



**Gastronomiekonzept für die
Innenstadt
Coesfeld**

Ansprechpartner

Progacon
Fun Concept GmbH
Montanusstr. 4
51399 Burscheid
+49 2174 74740



Jana Helmsen (B.A.)
helmsen@progacon.de
+49 152 04182336



Michael Harenberg
harenberg@progacon.de
+49 177 2908306



Holger Madel
madel@progacon.de
+49 163 7474701

© *Copyright Oktober 2023* – Urheberrechtshinweis

Alle Inhalte dieser Präsentation, die anschließenden Planungsprozesse und die Umsetzung, insbesondere aber auch Texte, Fotografien und Grafiken, sind urheberrechtlich geschützt. Das Urheberrecht liegt, soweit nicht ausdrücklich anders gekennzeichnet, bei Progacon/Fun Concept GmbH. Bitte fragen Sie uns, falls Sie die Inhalte dieser Präsentation verwenden möchten.

Wer gegen das Urheberrecht verstößt (z.B. Bilder oder Texte unerlaubt kopiert), Planungen weiterverfolgt o.ä., macht sich gem. [§§ 106 ff UrhG](#) strafbar, wird zudem kostenpflichtig abgemahnt und muss Schadensersatz leisten ([§ 97 UrhG](#)).

Quellen der Bilder: Eigene Aufnahmen, Pexels, Pixabay

Inhaltsverzeichnis

1. Anlass und Erfordernis
2. Basisunterlagen
3. Innenstadt Vision
4. Bedeutung der Gastronomie für die Innenstadt der Zukunft
5. Standortinformationen
 - 5.1 Stadt Coesfeld
 - 5.2 Innenstadt Coesfeld
 - 5.3 Einzugsgebiet
 - 5.4 Standortbesichtigung
 - 5.5 Statistiken
 - 5.6 Zielgruppenschwerpunkte
6. Gastronomisches Angebot
 - 6.1 Kartierung
 - 6.2 Gastronomische Zentren
 - 6.3 Bewertung der Gastronomie
 - 6.4 Gastrotipps
7. Gastronomische Standortpotenziale
 - 7.1 Kopplungspotenziale
 - 7.2 Frequenzen
 - 7.3 Interviews
 - 7.4 Innentatdialog
 - 7.5 Online-Umfrage
 - 7.6 Mietpotenzial
8. Fazit
9. Rahmenbedingungen
10. Leitidee
11. Skizzierung möglicher Nutzungsmodelle
12. Verortungsansätze
13. Handlungsempfehlung



1. Anlass und Erfordernis

1. Anlass und Erfordernis

Anlass

- Ermöglichung einer konkurrenzfähigen Stadt mit qualitativem und attraktivem Nutzungsmix aus Einzelhandel, Gastronomie und Freizeitangeboten
- Gastronomisches Angebot, Angebotsvielfalt im Einzelhandel und Möglichkeiten zum Bummeln und Verweilen als wichtigste Aspekte für die Coesfelder Innenstadt
- Erhöhung der Anzahl und der Vielfalt von Gastronomieangeboten
- Ansiedlung qualitativer Gastronomie, wie Restaurants, Fine-Dining-Restaurants, Café, Biergarten, Bar
- Reduzierung der Leerstände



1. Anlass und Erfordernis

Erfordernis

- Gastronomische Standortbewertung
- Analyse des gastronomischen Angebotes
- Erhebung und Untersuchung gastronomischer Potenziale
- Herausarbeitung von Alleinstellungsmerkmalen
- Erstellung einer Leitidee
- Schaffung von Verortungsansätzen
- Gastronomische Basis zur Einbindung von Politik, Gastronomen, Eigentümern und sonstigen Akteuren





2. Basisunterlagen

2. Basisunterlagen

Dokument

Diverse Presseartikel
Diverse Statistiken
Aktuelle Entwicklungen
Außengastronomische Sondernutzungen
Erhebung Bestandsdaten
Fahrradtourismus
Flächenpotenziale Gastronomie
Innenstadtstrategie
Mietpreise Innenstadt
Einzelhandelskonzept
Sondernutzungsordnung
Mobilitätskonzept
Gestaltungssatzung
Übersicht Gastronomen
Integriertes Handlungs- und Maßnahmenkonzept Innenstadt
Grundstücksmarktbericht
Stellplatzsatzung
Klimaschutzkonzept
Passantenfrequenzen

Herausgeber

Verschiedene
Stadt Coesfeld, Innenstadtstrategie. Wegweiser Kommune
Stadt Coesfeld
Stadt Coesfeld
Stadt Coesfeld
Münsterland e.V.
Stadt Coesfeld
Stadt+Handel
Stadt Coesfeld
Stadt+Handel
Stadt Coesfeld
Stadt Coesfeld
Stadt Coesfeld
Stadt Coesfeld
Stadt Coesfeld
Kreis Coesfeld
Stadt Coesfeld
Stadt Coesfeld
IHK Münsterland

Erstellung

Diverse
Diverse
Mai '23
Mai '23
September '22
März '23
Juli '23
März '22
Diverse
April '23
September '06
Juni '23
Juli '19
Mai '20
Dezember '13
März '23
Oktober '13
September '18
November '18/'20/'22

A photograph of a cobblestone town square with red brick buildings and a central fountain area. The square is paved with light-colored cobblestones. In the center, there is a small fountain area with a central sculpture and several spherical ornaments. The buildings are multi-story, red brick structures with gabled roofs and many windows. Some buildings have signs, including one that says "Central". A large tree is visible in the foreground on the right side. The sky is overcast.

3. Innenstadt Vision

3. Innenstadt Vision

- Gemeinsam gestalten: Taskforce Innenstadt
 - Ausgründung eines Innenstadtnetzwerks mit regelmäßigem Austausch
- Aktives Leerstandsmanagement
 - Proaktive Beratung und Unterstützung bei der Vermittlung von Leerständen
 - Suche nach geeigneten Nutzern
- Stärkung der Angebots- und Funktionsstruktur der Innenstadt
 - Sicherung des bestehenden Angebots und Unterstützung der/von Ansiedlungsbestrebungen für Gastronomie
- Attraktive Gestaltung der Innenstadt
- Anstoßen von Transformationsprozessen
 - Unterstützung moderner, innovativer Ideen
- Stärkung von Veranstaltungen, Kultur und Marketing
- Begrünung der Innenstadt
- Regionalität und Authentizität als Profil



A photograph of an outdoor cafe setting. On the left, a large mural of Charlie Chaplin's iconic 'The Tramp' character is mounted on a brick wall. In the foreground, two women are seated at a wooden table, engaged in conversation. The table is set with glasses and a black bag. To the right, another woman is visible through a glass door, working behind a counter. The scene is illuminated by warm, ambient lighting, including string lights visible through the doorway. The overall atmosphere is cozy and urban.

4. Bedeutung der Gastronomie für die Innenstadt der Zukunft

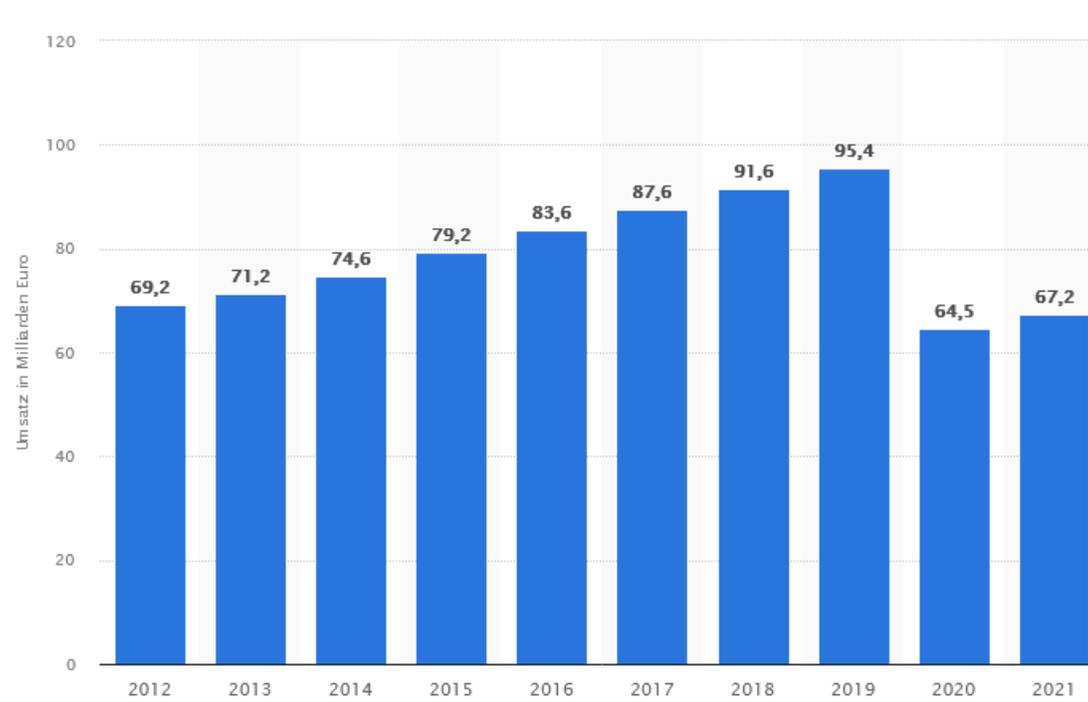
4. Bedeutung der Gastronomie für die Innenstädte der Zukunft



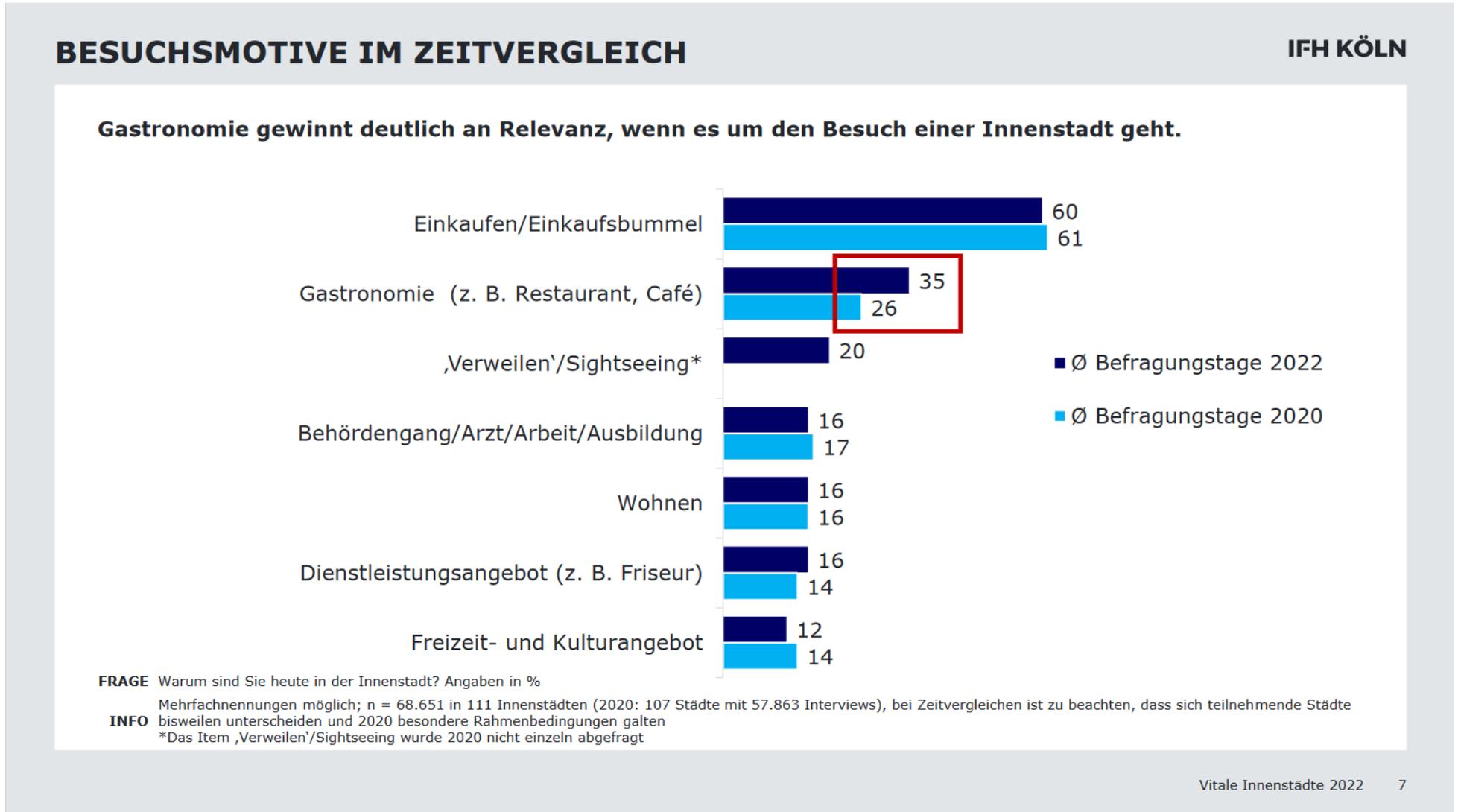
Quelle: Progacon (eigene Darstellung)

4. Bedeutung der Gastronomie für die Innenstädte der Zukunft

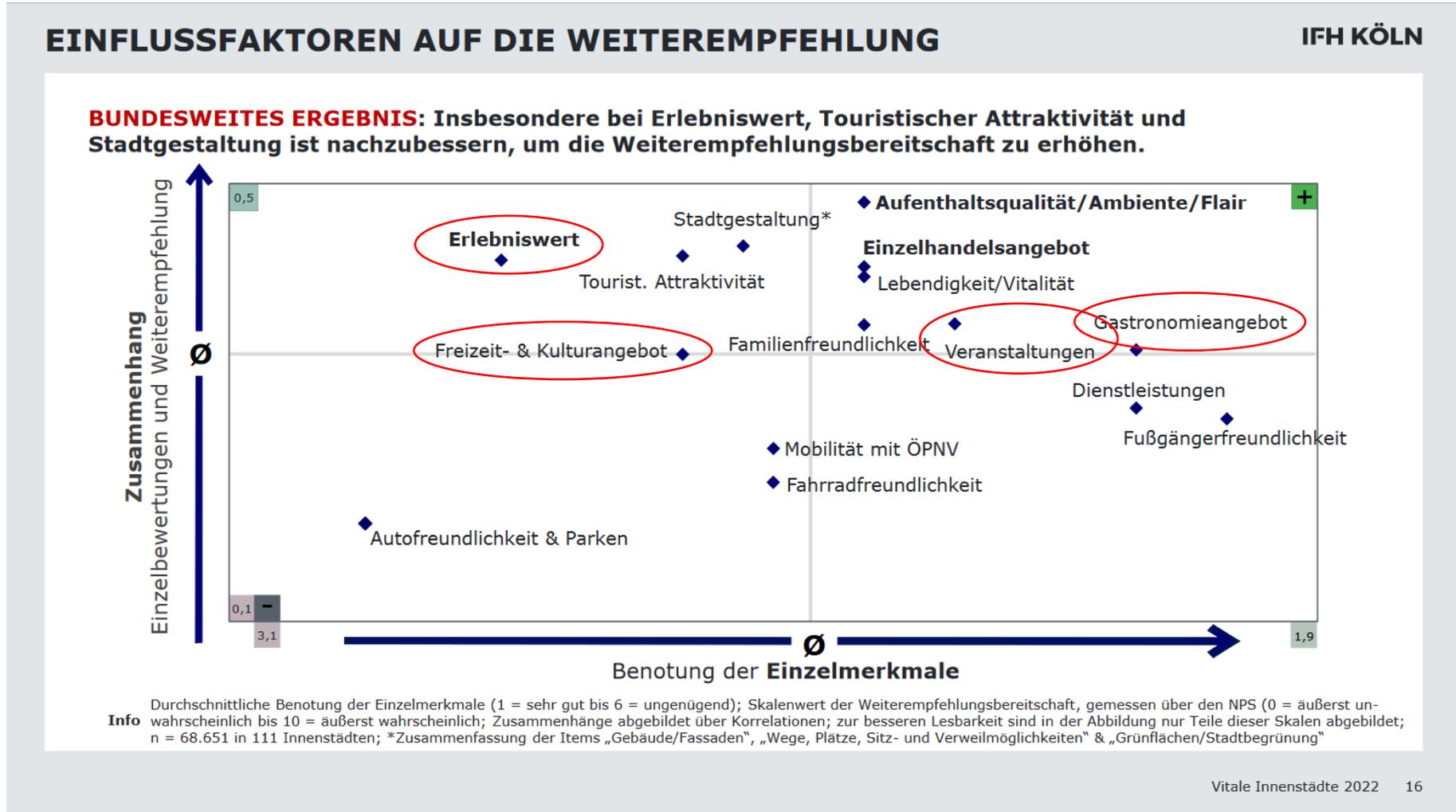
Umsatz im Gastgewerbe in Deutschland von 2012 bis 2021 (in Milliarden Euro)



4. Bedeutung der Gastronomie für die Innenstädte der Zukunft



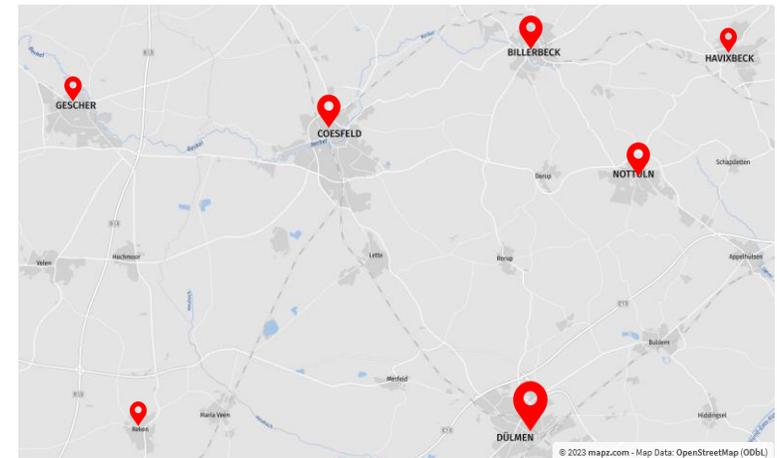
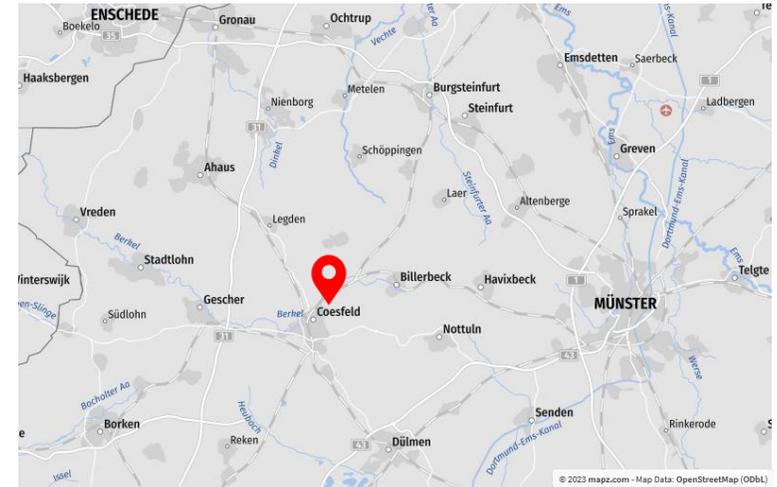
4. Bedeutung der Gastronomie für die Innenstädte der Zukunft



5. Standortinformationen

5.1 Stadt Coesfeld

- Kleine Mittelstadt im Münsterland
- 37.030 Einwohner (Stand 31.12.2022)
- Kreis Coesfeld mit 224.692 Einwohnern (Stand 31.12.2022)
- Münster und Enschede als größere regionale Zentren
- Nah an der holländischen Grenze
- Kulturangebot vorhanden (Konzert Theater, Bürgerhalle, Fabrik, Freilichtbühne, Museen)
- Bildungs- und Industriestadt
 - Volkshochschule
 - Berufskollege
 - Allgemeinbildende Schulen
 - Textilproduktion, Fleischverarbeitung, Lebensmittelgewerbe, Spezialmaschinenbau, Möbelindustrie, Baustoffindustrie
- Zahlreiche Vereine und gemeinnützige Organisationen
- Diverse Grünflächen im und um den Innenstadtkern
- Ist als Behörden-, Dienstleistungs- und Einkaufsstadt bekannt



5.2 Innenstadt Coesfeld

- 2.908 Einwohner im Innenstadtbereich (Stand 28.06.2023)
- Das Zentrum zeichnet sich durch Kompaktheit und kurze Wege aus
- Umfangreicher Bestand an Gebäuden aus den 1950er, 1960er und 1990er Jahren
- Besondere Gebäude: Walkenbrückentor und Stadtmuseum, Lamberti- und Jakobikirche, Pulverturm, ehem. Schloss



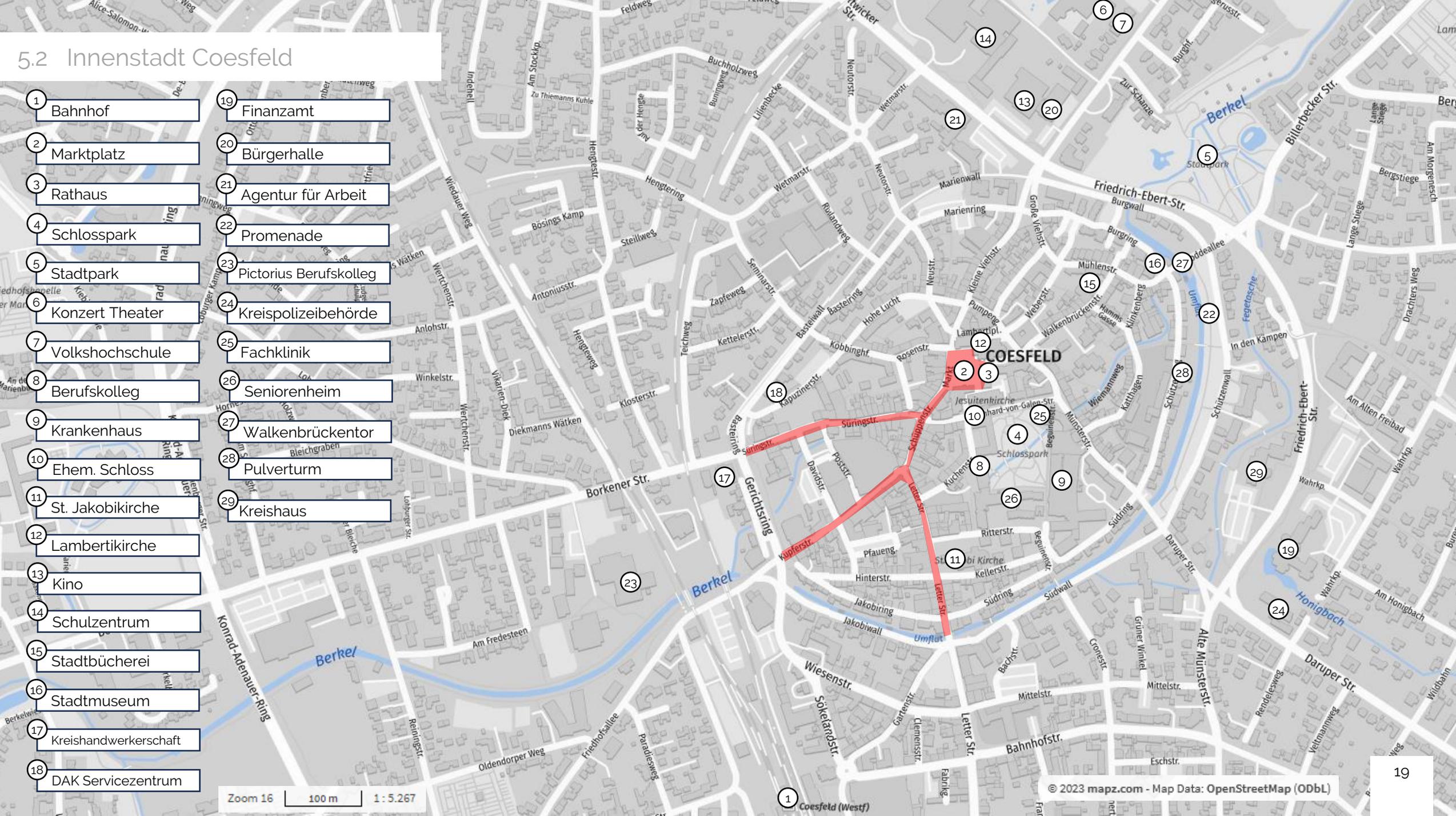
Quelle: Stadt Coesfeld
Quelle Bilder volnur: Komoot, Münsterland e.V.



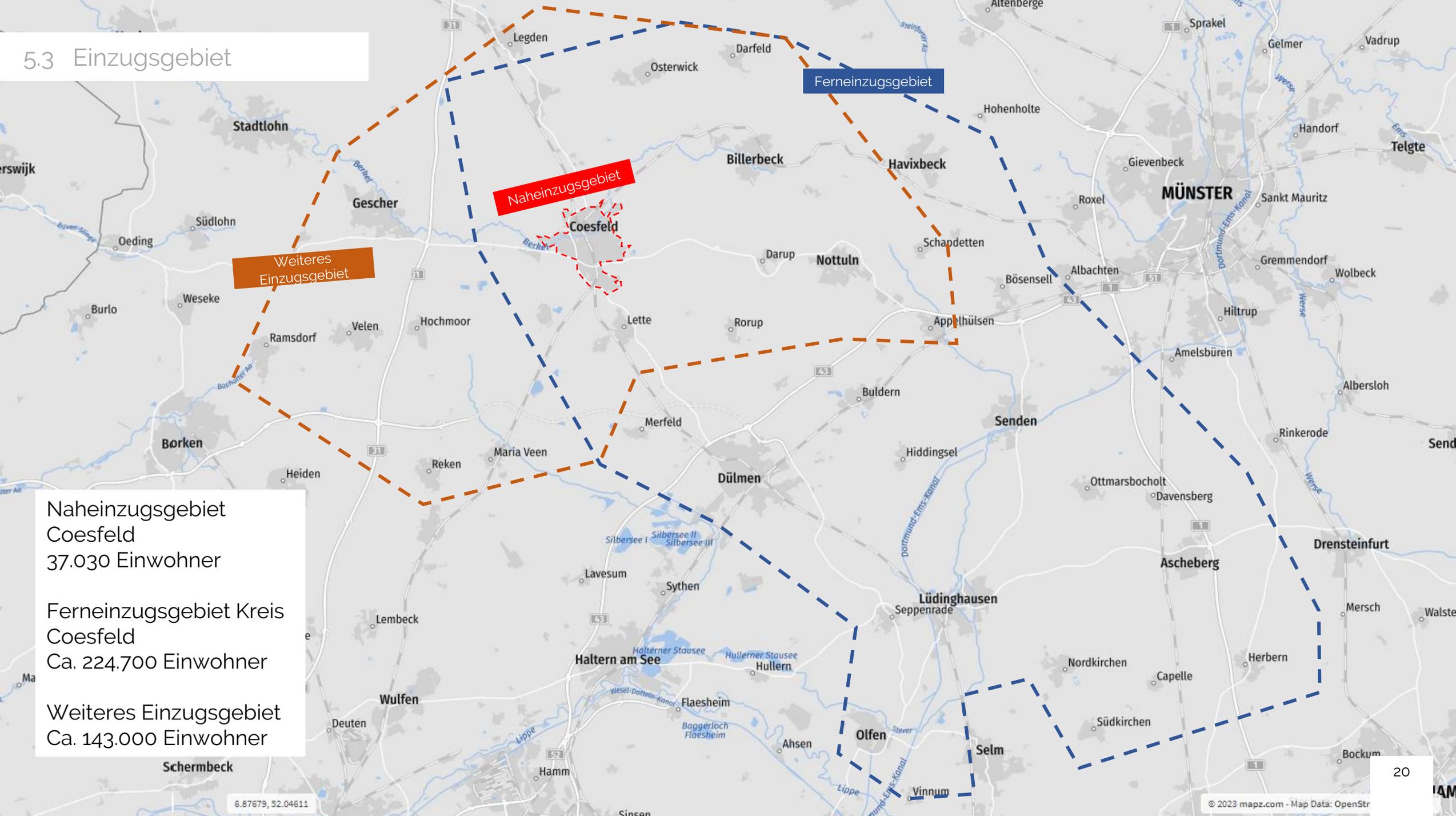
5.2 Innenstadt Coesfeld

- 1 Bahnhof
- 2 Marktplatz
- 3 Rathaus
- 4 Schlosspark
- 5 Stadtpark
- 6 Konzert Theater
- 7 Volkshochschule
- 8 Berufskolleg
- 9 Krankenhaus
- 10 Ehem. Schloss
- 11 St. Jakobikirche
- 12 Lambertikirche
- 13 Kino
- 14 Schulzentrum
- 15 Stadtbücherei
- 16 Stadtmuseum
- 17 Kreishandwerkerschaft
- 18 DAK Servicezentrum
- 19 Finanzamt
- 20 Bürgerhalle
- 21 Agentur für Arbeit
- 22 Promenade
- 23 Pictorius Berufskolleg
- 24 Kreispolizeibehörde
- 25 Fachklinik
- 26 Seniorenheim
- 27 Walkenbrückentor
- 28 Pulverturm
- 29 Kreishaus

