

## 4.5 Analyse und Bewertung der Zentrenstruktur

In der nachfolgenden städtebaulichen Analyse werden die relevanten Einzelhandelszentren hinsichtlich städtebaulich-funktionaler Kriterien analysiert und in die Gesamtbewertung des Einzelhandels in Coesfeld einbezogen. Wichtiger Bestandteil der städtebaulichen Analyse ist die Definition der sog. zentralen Versorgungsbereiche in Coesfeld, also insbesondere des Innenstadtzentrums und des untergeordneten Nahversorgungszentrums Lette – und zwar zunächst bezogen auf den *vorhandenen* Bestand. An späterer Stelle werden – nach der Erörterung der übergeordneten Entwicklungsziele für den Einzelhandel – zusätzlich zielorientierte Empfehlungen für die *künftige Weiterentwicklung* der Zentren wie auch der sonstigen Standorte vorgestellt (vgl. Kapitel 6).

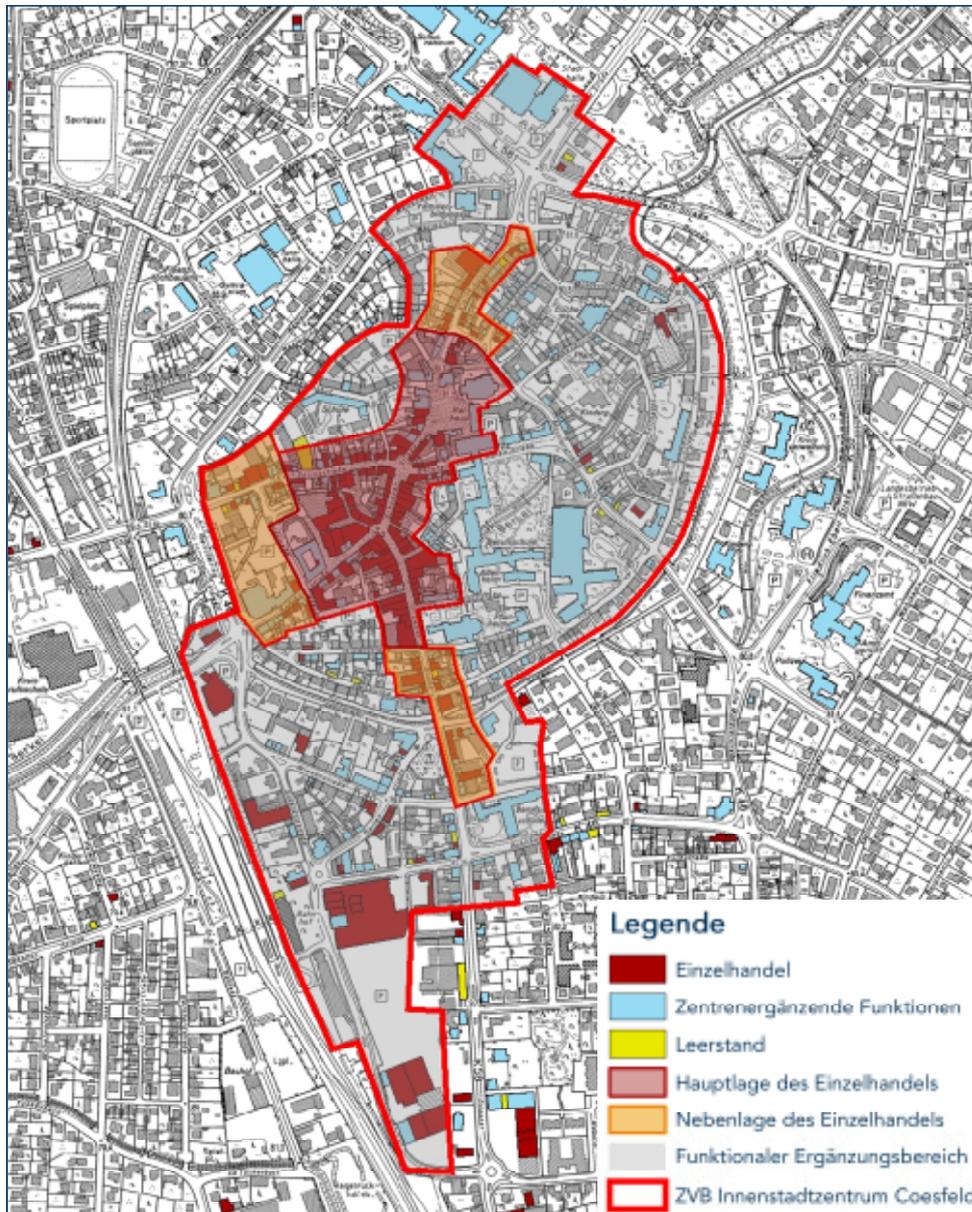
### 4.5.1 Standortmerkmale des Innenstadtzentrums

Das Innenstadtzentrum, zentral im Stadtgebiet gelegen, ist mit einem Anteil von rund 56 % aller Einzelhandelsbetriebe und 32 % der gesamtstädtischen Verkaufsfläche der Einkaufsschwerpunkt im Stadtgebiet. Das Zentrum verfügt über eine große Angebotsvielfalt in allen Branchen, Betriebstypen und -größen. Städtebaulich weist es Zentrenmerkmale wie städtebauliche Dichte, Nutzungsmischung und urbanes Leben auf.

#### Räumliche Ausprägung und verkehrliche Anbindung des Innenstadtzentrums

Das Innenstadtzentrum liegt im Siedlungsschwerpunkt der Kernstadt Coesfelds. Überwiegend von Wohnbebauung umschlossen erstreckt es sich hauptsächlich innerhalb des alten Stadtringes und beinhaltet die Fußgängerzonenbereiche sowie den Marktplatz. Die abwechslungsreiche Architektur bildet zusammen mit der ansprechenden Gestaltung des öffentlichen Raumes eine angenehme Einkaufsatmosphäre. Unterstützt wird diese durch die Ausweisung der Hauptlage als reine Fußgängerzone.

Abbildung 13: Innenstadtzentrum (Bestandsstruktur)



Quelle: eigene Darstellung auf Basis der Bestandserhebung Stadt + Handel 03+04/2010; Karten-  
grundlage: Stadt Coesfeld

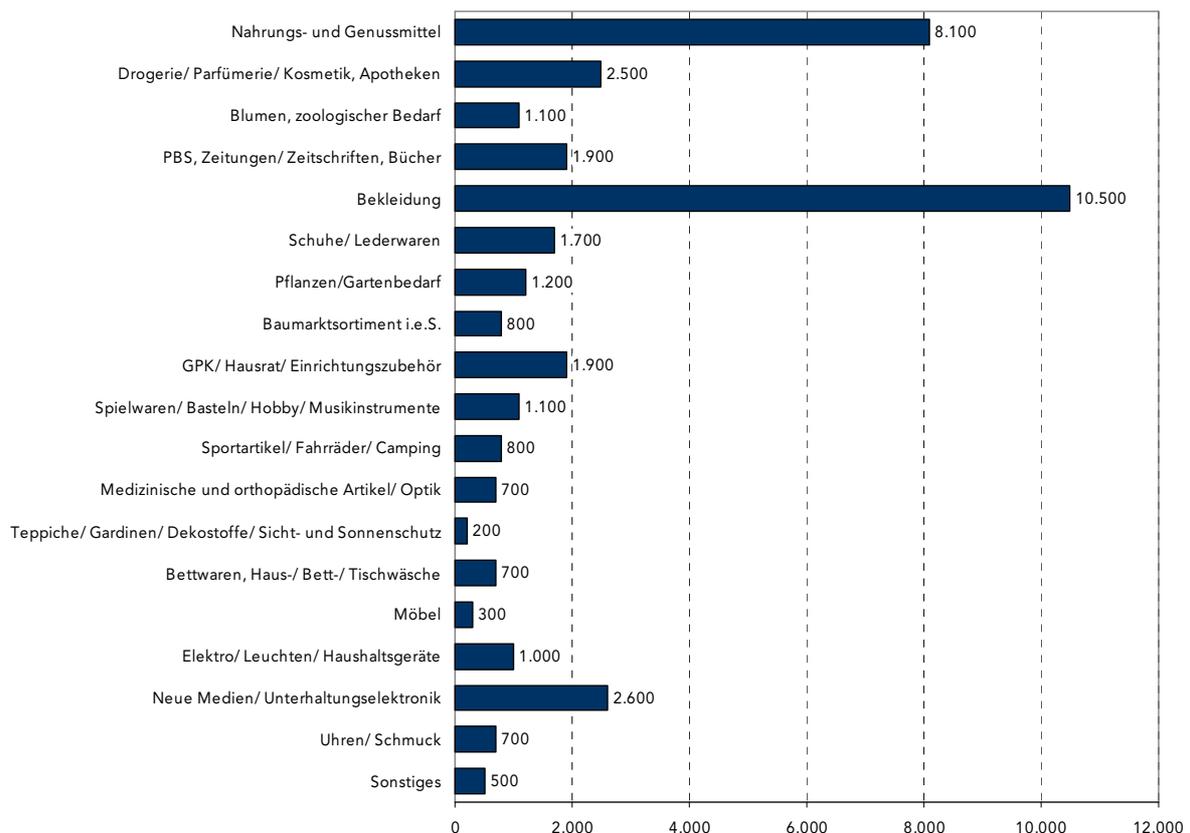
Für den motorisierten Individualverkehr besteht eine gute Anbindung: Über diverse überörtliche Verbindungsstraßen (z. B. B474, B525) ist das Innenstadtzentrum an die Autobahnen A31 und A43 angebunden. Wesentliche Stellplatzanlagen befinden sich sowohl innerhalb des alten Stadtringes als auch darüber hinaus.

Das Innenstadtzentrum wird durch den öffentlichen Personennahverkehr vor allem durch den Bahnhof Coesfeld (Westfalen) leistungsfähig erschlossen (überörtliche Bahnverbindungen). Innerhalb des Stadtgebietes verkehren diverse Buslinien, die das Stadtzentrum an alle Stadtbezirke anbinden.

## Angebotsschwerpunkte und Fristigkeitsstufen

Der Schwerpunkt des Einzelhandelsangebotes im Innenstadtzentrum liegt gemessen an der Verkaufsfläche mit rund 10.500 m<sup>2</sup> im Bereich Bekleidung. Nachfolgend verzeichnet die Sortimentsgruppe Nahrungs- und Genussmittel im Innenstadtzentrum eine Verkaufsfläche von rund 8.100 m<sup>2</sup>. Die Verkaufsflächen der sonstigen Sortimentsgruppen betragen zwischen rund 100 m<sup>2</sup> und 2.600 m<sup>2</sup>.

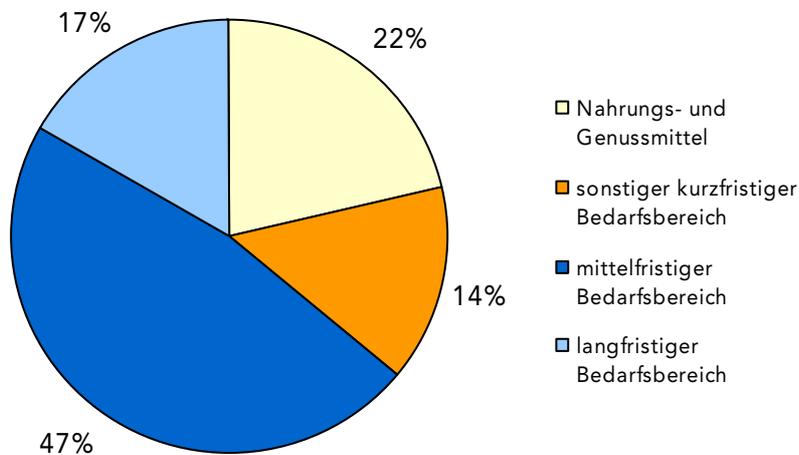
Abbildung 14: Einzelhandelsangebot nach Verkaufsfläche im Innenstadtzentrum



Quelle: Einzelhandelsbestandserhebung Stadt + Handel 03+04/2010; PBS = Papier, Bürobedarf, Schreibwaren); GPK = Glas, Porzellan, Keramik)

Das Angebot generiert sich in der Summe überwiegend aus Sortimenten des mittelfristigen Bedarfsbereichs (vgl. folgende Abbildung). Dieses Angebot wird neben Bekleidung vorwiegend durch die Branche GPK/ Hausrat/ Einrichtungszubehör sowie Schuhe gebildet. Aber auch der kurzfristige Bedarf mit insgesamt 36 % (22 % Nahrungs- und Genussmittel) nimmt in der Innenstadt Coesfelds einen hohen Anteil ein. Auf den langfristigen Bedarf entfällt knapp ein Fünftel der Verkaufsfläche (rund 17 %)

