

Hearing zur Einzelhandelsentwicklung in Münster

Zwischen oberzentralem Versorgungsauftrag
und Sicherung der Nahversorgung

29. Mai 2007



INHALT

Vorwort	S. 3
Begrüßung und Einleitung in den Abend	S. 4
HARTWIG SCHULTHEIß Stadtdirektor der Stadt Münster	
Statements	
Erfahrungen mit dem Einzelhandelskonzept und Erwartungen an die künftige Einzelhandelspolitik in Münster	S. 7
KARIN EKSEN Geschäftsführerin Einzelhandelsverband Münsterland e.V.	
JENS VON LENGERKE Industrie- und Handelskammer Nord Westfalen	
Impuls	
Anforderungen an die Standortentwicklung aus Sicht des Lebensmitteleinzelhandels	S. 11
MAX STROETMANN Geschäftsführender Gesellschafter der L. Stroetmann GmbH & Co. KG	
Talk	
Herausforderungen für den Einzelhandel in den Stadtteilzentren und in der City Standpunkte aus der Praxis	S. 13
MATTHIAS KNEISEL Geschäftsführer der Hüttmann Sport und Mode GmbH, Münster-Hiltrup	
STEFAN KRURSEL Inhaber Der Schuhsalon, Münster-Innenstadt	
Impuls	
Rechtliche Rahmenbedingungen zur Steuerung des großflächigen Einzelhandels auf Landesebene	S. 16
ERICH TILKORN Abteilungsdirektor Regionalplanung, Wirtschaft, Verkehr, ländliche Entwicklung der Bezirksregierung Münster	
Diskussionsrunde	S. 19
PETER BERGER Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung - GMA, Leiter Büro Köln	
KARIN EKSEN Einzelhandelsverband Münsterland e.V.	
JENS VON LENGERKE Industrie- und Handelskammer Nord Westfalen	
DR. THOMAS ROBBERS Geschäftsführer Wirtschaftsförderung Münster GmbH	
MAX STROETMANN L. Stroetmann Lebensmittel GmbH & Co. KG	
ERICH TILKORN Bezirksregierung Münster	
TOBIAS VIEHOFF Runder Tisch der Innenstadtkaufleute und Initiative für eine starke Innenstadt	
Ausblick - Wie es weiter geht!	S. 24
CHRISTIAN SCHOWE Leiter des Amtes für Stadtentwicklung, Stadtplanung, Verkehrsplanung, Stadt Münster	
MODERATION	
ELKE FRAUNS büro frauns kommunikation planung marketing, Münster	

Der Einzelhandel in Münster besitzt eine ungebrochen große Dynamik.

Die Münster Arkaden in der Innenstadt sind eröffnet, die Projekte Stubengasse und Hanseviertel befinden sich bereits in der Umsetzung. Auf der Loddenheide und an der Steinfurter Straße stehen Investoren in den Startlöchern, die dort großflächige Verbrauchermärkte errichten möchten. Nur einige von vielen aktuellen Veränderungen, die die Notwendigkeit verdeutlichen, wie wichtig ein übergreifendes und verbindliches Einzelhandelskonzept ist.

Als Auftaktveranstaltung für die Überprüfung der bestehenden Leitlinien und die partnerschaftliche Erarbeitung eines aktualisierten Einzelhandelskonzepts soll dieses öffentliche Hearing verstanden werden.

„Leitlinien der räumlichen Entwicklung“ lautet der Arbeitstitel für das neue Konzept. Aus Sicht der städtischen Planer erfordern diese Leitlinien den Spagat zwischen Münsters Funktion als Oberzentrum für die Region und dem Anspruch vieler Bürgerinnen und Bürger, alle wichtigen Versorgungsfunktionen in ihrem Stadtteil auf kurzem Wege erreichen zu können.

Die Leitlinien sollen die Basis für eine aktive, vertrauensvolle und nachvollziehbare Einzelhandelspolitik legen sowie Entscheidungs- und Investitionssicherheit für die Wirtschaft schaffen.