Zoom 16 100 m 1:5.267



5.3 Einzugsgebiet



Naheinzugsgebiet
Coesfeld
37.030 Einwohner

Ferneinzugsgebiet Kreis
Coesfeld
Ca. 224.700 Einwohner

Weiteres Einzugsgebiet
Ca. 143.000 Einwohner

5.4 Standortbesichtigung

- Positiv wahrgenommene Gesamtsituation
- Gute Parksituation
- Größtenteils attraktive Fassaden
- Sauberes Stadtbild
- Attraktive und einheitliche Außenwerbung am Marktplatz (Schnellrestaurants fallen negativ auf)
- Älteres Publikum und Familien
- Wohnnutzung und Arbeiten in den Obergeschossen
- Kurze Wege
- Vielfältiger Einzelhandel und Filialisten
- Ansprechende Außenflächen auf Plätzen (z.B. Marktplatz), darüber hinaus oftmals wenig Platz für Außengastronomie
- Vereinzelter Leerstand
- Diverses gastronomisches Angebot mit vielen Bäckereien

Stattgefunden am 24.05.2023



5.4 Standortbesichtigung



5.4 Standortbesichtigung

Bahnhofsumfeld

- Bahnhof "gefühl" außerhalb des Innenstadtbereiches
- Attraktive Neugestaltung des Bahnhofes
- Vereinzelte Gastronomie im direkten Umfeld
- Unübersichtliche/wenig einladende Zuwegung zwischen Innenstadt und Bahnhof
- Großer Parkplatz gegenüber dem Bahnhof

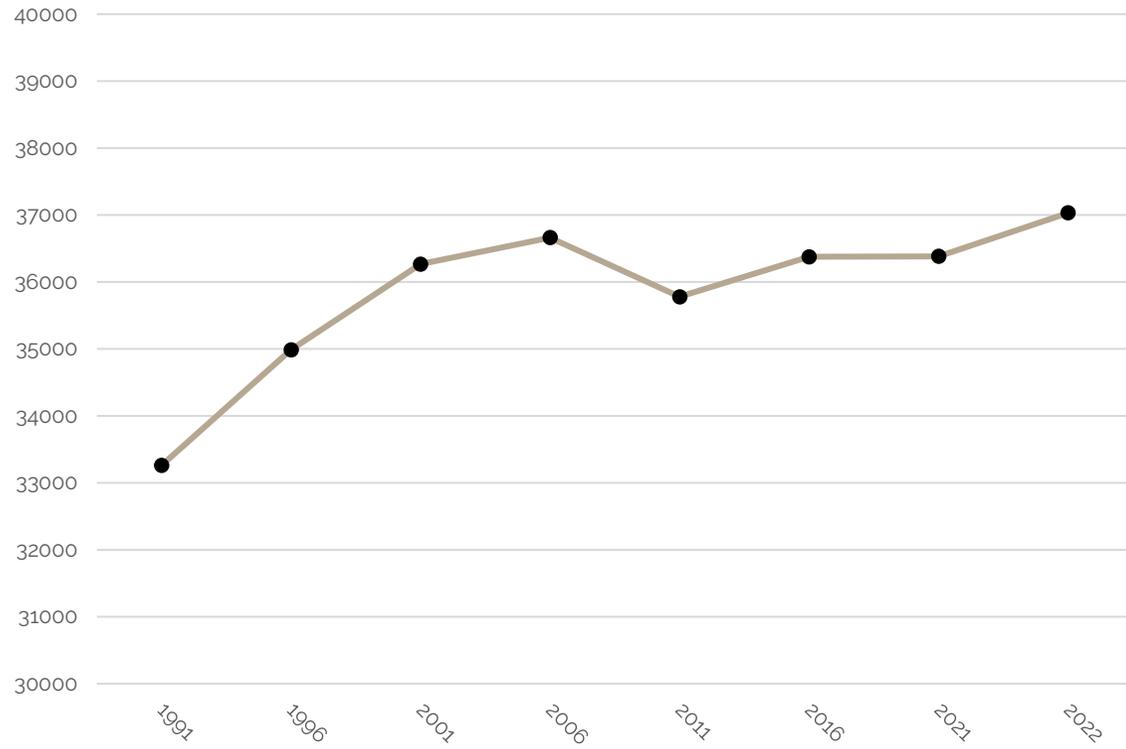


5.4 Standortbesichtigung

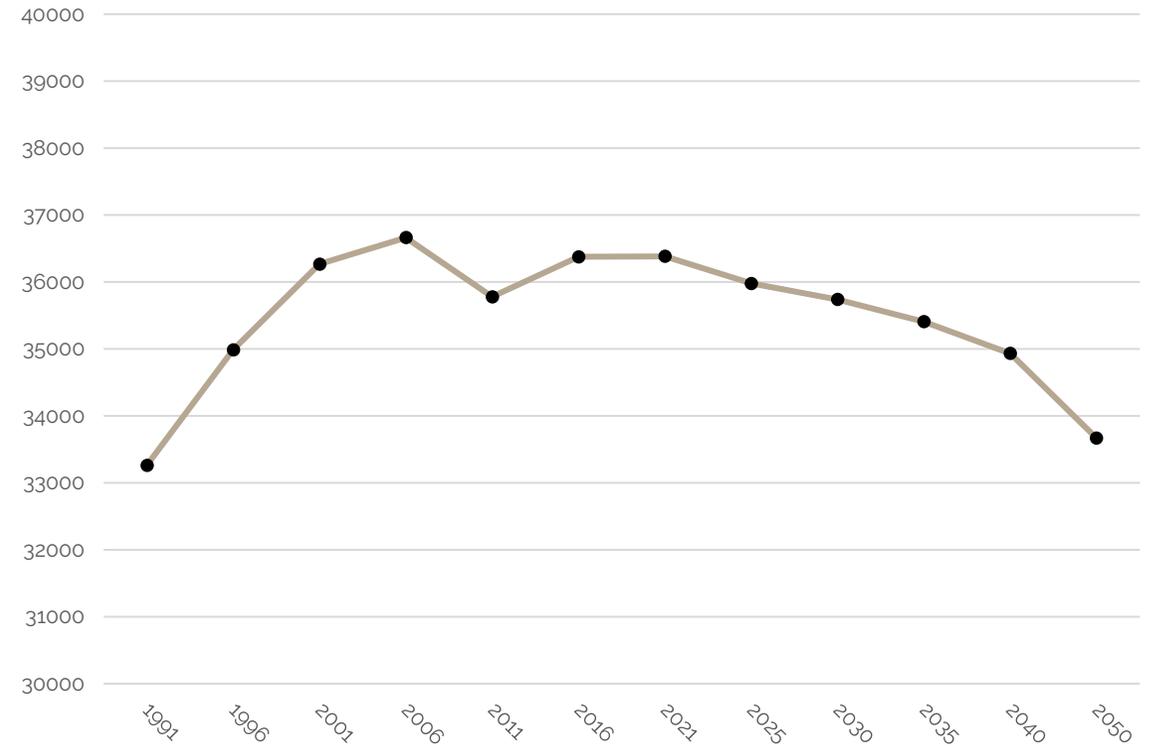


5.5 Statistiken

Einwohnerentwicklung Coesfeld ¹⁾



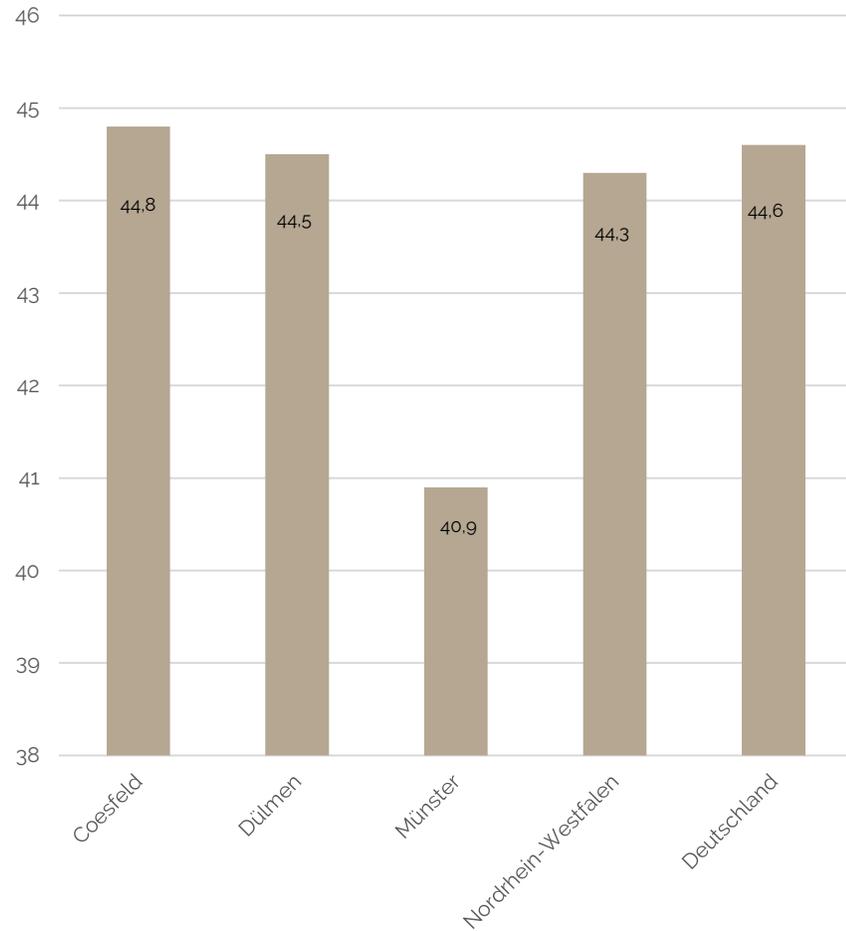
Einwohnerprognose Coesfeld ²⁾



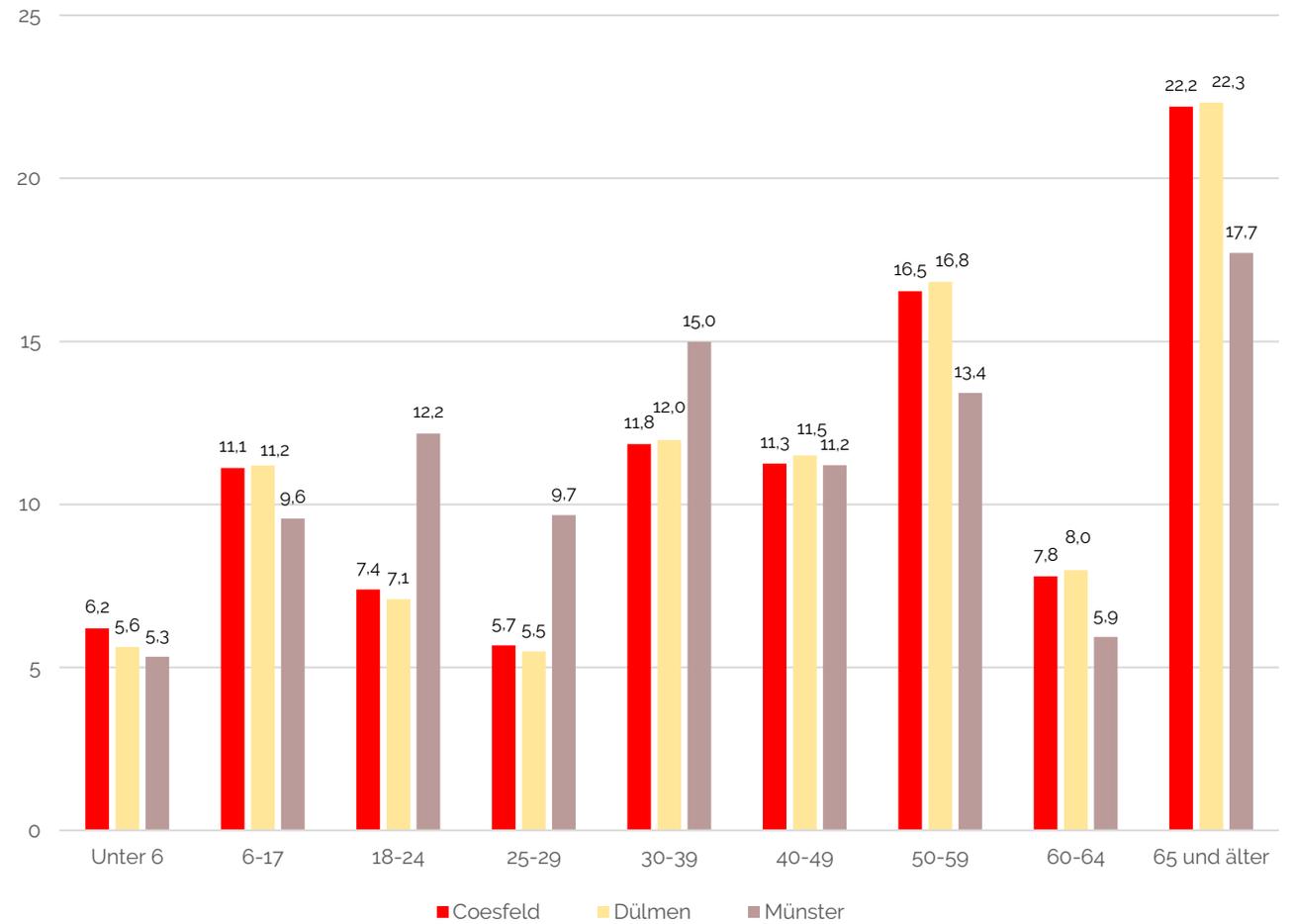
Quelle 1: IT.NRW
Quelle 2: Landesdatenbank NRW

5.5 Statistiken

Durchschnittsalter ^{1), 2), 3)}



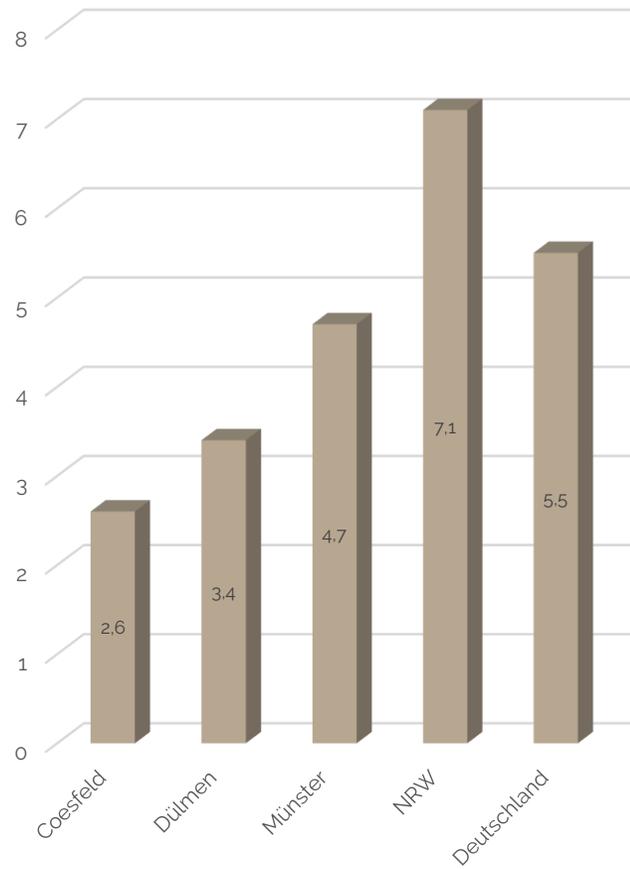
Altersgruppen ⁴⁾



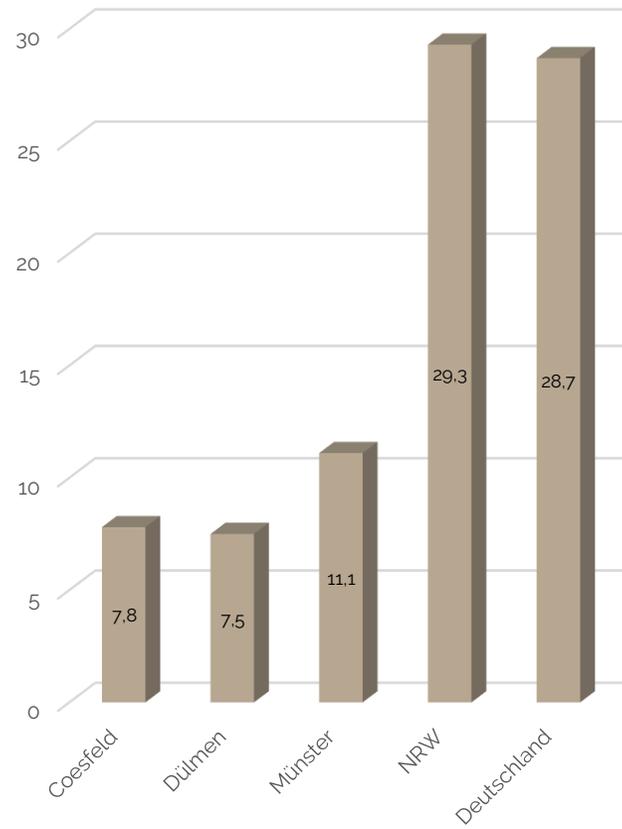
Quelle 1: Urbistat
 Quelle 2: Demografieportal
 Quelle 3: Destatis
 Quelle 4: IT.NRW

5.5 Statistiken

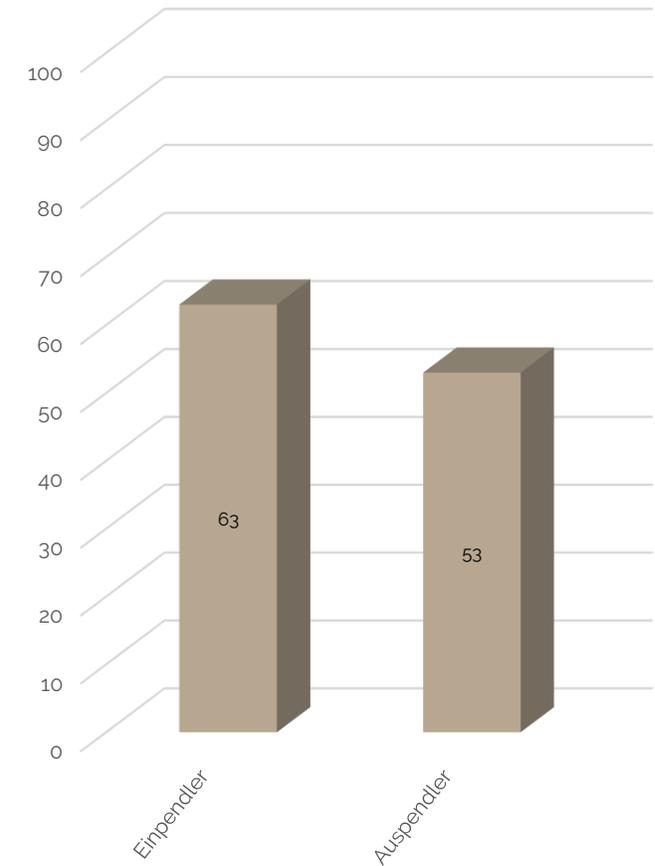
Arbeitslosenquote ^{1), 2), 3)}



Einwohner mit Migrationshintergrund ^{1), 4), 5), 6)}



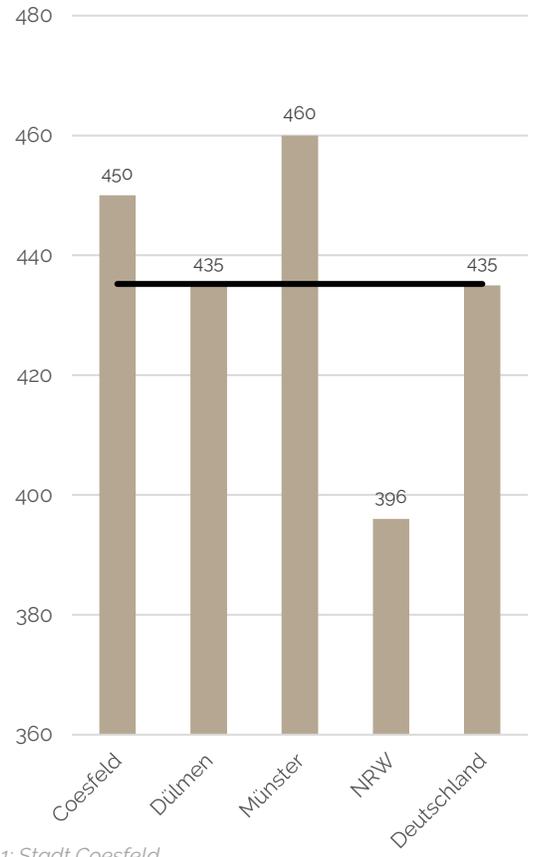
Pendlerstatistik ⁷⁾



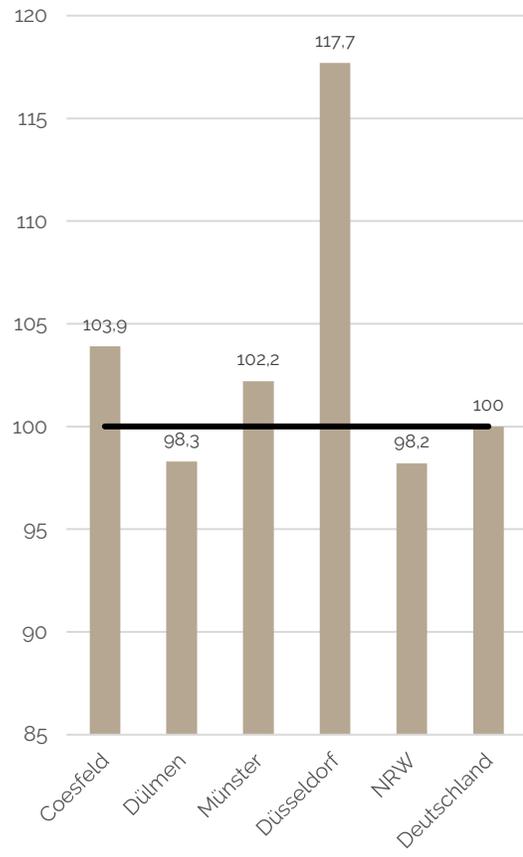
Quelle 1: Stadt Coesfeld
Quelle 2: Buseiness Standorte Dülmen
Quelle 3: Arbeitsagentur
Quelle 4: IT.NRW
Quelle 5: bpb
Quelle 6: Stadt Münster
Quelle 7: Stadt und Handel

5.5 Statistiken

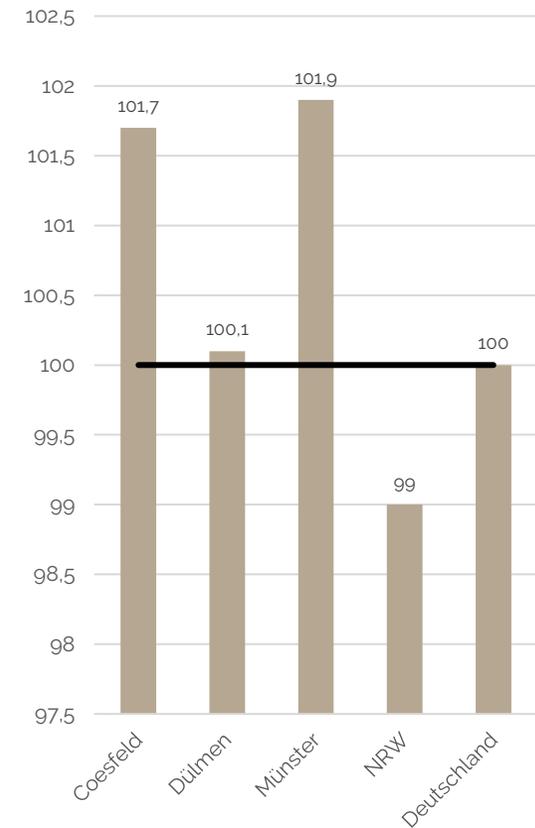
Gewerbsteuerhebesatz ^{1), 2)}



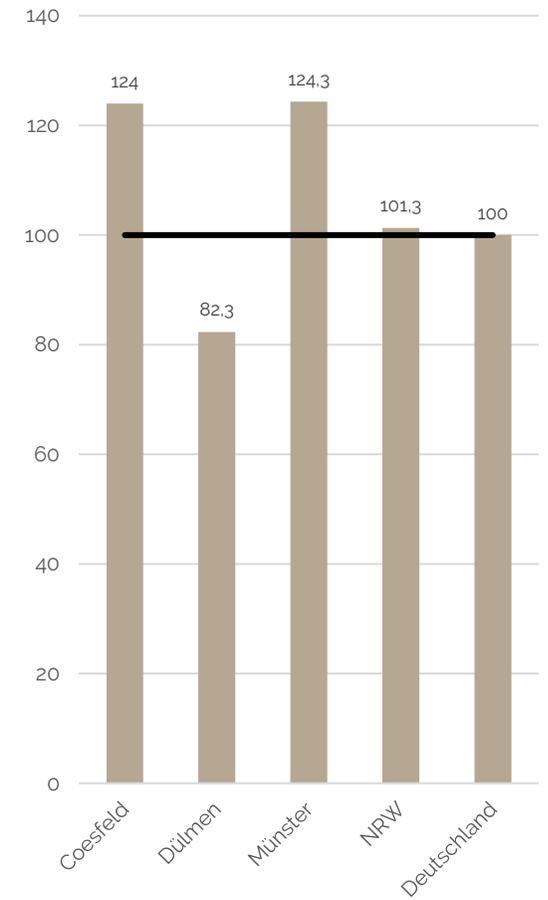
Allgemeine Kaufkraft ³⁾



Einzelhandelsrelevante Kaufkraft ^{4), 5), 6), 7)}

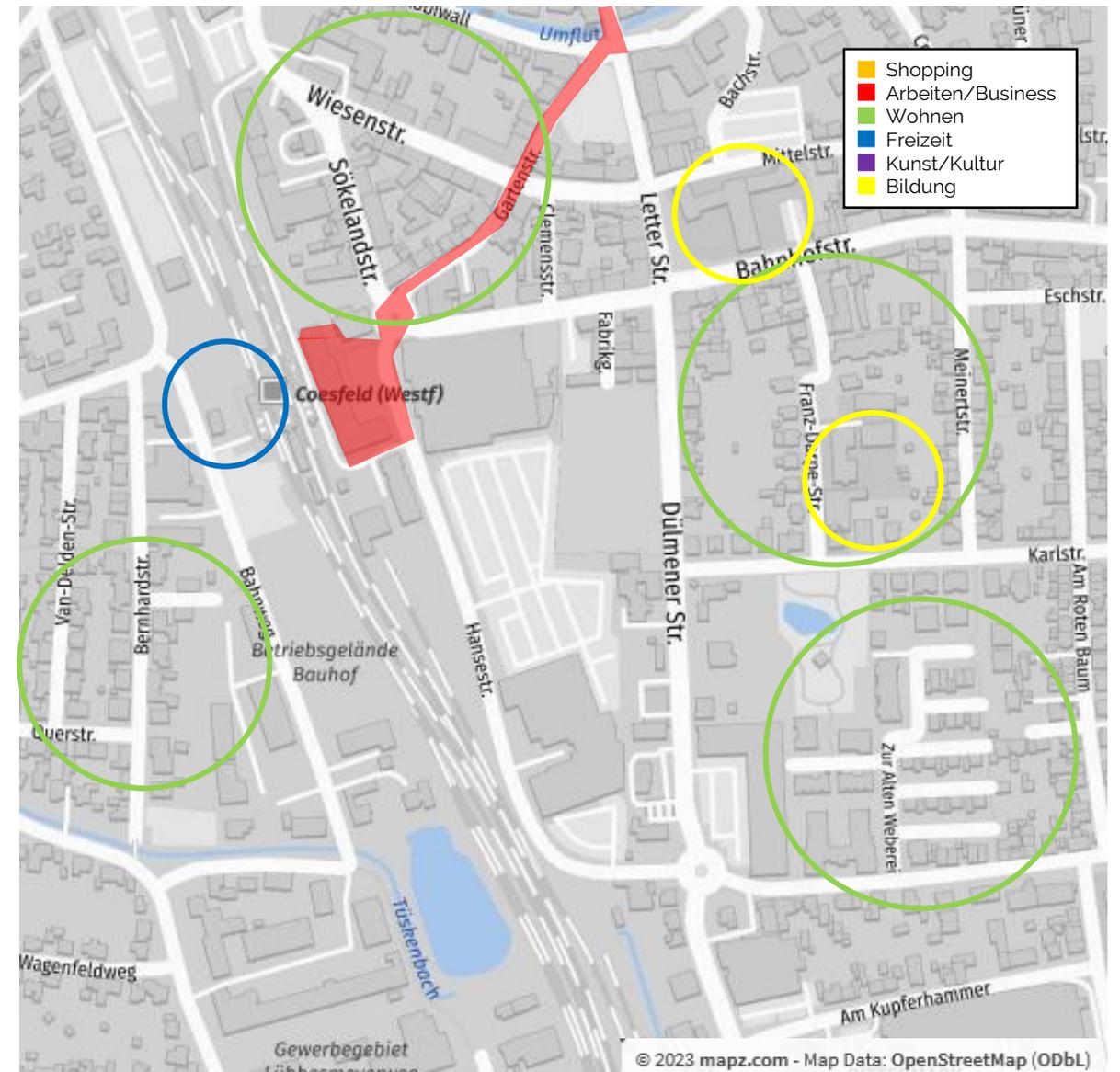
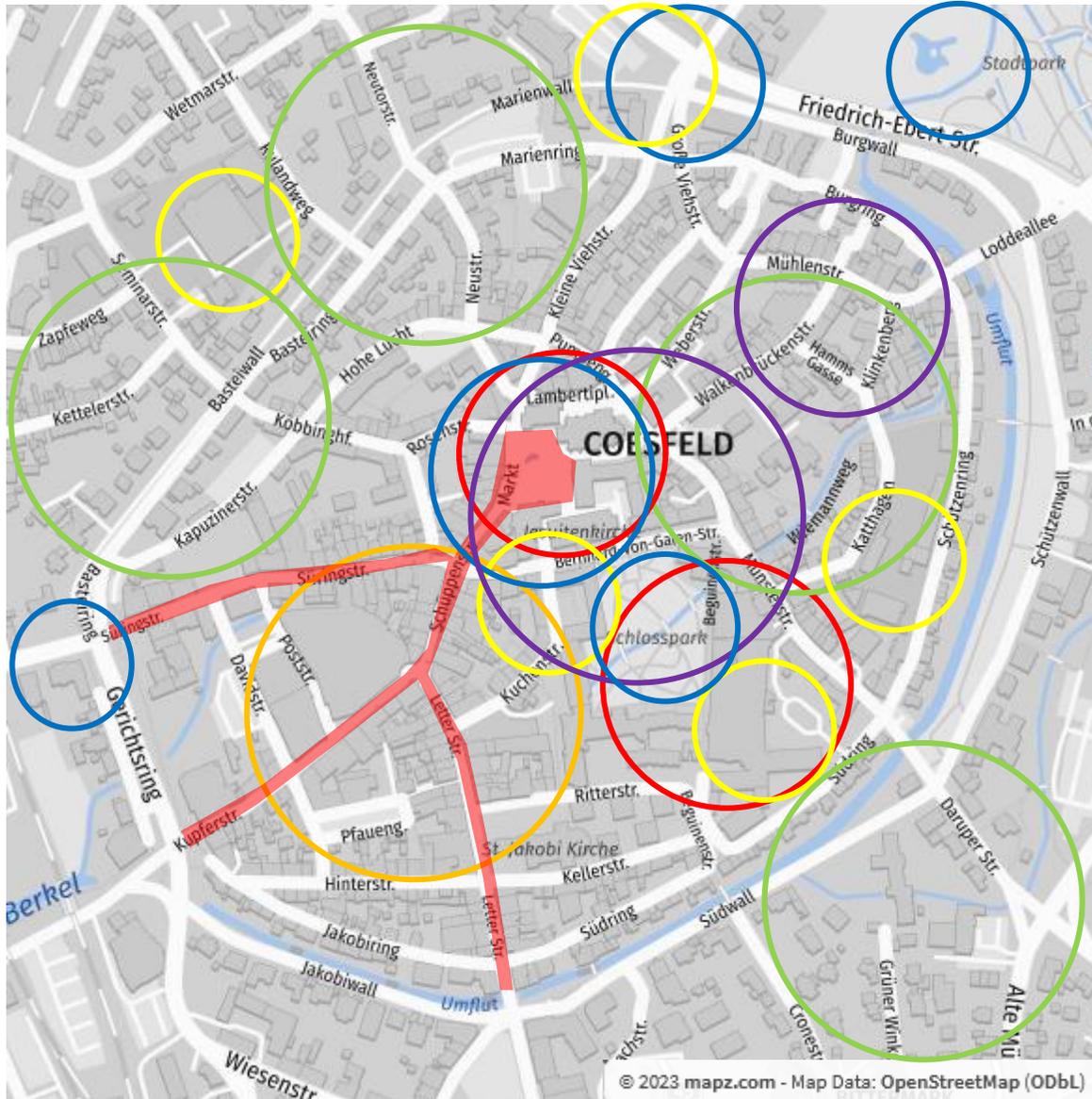


