x

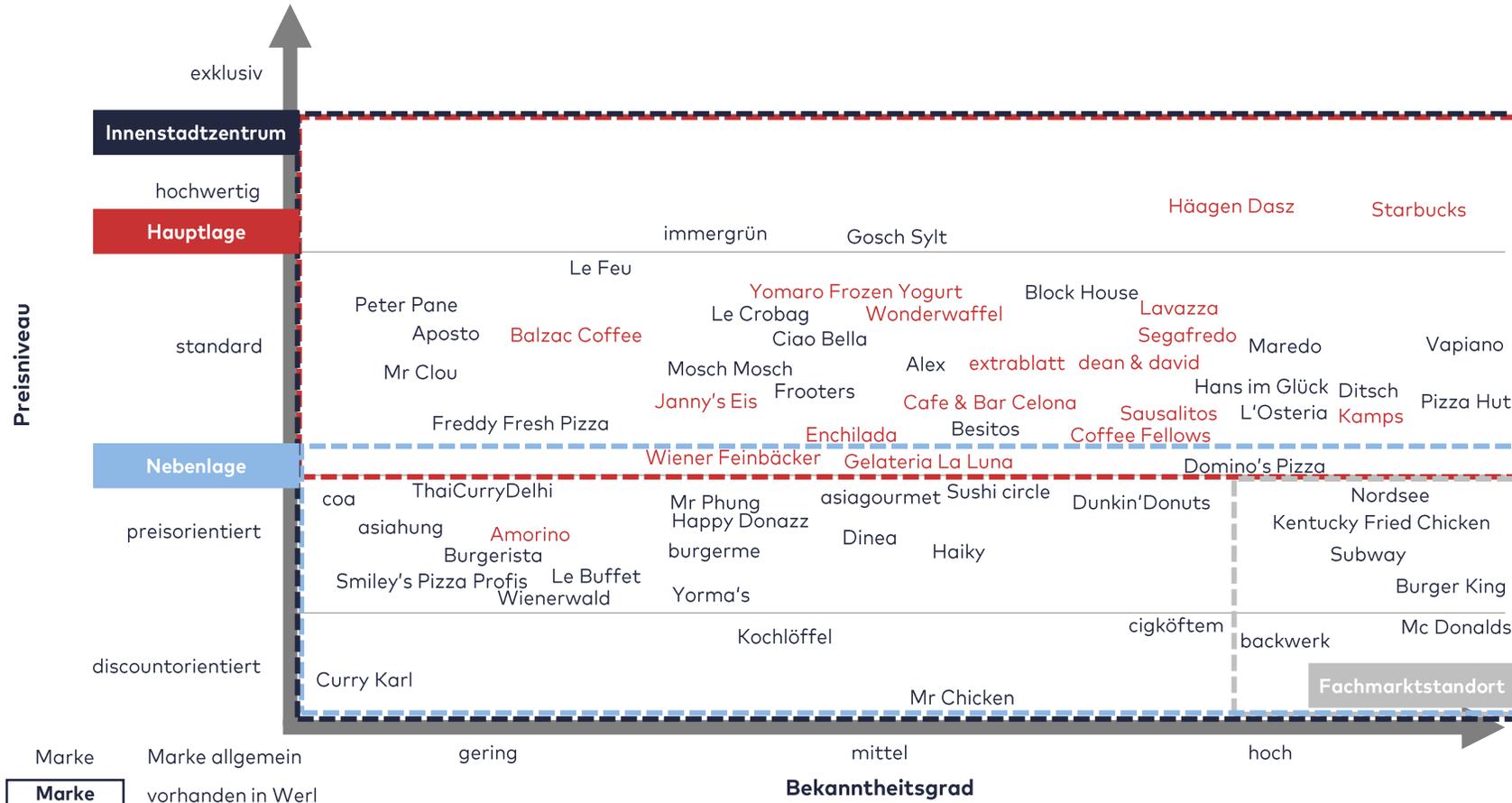
Der Sortimentsbereich Uhren/Schmuck wird sowohl in Werl als auch in den Vergleichsstädten vornehmlich durch inhabergeführte Fachgeschäfte angeboten. Lediglich an den regionalen Wettbewerbsstandorten ist aktuell mit Bijou Brigitte ein Filialist im discount-orientierten Preisbereich vorhanden.

 Regionale Wettbewerber

 Vergleichsstädte

Markencheck

Gastronomie – Speisewirtschaften/Hybride/Schankwirtschaften



Im Bereich der gastronomischen Nutzungen lassen sich ebenfalls Franchise-Konzepte oder Unternehmen finden, welche in verschiedenen Städten einen Gastronomiebetrieb führen.

In der Fußgängerzone Werls sind jedoch keinerlei Franchise-Betriebe vorhanden.

Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Daten: Erhebung Stadt + Handel 12/2020.

Markencheck

Benchmarking Gastronomie – Speisewirtschaften & Hybride

Marke	Werl	Arnsberg-Neheim	Soest	Kevelaer	Rietberg	Werne
Kochlöffel	x	x	x	x	x	x
Mc Donalds	x	✓	x	x	x	x
Backwerk	x	x	x	x	x	x
Burger King	x	x	x	x	x	x
Subway	x	✓	x	x	x	x
Nordsee	x	x	x	x	x	x
Asiagourmet	x	x	x	x	x	x
Extrablatt	x	x	x	x	x	x
Café & Bar Celona	x	x	x	x	x	x
Lavazza	x	x	x	x	x	x
Sausalitos	x	x	x	x	x	x

Im Vergleich wird ersichtlich, dass auch die Vergleichsstädte über kaum standardisierte Gastronomiekonzepte verfügen. Lediglich der Einkaufsstandort Arnsberg-Neheim weist ein filialisiertes preis- bzw. discountorientiertes Angebot in der Innenstadt auf.

Die bekannten Schnellrestaurants fokussieren ihre Expansionsvorhaben in der Region vornehmlich auf autokundenorientierte Standorte an Autobahnen und Ausfallstraßen. Die standardisierten bis höherwertigen Gastronomiebetriebe wählen tendenziell eher zentrale Standorte in den Oberzentren bzw. in den Mittelzentren mit einem gewissen Einwohnerpotenzial, welches in den gewählten Zentren nicht gegeben ist.

Der **Gastronomiebesuch** ist nach dem Einkauf der **zweitwichtigste Grund** für Innenstadtaufenthalte. Außergastronomie prägt heute Straßenzüge, Plätze und Ausgehviertel von Städten sämtlicher Größenklassen und gewinnt stetig an Bedeutung. Auf der anderen Seite erfahren auch städtebaulich nicht integrierte Lagen eine hohe Entwicklungsdynamik im Bereich der Gastronomie. Städte sollten daher bewusst entscheiden, welche Nutzungen an welchen Standorten sinnvoll weiterzuentwickeln sind. Es bietet sich vielerorts noch die Chance, ungesteuerte **Fehlentwicklungen** wie in der Vergangenheit beim Einzelhandel angesichts der noch frühen Phase des Standortstrukturwandels in der Gastronomie zu **vermeiden**. Vielmehr kann die ökonomisch belebende Kraft der gastronomischen Expansion auf die Innenstädte und andere Bereiche frequenzsteigernd wirken und gezielt gelenkt werden.

Die Erstellung eines **Gastronomiekonzeptes** (mit ähnlicher Intention wie Einzelhandelskonzepte) kann ein Instrument sein, um gastronomische Entwicklungen stadtentwicklungsstrategisch steuern zu können. Darüber hinaus sollten strategische Empfehlungen zur Positionierung einzelner Gastronomiequartiere und Instrumente zur Stärkung gastronomischer Nutzungen – bis hin zum einzelnen Ladenlokal – Inhalt eines solchen Konzeptes sein.

Regionaler Wettbewerber

Vergleichsstädte

Zwischenfazit

Key-Facts

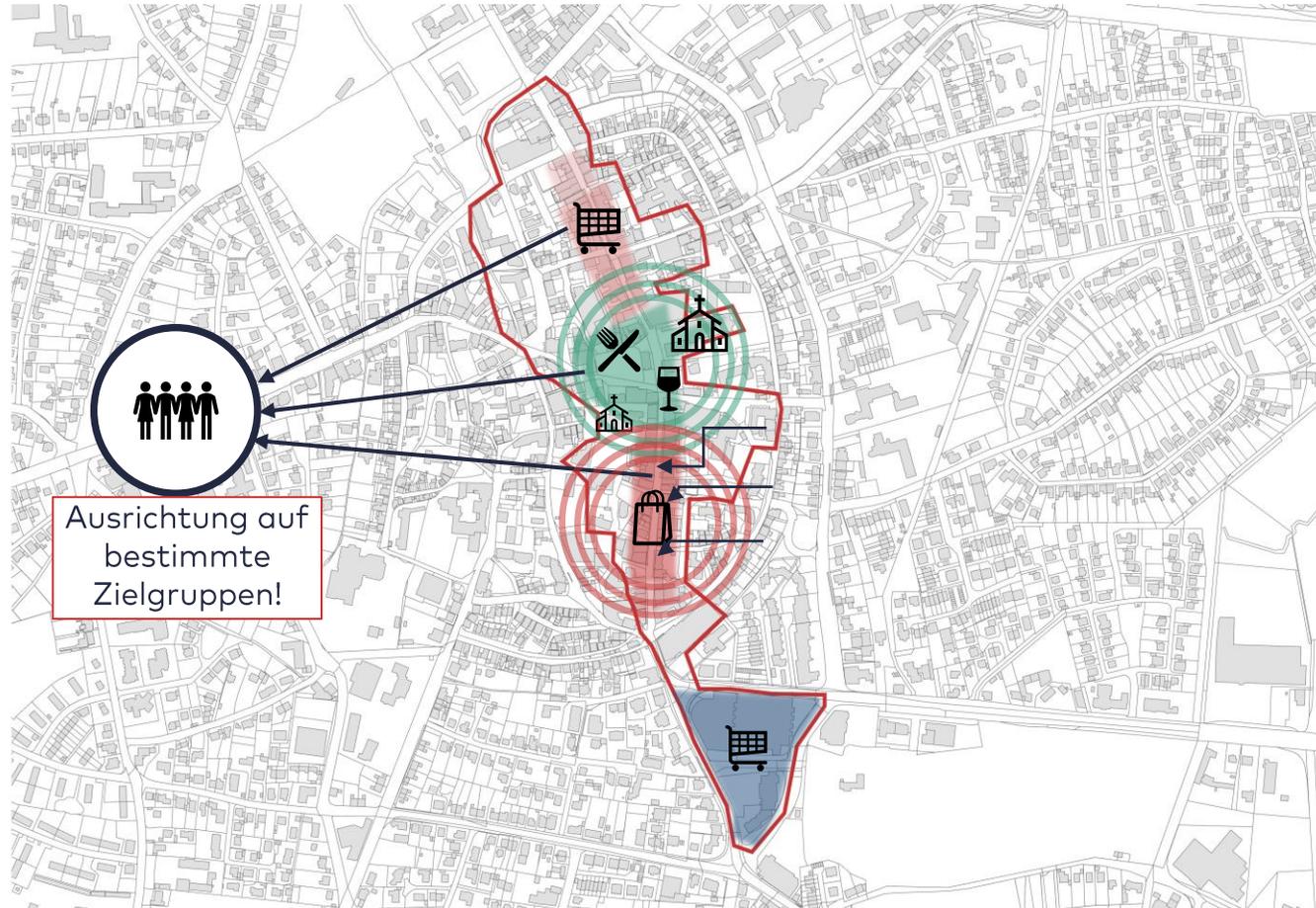
- Die Innenstadt von Werl weist eine überwiegend durchmischte Funktionsstruktur auf.
- Der Einzelhandel, insb. entlang der Steinerstraße, ist überwiegend inhabergeführt. Während in der Walburgisstraße oftmals Einzelhandel des längerfristigen Bedarfsbereichs (z. B. medizinische Produkte/Optik) vorhanden ist, sind in der Steinerstraße überwiegend Betriebe mit innenstadtrelevantem Sortiment (z. B. Bekleidung) lokalisiert.
- Der Markencheck hat gezeigt, dass nur wenige Markenfilialisten in der Werler Fußgängerzone und in den angrenzenden Bereichen vorhanden sind. Diese konzentrieren sich auf das Wulf-Hefe-Quartier sowie im Bereich nördlich des Marktplatzes. Darüber hinaus wurde deutlich, dass die Vergleichsstädte Kavelaer, Rietberg und Werne über eine ähnliche Angebotsausstattung verfügen. Die regionalen Wettbewerber haben hingegen eine deutliche Angebotskonkurrenz hinsichtlich der Markenfilialisten in sämtlichen Sortimentsbereichen. Weitere Ansiedlungen von mehreren Markenfilialisten erscheint vor diesem Hintergrund nicht sinnvoll. Vielmehr besteht die Stärke Werls im inhabergeführten, individuellen Einzelhandel, der weiter ausgebaut werden soll.
- Zur Schärfung der Angebotsvielfalt ist die Etablierung eines Schreibwarengeschäfts, Sportfachgeschäfts, Fahrradgeschäfts, Haushaltswarengeschäfts, Modeschmuckgeschäfts und spezialisierter Lebensmittelgeschäfte in der Fußgängerzone zu empfehlen.
- Die Ansiedlung von Gastronomiebetrieben und ein qualitativer Ausbau des gastronomischen Angebots zur Steigerung der Passantenfrequenz insb. am Marktplatz und entlang der südlichen Fußgängerzone erscheinen sinnvoll.
- Potenzial besteht darüber hinaus für verstärkte Einbindung von kirchlichen und sozialen Einrichtungen sowie Kultur-, Freizeit- und Bildungseinrichtungen.

Zwischenfazit

Chancen-Mängel-Plan

Zentren- und Standortabgrenzungen

-  Untersuchungsraum Innenstadt
-  Gastronomie- und Kulturschwerpunkt
-  individuelle, inhabergeführte Betriebe
-  standardisierter, zielorientierter Einzelhandel
-  Fachmachtzentrum
-  Entwicklungsfokus Gastronomie/Kultur
-  Entwicklungsfokus individueller Einzelhandel



Von zentraler Bedeutung für die Fußgängerzone ist es, nicht den Angebotsstrukturen der regionalen Wettbewerber nachzueifern, sondern stattdessen die Fußgängerzone an bestimmte Zielgruppen auszurichten und sich so individuell in der Region zu positionieren.

Besonderes Augenmerk kann dabei auf den Marktplatz gelegt werden, dessen Funktion mit gastronomischen und kulturellen Angeboten weiter ausgebaut und gestärkt werden kann. Auch die südliche Fußgängerzone bietet bereits jetzt mit dem individuellen und inhabergeführten Einzelhandel eine Stärke, die weiter hervorgehoben werden kann. Dabei ergeben sich auch spezifische Ansiedlungsoptionen zur Verbesserung der Angebotsqualität.

Die Walburgisstraße sowie das Wulfhefe-Quartier weisen überwiegend standardisierte Angebotsstrukturen auf, die jedoch z. T. auch an spezifische Zielgruppen geknüpft werden können.

Quelle: Darstellung: Stadt + Handel; Kartengrundlage: Stadt Werl.

Nutzungsqualitäten

Trends

Nachfrage- und Angebotssituation

Wettbewerbs-Check

Stadtstruktur

Angebotsanalyse

Nutzungsqualitäten

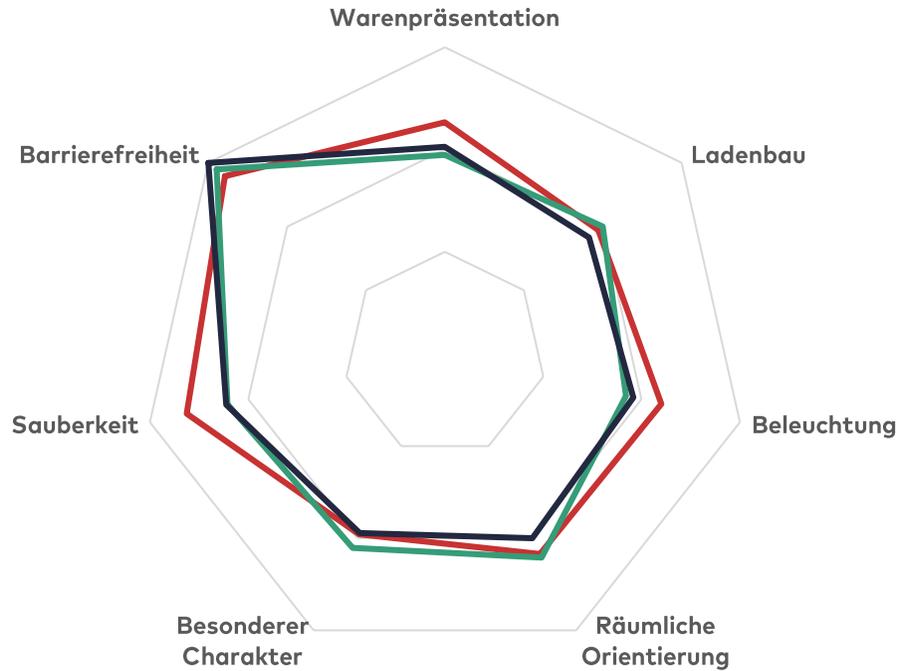
Zieldefinition

Handlungsempfehlungen

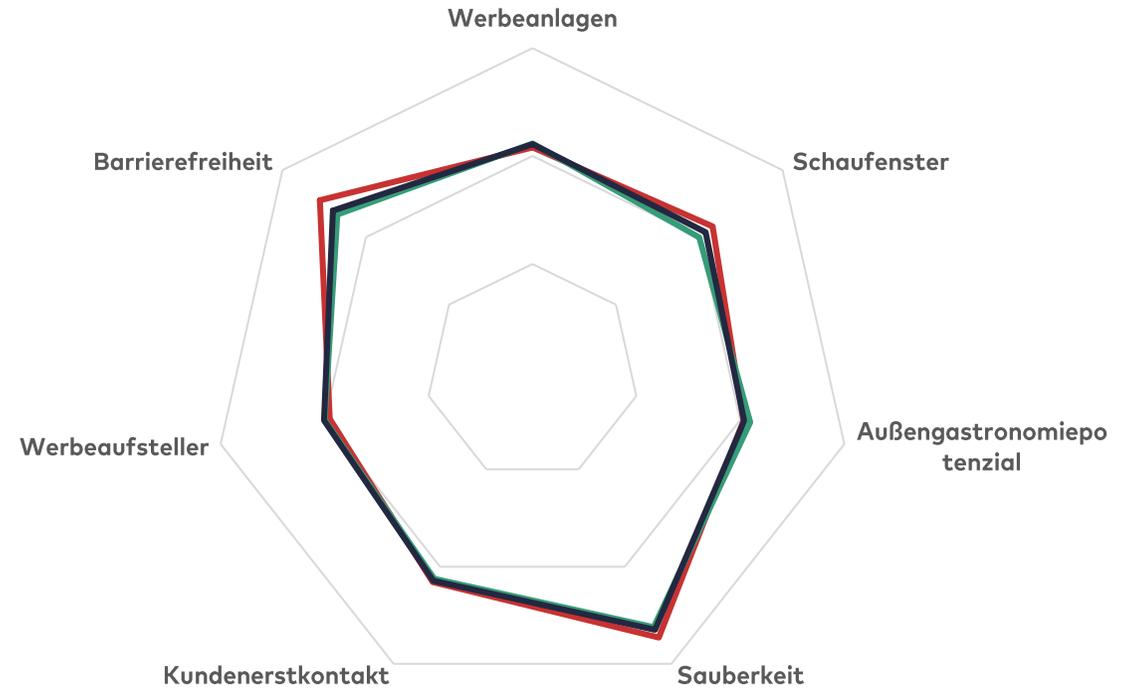
Innere und äußere Nutzungsqualitäten

Bewertung nach Betriebstypen

innere Nutzungsqualitäten



äußere Nutzungsqualitäten



— Einzelhandel — Gastronomie — Zentrenergänzende Funktionen

— Einzelhandel — Gastronomie — Zentrenergänzende Funktionen

Innere Nutzungsqualitäten

Betrachtung der inneren Nutzungsqualität nach Betriebstyp

Betriebstyp

- Zentrenergänzende Funktion
- Einzelhandel
- △ Gastronomie

Innere Nutzungsqualität

- gering
- mittel
- hoch

Zentren- und Standortabgrenzungen

- ▭ Untersuchungsgebiet



Die Fußgängerzone von Werl weist insgesamt überwiegend gute innere Nutzungsqualitäten auf, was insb. auf die Barrierefreiheit und die Sauberkeit zurückzuführen ist.

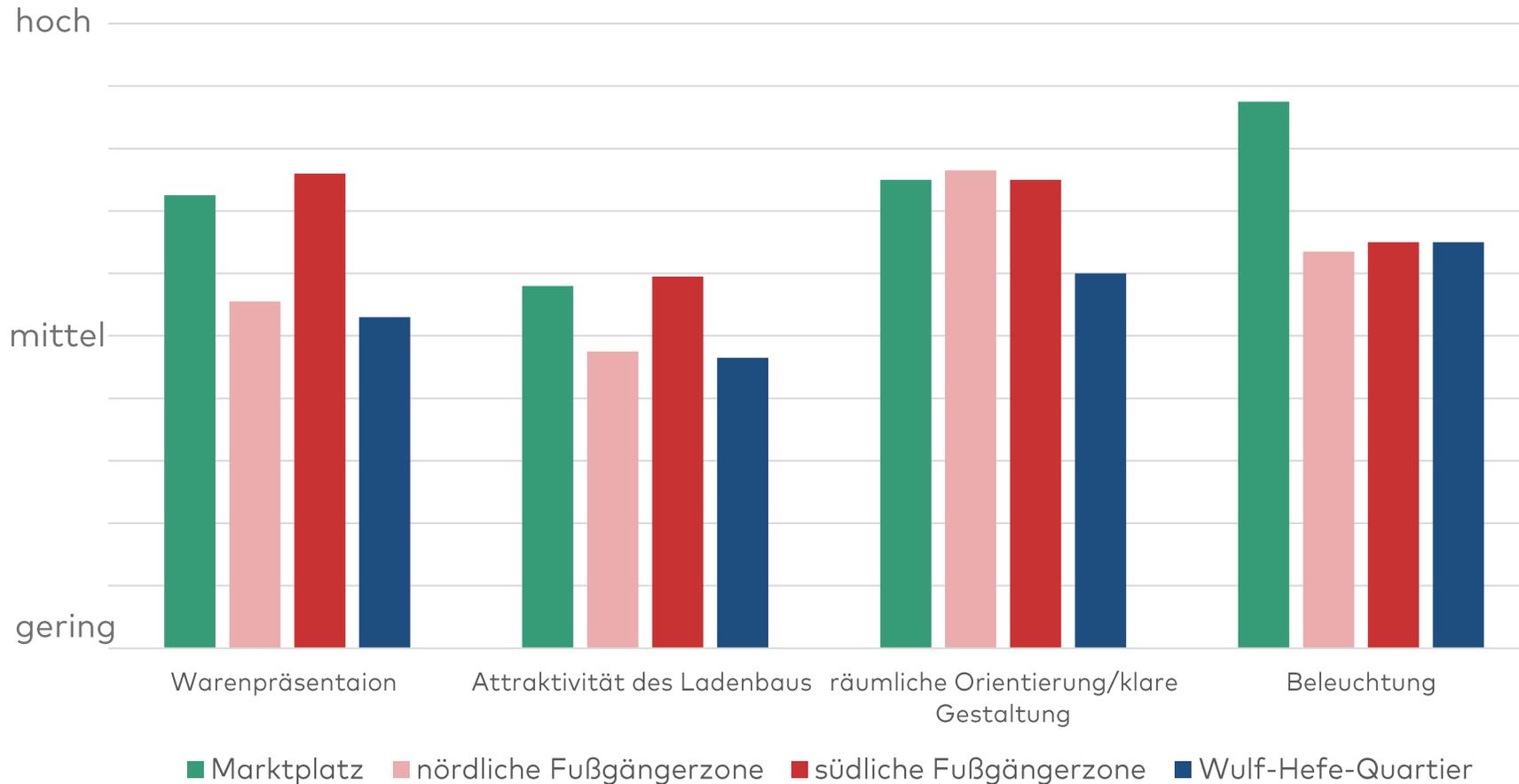
In der Walburgisstraße verortet sind einige filialisierte Betriebe mit standardisierten Konzepten mit einem einheitlichen und ansprechenden Design. Die guten Nutzungsqualitäten in der Steinerstraße hingegen resultieren aus den vielen individuellen Betriebskonzepten.

Auch das Innere der Nutzungen rund um den Marktplatz wirkt qualitativ ansprechend.

Abseits der Fußgängerzone nimmt die Qualität der Innenräume der verschiedenen Nutzungen hingegen ab.

Innere Nutzungsqualitäten

Bewertung nach Lagebereichen



Bei der Bewertung der inneren Nutzungsqualitäten bietet sich ein ähnliches Bild, wobei die unterschiedlichen Lagebereiche hier weniger qualitative Unterschiede aufweisen.

Der Marktplatz und ausgewählte, angrenzende Bereiche sind auch hier positiv zu bewerten. Ebenso sind die inneren Nutzungsqualitäten des Lagebereichs der südlichen Fußgängerzone hier als überdurchschnittlich einzustufen. Vor allem die Warenpräsentation stellt sich hier aus besonders positiv heraus.

Sowohl der Bereich der nördlichen Fußgängerzone als auch des Wulf-Hefe-Quartiers haben bei der Erfassung der inneren Nutzungsqualitäten lediglich eine durchschnittliche Bewertung erhalten. Begründbar ist dies v. a. mit der teilweise fehlenden Attraktivität des Ladenbaus.

Äußere Nutzungsqualitäten

Eindrücke aus der Fußgängerzone Werls



ansprechende Werbeanlage



ungeordnete Warenauslage



abgeklebte und nicht einsehbare
Schaufenster



dekorierte
Kundenerstkontaktzone

Äußere Nutzungsqualitäten

Betrachtung der äußeren Nutzungsqualität nach Betriebstyp

Betriebstyp

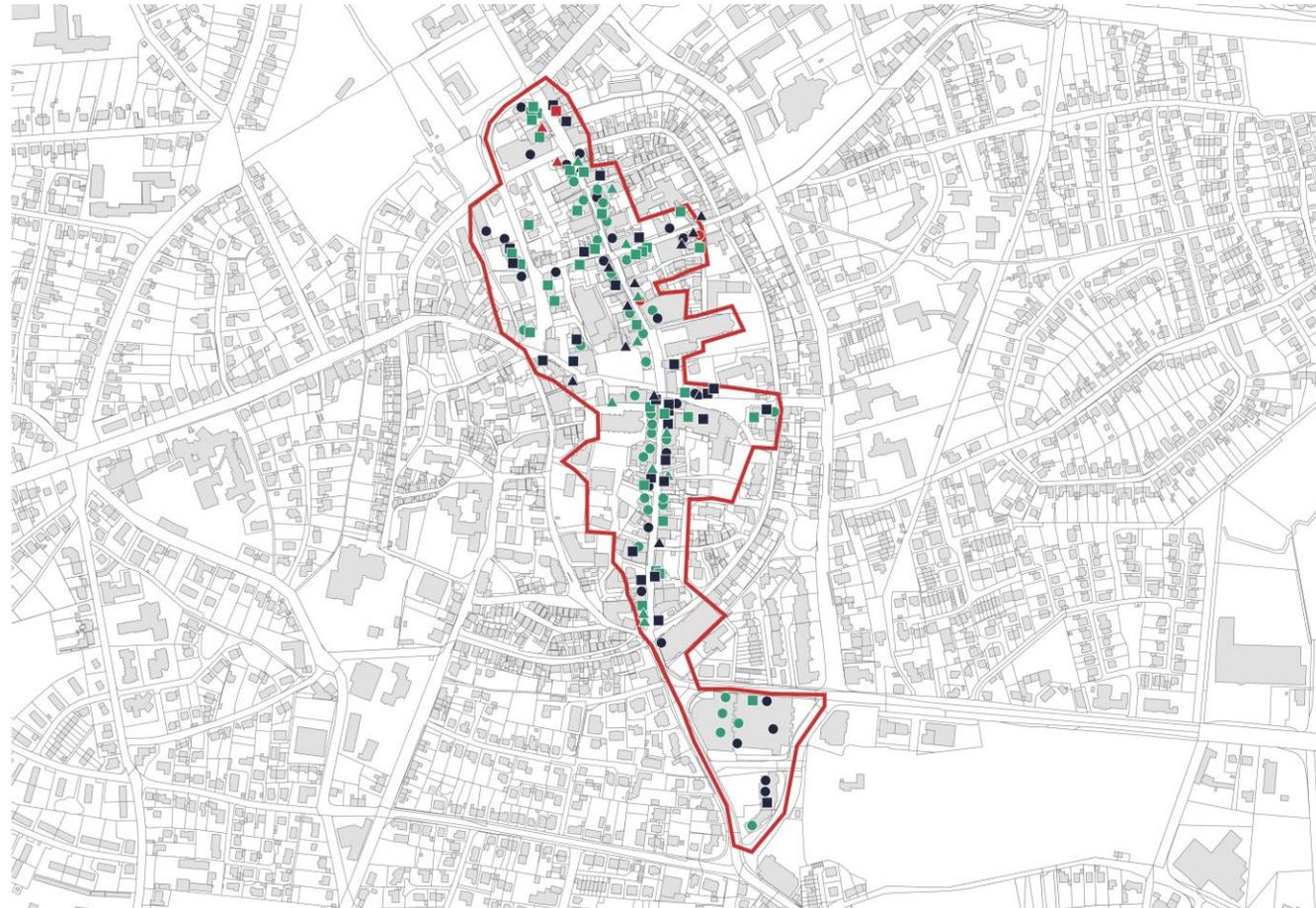
- Zentrenergänzende Funktion
- Einzelhandel
- △ Gastronomie

Äußere Nutzungsqualität

- gering
- mittel
- hoch

Zentren- und Standortabgrenzungen

- ▭ Untersuchungsgebiet



Insgesamt sind die äußeren Nutzungsqualitäten im Innenstadtbereich von Werl recht positiv einzuschätzen.