Beim Hearing diskutierten in prominent besetzter Runde folgende Fachleute:

Karin Eksen, Geschäftsführerin des Einzelhandelsverbandes Münsterland e.V., war ebenso auf dem Podium vertreten wie Max Stroetmann, geschäftsführender Gesellschafter der Firma L. Stroetmann Lebensmittel GmbH & Co. KG, Jens von Lengerke von der IHK Nord Westfalen und Stadtdirektor Hartwig Schultheiß. Zudem konnten Experten für Raumplanung und Einzelhandelsentwicklung sowie

Vertreter der Innenstadtkaufleute, aber auch der Geschäftsleute aus den Stadtteilen ihre Einschätzungen und Ansprüche an ein aktualisiertes Einzelhandelskonzept für die Gesamtstadt Münster formulieren und zur Diskussion stellen.

Die erfreuliche Mischung zwischen Information und ausführlicher Diskussion haben diese gemeinsame Veranstaltung zu einem konstruktiven und inhaltlich gehaltvollen Auftakt werden lassen - ein positiver Anfang und ein engagierter Auftrag an die städtische Verwaltung und ihre Fachplaner für die weiteren Arbeiten am künftigen Einzelhandelskonzept für die Stadt Münster.



Hartwig Schultheiß
Stadtdirektor der Stadt Münster

▶▶▶ Sehr geehrte Damen und Herren des Rates und der Fachausschüsse unserer Stadt, sehr geehrte Referenten und Interessensvertreter, sehr geehrte Frau Frauns, sehr geehrte Damen und Herren,

wir stehen am Beginn der Fortschreibung unseres Einzelhandelskonzeptes und möchten in der heutigen Veranstaltung verschiedene Interessen und Anforderungen an die zukünftige Einzelhandelsentwicklung in Münster sichtbar machen und diskutieren.

Hierzu heiÙe ich Sie alle herzlich willkommen.

Der heutige Termin am Dienstag nach den Pfingstfeiertagen ist ein Zugeständnis an den prall gefüllten Terminkalender und an unsere Absicht, das Hearing noch vor der Sommerpause durchführen zu wollen, um mit der Aktualisierung des Konzeptes im 2. Halbjahr beginnen zu können.

Ich weiß, dass der eine oder andere, der heute Abend nicht anwesend ist, gerne hier gewesen wäre.

Wir wollen heute eintreten in einen Diskurs mit der Bürgerschaft und den Vertreterinnen und Vertretern der Kammern (IHK, HWK) und Verbände, der Bezirksregierung, der Politik sowie der organisierten Kaufleute der Innenstadt und der Stadtteile. Ich freue mich, dass Sie alle hier sind

und wünsche Ihnen und uns allen eine interessante Diskussion mit hohem Erkenntnisgewinn.

Ich möchte kurz auf den Anlass für die Aktualisierung und Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes eingehen.

Der Einzelhandel in Münster entwickelt sich ungebrochen dynamisch. Seit Beschluss zum Einzelhandelskonzept im Mai 2004 sind bereits einige Einzelhandelsprojekte fertig gestellt worden, andere befinden sich aktuell in der Umsetzungs- und Planungsphase, für weitere Projekte gibt es konkrete Investitionsabsichten und politische Beschlüsse.

Beispiele für realisierte Vorhaben sind die Münster Arkaden, POCO-Möbel oder aber Lebensmittelmärkte in Roxel oder Albachten. In der Umsetzungs- bzw. Planungsphase befinden sich derzeit die Stubengasse, das Hanseviertel und der Hansaring. Darüber hinaus gibt es Wettbewerbe für die Entwicklung der Stadtteilzentren in Mecklenbeck, Nienberge und Kinderhaus. Schließlich wurden klare Investitionsinteressen artikuliert, wie die Neuaufstellung des Ratio-Marktes auf der Loddenheide oder das großflächige Einzelhandelsvorhaben der Firma Stroetmann an der Steinfurter Straße.

Über die Einzelfallbetrachtung hinaus erfordert die Summe der Vorhaben (quantitativ, qualitativ und strukturell) eine Bewertung im Rahmen des Gesamtkonzeptes.

Auch der Altbestand ist geprägt von der rasanten Dynamik: Mietpreisentwicklung, der Rückgang inhabergeführter Geschäfte und die stetig steigende Filialisierung sehe ich mit einiger Sorge.