Zentralität ^{6), 7), 8), 9)}



Quelle 1: Stadt Coesfeld
 Quelle 2: DIHK
 Quelle 3: MB Research
 Quelle 4: Stadt Coesfeld
 Quelle 5: Stadt Dülmen
 Quelle 6: wfm Münster
 Quelle 7: IHK Mittlerer Niederrhein
 Quelle 8: Stadt und Handel
 Quelle 9: IHK

5.6 Zielgruppenschwerpunkte



6. Gastronomisches Angebot



6.1 Kartierung

Definition Betriebstypen



Restaurant

Speisen und Getränke, Fokus auf Verzehr vor Ort, höherer Anspruch an Service und Küche als in Schnellrestaurant/Imbiss



Imbiss

Klein, wenig bis keine Sitzgelegenheiten, einfach vorbereitete Speisen, Getränke, Fokus To-Go



Schnellrestaurant

Schneller Service, begrenztes Speisen- und Getränkeangebot, oft Selbstbedienung, mehr Sitzplätze als ein Imbiss



Bistro

Klein, Kaffee, Getränke, Speisen, einfache Ausstattung, lädt zum Verweilen ein



Bäcker

Backwaren, Heißgetränke, Fokus To-Go, manchmal kleiner Bereich zum Verzehr vor Ort



Café

Backwaren und Konditorerzeugnisse, für Verzehr vor Ort, aber auch To-Go, Getränke, kalte und warme Snacks



Eisdiele/-café

Speiseeis und kleines Sortiment an Snacks und Getränken, für den Verzehr vor Ort, aber auch To-Go



Kneipe

Fokus auf Getränken, typisch: Ausschank von Fassbier am Tresen



Bar

Getränkeorientiert (alkoholisch, nicht alkoholisch, oft Cocktails), Auswahl meist hochwertiger als in Kneipe



Discothek/Club

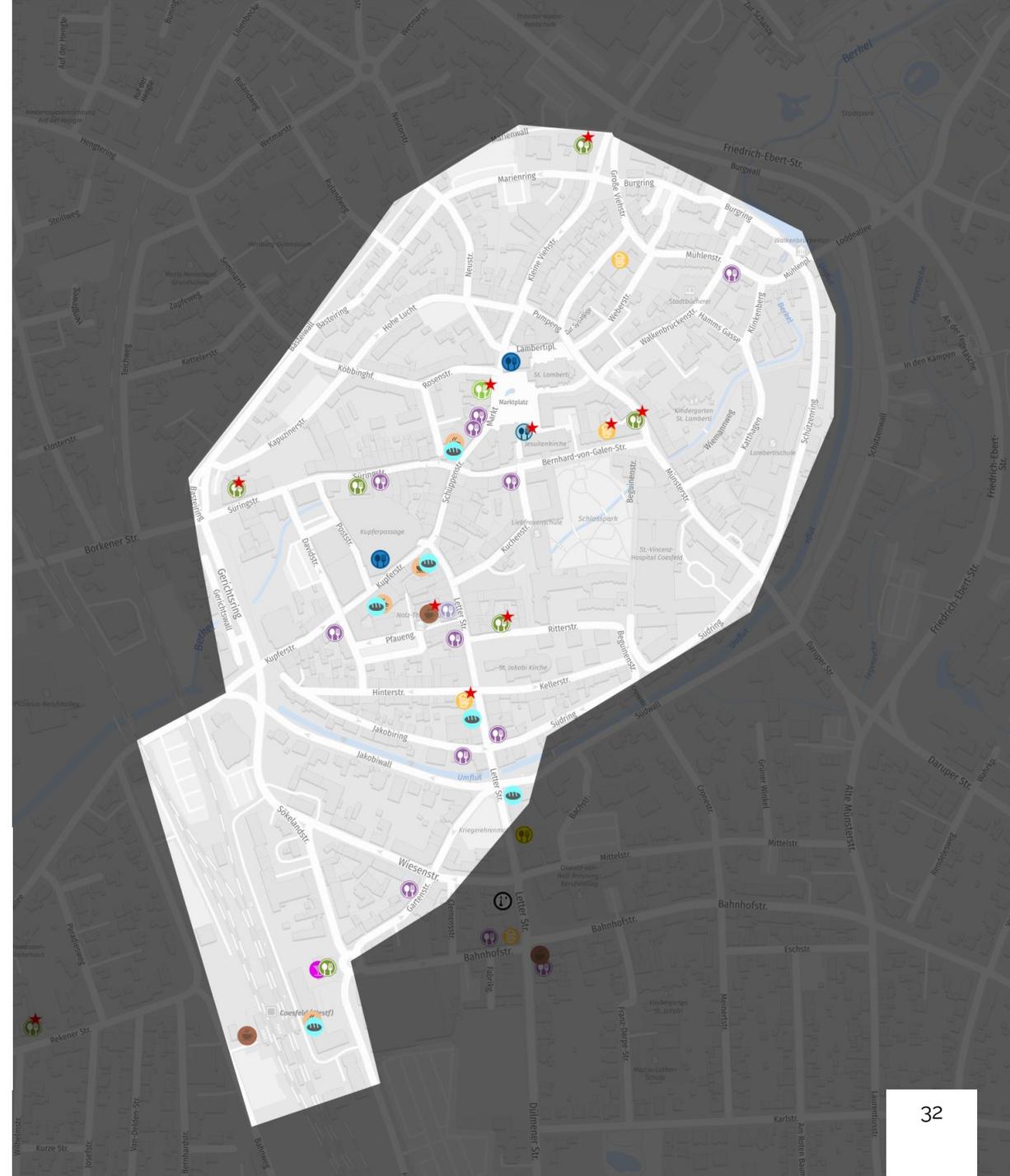
Gastronomiebetrieb mit regelmäßigen Tanzveranstaltungen. Selten Live Musik, Fokus auf Tonträger.

6.1 Kartierung

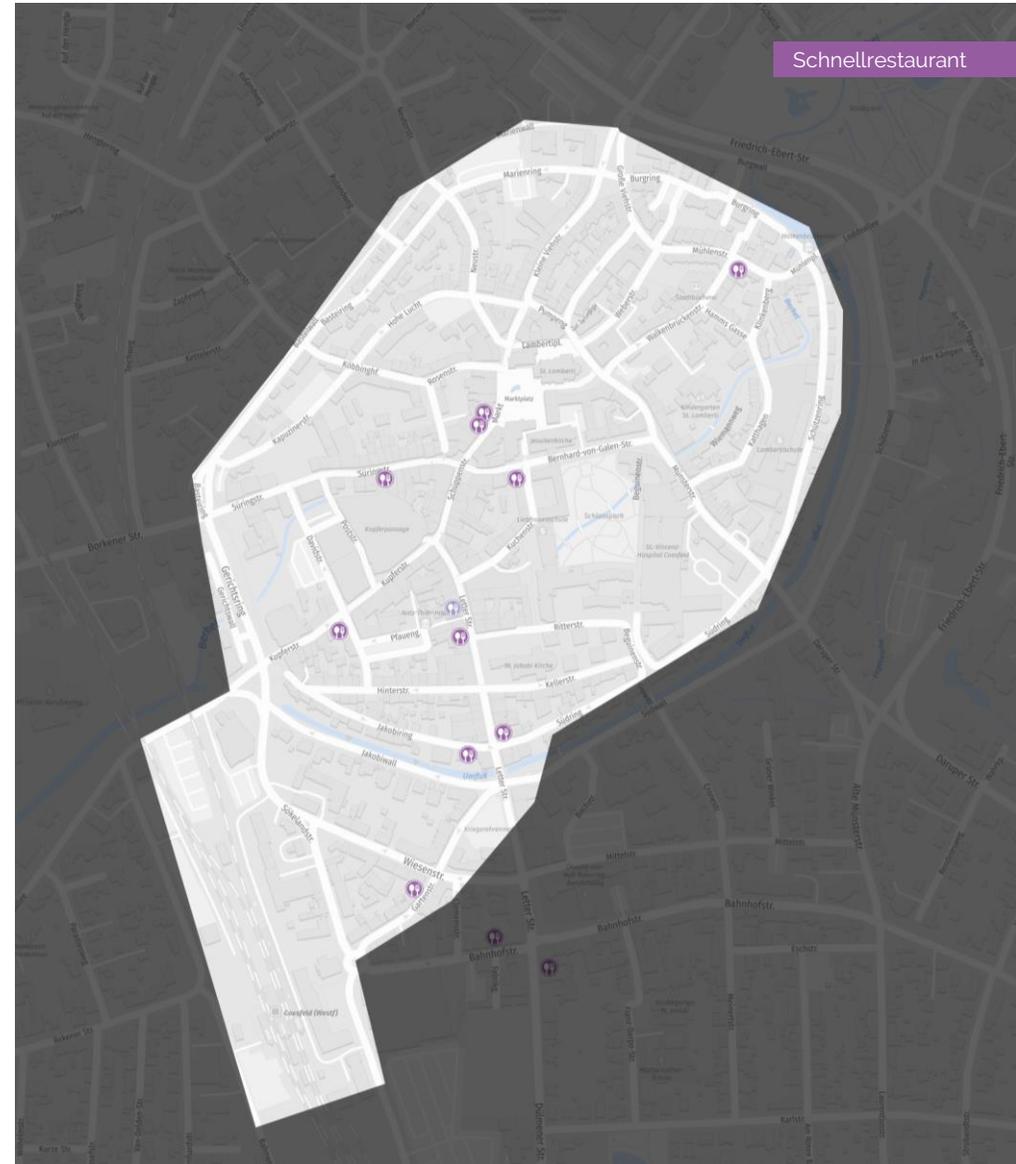
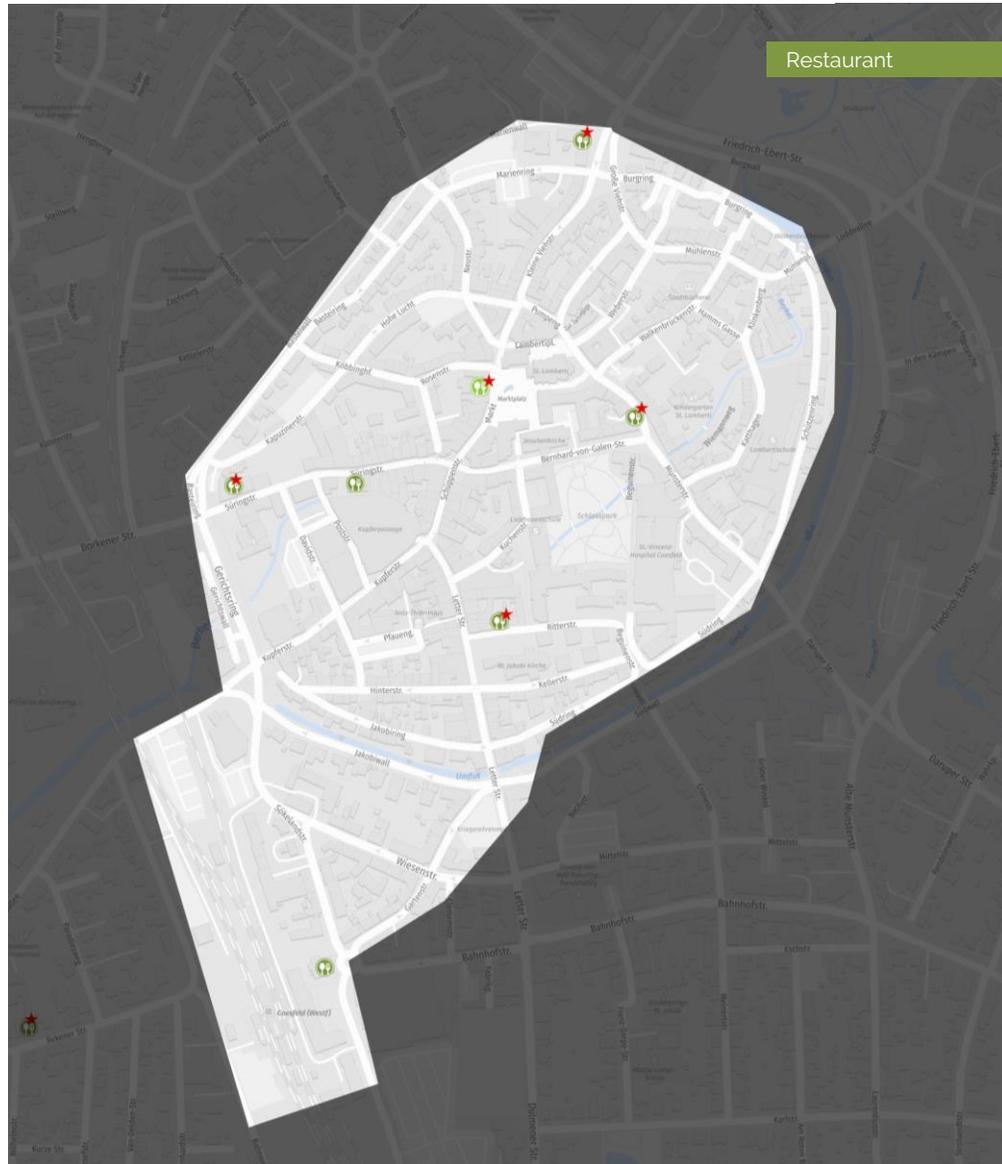
Kategorie	Individual	Systemer	Insgesamt	Davon Gastrotipps*
Restaurant	7	1	8	6
Schnellrestaurant	12	1	13	0
Imbiss	1	0	1	0
Café	3	4	7	1
Bistro	0	0	0	0
Bäcker	0	6	6	0
Eisdiele/-café	2	1	3	1
Kneipe	4	0	4	2
Bar/Lounge	1	0	1	0
Shisha Bar	1	0	1	0
Disco/Club	0	0	0	0

*Gastrotipps werden durch Bewertungen, Experteninterviews oder Berichte in Fachmagazinen/-portalen als solche gekennzeichnet

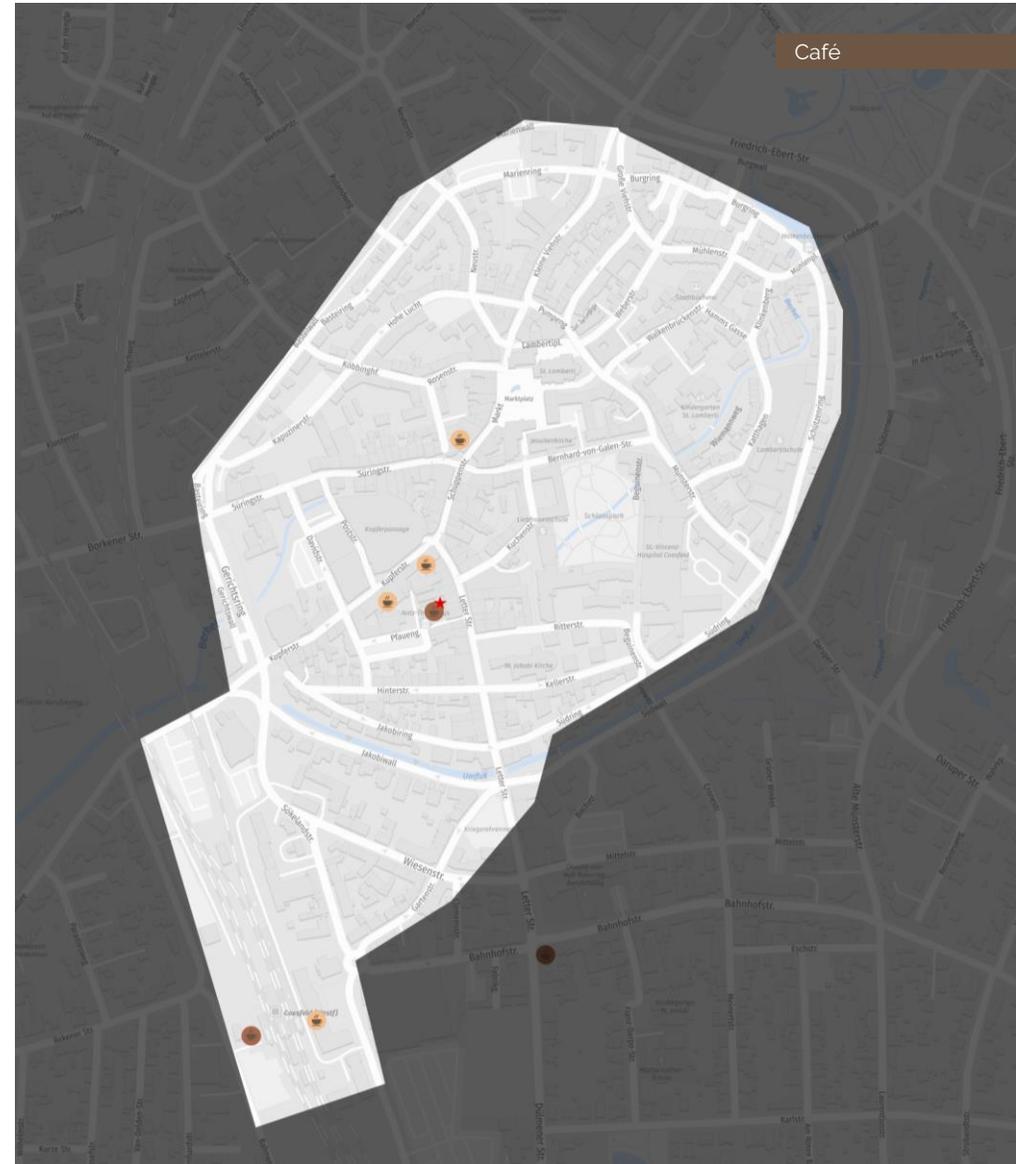
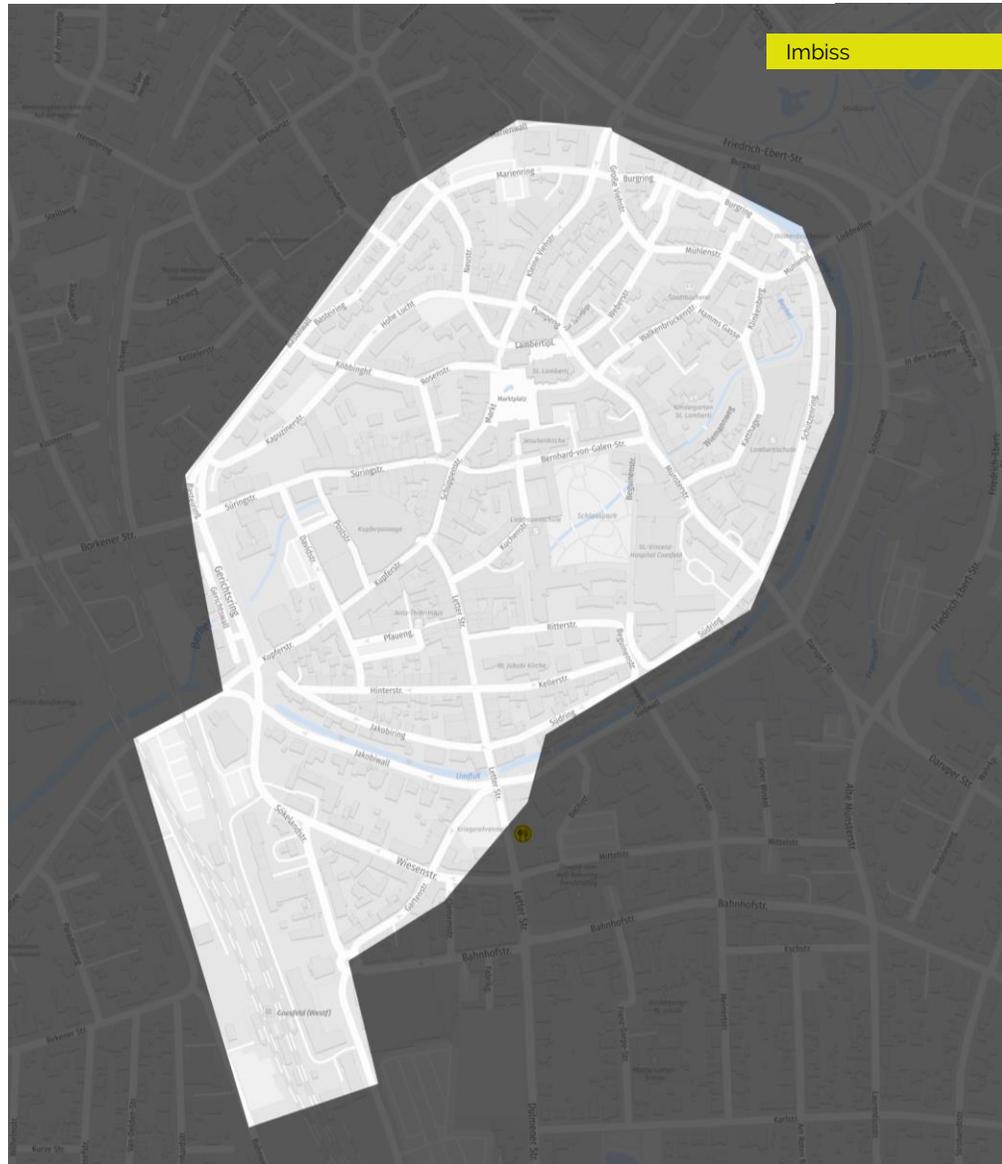
- Restaurant Systemer
- Restaurant Individual
- Imbiss Systemer
- Imbiss Individual
- Schnellrestaurant Systemer
- Schnellrestaurant Individual
- Bistro Systemer
- Bistro Individual
- Bäcker Systemer
- Bäcker Individual
- Café Systemer
- Café Individual
- Eisdiele/-café Systemer
- Eisdiele/-café Individual
- Kneipe
- Bar/Lounge
- Shisha-Bar
- Disco/Club/Tanzlokal
- ★ Gastro Tipp