Die Nutzungen der Walburgisstraße weisen eine durchmischte Bewertung der äußeren Nutzungsqualitäten auf, wobei der nördliche Teilbereich durch eine deutlich geringere Qualität geprägt ist.

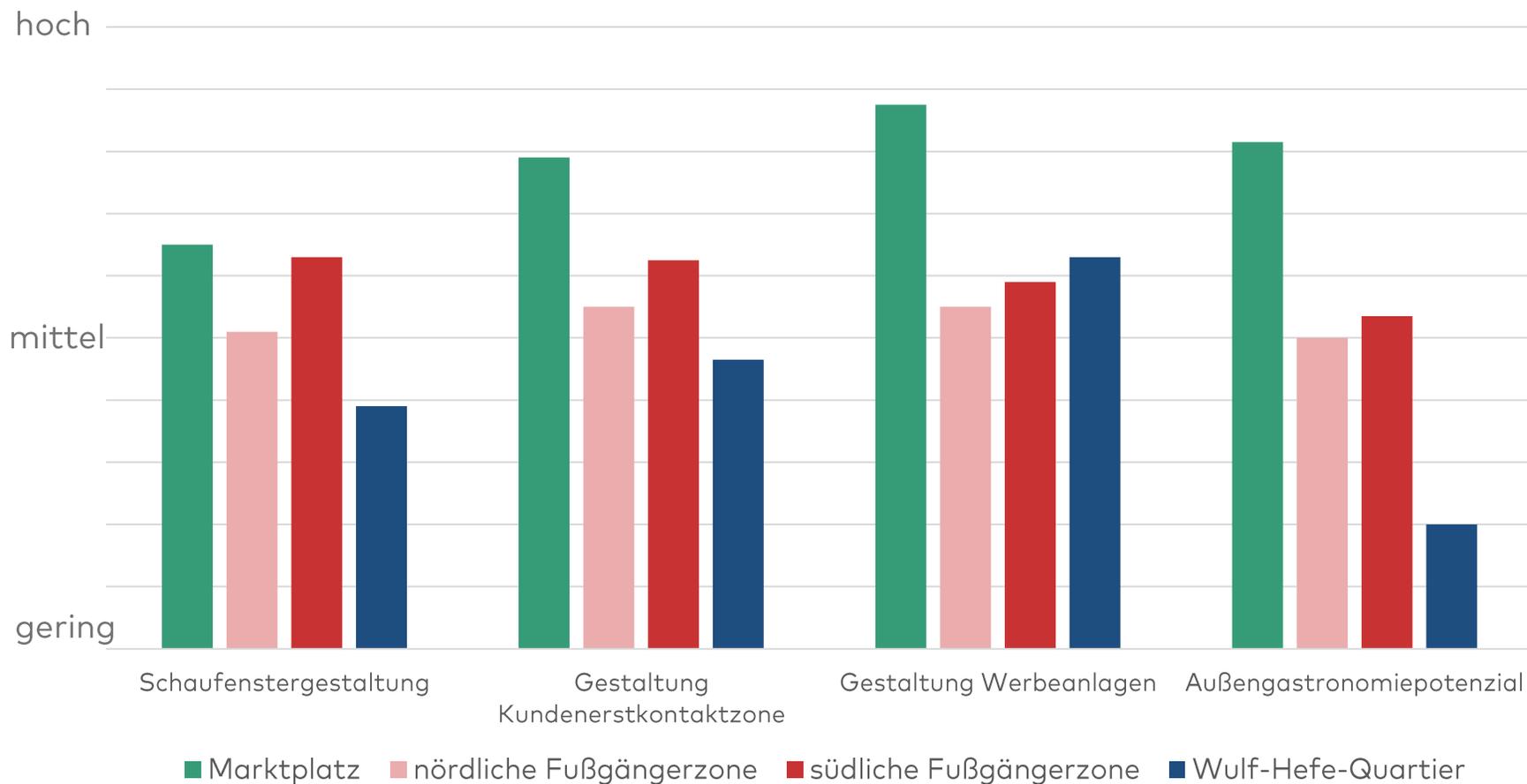
Ein gutes Erscheinungsbild der äußeren Nutzungsqualitäten bietet der Bereich rund um den Marktplatz, welches verstärkt durch das hohe Potenzial für Außengastronomie begründet ist. Ausgenommen hiervon sind die Nutzungen rund um den Neuen Markt.

Eine überwiegend mittlere bis gute Bewertung erfährt die Fußgängerzone der Steinerstraße. Limitierend wirkt hier allerdings teilweise die historische Bausubstanz mit den kleinen Schaufenstern oder einer unattraktiven Eingangssituation.

Auch hier nehmen die Nutzungsqualitäten abseits der Fußgängerzone ab.

Äußere Nutzungsqualitäten

Bewertung nach Lagebereichen



Bei der Betrachtung der Bewertung ausgewählter Aspekte der äußeren Nutzungsqualitäten wird auf dem ersten Blick deutlich, dass die Lage „Marktplatz“ überdurchschnittlich gut bewertet wird. Vor allem die Werbeanlagen und das Außengastronomiepotenzial werden dabei als Stärke erachtet.

Bezüglich der Bewertung der Fußgängerzone fällt auf, dass der südliche Bereich tendenziell besser eingeschätzt wird. Besonders deutlich wird dies hinsichtlich der Schaufenstergestaltung sowie der Ausgestaltung der Kundenerstkontaktzone, die insb. in der Steinerstraße als überwiegend positiv zu bewerten sind.

Die äußeren Nutzungsqualitäten der Betriebe des Wulf-Hefe-Quartiers erfahren eine unterdurchschnittliche Bewertung, was v. a. auf die sehr funktionale Gestaltungs- und Nutzungsstruktur zurückzuführen ist.

Betrachtung der einzelnen Aspekte der Nutzungsqualitäten

Äußere Nutzungsqualitäten

Die **Gestaltung der Werbeanlagen** ist im gesamten Untersuchungsgebiet trotz bzw. aufgrund der Gestaltungssatzung als durchschnittlich einzustufen. Auffällig sind v. a. die äußerst ansprechenden Werbeanlagen am Marktplatz bzw. entlang der Marktstraße, die durch einen dezenten und oftmals historischen Charakter geprägt sind.

Hinsichtlich der **Schaufenstergestaltung** macht sich der hohe Anteil der inhabergeführten Betriebe der südlichen Fußgängerzone und am Marktplatz erkennbar, da hier oftmals mit viel Liebe zum Detail die Schaufenster thematisch ansprechend dekoriert sind.

Die **Sauberkeit** vor den Ladenlokalen ist nahezu überall gewährleistet. Lediglich entlang der Siederstraße und in Teilen der Walburgisstraße besteht Verbesserungsbedarf.

Positive Beispiele für die **Gestaltung der Kundenerstkontaktzone** sind auch hier wieder des Öfteren am Markt, entlang der Marktstraße und in der südlichen Fußgängerzone vorzufinden. Die Gestaltungsmaßnahmen reichen hier von thematischen Dekorationselemente, Pflanzkübeln und Sitzmöglichkeiten bis hin zu einer attraktiven, einladenden Eingangssituation.

Die **Qualität der Warenaufsteller und Kontaktelementen** ist im gesamten Untersuchungsraum als durchschnittlich zu beschreiben. Hier stehen neben veralteten und preisgünstig wirkenden Aufstellern qualitativ hochwertige Kontaktelementen mit individueller Ansprache.

Die **Barrierefreiheit** zu den Ladenlokalen ist überwiegend positiv einzuschätzen. Nur wenige Nutzungen im Untersuchungsgebiet sind nur über Treppenstufen oder Schwellen erreichbar.

Bei der Betrachtung des **Außergastronomiepotenzials** bietet sich ein differentes Bild. Am Marktplatz und z. T. entlang der südlichen Fußgängerzone ist dieses aufgrund der Eck-/Platzlage, der Südbesonnung sowie der Straßenbreite als positiv einzuschätzen. Der geringere Straßenquerschnitt der Walburgisstraße sowie die Verkehrsnutzung durch den motorisierten Individualverkehr der weiteren Lagen beeinflussen das Potenzial negativ.

Innere Nutzungsqualitäten

Die Qualität der **Warenpräsentation** kann v. a. in der Fußgängerzone der Steinerstraße sowie entlang der Marktstraße als positiv bewertet werden, die hier oftmals auch durch Dekorationselemente unterstützt wird. Negativ fallen dabei insb. die Non-Food-Discounter im Wulf-Hefe-Quartier und in der Walburgisstraße auf.

Die **Attraktivität des Ladenbaus** wird insgesamt nur durchschnittlich bewertet, da offene und moderne Gestaltung des Ladeninneren nur selten in der Fußgängerzone Werls vorkommt.

Die **Beleuchtung** des Ladeninneren und der Waren ist im Untersuchungsraum als gut zu beurteilen. Nur wenige Betriebe verfügen über ein mangelhaftes Beleuchtungskonzept, das auf Passanten wenig einladend wirkt.

Hinsichtlich der **räumlichen Orientierung und der klaren Gestaltung** der Ladenlokale ist die gesamte Fußgängerzone recht ähnlich zu bewerten. Entlang der Walburgisstraße schaffen Filialisten mit ihrem Betriebskonzept eine klare Gestaltung und am Marktplatz sowie in der südlichen Fußgängerzone tragen die inhabergeführten Geschäfte oftmals ein schlüssiges Gestaltungskonzept ihres Ladenlokals bei.

Einen **besonderen Charakter der Nutzung** weisen v. a. die Nutzungen im Lagebereich „Marktplatz“ aufgrund der spezifischen zentrenergänzenden Funktionen auf. Das Wulf-Hefe-Quartier hingegen ist diesbezüglich mit seinem austauschbaren Fachmarktcharakter als unterdurchschnittlich zu bewerten.

Wie auch bei der **Sauberkeit** außerhalb der Ladenlokale sind die Nutzungen der Fußgängerzone Werl im Wesentlichen auch im Ladeninneren als sauber und ordentlich zu bezeichnen. Dies ist auch hinsichtlich der **Barrierefreiheit** zu beobachten, die nahezu in jedem Inneren der Nutzungen gewährleistet wird.

Zwischenfazit

Key-Facts

- Insgesamt weist die Fußgängerzone von Werl gute Nutzungsqualitäten auf, was insb. auf die Aspekte Barrierefreiheit und Sauberkeit zurückzuführen ist. Abseits der zentralen Lagen nehmen die Nutzungsqualitäten hingegen ab.
- Zu empfehlen ist der gänzliche Abbau der vorhandenen Barrieren, um somit eine „Stadt ohne Stufen“ zu schaffen.
- Vor allem entlang der Fußgängerzone in der Steinerstraße ist eine einladende und ansprechende Gestaltung der Ladenlokale gegeben. Dies bewirken u. a. attraktive Schaufensterdekorationen oder Grün- und Dekorationselemente im Eingangsbereich.
- Die historische Gebäudesubstanz ist für das Innenstadtzentrum von Werl stadtbildprägend. Diese kann jedoch in der Steinerstraße und im Bereich des Marktplatzes besser genutzt werden, indem z. B. durch Fassadensanierung oder eine offeneren Gestaltung des Eingangsbereichs die äußeren Nutzungsqualitäten verbessert werden.
- Vor allem entlang der Walburgisstraße bestehen Defizite hinsichtlich der Gestaltung der äußeren Nutzungsqualitäten. Hier besteht die Möglichkeit einer Anpassung der Gestaltungssatzung, um z. B. die Qualität von Werbeanlagen und –aufstellern zu erhöhen.

Zieldefinition

Trends

Nachfrage- und Angebotssituation

Wettbewerbs-Check

Stadtstruktur

Angebotsanalyse

Nutzungsqualitäten

Zieldefinition

Handlungsempfehlungen

Differenzierung nach Lagebereichen

Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Erhebung Stadt + Handel 12/2020; Kartengrundlage: Stadt Werl.

Funktion

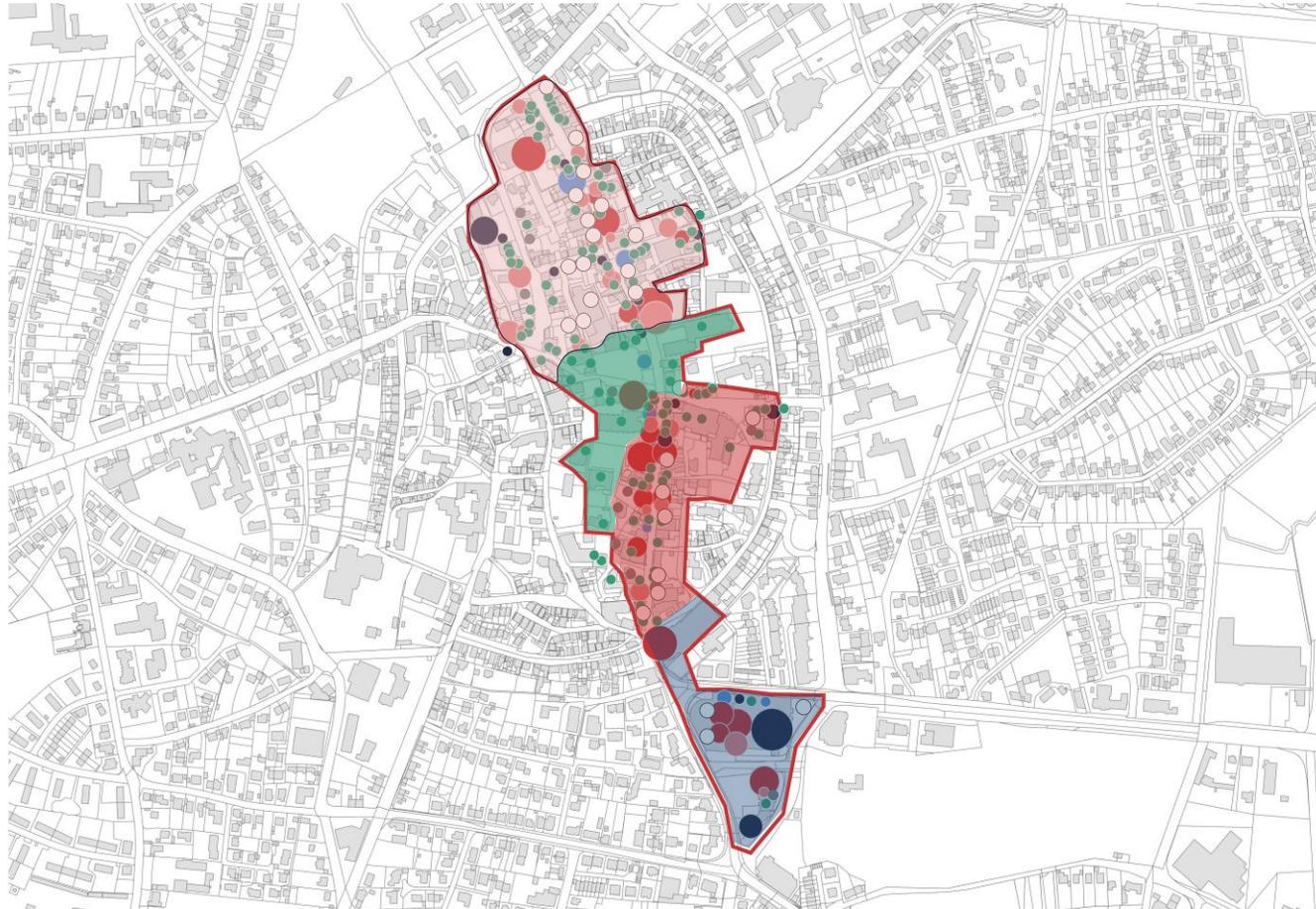
- Nahrungs- und Genussmittel
- sonstiger kurzfristiger Bedarf
- mittelfristiger Bedarf
- langfristiger Bedarf
- Zentrenergänzende Funktion
- Leerstand
- Wohnen

Betriebsgrößenstruktur in m²

- unter 50 m²
- 51 - 100 m²
- 101 - 200 m²
- 201 - 400 m²
- 401 - 800 m²
- 801 - 2.000 m²
- ab 2.000 m²

Zentren- und Standortabgrenzungen

- ▭ Untersuchungsgebiet



Nördliche Fußgängerzone

- Fußgängerzone der Walburgisstraße sowie Bebauung entlang der Siederstraße
- heterogene Gebäudestruktur und -qualität
- vermehrt Leerstände vorhanden; standardisiertes Angebot

Marktplatz

- Alter Markt mit angrenzender Bebauung v. a. geprägt durch religiöse Stätten (Wallfahrtskirche, Kirche St. Walburga)
- Südliche Ausdehnung auf Teilen des Kirchplatzes und der Schulgasse westlich hinter südlicher Fußgängerzone

Südliche Fußgängerzone

- Steinerstraße als Fußgängerzone
- kleinteiliger, spezialisierterer Besatz in überwiegend historisch geprägter Umgebung

Wulf-Hefe-Quartier

- eher autokundenorientierte Lage abseits der zentralen Innenstadt
- Gebäudekomplex mit Einkaufszentrumcharakter
- größere Betriebsgrößenstruktur

Lagebereich „Nördliche Fußgängerzone“

Eindrücke



Quelle: Fotos: Stadt + Handel.

Lagebereich „Nördliche Fußgängerzone“

Stadt- und Funktionsstruktur

Funktion

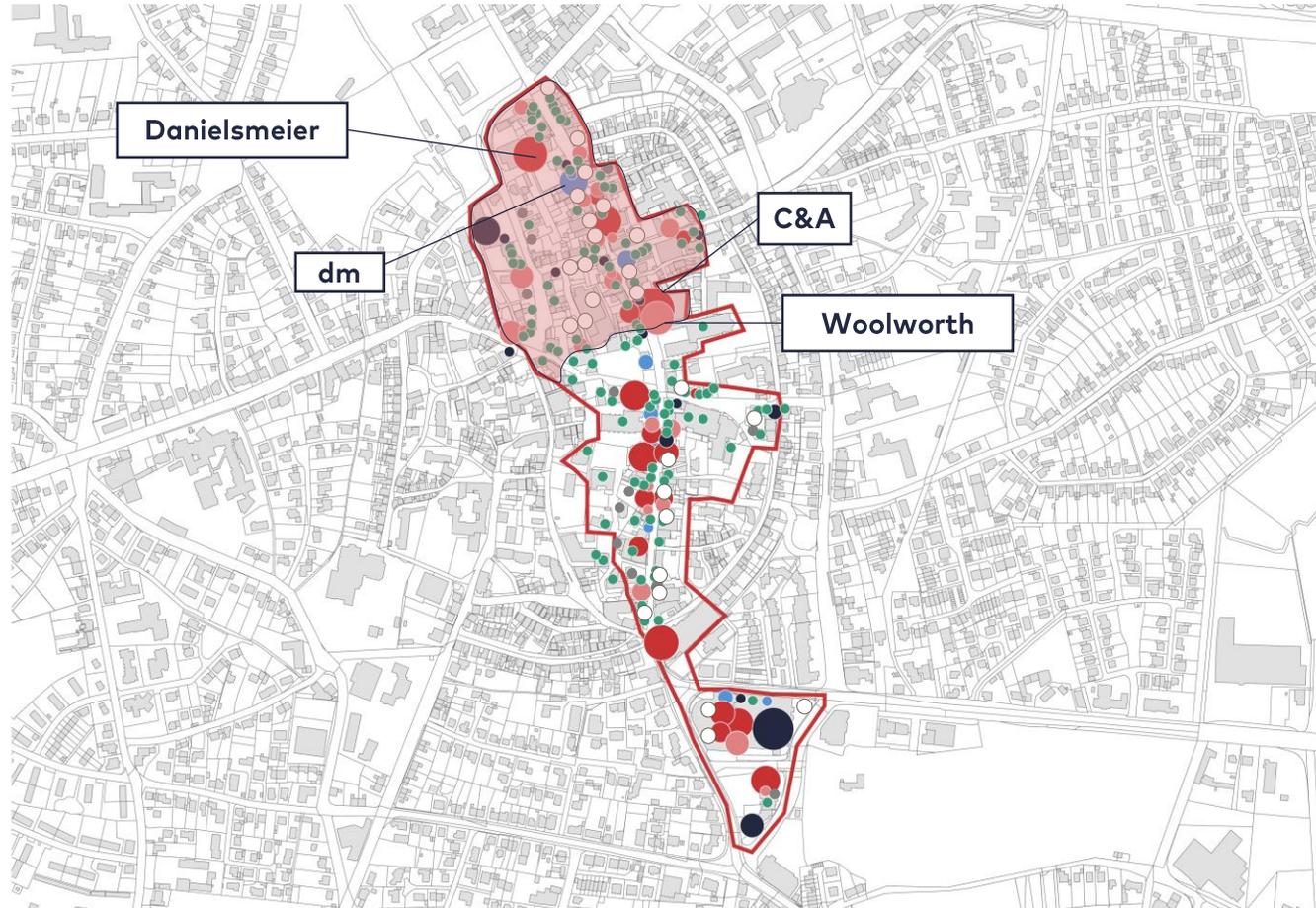
- Nahrungs- und Genussmittel
- sonstiger kurzfristiger Bedarf
- mittelfristiger Bedarf
- langfristiger Bedarf
- Zentrenergänzende Funktion
- Leerstand
- Wohnen

Betriebsgrößenstruktur in m²

- unter 50 m²
- 51 - 100 m²
- 101 - 200 m²
- 201 - 400 m²
- 401 - 800 m²
- 801 - 2.000 m²
- ab 2.000 m²

Zentren- und Standortabgrenzungen

- ▭ Untersuchungsgebiet



Lagebereich: Nördliche Fußgängerzone

Lagespezifische Eigenschaften

- sehr durchmischte Angebotsstruktur (alle Bedarfsstufen vertreten, breites Sortimentsangebot)
- heterogene Betriebsgrößenstruktur (kleinteilige Einzelhandelsbesatz ergänzt um großflächige Betriebe)
- einige Leerstände in der Walburgisstraße und am Neuen Markt vorhanden
- im Vergleich zur weiteren Fußgängerzone deutlich mehr Filialisten vorhanden
- Randbereiche durch Verkehrsnutzung geprägt
- städtebauliches Erscheinungsbild variiert stark (bedingt durch verschiedene Gebäudetypologien, Immobilienqualitäten und -zustand) und damit auch unterschiedliche Attraktivität und Aufenthaltsqualität
- tendenziell unterdurchschnittliche Nutzungsqualitäten z. B. durch Gestaltung der Werbeanlagen, Warenpräsentation
- Hauptfrequenzlage zwischen dm und Woolworth
- Einzelhandelsstandort an Siederstraße überwiegend auf Autokunden ausgerichtet

Lagebereich „Südliche Fußgängerzone“

Eindrücke



Quelle: Fotos: Stadt + Handel.

Lagebereich „Südliche Fußgängerzone“

Stadt- und Funktionsstruktur

Funktion

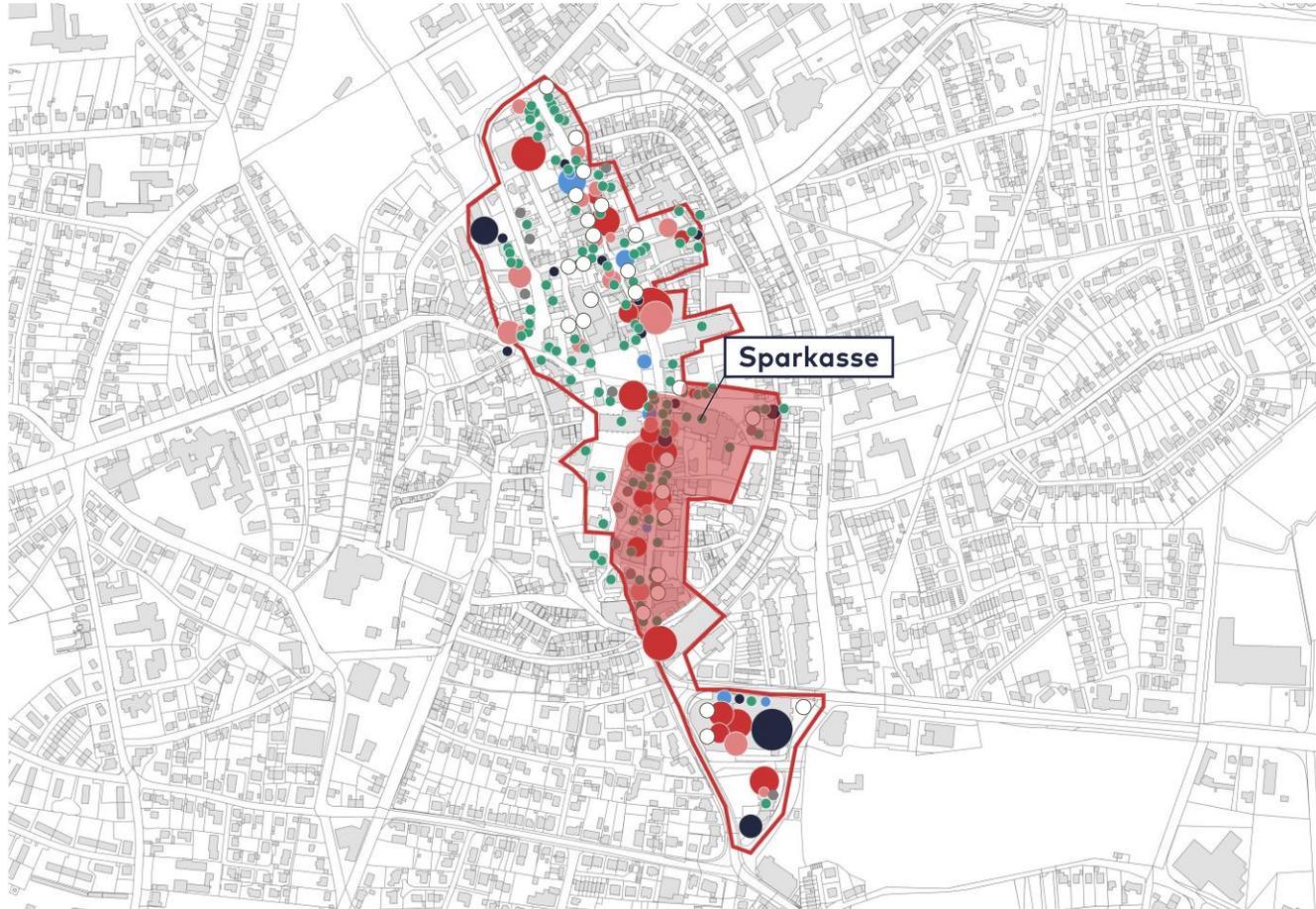
- Nahrungs- und Genussmittel
- sonstiger kurzfristiger Bedarf
- mittelfristiger Bedarf
- langfristiger Bedarf
- Zentrenergänzende Funktion
- Leerstand
- Wohnen

Betriebsgrößenstruktur in m²

- unter 50 m²
- 51 - 100 m²
- 101 - 200 m²
- 201 - 400 m²
- 401 - 800 m²
- 801 - 2.000 m²
- ab 2.000 m²

Zentren- und Standortabgrenzungen

- ▭ Untersuchungsgebiet



Lagebereich: Südliche Fußgängerzone

Lagespezifische Eigenschaften

- inhabergeführter, kleinteiliger Einzelhandelsbesatz
- innenstadttypische Sortimente (Uhren/Schmuck, Schuhe/Lederwaren/Spielwaren/Basteln/Hobby/Musikinstrumente)
- Konzentration von Leerständen im südlichen Bereich
- zentrenergänzende Funktionen insb. aus dem Bereich Dienstleistungen und medizinische Einrichtungen
- zusätzlich vereinzelt Cafés und Imbisse
- überwiegend ansprechendes städtebauliches Erscheinungsbild aufgrund guter und oftmals historischer Bausubstanz
- Abnahme der städtebaulichen Qualität entlang der befahrenen Engelhardstraße
- unterschiedliche Nutzungsqualitäten: inhabergeführte Betriebskonzepte meist mit ansprechender Dekoration und Gestaltung des Ladeninneren und -äußeren; vereinzelt Einschränkungen durch historische Bausubstanz

Lagebereich „Marktplatz“

Eindrücke



Quelle: Fotos: Stadt + Handel.