Abbildung 15: Fristigkeitsstruktur nach Verkaufsfläche im Innenstadtzentrum

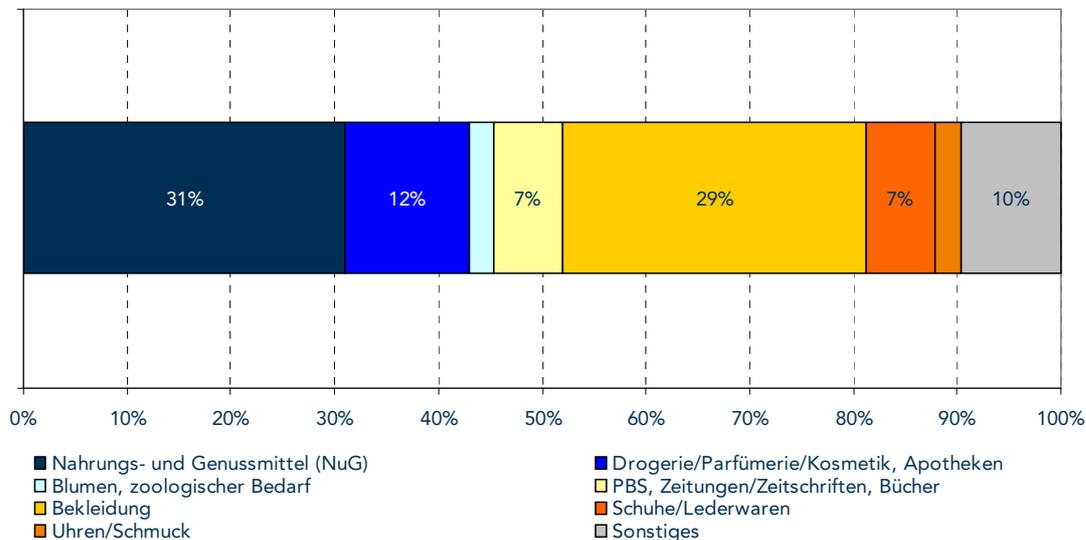


Quelle: Einzelhandelsbestandserhebung Stadt + Handel 03+04/2010

Die Ausstattung nach Fristigkeitsstufen ist gemessen an der landesplanerischen Zentralitätsstufe des Mittelzentrums insgesamt als der Funktion angemessen zu bewerten. Wie in vielen weiteren Mittelzentren stellt jedoch auch der kurzfristige Bedarfsbereich mit mehr als einem Drittel der Verkaufsflächen – davon wiederum mehr als die Hälfte Nahrungs- und Genussmittel – einen bedeutenden Angebotsfaktor im Innenstadtzentrum dar. Aber auch der mittelfristige Bedarf mit dem hohen Anteil an Bekleidung stellt innerhalb des Innenstadtzentrums Coesfeld ein attraktives Angebot dar.

Betrachtet man die Ergebnisse der Passantenbefragung, zeigt sich, welche Sortimente im Innenstadtzentrum Coesfelds am stärksten nachgefragt werden.

Abbildung 16: Gekaufte Sortimente im Innenstadtzentrum



Quelle: Passantenbefragung 04/2010; Mehrfachnennungen möglich

Es zeigt sich, dass der überwiegende Anteil der gekauften Sortimente aus dem kurzfristigen Bedarfsbereich stammt. So werden zu 31 % Nahrungs- und Genussmittel, zu 12 % Drogeriewaren und weitere Sortimente dieses Bedarfsbereichs zu 9 % nachgefragt. Die sonstigen gekauften Sortimente sind überwiegend dem mittelfristigen Bedarfsbereich zuzuordnen, 29 % der gekauften Sortimente sind aus dem Bekleidungsbereich, 7 % aus dem Bereich Schuhe/ Lederwaren.

## Magnetbetriebe und Kundenläufe

Das SB-Warenhaus Kaufland bildet den größten Betrieb im Innenstadtzentrum, zusammen mit dem Elektronikmarkt MediMax liegt dieser Magnetbetrieb im Fachmarktbereich im Süden des Zentrums. Des Weiteren sind in der Hauptlage mehrere größere Bekleidungskaufhäuser angesiedelt (u. a. Hettlage Fashion, H & M). Diese Betriebe prägen nicht allein die Struktur der Hauptlage bzw. des Hauptlaufs, sondern sind wesentliche Frequenzbringer für das Innenstadtzentrum als Ganzes. Ihnen kommt im Einzelnen als auch im Verbund eine besonders hohe städtebaulich-funktionale Bedeutung zu.

Der erst vor kurzem verlagerte Elektronikmarkt Expert befindet sich wie die Betriebe Kaufland und MediMax südlich des Stadtrings. Es wird deutlich, dass auch im funktionalen Ergänzungsbereich im Süden des Innenstadtzentrums eine starke Einzelhandelsagglomeration vorhanden ist.

Tabelle 9: Die größten Einzelhandelsbetriebe im Innenstadtzentrum

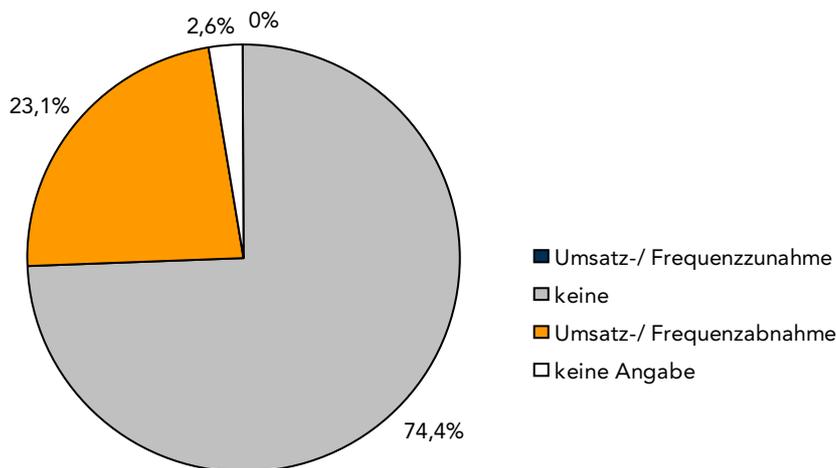
| Betriebsname     | Hauptsortiment                       | Lage                           |
|------------------|--------------------------------------|--------------------------------|
| Kaufland         | Nahrungs- und Genussmittel           | Funktionaler Ergänzungsbereich |
| MediMax          | Neue Medien/ Unterhaltungselektronik | Funktionaler Ergänzungsbereich |
| Hettlage Fashion | Bekleidung                           | Hauptlage                      |
| H & M            | Bekleidung                           | Hauptlage                      |
| Expert           | Neue Medien/ Unterhaltungselektronik | Funktionaler Ergänzungsbereich |

Quelle: Einzelhandelsbestandserhebung Stadt + Handel 03+04/2010

Zur Ermittlung der tatsächlich vorhandenen Kundenläufe wurde eine Passantenfrequenzzählung im Innenstadtzentrum durchgeführt (die grafische Aufbereitung der Ergebnisse ist im Anhang einzusehen). Der Hauptlauf der Kunden ist die Nord-Süd-Achse Schüppenstraße – Letter Straße. Weitere starke Frequenzen sind in die/ aus der Kupferstraße festzustellen. Es wird deutlich, dass die als Fußgängerzonen ausgewiesenen Bereiche die höchsten Passantenfrequenzen aufweisen. Dazu tragen auch die Magnetbetriebe (wie die vorhandenen Bekleidungskaufhäuser) bei.

Eine Kopplung zwischen der Hauptlage und dem Fachmarktstandort im Süden des Innenstadtzentrums ist nahezu nicht zu ermitteln. Dies zeigt auch das Ergebnis der Händlerbefragung. Durch die neuen Entwicklungen im Bereich des Bahnhofs haben bei den Innenstadthändlern weder positive noch negative Auswirkungen stattgefunden.

Abbildung 17: Zusammenhang Innenstadt und Fachmarktzentrum am Bahnhof



Quelle: Händlerbefragung 03+04/2010; n = 39; Frage: „Welche Auswirkungen haben die Entwicklungen im Bereich des Bahnhofs auf Ihren Betrieb?“

Der überwiegende Anteil der befragten Einzelhändler benennt, dass die Entwicklungen im Bereich des Bahnhofs keine Auswirkungen auf ihren Betrieb gehabt haben. Dies unterstützt

das Ergebnis einer fehlenden Kopplung zwischen der Hauptlage und dem Fachmarktstandort im Süden.

Trotz der unstreitig erkennbaren Leitfunktion des Einzelhandels ist der analytische Blick ergänzend auf die weiteren Zentrenfunktionen im Innenstadtzentrum zu richten, wenn die Struktur und die Funktionsweise des Zentrums vollständig dargestellt und bewertet werden soll: die großen wie auch kleineren Verwaltungs- und Dienstleistungseinrichtungen, Banken, medizinische Versorgungseinrichtungen, Kultur- und Bildungseinrichtungen sowie die Gastronomie- und Freizeitangebote übernehmen neben dem Einzelhandel selbst – wie oben bereits dargestellt – zusätzlich Magnetfunktionen. Nicht zuletzt fungieren auch die größeren Stellplatzanlagen und der Bahnhof als Frequenzbringer, die Kunden in das Innenstadtzentrum leiten oder wieder abreisen lassen.

### **Vielfalt und Qualität des Einzelhandelsangebotes**

181 Einzelhandelsbetriebe stellen schon aufgrund der reinen Anzahl ein bedeutendes Angebot dar, das zu einem umfassenden Versorgungseinkauf und einem abwechslungsreichen Shopping-Erlebnis führt. Der Filialisierungsgrad der Einzelhandelsbetriebe beträgt 49 % und befindet sich in einem für ein Mittelzentrum angemessenen Bereich.

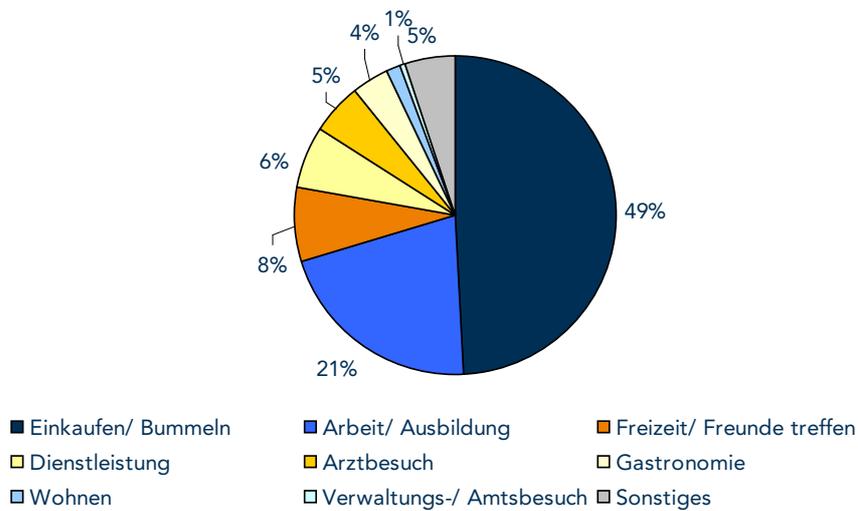
Trotz der bereits beschriebenen Verkaufsflächenschwerpunkte in bestimmten Branchen bietet das Innenstadtzentrum insgesamt eine sehr breite Angebotsvielfalt. In jeder einzelnen Warengruppe findet der Kunde eine Vielzahl an Einzelhandelsbetrieben, die dieses als Hauptwarengruppe anbieten. So gibt es zum Beispiel 48 Betriebe mit der Hauptwarengruppe Bekleidung, 28 der Hauptwarengruppe Nahrungs- und Genussmittel und noch immerhin 18 der Warengruppe Neue Medien/ Unterhaltungselektronik. Selbst in Warengruppen, die zu den nicht zentrenrelevanten Sortimenten zählen, findet der Kunde auch im Innenstadtzentrum mindestens einen Einzelhandelsbetrieb (z. B. mit der Hauptwarengruppe Baumarktartikel).<sup>29</sup>

Auch die Besuchsmotivation der Kunden zeigt, dass der überwiegende Anteil zum Einkaufen in das Innenstadtzentrum kommt und die vorhandene Angebotsvielfalt von den Kunden angenommen wird.

---

<sup>29</sup> Die Vielfalt angebotener Sortimente stellt sich selbstverständlich als sehr viel größer dar, wenn man nicht ausschließlich das Hauptsortiment der Betriebe analysiert: die Einzelhändler komplettieren in der Regel ihr Hauptsortiment durch weitere Randsortimente.