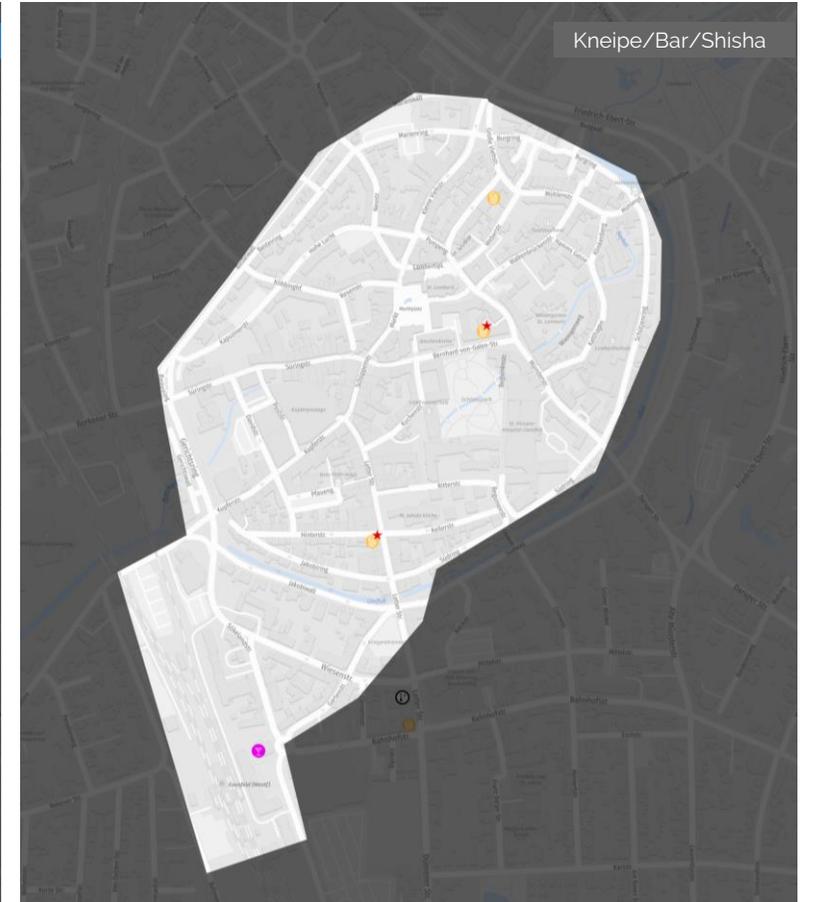
6.1 Kartierung



6.1 Kartierung



6.1 Kartierung



6.1 Kartierung

Fakten Kartierung

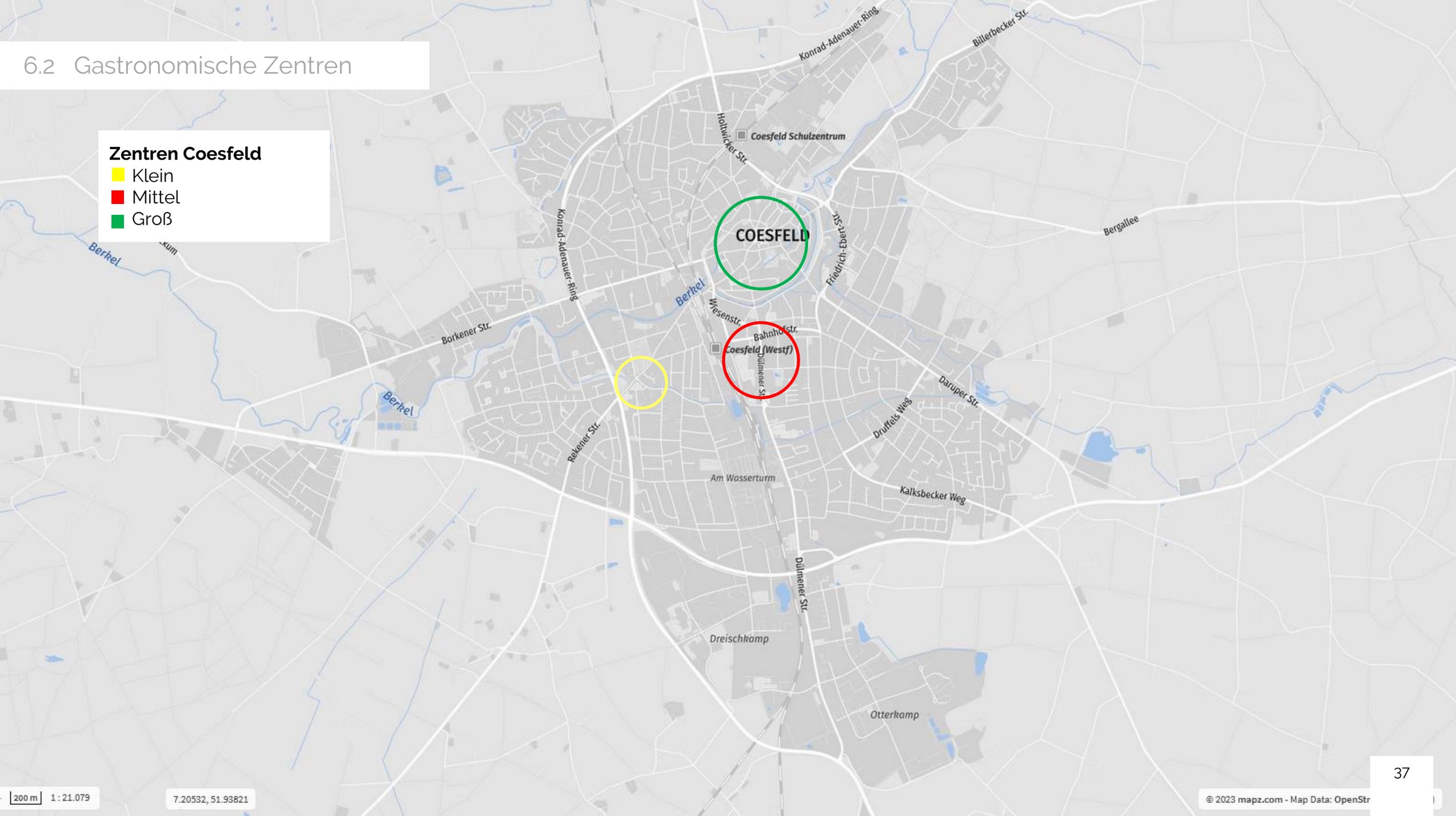
- Wenig Restaurants Systembetriebe
- Gastronomie orientiert sich auf die Hauptfrequenzlagen
- Wenig Restaurants in Hauptauflagen
- Wahrnehmung Gastronomie durch Schnellrestaurants in Hauptlagen
- B-Lagen/atmosphärische Plätze spielen bereits eine Rolle
- Keine Unterhaltung-, Tanz-, Nachtangebote – keine Disco, nur eine Bar am Bahnhof



6.2 Gastronomische Zentren

Zentren Coesfeld

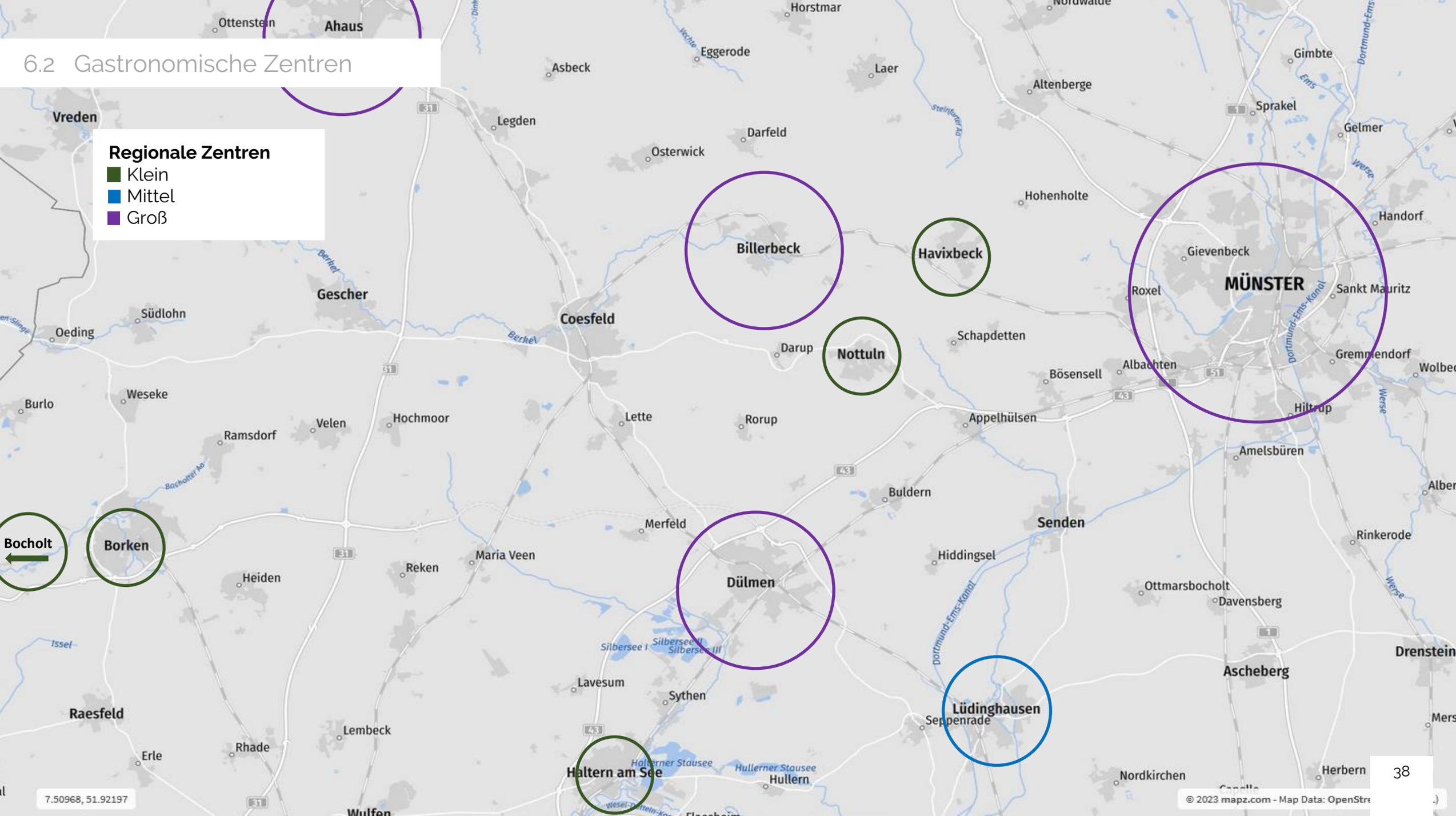
- Klein
- Mittel
- Groß



6.2 Gastronomische Zentren

Regionale Zentren

- Klein
- Mittel
- Groß



6.2 Gastronomische Zentren

Informationen aus Interviews - Region

- „Billerbeck hat eine schöne Atmosphäre mit leckerem Essen“
- „Billerbeck hat ein breit gefächertes Angebot an Gastronomie“
- „Dülmen mit Mezzomar und neuem Marktplatz ist attraktiv“
- „Dülmen nur für den Italiener (Lorenzo)“
- „Mehr Nightlife in Borken durch einfachere Auflagen“



6.3 Bewertung der Gastronomie - Zukunftstrends



Nachhaltigkeit | Zero Waste,
Plant Based, Klimaschutz



Technologie | Robotik,
Digitalisierung,
Kommunikationswege



Mitarbeiterverpflegung | Work-
Food-Balance, Snack- und
Quickservice, Take Away
Konzepte



Trends | Entspanntes Dining,
Food-Sharing, Healthy Food



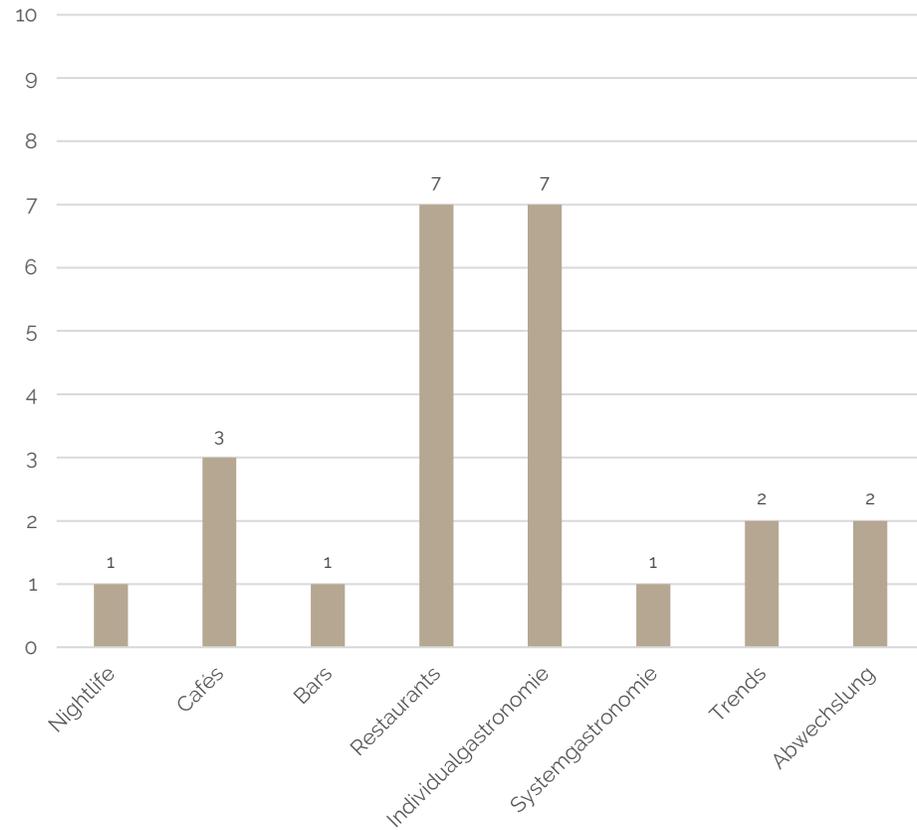
Zukunft | Cultivated Meat,
Insekten, Erlebnisorte



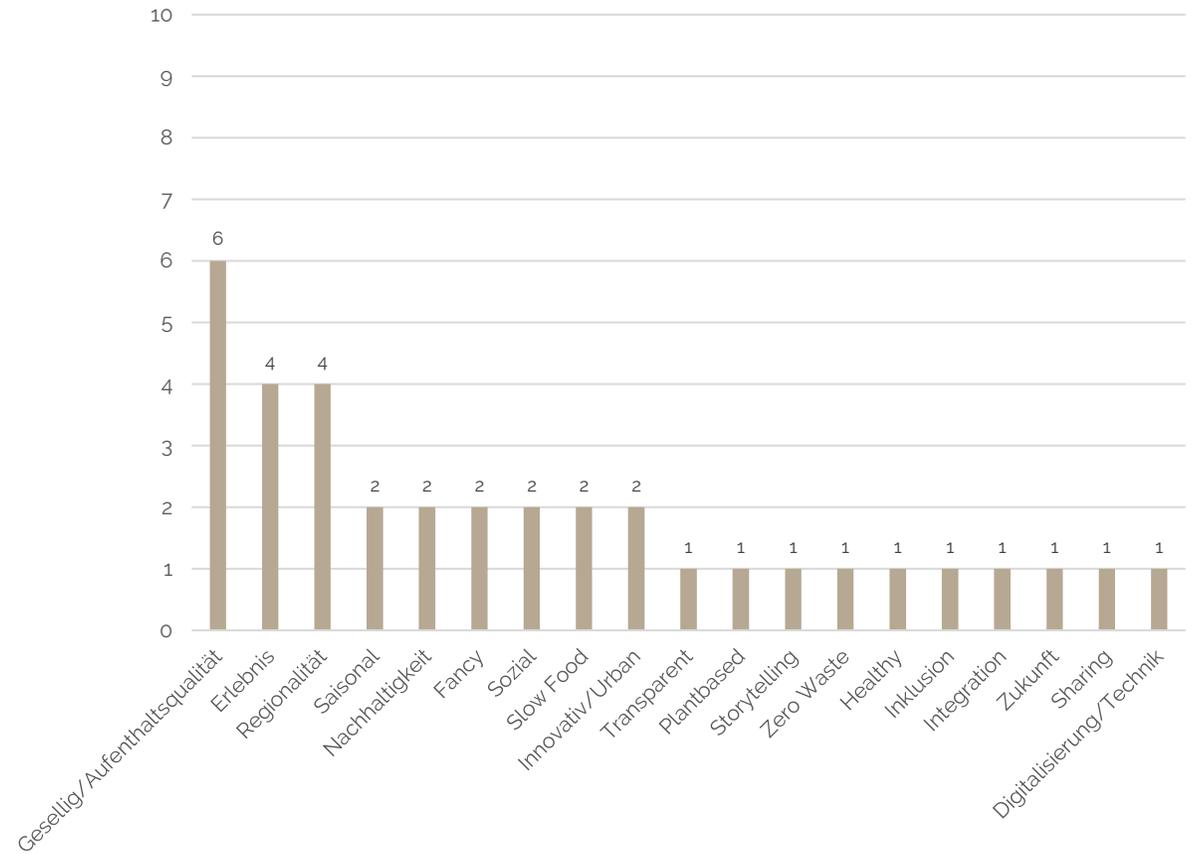
Erlebnis | Storytelling/
Glaubwürdigkeit, Entertainment,
Emotionalität

6.3 Bewertung der Gastronomie

Bewertung des gastronomischen Angebotes



Bewertung Trends und Nischen



6.4 Gastrotipps

Beispiele für Gastrotipps* im Projektumfeld in Coesfeld



KaffeeMühle | Szenekneipe mit Außenbereich und Live Musik am Schlosspark. Überdurchschnittliche Bewertung.



Café Extrablatt | Frühstück, Brunch, Restaurant. Mediterrane Küche mit Cocktailangebot und Außenbereich. Direkt am Marktplatz.



Becky's Café | Verstecktes Café mit Live Musik, regionalen Produkten und kleinem Außenbereich.



Haselhoff | Gut bürgerliche Gastronomie mit größerem Außenbereich und Hotel an der Jacobi-Kirche.



Café Central | Café am Schlosspark. Auf 2 Etagen, mit Mittagsbuffet für Arbeitnehmer und Spielecke für Kinder. Durchschnittliche Bewertung.



Burghof | Restaurant und Hotel am Stadtrand mit internationalen Gerichten und Kegelbahn. Traditionell eingerichtet. Überdurchschnittliche Bewertung



Roll'n Cone | Eiscafé am Marktplatz. Überdurchschnittliche Bewertung.



Mersmann | Gastrokneipe mit Burger und Kegelbahn. After-Work Elektro Veranstaltungen mit überdurchschnittlicher Bewertung.



Jägerhof | Hotel-Restaurant mitten in Coesfeld. Brasserie mit leichter, eleganter Küche und weltoffener Kulinarik auf Höchstniveau. Weinangebot und Dinner for Two Events.

*Gastrotipps werden durch Bewertungen, Experteninterviews oder Berichte in Fachmagazinen/-portalen als solche gekennzeichnet

Quellen: (v.o.l.n.u.r.) Restaurant Guru, Café Extrablatt, Tripadvisor, hotel-restaurant-haselhoff.de, central-coesfeld.de, Facebook, Street Food Festival, Gaststätte Mersmann Coesfeld Cafe Bar, EventPoint24

6.4 Gastrotipps

Beispiele für Gastrotipps* im Projektumfeld in Coesfeld



Gasthaus Frieling | Deutsches Restaurant. Gemütliche Gaststätte mit netter Atmosphäre und Hausmannskost. Überdurchschnittliche Bewertung.



Haus Kalksbeck | Steakhaus mit Gerichten aus der Heimat, saisonalen sowie internationalen Spezialitäten. Frische und Vielfalt. Raumvermietung.



Papa George | Fast-Food-Restaurant mit bekannter und beliebter italienischer Pizza. Überdurchschnittlich gut bewertet.



Fietzengarten | Erlebnisraum und Bar mit Kaffee und selbstgemachtem Kuchen. Platz zum Verweilen auf der großen Außenanlage. Überdurchschnittliche Bewertungen.



180 Degrees | Modernes Burgerrestaurant mit Panoramablick ins Grüne. Eventlocation. Durchschnittliche Bewertung.



Brauhaus Stephanus | Urig eingerichtetes Brauhaus und Hotel. Brauen im eigenen Gasthaus. Bier-Tasting, private Feiern und Tagungen. Schöner Außenbereich. Überdurchschnittliche Bewertung.

*Gastrotipps werden durch Bewertungen, Experteninterviews oder Berichte in Fachmagazinen/-portalen als solche gekennzeichnet

Quellen: (v.o.l.n.u.r.) haus-frieling.de, steakhouse-kalksbeck.de, Facebook, fietzengarten.de, [180 Degrees](http://180degrees.de)

6.4 Gastrotipps

Beispiele für Gastrotipps* im Projektumfeld in der Regional



Weissenburg Billerbeck | Familiengeführtes Hotel-Restaurant am Hang von Gärten umgeben. Eventlocation. Hauptgerichte von raffiniert bis typisch.



Lorenzo Pizza e Pasta Ristorante Dülmen | Italienisches Restaurant mit authentischem italienischem Ambiente. mediterranem Flair zu original italienischer Esskultur.



Wirtshaus Dülmen | Modern hochwertiges und zugleich gemütliches Wirtshaus in Dülmen. Vielfalt von bayerischem Schmankerl bis hin zu mediterranen Köstlichkeiten.



Gourmettempel Dülmen | Buffet-Restaurant mit Take-Away Möglichkeiten und Happy Hour Angeboten. All you can eat- Buffet. Unterdurchschnittliche Bewertungen.



Ristorante Gallo Gescher | Italienisches Restaurant. Modern und gleichzeitig traditionell eingerichtet. Schönes Ambiente im Außenbereich.



Hermannshöhe Ledgen | Hotel-Restaurant. Gut bürgerliches Essen im Herzen des Münsterlandes.



Ludgersbrunnen Billerbeck | Hotel-Restaurant. Eventlocation mit überdurchschnittlicher Bewertung. Auswahl an Weinen und abwechslungsreiche Speisekarte.



Trattoria Cox-Orange Billerbeck | Italienisches Restaurant. Mediterranes Ambiente und traditionelle Gerichte.



RIMIO Stadtlohn | Asia Fusion Restaurant mit leckerem Essen in toller Atmosphäre.

*Gastrotipps werden durch Bewertungen, Experteninterviews oder Berichte in Fachmagazinen/-portalen als solche gekennzeichnet

Quellen: (v.o.l.n.u.r.) hotel-weissenburg, Restaurant Guru, Weberei Bendix, gourmettempel-re, Restaurant Guru, Hotel-mix.de, ludgerusbrunnen.de, Tripadvisor, Münsterland Zeitung

6.4 Gastrotipps

Beispiele für Gastrotipps* im Projektumfeld in der Regional



Stevertal Nottuln | Gemütliches Gasthaus und Restaurant bei Münster. Vielfältiges Angebot und selbstgemachte Speisen.



Restaurant Odysseus Dülmen | Griechisches Restaurant mit umfangreicher Speisekarte.



Su Nuraghe Borkhorst | Italienisches Restaurant mit besonderem Ambiente wie in Italien.



WerkStadt Borken | Gastrokneipe mit großem Außenbereich für Veranstaltungen.



Mezzo Mar Borken | Italienisches Restaurant. Mittagsangebot sowie Kuchen und Waffeln. Außenbereich mit Terrasse.



Zum Coesfelder Berg | Familiengeführter Gasthof im Münsterland. Hausgemachte Gerichte.



Trüffel&Bohne Rhede | Lebendige Gastronomie. Event-Kochschule und abwechslungsreiche Events. Nachhaltig selbstgemachte Speisen. Auch To-Go. Überdurchschnittliche Bewertung.



Landhotel Voshövel Schermbeck | 4-Sterne Hotel mit Eventlocation. Perfekt für Hochzeiten. Überdurchschnittliche Bewertung.



Haus Mühlenbrock Schermbeck | Afrikanisches Restaurant La(Kula) mit Hotel und Biergarten. Themen-Tage und überdurchschnittliche Bewertung.

*Gastrotipps werden durch Bewertungen, Experteninterviews oder Berichte in Fachmagazinen/-portalen als solche gekennzeichnet

Quellen: (v.o.l.n.u.r.) Tripadvisor, Facebook, Speisekarte.menu, Werbekreis Stadt Borken e.V., MezzoMar, Zum Coesfelder Berg, Trüffel&Bohne, HolidayCheck, Haus Mühlenbrock

6.4 Gastrotipps

Beispiele für Gastrotipps* im Projektumfeld Coesfeld in der Regional



60seconds to Napoli Münster | Neapolitanische Pizzeria mit attraktivem Außenbereich und überdurchschnittlich gut bewertetem Service und Geschmack.



Domschenke Billerbeck | Saisonales Restaurant. Frische Zutaten, sorgfältige Arbeit und ein schönes Ambiente.



BamBoo! Ahaus | Restaurant mit internationalen Gerichten, Snacks und Cocktails. Großes Lokal mit Grünpflanzen und Beachclub.



Dorf Münsterland | Resort voller Event-, Freizeit- und Gastronomienangeboten. Einzigartiges Ambiente.



Café Lauschig Havixbeck | Restaurant und Biergarten in gemütlicher Atmosphäre. Gemischtes Angebot aus deutscher Küche, Burger und Bowls. Durchschnittliche Bewertung.



Mocca d'or Münster | Café, Bar und Bistro mit italienischen Speisen. Durchschnittliche Bewertung.

*Gastrotipps werden durch Bewertungen, Experteninterviews oder Berichte in Fachmagazinen/-portalen als solche gekennzeichnet

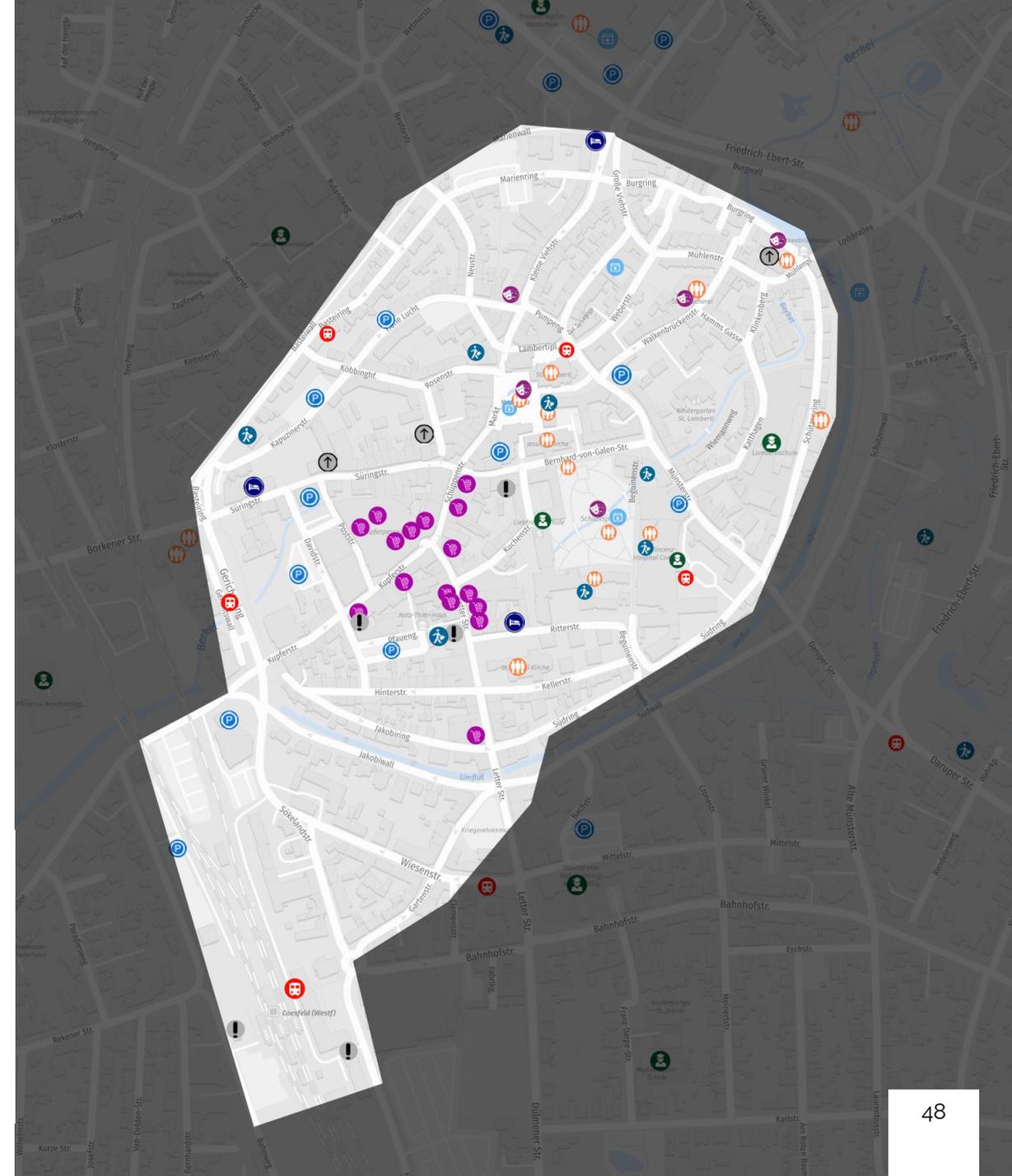
Quellen: (v.o.l.n.u.r.) 60secondstonapoli.de, Hotel.de, Facebook, Dorf Münsterland, Heimatheld, Münster geh aus

7. Gastronomische Standortpotenziale

7.1 Kopplungspotenziale

Kategorie	Anzahl
Hotel	3
Bildung	8
Frequenzbringer	16
Arbeitgeber > 50MA	10
Veranstaltungsorte	5
Kunst/Kultur	5
POI	5
Große Handelsketten	16
Infrastruktur	21
Neuentwicklungen	3

-  Arbeitgeber
-  Hotel
-  Frequenzbringer
-  Events
-  Kunst/Kultur
-  POI
-  Große Handelsketten
-  Bildung
-  Infrastruktur
-  Neuentwicklungen