Wie der eine oder andere von Ihnen weiß, werden auf der Ebene des Landes neue gesetzliche Vorgaben zur Steuerung des großflächigen Einzelhandels erarbeitet (§ 24a Landesentwicklungsprogramm NRW), die eine Anpassung unseres Einzelhandelskonzeptes zwingend erforderlich machen. Insbesondere geht es hierbei um die Ausweisung und Abgrenzung der so genannten „zentralen Versorgungsbereiche“, über die die Stadt autark zu entscheiden hat.

Die Verwaltung hat auch ein Interesse daran, gut drei Jahre nach Beschluss des Konzeptes, die Umsetzungserfahrungen gemeinsam mit den Akteuren des Einzelhandels zu reflektieren, bisherige Zielorientierung und Instrumente zu überprüfen und das Konzept auf der Basis aktueller Rahmenbedingungen und Anforderungen fortzuschreiben. Diesbezüglich gibt es auch aktuelle politische Beschlüsse.

Lassen Sie mich kurz die bisherige Umsetzung des Einzelhandelskonzeptes bilanzieren:

- Der durch die Zielsetzungen und Leitlinien vorgegebene Rahmen für die Einzelhandelsentwicklung in Münster konnte bisher in Kooperation mit allen Akteuren (IHK, HWK, Einzelhandelsverband, Einzelhändler, Investoren, etc.) erfolgreich ausgefüllt werden.
- Eine florierende Innenstadt und viele positive Entwicklungen in den Stadtteilzentren stehen für eine erfolgreiche Umsetzung der Kernziele: „Sicherung der Einzelhandels- und Versorgungsfunktion der Stadt“ und „Stärkung der Zentren“.
- Der weitgehende Ausschluss zentrenrelevanter Sortimente in zahlreichen Gewerbegebieten durch Anpassung des Planungsrechts (Bebauungspläne) flankiert in den letzten Jahren diese Entwicklung und sichert somit

auch die sonst knappen Gewerbeflächen für Handwerk und Produktion.

- Die durch das Einzelhandelskonzept beabsichtigte Schaffung von Planungs- und Investitionssicherheit wird durch die Unternehmen sichtbar angenommen.

Eine Zielsetzung des Konzeptes scheint allerdings zunehmend weniger erreichbar: Es ist die Sicherung der Nahversorgungsstrukturen in den kleinen Zentren, Ortsteilen, Wohngebieten und Quartieren. Diese gestaltet sich zusehends schwieriger.

Die Stadt hat leider keine Handhabe, den Rückzug des Einzelhandels (insbesondere Lebensmittel) aus der Fläche zu stoppen. Hier muss meiner Einschätzung nach der Handel selber Lösungen anbieten, diese Lücken im Versorgungsnetz wieder zu schließen. Die Stadt und die Wirtschaftsförderung sind grundsätzlich offen und bereit, die Ansiedlung alternativer Versorgungsangebote in kleineren Ortslagen nach Kräften zu unterstützen.

Diese Thematik liegt mir persönlich besonders am Herzen. Ich erwarte diesbezüglich am heutigen Abend zusätzliche Erkenntnisse und Anregungen.

Meine Damen und Herren,

die bisherige erfolgreiche Bilanz ist für uns kein Grund, sich entspannt zurückzulehnen. Die Anforderungen an die weitere Einzelhandelsentwicklung des Oberzentrums Münster sind komplex.

Münster ist bisher für Investoren, Einzelhändler und Kunden eine hervorragende Adresse. Was muss getan werden, um die Strahlkraft Münsters als oberzentrale Einkaufsstadt auf hohem Niveau zu halten und auszubauen? Wie viel Einzelhandel verkraftet unsere Stadt? Wie steht es um die Qualität des Handels?

Die nach dem Konzept geeigneten Standortangebote sind begrenzt. Sollten neue Standorte diskutiert und zugelassen werden?

Soll allein die Zentrenorientierung das Maß der Dinge sein? Oder gibt es tragfähige Lösungen, beide Ansätze miteinander verträglich zu kombinieren?