Abbildung 18: Besuchsgrund des Innenstadtzentrums



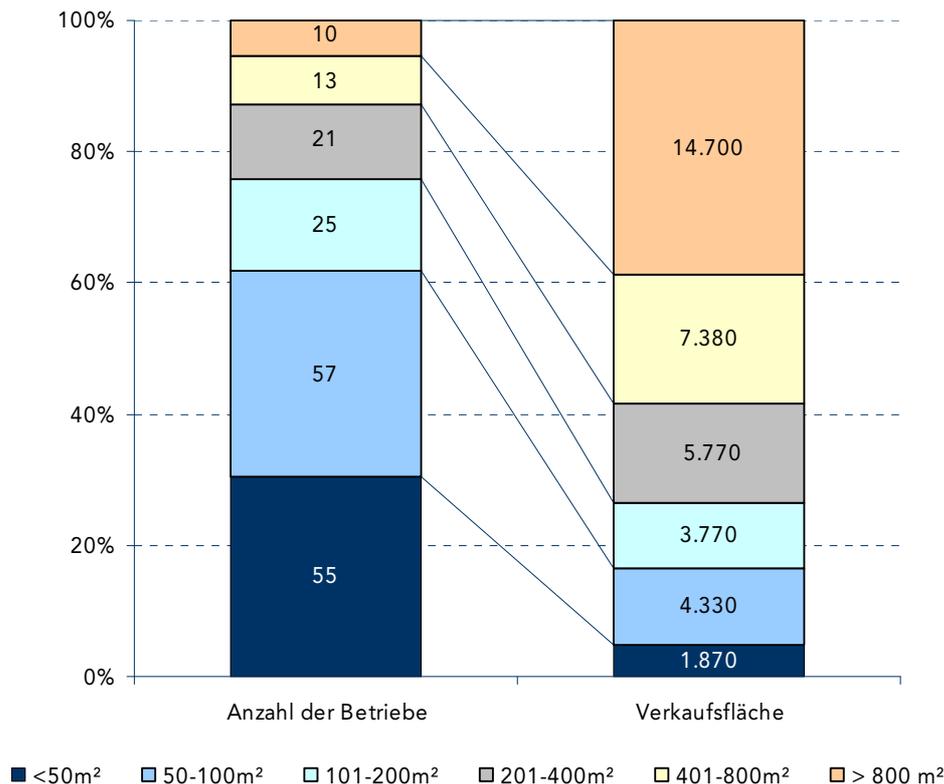
Quelle: Passantenbefragung 04/2010; Befragte in Coesfeld (n = 468)

Nachgeordnet wird das Innenstadtzentrum zum Arbeiten aufgesucht (21 %). Dienstleistungen bzw. gastronomische Angebote werden lediglich zu 6 % bzw. 4 % aufgesucht, hier ist ein erster Anhaltspunkt für die Erhöhung der Attraktivität dieser Angebote ersichtlich.

## Verkaufsflächenstruktur

75 % der Einzelhandelsbetriebe im Innenstadtzentrum verfügen über Ladengrößen von bis zu 200 m<sup>2</sup> zusammen. Mittlere (201 m<sup>2</sup> bis 400 m<sup>2</sup>) und große Betriebe (> 400 m<sup>2</sup>) sind im Innenstadtzentrum Coesfelds mit nur 12 % bzw. nur 13 % vertreten.

Abbildung 19: Verkaufsflächenstruktur im Innenstadtzentrum



Quelle: Einzelhandelsbestandserhebung Stadt + Handel 03+04/2010

Die in Teillagen vorhandene Kleinteiligkeit ist prinzipiell positiv zu bewerten, da sie auf gleicher Fläche zu einer größeren Sortimentsdichte und Angebotsvielfalt führt und daher aus Kundensicht einen überaus abwechslungsreichen Einkauf ermöglicht. Insofern ergänzt die Vielfalt der kleinen Fachgeschäfte städtebaulich-funktional die Bedeutung der großen Magnetbetriebe für die Funktionalität des Innenstadtzentrums.

Aus der Feingliedrigkeit ergibt sich ein Problem für die Innenstadt-Gesamtattraktivität erst dann, wenn

- den kleinen Fachgeschäften zu wenige große Anbieter gegenüberstehen oder die großen Magnetbetriebe gänzlich fehlen,
- eine räumliche Unausgewogenheit von großen bzw. kleinen Ladeneinheiten vorherrscht, so dass sich attraktive Kundenläufe nicht optimal entwickeln können,

- etwa aufgrund einer kleinteiligen historischen Bausubstanz bzw. Parzellenstruktur keine Ansiedlungsflächen für größere ansiedlungsinteressierte Einzelhandelsbetriebe zur Verfügung stehen<sup>30</sup>,
- oder wenn aufgrund der je Laden zur Verfügung stehenden Verkaufsfläche insgesamt zwar eine breite, nicht aber eine tiefe Sortimentsstruktur angeboten werden kann.

Diesen Problemen steht das Coesfelder Innenstadtzentrum nur partiell gegenüber. Die größten Magnetbetriebe konzentrieren sich zwar im Süden, gleichwohl können die Betriebe in der Fußgängerzone, vor allem in der Kupferpassage, ein gewisses Gewicht ausbilden.

### Zentrenergänzende Funktionen

Zusätzlich zu den einzelhandelsrelevanten Nutzungen steigern Dienstleistungs- und Gastronomienutzungen die Attraktivität eines Innenstadtzentrums. Daher beziehen die Ziele der Landesplanung hinsichtlich der Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche öffentliche und private Versorgungs- und Dienstleistungseinrichtungen in die Bewertung der Nutzungsdichte und -vielfalt ein.<sup>31</sup>

In Coesfeld wurden neben 181 Einzelhandelsbetrieben ferner 181 ergänzende Dienstleistungs- und Gastronomienutzungen allein in Erdgeschosslage im Innenstadtzentrum kartiert. Besondere Bedeutung kommt den einzelhandelsnahen Dienstleistungen wie Friseuren, Banken, Reisebüros, Reinigungen, Schneidereien und wellnessorientierten Angeboten zu. Es besteht prinzipiell eine wichtige Kopplungsbeziehung zwischen der Tätigkeit eines Einkaufs und dem Aufsuchen dieser Dienstleistungs- und Gastronomieangebote. Wie oben bereits erörtert stellen größere Verwaltungsstellen, Schulen, Banken oder etwa die Post relevante Frequenzbringer für den Einzelhandel und alle übrigen Zentrennutzungen dar. Auch die hohe Anzahl der medizinischen Versorgungseinrichtungen im Innenstadtzentrum als Bestandteil der mittelzentralen Versorgungsfunktion Coesfelds dient als Frequenzerzeuger über die Stadtgrenzen hinaus.

---

<sup>30</sup> Auch nicht unter Berücksichtigung der Möglichkeit, Verkaufsflächen benachbarter Gebäude zusammenzulegen, vertikal (in die Höhe und in die Untergeschosse) und horizontal (auf rückwärtige oder andere benachbarte Bereiche) neue Geschossflächen zu gewinnen oder durch Nutzungsverlagerung und Neustrukturierung von Arealen neue Einzelhandelsflächen zu gewinnen

<sup>31</sup> Vgl. § 24 a LEPro NRW.

## Innere Organisation des Innenstadtzentrums: Hauptlage und Nebenlagen

Zur inneren Differenzierung der Coesfelder Innenstadt werden die Haupt- und Nebenlagen sowie die funktionalen Ergänzungsbereiche im zentralen Versorgungsbereich näher betrachtet. Die Einordnung erfolgt anhand der städtebaulichen und der handelsprägenden Struktur. Als Hauptlage kann die „beste Adresse“ eines Geschäftsbereichs bezeichnet werden. Eine hohe Handelsdichte sowie hohe Passantenfrequenzen sind charakteristisch.

Innerhalb des Innenstadtzentrums bilden die Einzelhandelsbetriebe und die ergänzenden Zentrenfunktionen (z. B. Rathaus und Banken) eine deutliche Hauptlage entlang der Schüppenstraße, Süringstraße, Kupferstraße und der Letter Straße<sup>32</sup> aus. Sie bilden die Fußgängerzone innerhalb des Zentrums. Die Fußgängerzone bietet eine ansprechende Gestaltung, ergänzende Gastronomieangebote und eine hohe Aufenthaltsqualität.

Auch die Kupferpassage mit einer Vielzahl von Magnetbetrieben ist in der Fußgängerzone ansässig, auch diese trägt zur Funktionsvielfalt der Hauptlage bei.

Eine gewisse Konzentration an gastronomischen Einrichtungen lässt sich auf dem Marktplatz ausmachen. Plätze wie dieser aber auch der Bereich vor der Kirche St. Jakobi stellen bevorzugte Ansiedlungsstandorte für diese Branche dar. Die südliche Grenze der Hauptlage bildet der Kreuzungsbereich der Letter Straße mit der Hinterstraße/ Kellerstraße. Die Hauptlage bildet funktional den „Kern“ des Innenstadtzentrums.

Die Hauptlage wird ergänzt durch weitere Einzelhandelsangebote in den Nebenlagen, während allerdings die Nebenlagen eine geringere Einzelhandelsdichte aufweisen als die Hauptlage. Die Nebenlagen werden stärker als die Hauptlage auch durch weitere Zentrenfunktionen geprägt, wie etwa Dienstleistungsfunktionen. Sie tragen zum Funktionieren des Innenstadtzentrums insgesamt wesentlich bei, da sie das Angebot der Hauptlage durch zahlreiche Angebote ergänzen.

Die Nebenlagen sind ergänzend an den Randlagen der Hauptlage vorzufinden und bilden die Fortläufer der Fußgängerzone. An der Süring- und Kupferstraße sind der Bereich bis zum Gerichtsring sowie der Parkplatz an der Davidstraße, an der Letter Straße der Bereich bis zur Mittelstraße als Nebenlage einzustufen. Des Weiteren ist der Bereich der Kleinen Viehstraße dieser Lage zuzuordnen. Zumeist ist in diesen Bereichen eine durchgängige Erdgeschossnutzung mit Einzelhandel und zentrenergänzenden Funktionen erkennbar, allerdings ist die Aufenthaltsqualität hier bereits gegenüber der Hauptlage wesentlich geringer, weil man sich bereits außerhalb der Fußgängerzone in einem Bereich mit Verkehrsfunktion befindet.

---

<sup>32</sup> Wochenmarkt: dienstags und freitags auf dem Marktplatz sowie samstags an der Jakobikirche.

### **Funktionale Ergänzungsbereiche innerhalb des zentralen Versorgungsbereichs**

Weitere Bereiche komplettieren als sog. funktionale Ergänzungsbereiche den zentralen Versorgungsbereich Coesfelds. Sie umsäumen die Haupt- und Nebenlagen. Es handelt sich hierbei hauptsächlich um Standorte für

- kulturelle Einrichtungen (z. B. Kirchen)
- Bildungseinrichtungen (z. B. Schulen, Berufsschule)
- bedeutende soziale und medizinische Einrichtungen (z. B. St. Vincenz-Hospital oder St. Katharinenstift)
- stadthistorisch relevante Areale (z. B. Stadtwall)
- wichtige verkehrsinfrastrukturelle Bereiche (Bahnhof)
- Hotels (z. B. an der Mühlenstraße und Münsterstraße)
- aber auch für einen weiteren deutlichen Einzelhandelsbesatz wie an der Dülmener Straße (Fachmarkttagglomeration mit großflächigen Filialisten, z. B. Kaufland, Medi-Max, Aldi, etc.)

Diese Standorte verfügen über bedeutende zentrale Funktionen für die Bevölkerung Coesfelds. Ihr Zusammenhang mit dem Zentrum spiegelt sich in einer noch gegebenen fußläufigen Distanz zur Hauptlage wider. Im Hinblick auf die Gesamtfunktionalität des zentralen Versorgungsbereichs müssen diese funktionalen Ergänzungsbereiche berücksichtigt und in die Festlegung des zentralen Versorgungsbereichs einbezogen werden. Sie beinhalten einen bedeutsamen Beitrag zur Funktionalität des Stadtkerns, indem diese zentrenergänzenden Funktionen auch als Frequenzbringer für das gesamte Innenstadtzentrum agieren und eine zusätzliche Nutzungsmischung des zentralen Versorgungsbereichs erzielen.

Die angrenzenden Bereiche, die nicht mehr im zentralen Versorgungsbereich Innenstadtzentrum liegen, beinhalten kaum nennenswerte Einzelhandelsnutzungen, noch verfügen sie über wichtige zentrenrelevante Funktionen. Sie sind überwiegend gekennzeichnet durch Wohnnutzungen.

### **Städtebau und Stadtgestalt**

Das Innenstadtzentrum verfügt insgesamt über eine hohe städtebauliche Attraktivität und eine hohe Aufenthaltsqualität. Insbesondere die Fußgängerzone weist eine attraktive, einheitliche Fassadengestaltung auf, die ein gepflegtes Stadtbild generiert. Dies liegt nicht zuletzt in der Gestaltungssatzung der Stadt Coesfeld begründet, die diese einheitliche Gestaltung beinhaltet, um den Kunden ein angenehmes Einkaufserlebnis zu ermöglichen.

## Ladenleerstand und Trading-down-Effekte

Im Innenstadtzentrum standen zum Zeitpunkt der Bestandsaufnahme insgesamt 15 Ladenlokale leer. Die durchschnittliche Größe der leer stehenden Ladenlokale beträgt rund 60 m<sup>2</sup>.<sup>33</sup> Bezogen auf das Innenstadtzentrum ergibt sich hier eine Leerstandsquote von rund 8 % an allen verfügbaren Ladenlokalen.

Nahezu alle Leerstände befinden sich in den Nebenlagen und funktionalen Ergänzungsbereichen des Innenstadtzentrums<sup>34</sup>. Eine Konzentration von Leerstandstendenzen ist innerhalb des Innenstadtzentrums Coesfeld nicht festzustellen, so dass die vorhandenen Leerstände aus Kundensicht kaum ins Auge fallen und somit kein direkter Handlungsbedarf ersichtlich wird.