7.1 Kopplungspotenziale

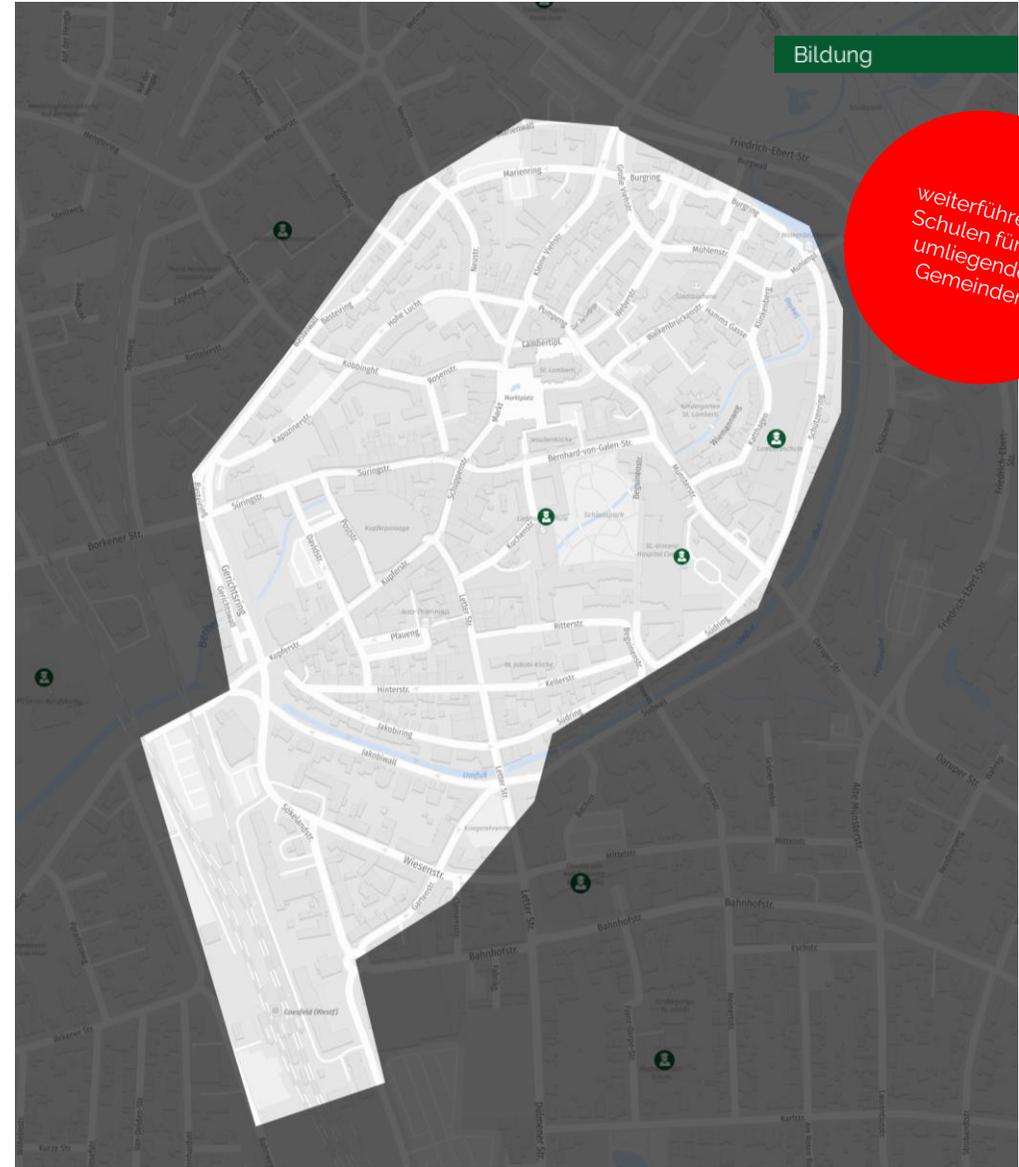
Arbeitgeber >50 MA

Mehr als 60 Ärzte in der Innenstadt Coesfeld

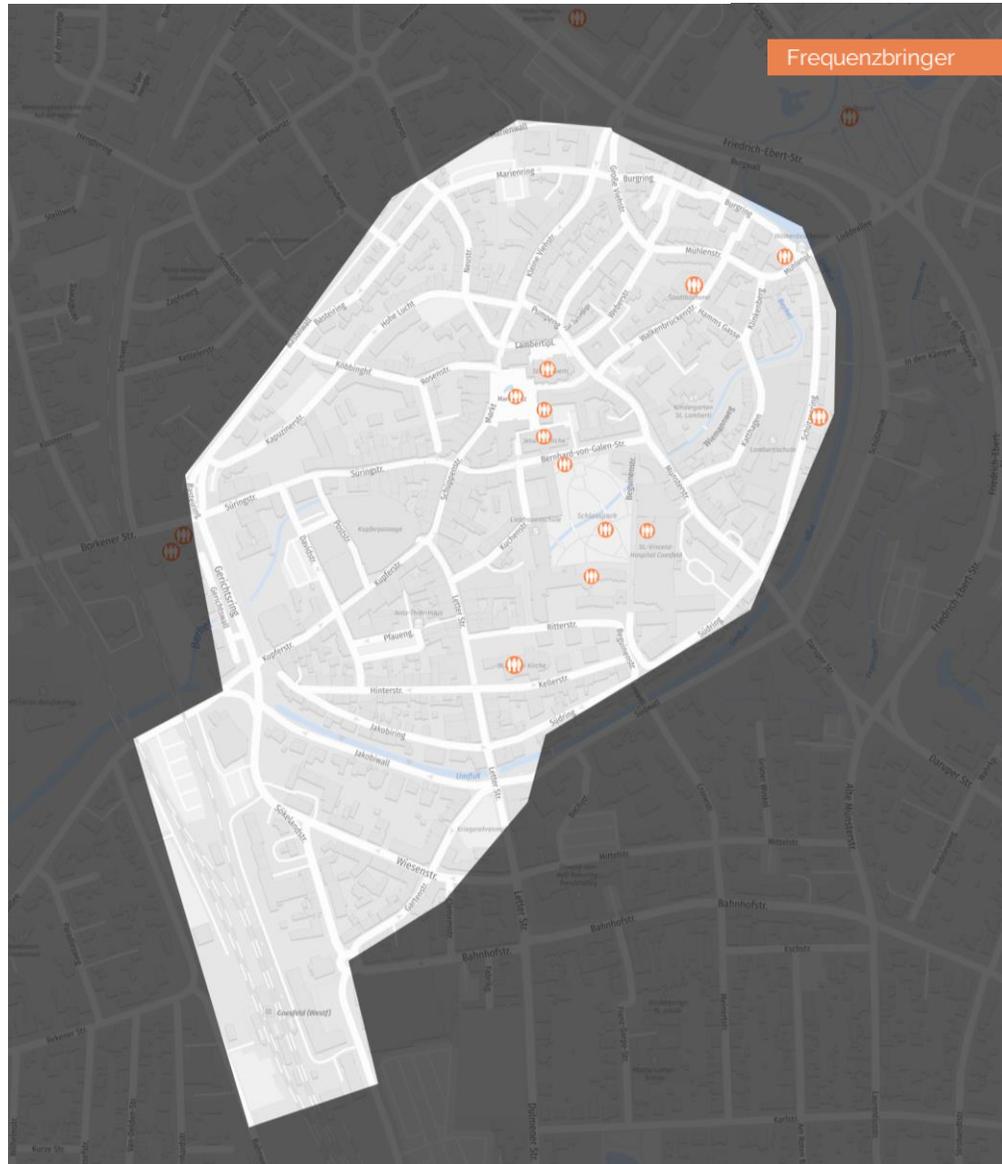


Bildung

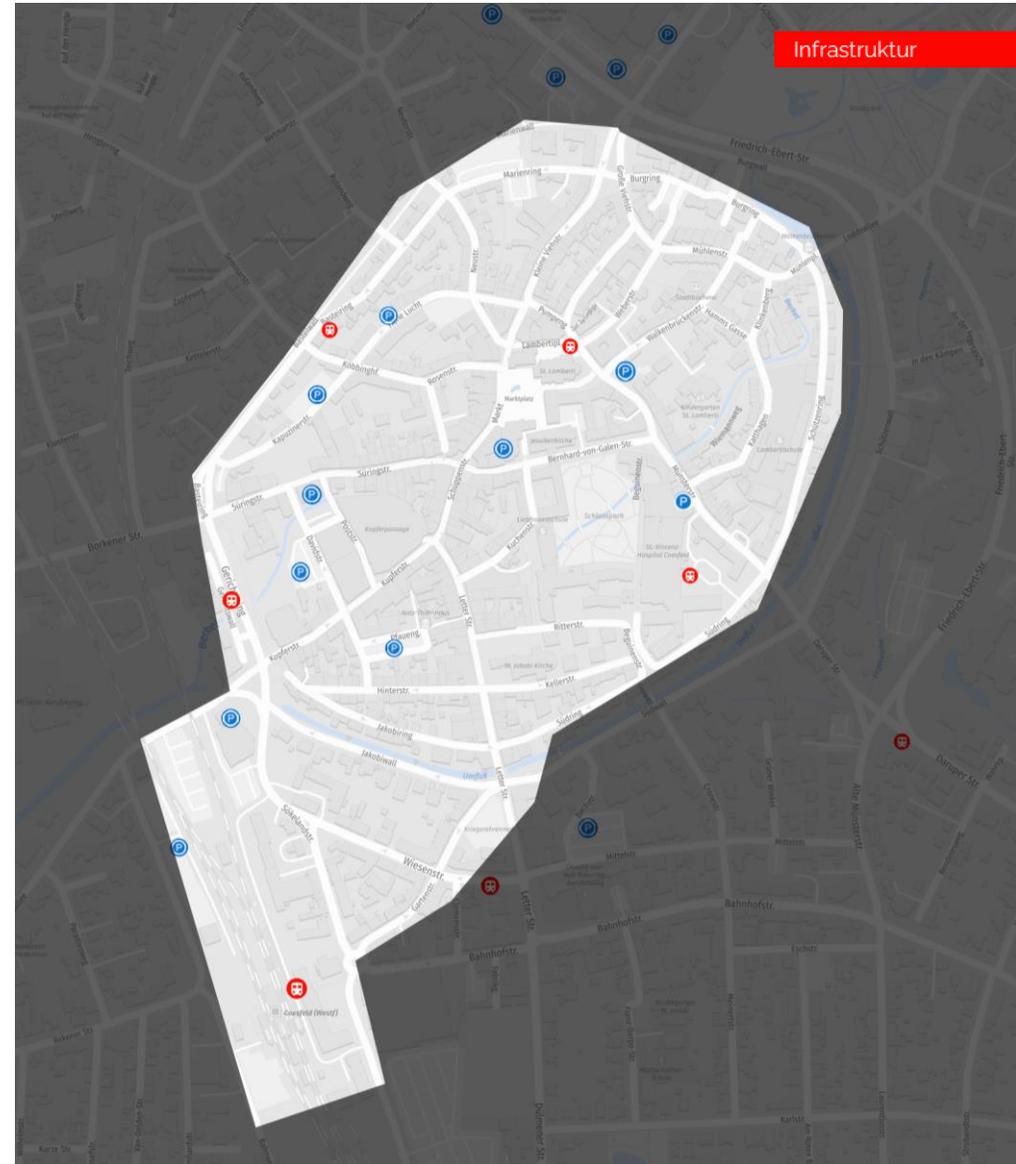
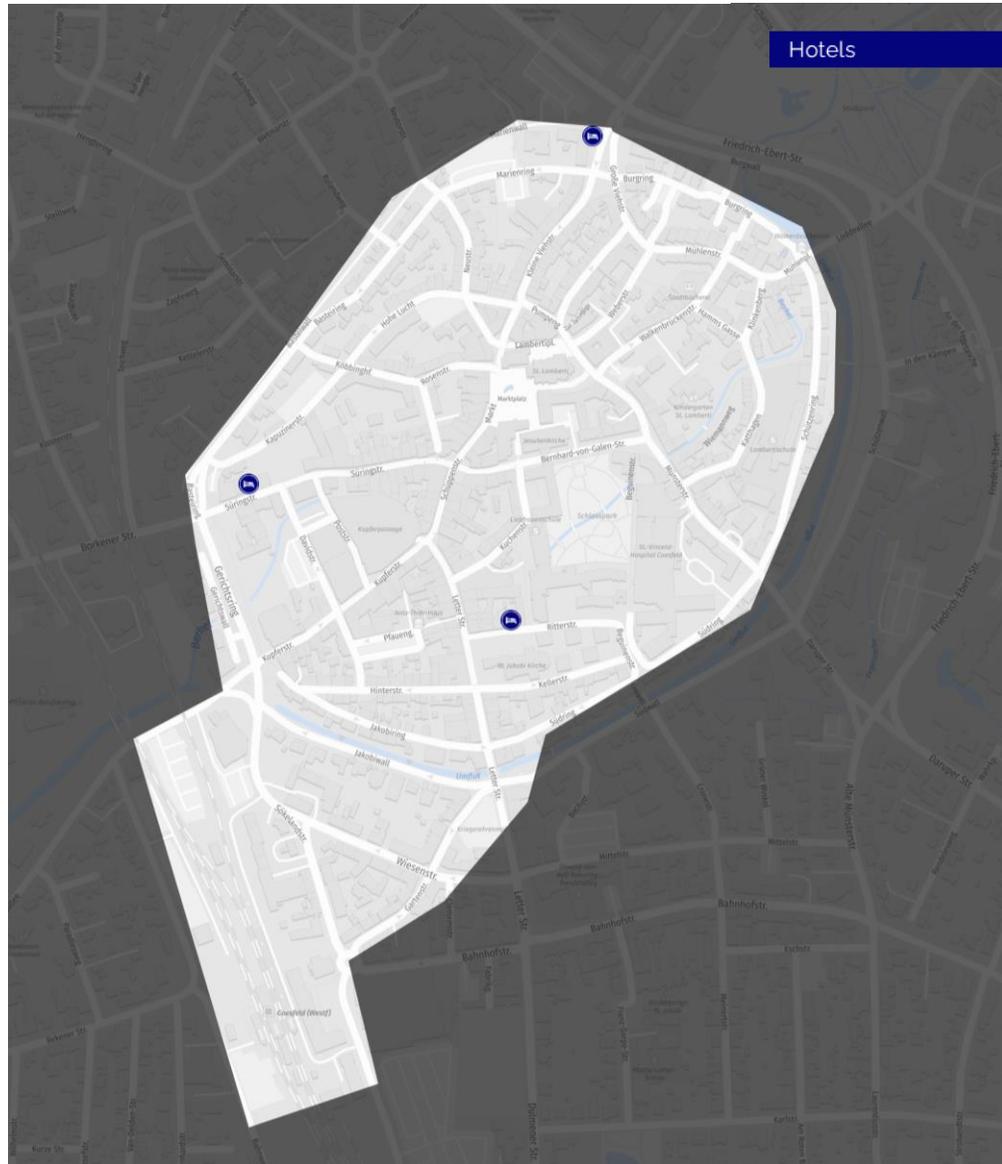
weiterführende Schulen für die umliegenden Gemeinden



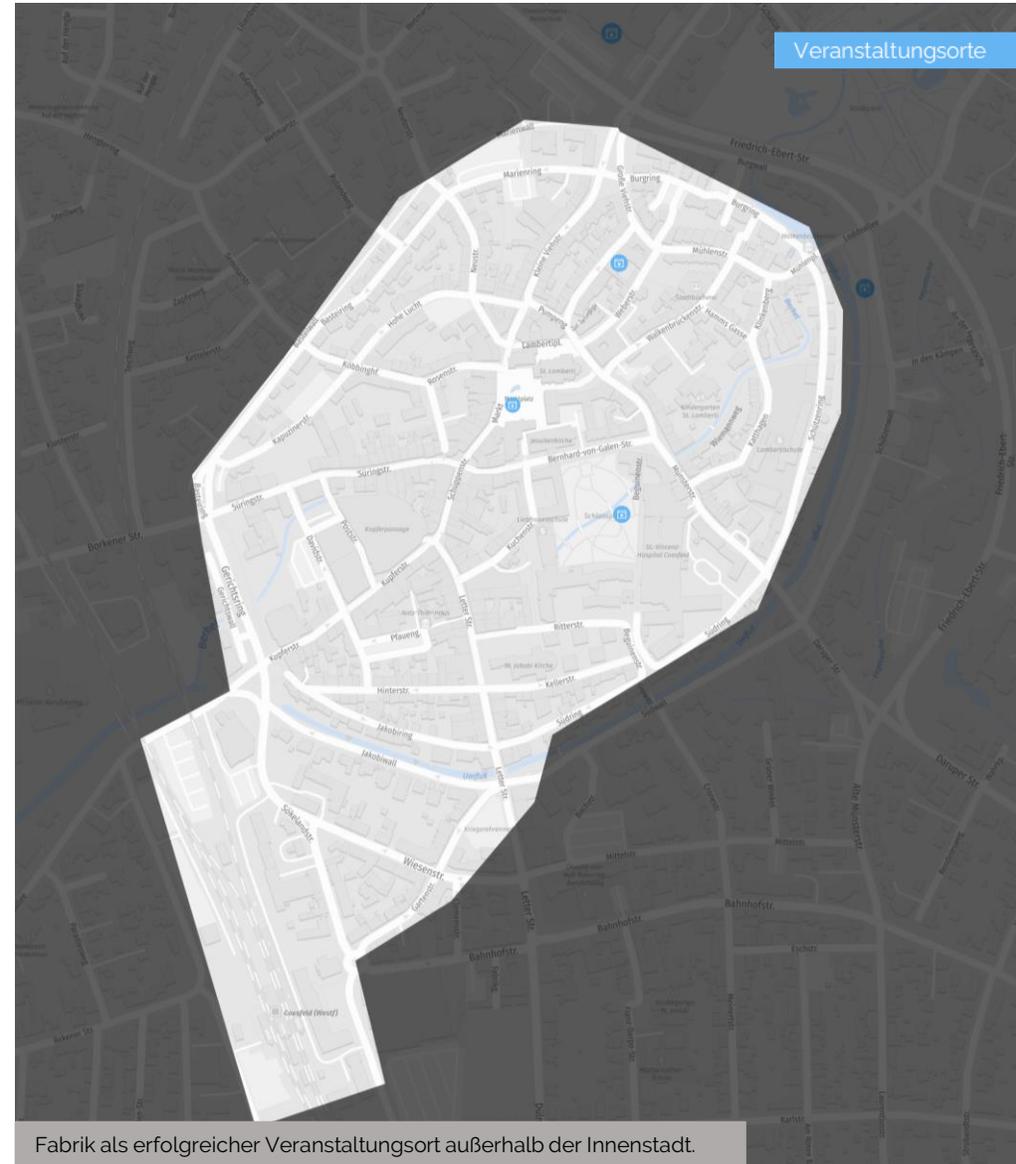
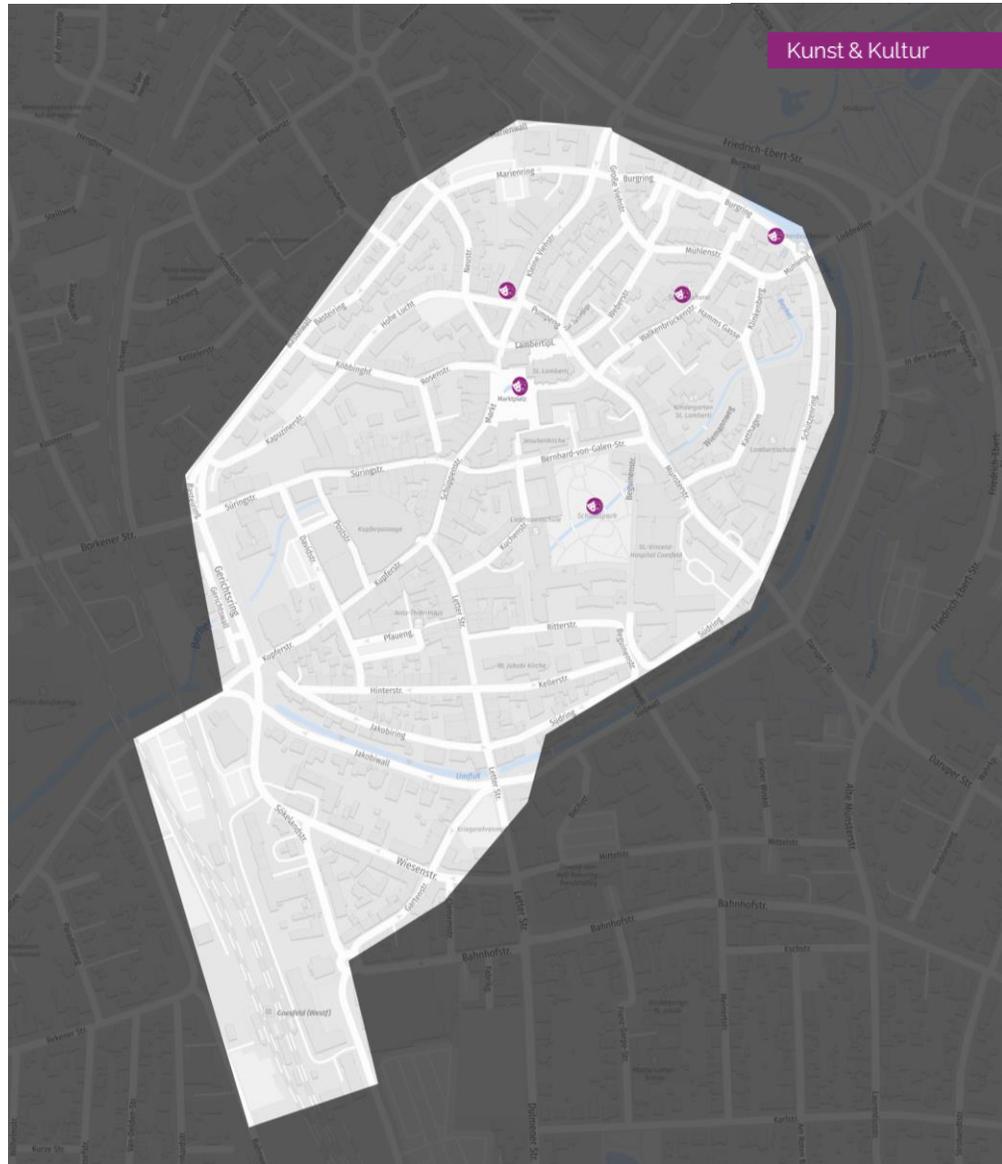
7.1 Kopplungspotenziale



7.1 Kopplungspotenziale

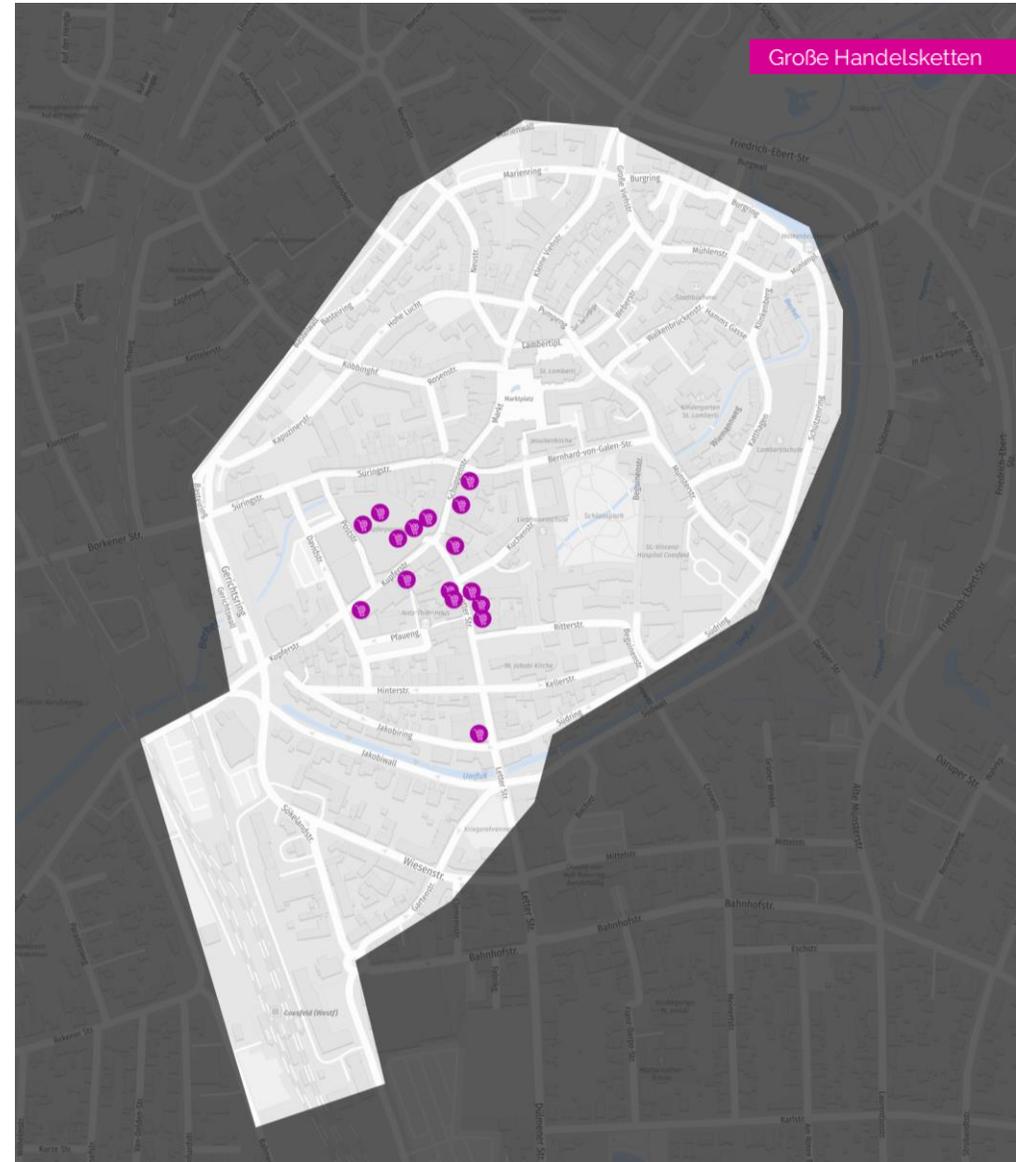
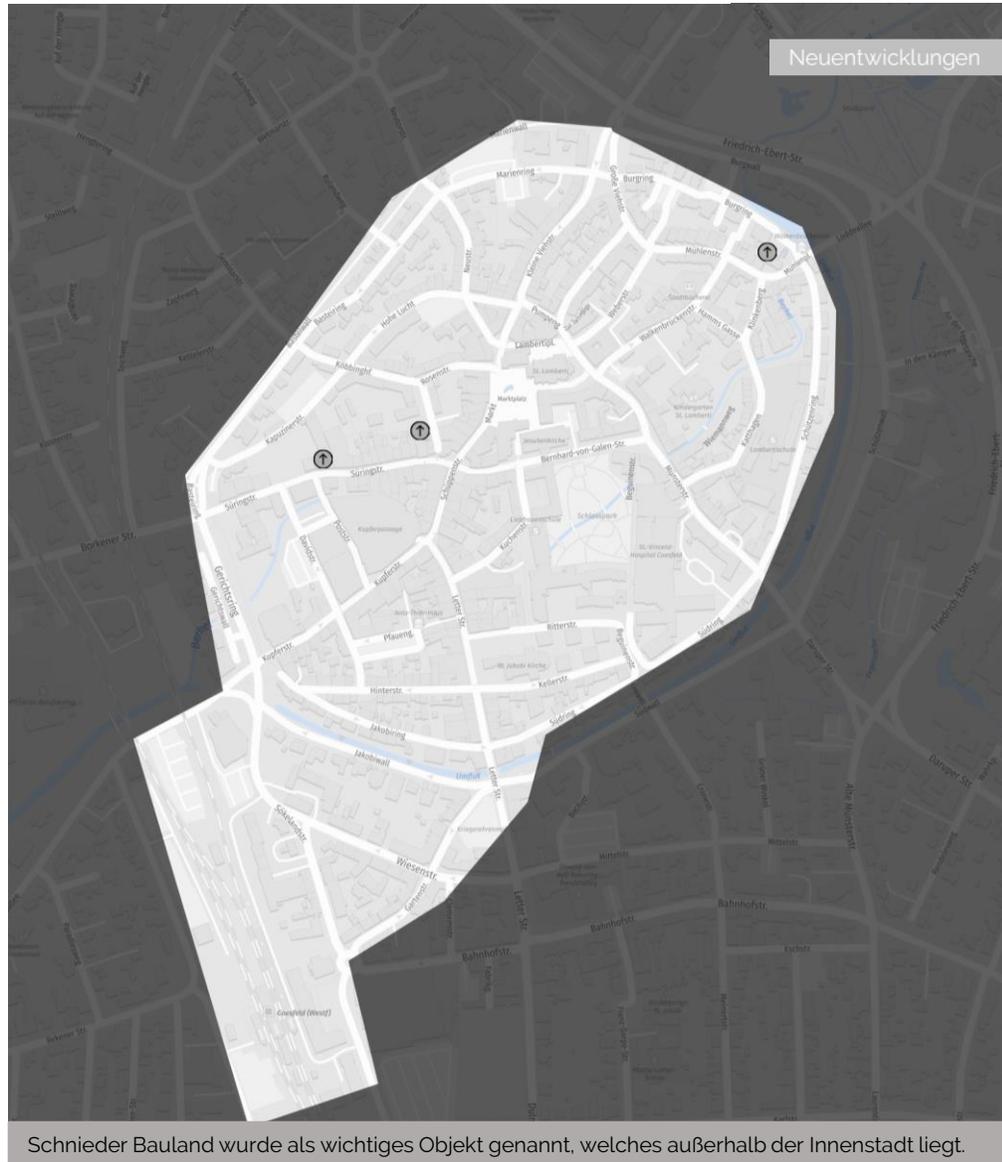


7.1 Kopplungspotenziale



Fabrik als erfolgreicher Veranstaltungsort außerhalb der Innenstadt.