Münster war bisher bei der Ausweisung und Ansiedlung großflächiger Einzelhandelsmärkte abseits der bestehenden Zentren deutlich zurückhaltender als viele andere Städte. Nachdem nun die Entwicklung der Innenstadt und Stadtteilzentren auf einen erfolgreichen Kurs gebracht worden sind, stellt sich nun die Frage, ob sich Münster seine bisherige Zurückhaltung dauerhaft leisten kann? Verlangt der Wettbewerb mit anderen Oberzentren und Einzelhandelsstandorten nicht auch eine Weiterentwicklung der Münsteraner Angebotsstrukturen in diese Richtung? Wie gehen wir um mit der Darstellung „zentraler Versorgungsbereiche“?

Verehrte Damen und Herren,

gestatten Sie mir die Fragestellung an Sie und die Referenten, die mich im Zusammenhang dieser Entwicklung vor allem im Lebensmitteleinzelhandel am meisten beschäftigt.

Wir alle wissen zu genau, dass vor dem Hintergrund des demographischen Wandels die Sicherung der Nahversorgungsangebote in den Quartieren zukünftig stetig an Bedeutung gewinnen wird, schließlich sind alte Menschen nun einmal weniger mobil als jüngere! Warum ist, trotz dieser klaren Erkenntnis, der Rückzug aus den Quartieren und die starke Tendenz zu großflächigen Angebotsstrukturen nicht aufzuhalten?

Der wohnortnahe Laden mit übersichtlichem Angebot und vielfältigsten - auch sozialen - Funktionen weicht. Der zur großen Fläche neigende „Erlebniseinkauf“ mit phantastischen Produkten, großer Sortimentstiefe und Sortimentsbreite wird nachgefragt und ist für ein Oberzentrum ein absolutes „must have“.

Schließen sich die Angebote aus? Werden wir vom Handel fremdbestimmt? Sehnen wir uns bald nach einer Renaissance der „Tante Emma Läden“ im Quartier? Wird der Milchmann oder der Marktwagen bald wieder der Versorger in der Fläche sein?

Auch diese Frage sollten wir uns stellen. Wir möchten Sie in den Prozess mit einbeziehen und die verschiedenen Interessen und Sichtweisen der örtlichen Akteure kennen lernen.

Ich wünsche mir eine transparente und faire Auseinandersetzung mit den Zielen und Instrumenten des künftigen Einzelhandelskonzeptes.

Lassen Sie uns in einen offenen Dialog einsteigen.

Wir stehen heute am Anfang des Prozesses - gehen Sie mit!

STATEMENTS: ERFAHRUNGEN MIT DEM EINZELHANDELSKONZEPT UND ERWARTUNGEN AN DIE KÜNFTIGE EINZELHANDELSPOLITIK IN MÜNSTER

7



Karin Eksen
Geschäftsführerin
Einzelhandelsverband Münsterland e.V.

▶▶▶ Sehr geehrte Damen und Herren,

gerne möchte ich Ihnen aus der Sicht des Einzelhandelsverbandes Münsterland e.V. von unseren Erfahrungen mit dem Einzelhandelskonzept berichten.

- Das Einzelhandelskonzept ist gut und wichtig als verlässliche Grundlage für Investoren, aber auch bereits vorhandener Unternehmen.
 - Das Einzelhandelskonzept erhebt QUALITÄT zur Maxime und weist hin auf Problemfelder wie Ladensterben, Verlust der Angebotsvielfalt und ungebremstes Flächenwachstum.
 - Wichtig erscheint die grundsätzliche Aussage, dass Flächenpotenziale nicht automatisch bedeuten, dass diese auch innerhalb kürzester Zeit verbraucht werden. Sie sollen auch Alternativen beinhalten und Möglichkeiten aufzeigen, ohne alle belegen zu wollen.
 - Das geltende Planungsrecht hat teilweise die Einhaltung des Einzelhandelskonzeptes verhindert. Genannt sei an dieser Stelle nur die Schadensersatzproblematik.
 - Klar ist: Das Einzelhandelskonzept stoppt kein Kirchturmdenken. Ein regionales Einzelhandelskonzept (REHK) sollte aktiv angestrebt werden.
- Das geltende Einzelhandelskonzept der Stadt Münster muss aus der Sicht des Einzelhandelsverbandes Münsterland e.V. fortgeschrieben und entsprechend der neuen rechtlichen Vorgaben angepasst werden. Dieses kann und darf aber nicht bedeuten, dass alle paar Jahre erhebliche weitere Flächenpotenziale ausgewiesen werden.
 - Qualität muss oberstes Gebot sein.
 - Die unterschiedlichsten Auswirkungen neuer Flächen auf den aktuellen Bestand sowie die Auswirkungen auf vorhandene Verkaufsflächen müssen stärker beobachtet werden (professionelles Monitoring). Dieses dient z.B. als aktive Strategie, um Leerstände zu vermeiden, die nicht wieder besetzt werden können.
 - Die geltenden Bebauungspläne müssen entsprechend der Aussagen und Zielrichtungen des Einzelhandelskonzeptes angepasst werden. Risikobereiche sollten ausgewiesen und von den absoluten Flächenpotenzialen abgezogen werden. In Einzelhandelskonzepten werden nicht selten auch Tabubereiche behandelt, die für eine Einzelhandelsnutzung als nicht wünschenswert erscheinen. Gleichwohl kommt es vor, dass das Planungsrecht dieser Situation nicht entspricht, z.B. weil in früheren Jahren andere Festsetzungen in Bebauungsplänen getroffen wurden.