## Bewertung des Innenstadtzentrums aus Kundensicht

Neben der Frage nach dem Besuchsgrund und den gekauften Sortimenten wurden die Kunden auch nach Stärken und Schwächen des Innenstadtzentrums, vermissten Sortimenten sowie weiteren Handlungsfeldern, die aus Kundensicht in Angriff genommen werden sollten, befragt.

Die folgende Tabelle gibt einen Überblick über die von den Einzelhändlern genannten Stärken und Schwächen des Innenstadtzentrums.

---

<sup>33</sup> Die Größenermittlung ist bei leer stehenden und daher nicht begehbaren Ladenlokalen nur durch Inaugenscheinnahme von außen möglich. Daher sind die Größenangaben als Annäherungswerte zu verstehen.

<sup>34</sup> Die durchschnittlichen Ladenmieten betragen laut Brockhoff und Partner (Einzelhandelsmietspiegel 2010) in der Coesfelder Innenstadt für Ladenlokale mit 60 bis 120 m<sup>2</sup> 27-37 €/ m<sup>2</sup> und für 120 bis 260 m<sup>2</sup> 15 - 27 €/m<sup>2</sup>, die Werte beziehen sich auf die 1a-Lage (im Vergleich Dülmen: 60 bis 120 m<sup>2</sup> 20 - 30 €/m<sup>2</sup>, 120 bis 260 m<sup>2</sup> 12 - 20 €/m<sup>2</sup>; Borken 60 bis 120 m<sup>2</sup> 18 - 24 €/m<sup>2</sup>, 120 bis 260 m<sup>2</sup> 13 - 18 €/m<sup>2</sup> ). Diese Werte können jedoch nur als grobe Anhaltswerte betrachtet werden, da diese meist nur für Standard-Ladenlokale in 1a-Lagen passen. Vielmehr kommt es bei einem Ladenlokal auf die mikroräumliche Lage, den Zuschnitt, die Größe und vor allem auf den Ausbauzustand an. Hier ist eine große Bandbreite von Mietpreisen vorhanden.

**Tabelle 10: Stärken und Schwächen des Innenstadtzentrums**

| Stärken  | Antworten (in%) | Schwächen   | Antworten (in%) |
|--|-----------------|---|-----------------|
| attraktiver Branchenmix/ inhabergeführte Geschäfte | 33 %            | Parkplatzsituation                                  | 20 %            |
| kurze Wege   | 17 %            | Verdrängung der Einzelhändler                       | 16 %            |
| Fußgängerzone                                      | 12 %            | fehlende städtebauliche Attraktivität               | 16 %            |
| Ambiente/ Sauberkeit/ keine PKWs                   | 14 %            | Öffnungszeiten                                      | 16 %            |
| sonstiges  | 24 %            | fehlende Angebotsvielfalt (fehlende Individualität) | 11 %            |
|  |                 | fehlende Gastronomie                                | 9 %             |
|  |                 | sonstiges   | 13 %            |

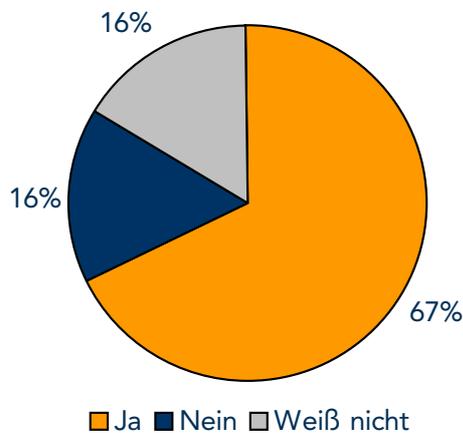
Quelle: Händlerbefragung 03+04/2010; n = 39; Mehrfachnennungen möglich

Positiv hervorgehoben werden der attraktive Branchenmix in der Innenstadt Coesfelds sowie die hohe Anzahl inhabergeführter Geschäfte. Als negatives Pendant wird die Verdrängung der vorhandenen Einzelhändler durch Filialunternehmer genannt. Es wird deutlich, dass die Einzelhändler einen hohen Wert auf eine hohe Vielfalt und Individualität des Angebots legen. Des Weiteren wird als Stärke des Innenstadtzentrums die städtebauliche Anlage, welche durch kurze Wege, die Ausweisung der Hauptlage als Fußgängerzone sowie das Ambiente und die Sauberkeit geprägt wird, genannt. Dieser Aspekt taucht allerdings auch als Schwäche (fehlende städtebauliche Attraktivität) auf, so dass die Einzelhändler diesen Aspekt zweiteilig bewerten. Weiterhin als Schwäche gesehen werden das Parkplatzangebot, die Öffnungszeiten sowie die fehlenden gastronomischen Angebote.

Bei der Frage nach Handlungsfeldern in Form der „Bürgermeisterfrage“ (Welche drei Themenfelder würden Sie aus Einzelhandelssicht als Erstes anpacken, wenn Sie einen Tag Bürgermeister von Coesfeld wären?) stellte sich ebenfalls heraus, dass die Händler vorwiegend die Attraktivität der Innenstadt steigern bzw. die Innenstadt beleben wollen sowie dass die Parkplatz- und Verkehrssituation geändert werden sollte. Ein weiteres Themenfeld stellt die Schaffung einer Verbindung zwischen der Hauptlage sowie dem südlichen Fachmarktstandort dar, hier fehlt es aus Einzelhändlersicht deutlich an Kopplungen, so dass positive Effekte für die Innenstadt erzielt werden.

Des Weiteren wurden die Einzelhändler gefragt, ob und wenn ja welche Sortimente sie im Innenstadtzentrum von Coesfeld vermissen.

Abbildung 20: Vermisste Sortimente im Innenstadtzentrum



| Vermisste Sortimente        | Nennungen in % |
|-----------------------------|----------------|
| Nahrungs- und Genussmittel  | 22%            |
| Sportartikel/ Sportgeschäft | 18 %           |
| Bekleidung                  | 16%            |

Quelle: Händlerbefragung 03+04/2010; n = 39; Frage: „Gibt es Artikel oder Angebote, die Sie im Innenstadtzentrum von Coesfeld vermissen; Nennungen der vermissten Sortimente beziehen sich auf diejenigen, die etwas vermissen

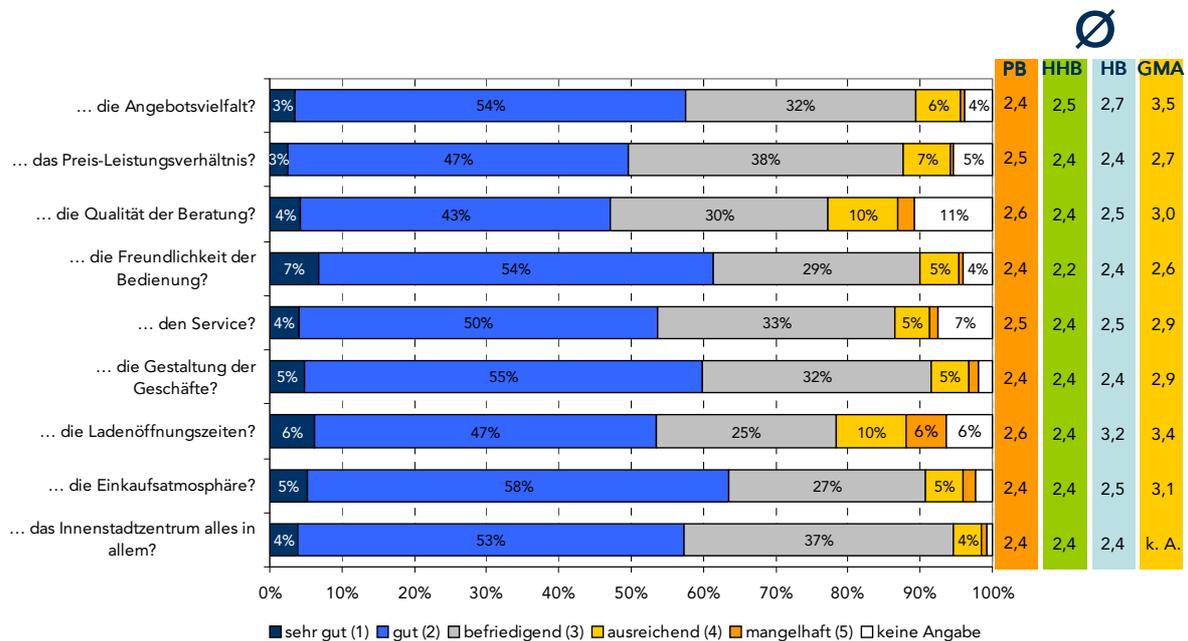
Es wird deutlich, dass der überwiegende Teil der befragten Einzelhändler (rund 67 %) Sortimente im Innenstadtzentrum von Coesfeld vermisst. Vorwiegend genannt werden hier Nahrungs- und Genussmittel sowie Sportartikel bzw. ein Sportgeschäft und Bekleidung. Diese Angaben decken sich mit den vermissten Sortimenten, welche auch in der Haushalts- und Passantenbefragung genannt wurden.

Im Folgenden soll ein genauere Blick auf die Bewertung des Innenstadtzentrums Coesfeld durch die Kunden geworfen werden. Die Attraktivität des Innenstadtzentrums wird unter anderem durch folgende Faktoren aus Kundensicht mitbestimmt:

- Zufriedenheit mit der Angebotsvielfalt
- Freundlichkeit und Service in den Betrieben
- Einkaufsatmosphäre und Gestaltung der Geschäfte

Die durchgeführten Befragungen endeten stets mit einer Befragung zur Gesamtzufriedenheit mit dem Innenstadtzentrum.

Abbildung 21: Bewertung des Innenstadtzentrums aus Kundensicht



Quelle: PB = Passantenbefragung 04/2010 n = 468, HHB = Telefonische Haushaltsbefragung i. A. von Stadt + Handel 04/2010 n = 600; HB = Händlerbefragung 03+04/2010 n =39; GMA = Passantenbefragung GMA 2001

Die Abbildung verdeutlicht die Einstellungen der Befragten zum Innenstadtzentrum. Grundsätzlich überwiegen die positiven Äußerungen, Handlungsbedarf ist bei der Qualität der Beratung und den Ladenöffnungszeiten erkennbar, dort sind jeweils 10 % mit dem entsprechenden Aspekt nur ausreichend zufrieden, 2 % bzw. 6 % vergeben sogar nur ein mangelhaft.

Betrachtet man die Entwicklung seit 2001 (Befragung der GMA) wird deutlich, dass das Innenstadtzentrum Coesfeld über alle Aspekte eine deutlich bessere Bewertung erhält. Besonders die heute viel positivere Bewertung der Angebotsvielfalt zeigt, dass die neuen Entwicklungen im Innenstadtzentrum Coesfeld (v. a. die Kupferpassage mit ihren Magnetbetrieben) zu einer Steigerung der Angebotsvielfalt beigetragen haben.

Zusammenfassend nach einem Gesamturteil befragt, äußern sich die befragten Haushalte bezüglich des Innenstadtzentrums mehrheitlich (57 %) zufrieden. Nur rund 5 % äußern sich kritisch<sup>35</sup>. Es kristallisiert sich insgesamt also eine deutliche Kundenzufriedenheit heraus, die in den Teilaspekten Qualität der Beratung und Ladenöffnungszeiten noch erhöht werden könnte.

<sup>35</sup> Die Bewertung für das Innenstadtzentrum „alles in allem“ lässt bei Betrachtung der unterschiedlichen Altersgruppen kaum Schwankungen erkennen, die Durchschnittsnote variiert zwischen 2,3 und 2,6.

## Zwischenfazit: Städtebaulich-funktionale Bewertung des Innenstadtzentrums

Das Innenstadtzentrum ist der Kern aller gesamtstädtischen Einzelhandelsaktivitäten und der bedeutendste Standort für viele weitere Aktivitäten (Inanspruchnahme von Verwaltungsdiensten, Bildung, Gastronomie, Freizeit, Kultur etc.). Aufgrund der Komplexität des innerstädtischen Nutzungsgefüges ist es überaus anspruchsvoll, eine städtebaulich-funktionale Gesamtbewertung des Zentrums vorzunehmen. Aus Sicht der Einzelhandelsanalyse und der Bewertung der vorgestellten Ausstattungskriterien lassen sich für das Innenstadtzentrum von Coesfeld folgende Stärken festhalten:

- ein hohes Standortgewicht gemessen an der Zahl der Einzelhandelsbetriebe und am gesamtstädtischen Verkaufsflächenanteil,
- eine überaus hohe Einzelhandelsdichte in der Hauptlage und eine noch deutlich hohe Einzelhandelsdichte in den Nebenlagen,
- der starke Besatz drückt sich auch darin aus, dass die Nebenlagen teilweise bis weit über die eigentliche Fußgängerzone hinaus ausgeprägt sind (z. B. westliche Süringstraße, südliche Letter Straße),
- mehrere große Magnetbetriebe und gleichzeitig Abwechslungsreichtum durch die Anzahl und Branchenvielfalt kleiner Fachgeschäfte,
- ein besonderes einladendes Ambiente im Stadtkern, eine überwiegend sehr ansprechende Gestaltung der öffentlichen Räume und eine hohe Aufenthaltsqualität,
- zahlreiche bedeutende zentrenergänzende Funktionen in der Fußgängerzone oder in unmittelbarer Nähe.