7.1 Kopplungspotenziale

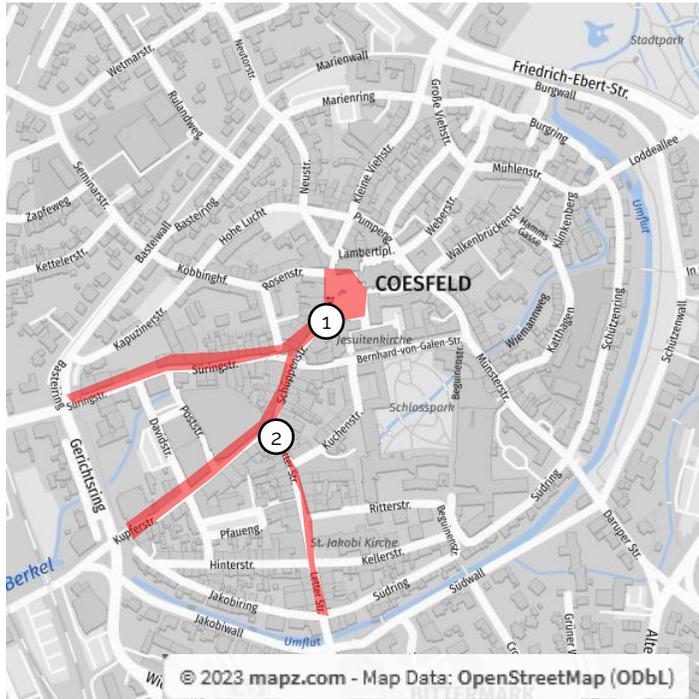


7.2 Frequenzen

Fußgänger-Frequenz

- Höhere Frequenz in der Letter Straße als in der Schuppenstraße
- Deutlich höhere Frequenz am Wochenende als an Wochentagen
- Sinkende Frequenzen an Wochentagen von 2018 bis 2022
- Leichte Ansteigerung der Frequenzen am Wochenende von 2018 bis 2022

- 1 Schuppenstraße 1
- 2 Letter Straße 1/2



Quelle: IHK Nord Westfalen

3.2 Kreis Coesfeld

Tab. 6: Ergebnisse Passantenfrequenzzählung Kreis Coesfeld 2018 – Donnerstag, 7. Juni 2018

Standort	Rang	Passantenfrequenz
Coesfeld II	1	726
Lüdinghausen II	2	687
Coesfeld I	3	684
Dülmen II	4	390
Dülmen I	5	318
Lüdinghausen I	6	180

Quelle: Planersocietät

Tab. 7: Ergebnisse Passantenfrequenzzählung Kreis Coesfeld 2018 – Samstag, 9. Juni 2018

Standort	Rang	Passantenfrequenz
Coesfeld II	1	1.578
Coesfeld I	2	927
Lüdinghausen II	3	825
Dülmen II	4	600
Dülmen I	5	585
Lüdinghausen I	6	213

Quelle: Planersocietät

3.2 Kreis Coesfeld

Tab. 4: Ergebnisse Passantenfrequenzzählung Donnerstag, 17. September 2020

Standort	Rang	Passantenfrequenz	Veränd. ggü. 2018
Coesfeld II	1	831	▲
Coesfeld I	2	744	▶
Lüdinghausen II	3	441	↔
Dülmen II	4	339	▼
Lüdinghausen I	5	330	↔
Dülmen I	6	264	▼

2 nicht vergleichbar, da anderer Standort

Tab. 5: Ergebnisse Passantenfrequenzzählung Samstag, 19. September 2020

Standort	Rang	Passantenfrequenz	Veränd. ggü. 2018
Coesfeld II	1	1.204	▼
Coesfeld I	2	827	▼
Lüdinghausen II	3	735	↔
Lüdinghausen I	4	514	↔
Dülmen II	5	500	▼
Dülmen I	6	432	▼

3.2 Kreis Coesfeld

Tab. 4: Ergebnisse Passantenfrequenzzählung Donnerstag, 12. und 19. Mai 2022²

Standort	Rang	Passantenfrequenz	Veränderung ggü.	
			2018	2020
Coesfeld II	1	408	▼	▼
Dülmen II	2	372	▶	▶
Lüdinghausen II	3	369	▼	▼
Coesfeld I	4	357	▼	▼
Lüdinghausen I	5	333	▲	▶
Dülmen I	6	303	▶	▲

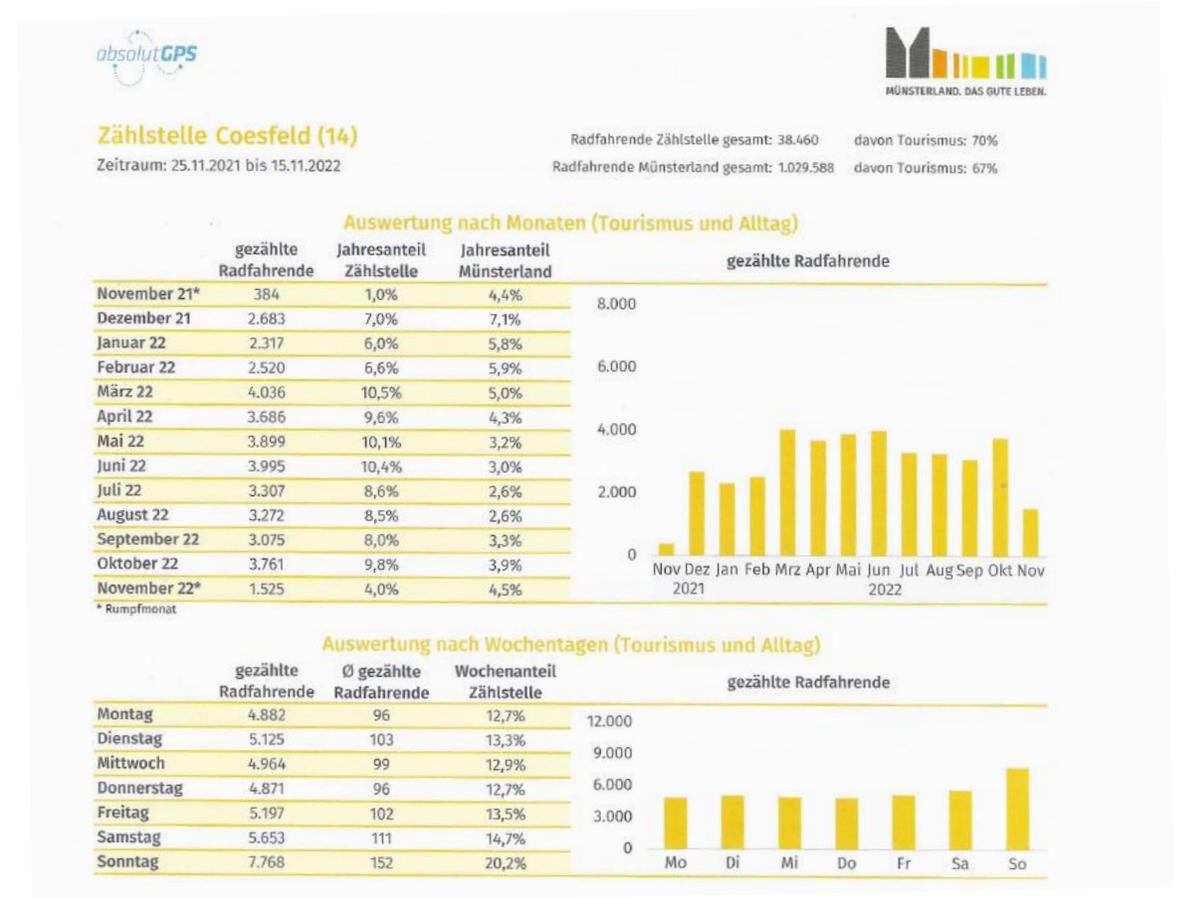
Tab. 5: Ergebnisse Passantenfrequenzzählung Samstag, 14. und 21. Mai 2022²

Standort	Rang	Passantenfrequenz	Veränderung ggü.	
			2018	2020
Coesfeld II	1	1464	▶	▲
Lüdinghausen II	2	1050	▲	▲
Coesfeld I	3	906	▶	▶
Lüdinghausen I	4	831	▲	▲
Dülmen II	5	420	▼	▼
Dülmen I	6	318	▼	▼

7.2 Frequenzen

Fahrrad-Tourismus

- Großer Anteil Touristen
- Zählstelle in der Nähe vom Haus Loburg (38.460 Radfahrer im Jahr 2022)
- Folgende Routen führen über die Zählstelle
 - 100-Schlösser-Route-Westkurs
 - Versteckt hinter Hecken Route
- Zählstelle liegt außerhalb der Innenstadt – Potenzial wäre vorhanden
- Weitere Fahrrad-Routen durch Coesfeld – zusätzliches Potenzial
 - Sandsteinroute (173 km Rundkurs)
 - Radbahn (50 km Streckentour)
 - Tagestour Coesfeld (45 km Rundstrecke)
- Alle Routen führen durch die Coesfelder Innenstadt
- März, Mai und Juni als bedeutungsvollste Monate für Radfahrer



Wie ist das Einzugsgebiet in Coesfeld?

Gastronomen

Kreis Coesfeld
Direktes Umfeld
50-70km
Münsterland

Sonstige

Kreis Coesfeld
Direktes Umfeld
Umland 20km
Coesfeld
Bis 50km
Münsterland

*Befragt wurden: Gastronomen, Eigentümer, sonstige Stakeholder (insgesamt 16 Interviews)

Welchen gastronomischen Stellenwert hat die Innenstadt?

Keinen 2 bis 3 sehr gute Gastronomen Nicht
zufriedenstellend Wenig Nicht attraktiv Morgens und mittags viel
Ausreichend Fabrik hat Abstrahlwirkung

In Gesprächen haben sich bereits verschiedene Interessenten herausgestellt.

Welche Alleinstellungsmerkmale hat Coesfeld?

Keine Fußgängerzone Ärzte/ Krankenhaus Architektur

Weiterführende Schulen Fabrik Brauhaus Aufgeräumt Kompakt

Parks Konzert Theater Pfingstwoche Behördenstadt Marktplatz

Wie schätzen Sie das Publikum/die Zielgruppe der Coesfelder Innenstadt ein?

Gastronomen

Gemischt
Mittleres Alter
Geschäftsleute
Rentner
Touristen
Wohlhabendes Publikum
Menschen mit Migrationshintergrund

Sonstige

Gemischt
Älteres Publikum
Publikum mit höherer Kaufkraft
Ab 35
18–60-Jährige
Konservativer
Mittelschicht
Schüler
Einkäufer
Anwohner
Mainstreamig
Familien

Welche gastronomischen Angebote fehlen Ihrer Einschätzung nach in Coesfeld?

Italiener (hochwertig) Junge Gastronomie Familiengastronomie
Moderne Konzepte (Bowl) Asiatisch Außengastronomie Junge und motivierte Gastronomen
Nachtleben Bierkneipe Weinbar Grieche Bar mit hochwertigen Drinks Healthy Food Burger
Abendgastronomie für jüngeres Publikum Seniorengerechte Gastronomie Mexikanisch Früh bis Spät Konzept
Tapas stimmiges Preis-/Leistungsverhältnis

Für welche Zielgruppen wäre Coesfeld interessant?

Älteres Publikum Familien Alle Krankenhausmitarbeiter
Arbeitnehmer Stadt Publikum mit hoher Kaufkraft Fahrradtouristen
20-40-Jährige

Würden Sie sich Events in der Innenstadt wünschen? Wenn ja, welche?

- Längerer Feierabendmarkt
- Weihnachtsmarkt (von Gastronomen im Wechsel)
- Automeile
- Frühlingsfest (zu späterem Zeitpunkt)
- Events mit Gastronomie
- Regionale Events
- Winzerfest

Welche Rahmenbedingungen sind den Gastronomen besonders wichtig bzw. welche würden sie sich wünschen?

Gastronomen

Nichts
Erweiterung Außengastronomie
Verschlankung Bürokratie

Welche Rahmenbedingungen fehlen laut den Eigentümern für qualifizierte Gastronomen?

Sonstige

Keine Meinung
Abbau Bürokratie
Gute Durchmischung von Angeboten
(Gastronomisch)

Haben Sie Verbesserungsvorschläge/Wünsche? Wenn ja, welche?

Gastronomen

Mehr Mix

Abbau von Bürokratie

Günstigere Miete für Außenplätze

Nutzung Eisdielen im Winter

Markisen anstatt Schirme

Angebot für Touristen schaffen

Mehr Gewerbe

Gastronomie statt Postbank

Inhabergeführten Einzelhandel stärken

Verständnisvolleres Ordnungsamt

Jüngeres Publikum

Mehr Unterstützung von der Bevölkerung

Standorte erkennen und für Gastronomie nutzen

Park Café

Objekt Kirchenverwaltung wieder Gastronomie

Mehr Parkplätze

Sonstige

Moderne Gastronomie

Studentenwohnheime

Erhöhung Verweilqualität

Orte zum Verweilen ohne Konsumzwang

Markthalle

Vernetzung Gastronomen bzgl. Konzepte

Menschen mit hoher Kaufkraft wieder nach Coesfeld bringen

Preis-/Leistungsverhältnis muss stimmen

Inhabergeführte Geschäfte wieder nach Coesfeld bringen -

Attraktivierung

Öffentliches W-Lan Abends abstellen

Sauberkeit

Stadtmarketing öffentlich in Innenstadt ansiedeln – Ort der Begegnung

Jüngeres Publikum

Erhöhung Außengastronomie

Mehr Mix

Gastronomisches Angebot wie Billerbeck

Kleinere Karte in der Gastronomie

Gastronomie als Genossenschaft

Was würde mehr Menschen in die Stadt bewegen?

Inhabergeführter/besserer Einzelhandel

Gastronomie Mix Preis/Leistung Besondere Gastronomie

Wie sehen Sie das Bahnhofsumfeld?

Ist nichts	Schönes, neues	Bahnhofsviertel
Problemumfeld	Sicherheit schwierig	Aldi und Kaufland attraktiv
Schwer zu finden	Jugendzentrum	Keine Aufenthaltsqualität
Beschaffungskriminalität auf dem Parkplatz	Hohe Kriminalitätsrate	Gewerblich
interessant	Kein klares Konzept	

Warum gibt es keine Gastro-Vermietung?

Eigentümer

Hohe Investitionskosten

Parkplatzproblematik

Immissionen

Unqualifizierte Gastronomen (kapitalschwach)

Probleme mit Gastronomen

Hohe Auflagen

Flächengrößen (Innen und Außen)

Welche Fragen interessieren Sie bei der Gastronomie Vermietung?

Eigentümer

Realisierbarkeit

Qualifikation der Gastronomen

Finanzierbarkeit

Genehmigungsfähigkeit

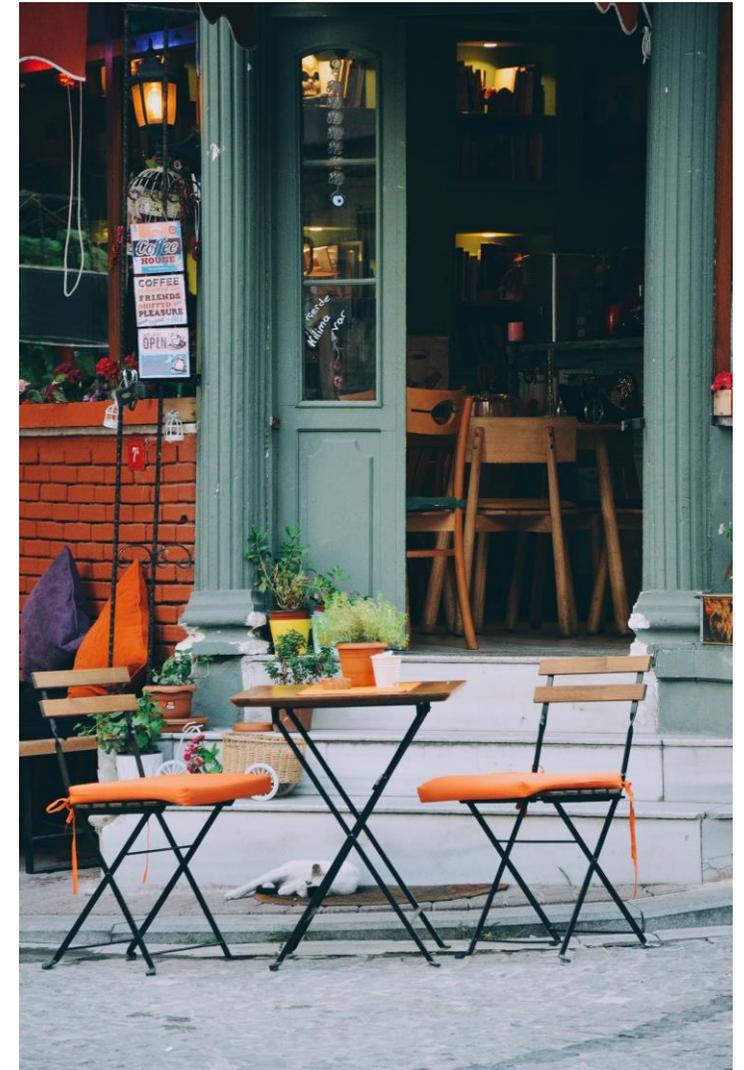
7.3 Interviews

Allgemeine Fakten zu den interviewten Gastronomen

- 100% bieten zu durchschnittlichen oder überdurchschnittlichen Preisen an
- 90% der Restaurants bieten < 250 Sitzplätze innen
- 100% Wohnen im direkten Umfeld, 25% Nutzungskonflikte (Lärm, Abluft, Kühlung, Müll)
- 100% Angebot Außengastronomie
- ~80% Abholung
- 0% Lieferungen
- Anteil Umsatz außer Haus 0-10%
- 100% lassen sich Getränke liefern, davon 20% zumindest teilweise
- 100% lassen sich Nahrungsmittel liefern, davon 80% zumindest teilweise
- Lieferungen der Getränke erfolgen 1-2x pro Woche
- Lieferungen von Nahrungsmitteln 2x pro Woche bis täglich
- 25% sprechen teilweise junge Menschen an

Wie kommen Ihre Gäste zu Ihnen? (Sortiert nach Häufigkeit der Nennung)

1. Fahrrad
2. PKW (Bedeutung Parkplätze im Durchschnitt mit "Wichtig" bewertet)
3. Zu Fuß
4. ÖPNV



Durchschnittliche Bewertung in Schulnoten

Gastronomen

Attraktivität	2,8
Frequenz	3,6
Anbindung	2,8
Sicherheit	2,0
Sauberkeit	2,2
Events	2,6
Auslastung	2,0
Miete	2,0
Lieferlogistik	1,2

Wichtigkeit Parkplatzangebot	1,2
Zukunftsperspektive (3 Jahre)	2,2

Sonstige

Attraktivität	2,7
Frequenz	2,4
Anbindung	2,7
Sicherheit	2,0
Sauberkeit	2,2
Attraktivität Gastro	3,4
Auslastung	2,3
Eventangebot	3,0



Warum haben Sie sich für Ihren Standort entschieden?

Gastronomen

Geschäftsfortführung

Heimatort

Kaufkraft

Günstige Pacht

Rahmenbedingungen

Was sind aktuell Ihre größten Herausforderungen?

Gastronomen

Unbeständige Nachfrage

Bürokratie

Personalsuche

Energiekosten

Veranstaltungen Innenstadt

Auflagen

7.4 Innenstadtdialog

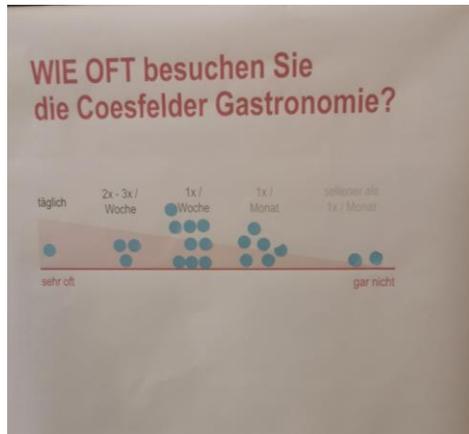
- Innenstadtdialog mit ca. 20 Teilnehmern
 - Anwohner
 - Gastronomen
 - Handel
 - Immobilieneigentümer
 - Sonstige
- Kontroverse Diskussion über die Gastronomie
- Offenes Gespräch über Änderungsvorschläge und Wünsche in der Gastronomie
- Großer Anteil der Diskussion über die Bürokratie



Welche ANGEBOTE können die bestehende Gastronomie gut ergänzen?

internationale Küche
 bestehende Locations reaktivieren
 Weinstube
 vegetarische / vegane Speisen
 Außengastronomie

 verfügbare Taxen



Für welche GELEGENHEITEN fehlen gastronomische Angebote?

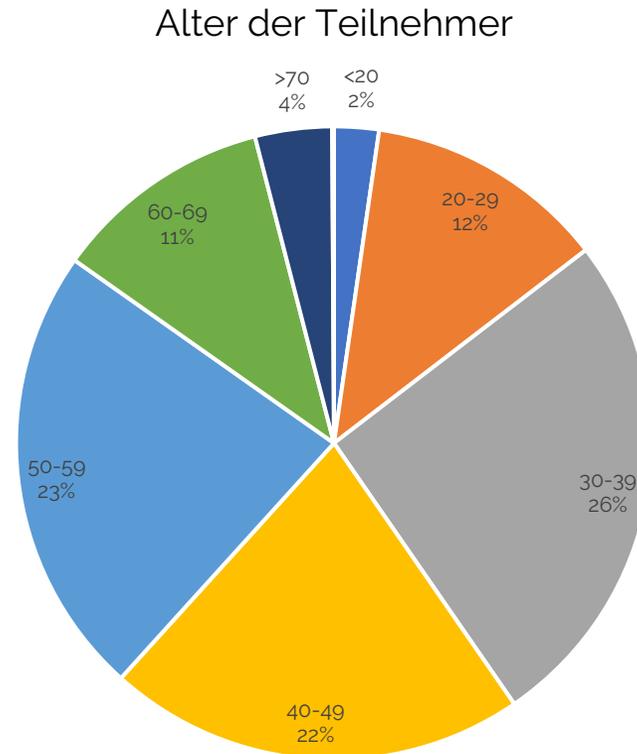
Tanzen gehen
 außergewöhnliche Orte zum Feiern (Geburtsstage usw.)
 Treffpunkt für junge Leute
 " " " Jugendliche

IDEEN ...
 Wie kann die vorhandene Gastronomie attraktiver werden?

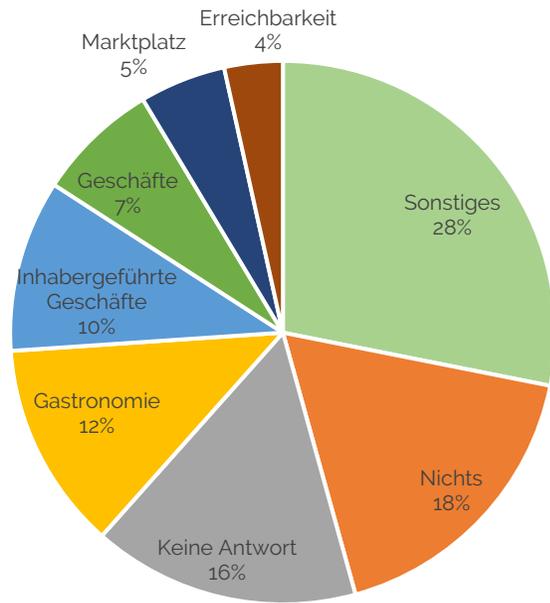
gute Rahmenbedingungen für bestehende Gastronomie (Bauamt, Verwaltung)

7.5 Online-Umfrage

- Die Umfrage lief vom 05.07.23 bis 14.08.23
- Ca. 1100 Teilnehmer
- Das Durchschnittsalter beträgt 44,6 Jahre

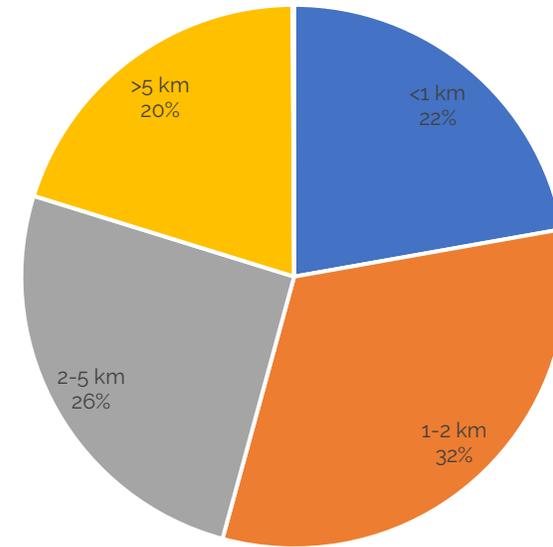


Was macht Coesfeld besonders?



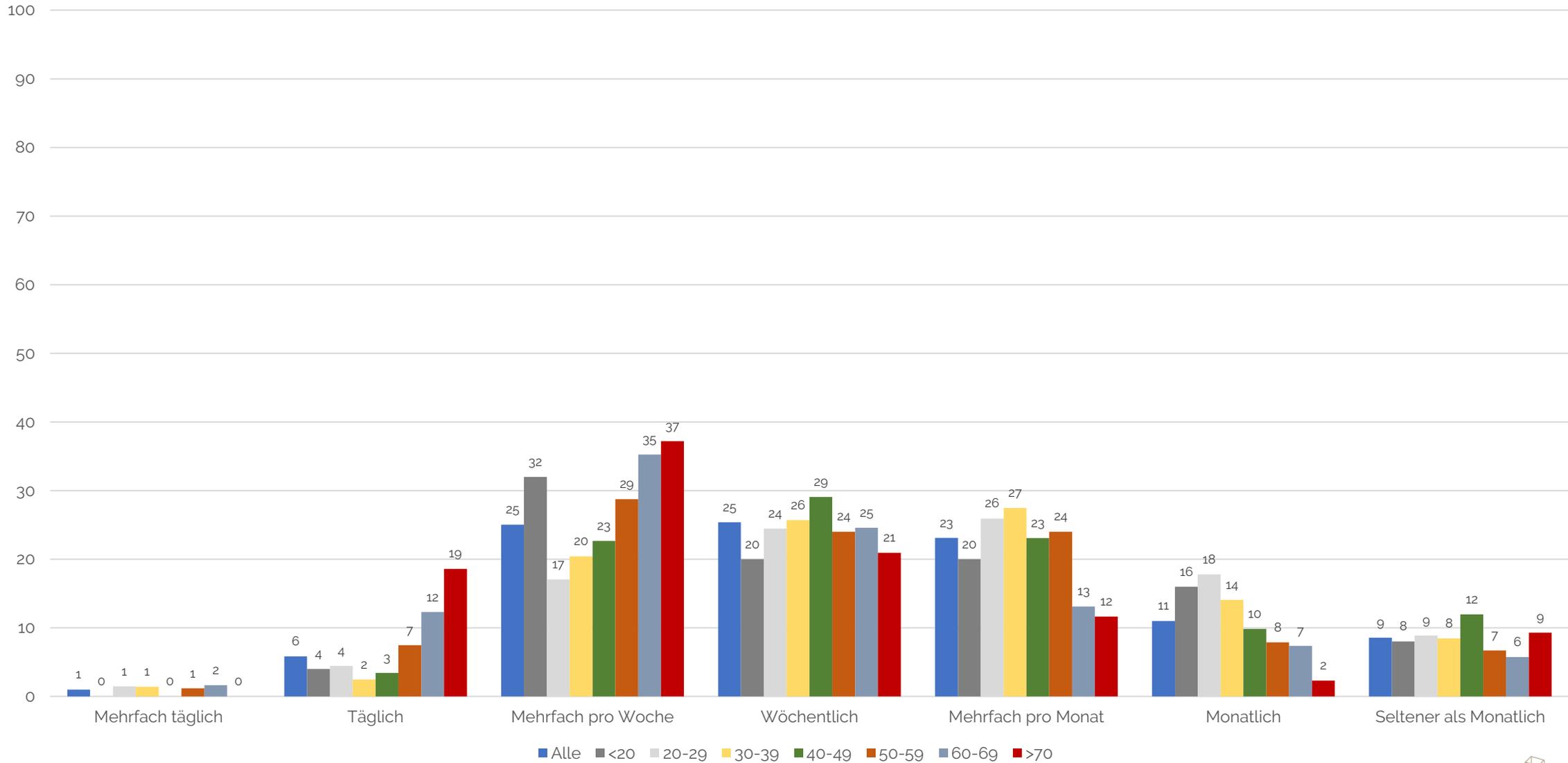
Sonstiges = Atmosphäre, Markt, kurze Wege, Grünflächen, Veranstaltungen, Fußgängerzone, Vielfalt etc.