Lagebereich „Marktplatz“

Stadt- und Funktionsstruktur

Funktion

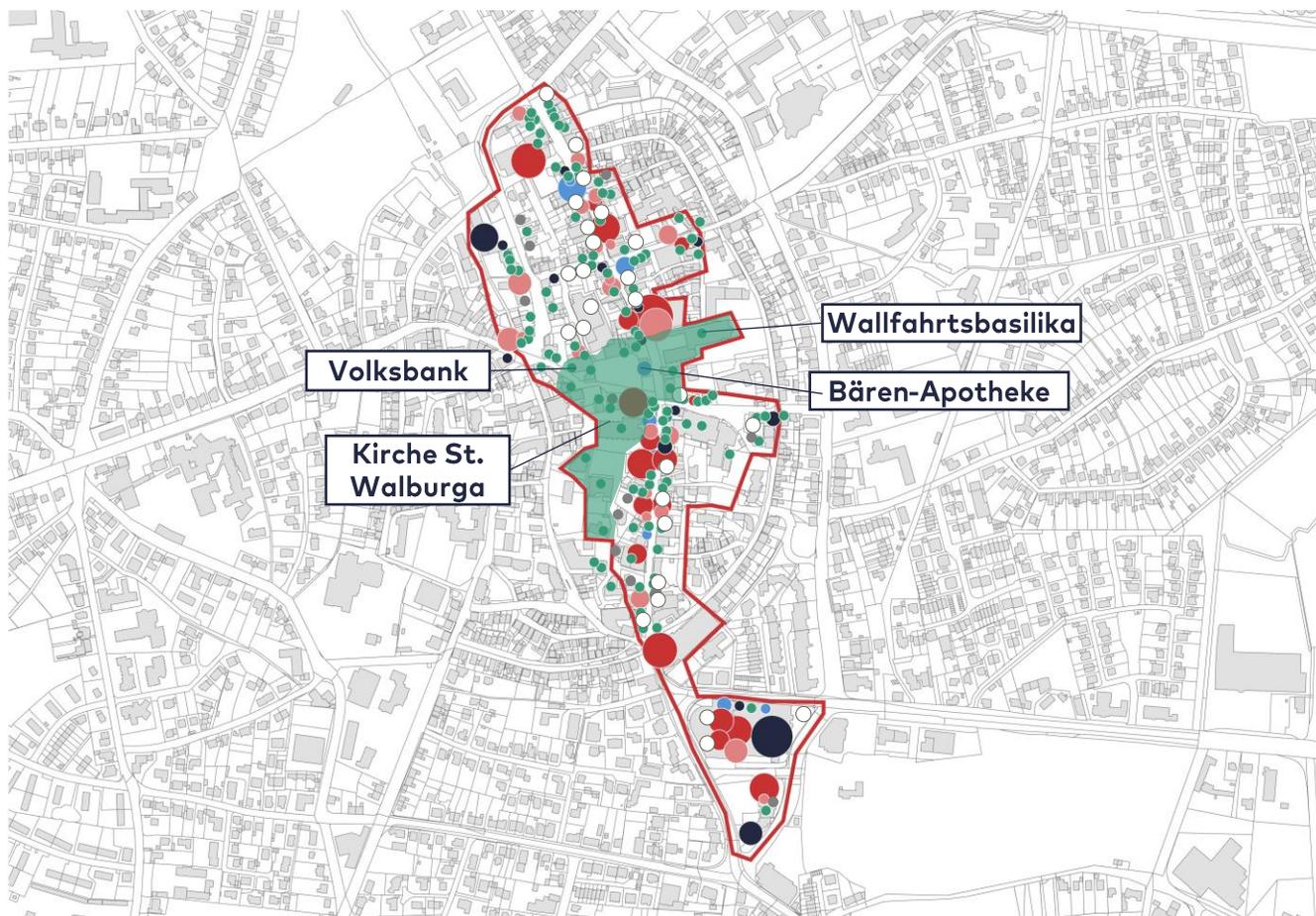
- Nahrungs- und Genussmittel
- sonstiger kurzfristiger Bedarf
- mittelfristiger Bedarf
- langfristiger Bedarf
- Zentrenergänzende Funktion
- Leerstand
- Wohnen

Betriebsgrößenstruktur in m²

- unter 50 m²
- 51 - 100 m²
- 101 - 200 m²
- 201 - 400 m²
- 401 - 800 m²
- 801 - 2.000 m²
- ab 2.000 m²

Zentren- und Standortabgrenzungen

- ▭ Untersuchungsgebiet



Lagebereich: Marktplatz

Lagespezifische Eigenschaften

- Einzelhandel mit geringer Bedeutung für die Lage
- Prägung durch kirchliche sowie weitere öffentliche Einrichtungen (VHS, Museum, Musikschule)
- Gebäude der Volksbank als zusätzlich prägender Bau
- Gastronomie nördlich und südlich des Marktplatzes vorhanden
- Alter Marktplatz mit Wochenmarkt
- überwiegend historische Bausubstanz
- Einschränkung der Aufenthaltsqualität am Marktplatz durch ruhenden und fließenden Verkehr entlang der Marktstraße
- Lagebereich mit den am besten bewerteten Nutzungsqualitäten
- sehr gutes Außengastronomiepotenzial gegeben
- Neuer Markt hinsichtlich städtebaulicher Gestaltung und Nutzungsqualitäten ausbaufähig
- Ruhezonen in den Bereichen um die Kirchen mit Verweilmöglichkeiten

Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Erhebung Stadt + Handel 12/2020; Kartengrundlage: Stadt Werl.

Lagebereich „Wulf-Hefe-Quartier“

Eindrücke



Quelle: Fotos: Stadt + Handel.

Lagebereich „Wulf-Hefe-Quartier“

Stadt- und Funktionsstruktur

Funktion

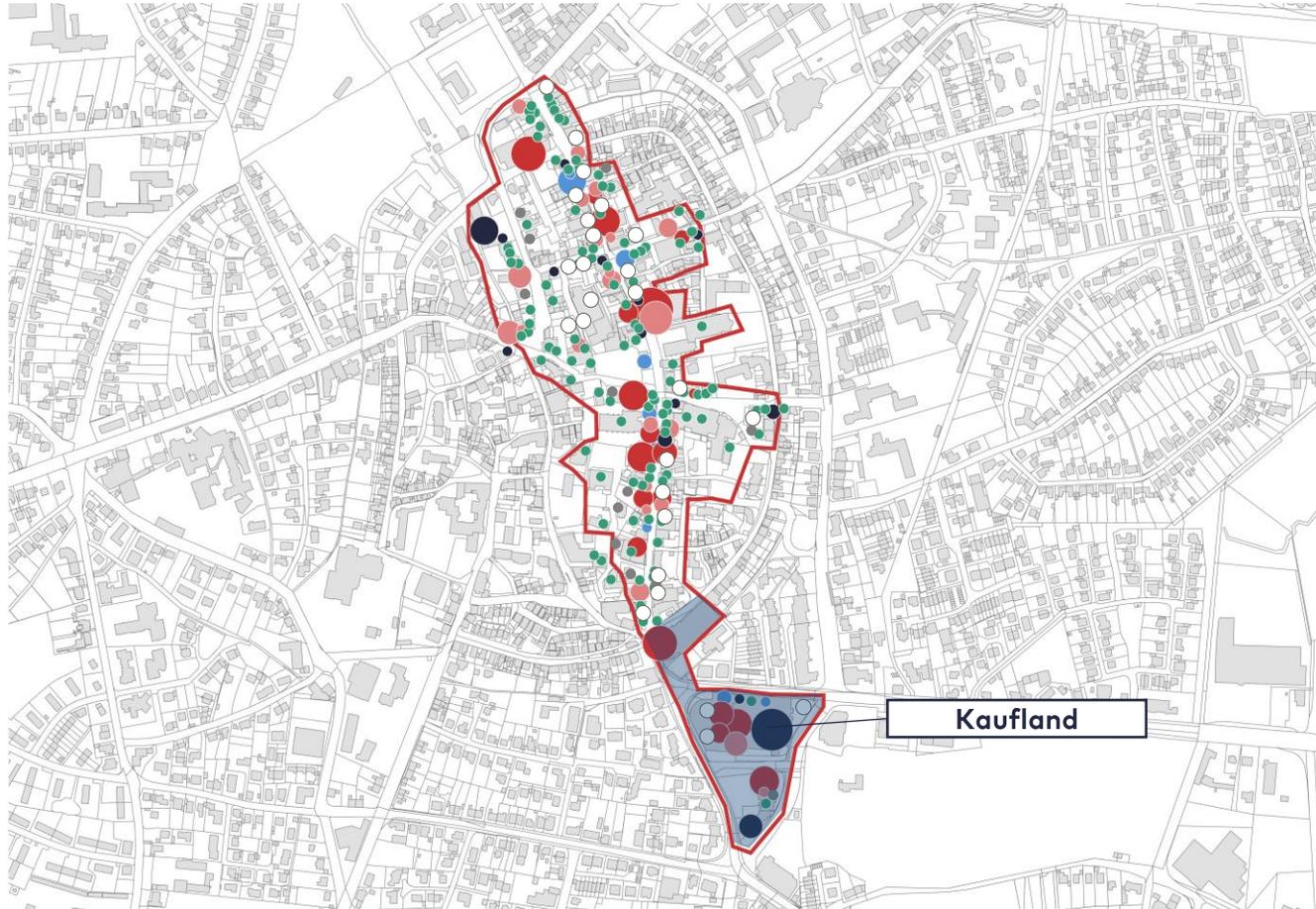
- Nahrungs- und Genussmittel
- sonstiger kurzfristiger Bedarf
- mittelfristiger Bedarf
- langfristiger Bedarf
- Zentrenergänzende Funktion
- Leerstand
- Wohnen

Betriebsgrößenstruktur in m²

- unter 50 m²
- 51 - 100 m²
- 101 - 200 m²
- 201 - 400 m²
- 401 - 800 m²
- 801 - 2.000 m²
- ab 2.000 m²

Zentren- und Standortabgrenzungen

- ▭ Untersuchungsgebiet



Lagebereich: Wulf-Hefe-Quartier

Lagespezifische Eigenschaften

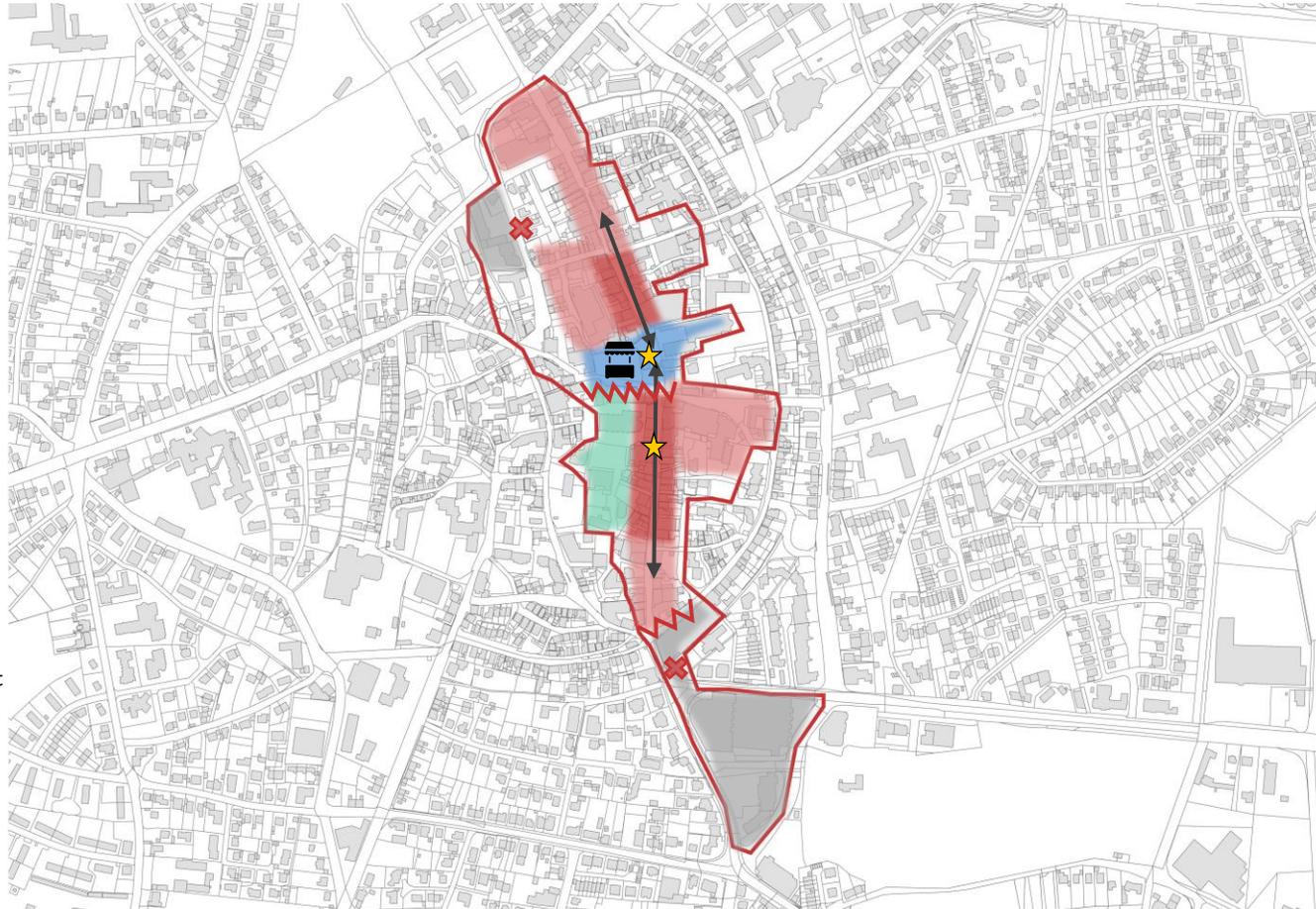
- Lage im Wesentlichen durch filialisierten Einzelhandel geprägt
- überwiegend mittel- bis großflächiger Besatz; ergänzt um wenige kleinteilige Strukturen
- Einkaufszentrum mit Fachmarktausstattung sowie angrenzende Betriebe
- Kaufland als Magnetbetrieb; weitere Betriebe überwiegend discount- bis preisorientiert
- Ausrichtung auf Autokunden durch sehr gute Anbindung, Parkhaus und Parkplatz
- Verweilmöglichkeiten und Aufenthaltsqualität eingeschränkt
- funktionale Ausrichtung und Gestaltung äußert sich in unterdurchschnittlichen Bewertungen der Nutzungsqualitäten

Chancen-Mängel-Plan

Innenstadt Werl

Zentren- und Standortabgrenzungen

- Untersuchungsraum Innenstadt
- Marktplatz
- zentrale Fußgängerzone
- ausdünnende Funktionsstruktur
- funktionale Nutzungsstruktur
- Funktionsbereich Kultur & Bildung
- Marktplatz
- Barrierewirkung
- mangelnde städtebauliche Verbindung
- Wegebeziehungen
- besondere Aufenthaltsqualität



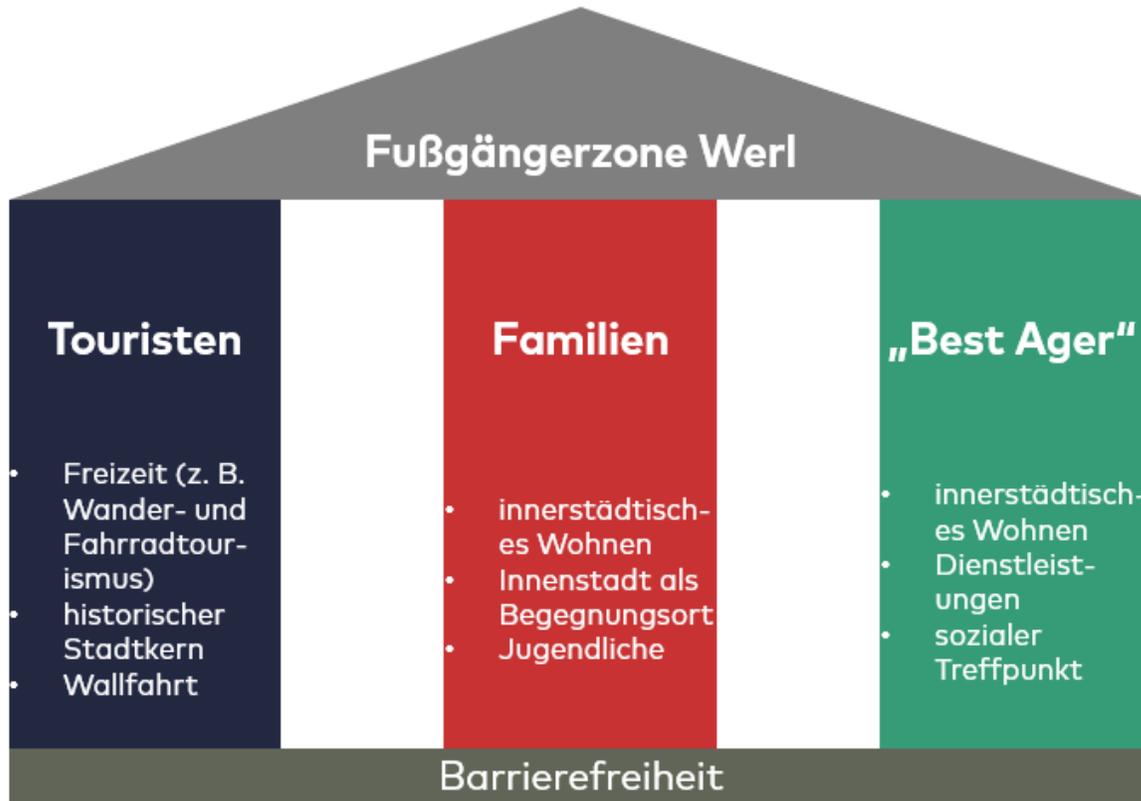
Der zentral gelegene Marktplatz bildet durch seine angrenzenden, stadtbildprägenden Nutzungen das Herzstück der Werler Fußgängerzone. Von hier aus gehen die Passantenfrequenzen in die jeweiligen Fußgängerzonen, wobei sich sowohl die Funktionsstrukturen als auch die Frequenzen nach außen hin ausdünnen. Dementsprechend bietet der Marktplatz und die zentrale Fußgängerzone mit z. T. hoher Aufenthaltsqualität eine erhebliche Chance für die Innenstadt von Werl. Auch der rückwärtig gelagerte Funktionsbereich Bildung & Kultur kann dabei eine Rolle spielen, jedoch besteht hier eine mangelhafte städtebauliche Verbindung.

Die an den Kernbereich angrenzenden Bereiche verfügen über eine ausgedünnte Funktionsstruktur. Eine zielorientierte Positionierung der Fußgängerzone kann hierfür geeignete Zielstellungen entwickeln.

Die Bereiche mit funktionaler Nutzungsstruktur spielen insb. aufgrund der eingeschränkten städtebaulichen Verbindung keine Rolle für die Fußgängerzone

Säulen der Fußgängerzone Werl

Zielgruppen



Wirkung nach außen

Touristen

Bereits im ISEK Stadtkern Werl wurde empfohlen, den Tourismus in Werl weiter zu stärken und auszubauen. Mit der Wallfahrtsbasilika und den Pilgerwegen kann Werl weiterhin an den Wallfahrtstourismus anknüpfen. Da Werl darüber hinaus auch über Anschlüsse an unterschiedliche Rad- und Wanderrouten verfügt, ist ebenso die Ausweitung auf den Freizeittourismus denkbar. Mit ergänzenden Einzelhandels- und Gastronomieangeboten im historischen Stadtkern kann die Zielgruppe verbessert angesprochen werden.

Wirkung nach innen

Familien

Im Fokus stehen hier v. a. junge Familien, denen die Möglichkeit für ein zentrales, innerstädtisches Wohnen geboten werden kann. Darüber hinaus kann sich die Fußgängerzone als Begegnungs- und Aufenthaltsort entwickeln und mit einem breiten Gastronomie- und Freizeitangebot die Lebensqualität für Familien in Werl verbessern. Als Schulstandort bietet es sich für Werl zusätzlich an, attraktive Aufenthaltsorte in der Innenstadt zu schaffen, die auf die Interessen von Jugendlichen ausgerichtet sind.

„Best Ager“

Auch bei der Zielgruppe der „Best Ager“ spielt das innerstädtische Wohnen eine Rolle. Hinzu kommen hier die kurzen Wege und das Angebot an Einzelhandel und Dienstleistungen aus dem Segment Gesundheit und Medizin. Darüber hinaus ist auch für diese Zielgruppe ein Gastronomie- und Freizeitangebot von Bedeutung. Angesprochen werden kann diese Zielgruppe auch über den Fahrradtourismus, der durch das Aufkommen der E-Bikes sich einer wachsenden Beliebtheit erfreut.

SWOT-Analyse

Fußgängerzone Werl

Stärken

- Marktplatz als gewachsener Mittelpunkt mit attraktiver, umliegender Bebauung
- Wallfahrtsbasilika als stadtbildprägende, auch überregionaler Anziehungspunkt
- oftmals historische Bausubstanz (insb. in der südlichen Fußgängerzone)
- inhabergeführter und qualitativer Besitz der Steinerstraße
- attraktive Aufenthaltsqualität in der Steinerstraße und am Marktplatz
- Vielzahl an Parkmöglichkeiten
- Sauberkeit und Barrierefreiheit

S

O

Chancen

- Nutzung des touristischen Potenzials (Wallfahrts-, Wander- und Fahrradtourismus); Stärkung des Individualtourismus nach der Corona-Pandemie
- erlebnisorientiertes Einkaufen und multifunktionale Funktionsstruktur
- stärkere Einbeziehung und Bespielung des Marktplatzes
- die im Zuge des demografischen Wandels entstandenen „Best Ager“ als Zielgruppe Werls
- Ansprache der Zielgruppe „Familien“
- Etablierung der Innenstadt u. a. als Wohnstandort
- bewusster Konsum und individualisierte Nachfrage

Schwächen

- ausgeprägte Längsstruktur mit Endbereich mit ausgedünnten Besitz
- Vielzahl an Leerständen in der gesamten Innenstadt
- fehlende Gastronomie
- diverse Eingangsmöglichkeiten, jedoch kein klares Eingangstor
- Prägung durch den MIV und Querung der Fußgängerzone mit Barrierewirkung
- Mischung aus unterschiedlichen Baustrukturen, Gebäudetypologien und Immobilienqualitäten
- fehlender städtebaulich-funktionaler Zusammenhang zwischen südlicher Fußgängerzone und Wulf-Hefe-Quartier
- nördlicher Eingangsbereich mit Mindernutzungen

W

T

Risiken

- fortführende Leerstandsentwicklung
- Nachfolgeproblematik
- fehlende Positionierung und Profilierung der Innenstadt
- keine klare Kundenbindung in der Innenstadt
- Ansiedlung weiterer Nutzungen im Umfeld der Innenstadt und damit weitere Ausdehnung
- weitere Anteilsgewinne des E-Commerce
- Ausbleiben von Investitionen und Verschlechterung der Immobilienqualitäten
- Verlust von Ankermietern
- fehlendes Engagement/Kooperation mit privaten Immobilieneigentümern

SWOT-Analyse

Entwicklungsstrategien für die Fußgängerzone von Werl

Stärken

Schwächen

Chancen

Stärken/Chancen-Strategien: Ausbau der eigenen Stärken durch gezielte Chancennutzung

- Stärkung des Marktplatzes durch multifunktionale, erlebbare und belebende Angebote
- Förderung der Aspekte Entschleunigung, Spiritualität und Wallfahrt, um touristisches Potenzial (insb. der „Best Ager“) aufzugreifen
- Weiterentwicklung der südlichen Fußgängerzone durch erlebnisorientierte, multifunktionale und individualisierte Angebote
- Aufwertung der historischen Bausubstanz zur Attraktivierung der Fußgängerzone als Wohn-/Einkaufs- und Tourismusstandort

Schwächen/Chancen-Strategien: Überwindung der eigenen Schwächen, um externe Chancen nutzen zu können

- Umwandlung der Randbereiche und Leerstände zu Wohnnutzungen
- Etablierung des Marktplatzes als Eingangstor zur Innenstadt
- Verbesserung des qualitativen und quantitativen Gastronomieangebots zur Stärkung der Multifunktionalität und Schaffung von Aufenthaltsqualität
- Aufwertung sowie gleichwertigere Gestaltung der Immobilien und des städtebaulichen Erscheinungsbildes zur Attraktivierung der Fußgängerzone für Touristen, Familien und die ältere Bevölkerung

Risiken

Stärken/Risiken-Strategien: Abwendung externer Risiken durch optimale Nutzung eigener Stärken

- Förderung der Aspekte Entschleunigung, Spiritualität und Wallfahrt zur Positionierung und Profilierung der Fußgängerzone
- Stärkung und Positionierung des inhabergeführten, individuellen und qualitativen Einzelhandelsbesatzes für die klare Ansprache von Zielgruppen

Schwächen/Risiken-Strategien: Reduzierung der eigenen Schwächen, um externen Risiken entgegenzuwirken

- Verkürzung der Fußgängerzone, um Leerstandsentwicklung zu entgegnen
- Ansiedlung von Gastronomiebetrieben als Ankermieter

Profilierungsfelder

Entwicklungsziele für die Fußgängerzone



Klare Ausrichtung auf
definierte Zielgruppen



Leerstände aktivieren



Städtebauliche Defizite in der
Fußgängerzone korrigieren



Marktplatz als gewachsene
Mitte profilieren

Profilierungsfelder

Entwicklungsziele für die Fußgängerzone



a) Klare Ausrichtung auf definierte Zielgruppen durch öffentliche und private Maßnahmen

- Marktplatz als Aushängeschild der Innenstadt mit Gastronomieangeboten, kirchlichen und kulturellen Einrichtungen sowie Freizeitmöglichkeiten für Touristen, Familien und die „Best Ager“ etablieren
- Schaffung von „Dritten Orten“ als Begegnungsräume für die Bürger Werls
- Ausbau der Fahrradinfrastruktur
- Ansiedlung von für Touristen attraktiven Einzelhandel (z. B. Souvenirs, Lebensmittelspezialitäten, Fahrradgeschäft)
- Ausrichtung des Einzelhandels und der Dienstleistungen an die Zielgruppen Familien und „Best Ager“ (z. B. Schreibwarengeschäft, Ärzte, Schülernachhilfe, etc.)
- Stärkung des Wochenmarktes; Einführung von Themenmärkten auf dem Marktplatz



Profilierungsfelder

Entwicklungsziele für die Fußgängerzone

b) Leerstände aktivieren durch öffentliche und private Maßnahmen

- Ansiedlung von individuellen Ladenlokalen in den Leerständen der südlichen Fußgängerzone
- Einrichtung von Zwischennutzung der Leerstände zur Attraktivierung der Einkaufsstraße
- Ermöglichung der Umnutzung von Leerständen zu Gastronomie in attraktiven Lagen bei ausreichend Platz für Außengastronomie
- Etablierung von Mixed-Used-Konzepten zur Steigerung der Angebotsqualität
- wenn nötig, Aufwertung des inneren und äußeren Zustands bestehender Leerstände zur besseren Vermarktung
- Erdgeschosslagen in den Randlagen und rückwärtigen Bereichen zur Wohnraumentwicklung (um)nutzen

Profilierungsfelder

Entwicklungsziele für die Fußgängerzone

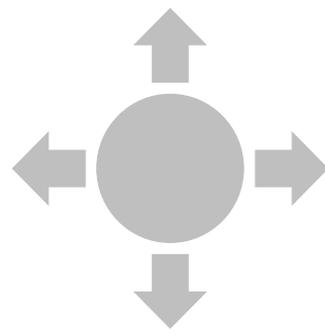


c) Städtebauliche Defizite in der Fußgängerzone korrigieren durch öffentliche und private Maßnahmen

- Gestaltung eines einheitlichen städtebaulichen Erscheinungsbildes in der gesamten Fußgängerzone (z. B. Straßenbelag, Straßenmobiliar)
- Aufwertung und Renovierung der Gebäudefassaden zur weiteren Attraktivierung der ortstypischen, historischen Bausubstanz
- Steigerung der Aufenthaltsqualität am Marktplatz und in der Fußgängerzone
- „Kosmetische“ Aufwertung der Schaufenstergestaltung (v. a. von Dienstleistungsbetrieben) in der gesamten Innenstadt zur Steigerung der Attraktivität
- Beratungsangebote zur Gestaltung von Ladenlokalen zur Stärkung des Marktauftritts für Gewerbetreibende anbieten
- Sicherstellung von Barrierefreiheit zu den Ladenlokalen
- Wiederbelebung der Innenstadt durch Zwischennutzungen in unansehnlichen Leerständen

Profilierungsfelder

Entwicklungsziele für die Fußgängerzone



d) Marktplatz als gewachsene Mitte profilieren durch öffentliche und private Maßnahmen

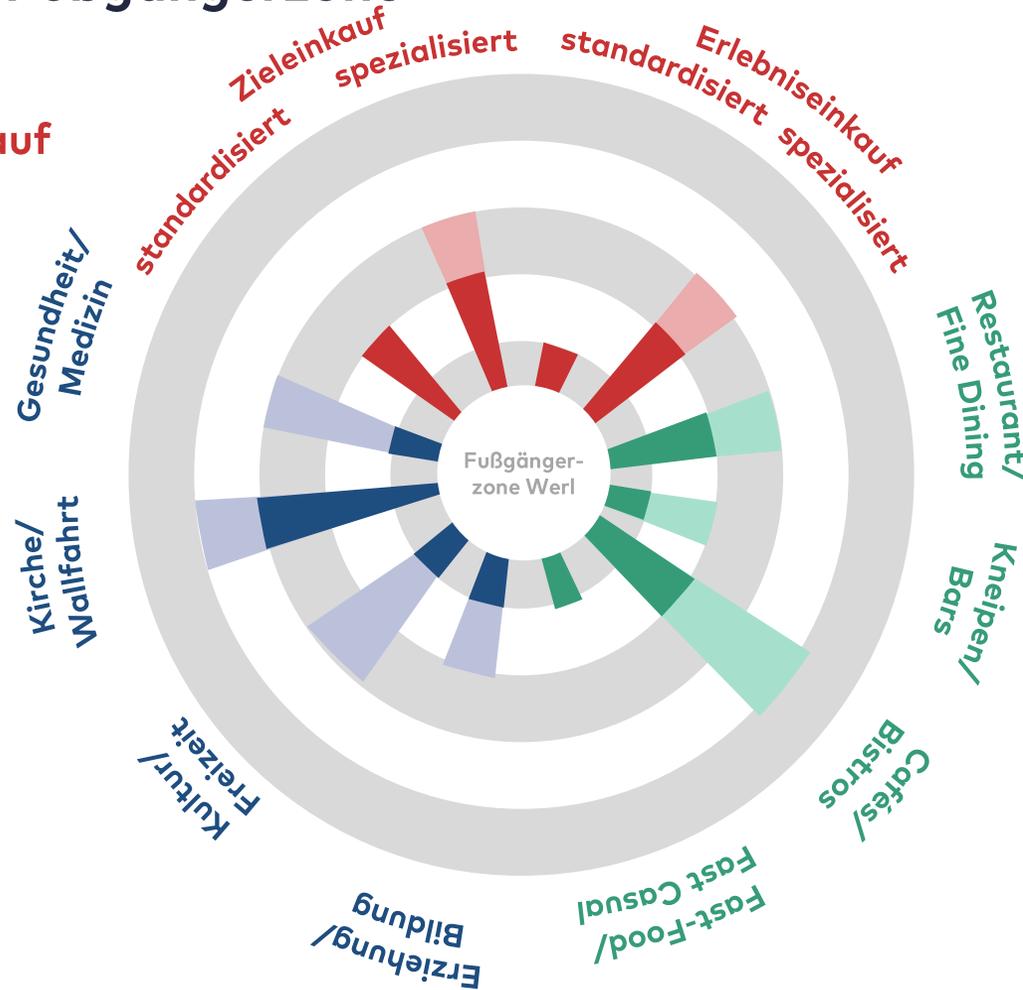
- Stärkung der Historie und der besonderen Atmosphäre des Marktplatzes
- vertiefte Etablierung des Marktplatzes als zentralen Treffpunkt und Aufenthaltsort mit Wirkung für die gesamte Fußgängerzone
- Erweiterung des Gastronomieangebotes und Aktivierung von Außengastronomiepotenzialen auf dem Marktplatz als Abrundung des Einkaufserlebnisses
- Inszenierung und Bespielung des öffentlichen Raumes, um Kunden anzuziehen: Marktplatz als Veranstaltungsort zur stärkeren Belebung der Fußgängerzone
- Festlegung der Marktstraße als Eingangstor für die Fußgängerzone; Marktplatz als erster Besuchsort in der Fußgängerzone
- stärkere Einbindung der Wallfahrtsbasilika an den Marktplatz
- Verbesserung der Wege- und Sichtbeziehungen zu dem rückwärtig gelagerten Bereich rund um die Kirche St. Walburga

Profilierungsfelder

Entwicklungsziele für die Fußgängerzone

Zielorientierten
(Versorgungs-)Einkauf
sichern!