Gleichzeitig lassen sich einige Schwachpunkte erkennen:

- der im Süden des Innenstadtzentrums liegende integrierte Fachmarktstandort ist stark autokundenorientiert und bildet so aufgrund seiner Randlage und der ansässigen attraktiven Magnetbetriebe eine hohe Anziehungskraft für den Kunden. Eine Kopplung zwischen den Fußgängerzonenbereichen und dem Fachmarktstandort ist nicht zu ermitteln,
- die Rundlaufoptionen könnten besonders im Zwischenbereich der attraktiven Hauptläufe optimiert werden,
- trotz zahlreicher Magnetbetriebe ist das Innenstadtzentrum in einzelnen Teillagen durch eine gewisse Kleinteiligkeit der Betriebe geprägt, so dass dort aktuell keine Flächen, die den heutigen Betreiberanforderungen entsprechen, verfügbar sind.

Wie bereits dargestellt, wird das Innenstadtzentrum von den Coesfelder Kunden insgesamt überaus positiv bewertet. Die Haushalte bewerten allerdings sowohl die Qualität der Beratung in den Geschäften sowie die Ladenöffnungszeiten kritisch.

Handlungsbedarfe für die künftige strategische Weiterentwicklung ergibt sich bereits daraus, dass die genannten positiven Standortfaktoren im Einzelnen wie in der Summe für die Zukunft gesichert werden sollten.

Trotz der überwiegend positiven Gesamtbewertung aus Kundensicht wie aus fachgutachterlicher Sicht ergibt sich weiterer Handlungsbedarf auch aufgrund der Tatsache, dass die Konkurrenz (Nachbarstädte, Standorte in nicht integrierter Lage) aktiv ihre Standorte weiterentwickelt. Stillstand würde daher für das Innenstadtzentrum Rückschritt bedeuten. Im Einzelnen sollte z. B. überprüft werden,

- welche Ansiedlungspotenziale erkennbar sind und wo diese mikroräumlich mit den größtmöglichen Synergieeffekten für das Gesamtzentrum angesiedelt werden könnten,
- wie die Struktur der Magnetbetriebe für die Zukunft weiterzuentwickeln ist, ohne die kompakte Dichte des Einzelhandelsbesatzes in der Hauptlage und den Nebenlagen zu gefährden,
- wie mikroräumliche Lagen (und auch einzelne Immobilien) in ihrer Attraktivität gesichert oder auch gesteigert werden können.

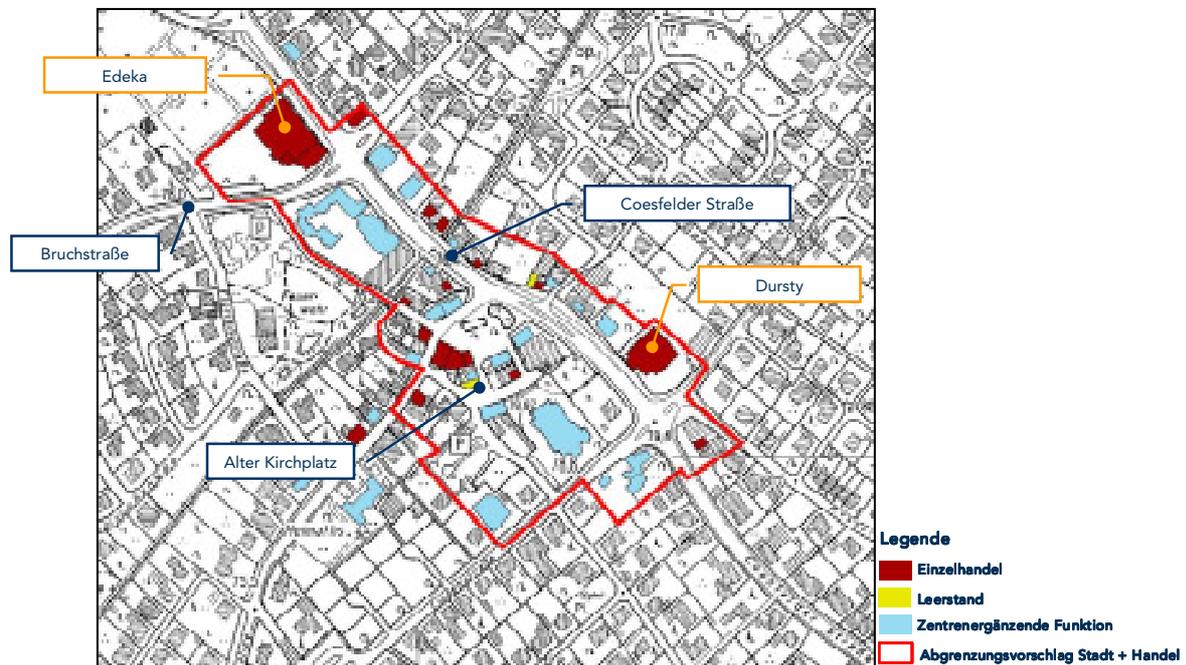
Das zukünftige Augenmerk sollte hier insbesondere mehr auf eine qualitative als quantitative Weiterentwicklung des Innenstadtzentrums gerichtet sein.

#### **4.5.2 Standortmerkmale des Nahversorgungszentrums Lette**

Das Nahversorgungszentrum Lette befindet sich im Ortsteil Lette, in rund sechs Kilometer Entfernung zum Innenstadtzentrum Coesfeld. Das Nahversorgungszentrum liegt an der Coesfelder Straße sowie südlich der Bruchstraße und schließt den Alten Kirchplatz mit ein. Über die Haltestelle Lette Ortsmitte ist das Nahversorgungszentrum an den öffentlichen Personennahverkehr angebunden, die Busverbindungen bilden einen Anschluss an den Bahnhof in der Kernstadt Coesfeld. Des Weiteren ist eine Anbindung an das Innenstadtzentrum Coesfeld sowie nach Dortmund und Enschede über den Bahnhof der Deutschen Bahn (Haltepunkt: Lette) gegeben.

Neben Einzelhandelsbetrieben und weiteren Dienstleistungsangeboten gibt es im Nahversorgungszentrum Lette eine Sparkasse, eine Volksbank, öffentliche Einrichtungen (u. a. Kirche St. Johannes) sowie gastronomische Angebote. In unmittelbarer Umgebung schließen sich überwiegend Wohnnutzungen an.

Abbildung 22: Nahversorgungszentrum Lette

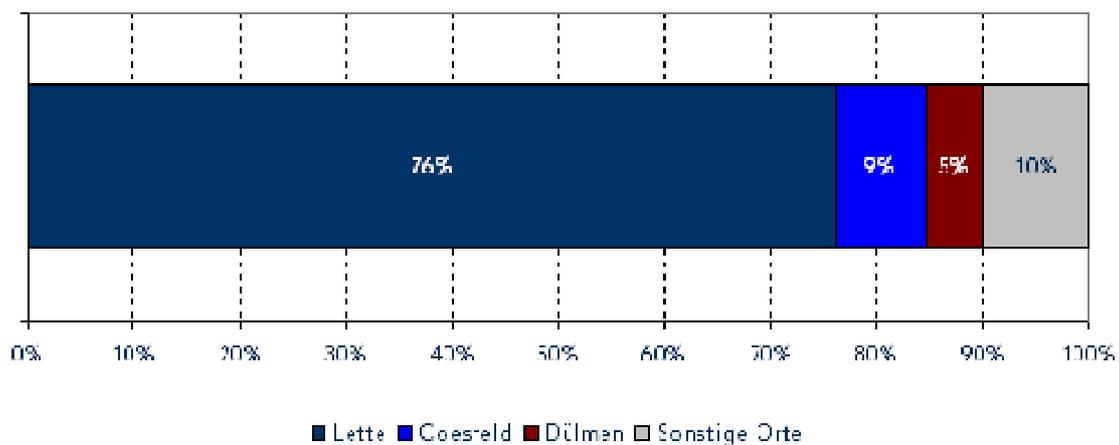


Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage Einzelhandelsbestandserhebung Stadt + Handel 03+04/2010; Kartengrundlage: Stadt Coesfeld

## Kundenherkunft und Besuchsgrund in Lette

Die Passanten wurden während der Befragung neben verschiedenen Einschätzungen auch nach ihrem Wohnort sowie nach der Motivation für den Besuch des Nahversorgungszentrums Lette befragt.

Abbildung 23: Kundenherkunft Lette



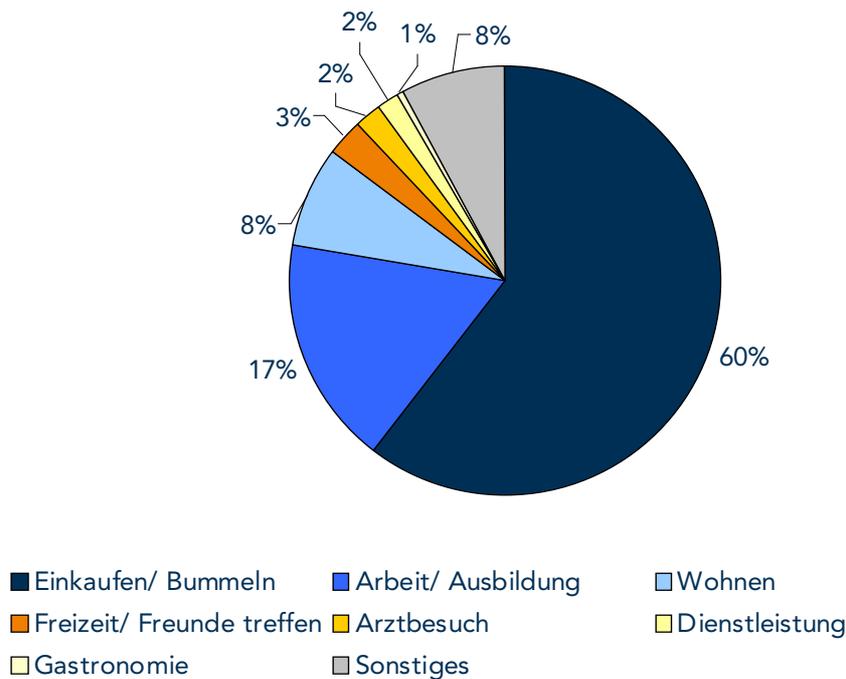
Quelle: Passantenbefragung 04/2010, n=151

Drei Viertel der Befragten stammen aus Lette, weitere 9 % aus den sonstigen Stadtteilen Coesfelds. Insofern stammt der überwiegende Teil der Kunden aus Lette bzw. Coesfeld

selbst. Lediglich 15 % der Befragte stammen aus sonstigen Orten, davon 5 % aus Dülmen, so dass deutlich wird, dass die Versorgungsfunktion Lettes sich größtenteils auf den eigenen Stadtteil konzentriert.

Weiteres Ergebnis der Passantenbefragung stellt die Ermittlung des Besuchsgrundes dar.

**Abbildung 24: Besuchsgrund Lette**



Quelle: Passantenbefragung 04/2010, n=151

Rund 60 % der befragten Passanten sucht Lette zum Einkaufen auf. Weitere 17 % besuchen das Zentrum zum Arbeiten/ zur Ausbildung. Weitere Besuchsmotivationen wie Freizeit/ Freunde treffen, Arztbesuche, Dienstleistungen oder Gastronomie sind nur in geringem Maße feststellbar und spiegeln die im Vergleich zum Innenstadtzentrum deutlich geringere Funktionsvielfalt in Lette wieder.

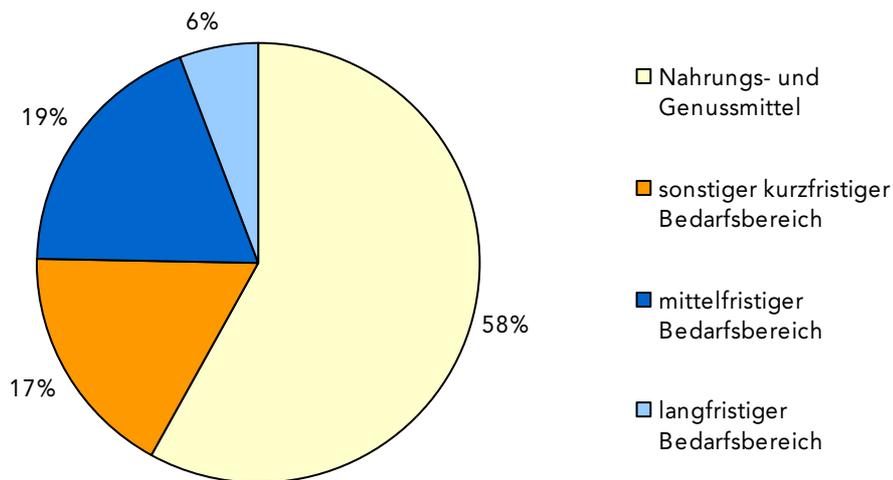
### Angebotsmerkmale und Magnetbetriebe

Im Nahversorgungszentrum Lette sind insgesamt 18 Einzelhandelsbetriebe angesiedelt, was einem Anteil an der Gesamtzahl der Betriebe in Coesfeld von rund 6 % entspricht. Mit einer Verkaufsfläche von rund 2.600 m<sup>2</sup> machen sie etwa 2 % der Gesamtverkaufsfläche Coesfelds aus. Ergänzt wird das Einzelhandelsangebot durch 21 Dienstleistungs- und Gastronomiebetriebe allein in Erdgeschosslage.