Entfernung Wohnort



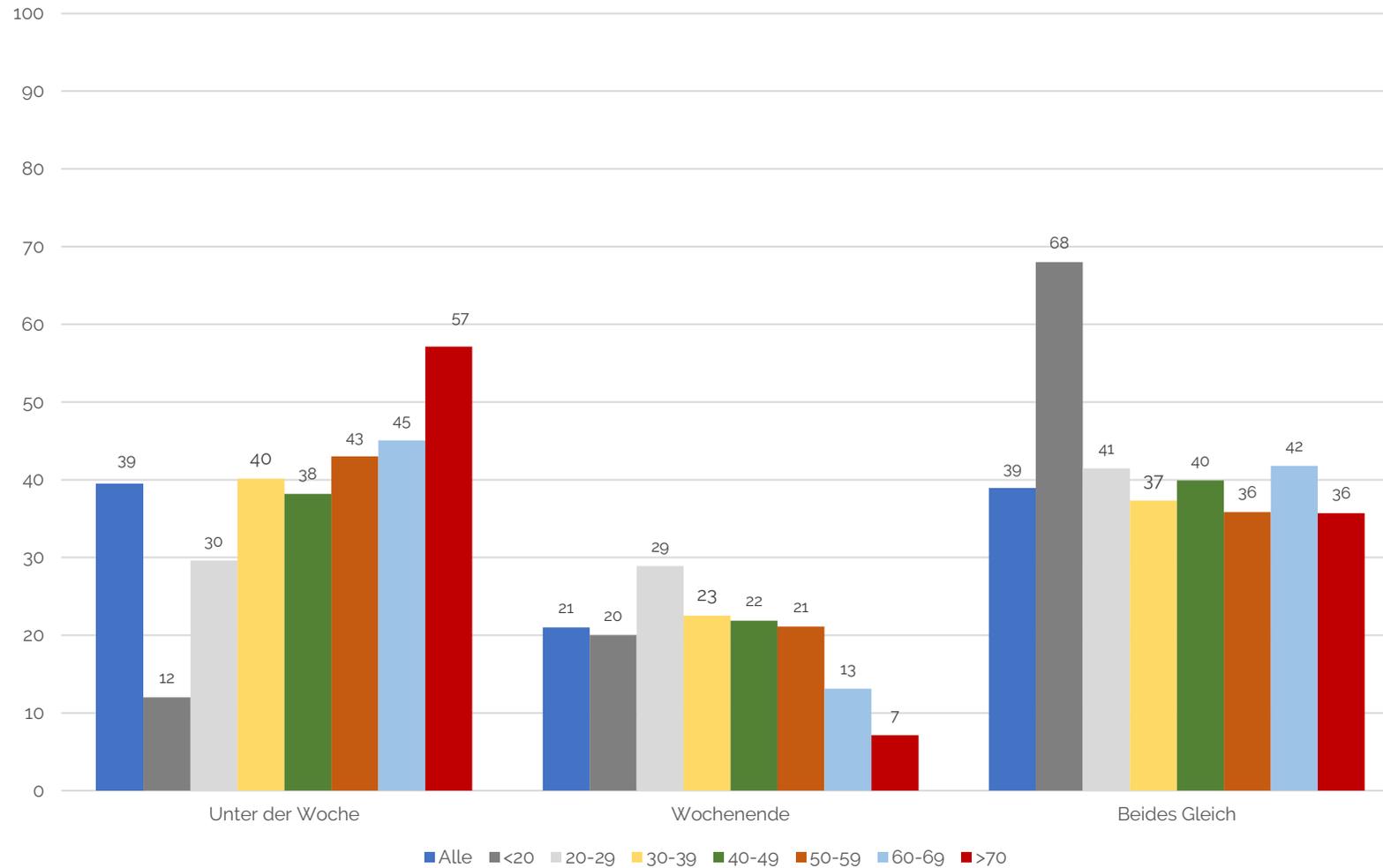
7.5 Online-Umfrage

Wie oft besuchen Sie die Coesfelder Innenstadt?



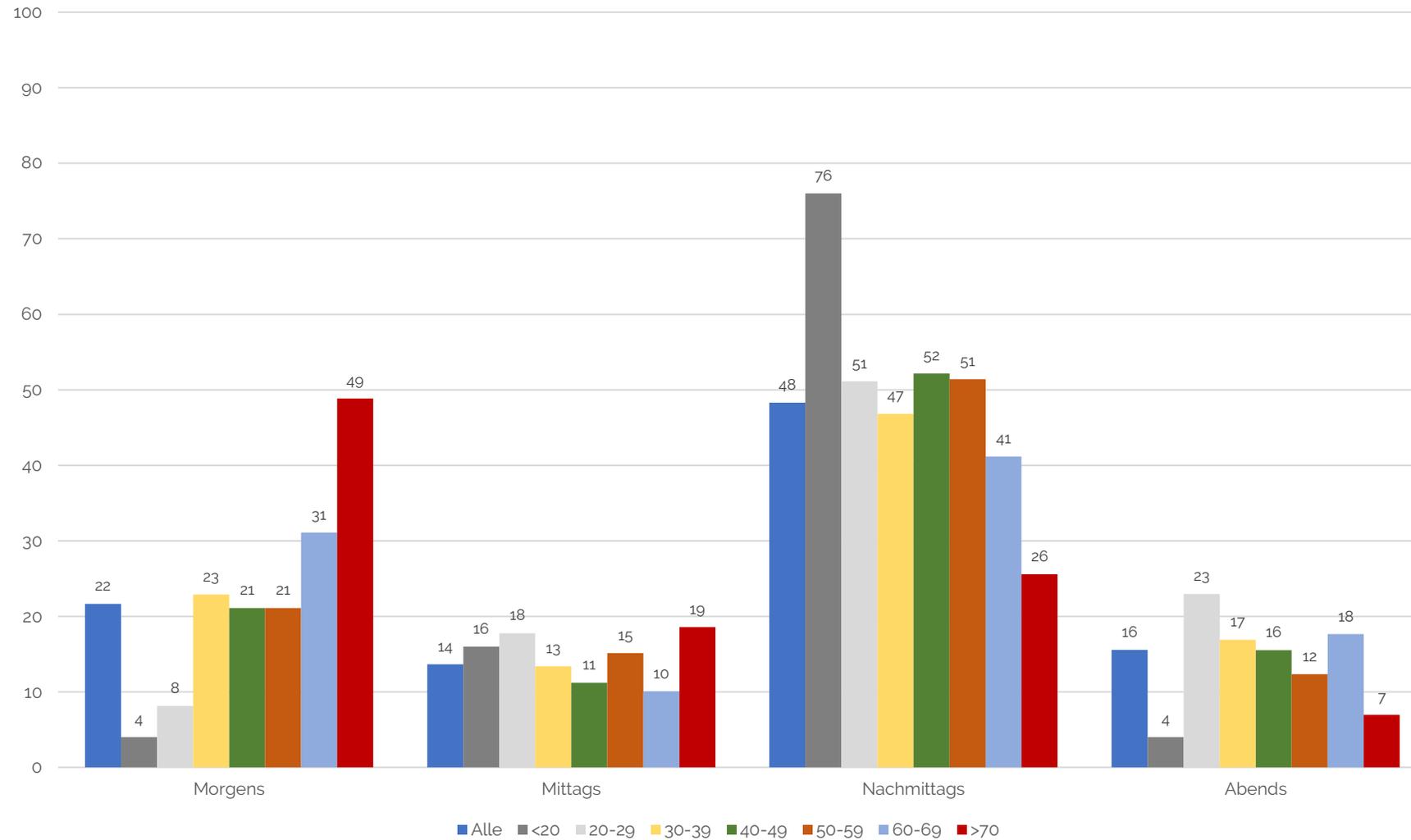
7.5 Online-Umfrage

An welchen Wochentagen besuchen Sie die Coesfelder Innenstadt?



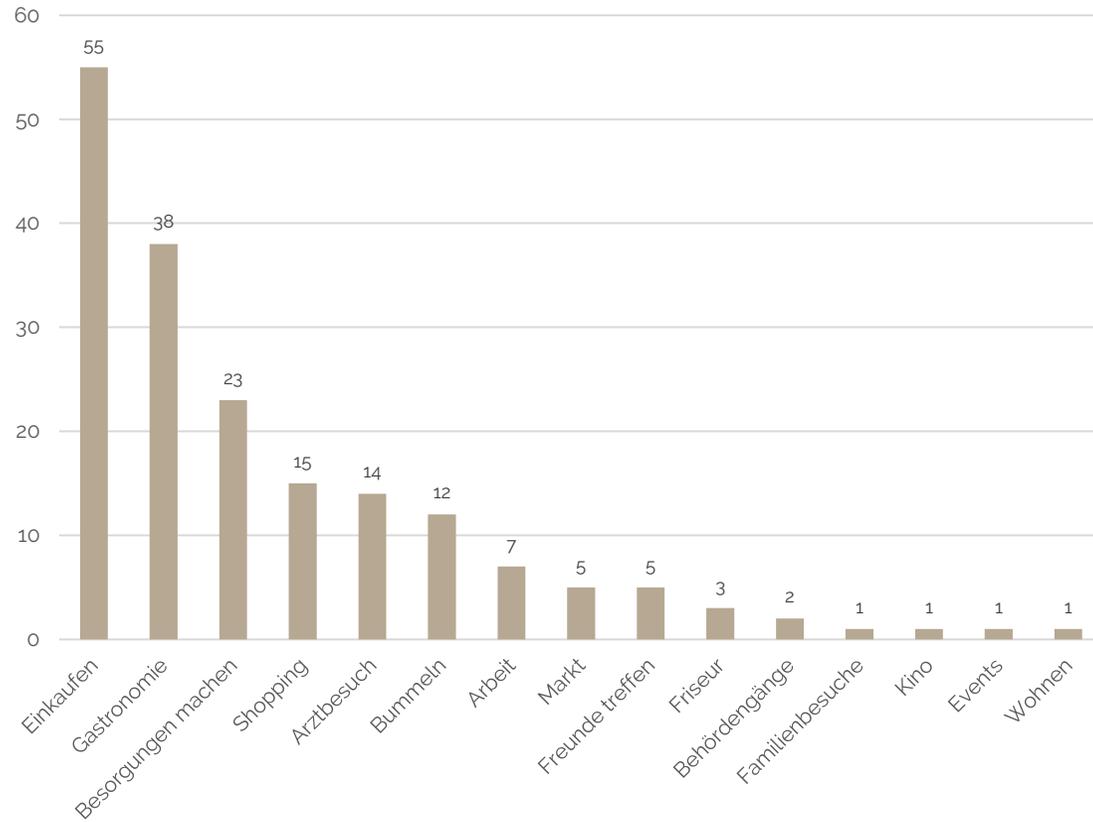
7.5 Online-Umfrage

Wann besuchen Sie die Coesfelder Innenstadt am häufigsten?



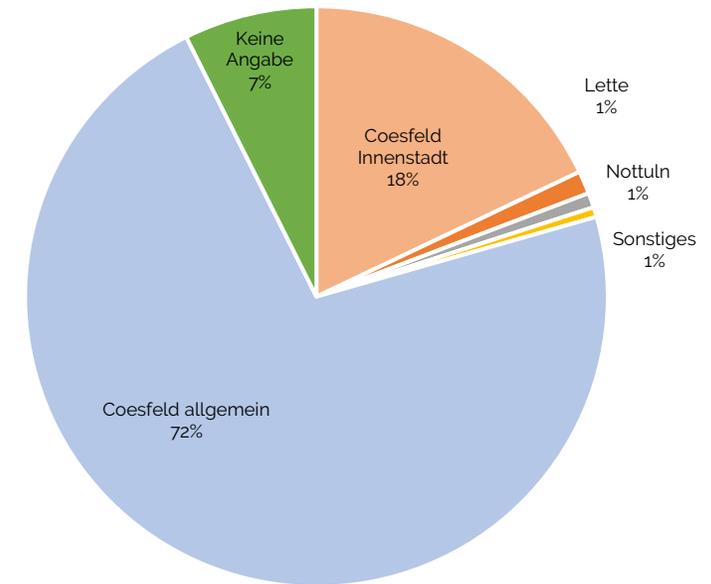
7.5 Online-Umfrage

Aus welchem Grund/welchen Gründen besuchen Sie die Coesfelder Innenstadt?



Nutzen Sie für die folgenden Aktivitäten die Coesfelder Innenstadt? Falls nein, welchen Ort nutzen Sie stattdessen?

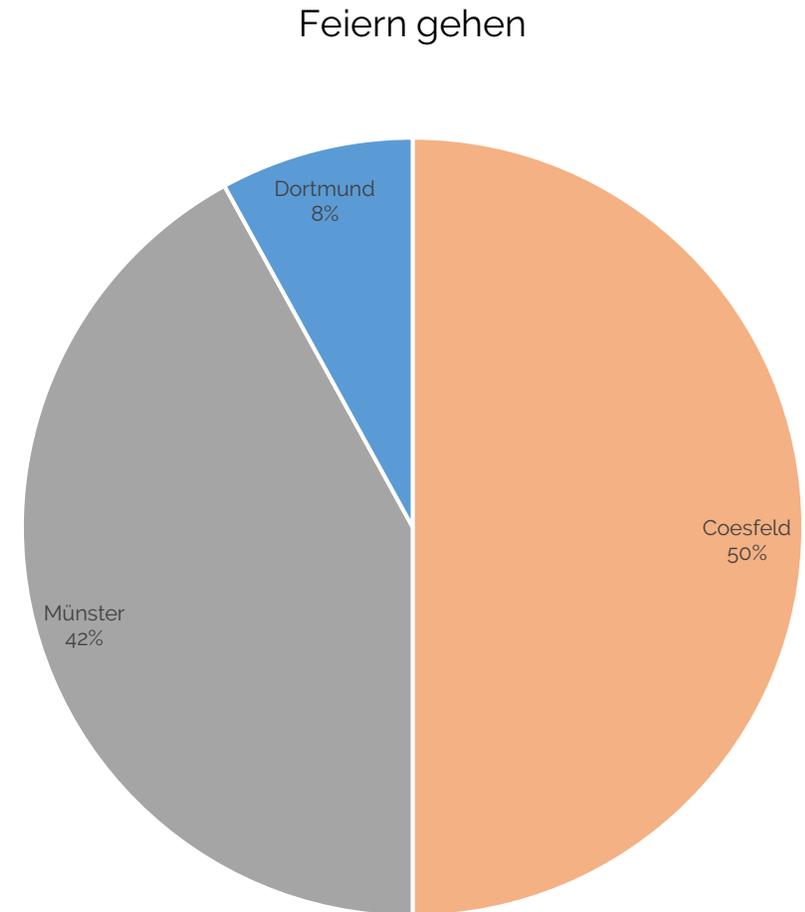
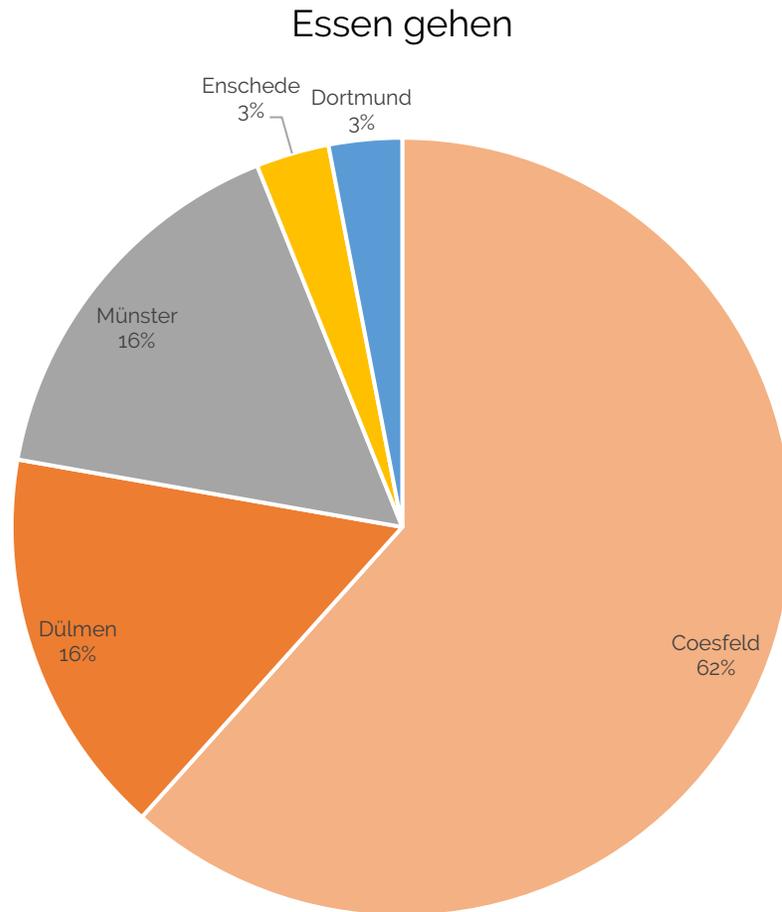
Einkaufen Lebensmittel



Sonstiges = Dülmen, Gescher, Billerbeck, Holland, Holtwick, Rosendahl, Ahaus, Vreden, Weiling

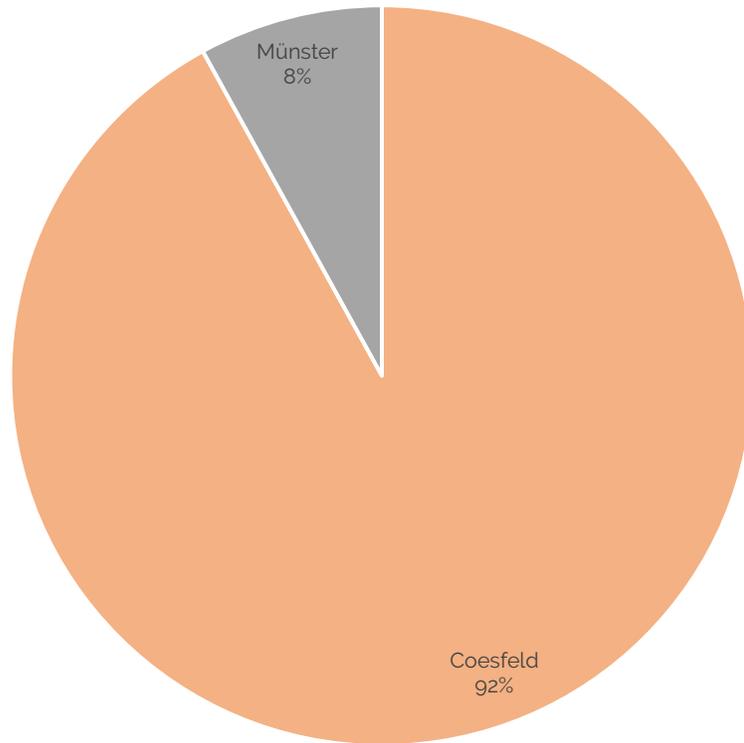
7.5 Online-Umfrage

Nutzen Sie für die folgenden Aktivitäten die Coesfelder Innenstadt? Falls nein, welchen Ort nutzen Sie stattdessen?

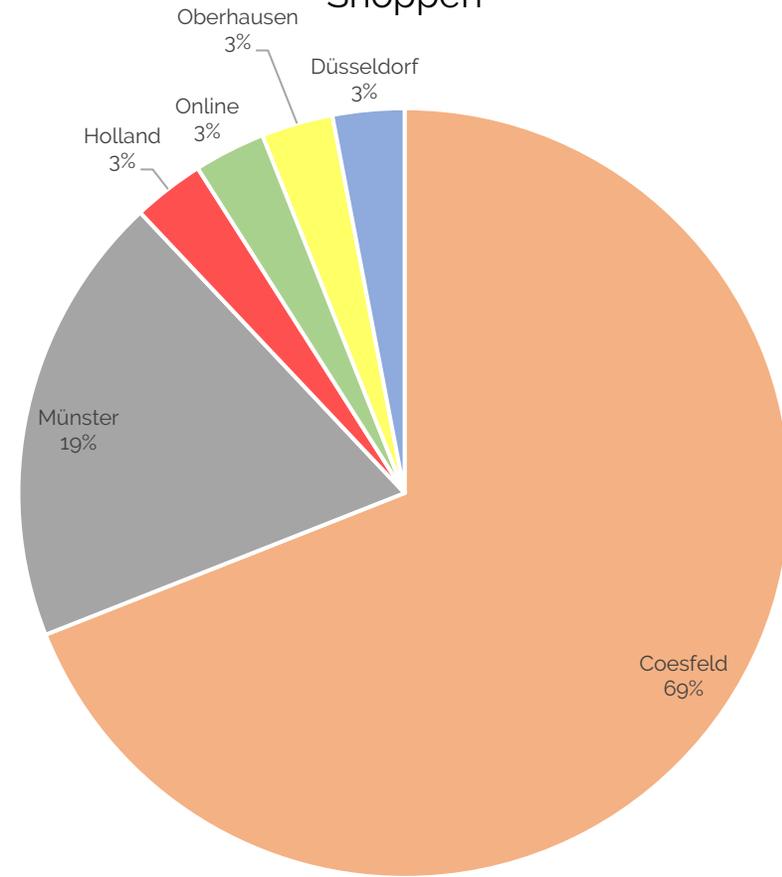


Nutzen Sie für die folgenden Aktivitäten die Coesfelder Innenstadt? Falls nein, welchen Ort nutzen Sie stattdessen?

Kultur

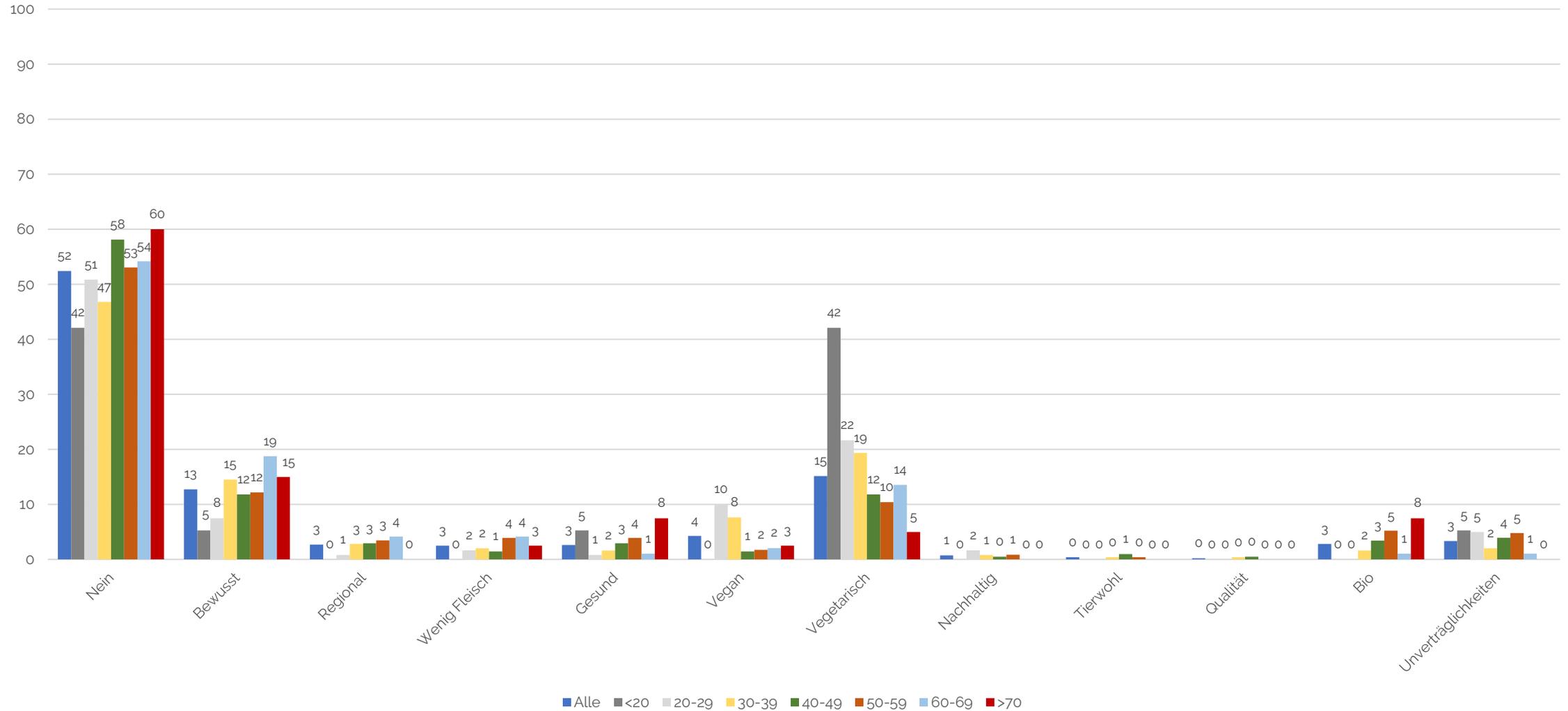


Shoppen



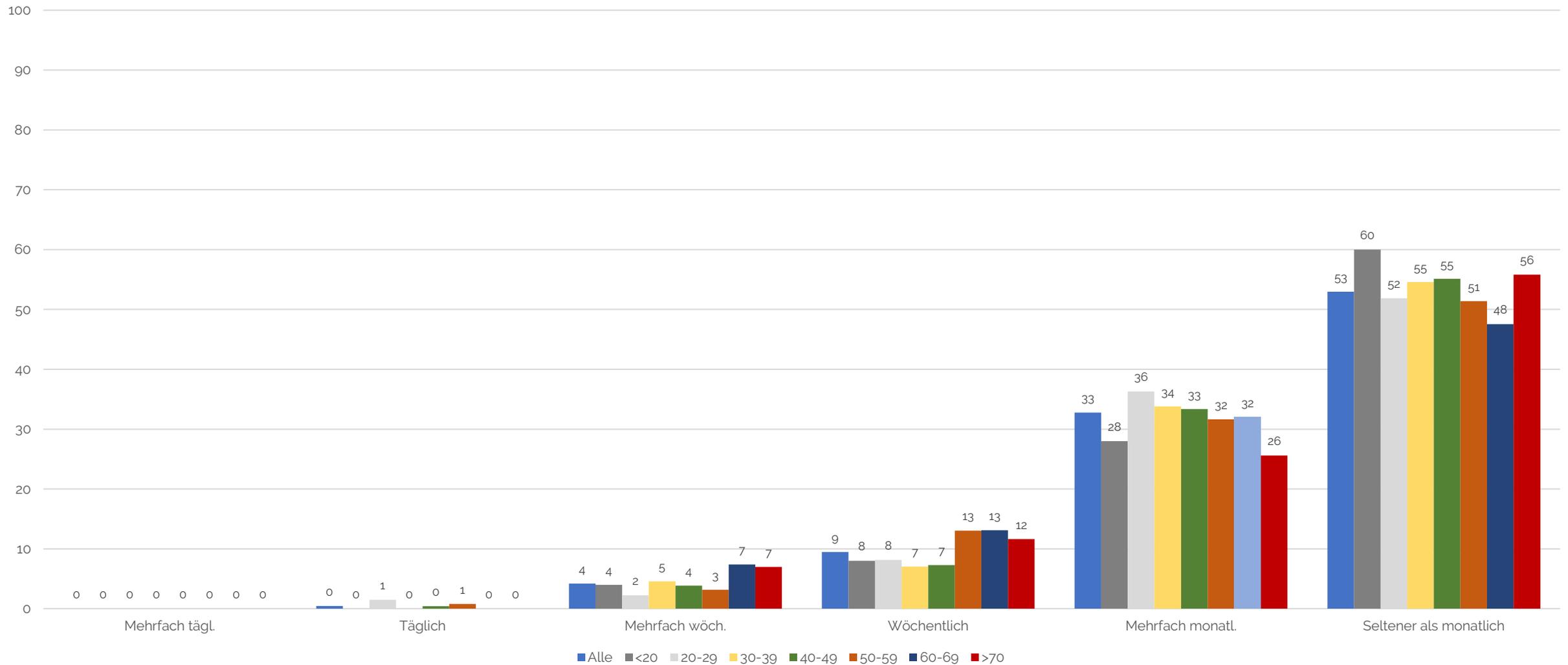
7.5 Online-Umfrage

Ernähren Sie sich in einer besonderen Form?



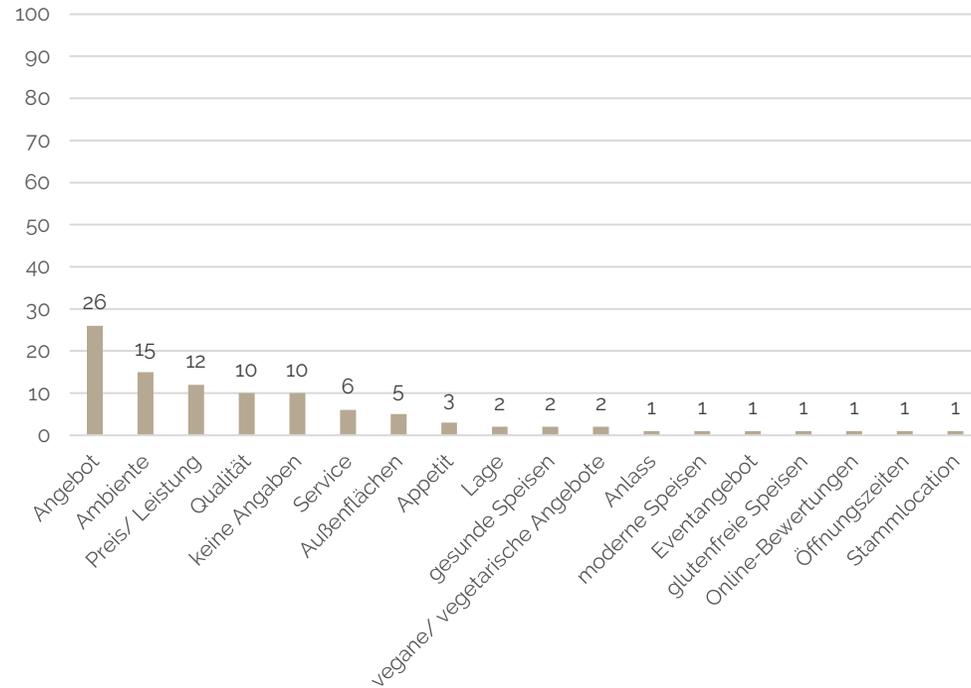
7.5 Online-Umfrage

Wie oft nehmen Sie die Gastronomie der Coesfelder Innenstadt in Anspruch?



7.5 Online-Umfrage

Wonach suchen Sie sich die Gastronomie aus?