STATEMENTS: ERFAHRUNGEN MIT DEM EINZELHANDELSKONZEPT UND ERWARTUNGEN AN DIE KÜNFTIGE EINZELHANDELSPOLITIK IN MÜNSTER

8

Hier muss kurzfristig versucht werden, die gemeindliche Planung auch insoweit den Erfordernissen des Einzelhandelskonzeptes und seiner Zielsetzung anzupassen.

- Flächenpotenziale neigen dazu, Begehrlichkeiten zu wecken. Viel zu schnell wurden Flächen in den letzten Jahren besetzt. Auch die Stadt und die Wirtschaftsförderung müssen sich dem Qualitätsziel unterordnen und dürfen nicht die rein städtewirtschaftlichen Aspekte in den Vordergrund stellen.
- Alle Flächen ab einer bestimmten, relevanten Größenordnung sollten in einem Gremium, in dem neben den Vertretern der Stadt Münster und der Wirtschaftsförderung auch die Bezirksregierung, die Industrie- und Handelskammer Nord Westfalen und der Einzelhandelsverband Münsterland e.V. vertreten sind, diskutiert werden. Ein diesbezüglich sehr positives Beispiel lässt sich in Dortmund begutachten (Dortmunder Modell).
- Entscheidend für die Funktionsfähigkeit eines Einzelhandelskonzeptes ist, dass die Liste innenstadtrelevanter Sortimente nicht über Randsortimente ausgehebelt werden dürfen.

Aus der Sicht des Einzelhandelsverbandes Münsterland e.V. lassen sich die bisherigen Erläuterungen auf zwei wichtige und zentrale Statements zusammenfassen:

1. Augenmaß beim Flächenmaß!

2. Qualität vor Quantität!

STATEMENTS: ERFAHRUNGEN MIT DEM EINZELHANDELSKONZEPT UND ERWARTUNGEN AN DIE KÜNFTIGE EINZELHANDELSPOLITIK IN MÜNSTER

9



Jens von Lengerke

Industrie- und Handelskammer Nord Westfalen

▶▶▶ „Wie werde ich Münster?“

Vorweg: Ein Einzelhandelskonzept macht nur dann Sinn, wenn es anschließend nicht in der Schublade verschwindet. Es muss von der Stadt durchgehalten werden. Das ist in Münster bislang im Großen und Ganzen geschehen.

Meine sehr geehrten Damen und Herren,

vor 14 Tagen fand in Essen wieder einmal eine große Veranstaltung zum Thema „Stärkung der Innenstädte“, Bekämpfung von Ladenleerständen im Ruhrgebiet statt. Das Forum war hochkarätig besetzt. Die Wirtschaftsministerin, der Bauminister und die Oberbürgermeister der Ruhrgebietsstädte waren anwesend.

Auf die Eingangsfrage der Moderatorin, wo es denn überhaupt noch eine intakte Innenstadt und Handelslandschaft in NRW gäbe, lautete die einhellige Antwort: in Münster!