Den größten Betrieb stellt der Lebensmittelsupermarkt Edeka dar, gefolgt vom Getränkefachmarkt Dursty. Diese Anbieter sind wichtige Ankerbetriebe für das Nahversorgungszentrum.

Das Warenangebot deckt überwiegend den kurzfristigen Bedarfsbereich ab. So ist über die Hälfte der Verkaufsfläche der Hauptbranche Nahrungs- und Genussmittel zuzuordnen. Auf den sonstigen kurzfristigen Bedarf entfallen zusätzlich 17 % (vgl. nachfolgende Abbildung). Angebote des mittelfristigen Bedarfsbereichs nehmen rund ein Fünftel der Verkaufsfläche ein, während der langfristige Bedarfsbereich mit rund 6 % eher untergeordnet ist.

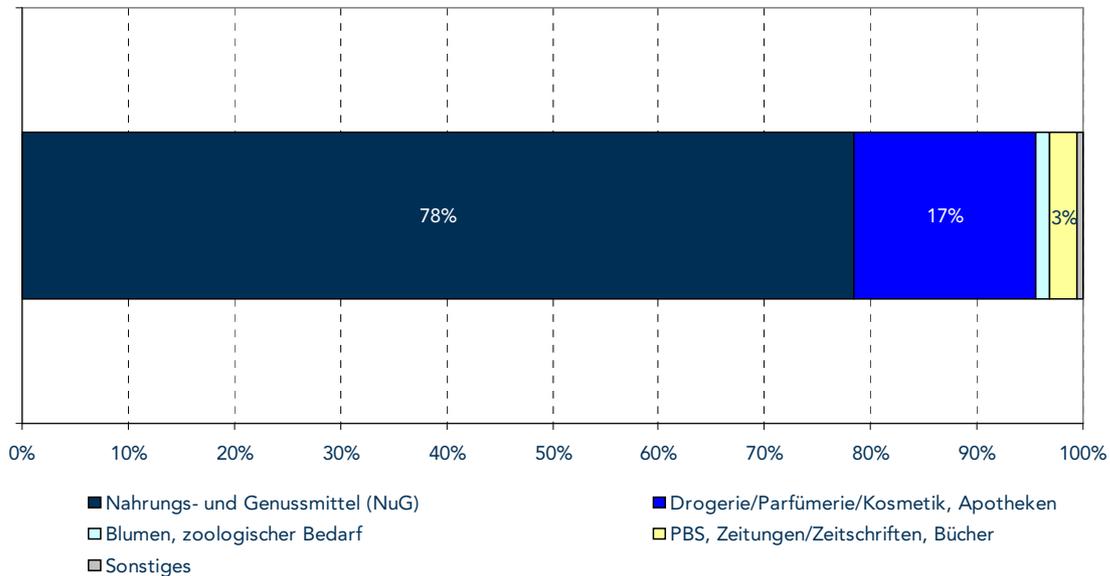
**Abbildung 25: Fristigkeitsstruktur nach Verkaufsfläche im Nahversorgungszentrum Lette**



Quelle: Einzelhandelsbestandserhebung Stadt + Handel 03+04/2010

Die Passanten in Lette wurden befragt, welche Sortimente sie vor Ort einkaufen.

Abbildung 26: gekaufte Sortimente in Lette



Quelle: Passantenbefragung 04/2010 (Mehrfachnennung möglich, n=151); PBS =Papier, Büro, Schreibwaren

Der Einkauf in Lette konzentriert sich ausschließlich auf den kurzfristigen Bedarf. Zu 78 % werden hier Nahrungs- und Genussmittel und zu 17 % Drogeriewaren eingekauft. Es wird deutlich, dass das Nahversorgungszentrum gemäß seiner Versorgungsfunktion sich überwiegend auf die Nahversorgung der im Ortsteil lebenden Bevölkerung konzentriert.

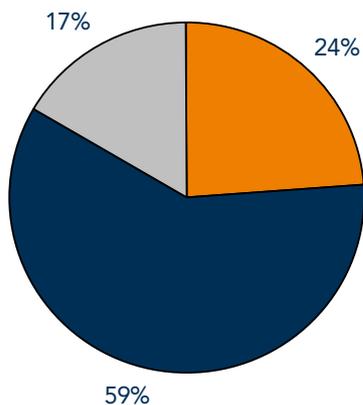
### Ladenleerstand und Trading-down-Effekte

Im Nahversorgungszentrum Lette wurden bei der Bestandserhebung zwei Leerstände erfasst, die mit Verkaufsflächen von jeweils unter 100 m<sup>2</sup> aber insgesamt nicht stark ins Gewicht fallen. Insofern kann im Nahversorgungszentrum Lette weder von Leerstandstendenzen noch von Trading-Down-Effekten gesprochen werden.

## Bewertung des Nahversorgungszentrums Lette aus Kundensicht

Auch in Lette wurde ermittelt, ob und wenn ja, welche Sortimente von Seiten der Kunden vermisst werden.

Abbildung 27: Vermisste Sortimente



■ Ja ■ Nein □ Weiß nicht

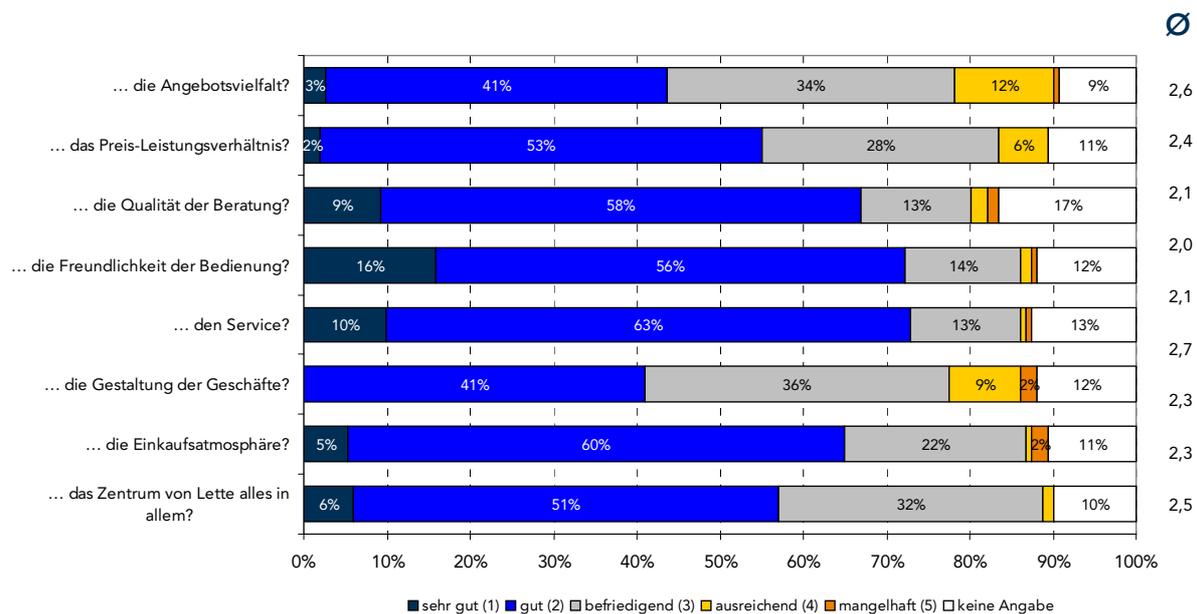
| Vermisste Sortimente       | Nennungen |
|----------------------------|-----------|
| Bekleidung                 | 22 %      |
| Nahrungs- und Genussmittel | 22 %      |
| Schuhe                     | 22 %      |
| Unterhaltungselektronik    | 4%        |
| Sonstiges                  | 30%       |

Quelle: Passantenbefragung 04/2010; n = 151; Frage: „Gibt es Artikel oder Angebote, die Sie in Lette vermissen; Nennungen der vermissten Sortimente beziehen sich auf diejenigen, die etwas vermissen

Nur rund ein Viertel aller Befragten vermissen in Lette Sortimente. Hier werden überwiegend Bekleidungsangebote, Nahrungs- und Genussmittel sowie Schuhe genannt. Rund 60 % vermissen in Lette keine Sortimente, hier ist eine hohe Zufriedenheit mit dem Angebot erkennbar.

Ähnlich wie bereits beim Innenstadtzentrum, wurde ermittelt, wie die Passanten vor Ort das Nahversorgungszentrum Lette bewerten. Folgende Abbildung veranschaulicht das Ergebnis.

Abbildung 28: Bewertung des Nahversorgungszentrum Lette aus Kundensicht



Quelle: Passantenbefragung 04/2010 n = 151

Es wird deutlich, dass die Passanten mit dem Nahversorgungszentrum überwiegend zufrieden sind, nach einem Gesamturteil befragt, ergibt sich im Durchschnitt die Schulnote 2,5. Leichte Unzufriedenheit herrscht bei dem Aspekt der Angebotsvielfalt (13 % unzufriedene Befragte) sowie der Gestaltung der Geschäfte (11 % unzufriedene Befragte).

Gleichwohl ist aus der zusammenfassenden Bewertung wie auch der Bewertung der sonstigen Aspekte kein dringender Handlungsbedarf feststellbar.

**Zwischenfazit: Städtebaulich-funktionale Bewertung des Nahversorgungszentrum Lette**

Das Nahversorgungszentrum Lette ist anhand der Betriebsanzahl und des Verkaufsflächenbestands dem Innenstadtzentrum deutlich untergeordnet. Nichtsdestotrotz nimmt es für die Letter Bevölkerung eine wichtige Nahversorgungsfunktion wahr. Dies zeigt sich vor allem in der Angebotsstruktur, die überwiegend den kurzfristigen Bedarfsbereich abdeckt. Aber auch Betriebe mit mittel- und langfristigen Angeboten ergänzen das örtliche Angebot, so dass insgesamt eine erweiterte Grundversorgung des Ortsteils Lette vorhanden ist.

Als positiv hervorzuheben, ist die hohe Zahl zentrenergänzender Funktionen, welche die Gesamtfunktionalität des Standorts deutlich fördern.

## 4.6 Analyse der Nahversorgungsstruktur in Coesfeld

Aufgrund der hohen Bedeutung der Nahversorgungsangebote für das tägliche Versorgungsverhalten der Bürger wird die Nahversorgungsstruktur in Coesfeld vertieft analysiert. Im Blickpunkt steht hierbei, ob und inwieweit die Nahversorgung insbesondere flächendeckend in den Wohngebieten gewährleistet wird.

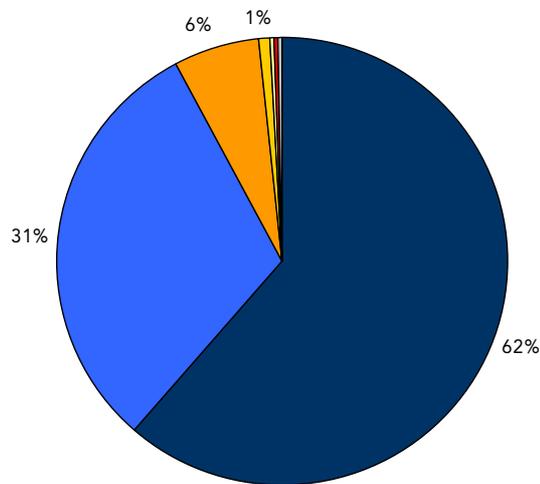
Die Nahversorgungsangebote unterliegen bundesweit einem rasanten Strukturwandel, der verbunden ist mit Standortaufgaben bzw. -verlagerungen, Betriebserweiterungen und Veränderungen der Betriebstypen. Als Folge des Strukturwandels wächst zwar in der Regel die Verkaufsflächensumme insbesondere bei Nahrungs- und Genussmitteln, durch die Konzentrationsprozesse auf weniger Standorte reduziert sich allerdings gleichzeitig die flächendeckende Angebotsdichte. Neue strukturell unterversorgte Wohngebiete sind nicht selten eine stadtentwicklungspolitisch ungewünschte Auswirkung – und dies nicht nur in ländlich strukturierten Räumen, sondern auch in Ballungsräumen und Großstädten.

In diesem Leistungsbaustein wird insbesondere die Frage geklärt, welche Siedlungsbereiche aktuell bereits nicht ausreichend mit Nahversorgungsangeboten versorgt werden bzw. in welchen Bereichen diese kurz- bis mittelfristig wegbrechen könnten. Im instrumentellen, umsetzungsbezogenen Teil dieses Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes werden die konzeptionellen Empfehlungen zur Sicherung und Fortentwicklung der Nahversorgungsstruktur für Coesfeld zusammengefasst (vgl. Kapitel 6.2).