Durchschnittliche Bewertung Schulnotensystem

	Restaurants	Imbisse	Cafés	Nightlife	Abwechslung	Trends	Attraktivität	Gesundheit	Regionalität	Nachhaltigkeit
Durchschnitt Alle	4.1	3.2	3.3	4.6	4.6	4.6	4.1	3.9	3.8	4.1
<20	3,6	2,9	3,5	4,5	4	4,1	3,7	3	2,9	3,3
20-29	3,9	3	3,3	4,8	4,6	4,6	3,9	3,8	3,4	3,8
30-39	4	3,1	3,2	4,6	4,5	4,6	4,1	4	3,8	4
40-49	4,2	3,2	3,3	4,6	4,7	4,8	4,3	4,1	4	4,2
50-59	4,2	3,3	3,4	4,6	4,6	4,7	4,1	4	3,9	4,1
60-69	4,4	3,4	3,6	4,7	4,6	4,6	4,4	3,9	4	4,3
>70	4	3,8	3,7	4,7	4,3	4,3	4,4	3,8	3,8	4,3

Was fehlt in der Coesfelder Innenstadt/was wünschen Sie sich?

Guter Italiener Asiatisch Vegan/Vegetarisch Chinesisch Spanier
Abwechslung/Vielfalt Mexikanisch Indisch Gemütliches Café Pizzeria mit Qualität
Gemütliche Kneipe International Griechisch Gesundes Essen Deutsch Moderne Küche
Fisch Arabisch Gemütliche Restaurants Regionalität Alles Junge Küche Besondere Konzepte
Atmosphäre Cocktailbar Gehoben Bowls Qualität Weinbar Bar Mediterrane Küche
Orientalisch Erlebnis Libanesisch Nichts Mittagstisch Nachhaltig Mongole Arabisch
Familiengerecht All you can eat Irish Pub Bio Live Programm Deli/Bistro Frühstück Preis/Leistung
Portugiesisch Fast Food Afrikanisch Buffet Gustav Grün Café mit Torten Französisch Cox Orange Suppen Strandbar
Pop Up Gastronomie Brasserie Kroatisch Ausflugslokal Food Court Authentisch Mottowochen Alternativ/Inklusion Wonder Waffel

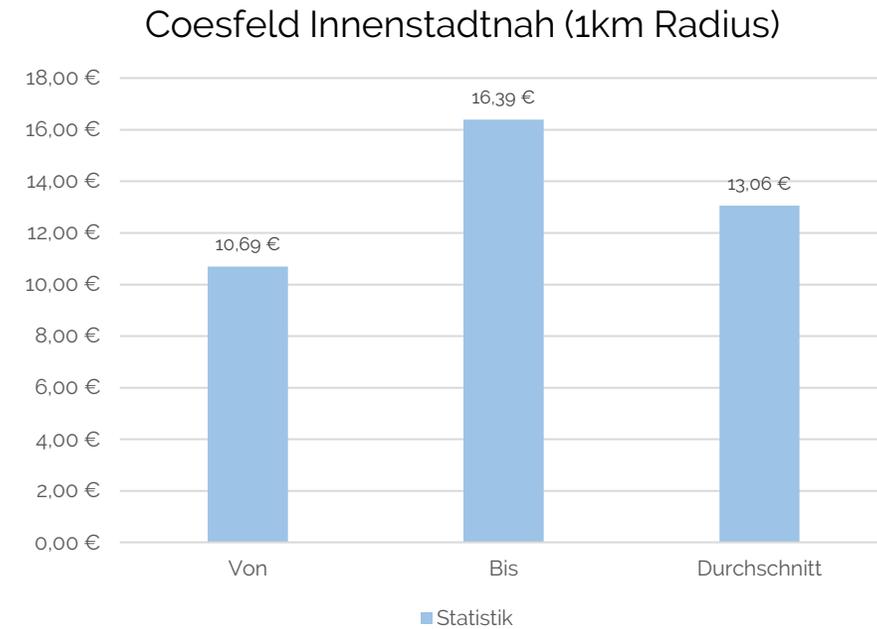
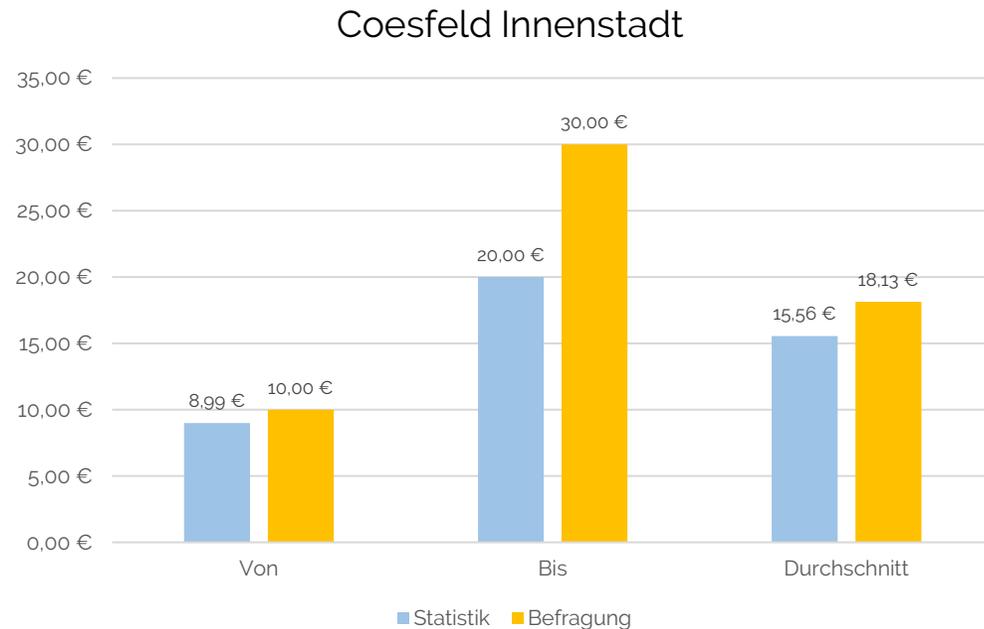
Welches ist Ihr Lieblingsrestaurant?

- Insgesamt 208 Restaurants genannt
- Über 9 Nennungen
 - Café Central (80)
 - Restaurant Burghof (62)
 - Brauhaus Stephanus (60)
 - Restaurant Haselhoff (52)
 - Cox Orange Billerbeck (33)
 - Lorenzo Dülmen (26)
 - Haus Frieling (21)
 - Café Extrablatt (19)
 - 180 Degrees (17)
 - Mezzo Mar Dülmen (14)
 - Café Lauschig Havixbeck (14)
 - Haus Kalksbeck (13)
 - L'Osteria (12)
 - Restaurant Jägerhof (11)
 - Mocca d'or Münster (10)
 - Mersmann (10)



7.6 Mietpotenzial

- Statistische Erhebung am Standort seit Projektbeginn
- Flächen zwischen 84m² - 308 m² in der Innenstadt, 54 m² - 240 m² 1 km Radius um die Innenstadt



Hinweise:

Um eine detailliertere Mietpreiseinschätzung erstellen zu können, müssen die detaillierten Flächengrößen und -zusammensetzungen, der Ausbauzustand und die Übergabeschnittstellen berücksichtigt werden.

A man with dreadlocks, wearing a green quilted jacket over a white t-shirt, stands in a grassy field with his arms raised and mouth open in a gesture of triumph or joy. Several sheets of paper are flying through the air around him. The background features a line of trees and a brick building with arches. The entire image has a light green tint.

8. Fazit

8. Fazit

Allgemein

- Es ist ein größerer Zielgruppenanteil von 6-17, 30-59, älter als 65-Jährigen und Familien erkennbar – jüngere Erwachsene fehlen
- Gastronomie wurde als zweit wichtigster Besuchsgrund für die Innenstadt genannt

Positiv

- Kleine Mittelstadt mit übergeordneten Potenzialen (Arzt, Krankenhaus, Schule, Verwaltung, Shopping, Frequenzbringer, Kunst/Kultur)
- Positiv wahrgenommene Situation (gepflegt, schöne Optik/Fassaden, kurze Wege)
- Gute Infrastruktur - diverse Plätze
- Attraktiven Außenflächen und Sonnenstand
- Gute Rahmenbedingungen
- Handelsschwerpunkt und Frequenzbringer gut zu erkennen
- Klarer Bereich von Kunst und Kultur

Negativ

- Wenig Besonderheiten, vieles erwartbar (Ausnahme Pfauengasse)
- Coesfeld hat aktuell keinen besonderen gastronomischen Stellenwert
- Über 50% der Befragten nutzen Gastronomie seltener als monatlich
- Unausgeschöpftes Potenzial an Aufenthaltsqualität



Hauptprobleme der Gastronomen:

1. Ämter/Bürokratie
(Kommunikation, Schnelligkeit)
2. Mehrwertsteuer
3. Personal

Blicken dennoch positiv in die Zukunft!

8. Fazit

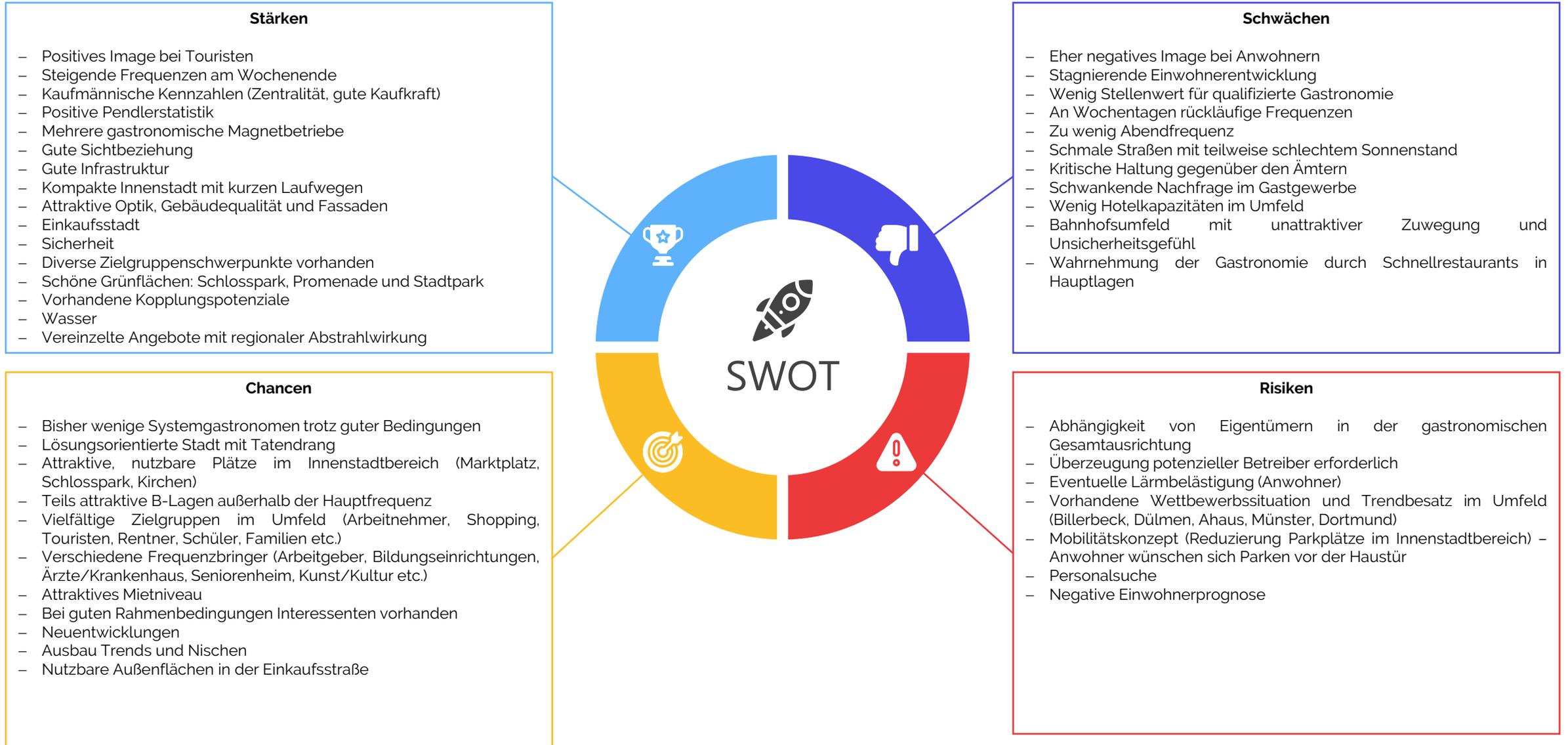
- Die meisten speisenfokussierten Gastronomiekonzepte legen am Standort ihren Fokus auf **Mittags-Verpflegung und Fast Food**.
- **Bistros** sind im Innenstadtbereich nicht vertreten.
- Das Sortiment besteht größtenteils aus **Mainstream Konzepten ohne Trendcharakter**.
- Die genannten Gastrotipps verfügen alle über einen **attraktiven Außenbereich und sind gesellig**. Eine besondere Art an Speisen gibt es nicht.
- Alle Restaurants besitzen bei Google **durchschnittliche** Bewertungen. Restaurant Burghof und Haus Frieling wurden **überdurchschnittlich** gut bewertet.
- Zwei Konzepte im Innenstadtbereich bietet **gehobenere Speisen** an.
- Die Gastronomien sind eher **traditionell und bieten kein Erlebnisfaktor**.
- **Die Gastronomie besetzt wenig Trends und Nischen**.
- Die Gastrotipps aus der Region sind **vielfältig und teilweise innovativ**.
- **Nightlife** wird im Innenstadtbereich nicht geboten.

- **Kneipen und Bars** sind vereinzelt vorhanden und haben oftmals eine überdurchschnittlich gute Bewertung.
- Es fehlt an Angeboten im Bereich **Ethno Küche, authentische italienische Küche, gesunde Ernährung, moderne Gastronomie, Familiengastronomie, Abendgastronomie, vegetarisch/vegane Angebote**.
- Den Menschen sind **Abwechslung, Ambiente und das Preis-/Leistungsverhältnis** beim Ausschuchen der Gastronomie am wichtigsten.



8. Fazit

Standortfaktoren



9. Rahmenbedingungen

WELCOME
— WE ARE —
OPEN

9. Rahmenbedingungen

Muss-Faktoren:

- Skizzierung einer emotionalisierenden Vision
- Abendfrequenzen schaffen
- Aufenthaltsqualität
- Zielgerichtete Ansprache und Begeisterung
- Marketing- und Eventkonzept
- Alleinstellungsmerkmale und Erlebnis darstellen
- Planung unter Berücksichtigung der Anwohnersituation
- Attraktive Außengastronomieflächen
- Individualität der Gestaltung
- Sensibilisierung und Unterstützung der Eigentümer
- Quartiersmanagement Event und Gastronomie
- Qualifizierte Verortung

Kann-Faktoren:

- Startup-Förderung
- Qualifiziertes Auswahlverfahren für Gastronomen
- Punktuell flexible Gestaltungsvorgaben für Außengastronomie



9. Rahmenbedingungen

Genehmigungsverfahren/Auflagen:

- Geschwindigkeit und Komplexität des Verfahrens / Lotsen
- Landes-Immissionsschutzgesetz (LImSchG)
- Mobile Popup-Flächen
- Baurecht – Planungssicherheit schaffen
 - Für Eigentümer, Gastronomen und Investoren
 - Für Flächen, Kategorien, Orte

Kaufmännische Rahmenbedingungen:

- Realistische Miethöhe
- Unterstützung bei Investitionen (in Gebäude, in Objekt) – Baukostenzuschüsse, Industrie und Stadt einbinden
- Vertragsgestaltung und Laufzeiten

Sonstiges:

- Mitarbeiterpotenziale
- Art des Handelangebotes im Umfeld
- Wettbewerb nötig

A conceptual image featuring a glowing lightbulb with a mechanical, metallic body. The body has two arms; the right arm holds a key. The lightbulb is positioned next to a wall outlet, with a white cord plugged into it. The scene is set on a dark surface against a light-colored wall. The overall tone is warm and symbolic, representing an idea or innovation.

10. Leitidee

10. Leitidee

Mini

- Qualifizierung und Differenzierung des vorhandenen Angebotes
- Beratung/Begleitung bestehender Konzepte
- Eigentümerberatung auf Basis der Ist-Situation
- Ausrichtung nach Zielgruppen
- Erweiterung vorhandener Zielgruppen
- Synergetische Konzeption (Kopplungspotenziale)

Midi

- Qualifizierung und Differenzierung des vorhandenen Angebotes
- Beratung/Begleitung bestehender Konzepte
- Eigentümerberatung auf Basis der Ist-Situation
- Ausrichtung nach Zielgruppen
- Erweiterung vorhandener Zielgruppen
- Synergetische Konzeption (Kopplungspotenziale)
- **Erweiterung des Angebotes**
- **Begeisterung neuer Zielgruppen**

Maxi

- Qualifizierung und Differenzierung des vorhandenen Angebotes
- Beratung/Begleitung bestehender Konzepte
- Eigentümerberatung auf Basis der Ist-Situation
- Ausrichtung nach Zielgruppen
- Erweiterung vorhandener Zielgruppen
- Synergetische Konzeption (Kopplungspotenziale)
- Erweiterung des Angebotes
- Begeisterung neuer Zielgruppen
- **Erzeugung überregionaler Abstrahlwirkung**

10. Leitidee

- **Alleinstellungsmerkmale schaffen**
- Synergetische Betrachtung der Innenstadt
- Aufmerksamkeit erhöhen
- Verweilqualitäten verbessern
- Erhöhung Aufenthaltsqualität und Ambiente
- Überraschungen bieten
- Erlebnisfaktor/Freizeit steigern
- Vorhandene Potenziale nutzen
- Neuentwicklungen synergetisch denken
- Potenziale erweitern (neue Events, Zielgruppen, Kopplungspotenziale)
- Sinnvolle Verortung der Angebote (Erfolg: Café Extrablatt)
- Konzepte für jüngere/modernere Zielgruppe bieten
- Systemgastronomie könnte Potenzial sein (Kaufkraft, Zentralität, Einzugsgebiet)





11. Skizzierung möglicher Nutzungsmodelle

11. Skizzierung möglicher Nutzungsmodelle

Aufenthalts-/Verweilqualität:

- [Pancake Panda](#) – Hamburg (Frühstück, Brunch, Mittagstisch)
- [Pelican Fly](#) – Düsseldorf (Pommes und Wein Container)
- [Sitt Wein](#) – Stuttgart (Weinstube, Wein selbst zapfen)

Hip/trendy/modern:

- [Mezzomar](#) – Systemer (moderne, italienische Küche)
- [Cinnamood](#) – Köln (diverse Zimtschneckenkreationen)
- [Niu Asian Café](#) – Systemer (handgefertigte asiatische Kuchenkreationen, Instagramable)
- [Buur Deli](#) – Düsseldorf (modernes Café)

Abendgastronomie:

- [BarChef](#) – Kanada (Cocktailbar mit ausgefallenen Kreationen)
- [Trinkgenosse](#) – Köln (Bar Genossenschaft)
- [Sausalitos Beach](#) – Systemer (Restaurant & Bar mit Strandatmosphäre)
- [The Local](#) – Hamburg (Casual Fine Drinking in der Nachbarschaft mit Wohnzimmeratmosphäre)



11. Skizzierung möglicher Nutzungsmodelle

Familiengastronomie:

- [Löffelöhrchen](#) - Essen (Familiencafé mit Monatsaktionen und Spielecke/Ruhebereich für Kinder)
- [Café Malte](#) – Essen (Mehrgenerationen- und Seniorencafé)
- [Café Love](#) – Dortmund (Café mit einem Indoor Spielplatz für Kinder)
- [Fiii Fun House](#) - Buenos Aires (kindgerechtes Restaurant mit Schaukel-Sitzmöglichkeiten und Kinderecke)

Erlebnisgastronomie/Digitalisierung:

- [Le Petit Chef](#) – Systemer (Digitale Zubereitung des Essens am Platz)
- [Taste Film](#) – England (Kinofilm mit passenden Gerichten zum Verzehr vor Ort)
- [Good Bytz](#) – Hamburg (Kochroboter, der das Küchenpersonal unterstützt)
- [Yaya Bowls](#) – Münster (Schnelle Mittagsverpflegung durch digitalisierte App und ausgefeilte Robotertechnik)



11. Skizzierung möglicher Nutzungsmodelle

Nachhaltig/Gesund:

- [Yuicery](#) – Köln (Veganes Restaurant, frische Bowls, Säfte, Sandwiches)
- [Beetsschwester](#) – Münster (Veganes Straßencafé mit regionalen Produkten)
- [Oh Bagel](#) – Münster (diverse Bagel-Kreationen, Bike In Fenster für Take Away)
- [Raupe Immersatt](#) – Stuttgart (Foodsharing Café)

Kunst und Kultur/Treffpunkte:

- [Wine in the hood](#) – Wiesbaden (Weinbar, Aperitif for Lifetime)
- [Buchkantine](#) – Berlin (Café und Feinkostladen, Literaturcafé)
- [Hannahs Kreativcafé und Concept Store](#) – Trier (Angebot an handwerklichen regionalen Produkten vereint mit gemütlichem Café, Workshops)
- [Kame'](#) – Mühlheim (Interior, Fashion, Café)
- [Kulturapotheke](#) – Leipzig (Events, Lesungen, Nachhaltigkeit, Snacks)
- [Kaffee Krawall](#) – Göttingen (als Kollektiv betriebenes Café, Kneipe, Bar, Bistro)



11. Skizzierung möglicher Nutzungsmodelle

Markthalle:

- [Unser Stadtladen](#) – Donauwörth (Bistro und regionaler Lebensmittelhändler)
- [Marktscheune Wachtberg](#) – Bonn (Obsthof und Markthändler)
- [CouCou Foodmarket](#) – München (Drei Konzepte, unendliche Vielfalt, französisch, italienisch, Salate&Bowls)

International:

- [Picilia](#) – Berlin (Griechische Tapas und traditionelle Gerichte)
- [MammaBao](#) – München (Handgemachte chinesische Nudeln und andere Spezialitäten)
- [Little Nonna](#) – Köln (Italienisches Restaurant nach Omas Rezepten)
- [Salam Kitchen](#) – Münster (Orientalisches Restaurant, CrossOver Küche)
- [Yoonsim](#) – Düsseldorf (Koreanisches BBQ, direkt am Tisch zubereitet/gegrillt)



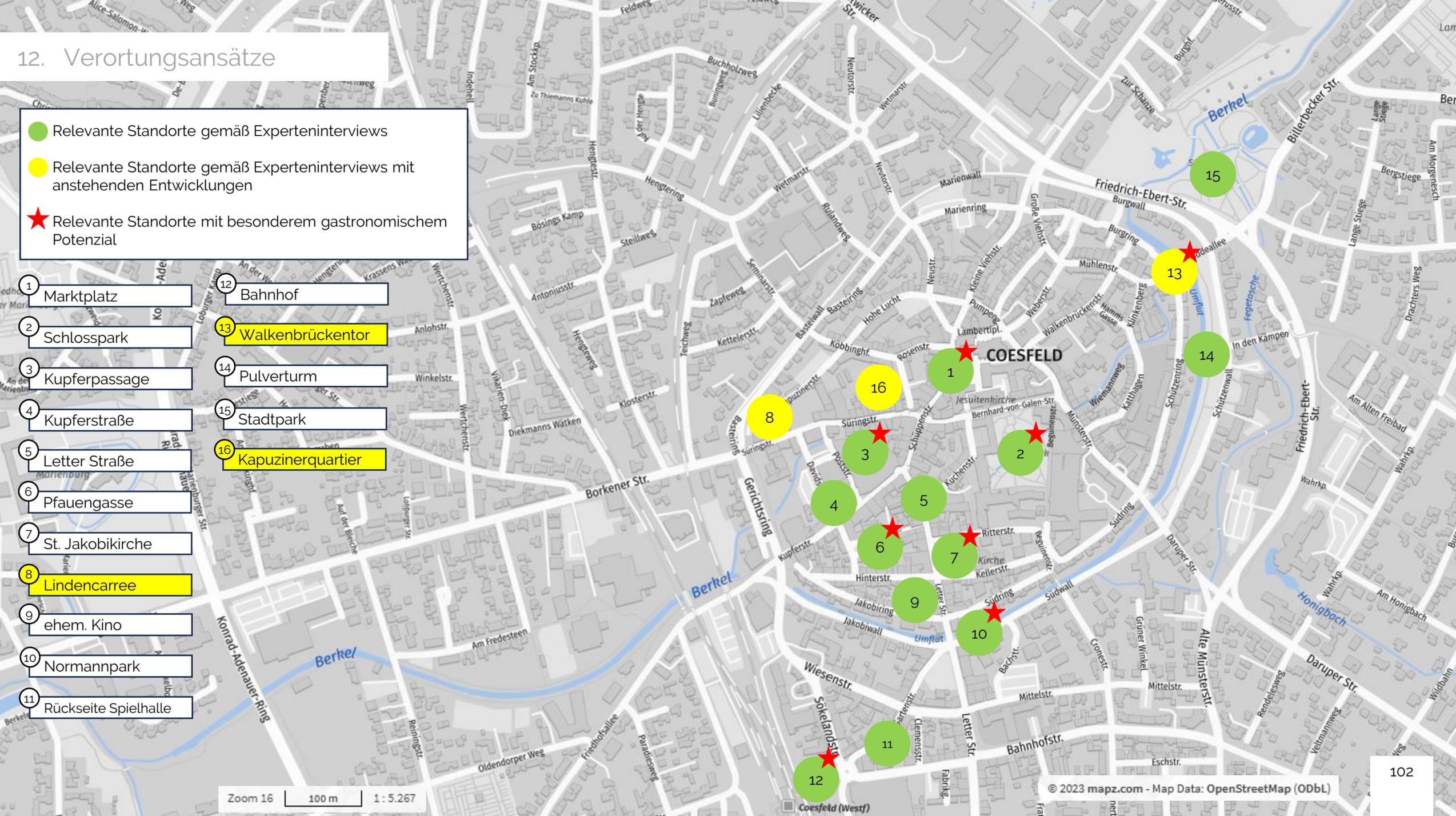
12. Verortungsansätze



12. Verortungsansätze

- Relevante Standorte gemäß Experteninterviews
- Relevante Standorte gemäß Experteninterviews mit anstehenden Entwicklungen
- ★ Relevante Standorte mit besonderem gastronomischem Potenzial

- | | | | |
|----|----------------------|----|-------------------|
| 1 | Marktplatz | 12 | Bahnhof |
| 2 | Schlosspark | 13 | Walkenbrückentor |
| 3 | Kupferpassage | 14 | Pulverturm |
| 4 | Kupferstraße | 15 | Stadtpark |
| 5 | Letter Straße | 16 | Kapuzinerquartier |
| 6 | Pfauengasse | | |
| 7 | St. Jakobikirche | | |
| 8 | Lindencarree | | |
| 9 | ehem. Kino | | |
| 10 | Normannpark | | |
| 11 | Rückseite Spielhalle | | |





13. Handlungsempfehlung

13. Handlungsempfehlung

1. Diskussion
2. Ausrichtung der Vision/Leitidee (Varianten)
3. a) Recherche benötigter Konzepte
3. b) Erfassung Potenzialflächen
4. Konzept- und Flächenmatching
5. Erarbeitung der Rahmenbedingungen nach Standort/Konzept
6. Formulierung einer Vision
7. Einbindung Eigentümer
8. Steckbriefverfahren
9. Zielgerichtete Suche



Wünsch-dir-was

Die folgenden Ideen sollen einen kleinen Einblick bieten. Sie wurden nicht auf Machbarkeit überprüft!



Idee Schlosspark

- Familiengastronomie
- Schönes Café zum Verweilen
- Spielplätze auf den begrünten Flächen
- Spielen am Wasser
- Kinderbetreuung
- Senioren und Kinder zusammenbringen
- Mittagssnack
- Biergarten

Mögliche Konzeptideen

- [Bottled Osnabrück](#)
- [Zwergriese Generationen Bistro](#)
- [Maxi-Turm Münster](#)

Die Ideen wurden nicht auf Machbarkeit überprüft.





Idee Normannpark

- Gastronomie am/über dem Wasser
- Verweilqualität schaffen
- Freizeitaktivitäten schaffen
- Erholung, Entspannung

Mögliche Konzeptideen

- [Entenwerder 1](#)
- [Les Bateliers, Frankreich](#)
- [Botanik, Ulupinar](#)

Die Ideen wurden nicht auf Machbarkeit überprüft.





Idee Kupferpassage

- Markthalle mit diversen gastronomischen Angeboten und regionalen Lebensmitteln
- Rooftop Bar
- Urban Farming
- Begrünung Dachterrasse

Mögliche Konzeptideen

- [Arminiusmarkthalle](#)
- [Sonnenscheinetage](#)
- [Ostegro](#)

Die Ideen wurden nicht auf Machbarkeit überprüft.



SHOT ESPRESSO 590.-

FILTER COFFEE



	ORGANIC 	shot with milk espresso tejjel	alternative milk növényi tej
3oz 90 ml 	650.-	720.-	
5 oz 150 ml 	680.-	760.-	
7oz 210 ml 	720.-	820.-	
10oz 300 ml 	820.-	980.-	

V60	850.-
aeropress	850.-
syphon	1.100.-
chemex	1.550.-
casacara	700.-
SZEMES KÁVÉK	1.400.- / 100g

bulletproof	990.-
signature drink	1.100.-
forró csoki	690.-
chai latte	820.-
dirty chai	1.100.-
szálas teák	650.-

ALWAYS DOUBLE, DON'T MAKE TROUBLE

Macha Láffe 680.- Blue smurf 5oz 650.- 10oz 820.- Áraink forintban értendők.

Vielen Dank!



V60

Syphon

AeroPress

Chemex