Angebote für
Touristen und die
Bürger Werls (v. a.
Familien und ältere
Bevölkerung)
schaffen!

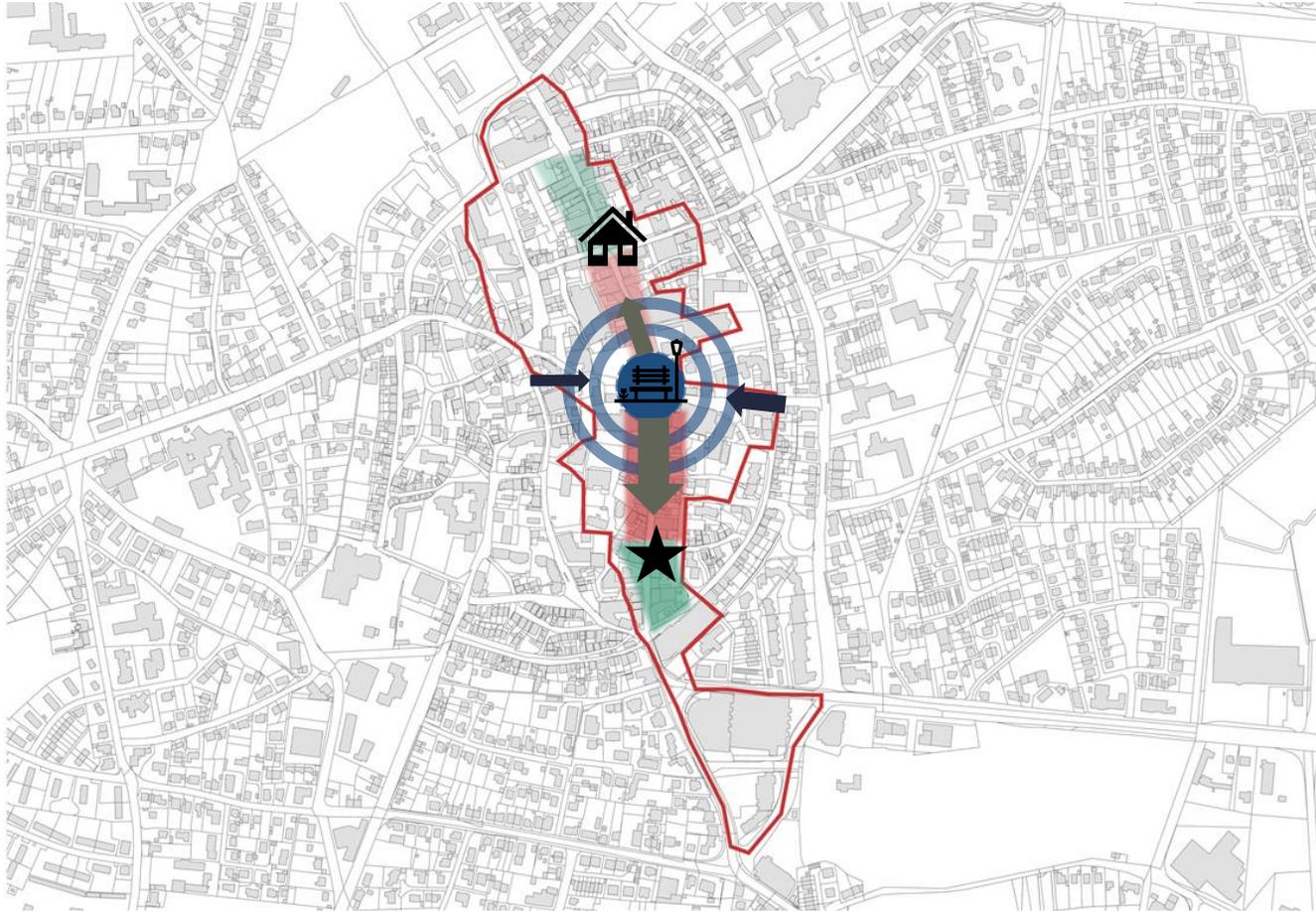


Spezialisierten,
individuellen
Einzelhandel stärken
und ausbauen!

Gastronomieangebot
erweitern,
Verweilmöglichkeiten
stärken und die
Fußgängerzone
beleben!

Räumliches Leitbild

Zielperspektive für die Werler Fußgängerzone

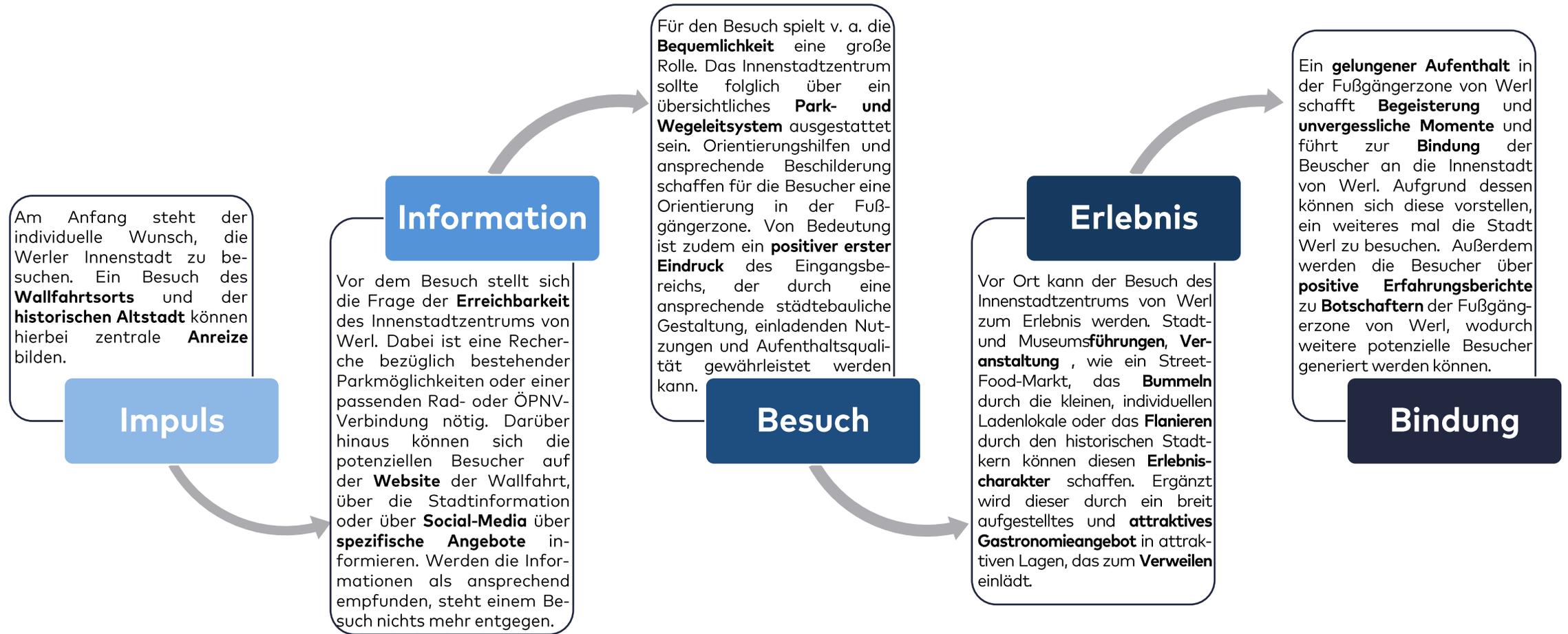


- Marktplatz mit Gastronomie, öffentlichen und kirchlichen Einrichtungen und Kommunikationsorten als Ausgangspunkt der Fußgängerzone
- Stärkung des spezialisierten, inhabergeführten Einzelhandels in der Fußgängerzone der Steinerstraße sowie Ergänzung um besondere Gastronomiekonzepte und weitere zentrenergänzende Funktionen (z. B. Pop-up-Store, kirchliche Einrichtungen)
→ Fußgängerzone zum Flanieren, Bummeln und Verweilen
- Etablierung der Walburgisstraße als Einkaufsstraße mit standardisiertem Angebot mit z. T auch nahversorgungsrelevanten Sortimenten; Ergänzung um Dienstleistungen z. B. aus dem medizinischen Bereich
→ Lagebereich für den zielorientierten Einkauf und bürgernahe Dienstleistungen für die Werler
- Konzentration des Einzelhandels auf die marktplatznahen Bereiche der Fußgängerzone
- äußere Lagen der Fußgängerzone vermehrt mit Nutzungen abseits des Handels (Norden: z. B. Wohnen, bürgernahe Dienstleistungen, wie Ärzte; Süden: z. B. Gastronomie, kulturelle Einrichtungen)

Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Kartengrundlage: Stadt Werl.



Volle Ausrichtung auf die Visitor Journey



Quelle: Darstellung Stadt + Handel.

Handlungs- empfehlungen

Trends

Nachfrage- und Angebotssituation

Wettbewerbs-Check

Stadtstruktur

Angebotsanalyse

Nutzungsqualitäten

Zieldefinition

Handlungsempfehlungen

Vorgehensweise und Strukturierung

Im Zuge der Potenzialanalyse für die Fußgängerzone von Werl und angrenzenden Bereichen wurden bisher **wesentliche Aspekte der Innenstadt analysiert** und auf deren Grundlage eine **gesamtinnerstädtische Strategie** zur zukünftigen, zielgerichteten Weiterentwicklung der Innenstadt erarbeitet. In einem nächsten Schritt werden **hieraus konkrete Handlungsempfehlungen und Maßnahmen abgeleitet**, welche wie folgt gegliedert sind:

Zunächst werden Themen wie die **Verkehrsinfrastruktur**, die **Freiraum- und Aufenthaltsqualität** sowie **Image & Marketing**, auf gesamtinnerstädtischer Ebene aufgegriffen. Dabei werden konkrete Maßnahmenoptionen formuliert, welche z. T. genauer vorgestellt werden.

Daraufhin werden die **fünf identifizierten Lagebereiche**, der Markplatz, die südliche und nördliche Walburgisstraße sowie die südliche und nördliche Steinerstraße, einzeln genauer betrachtet. Hierfür wird als erstes eine **übergeordnete Entwicklungsempfehlung** für diesen Bereich benannt, die sich aus den Entwicklungszielen und dem übergeordnetem räumlichen Leitbild ergeben. Anschließend wird die **Ausgangslage** dargestellt sowie darauf aufbauend die **Entwicklungsempfehlungen** gegeben. Die darauffolgende Strahlgrafik, der **Location-Equalizer**, zeichnet den Status-Quo in einem Lagebereich ab und gibt Profilierungsempfehlungen (für nähere Erläuterungen zum Locations-Equalizer siehe nachfolgende Folie). Anschließend werden für die oben analysierten Aspekte Stadtstruktur, Angebotssituation und Nutzungsqualitäten **konkrete Maßnahmen** für jeden Lagebereich gegeben, worunter auch **klare Ansiedlungsoptionen** zählen. Eine

nebenstehende Karte soll dabei die formulierten Maßnahmen visualisieren. Zur Verdeutlichung und Veranschaulichung der Handlungsempfehlungen werden zu den unterschiedlichen Oberpunkten anschauliche, **bebilderte Maßnahmenoptionen** und **Best-Practice-Konzepte** aufgezeigt. Insgesamt handelt es sich bei der Abhandlung der fünf Lagebereiche um eine schematische Darstellung, die sich aus dem räumlichen Leitbild ergibt. Die Handlungs- und Profilierungsempfehlungen implizieren jedoch nicht den konsequenten Ausschluss weiterer Handlungsmöglichkeiten, sondern geben vielmehr eine Orientierung für zukünftige Entwicklungsmaßnahmen.

In dem letzten Schritt werden **Schlüsselimmobilien** der Fußgängerzone von Werl identifiziert. Diese spielen im Zuge der gesamtinnerstädtischen Weiterentwicklung und des **räumlichen Leitbildes eine maßgebliche Rolle** und werden demnach gesondert betrachtet. Zu den Schlüsselimmobilien zählen dabei sowohl Leerstände als auch Gebäude, die derzeit durch Handel o. Ä. genutzt werden. Für die jeweiligen bedeutenden Immobilien werden Best-Practice-Konzepte aufgezeigt sowie textlich weitere Nutzungsoptionen erwähnt, die förderlich zur Umsetzung des räumlichen Leitbildes sind.

Die **Umsetzung** der erarbeiteten Handlungsempfehlungen richtet sich an **unterschiedliche Akteursgruppen**, wie z. B. die städtische Verwaltung, Gewerbetreibende, lokale Vereine, Immobilieneigentümer, etc. Sinnvoll wäre insgesamt die Einrichtung eines **Citymanagements**, das die Maßnahmenvorschläge koordiniert und die Akteure bei dessen Umsetzung unterstützt.

Location-Equalizer

Der Location-Equalizer macht auf dem ersten Blick deutlich, wie die Funktionsstruktur in einem Lagebereich ausgeprägt ist und welche Potenziale sich zukünftig für einen Lagebereich ergeben können. Dabei wird zwischen dem **Status-quo** (dunklere Färbung) und der **Zielperspektive** (hellere Färbung) unterschieden. Ersteres stellt die aktuelle Ist-Situation dar, wobei nicht die Anzahl bestimmter Nutzungen, sondern deren **Bedeutung** für das Zentrum, Stadtgefüge, Umland oder gar für größere Räume ausschlaggebend ist. Ein größerer Strahl im Location-Equalizer steht folglich für eine höhere Relevanz einer Nutzungsart im Lagebereich. So können bei der Betrachtung des Status-quo bereits **Alleinstellungsmerkmale** eines Quartiers festgestellt werden. Die Zielperspektive hingegen weist darauf hin, welche realistischen **Entwicklungsspielräume** für bestimmte Nutzungsarten bestehen und wo **Potenziale** aufgegriffen werden können. Hier wird auch ersichtlich, welchen **Charakter** der Lagebereich zukünftig annehmen kann.

Der Location-Equalizer geht dabei auf unterschiedliche Qualitäten ein. Der in rot eingefärbte **Einzelhandel** wird zunächst unterteilt in Ziel- und Erlebniseinkauf. Beim **Zieleinkauf** werden die Ladenlokale ganz bewusst mit einer vorher definierten Intention aufgesucht. Beim **Erlebniseinkauf** hingegen steht nicht der Kauf an sich, sondern vielmehr Aspekte wie Flanieren, Bummeln oder Erleben im Vordergrund, die den Einkauf mitbegleiten. Weiter wird zwischen dem **standardisierten** und **spezialisierten** Einkauf unterschieden, der durch das angebotene Sortiment bzw. der Ladenlokale eines Lagebereichs bestimmt wird. So kann beispielsweise ein herkömmlicher Elektrofachmarkt zum standardisierten Zieleinkauf oder eine kleine Modeboutique mit individuellem Angebot und ansprechender Einkaufsatmosphäre zum spezialisierten Erlebniseinkauf gezählt werden.

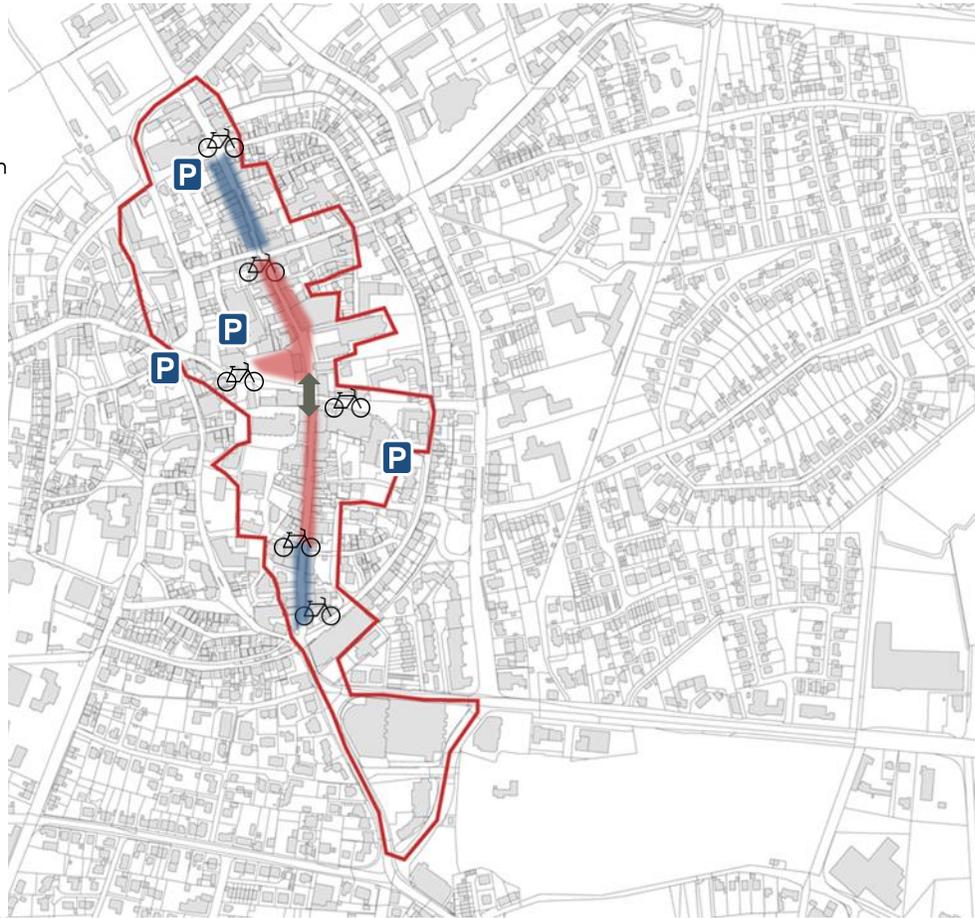
In grün dargestellt ist die Nutzung **Gastronomie**, welche auch in weitere Unterkategorien (Betriebstypen) aufgegliedert werden kann. Hier ist zwischen der reinen Speisegastronomie in Restaurants und Lokalen des Fine-Dinings, Schankwirtschaften, wie Bars und Kneipen, Bistros und Cafés sowie Fast-Food- und Fast-Casual-Angeboten zu unterscheiden.

Individueller gestaltet sich der Location-Equalizer im Bereich der **sonstigen zentrenergänzenden Funktionen** (blau), also die Nutzungen, die abseits von Einzelhandel und Gastronomie einen wesentlichen Beitrag zur Funktionsfähigkeit eines Lagebereichs innehaben. Dies können klassische Dienstleistungen, wie Änderungsschneidereien, oder aber auch Services, wie z. B. eine Touristeninformation, sein. Hinsichtlich der Dienstleistungen kann der Location-Equalizer auch bestimmte thematische Schwerpunkte aufgreifen. Hierzu zählt bspw. der Bereich Gesundheit und Medizin, Kosmetik/Schönheit oder Unterhaltung. Auch öffentliche, soziale, kirchliche und kulturelle Einrichtungen können einen Lagebereich prägen und damit Bestandteil des Location-Equalizers sein.

Gesamtstädtische Handlungsempfehlungen

Verkehrliche Erreichbarkeit und Struktur

-  reine Fußgängerzone
-  Öffnung für weitere Verkehrsteilnehmer
-  Installation von Fahrradabstellmöglichkeiten
-  bedeutende Parkplätze



- Öffnung der Walburgisstraße im Abschnitt zwischen Melstergraben und Bachstraße/Melsterstraße sowie im Abschnitt der Steinstraße zwischen der Straße Am Rykenberg und dem südlichen Eingangsbereich zur Fußgängerzone für weitere Verkehrsteilnehmer (z. B. Kombination aus Fußgängerzone und Fahrradstraße, Fahrradstraße, Shared-Space, Verkehrsstraße für MIV)
- Etablierung des Marktplatzes, der Steinerstraße (zwischen Marktplatz und Am Rykenberg) sowie des südlichen Teil der Walburgisstraße als reine Fußgängerzone
- Installation weiterer Fahrradabstellmöglichkeiten sowie Ladestationen von E-Bikes insb. an Eingangs- und Übergangsbereichen
- Aufwertung des Parkplatzes an der Erbsälzerstraße
- Attraktivierung der Parkplätze an der Kämperstraße, am Neuen Markt und am Kletterpoth zur Lenkung der Besucherströme zum Marktplatz (z. B. keine Gebührenpflicht, gut Ausleuchtung, Beschilderung), Einrichtung eines Shop & Drive-Systems
- Implementierung einer Querungshilfe über die Marktstraße
- Stärkung der Erreichbarkeit der Innenstadt für Fahrradfahrer durch Radwege
- Einrichtung von Fahrradboxen, Gepäcksafes und Radservicestationen (s. nachfolgende Folie) an zentralem Ort, z. B. rund um den Marktplatz
- Erhalt der Querstraße Bachstraße/Melsterstraße in der nördlichen Fußgängerzone zur Sicherung der Erreichbarkeit der Versorgungsstrukturen entlang der Walburgisstraße

Quelle: Darstellung: Stadt + Handel; Kartengrundlage: Stadt Werl.

Best-Practice-Beispiel

Fahrradboxen und Gepäcksafe

- insgesamt Präsentation als **Radler- und Touristen-freundliche Stadt**

Kitzingen:

- unterschiedlich große Boxen **für Gegenstände wie Fahrrad-Gepäcktaschen, Einkaufstüten oder Fahrradhelme** sowie größere für ganze Fahrräder (v. a. hochwertige)
- Weinstraßen und **Radwanderwege** in der Umgebung, z. B. Mainradweg
- **Fahrradleitsystem** und **Gepäcksafe** als Serviceleistungen für Touristen
- Tourist-Info bei Planung einbezogen
- Informationen aus anderen „Radlerstädten“ (Münster, Freiburg,...) und vom ADFC (Allgemeiner deutscher Fahrradclub)
- **Gastronomie und Einzelhandel profitieren** von der Einrichtung der Boxen
- im Winter werden oft Weihnachtseinkäufe zwischendeponiert
- durch die Einbindung von Werbeträgern können zusätzliche Einnahmen generiert werden
- **Herausforderungen:** Standort und Vandalismus

Günzburg:

- Bequeme Zahlung an der Station mit EC- oder Kreditkarte
- Zur sicheren und wetterfesten **Lagerung von Gepäckstücken und Fahrrädern** in 16 Boxen
- **Lademöglichkeit für E-Bikes**
- Preis: 0,50 Euro/Stunde, ganzer Tag: 2 Euro
- Ansprechpartner: Tourist-Info

Best-Practice-Beispiel

Rad-Servicestation/Reparatursäule

- **geplant:** Errichtung einer ähnlichen Servicestelle am Marktplatz
- Best-Practice-Beispiel aus **Oldenburg**
- **Servicestation** mit Luftpumpe und Werkzeug für **kleinere, selbstständige Reparaturen**
- Ausstattung mit Luftpumpe (inkl. aller Ventiladapter und Manometer) und Werkzeug
- Radaufhängung in geeigneter Höhe (Sattel wird in Befestigung eingehängt)
- Befestigt und vandalismussicher: Werkzeug an Drahtseilen
- Geeignet für **Knotenpunkte** wie z. B. Bahnstationen, Universitätscampus, Krankenhaus, oder Fahrradparkplätze im öffentlichen Raum
- Optionale Waschanlage mit Pumpensystem und Sprühschlauch (Wasseranschluss nötig)
- Fahrradkultur in Oldenburg als Teil des Strategieplans Mobilität und Verkehr 2025
- QR-Code mit Reparaturhilfen und -anleitungen möglich
- Potenzielle Werbesäule
- Kauf- und Mietoptionen



Best-Practice-Beispiel

Beispiel für Entwicklungsmaßnahmen

Shop & Drive in Lüttich



Quelle: Stadt + Handel.

Gesamtstädtische Handlungsempfehlungen

Freiraum- und Aufenthaltsqualitäten

-  einheitlich gestaltete Fußgängerzone
-  abgestufte Gestaltungsqualität
-  funktionale Gestaltung
-  Hot-Spots der Aufenthaltsqualität



- Schaffung einer einheitlichen Gestaltung des Stadtraums durch gleiche Bepflasterung, Beleuchtung und Stadtmobiliar im Bereich der Fußgängerzone
- abgestufte Gestaltungsqualität im südlichen Bereich der Steinerstraße aufgrund der angedachten Öffnung für weitere Verkehrsteilnehmer
- Setzen von Hot-Spots der Aufenthaltsqualität an prägnanten Orten der Fußgängerzone (s. hierzu ausführlich: Handlungsempfehlungen der einzelnen Lagebereiche)
- funktionale Gestaltung der nördlichen Walburgisstraße als Folge der Verkehrsnutzung
- Inszenesetzen der vorhandenen Kunstelemente und Spielgeräte im öffentlichen Raum durch Begrünung, Beleuchtung und weitere Sitzmöglichkeiten
- Einrichtung von Verweil- und Erlebnisräumen im gesamten Stadtraum (s. nachfolgende Folien)
- Unterstützung der Aufenthaltsqualität durch attraktive Begrünung (z. B. in Form von Pflanzkübeln, Dach-/Fassadenbegrünung, Pflanzbereiche)
- aufgrund der eingeschränkten Verbindung zum Kurpark → vermehrt Hinweise auf Angebote im Kurpark in der Innenstadt (z. B. durch aktive Bewerbung der Stadtinformation)

Best-Practice-Beispiel

Stadtgärten

- Best-Practice-Beispiel aus **Oldenburg**
- Inszenierte **Gartenschauplätze in der Innenstadt** (jeden Sommer Mai bis August)
- Umrandete Beete mit Blumen und Sitzflächen (**grüne Ruhe-Oasen** zwischen Häusern, Asphalt und Beton)
- Projekt des City-Managements und der Oldenburg Tourismus und Marketing GmbH (OTM)
- Umsetzung durch den Fachdienst Stadtgrün, Planung und Neubau der Stadt; 2021 Zusammenarbeit mit der Oldenburger Jugendwerkstatt der Volkshochschule
- Fachdienst Stadtgrün übernimmt auch die Bewässerung
- Finanzierung aus Mitteln der Stadt Oldenburg, des StadtMarketing Oldenburg sowie anteilig durch lokale Gesellschaften und Händler
- **Aufenthaltsqualität** schaffen und einladen zum Bummeln und Verweilen, auch für Touristen und zur allgemeinen Belebung der Innenstadt
- Einige Standorte mit Liegen und „Plauderbänke“ als Sitzmöglichkeiten
- 2021 als 16. Jahr mit Stadtgärten



Best-Practice-Beispiel

Gartenträume-Lounge mit Open Stage

- Best-Practice-Beispiel aus **Dessau-Roßlau**
- **Garten-Flair** und **Erlebnisoase** in der Innenstadt
- Schaffung von Verweilräumen mit Aufenthaltsqualität
- Holzgartenmöbel mit Sitz- und Pflanzfunktion
- Anbau von Gräsern, Blühblumen, kleineren Bäumen und essbaren Kräutern und Gemüsesorten
- **Bühne** für Kulturschaffende mit der Möglichkeit zu kleineren Live-Auftritten als **Open Stage**; Sponsoring durch Stadtmarketinggesellschaft
- **kurzfristig** umsetzbares Projekt

Gesamtstädtische Handlungsempfehlungen

Image & Marketing

- Veranstaltung eines Schaufensterwettbewerbs zur Anregung der Gewerbetreibenden zur Verbesserung der Nutzungsqualität
- Beratung und Unterstützung der Gewerbetreibenden hinsichtlich Themen wie digitale Sichtbarkeit, Schaufenstergestaltung, Warenpräsentation, Marketing, etc.
- Stärkere Etablierung von Online-Shops oder Möglichkeiten für Click & Collect auch nach der Pandemiekrise
- Einführung eines Kunden-Bonus- oder Gutscheinprogramms zur Unterstützung des lokalen Handels
→ Anfang Juli 2021: Einführung der BördeRuhrKarte
- stärkere Integration der Kultureinrichtungen im städtischen Kontext z. B. Kulturroute, Nacht der Wallfahrt, Themenmarkt
- Organisation von Events, z. B. Altstadtfest, Food-Market, Stadtstrand (z. B. bereits etablierte Veranstaltung Werl karibisch), Open-Air-Kino
- Einrichtung eines Citymanagements zur Koordinierung der Maßnahmen

Best-Practice-Beispiel

Marketing auf städtischer Ebene – Stadt Mainz



Entdecke die Mainzer Einkaufsviertel

Abwechslungsreich, lebendig und gleichzeitig gut überschaubar in Laufweite erwartet Dich die Einkaufsstadt Mainz zu Ihrem nächsten Stadtbummel. Jedes dieser sechs Stadtquartiere hat seine ganz besonderen Reize und lohnenden Anlaufpunkte.