### Verkehrsmittelwahl für den Einkauf von Lebensmitteln und Drogeriewaren

Für den regelmäßigen Einkauf von Lebensmitteln und Drogeriewaren wird das Auto am häufigsten genutzt. Rund 62 % erledigen ihre täglichen Einkäufe mit dem Pkw. Der verbleibende Anteil von gut einem Drittel der befragten Haushalte greift nicht regelmäßig auf einen Pkw zurück, sondern nutzt überwiegend das Fahrrad oder geht zu Fuß. Auf die öffentlichen Verkehrsmittel sowie das Motorrad/ Moped wird nahezu nicht zurückgegriffen.

Abbildung 29: Verkehrsmittelwahl für den Einkauf von Lebensmitteln und Drogeriewaren



■ Auto / sonstiges Kfz ■ Fahrrad ■ Zu Fuß ■ Bus ■ Motorrad / Moped ■ Bahn ■ Sonstiges

Quelle: Haushaltsbefragung Stadt + Handel 04/2010; Frage: Welches Verkehrsmittel nutzen Sie in der Regel für den Einkauf von Lebensmitteln und Drogeriewaren?

### Gesamtstädtische Angebotsdaten zur Nahversorgung

Coesfeld verfügt gesamtstädtisch über eine sehr gute quantitative Ausstattung im Bereich Nahversorgung. So liegt z. B. die durchschnittliche Verkaufsfläche je Einwohner mit 0,60 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche über dem Bundesdurchschnitt von rund 0,39 m<sup>2</sup> (vgl. folgende Tabelle). Die erreichte lokale Einkaufsorientierung weist darauf hin, dass nur sehr wenig Kaufkraft für die Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel in umliegende Kommunen abfließt. Andersherum formuliert: das Warenangebot ist quantitativ und qualitativ derart gut, dass die Coesfelder Bürger sich nicht im Umland versorgen müssen.

Die Zentralitätskennziffer von 127 % verdeutlicht zudem, dass Coesfeld über das Stadtgebiet hinaus auch eine weitere Versorgungsfunktion für das Umland einnimmt.

**Tabelle 11: Ausstattungskennziffern Nahrungs- und Genussmittel (NuG) Coesfeld gesamt**

|                                      |   |
|--------------------------------------|---|
| <b>Einwohner</b>                     | 36.901  |
| <b>Verkausflächenausstattung NuG</b> | 22.100 m <sup>2</sup> VKF   |
| <b>VKF-Ausstattung je Einwohner</b>  | 0,60 m <sup>2</sup> VKF/EW <small>(im Bundesschnitt 0,39 m<sup>2</sup>)</small> |
| <b>Jahresumsatz NuG</b>              | rund 95 Mio. €  |
| <b>Einkaufsorientierung NuG</b>      | rd. 99 %  |
| <b>Zentralitätskennziffer NuG</b>    | 127 %   |

Quelle: Einzelhandelsbestandserhebung Stadt + Handel 03+04/2010; Nahrungs- und Genussmittel inkl. Lebensmittelhandwerk und Getränke; eigene Berechnungen auf Basis EHI 2005 bis 2010, IfH 2005, Lebensmittelzeitung 2007 bis 2010, BBE 2008; Umsatz auf 0,5 Mio. € gerundet

Trotz der sehr guten quantitativen Ausstattungsdaten wird nachfolgend ein genauerer Blick auf die räumliche Versorgung geworfen, um die räumliche Versorgungsqualität stadtteilbezogen zu bewerten und um Versorgungslücken im Nahbereich zu identifizieren. Der Betriebstypenmix ist mit je vier Lebensmitteldiscountern und Supermärkten sowie drei Verbrauchermärkten als ausgewogen zu bewerten.

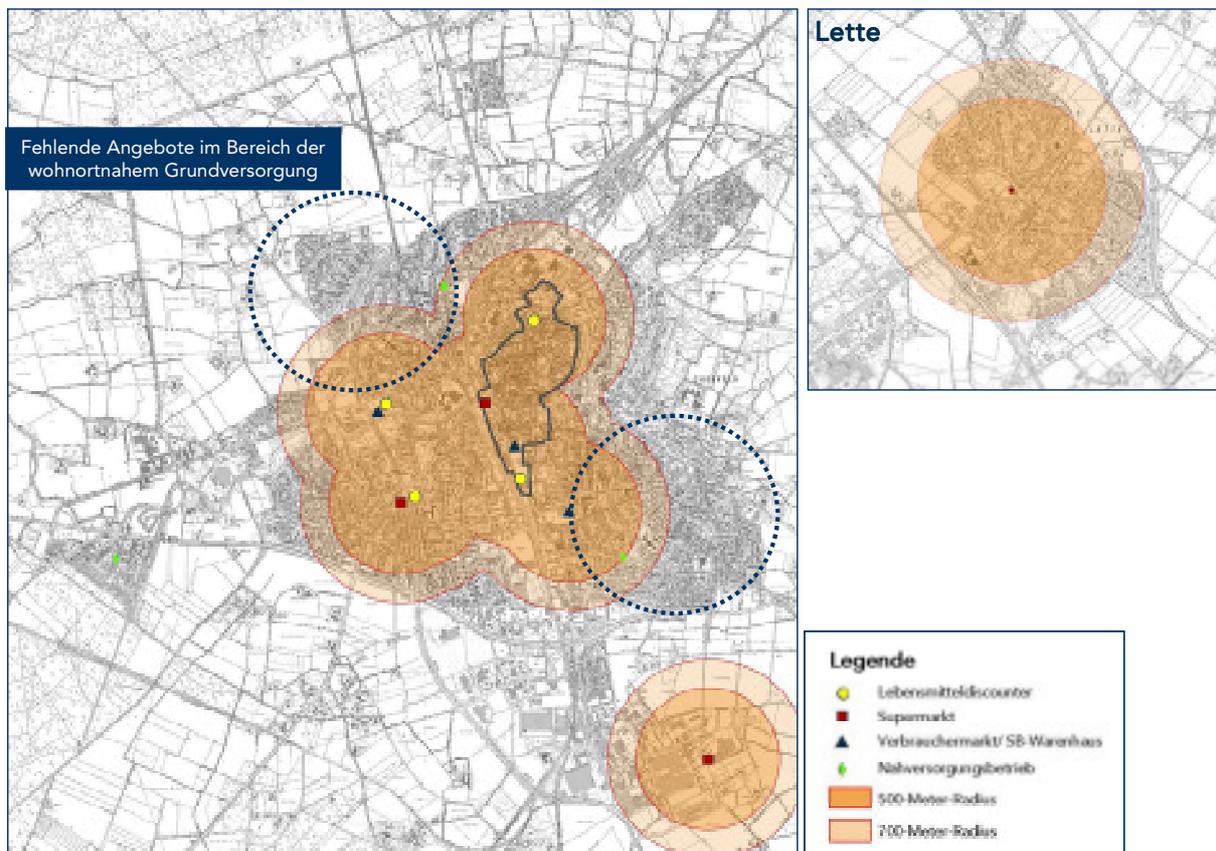
### Versorgungskriterien für die Nahversorgung

In die Analyse der Nahversorgungsangebote werden alle Lebensmittelmärkte mit über 400 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche eingestellt, da anzunehmen ist, dass ab dieser Angebotsgröße ein ausreichendes Vollsortiment insbesondere der Sortimentsgruppe Nahrungs- und Genussmittel handelsseitig bereitgestellt werden kann.

Um die Versorgungsqualität und die räumliche Erreichbarkeit der Angebote zu verdeutlichen, sind die Nahbereiche der relevanten Lebensmittelmärkte mit einem Radius von 500 m sowie 700 m Luftlinie um die Angebotsstandorte herum gekennzeichnet. Sofern Siedlungsbereiche in einem solchen Nahbereich liegen, kann dort von einer ausreichenden Nahversorgung ausgegangen werden.<sup>36</sup> In Gebieten außerhalb dieser Nahbereiche ist die Nahversorgungssituation hinsichtlich der räumlichen Erreichbarkeit bereits als nicht mehr optimal zu werten. Die nachfolgende Abbildung veranschaulicht das derzeitige Grundgerüst der Lebensmittel-Nahversorgung für das Stadtgebiet von Coesfeld.

<sup>36</sup> Eine Luftlinienentfernung von 500 m bzw. 700 m wird allgemein als Kriterium der Versorgungsqualität angenommen, da diese Entfernung einer Wegelänge von bis zu rund 700 m/ 1.000 m bzw. einem Zeitaufwand von rund 10 bis 15 Gehminuten entspricht, vgl. hierzu Einzelhandelserlass NRW 1996: Nr. 2.3.1.

Abbildung 30: Die Nahversorgungsstruktur im Überblick



Quelle: Einzelhandelsbestandserhebung Stadt + Handel 03+04/2010; Kartengrundlage: Stadt Coesfeld

Die sich in den blau gestrichelten Radien befindlichen Bereiche sind Bereiche, in denen sich trotz der gesamtstädtisch guten Ausstattung kein adäquates Angebot im Nahraum befindet. Diese Thematik sowie Empfehlungen zu den vorhandenen Standorten werden in Kapitel 6.2 detailliert wieder aufgegriffen.

## 4.7 Analyse und Bewertung sonstiger Standortagglomerationen

Neben den beschriebenen Zentren sind im Rahmen dieses Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes weitere Einzelhandelsstandorte zu berücksichtigen, sofern diese in der gesamtstädtischen Perspektive eine Bedeutung für das aktuelle und das potenzielle Nahversorgungsgerüst oder als Ergänzungsstandort zu den Zentren aufweisen.

Diesen Standorten ist gemeinsam, dass sie zwar eine gewisse Einzelhandelsagglomeration darstellen (ggf. auch ergänzt um weitere einzelhandelsnahe Dienstleistungen oder sonstige Einrichtungen), dass sie aber gleichzeitig jeweils nicht die notwendigen Kriterien erfüllen, um aus dem Bestand heraus als sog. zentraler Versorgungsbereich bewertet zu werden.

### Einzelhandelsagglomerationen in nicht integrierter Lage: „Sonderstandorte“

Ein weiterer Standort ist gesamtstädtisch für den Einzelhandel von Bedeutung, der allerdings als sog. Sonderstandort in überwiegend städtebaulich nicht integrierter Lage<sup>37</sup> liegt. Allgemein kann von Sonderstandorten dann gesprochen werden, wenn sie

- nicht über die Ausstattungs- und Strukturmerkmale von zentralen Versorgungsbereichen verfügen,
- überwiegend durch großflächige Einzelhandelsbetriebe geprägt sind,
- überwiegend nicht in Wohnsiedlungsbereiche unmittelbar eingebettet sind,
- ganz überwiegend für den autoorientierten Großeinkauf genutzt werden,
- nicht primär der Versorgung ihres Nahbereichs dienen, sondern wenn ihre Angebotsstruktur insbesondere auf größere Stadtbereiche oder gar die gesamtstädtische oder überörtliche Versorgung ausgerichtet ist.

Ein Einzelhandels- und Zentrenkonzept sollte klarstellen, welche Versorgungsfunktion diese Standorte *aktuell* übernehmen (dieses geschieht im folgenden Kapitel), und welche Aufgabenzuweisung und Aufgabenteilung im Rahmen eines ausgewogenen gesamtstädtischen Zentren- und Standortkonzepts *künftig* sinnvoll erscheint (dieses ist Teil der konzeptionellen Bausteine, vgl. Kapitel 6.3).

In Coesfeld ist dies der Sonderstandort: Fachmarkttagglomeration Dülmener Straße.

---

<sup>37</sup> Zu den städtebaulich nicht integrierten Lagen zählen insbesondere gewerblich geprägte Gebiete; vgl. Glossar.

#### 4.7.1 Fachmarkttagglomeration Dülmener Straße

Die Fachmarkttagglomeration Dülmener Straße (Einzelhandelsanbieter u. a.: real-Markt, STALL, Unipolster, hagebaumarkt) liegt zentral im Stadtgebiet zwischen dem Innenstadtzentrum und den Gewerbegebieten im Süden der Kernstadt innerhalb eines ansonsten eher gewerblich geprägten Gebiets. Die Agglomeration grenzt im Süden direkt an das Innenstadtzentrum an, die Entfernung zum Nahversorgungszentrum Lette beträgt etwa 4 km.

##### Räumliche Ausprägung und verkehrliche Anbindung

Im Westen und Süden umschließt vorwiegend sonstige gewerbliche Bebauung den Standort, im Norden wird er durch das angrenzende Innenstadtzentrum begrenzt, im Osten bildet angrenzende Wohnbebauung den Abschluss der Fachmarkttagglomeration.

Die Dülmener Straße führt einerseits wie bereits genannt ins angrenzende Innenstadtzentrum Coesfelds, andererseits bildet sie den Anschluss an die B474, von der der Autobahnanschluss der A43 erreicht werden kann.

Die Anbindung an den ÖPNV wird durch Buslinien gewährleistet. Die Haltestellen Grimpingstraße und Wasserturm mit zwei verkehrenden Linien liegen unmittelbar am Sonderstandort.