Von da an wurde in der Kulturhauptstadt Essen darüber diskutiert: „Wie werden wir wie Münster?“

Bei uns muss die Frage heißen: „Wie bleiben wir Münster?“

Nämlich: unverwechselbar, authentisch und bodenständig.

Ein wichtiger Baustein dieses Ziel zu erreichen ist ein funktionierendes Einzelhandelskonzept.

- Der florierende Handel in all seiner Vielfalt stellt das Fundament von Münster dar. Er ist schützenswert. Eine Stärke, die man sorgsam pflegen und ausbauen sollte.
- Der große Wert des Einzelhandelskonzeptes liegt darin, dass dort gewollte Entwicklungsbereiche positiv definiert werden und dass es eine klare Absage an dezentrale Standorte gibt, die unser Zentrum und unsere Stadtteile gefährden. Diese Aussagen betreffen dabei die „grüne“ ebenso wie die „graue Wiese“.
- Das Konzept gibt erstmals Planungssicherheit und Orientierung für Investoren. Die Stadtteile haben sich überwiegend gut entwickelt. Innenstadtinvestitionen wurden und werden getätigt, sogar in sehr großem Maße.
- Das Einzelhandelskonzept hat sich somit bewährt und sollte in seiner Zielsetzung beibehalten werden!
- Wir brauchen, und da sind sich alle Fachleute einig, in Münster eine behutsame Entwicklung und keine Flächenexplosion. Ziel des Einzelhandelskonzeptes war und ist die Stärkung des Zentrums und der Stadtteilzentren. Das muss auch in Zukunft so bleiben.

STATEMENTS: ERFAHRUNGEN MIT DEM EINZELHANDELSKONZEPT UND ERWARTUNGEN AN DIE KÜNFTIGE EINZELHANDELSPOLITIK IN MÜNSTER

10

- Bei einer Überarbeitung des Konzeptes müssen die absatzwirtschaftlichen Auswirkungen aller jetzt in Planung befindlichen Projekte zusammen überprüft werden. Einzelgutachten machen nur noch wenig Sinn. Dafür sind bereits zu viele angekündigte Projekte in der „Pipeline“.
- Bei der Weiterentwicklung des Einzelhandelskonzeptes wird sich Münster auch an den bevorstehenden Änderungen der Landesgesetzgebung orientieren müssen. Warum sollte die Bezirksregierung Münster die Stadt Münster anders behandeln als die Stadt Ochtrup?
- Die Stadt Münster hat viele gute Fachleute in ihrem Stadtplanungsamt, auf deren Ratschläge der Stadtrat bauen kann.
- Die Industrie- und Handelskammer Nord Westfalen wird gerne mit Ihnen zusammenarbeiten auch und insbesondere bei der Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes.

Meine Empfehlung ist daher für den Standort Münster:

Bodenständige Entscheidungen treffen und dann auch dazu stehen.

**IMPULS: ANFORDERUNGEN AN DIE STANDORTENTWICKLUNG AUS SICHT
DES LEBENSMITTELEINZELHANDELS 11**



Max Stroetmann

Geschäftsführender Gesellschafter der
L. Stroetmann Lebensmittel GmbH & Co. KG

▶▶▶ Meine sehr geehrten Damen und Herren,

die L. Stroetmann Lebensmittel GmbH & Co. KG ist Kooperationspartner der EDEKA Duisburg e.G., betreut und berät insgesamt 120 mittelständische Kooperationspartner im Lebensmitteleinzelhandel und betreibt eigenständig vier Verbrauchermärkte.

In unserem Selbstverständnis bedeutet das Beraten und Betreuen von 120 Einzelhandelsbetrieben, die Verantwortung für 120 mittelständische Existenzen, deren Familien und Mitarbeiter zu übernehmen.

Die Kerngeschäftsfelder der L. Stroetmann GmbH & Co. KG sind der Lebensmitteleinzelhandel, der sich durch den Betrieb der vier eigenen Verbrauchermärkte widerspiegelt sowie das wichtige Geschäft als Dienstleister für die Vielzahl von Einzelhandelsunternehmen, die wir exklusiv betreuen. Eine entscheidende Basisleistung, die wir regelmäßig zu treffen haben, ist die richtige Standortentscheidung zusammen mit unseren Geschäftspartnern zu fällen.