Frisches am Markt

Dom und Marktplatz markieren das Zentrum der Innenstadt. Rundherum findest Du Textil-Kaufhäuser, Fachgeschäfte, aber auch kleine, exklusive Läden und Straßencafés mit Domblick.

UBER DAS VIERTEL »



Filialisten am Brand

Hier ist alles ein bisschen größer. Ein wahres Einkaufsparadies, das vor allem moderne und junge Leute anzieht.

UBER DAS VIERTEL »



Urige Altstadt

Es gibt Menschen, die die gemütliche verwinkelte Altstadt das „Wohnzimmer von Mainz“ nennen. Die Vielfalt der originellen und individuellen Geschäfte, Dienstleister, Kneipen und Weinlokale macht jeden Einkaufsbummel überraschend neu.

UBER DAS VIERTEL »



Rund um den Schillerplatz



City-Meile



Hippe Neustadt

- Initiative der Stadt **Mainz** → abrufbar unter www.genau-mainz.de
- Bündelung aller verschiedenen Mainzer Angebote in einem einheitlichen Auftritt
- Verbindung von Einzelhandel, Gastronomie sowie Kultur & Freizeit der Innenstadt
- Partner: Werbegemeinschaft, Mainz Citymanagement, mainzplus Citymarketing

Best-Practice-Beispiel

Gutscheinprogramm Quickborn

- Grundidee: Menschen Freude zu verschenken und die Quickborner Innenstadt zu unterstützen
 - Gutscheine in der Höhe von 10 und 20 Euro erhältlich in den VR Banken und im Rathaus
 - einlösbar in allen teilnehmenden Einzelhandelsgeschäften, Dienstleistungen (wie Kino, Handwerk, Fitnessstudio) und Institutionen und auf dem Wochenmarkt
 - teilnehmende Betriebe sind durch Aufkleber an Tür oder Fenster für die Kunden erkennbar
 - Gewerbetreibende müssen angenommenen Gutschein in Einreichungsliste eintragen und anschließend den Gutschein in der Bankfiliale einlösen → Gutscheinwert wird bar ausgezahlt oder auf das Konto überwiesen
- **LEADER-Projekt „BördeRuhrKarte“ bereits in Umsetzung**

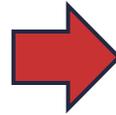
Lagebereich „Marktplatz“

Entwicklungsempfehlung

Das Herzstück der Innenstadt für Werler Bürger und Touristen

Ausgangslage

- Besonderheiten und stadtbildprägender Charakter hier verortet (insb. Wallfahrtsbasilika)
- Barrierewirkung der Marktstraße
- überdurchschnittliche äußere Nutzungsqualitäten (v. a. aufgrund Außengastronomiepotenzial, Werbe- und Schaufenstergestaltung)
- rückwärtig gelegener Neuer Markt mit Aufwertungspotenzial
- geringer Anteil an Einzelhandel; überwiegend zentrenergänzende Funktionen und Gastronomie (Cafés und Restaurants)
- eingeschränkte Sicht- und Wegebeziehung zum Funktionsbereich Kultur und Bildung

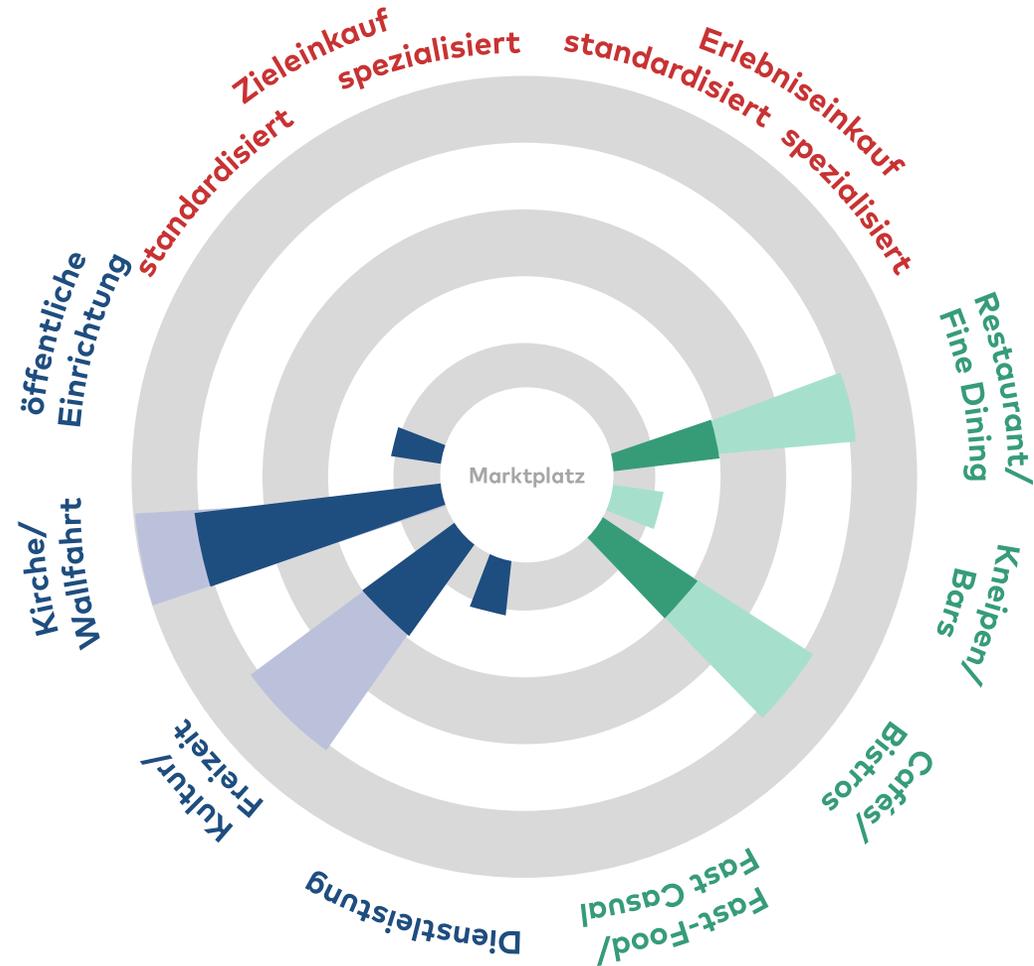


Entwicklungsempfehlung

- Etablierung als Eingangsbereich zur Innenstadt
- Erhöhung der Verweilqualität
- Entwicklung zu einem Begegnungs- und Erlebnisort durch Gastronomie, Kultur und Kommunikationsbereiche
- städtebauliche Aufwertung des Neuen Marktes und bessere Integration in den Marktplatz
- Verbesserung der Verbindung zu den rückwärtig gelagerten Bereichen der Kirche St. Walburga, VHS und städtisches Museum

Lagebereich „Marktplatz“

Profilierungsempfehlung



Lagebereich „Marktplatz“

Entwicklungsmaßnahmen

Stadtstruktur

- Stärkung der Wege- und Sichtbeziehung zum Bereich Kirche St. Walburga z. B. durch Grünverbindungen, farblich abgesetzte Pflasterung oder deutliche Beschilderung
- Einrichtung eines Zebrastreifens über die Marktstraße im Bereich der Fußgängerzone hinweg
- Schaffung von Verweil- und Begegnungsorten auf dem Marktplatz (s. nachfolgende Folie)
- Verbesserung der Wegebeziehungen zwischen Marktplatz und den beidseitig gelegenen Parkplätzen
- Installation weiterer Radabstellmöglichkeiten sowie Ladestationen für E-Bikes
- kosmetische Aufwertung des Neuen Marktes und Bau von Spielgeräten bzw. eines kleinen Spielplatzes am Neuen Markt zur Belebung und Schaffung von Aufenthaltsqualität (s. nachfolgende Folie)
- ansprechende Eingliederung der straßenbegleitenden Parkmöglichkeiten in den Marktplatz (s. nachfolgende Folie)



Lagebereich „Marktplatz“

Beispiele für Entwicklungsmaßnahmen

Sitzmöglichkeiten und Grünelemente



Quelle: Stadt + Handel

Lagebereich „Marktplatz“

Beispiel für Entwicklungsmaßnahmen

Installation von Spielgeräten mit Wasserlauf



Quelle: Foto: Benreis; https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Essen_Hengsbach_Platz.JPG.

Lagebereich „Marktplatz“

Beispiel für Entwicklungsmaßnahmen

attraktive Integration von Parkplätzen in einen Platz – Reyplatz (Baesweiler)

Lagebereich „Marktplatz“

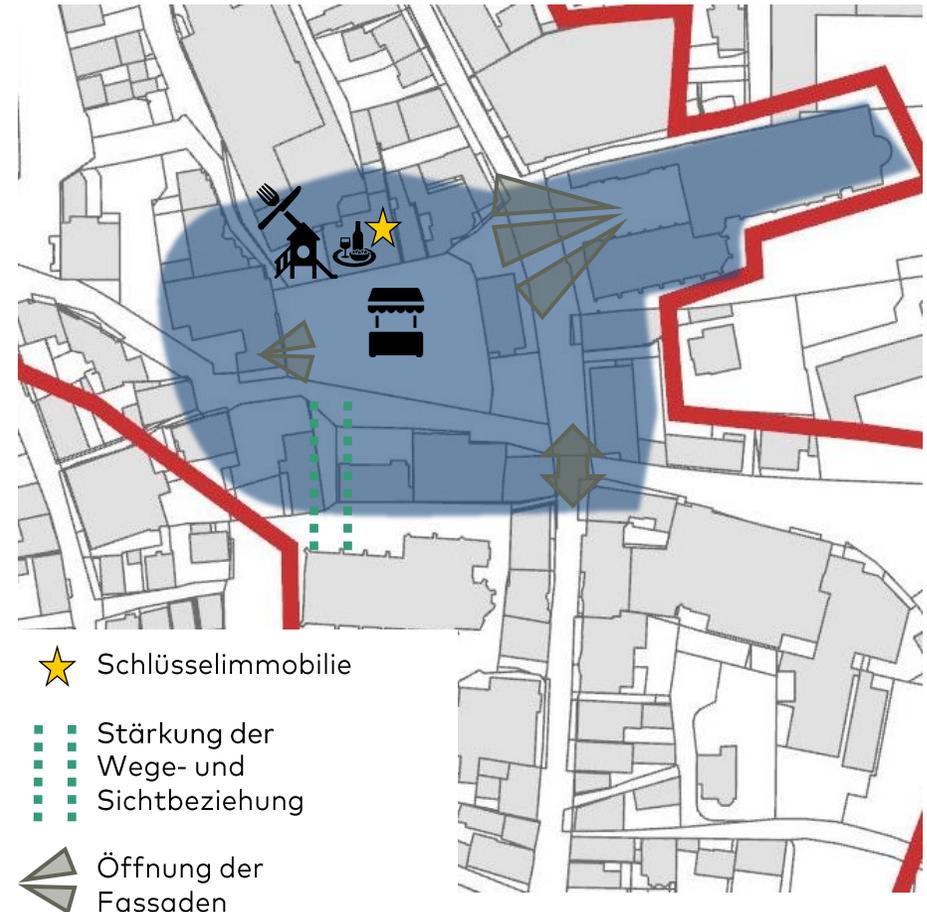
Entwicklungsmaßnahmen

Angebotssituation

- Umnutzung der derzeitigen Immobilie des Jobcenters zu Gastronomie (z. B. durch ein Restaurant) (s. Immobiliensteckbrief Nr. 116)
- Prüfung, ob Volksbank gesamte Erdgeschossfläche benötigt → Ausgliederung eines Teilbereichs und Umnutzung zu Gastronomie mit Außenbestuhlung (s. Immobiliensteckbrief 115)
- Prüfung der Angebotsqualität des Wochenmarktes; Einführung von Themenmärkten, wie Feierabendmärkten oder Street-Food-Märkte
- Ansiedlung eines familienfreundlichen, gastronomischen Angebots im aktuellen Leerstand des Neuen Marktes
- Angebot von Veranstaltungen auf dem Marktplatz (z. B. Freiluft-Kino, Stadtfeste)
- Aufstellen einer Lesebox → öffentlicher Bücherschrank bereits geplant

Nutzungsqualitäten

- einladende Gestaltung der Wallfahrtsbasilika durch Öffnung der Tore sowie Pflanz- und Dekorationselementen (s. Immobiliensteckbrief Nr. 85)
- Öffnung der Fassaden der derzeit vom Jobcenter genutzten Immobilie
- Aufwertung der Fassaden und Modernisierung des Erscheinungsbildes der Immobilien des Neuen Marktes
- Schaffung einer attraktiven Außengastronomie (Begrünung, schattige und ansprechende Sitzmöglichkeiten) (s. nachfolgende Folie)



Lagebereich „Marktplatz“

Beispiel für Entwicklungsmaßnahmen

Attraktive Außengastronomie



Quelle: Stadt + Handel

Lagebereich „Marktplatz“

Beispiele für Entwicklungsmaßnahmen

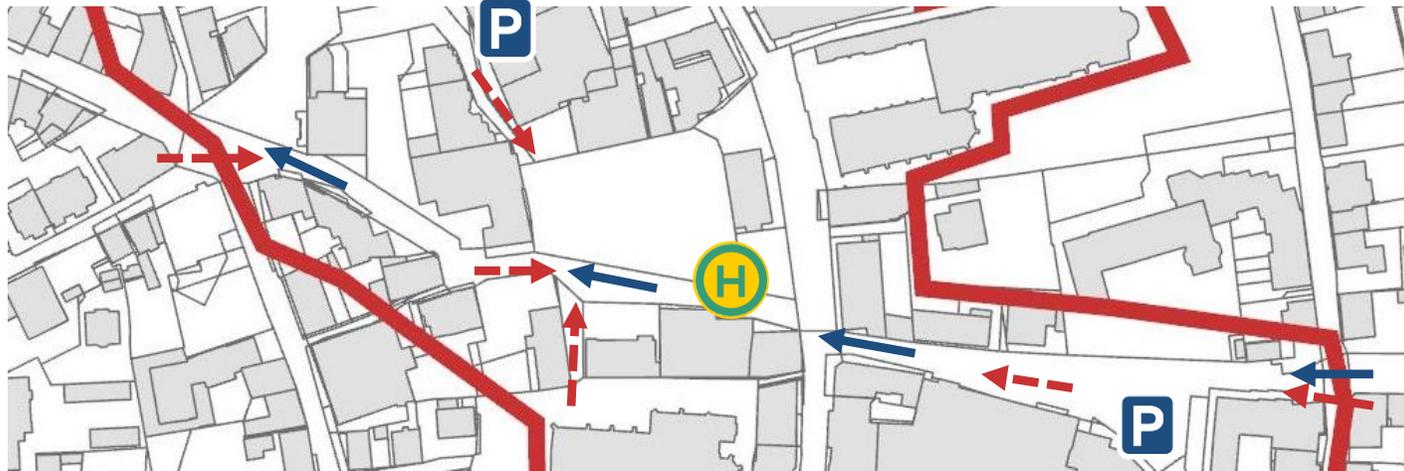
Beispiele für einen Food-Market und einen Stadt-Strand



Quelle: Stadt + Handel.

Lagebereich „Marktplatz“

Eingangsbereich zur Innenstadt – funktionale Kriterien



← - - Zugang für Fußgänger und Radfahrer

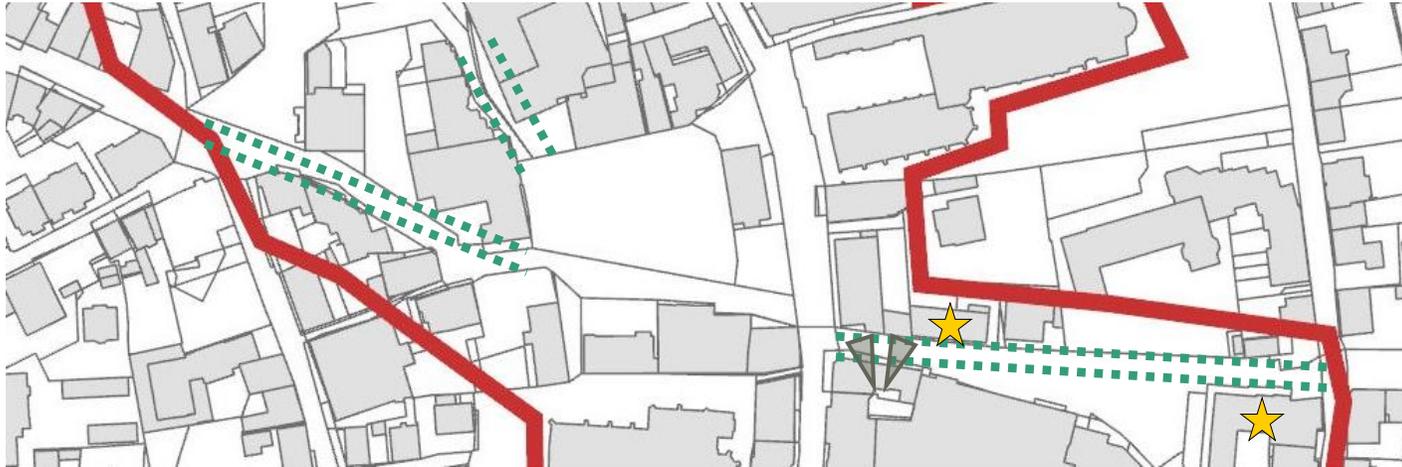
← Zufahrt für MIV

 ÖPNV-Haltepunkt

- Fußgänger mit mehreren Möglichkeiten, um zum Marktplatz zu gelangen
- Marktplatz für MIV über Einbahnstraße aus östlicher Richtung erreichbar
- Marktstraße aus beiden Richtungen für Radfahrer nutzbar
- sehr gute und direkte Anbindung an den ÖPNV
- Verbesserung der funktionalen Erreichbarkeit für MIV und Fahrradfahrer zielführend
 - Einrichtung diverser Radabstellmöglichkeiten am Marktplatz (s. oben)
 - Aufwertung des Parkhauses am Neuen Markt sowie Verbesserung der Sicht- und Wegebeziehungen zum Marktplatz, z. B. durch Beschilderung, offene Gestaltung zur Vermeidung von gefühlten Angsträumen
 - Prüfung zur Ausweitung der Parkmöglichkeiten westlich und östlich des Marktplatzes inkl. Wegeleitsystem, z. B. durch Parkpalette
 - Schaffung einer attraktiven Parkraumbewirtschaftung

Lagebereich „Marktplatz“

Eingangsbereich zur Innenstadt – städtebauliche Kriterien



- Verbesserung der Wegebeziehung
- ★ Immobilie mit Aufwertungsbedarf
- ◄ Öffnung der Fassaden

- Verbesserung der Wege- und Sichtbeziehung zum Marktplatz durch Begrünung, farbliche Gestaltung, Girlanden, Beschilderung
- Aufstellung von Willkommenstafeln an beiden Eingängen mit aktuellen Informationen zu Veranstaltungen, Angeboten, etc. in der Werler Innenstadt
- städtebauliche Aufwertung betreffender Gebäude
- introvertierte Wirkung der Immobilie Steinerstraße 1 → Öffnung der Fassaden (s. Immobiliensteckbrief Nr. 108)

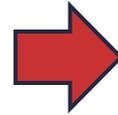
Lagebereich „südliche Walburgisstraße“

Entwicklungsempfehlung

Ausrichtung auf Ziel- und Standardeinkauf

Ausgangslage

- wichtige Anker nutzungen vorhanden (z. B. C&A, Woolworth, Rottler, Pieper)
- hoher Anteil an filialisierten Betrieben
- teilweise Defizite hinsichtlich der Schaufenstergestaltung, der Attraktivität des Ladeninneren und der Warenpräsentation
- architektonische Qualität und Bausubstanz der Immobilien stark variierend
- einige Gastronomiebetriebe verortet (Eisdiele, Restaurants, Imbiss)
- kleine Platzsituation mit Spielgeräten im nördlichen Randbereich
- vereinzelt Leerstände gegeben

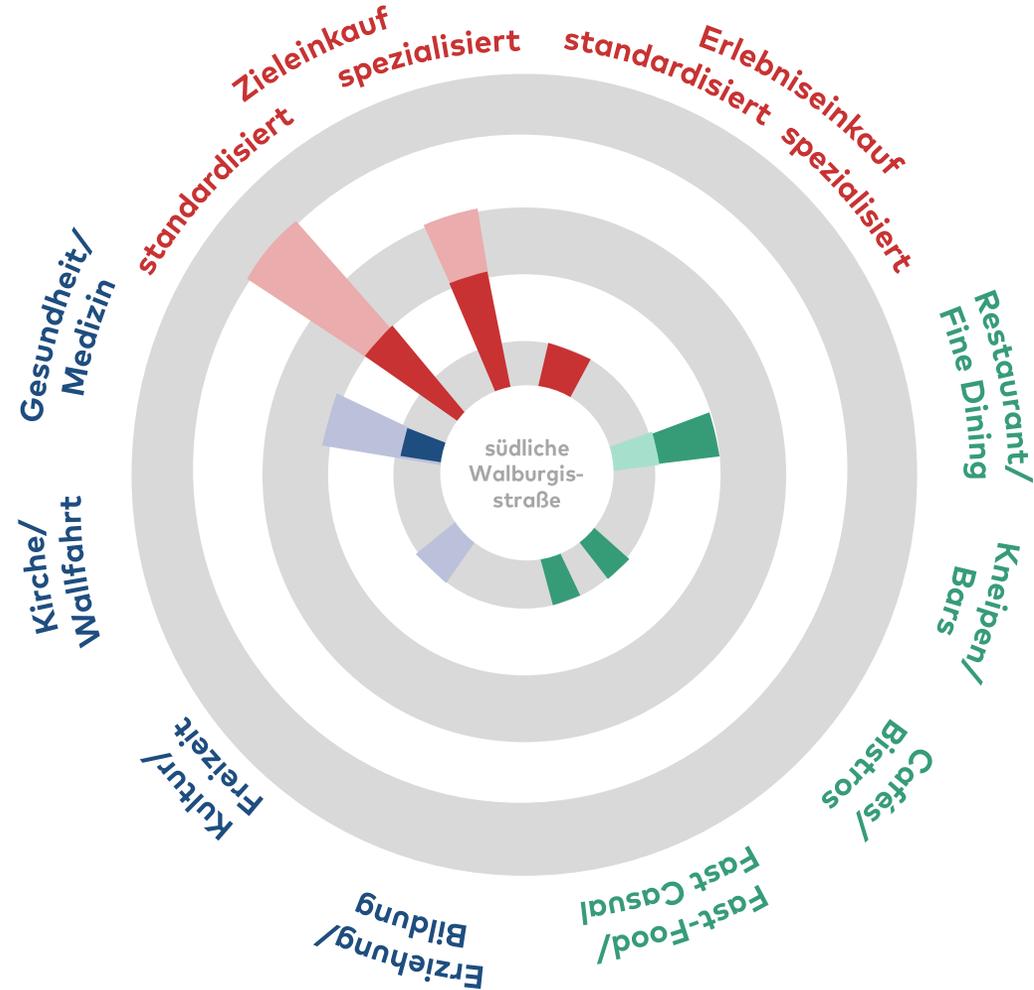


Entwicklungsempfehlung

- städtebauliche Aufwertung der weniger attraktiven Gebäude
- Ausbau der kleinen Platzsituation im Norden des Lagebereichs
- Nachnutzung vorhandener Leerstände
- Ansiedlung von Betrieben aus dem kurzfristigen Bedarfsbereich und mit nahversorgungsrelevanten Sortimenten sowie filialisierte Konzepte
- Verbesserung der Nutzungsqualitäten betreffender Betriebe
- Weiterentwicklung der Versorgungsfunktion

Lagebereich „südliche Walburgisstraße“

Profilierungsempfehlung

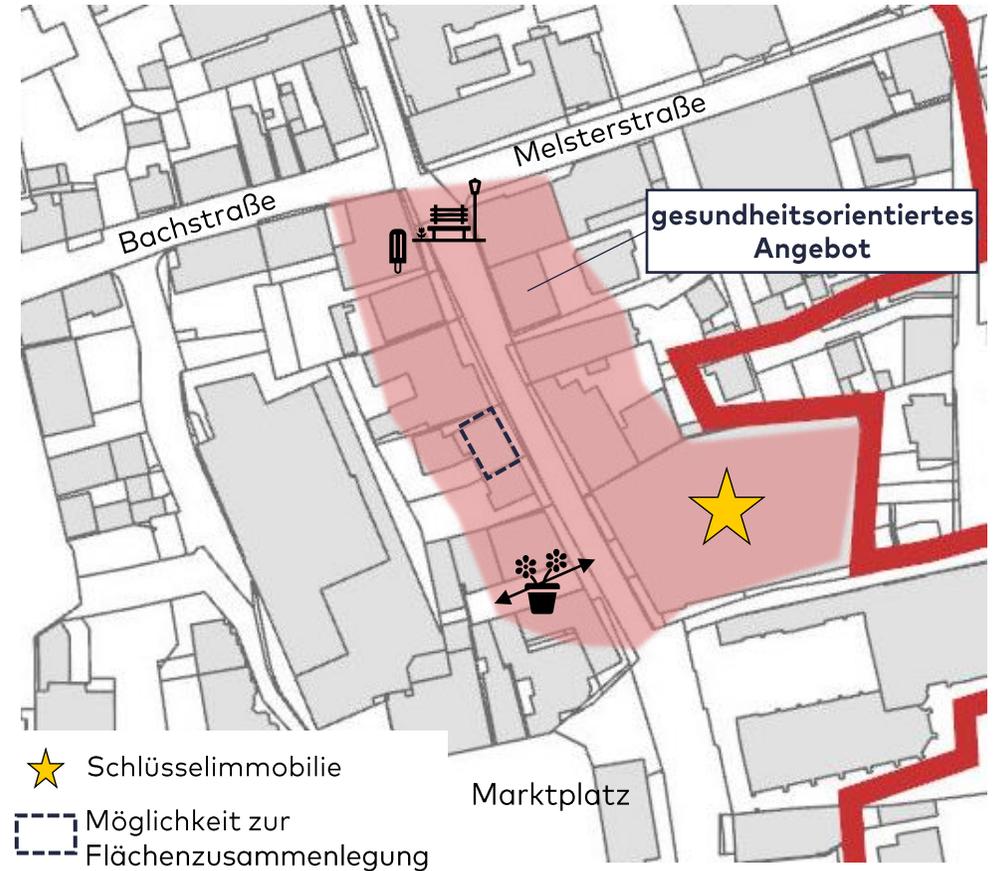


Lagebereich „südliche Walburgisstraße“

Entwicklungsmaßnahmen

Stadtstruktur

- Aufwertung der Fassaden (hohe und offene Gestaltung, Behebung städtebaulicher Missstände)
- Inszenierung der historischen Fassaden durch Aufwertung und Beleuchtung
- freundlichere Gestaltung des Durchgangs zum Neuen Markt durch Bepflanzung und Pflege der Pflanzbereiche sowie hinreichende Ausleuchtung des Verbindungswegs
- Installation von (beschatteten) Sitzgelegenheiten, Grünelementen und ansprechendem Stadtmobiliar im Norden des Lagebereichs zur Schaffung einer kleinen Platzsituation (Beispiel s. nachfolgende Folie)
- Umgestaltung bzw. Aufwertung der Immobilie von C&A und Woolworth durch Fassaden-/Dachbegrünung oder umfassende Neugestaltung zur besseren Integration ins Umfeld (s. nachfolgende Folie) (s. Immobiliensteckbriefe Nr. 57 und 36)



Lagebereich „südliche Walburgisstraße“

Beispiel für Entwicklungsmaßnahmen

Neugestaltung von Plätzen zur Steigerung der Aufenthaltsqualität



Quelle: Foto: Raimond Spekking, https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Kurt-Hackenberg-Platz_K%C3%B6ln_noch_Neugestaltung_Mai_2018-0817.jpg

Lagebereich „südliche Walburgisstraße“

Werler Beispiel für Entwicklungsmaßnahmen

Fassadenaufwertung durch Begrünung der Immobilie Walburgisstraße 31-33



Lagebereich „südliche Walburgisstraße“

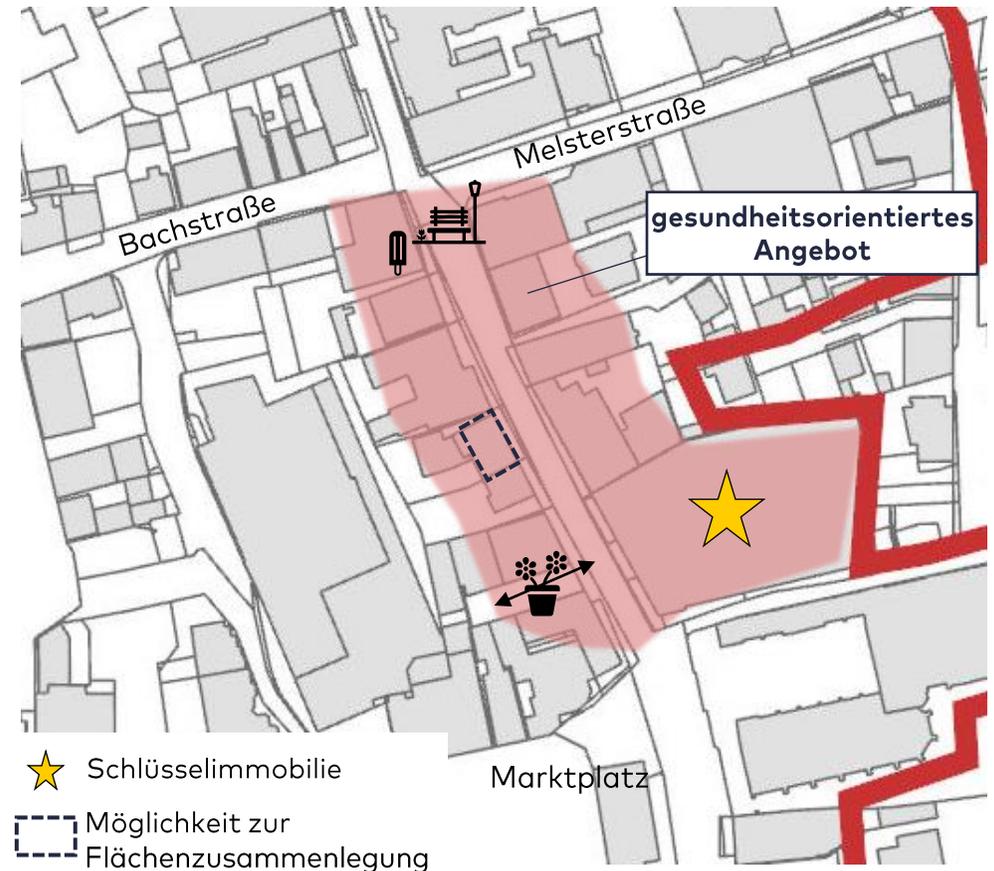
Entwicklungsmaßnahmen

Angebotssituation

- Ansiedlung eines gesundheitsorientierten Angebots, z. B. eines Sanitätshauses, in den nördlich gelegenen Leerstand zur Entwicklung einer Lage mit medizinischer Versorgung mit den gegenüberliegenden Nutzungen (s. Immobiliensteckbrief 195)
- zukünftige Ausrichtung des Lagebereichs auf Einzelhandel; Beibehalt der imbissorientierten Gastronomie und Eisdielen
- im Falle von Umstrukturierungen der Immobilien Walburgisstraße 31-33: Teile der Immobilie (z. B. Obergeschoss) bieten sich für anderweitige Nutzungen (z. B. Mixed-Used-Konzept, Büroflächen, Dritter Ort)
- Ansiedlung eines qualitativ hochwertigen Haushaltswarengeschäfts oder filialisierter Markenkonzepte (s. folgender Markencheck) den vorhandenen Leerständen bzw. in frei werdenden Immobilien als Folge von Umsiedlungen