Abbildung 31: Fachmarkttagglomeration Dülmener Straße



Quelle: eigene Aufnahmen

## Angebotsmerkmale, Angebotsschwerpunkte und Magnetbetriebe

Die insgesamt 27 Einzelhandelsbetriebe machen eine Gesamtverkaufsfläche von rund 28.300 m<sup>2</sup> aus. Den größten Betrieb stellt das SB-Warenhaus real,- dar, gefolgt vom Gartenmarkt Ernsting's Paradies. Diese Frequenzbringer werden durch weitere großflächige Betriebe angebotsseitig ergänzt. Zusätzlich runden das Angebot kleinere, z. B. in das SB-Warenhaus real,- integrierte Geschäfte sowie auch gastronomische Angebote (z. B. Schnellrestaurants) das Angebot ab.

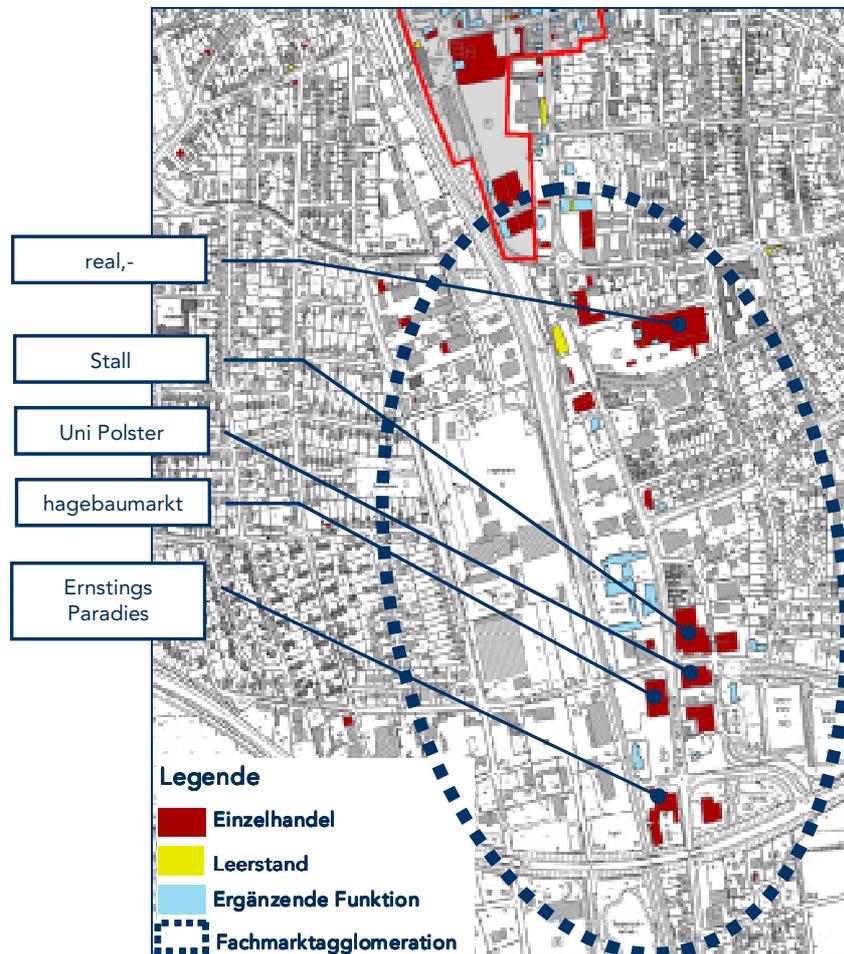
**Tabelle 12: Einzelhandelsrelevante Daten zur Fachmarkttagglomeration Dülmener Straße**

|                                  | Fachmarkttagglomeration Dülmener Straße |
|----------------------------------|---|
| Anzahl Einzelhandelsbetriebe     | 27                                      |
| Anteil gesamtstädtisch           | rd. 8 %                                 |
| Verkaufsfläche [m <sup>2</sup> ] | 28.300                                  |
| Anteil gesamtstädtisch           | rd. 24 %                                |

Quelle: Einzelhandelsbestandserhebung Stadt + Handel 03+04/2010

Das Einzelhandelsangebot am Standort ist mit rund 24 % der gesamtstädtischen Verkaufsfläche ein wichtiger Angebotsschwerpunkt im gesamten Standortgefüge. Mit dieser Größenordnung ist das Einzelhandelsangebot annähernd so groß wie dasjenige des Innenstadtzentrums und rund zwölfmal so groß wie dasjenige im Nahversorgungszentrum Lette.

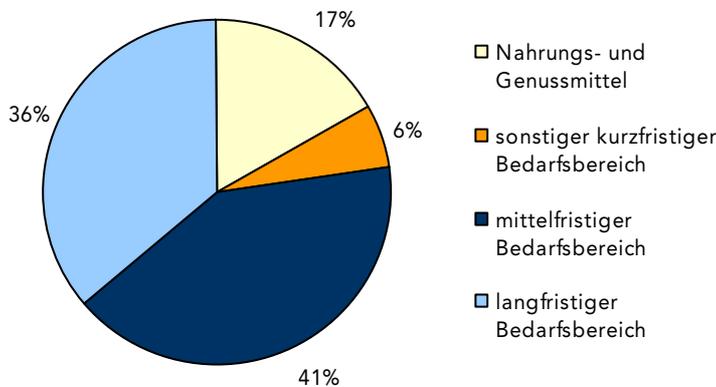
Abbildung 32: Heutiger Einzelhandelsbestand an der Fachmarkttagglomeration Dülmener Straße



Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage Einzelhandelsbestandserhebung Stadt + Handel 03+04/2010; Kartengrundlage: Stadt Coesfeld

Der größte Teil des Warenangebots generiert sich aus Gütern des mittelfristigen Bedarfs und zu mehr als einem Drittel aus Gütern des langfristigen Bedarfs. Knapp ein Viertel der Gesamtverkaufsflächen nehmen Güter des kurzfristigen Bedarfs ein, davon entfallen rund 17 % auf Nahrungs- und Genussmittel.

**Abbildung 33: Fristigkeitsstruktur nach Verkaufsfläche der Fachmarkttagglomeration Dülmener Straße**



Quelle: Einzelhandelsbestandserhebung Stadt + Handel 03+04/2010

Eine Spezialisierung des Einzelhandelsangebots auf bestimmte Branchen oder Branchengruppen ist nicht erkennbar: zwar bieten fünf Betriebe im Hauptsortiment Möbel an (u. a. Wohnmöbel, Polstermöbel, Küchenmöbel). Des Weiteren sind allerdings auch Bau- und Pflanzenmarktsortimente sowie Nahrungs- und Genussmittel im Hauptsortiment der Betriebe nachzuweisen.

### Zwischenfazit: Städtebaulich-funktionale Bewertung Fachmarkttagglomeration Dülmener Straße

Allein aufgrund seiner Verkaufsflächengröße ist der Sonderstandort der zweitwichtigste Einzelhandelsstandort im gesamten Stadtgebiet, wenngleich die Anzahl der Einzelhandelsbetriebe begrenzt ist. Aus Kundensicht ergibt sich dennoch eine erhebliche Standortattraktivität bereits durch die möglichen Koppelungseinkäufe, durch die gute Verkehrserschließung für Pkw-Nutzer sowie auch durch die Ergänzung des Einzelhandelsangebots mit einzelhandelsnahen Dienstleistungen und Gastronomie.

Durch das Angebot von Nahrungs- und Genussmitteln sowie übrigen zentrentypischen Sortimenten in nicht geringer Größenordnung ist der Standort als ernstzunehmende Konkurrenz für das Innenstadtzentrum zu werten.

In der Zielperspektive zur weiteren Entwicklung dieses Standorts (hierzu Näheres in Kapitel 6.3) ist zu erörtern, welche räumlichen Entwicklungspotenziale dieser Standort (noch) aufweist, wie die Sortimentsstruktur im Sinne eines ausgewogenen gesamtstädtischen Zentren- und Standortkonzepts gewinnbringender aufgestellt werden könnte, und welche weiteren Entwicklungsempfehlungen formuliert werden sollten.

#### 4.8 Zwischenfazit: Handlungsbedarf zur Fortentwicklung der Einzelhandelsituation in Coesfeld

Die derzeitige Einzelhandelssituation in Coesfeld kann je nach Sortimentsbereich und je nach Standort unterschiedlich bewertet werden. Daher fällt auch der erkennbare Handlungsbedarf entsprechend differenziert aus, wobei im Konzeptteil dieses Berichts die Abhängigkeiten, die zwischen den einzelnen Stellgrößen und Einflussfaktoren bestehen, nicht aus dem Auge gelassen werden dürfen.

Zu den für den Einzelhandel in Coesfeld wesentlichen Rahmenbedingungen zählt:

- Die Kaufkraft in Coesfeld liegt über dem Bundesdurchschnitt.
- Coesfeld liegt in einem ländlich geprägten Raum mit einer Wettbewerbssituation geprägt durch mehrere weitere Mittelzentren (Dülmen, Borken, Stadtlohn und Ahaus) sowie das Oberzentrum Münster.
- Coesfeld hat einen für ein Mittelzentrum angemessenen Einzugsbereich.
- Coesfeld ist geprägt durch ein Siedlungsgebiet, in dem rund 86 % der Einwohner im Hauptsiedlungskörper wohnen, aber weitere 14 % auf den Ortsteil Lette verteilt sind.

Als positiv zu bewertende Standortfaktoren können folgende Aspekte aufgeführt werden:

- Von den 323 Einzelhandelsbetrieben sind rund 56 % im Innenstadtzentrum angesiedelt, wodurch sich eine starke Einzelhandelsausstattung im Innenstadtzentrum ergibt.
- Vor dem Hintergrund des regionalen Wettbewerbs erreicht das Innenstadtzentrum eine insgesamt gute strukturelle Ausstattung: mehrere Frequenz bringende Magnetbetriebe verschiedener Branchen, eine hohe Vielfalt der Fachgeschäfte, eine interessante, abwechslungsreiche städtebauliche Struktur mit guter Aufenthaltsqualität sowie nicht zuletzt viele weitere Zentrenfunktionen mit Bedeutung für die Kundenfrequenz und die Gesamtfunktionalität des Zentrums.
- Diese gute strukturelle Ausstattung spiegelt sich auch in einer überdurchschnittlichen Kundenzufriedenheit mit dem Innenstadtzentrum wider.
- Die ermittelte Einzelhandelszentralität von 147 % ist angesichts der regionalen Wettbewerbssituation als überaus hoch zu bewerten.
- Gleiches trifft auf die Einkaufsorientierung – als Annäherungswert für die Kaufkraft-Eigenbindung – in vielen Warengruppen zu.
- Im Bereich Nahrungs- und Genussmittel ergibt sich rein aus den quantitativen Ausstattungsdaten kein stadtplanerisches Optimierungserfordernis: es besteht eine sehr gute lokale Einkaufsorientierung nahe 100 % und eine nicht mehr steigerbare Zentralität von 130 % im kurzfristigen Sortimentsbereich.

Besondere Aufmerksamkeit verlangen dagegen aus fachgutachterlicher Bewertung folgende Aspekte:

- Nicht nur das Innenstadtzentrum, sondern auch die städtebaulich nicht integrierten Lagen verfügen über ein deutliches Standortgewicht – und zwar gemessen an den Verkaufsflächen: dort liegen zwar nur 20 % der Einzelhandelsbetriebe, diese verfügen aber über 54 % der gesamtstädtischen Verkaufsfläche.
- Auch üblicherweise zentrenprägende Sortimente erreichen in diesen nicht integrierten Lagen hohe Verkaufsflächenanteile, was sich hemmend auf die Entwicklungschancen der zentralen Versorgungsbereiche auswirkt.
- Die innere räumlich-funktionale Struktur des Innenstadtzentrums ist nicht grundlegend kritisch zu bewerten, könnte allerdings hinsichtlich der Ausstattung mit starken Magneten und ihrer mikroräumlichen Lage ebenso ausgebaut werden wie hinsichtlich der Kundenläufe, die bislang Rundläufe oder abwechslungsreiche Diagonalverbindungen nur begrenzt zulassen.
- Die befragten Haushalte vermissen trotz der guten quantitativen Ausstattungsmerkmale gesamtstädtisch verschiedene Sortimente.
- Die flächendeckende Ausstattung mit Versorgungsmöglichkeiten im kurzfristigen Bedarfsbereich ist durch die gesamtstädtische Anzahl und Verteilung der Lebensmittelmärkte weitgehend gut gegeben. Allenfalls in kleineren Siedlungsbereichen (z. B. an der Loburg, im Stadtteil Süd/ Südost) sind Optimierungsbedarfe erkennbar.

Handlungsbedarf ergibt sich insgesamt zudem daraus, dass einerseits die vorhandenen positiven Einzelhandelsmerkmale Coesfelds für die Zukunft gesichert werden und nachfragegerecht weiterentwickelt werden müssen. Dies gilt insbesondere vor dem Hintergrund einer aktiven überörtlichen Konkurrenz gerade im Oberzentrum Münster, die ihr Angebot ständig fortentwickelt.

Andererseits sollten praxisnahe und marktgerechte Optimierungslösungen für diejenigen Aspekte entwickelt werden, die eher kritischer zu bewerten sind. Solche Lösungen sind in den nachfolgenden Teilbausteinen dieses Konzepts einerseits in städtebaulicher Sicht als auch funktional zu erarbeiten.