Zur Entwicklung im Lebensmitteleinzelhandel lassen sich grundsätzliche und für die überwiegende Anzahl der Standorte gültige Aussagen treffen:

In den vergangenen Jahren hat eine deutliche Flächenexpansion aller Marktteilnehmer stattgefunden.

Zu den Discountern:

Hatten die Discounter zu Beginn noch 400 m² Verkaufsfläche, dann über wenige Jahre ca. 800 m², sind wir heute im Schnitt bei 1.000 - 1.200 m² Verkaufsfläche je Lebensmitteldiscounter angelangt. In diesem Marktsegment erwarten die Kunden nur ein begrenztes Sortiment, keine Auswahl, keinen Service, allerdings als zentrale Größe, das preiswerte Einkaufen.

Zu den Vollsortimentern:

Die Flächenentwicklung der Vollsortimenter begann mit ca. 500 m² Verkaufsfläche, verdoppelte sich rasch auf 1.000 m² und verlangt aktuelle Verkaufsflächengrößen von mindestens 1.500 m². Der typische Kunde eines Vollsortimenters erwartet ein tiefes und breites Angebot - eine große Auswahl, vielseitigen und professionellen Service und Bedienung sowie freundliche Mitarbeiter. Aber er erwartet auch einen großen, modernen und technisch gut ausgestatteten Laden. Dennoch wünscht dieser Kunde auch beim Vollsortimenter ein preiswertes Einkaufen.

Es ist statistisch nachgewiesen, dass sich einkommensbereinigt die Kunden in keinem Land in Europa so preiswert ernähren wie in Deutschland.

IMPULS: ANFORDERUNGEN AN DIE STANDORTENTWICKLUNG AUS SICHT 12 DES LEBENSMITTELEINZELHANDELS

Zum Lebensmitteleinzelhandel in Münster:

Nach der übereinstimmenden fachlichen Einschätzung, der sich mit Münster befassenden Einzelhandelsexperten, lassen sich vier zentrale Aussagen treffen:

1. In den letzten 20 - 30 Jahren herrschte in Münster eine restriktive Einzelhandelspolitik, die erst in den letzten Jahren leichte Lockerungstendenzen aufweist.
2. Münster hat eine hochattraktive Innenstadt, die ihrer Funktion als Oberzentrum gerecht wird.
3. Trotzdem hat Münster klare Defizite bei großflächigen Lebensmitteleinzelhandels- und Fachmärkten. In diesem Segment wird Münster der Rolle als Oberzentrum nicht gerecht.
4. Die Nebenzentren der 70er und 80er Jahre haben sich zumindest handelstechnisch überholt. Eine Reaktivierung dieser Strukturen erscheint zum jetzigen Zeitpunkt sehr fraglich. Durch die Auswirkungen des demographischen Wandels kann sich diese Situation zukünftig auch anders darstellen.

Aus der Sicht der L. Stroetmann Lebensmittel GmbH & Co. KG haben wir eine Reihe von Anforderungen an die gemeinsame Standortentwicklung:

1. Die Stadt Münster muss auch im großflächigen Lebensmitteleinzelhandel der Rolle des Oberzentrums gerecht werden. Es besteht die Notwendigkeit, größere, modernere Läden selektiv zuzulassen. Standorte wie der Albersloher Weg oder bereits formulierte Anfragen für Vorhaben an der Steinfurter Straße, können diese Defizite beheben. Gerade die größenspezifischen Käufer wollen entsprechend bedient werden. Sonst wird ein klarer Kaufkraftabfluss spürbar werden.

Daher wünschen wir uns auch für den Standort Münster Leuchttürme mit einer entspre-

chenden Strahlkraft im Lebensmitteleinzelhandel.