Nutzungsqualitäten

- Bereitstellung von Rampen o. Ä. zur Herstellung von Barrierefreiheit zu einzelnen Ladenlokalen
- Installation ansprechender Werbeanlagen (nicht überladend, schlicht, hochwertig)
- Prüfung einer Flächenzusammenlegung der Immobilie Walburgisstraße 38 zur Schaffung einer marktadäquaten Verkaufsfläche (s. Immobiliensteckbriefe Nr. 67 +84)
- Verbesserung des Erscheinungsbilds des Ladeninneren durch Umstrukturierungen
- Implementierung von Dekorationsartikeln oder kleineren Grünelementen zur attraktiven Gestaltung der Kundenerstkontaktzone



Lagebereich „südliche Walburgisstraße“

Beispiele für Entwicklungsmaßnahmen

Werbegestaltung aus anderen Innenstädten



Bad Practice

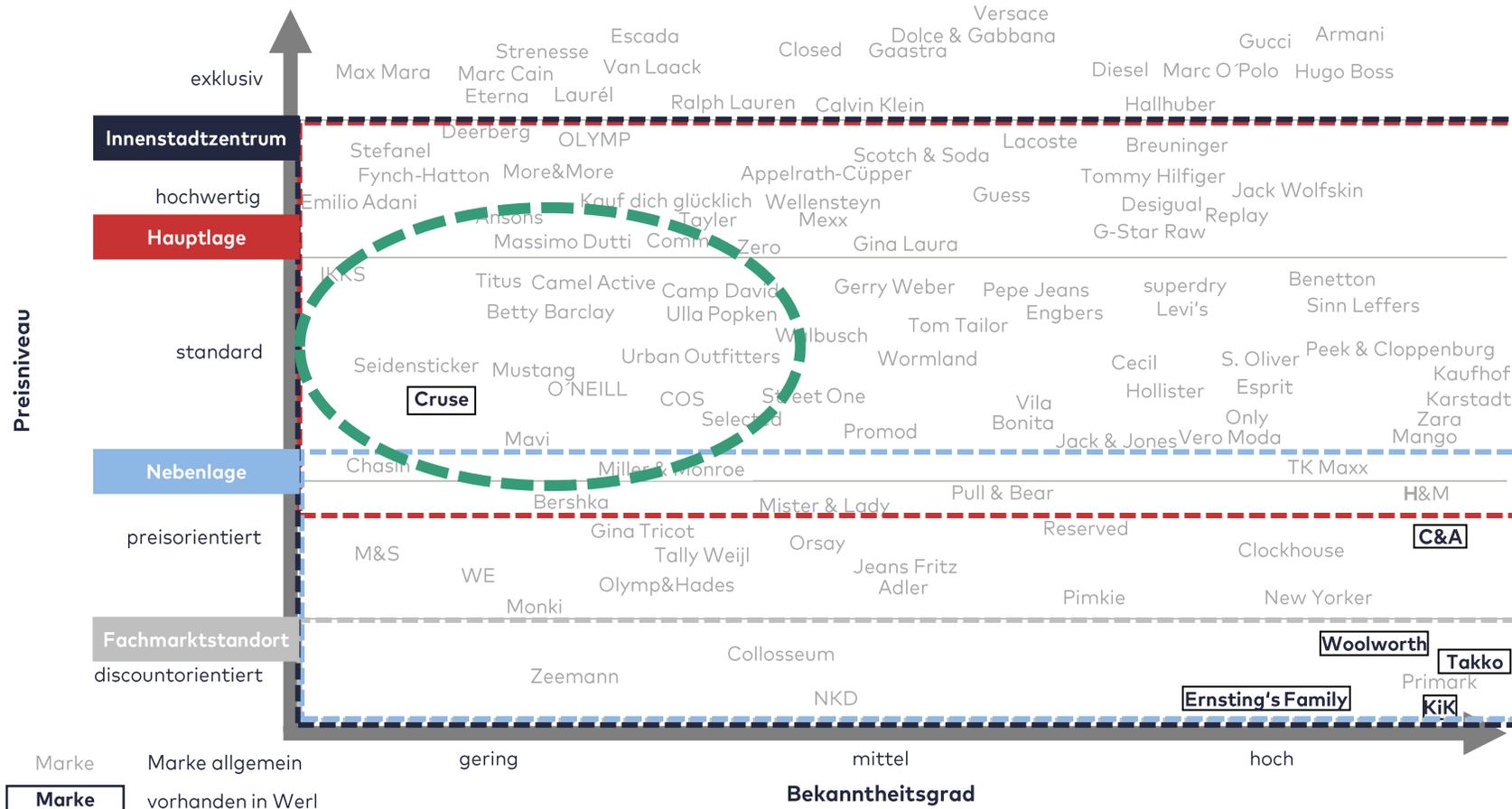


Good Practice



Exkurs: Markencheck

Bekleidung

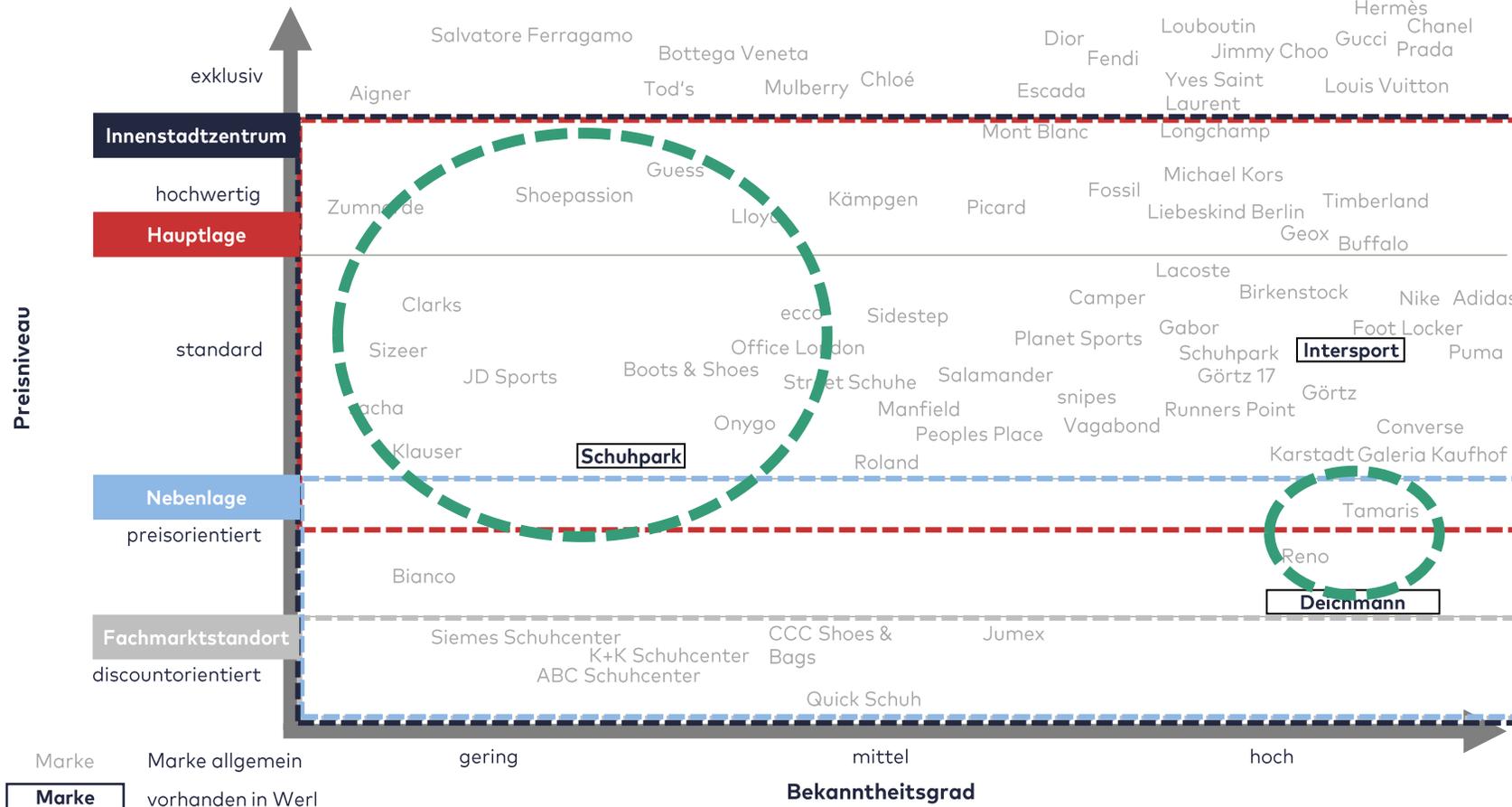


Der Markencheck im Bereich Bekleidung hat gezeigt, dass in der Innenstadt von Werl überwiegend discount- bis preisorientierte Markenkonzepte mit hohem Bekanntheitsgrad verortet sind.

Da sich Werl jedoch – insb. vor dem Hintergrund der Wettbewerbssituation – auf individuellere Geschäftsideen fokussieren sollte, ist demnach die Ansiedlung von Marken überwiegend aus dem standardisierten Preisniveau mit geringer Bekanntheit zu empfehlen. So kann ein gewisses Maß an Individualität gewährleistet werden und gleichzeitig bekannte Anker in der Fußgängerzone etabliert werden.

Exkurs: Markencheck

Schuhe/Lederwaren



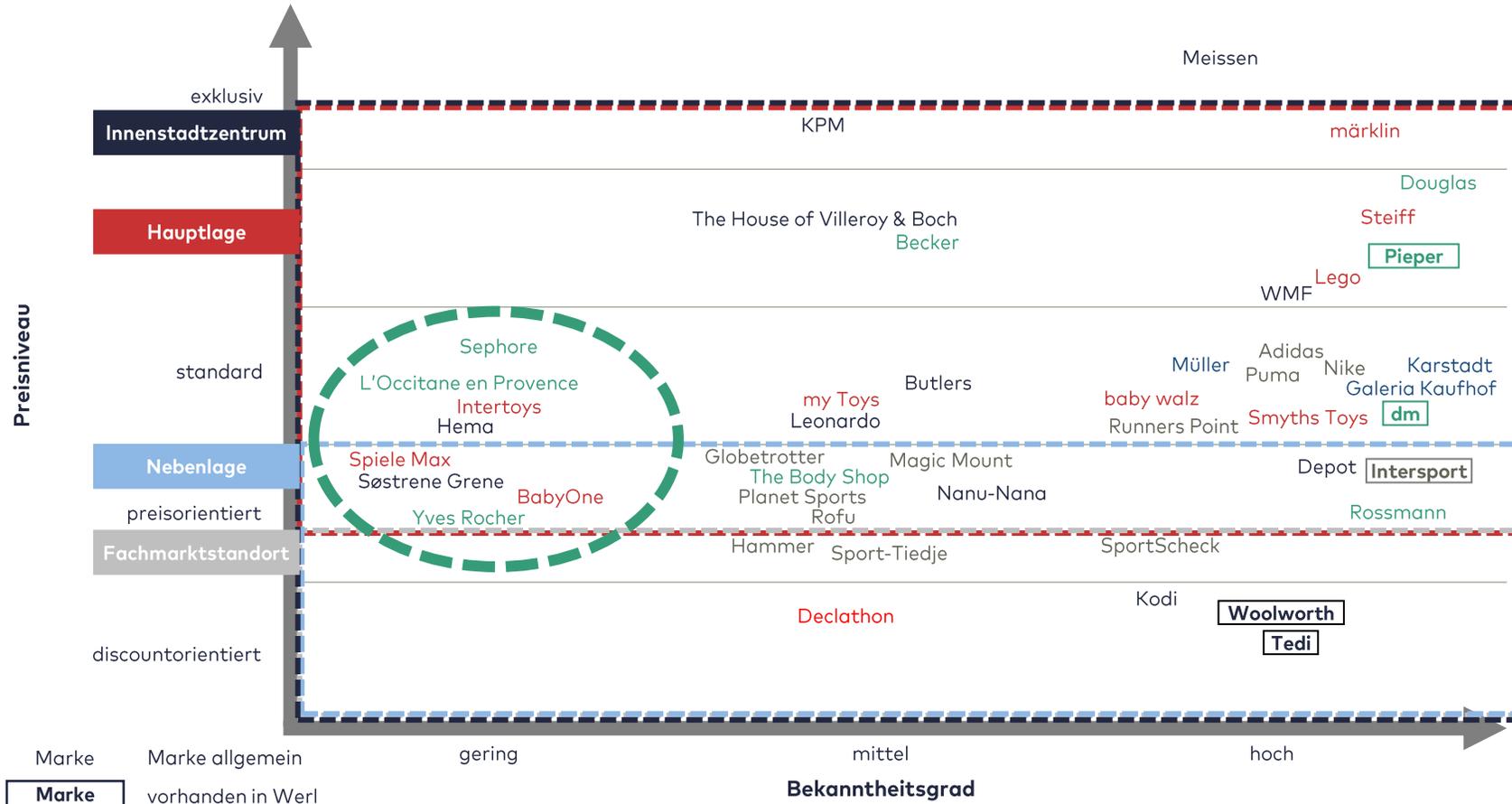
Im Sortimentsbereich Schuhe/Lederwaren ist in Werl durch die bestehenden Strukturen bereits gut abgedeckt.

Bei einer weiteren Ansiedlung von Marken würden sich wenig bekannte, standardisierte bis höherwertige Firmen anbieten. Auch die Etablierung von Marken, wie Reno oder Tamaris, wäre denkbar, da diese eine breite Zielgruppe ansprechen.

Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Daten: Erhebung Stadt + Handel 12/2020.

Exkurs: Markencheck

GPK*/Spiel/Sport/Parfüm

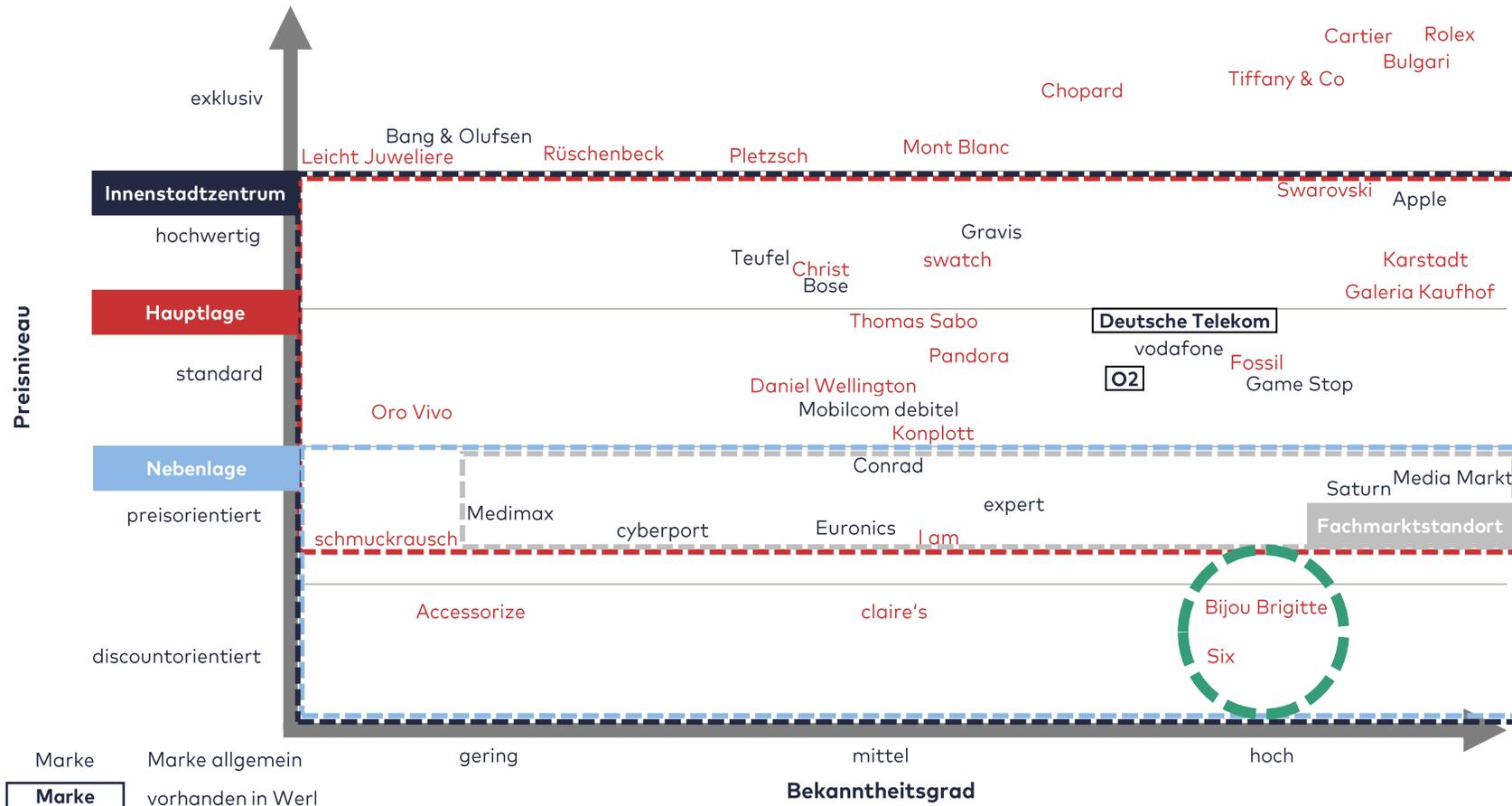


Wie auch im Sortimentsbereich Bekleidung sind bzgl. der Hauptwarengruppen GPK, Spiel, Sport und Parfüm in der Innenstadt von Werl ausschließlich sehr bekannte Marken vorhanden. Zur Sicherung der Individualität ist bei einer weiteren Markentablierung eine Auswahl auch preisorientierten bis standardisierten Firmen mit geringer Bekanntheit zu empfehlen.

Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Daten: Erhebung Stadt + Handel 12/2020.
*GPK = Glas/ Porzellan/Keramik & Einrichtungszubehör

Exkurs: Markencheck

Unterhaltungselekt./Schmuck



In der Werler Fußgängerzone bestehen bereits einige Juweliere. Zur Ausweitung des Angebots wäre es sinnvoll, eher preisgünstigere Marken mit hoher Bekanntheit zu etablieren, um eine breitere Angebotspalette abzudecken und weitere Zielgruppen zu erreichen.

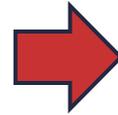
Lagebereich „nördliche Walburgisstraße“

Entwicklungsempfehlung

Versorgung und sozialer Ort für die Werler Bürger

Ausgangslage

- Auswirkungen der ausgeprägten Längsstruktur der Fußgängerzone werden hier deutlich sichtbar
- hohe Leerstandsquote
- fehlende Ankernutzung (Danielsmeier und dm nicht ausreichend zur Etablierung einer Knochenstruktur)
- Einzelhandel im innerstädtischen Vergleich stärker filialisiert
- z. T. mangelhafte Bausubstanz (insb. im nördlichen Bereich)
- eingeschränkte äußere Nutzungsqualitäten aufgrund des fehlenden Außengastronomiepotenzials und der teils wenig attraktiven Werbe- und Kundenerstkontaktzongestaltung
- verringerte Immobilienqualitäten im Vergleich zur südlichen Walburgisstraße

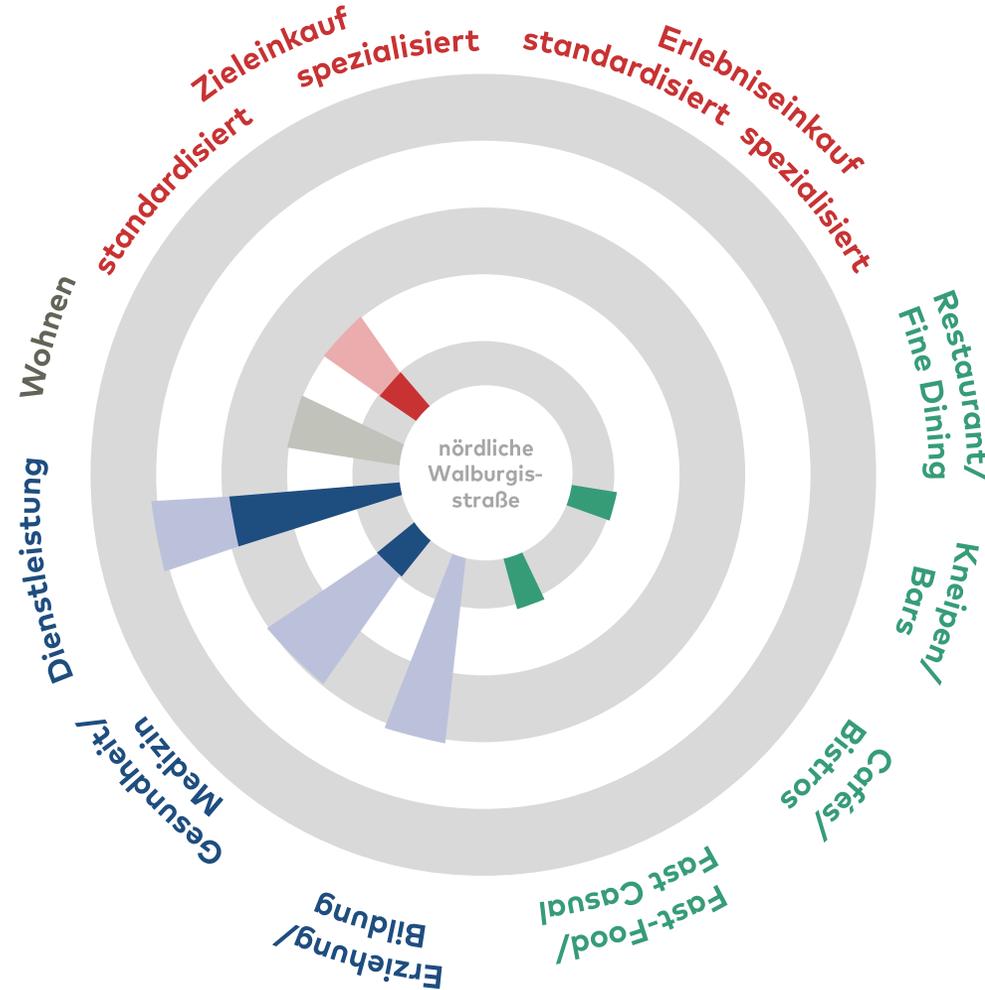


Entwicklungsempfehlung

- keine Weiterentwicklung als klassische Handelslage
- Etablierung eines Nutzungsmixes aus Einzelhandel mit Versorgungscharakter, bürgernahe Dienstleistungen, kleinere Gastronomieangebote und Wohnen
- Verbesserung der Erreichbarkeit der neu zu entstehenden Versorgungsstrukturen
- städtebauliche Aufwertung weniger attraktiver Immobilien
- Nach- bzw. Umnutzung der Vielzahl an Leerständen

Lagebereich „nördliche Walburgisstraße“

Profilierungsempfehlung



Lagebereich „nördliche Walburgisstraße“

Entwicklungsmaßnahmen

Stadtstruktur

- Öffnung der Walburgisstraße für andere Verkehrsteilnehmer → Prüfung der Möglichkeit zur Neuordnung des Verkehrsraums
- Schaffung weitere Grünelemente zur Auflockerung des Stadtbilds und Verbesserung der Aufenthaltsqualität
- Errichtung weiterer Sitzmöglichkeiten
- dort wo möglich, Umnutzung von Erdgeschosslagen zu Wohnen (Schließen der Fassade, attraktive Raumaufteilung sowie ruhigen, rückwärtige Lage)
- Attraktivierung der Gebäude (z. B. durch Aufwertung oder Begrünung der Fassaden) (s. nachfolgende Abbildung)
- Aufwertung des Parkplatzes an der Erbsälzerstraße (Beleuchtung, Straßenbelag, Attraktivierung der Wegeverbindung zur Walburgisstraße)



Lagebereich „nördliche Walburgisstraße“

Beispiel für Entwicklungsmaßnahmen

Fassaden- und Dachbegrünung



Quelle: Stadt + Handel

Lagebereich „nördliche Walburgisstraße“

Entwicklungsmaßnahmen

Angebotsituation

- Umnutzung des Leerstands (Walburgisstraße 22) zu einer Kindertagesstätte bzw. Kindergarten oder zu einem Gesundheitszentrum (s. Immobiliensteckbrief Nr. 190)
- Ergänzung des Angebots im Bereich Lebensmittelhandwerk durch eine Metzgerei
- Nachnutzung von leerstehenden Ober- oder Erdgeschossen durch (Arzt-)Praxen (hierfür Sicherstellung der Barrierefreiheit nötig)
- Etablierung einer Schülerhilfe und eines Schreibwarengeschäfts in den vorhandenen Leerständen zur Verbesserung des Angebots für die Familien Werls (z. B. Immobiliensteckbrief 191, 196, 199)
- Einrichtung eines kleinen Nachbarschaftsladens (s. nachfolgende Folie)
- Ergänzung des Nutzungsmixes durch kleineres Gastronomieangebot (z. B. Imbiss) möglich

Nutzungsqualitäten

- Prüfung einer Flächenzusammenlegung der Immobilie Walburgisstraße 19 zur Schaffung einer marktadäquaten Verkaufsfläche (s. Immobiliensteckbriefe 45, 62, 197)
- Sicherstellung von barrierefreien Zugängen zu den Nutzungen
- Attraktivierung der Werbeanlagen (hochwertig, passend zur Immobilie, wenig auffällig)



Lagebereich „nördliche Walburgisstraße“

Beispiel für Entwicklungsmaßnahmen

Umnutzung zur Kindertagesstätte



- Umnutzung des ehemaligen Verkaufsraums einer Bank als Kindertagesstätte in Dortmund
- Erdgeschosslage im Stadtteilzentrum
- Umfeld durch Einzelhandel, Dienstleistungen und Gastronomie geprägt

Lagebereich „nördliche Walburgisstraße“

Werler Beispiele für Entwicklungsmaßnahmen

Good-Practices zur Werbeanlagen Gestaltung in der nördlichen Walburgisstraße



Quelle: Stadt + Handel

Best-Practice-Beispiel

beroma eG - Nachbarschaftsladen

- Best-Practice-Beispiel aus **Solingen**
- Gründungsjahr: 2006 (als Modellprojekt)/ 2009 (Gründung Genossenschaft)
- Initiatoren und Projektpartner: Stadt Solingen, Wir in der Hasseldelle e.V., Jobcenter, Stadt-Sparkasse
- Solingen, Grand City Property (Eigentümer der Immobilie), Spar und Bauverein Solingen eG
- Vom **Bürgerverein** betriebener **Nachbarschaftsladen**
- Verknüpfung von Nahversorgung, wohnungsnahem Service und Kommunikation mit Beschäftigungsförderung mit dem Ziel, Langzeitarbeitslosen den Wiedereinstieg in ein Beschäftigungsverhältnis zu erleichtern
- Sicherstellung der **Versorgung** mit Gütern des täglichen Bedarfs, regionalen Produkten und die Bereitstellung von ergänzenden Dienstleistungen
- Weiterbildung und Qualifizierung von Personen, die auf dem allgemeinen Arbeitsmarkt benachteiligt sind
- Finanzierung durch das Land NRW, Stadt Solingen, Arge Solingen
- beroma eG durch den Bürgerverein „Wir in der Hasseldelle e.V.“

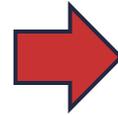
Lagebereich „nördliche Steinerstraße“

Entwicklungsempfehlung

Flanieren, Bummeln und individuelles Einkaufen

Ausgangslage

- attraktiver, historische Charakter der Bebauung sowie ansprechende Ensemblewirkung
- Ausrichtung auf Einzelhandel (insb. mittelfristiger Bedarfsbereich: Bekleidung, Schuhe); vereinzelt Gastronomie und weitere zentrenergänzende Funktionen
- höhere Spezialisierung der Nutzungen durch ausschließlich inhabergeführten Einzelhandel
- historische Bausubstanz in Teilen mit Einschränkungen für die innere und äußere Nutzungsqualität (z. B. dunkler und kleiner Eingangsbereich)
- insgesamt jedoch gute Nutzungsqualitäten durch Dekoration, Schaufenstergestaltung, Werbeanlagen

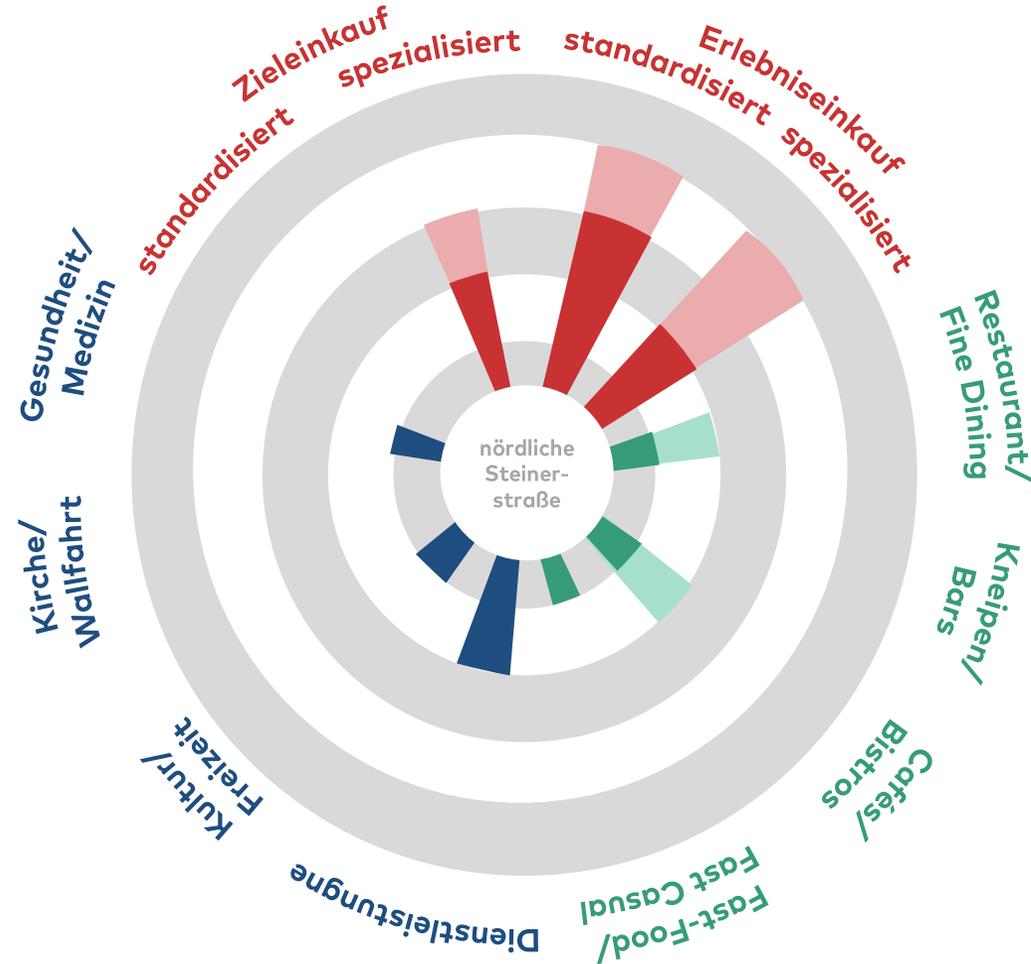


Entwicklungsempfehlung

- Stärkung und Ausbau des inhabergeführten Einzelhandels
- Ergänzung um individuelle Gastronomiebetriebe
- Etablierung von hybriden Betriebskonzepten
- Erhalt und Stärkung des historischen und individuellen Charakters
- Nutzung des Außengastronomiepotenzials aufgrund des breiteren Straßenquerschnitts
- Nachnutzung der wenigen, vorhandenen Leerstände
- Verbesserung der äußeren Nutzungsqualitäten

Lagebereich „nördliche Steinerstraße“

Profilierungsempfehlung

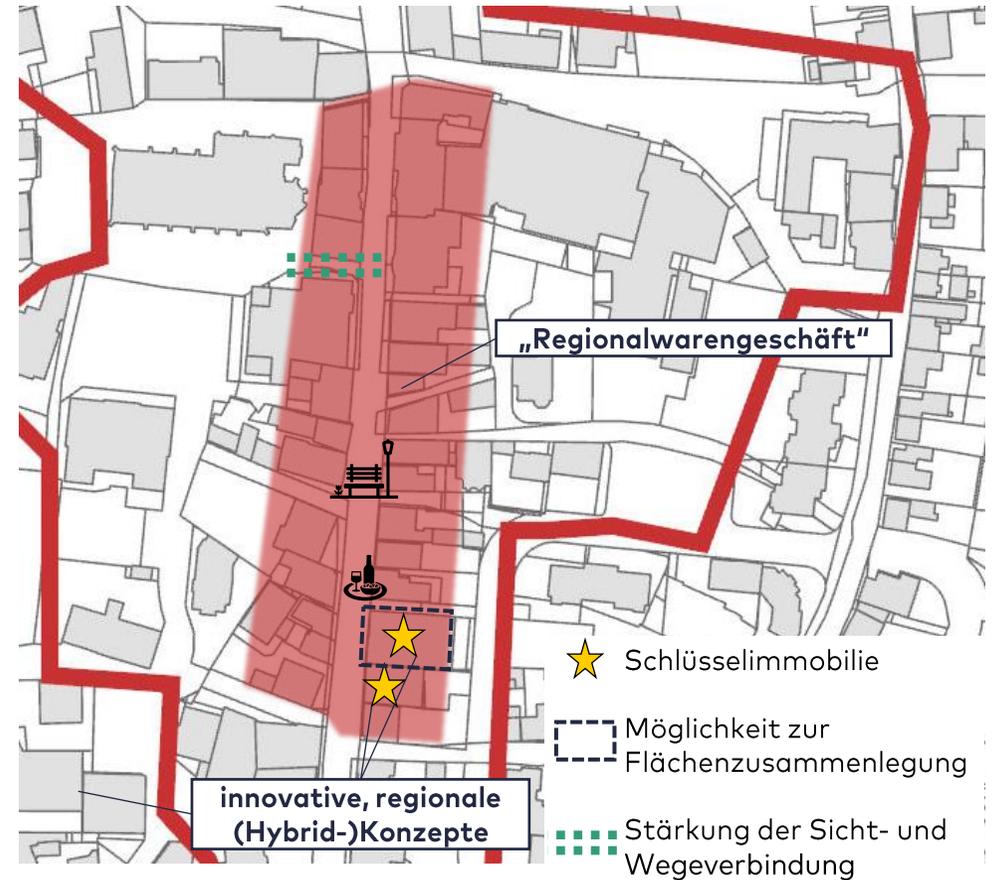


Lagebereich „nördliche Steinerstraße“

Entwicklungsmaßnahmen

Stadtstruktur

- Fassadenaufwertung durch Schaffung von offen gestalteten und hohen Fassaden
- Inwertsetzung der eher schlicht anmutenden Gebäude
- Behebung vereinzelt baulicher Missstände der Immobilien (z. B. Beendigung der Renovierung, Verbesserung der Bausubstanz)
- Schaffung einer Verbindung zum rückwärtig gelagerten Kirchplatz durch Verbesserung der Sicht- und Wegebeziehungen durch attraktive Beschilderung, Grünstreifen, Gestaltung der Bepflasterung, Beleuchtung, etc.
- Errichtung kleinerer Kommunikations- und Verweilorte



Lagebereich „nördliche Steinerstraße“

Beispiele für Entwicklungsmaßnahmen

attraktiv gestalteter Durchgang in Oldenburg



historische Handelsfassade in Oldenburg



Quelle: Stadt + Handel.

Lagebereich „nördliche Steinerstraße“

Beispiel für Entwicklungsmaßnahmen

Kleine, grünen Verweilinsel



Lagebereich „nördliche Steinerstraße“

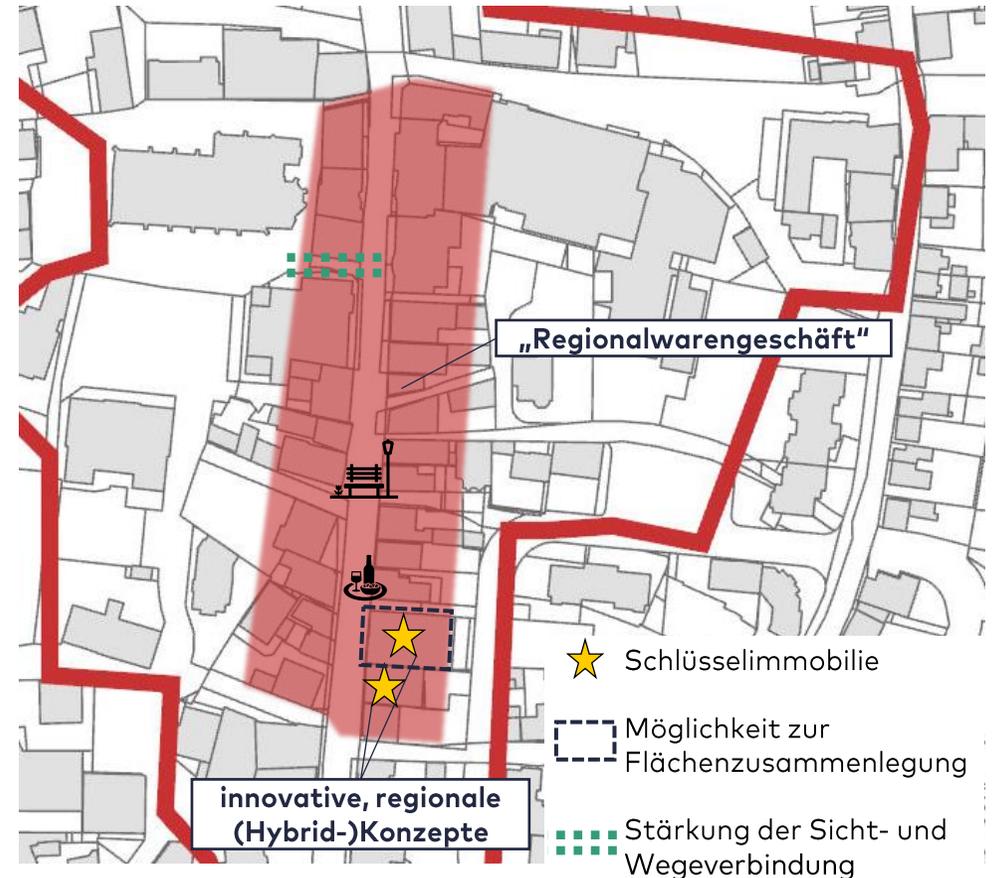
Entwicklungsmaßnahmen

Angebotssituation

- Konzentration des Einzelhandels auf innenstadtrelevante Sortimente, z. B. Mode für Herren, Schmuckgeschäft, Kinderbekleidung
- zukünftig Beibehalt der Ausrichtung auf inhabergeführte, individuellere Betriebe sowie regional tätige Filialisten
- Etablierung von innovativen (Hybrid-)Konzepten mit regionalem Bezug in den südlich gelegenen Schlüsselimmobilien (s. nachfolgende Folien), z. B. Konzept aus Café und Einzelhandel, Pop-Up-Store, Verkauf von regionalen Produkten (s. Immobiliensteckbriefe Nr. 182, 205)
- Ansiedlung von inhabergeführtem bzw. regional tätigem, spezialisiertem Lebensmittelhandwerk, z. B. Tee- oder Feinkostgeschäft; Angliederung eines gastronomischen Angebots möglich (s. Immobiliensteckbrief Nr. 207)

Nutzungsqualitäten

- Herstellung von Barrierefreiheit zu Nutzungen mit Schwellen oder Treppenstufen
- Gestaltung einer offenen Eingangssituation z. B. durch keine eingerückten, sondern vordergründig gelagerten, größere Eingangstüren
- Nutzung des Außengastronomiepotenzials an breiteren Straßenquerschnitten und Ecklagen
- Prüfung einer Flächenzusammenlegung der Immobilie Steinerstraße 31/33 (derzeit Nutzung durch Zahnarzt und Umbau/Leerstand) (s. Immobiliensteckbriefe 136, 205)
- Gewährleistung der Einsehbarkeit der Ladenlokale durch die Schaufenster
- Nutzung individueller Werbeaufsteller (s. nachfolgende Folie)



Best-Practice-Beispiel

Benz Mode-Café

- Best-Practice-Beispiel aus **Reutlingen**
- Kombination aus **Café** und **Modeladen**
- Gemütliches Ambiente zum Genießen, Shoppen oder beides
- Kaffee, leckerer Wein oder hausgemachte Spezialitäten für den kleinen Hunger
- Samstag bis 14 Uhr Frühstück
- Damenmode, Handtaschen, Schmuck und Accessoires ausgefallener Marken
- Anlaufpunkt für Einheimische und Touristen
- aktive Bewerbung über Instagram

Best-Practice-Beispiel

Ich-kauf-lokal Shop

- Best-Practice-Beispiel aus **Quickborn**
- Motto: „Lokal nachhaltig stärken“ um den Standort Quickborner Innenstadt zu stärken
- **Shop in Shop** System
- Lokale Unternehmen können Regale mieten
- **Händlernetzwerk:** auch Anbieter profitieren von neuen Geschäftsbeziehungen
- starke Verflechtung des online und offline Handels
- Social-Media als Hauptinformationskanal
- Verschiedene Gewinnspiele, Rabattaktionen etc. für Aufmerksamkeit während Pandemielage



Lagebereich „nördliche Steinerstraße“

Beispiel für Entwicklungsmaßnahmen

Alternativer Werbeaufsteller



Quelle: Stadt + Handel.

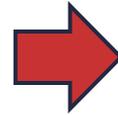
Lagebereich „südliche Steinerstraße“

Entwicklungsempfehlung

attraktiver Nutzungsmix für Werler und Touristen

Ausgangslage

- unterschiedliche Gebäudetypologien, jedoch überwiegend historischer Charakter der Bebauung
- Mix aus Einzelhandel, zentrenergänzenden Funktionen (Dienstleistungen, öffentliche Einrichtung), Gastronomie und Wohnen
- Immobilien vereinzelt mit Sanierungsbedarf
- vergleichsweise höherer Anteil an Leerständen als in nördlicher Steinerstraße → Auswirkung der ausgeprägten Länge der Fußgängerzone
- Nutzungen allesamt inhabergeführt
- kein städtebaulich-funktionaler Zusammenhang zum Wulf-Hefe-Quartier
- teilweise Einschränkungen hinsichtlich der Nutzungsqualitäten (z. B. Barrierefreiheit, Schaufenstergestaltung)

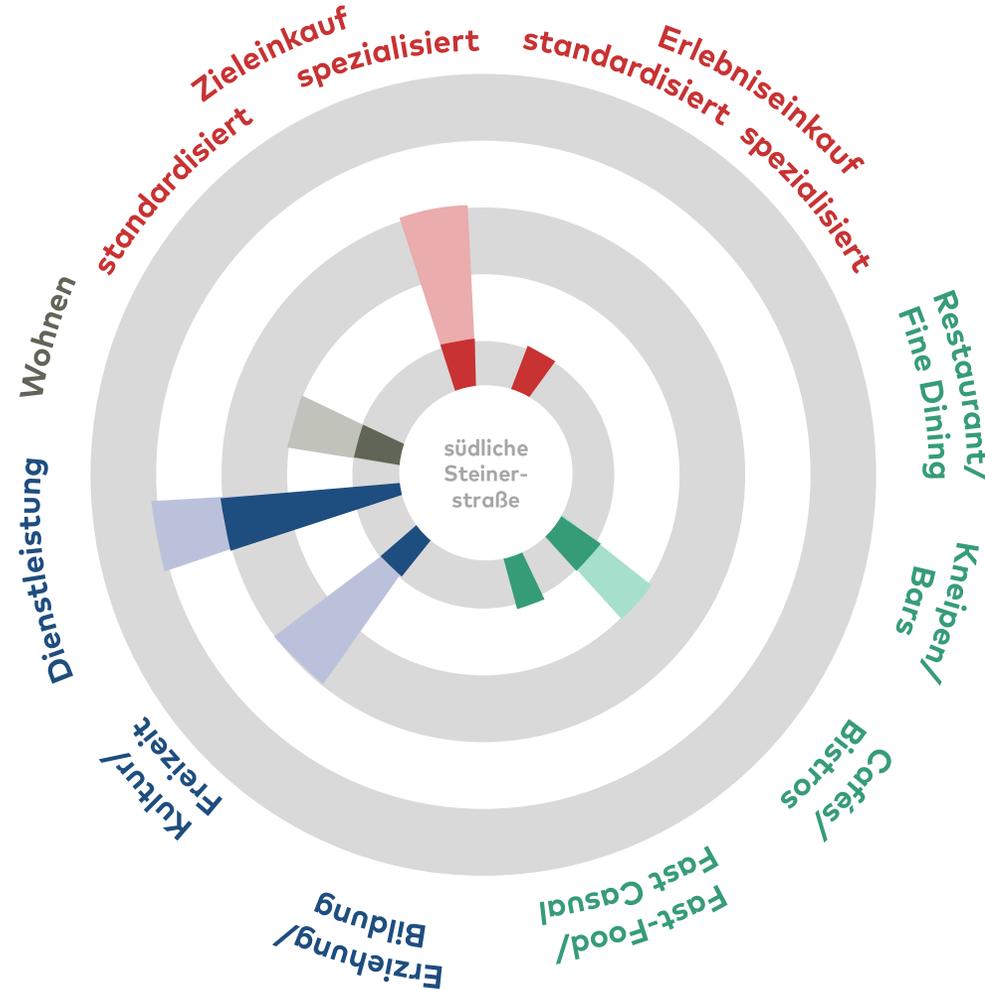


Entwicklungsempfehlung

- Stärkung und Ausbau der inhabergeführten Betriebskonzepte
- Erhalt und Stärkung des Angebotsmixes mit vereinzelter Ausrichtung auf Tourismus
- städtebauliche Aufwertung der renovierungsbedürftigen Immobilien
- Nach-/ bzw. Umnutzung der vorhandenen Leerstände
- Verbesserung der defizitären Nutzungsqualitäten
- Nutzung des Potenzials der breit gestalteten Fußgängerzone

Lagebereich „südliche Steinerstraße“

Profilierungsempfehlung

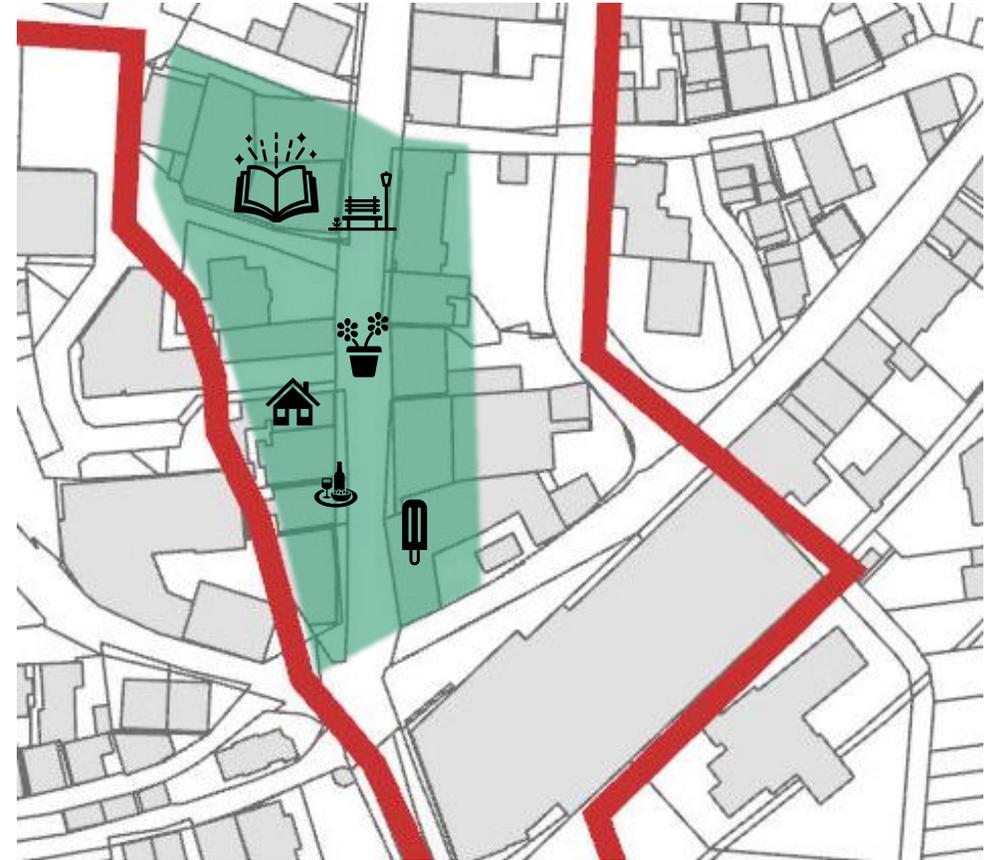


Lagebereich „südliche Steinerstraße“

Entwicklungsmaßnahmen

Stadtstruktur

- Schaffung eines kleinen, grünen Verweilortes vor der Stadtbücherei (z. B. über Initiative Stadtgarten)
- attraktive Gestaltung des öffentlichen Raums zur Anregung von Frequenzen aus der nördlichen Steinerstraße, z. B. Begrünung, Beleuchtung, Verweilmöglichkeiten, Girlanden, ansprechende Nutzungskonzepte (→ s. Angebotssituation)
- Aufwertung der Gewerbefassaden durch hohe und einladende Gestaltung
- Behebung der Mängel hinsichtlich der Bausubstanz
- Inszenierung der historischen Fassaden durch Aufwertung und Beleuchtung



Lagebereich „südliche Steinerstraße“

Beispiel für Entwicklungsmaßnahmen

Begleitende Grünelemente



Lagebereich „südliche Steinerstraße“

Entwicklungsmaßnahmen

Angebotsituation

- Etablierung von Mixed-Used-Konzepten, z. B. aus dem Bereich Café, Kunst und Einzelhandel (s. nachfolgende Folie)
- Erweiterung der Angebote der Stadtbücherei, z. B. Raum für Lesungen, Proberaum, Kunstaktionen, etc. (s. Immobiliensteckbrief Nr. 135)
- Ausrichtung des Einzelhandels auf spezialisierten Zieleinkauf (z. B. christliche Buchhandlung, Wanderfachgeschäft, Fahrradfachgeschäft)
- Ausweitung des gastronomischen Angebots durch Hybrid-Konzepte oder kleineres Café/Bistro mit Außenplätzen
- Ansiedlung von freizeitorientierten Nutzungen, wie z. B. die Eisfachs Schule
- wenn Immobilie nicht vermietbar, Umnutzung zu Wohnen
- Aufstellen von Leseboxen im Bereich der Stadtbücherei

Nutzungsqualitäten

- Bereitstellung von Rampen o. Ä. zur Schaffung von barrierefreien Zugängen zu den Nutzungen (s. nachfolgende Folie)
- attraktive und einsehbare Gestaltung der Schaufenster
- Dekoration der Kundenerstkontaktzone (z. B. Sitzgelegenheit, Begrünung, thematische Dekorationselemente)



Best-Practice-Beispiel

Atelier Café

- Best-Practice-Beispiel aus **Klink**
- **Café mit Atelier** zur Kunstpräsentation und wechselnden Ausstellungen
- Zielgruppe: Touristen, Bürgerinnen und Bürger der Region
- Verkauf von **Wohnaccessoires** und **Mitbringsel**
- erstandene Waren oder Nachbestellungen können auch direkt **nach Hause geliefert** werden, sodass direkte Mitnahme für Kunden entfällt
- Kreatives aus Holz und Keramik und andere handwerkliche und künstlerische Arbeiten
- Kaffee- und Teespezialitäten (Kaffee aus verschiedenen Privatröstereien), Kuchen, Tartes und Törtchen, kühle Getränke (Limo, Bier), Eis
- Café mit Sitzplätze innen und außen
- Veranstaltung von **Events**, bei denen auch andere Unternehmen aus der Region sich und ihre Produkte vorstellen können

Best-Practice-Beispiel

Kunst statt Leerraum

- Best-Practice-Beispiel aus **Dinslaken**
- Gründungsjahr: 2013/2014
- Initiatoren und Projektpartner: Wirtschaftsförderung Dinslaken, Labor 22, Kreis Wesel, Regionalverband Ruhr
- **Kulturveranstaltungen zur Reaktivierung von Leerständen**
- Reaktion auf den Einbruch des Einzelhandels in der Dinslakener Innenstadt infolge der Schließung des Hertie-Kaufhauses im Jahr 2010
- Kreativarbeit und anschließende Ausstellung in leerstehenden Ladenlokalen
- wichtiges Stadtmarketingprojekt: So konnten regelmäßig im Anschluss jener Aktionswochen Ladenlokale vermietet werden
- Stadt Dinslaken als zentraler Projektmoderator
- Verzicht der Eigentümer auf Miete
- Versicherung durch die Stadt

Lagebereich „südliche Steinerstraße“

Beispiel für Entwicklungsmaßnahmen

Lesebox



Quelle: Stadt + Handel

Lagebereich „südliche Walburgisstraße“

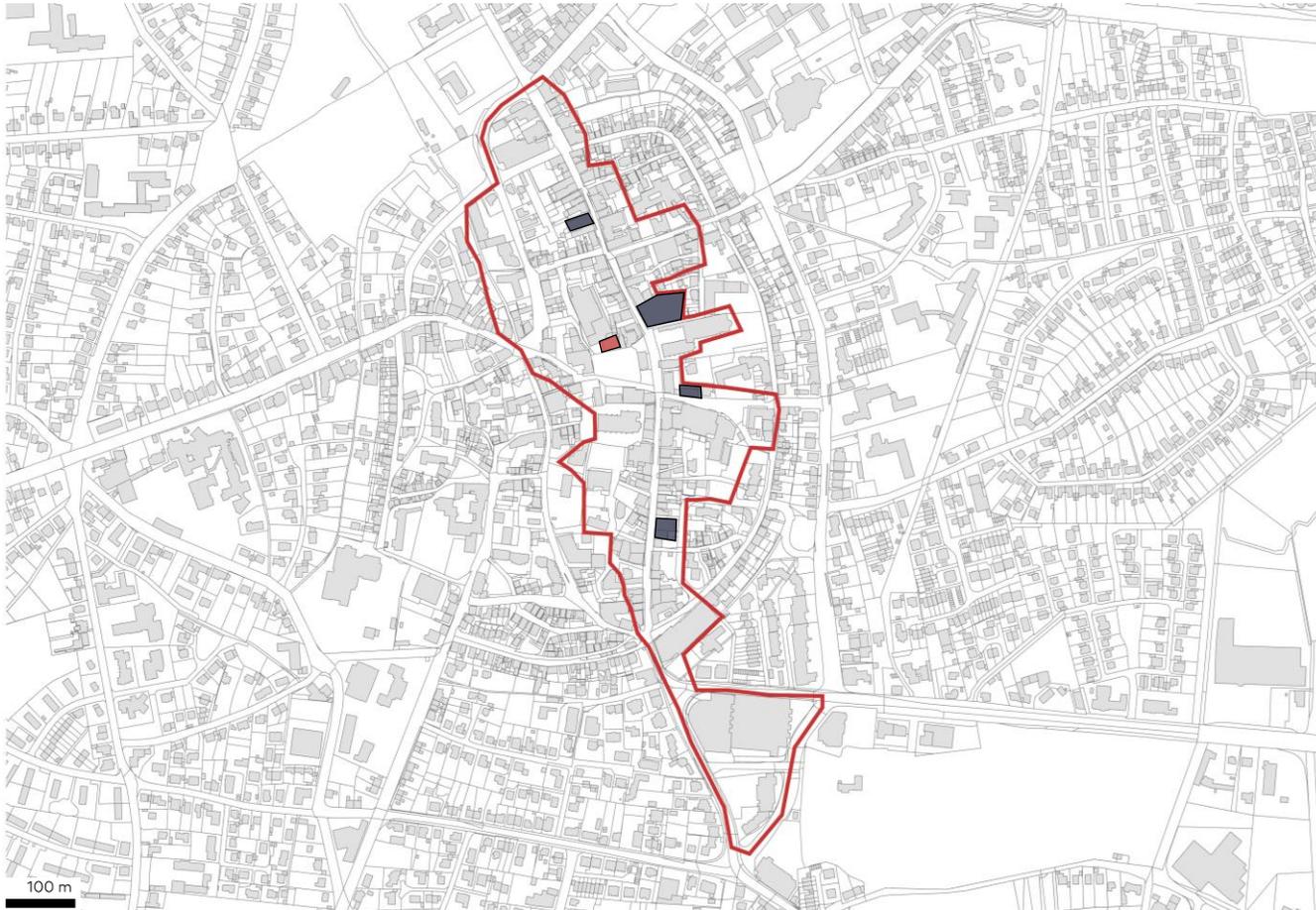
Beispiel für Entwicklungsmaßnahmen

Mobile Lego-Rampen zur Herstellung der Barrierefreiheit



Schlüsselimmobilie „Am Alten Markt 3“

Identifikation von und Entwicklungsempfehlungen für Schlüsselimmobilien

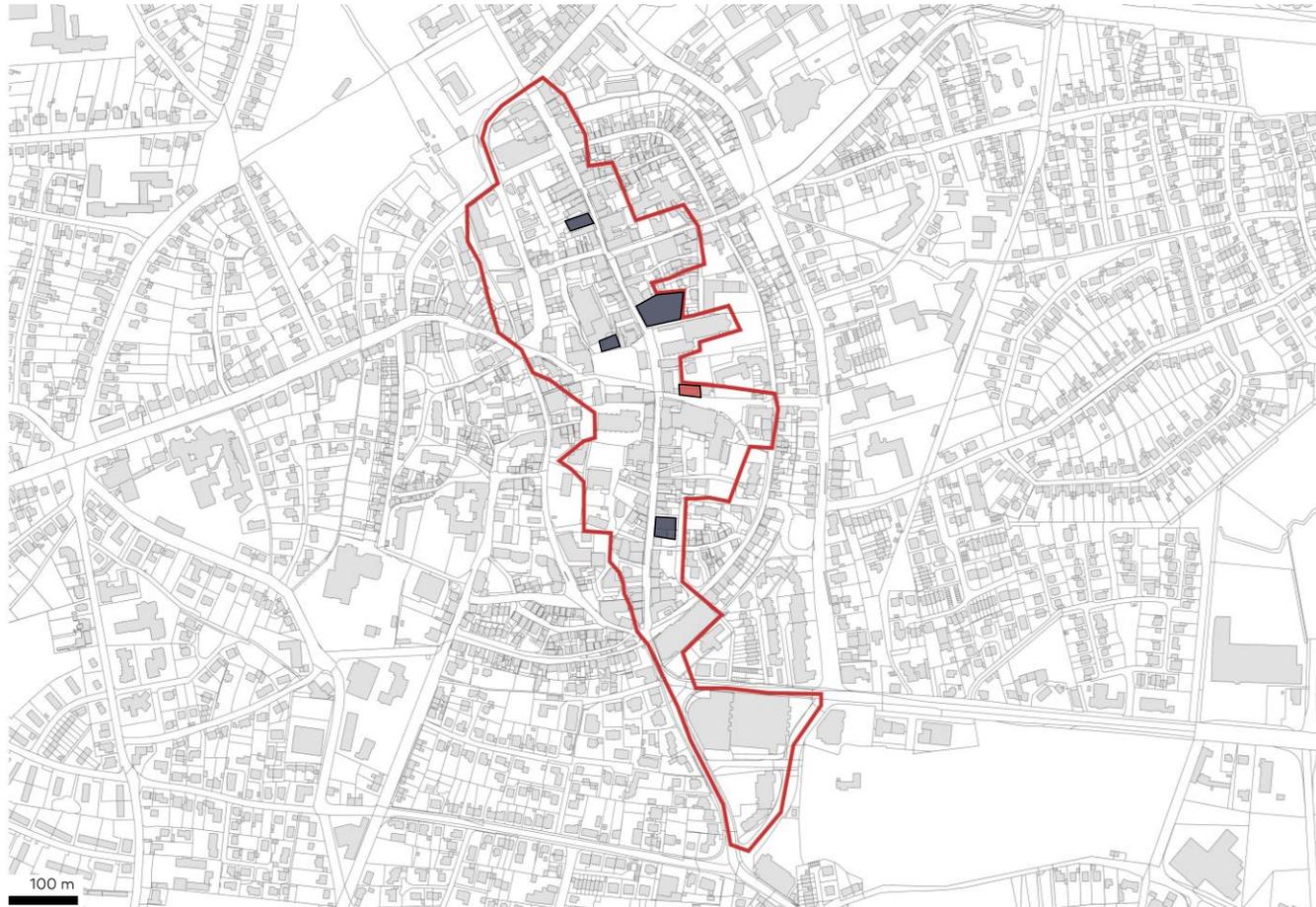


Die Immobilie am Alten Markt 3 (Immobiliensteckbrief Nr. 116) liegt in zentraler Lage am Marktplatz, weist eine gute Bausubstanz auf und fügt sich mit der Immobilienqualität in die Umgebung ein. Derzeit wird die Immobilie durch das Jobcenter genutzt.

Der Marktplatz sollte zukünftig den zentralen Frequenzpool mit einem breiten Angebot an Aufenthaltsqualität und Verweilmöglichkeiten bilden. Dazu bedarf es einer Etablierung von weiteren Gastronomiebetrieben mit Außenbestuhlung, wobei die Immobilie aufgrund ihrer Lage hierzu sehr geeignet ist. Zur zukünftigen Vermarktung sollte die zum Marktplatz ausgerichtete Fassade geöffnet werden und ausreichend Platz für die Außenbestuhlung geschaffen werden. Da das Jobcenter eine frequenzunabhängige Nutzung darstellt, sind hierfür auch Standorte abseits der zentralen Innenstadt denkbar.

Schlüsselimmobilie „Engelhardstraße 1-3“

Identifikation von und Entwicklungsempfehlungen für Schlüsselimmobilien



Die Immobilie der Engelhardstraße 1 - 3 (Immobiliensteckbriefe 20, 106, 167, 184) soll zukünftig das Eingangstor zur Innenstadt mitbilden. Dementsprechend ist eine ansprechende, städtebauliche Gestaltung als erster Eindruck für die Touristen und als Empfang für die Werler Bürger von Bedeutung. Folglich sollte eine Aufwertung der Immobilie in Betracht gezogen werden.

Hinsichtlich der derzeitigen Nutzung ist festzuhalten, dass diese an weiteren Orten der Innenstadt deutlich besser platziert wären. Im Falle von Umstrukturierungen wäre eine Prüfung zur Flächenzusammenlegung der Immobilie sinnvoll.

Als zukünftige Nutzung könnte sich dabei ein Fahrrad(reparatur)geschäft eignen, das beispielsweise Fahrradtouristen aufsuchen könnten.

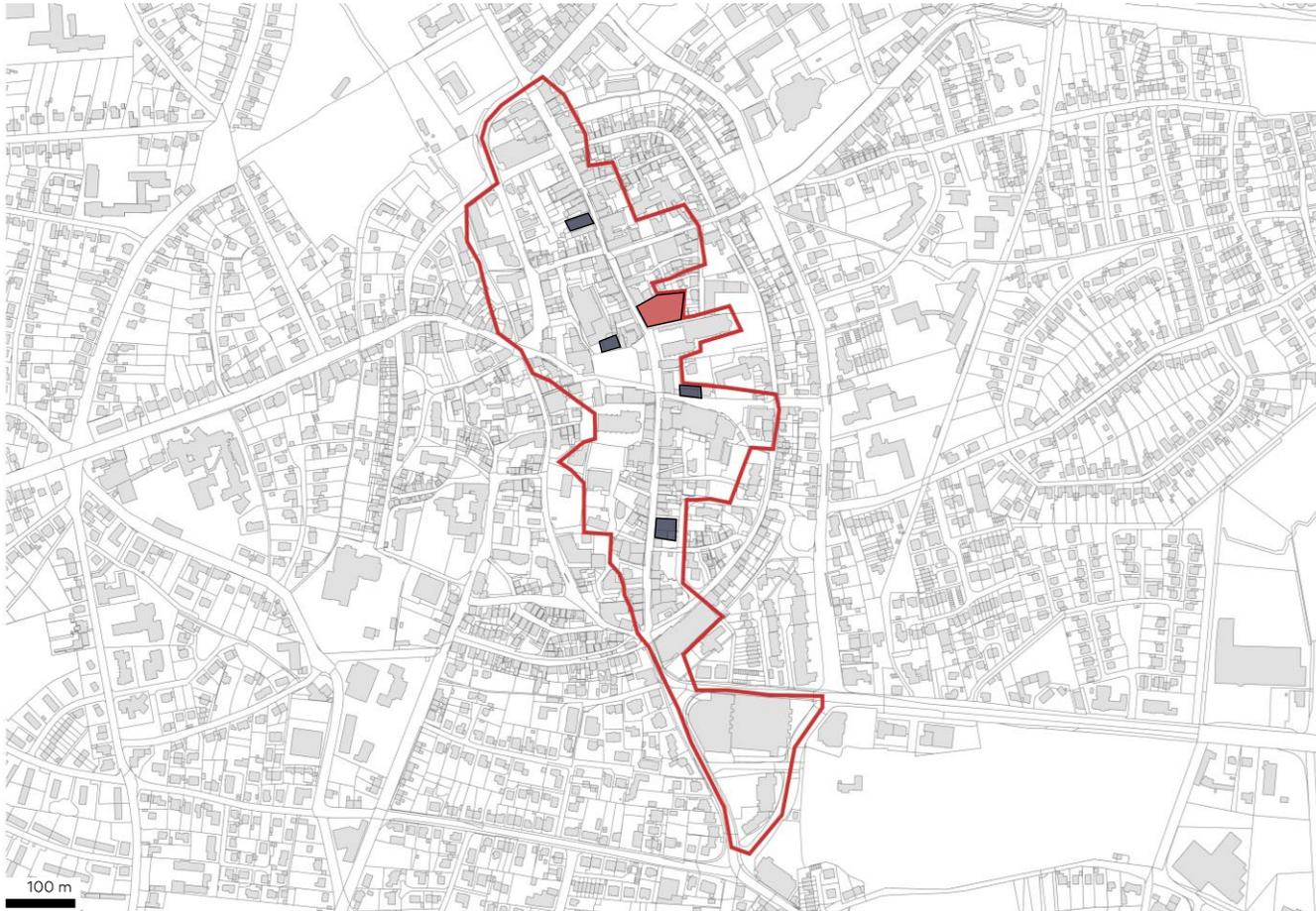
Best-Practice-Beispiel

Staub und Teer – Reparieren statt shoppen

- Best-Practice-Beispiel aus **Köln**
- Aus einem ehemaligen Modegeschäft im Kölner Severinsviertel wird ein **Fahrradladen** mit **integrierter Fahrradwerkstatt** (Inspektionen & kleinere Reparaturen)
- Fahrradbranche geht gestärkt aus der Corona-Pandemie hervor und erweist sich als zukunftsfähig (Mobilitätswende, Nachhaltigkeit)
- Betreiber organisieren regelmäßig **kleinere Ausfahrten und Events**
- Präsent auf Social Media
- Eigener **Online-Shop**

Schlüsselimmobilie „Walburgisstraße 31-33“

Identifikation von und Entwicklungsempfehlungen für Schlüsselimmobilien

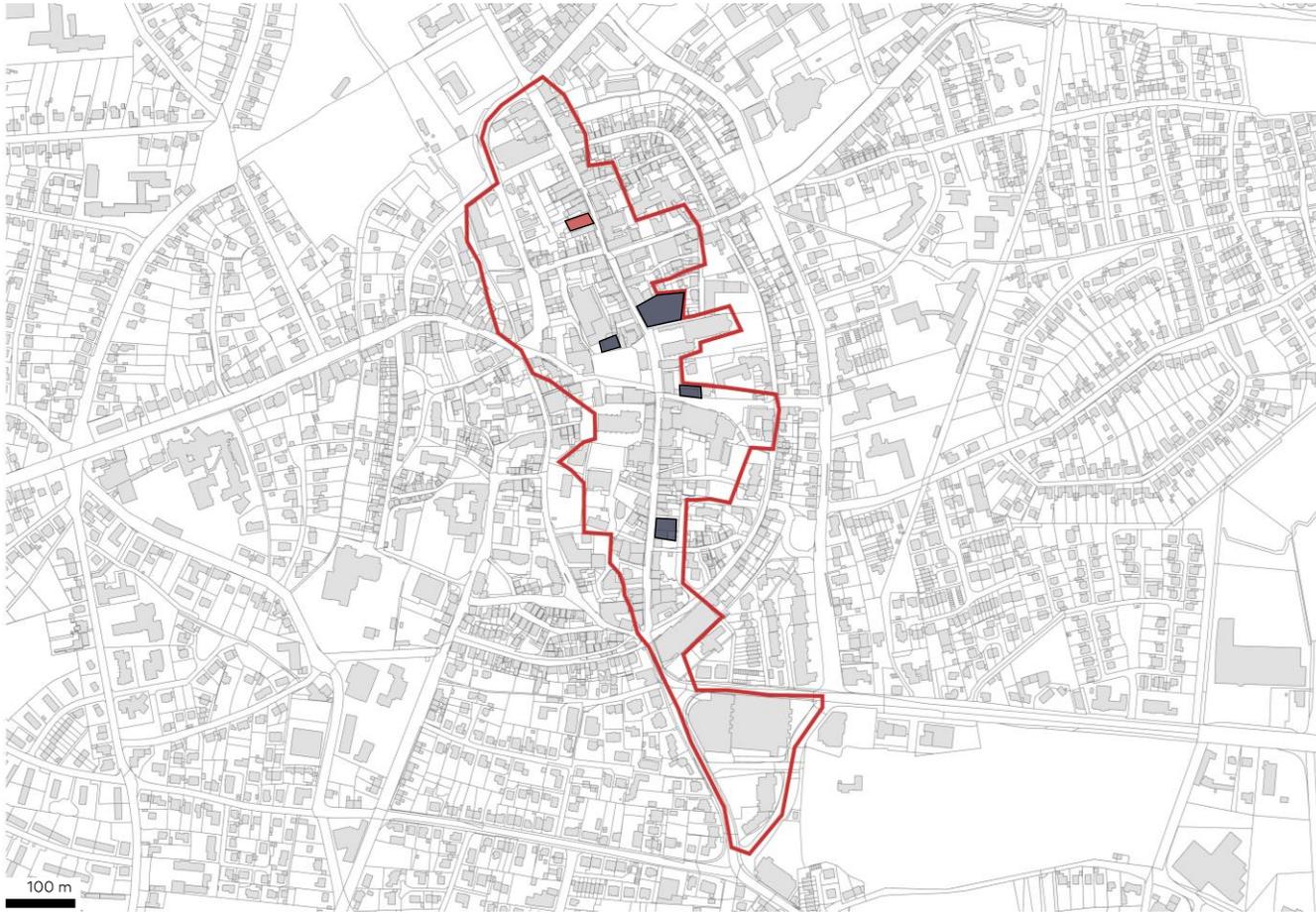


Eine zentrale Schlüsselimmobilie stellt das markante Gebäude der Walburgisstraße 31 bis 33 dar (Immobiliensteckbriefe 35, 57). In bester Lage direkt neben der Wallfahrtsbasilika befindet sich die Immobilie im Übergangsbereich zwischen Marktplatz und Walburgisstraße.

Wie oben bereits angemerkt, wäre eine Neugestaltung der Fassaden zielführend, sodass sich die Immobilie optisch in ihre Umgebung einfügt. Im Falle von Umstrukturierungen bietet es sich an, Teile der Immobilien, wie z. B. das Obergeschoss, durch andere Vorhaben zu nutzen. Hierzu zählen beispielsweise Mixed-Used-Konzepte, freizugängliche Arbeits- und Büroflächen oder ein „Dritter-Ort“-Konzept.

Schlüsselimmobilie „Walburgisstraße 22“

Identifikation von und Entwicklungsempfehlungen für Schlüsselimmobilien



In der nördlichen Fußgängerzone befindet sich die Immobilie der Walburgisstraße 22 (Immobiliensteckbrief 190), die derzeit durch Leerstand geprägt ist und aufgrund der Größe im städtischen Gefüge heraussticht.

Da sich der Bereich der nördlichen Walburgisstraße zukünftig zu einem bürgernahen Quartier mit dafür nötiger Infrastruktur entwickeln soll, ist die Umnutzung zu einer Kindertagesstätte bzw. Kindergarten zu empfehlen. Eine solche Nutzung hat einen positiven Einfluss auf die Frequentierung der Innenstadt und attraktiviert diese für die Zielgruppe „Familien“. Auch die Ansiedlung eines Gesundheitszentrums mit verschiedenen Fachärzten und weiteren Angeboten stellt eine sinnvolle Nutzungsoption dar, da hierbei der Versorgungscharakter des Lagebereichs aufgegriffen wird und auf die beiden Zielgruppen der Familien und Best Ager ausgerichtet ist.

Schlüsselimmobilie „Walburgisstraße 22“

Beispiel für Entwicklungsmaßnahmen

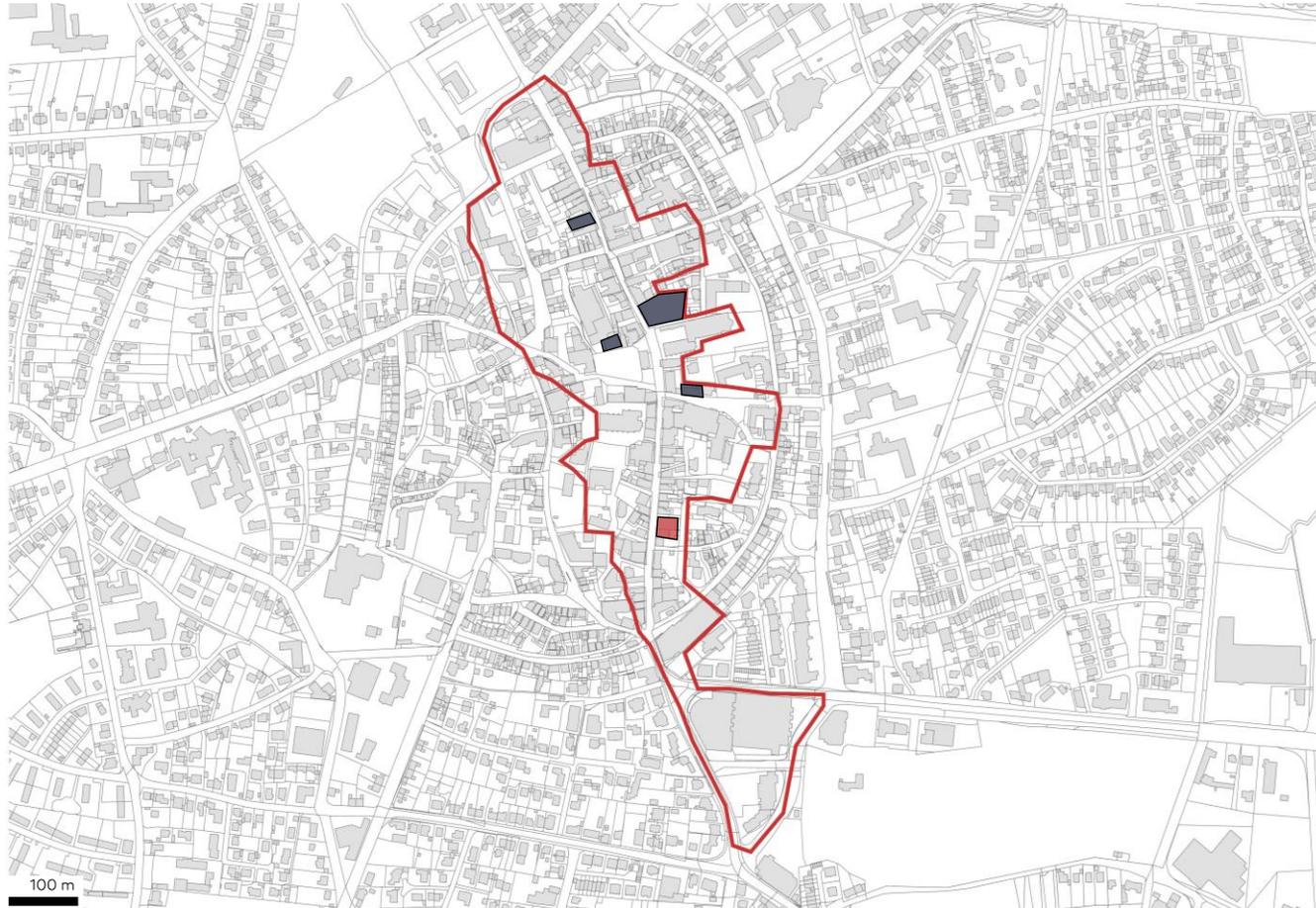
Umnutzung zur Kindertagesstätte



- Umnutzung des ehemaligen Verkaufsraums einer Bank als Kindertagesstätte in Dortmund
- Erdgeschosslage im Stadtteilzentrum
- Umfeld durch Einzelhandel, Dienstleistungen und Gastronomie geprägt

Schlüsselimmobilien „Steinerstraße 31 - 35“

Identifikation von und Entwicklungsempfehlungen für Schlüsselimmobilien



Am südlichen Randbereich der Lage der nördlichen Steinerstraße befinden sich die Immobilien der Steinerstraße 31 bis 35 (Immobiliensteckbriefe 182, 205). Derzeit befinden sich dort Leerstände sowie eine Zahnarztpraxis. Da sich die Steinerstraße zukünftig zu der gemütlichen Einkaufsstraße in Werl entwickeln soll, besteht deutliches Potenzial hinsichtlich der Nutzungen dieser Immobilien.

Wie oben bereits dargestellt, ist die Ansiedlung von innovativen (Hybrid-)Konzepten mit regionalem Bezug hier zu empfehlen. Die nachfolgenden Folien zeigen hierfür empfehlenswerte Konzepte auf. Durch die Nutzungen angesprochen werden dabei sowohl die Werler Bürger als auch die Touristen.

Voraussetzung für eine attraktive Nutzung ist jedoch die städtebauliche Aufwertung der Fassaden.

Best-Practice-Beispiel

Benz Mode-Café

- Best-Practice-Beispiel aus **Reutlingen**
- Kombination aus **Café** und **Modeladen**
- Gemütliches Ambiente zum Genießen, Shoppen oder beides
- Kaffee, leckerer Wein oder hausgemachte Spezialitäten für den kleinen Hunger
- Samstag bis 14 Uhr Frühstück
- Damenmode, Handtaschen, Schmuck und Accessoires ausgefallener Marken
- Anlaufpunkt für Einheimische und Touristen
- aktive Bewerbung über Instagram

Best-Practice-Beispiel

MeinFach Concept-Coffee-Store

- Best-Practice-Beispiel aus **Rheinfelden**
- Kombination aus **Café und Shop**
- Verkauf von **regionalen Produkte**
- Geschenkideen, Accessoires, Deko, Feinkost, Gin, Pflege, Upcycling und Papeterie aus kleinen Manufakturen
- Heimatgefühl, Tradition und Herkunft trifft auf Moderne und Design
- Angebot von Kuchen und Kaffee in angenehmer Atmosphäre
- **mietbar** für Geburtstage, Babypartys, Private ArtNights als Teamevent, Versammlungen, Businessmeeting, Infoveranstaltung etc.

Best-Practice-Beispiel

meingemachtes manufaktur

- Best-Practice-Beispiel aus **Steindorf**
- Verkauf von Fruchtaufstriche und Chutneys aus **Handarbeit**
- **Genuss-Manfakturladen** mit weiteren, exotischen und regionalen Spezialitäten
- **Café:** Flair von Omas Kaffeetafel in der Manufaktur (Frühstücksvariationen, selbstgemachte Kuchen und Torten, Kaffee- und Teespezialitäten)
- natürliche und möglichst **regionale Zutaten** aus dem regionalen Genussnetzwerk
- **alte Tradition** und Kunst des Einmachens mit neuen Geschmackskombinationen und **modernen Kreationen**
- Kochkurse und **Kochevents** zum geselligen Kochen und Essen (z. B. für Weihnachtsfeiern, Teamevents, Workshopabschluss etc.)
- **Seminarräume** buchbar für 10-14 Personen für Workshops, Kundenmeetings etc. (49 bis 59 Euro p. P.)
- Flipcharts, Moderationskoffer etc. vor Ort; Beamer und Moderationswand buchbar

Best-Practice-Beispiel

Ich-kauf-lokal Shop

- Best-Practice-Beispiel aus **Quickborn**
- Motto: „Lokal nachhaltig stärken“ um den Standort Quickborner Innenstadt zu stärken
- **Shop in Shop** System
- Lokale Unternehmen können Regale mieten
- **Händlernetzwerk:** auch Anbieter profitieren von neuen Geschäftsbeziehungen
- starke Verflechtung des online und offline Handels
- Social-Media als Hauptinformationskanal
- Verschiedene Gewinnspiele, Rabattaktionen etc. für Aufmerksamkeit während Pandemielage



Best-Practice-Beispiel

Pop Up-Store

- Best-Practice-beispiel aus **Altena**
- Gründungsjahr: 2014
- Initiatoren und Projektpartner: Verein für bürgerschaftliches Engagement, Stadt Altena, Altena Stadtmarketing e.V., Rocket Spaces GmbH, Pfiffikus Agentur, Einzelhändler, Land NRW (Regionale 2013),
- „**Pop Up-Stores**“: Geschäfte, die über Nacht errichtet werden und nur für einen begrenzten Zeitraum geöffnet haben
- zeitliche Verknappung des Angebots und besondere/reduzierte Ladengestaltung und Produktauswahl
- Vermittlung durch Stadt
- Unterstützung durch Land NRW im Rahmen der **Regionale 2013**
- Förderprogramme für Selbstständige

Fazit

Potenzialanalyse für die Fußgängerzone und angrenzende Bereiche von Werl

Die Fußgängerzone von Werl bildet das Zentrum des historischen Stadtkerns und verfügt damit über einen attraktiven, historischen Charakter. Darüber hinaus zählt die Wallfahrtsbasilika am Herzstück der Stadt – dem Marktplatz – zu einem der wichtigsten stadtbildprägenden Elemente und sorgt für eine überregionale Bekanntheit der Wallfahrtsstadt Werl. Sowohl der historische Charakter als auch das Thema Wallfahrt sind Stärken, die es im Rahmen der Potenzialanalyse herauszustellen und weiterzuentwickeln galt.

Darüber hinaus haben sich im Zuge der Analyse der Stadt- und Angebotsstruktur sowie der Nutzungsqualitäten weitere Potenziale und Handlungsbedarfe ergeben. In städtebaulicher Hinsicht wurden v. a. der Marktplatz sowie die charmant und einladend wirkende Fußgängerzone entlang der Steinerstraße als Stärke Werls identifiziert und als Schwerpunkt zur attraktiven Weiterentwicklung und Positionierung gesehen. Eine zentrale Erkenntnis der Analyse war zudem, dass die Fußgängerzone von Werl ein attraktives Angebot an inhabergeführten (Einzelhandels-)Konzepten bereitstellt und gleichzeitig das regionale, starke Wettbewerbsumfeld hinsichtlich Markenkonzepte deutlich besser aufgestellt ist. Dementsprechend ist es für die Fußgängerzone Werl unabdingbar, sich auf die individuelle Stärke zu besinnen und weiterhin kleinere, z. T. speziellere Konzepte zu fördern. Auch die Empfehlung eines qualitativen und quantitativen Ausbaus des gastronomischen Angebots konnte aus der Analyse abgeleitet werden.

Auf der Grundlage der Analyse wurden in einem weiteren Schritt wesentliche Profilierungsfelder erarbeitet, die der Fußgängerzone von Werl bei der Weiterentwicklung dienlich sein sollen. Diese sprechen zunächst die klare Ausrichtung auf die Zielgruppen an, die u. a. aufgrund des touristischen Potenzials und des demografischen Wandels auf Familien, Best Ager und Touristen festgelegt wurden. Weiter sollen die bestehenden Leerstände aktiviert und die städtebaulichen Defizite in der Fußgängerzone korrigiert werden. Der oben erwähnte Marktplatz soll sich dabei als gewachsene Mitte und Eingangsbereich der Fußgängerzone profilieren.

Für das Treffen von Handlungsempfehlungen wurde die Fußgängerzone in fünf Lagebereiche, die sich aus der Analyse ergaben, eingeteilt und für jede Lage spezifische Entwicklungsempfehlungen gegeben. Der Marktplatz soll zukünftig mit gastronomischen Angeboten, öffentlichen und kirchlichen Einrichtungen und Verweilmöglichkeiten einen Kommunikationsort und Ausgangspunkt der Fußgängerzone darstellen. Für die Walburgisstraße ergibt sich die Empfehlung, diese für eher standardisierte und bürgernahe Angebote freizuhalten. Dabei soll sich der marktplatznahe Bereich auf den Einzelhandel fokussieren, während in der nördlichen Lage ein ausgeprägter Nutzungsmix an Einzelhandel, Dienstleistungen, Wohnen und Gastronomie möglich ist. Die Steinerstraße hingegen soll sich als Fußgängerzone zum Flanieren, Bummeln und Verweilen entwickeln. Auch hier ist der Bereich in Richtung Marktplatz überwiegend dem Einzelhandel vorbehalten, der durch spezialisierte, individuelle und inhabergeführte (Hybrid-)Konzepte geprägt sein soll. Für den südlichen Bereich sind neben kulturellen Einrichtungen und gastronomischen Angeboten auch vereinzelt spezialisierte Einzelhandelsbetriebe angedacht.

Damit gliedert sich die Fußgängerzone von Werl zum einen in den nördlichen Bereich, der v. a. ein Ort für die Werler Bürger darstellt, und zum anderen in den südlichen Bereich, der Touristen anzieht, aber auch für die Bürger Werls einen attraktiven Nutzungsmix bereithält.

Mit der Erarbeitung der Potenzialanalyse für die Fußgängerzone und den daran angrenzenden Bereichen von Werl sind damit erste Bausteine für den zukünftigen Entwicklungsprozess des Innenstadtzentrums von Werl gesetzt. Im Anschluss wird es darum gehen, die erarbeiteten Handlungsempfehlungen umzusetzen, wobei eine große Bandbreite an Innenstadtakeuren gefragt sind. Nur durch das Engagement unterschiedlicher Akteursgruppen der Stadtgesellschaft, wie Immobilieneigentümer, Vereine, Gewerbetreibende und städtische Institutionen, wird es möglich sein, die konzeptionellen Ergebnisse der Potenzialanalyse in der Fußgängerzone von Werl umzusetzen. Hilfreich kann dabei ein Citymanagement sein, das die Maßnahmen koordiniert und bei dessen Umsetzung unterstützend wirken kann.

Neue Wege.
Klare Pläne.

STADT+HANDEL

**Stadt + Handel Beckmann und
Föhler Stadtplaner PartGmbH**

info@stadt-handel.de

www.stadt-handel.de

Amtsgericht Essen
Partnerschaftsregister-
nummer PR 3496
Hauptsitz Dortmund

Standort Dortmund

Hörder Hafenstraße 11
44263 Dortmund
Fon +49 231 86 26 890
Fax +49 231 86 26 891

Standort Hamburg

Tibarg 21
22459 Hamburg
Fon +49 40 53 30 96 49
Fax +49 40 53 30 96 47

Standort Karlsruhe

Beiertheimer Allee 22
76137 Karlsruhe
Fon +49 721 14 51 22 62
Fax +49 721 14 51 22 63

Standort Leipzig

Markt 9
04109 Leipzig
Fon +49 341 92 72 39 42
Fax +49 341 92 72 39 43