2. Auch die bereits bestehenden Versorgungsstrukturen im Lebensmitteleinzelhandel dieser Stadt bedürfen einer Überprüfung. Ist etwas nicht mehr zeitgemäß, muss progressiv überlegt werden, wie es geändert oder neu geschaffen werden kann.
3. Ist ein neues Einzelhandelskonzept abgestimmt, verbinden wir damit die klare Forderung, die Resultate schnell und konsequent umzusetzen.
4. Aus unserer Sicht muss sich die Diktion im Umgang mit der Projektentwicklung im (Lebensmittel-)Einzelhandel ändern. Wollen wir etwas neu ansiedeln, ist es bislang sprachlich - auch beflügelt durch den Gesetzgeber - negativ besetzt. Wir reden jedoch von Investitionen. Wir reden von der Sicherung von Arbeitsplätzen und mittelständischen Existenzen. Nur durch Investitionen kann die Diktion des Gesetzgebers - schützen, bewahren, erhalten - tatsächlich in der Realität umgesetzt werden.

Meine sehr geehrten Damen und Herren,

Handel ist Wandel! - Schnelligkeit ist von Nöten. Wir müssen uns daher mehr für die Zukunft interessieren als uns der Vergangenheit zuzuwenden. Für die Vergangenheit und das ist die bittere Realität, kann sich keiner etwas kaufen. Der Kunde ist und bleibt der Einzige, der zu entscheiden hat. Er erwartet, er fordert von uns Zukunftsgewandtheit.

Geschäfte lassen sich nur durch zwei kombinierte Größenordnungen rechtfertigen: durch genügend Kunden und Umsatz!

Meine Empfehlung für die Stadt Münster möchte ich gerne mit einem Zitat zusammenfassen:

„Locker denken! Mutig sein!“

TALK: HERAUSFORDERUNGEN FÜR DEN EINZELHANDEL IN DEN STADTTEILZENTREN UND IN DER CITY | STANDPUNKTE AUS DER PRAXIS **13**



Matthias Kniesel

Geschäftsführender Gesellschafter der
Hüttmann Sport und Mode GmbH, Hilstrup

Stefan Krursel

Inhaber von
Der Schuhsalon, Münster

**BEDEUTUNG UND FUNKTION DES HANDELS
IM STADTTEILZENTRUM**

Herr Kniesel ist Geschäftsführer eines individuellen Sport- und Modegeschäfts in Hilstrup und bewertet den Einzelhandel im Stadtteilzentrum als überaus wichtig und zentral für die unmittelbare Lebensqualität der Wohnbevölkerung vor Ort. Entscheidende Strukturmerkmale sind dabei die in weiten Teilen noch vorhandene qualitativ hochwertige Ausrichtung der überwiegend inhabergeführten Fachgeschäfte, die wohnortnahe, fußläufige Erreichbarkeit und die auf den einzelnen Kunden ausgerichtete, zeitintensive Serviceorientierung. Dieser stadtteilorientierte Handel, vor allem mit Gütern des täglichen Bedarfs, zeichnet die europäische Stadt im Kern aus und ist ein Hauptgrund, warum Münster besonders lebenswert ist und von allen Kunden, Gästen und Bewohnern als außerordentlich lebenswert wahrgenommen wird.

Herr Kniesel schätzt die vielseitigen Funktionen des Einzelhandels im Stadtteil auch jenseits der betriebs- und volkswirtschaftlichen Größen:

Soziale Funktion

- Raum für Begegnungen, persönlichen Austausch und vertrauter Kommunikation
- Förderer (finanziell, ideell und personell) der sozialen, kulturellen und sportlichen Infrastruktur sowie Veranstaltungen jenseits der

kommunalen Hoheitsaufgaben und der sich verstärkenden Haushaltsdisziplin der öffentlichen Hand.

Stabilisierungsfunktion

- Werterhaltung des Immobilienbestandes
- Wirksame Strategie gegen die Auswirkungen des demographischen Wandels
- Nahversorgung (Lebensmitteleinzelhandel, Gebrauchsgüter des täglichen Bedarfs) ist wichtig und standortrelevant für jung und alt, mobil und nicht mobil.

**VERÄNDERUNGEN DER
HANDELSLANDSCHAFT IN HILSTRUP -
ENTWICKLUNGEN FÜR UNTERNEHMEN
UND KUNDSCHAFT**

Auffallend sind nach der Einschätzung von Herrn Kniesel die seit einiger Zeit entstehenden Leerstände im Haupteinkaufsbereich, der Marktallee, in Hilstrup. Er betrachtet diese Entwicklung mit außerordentlicher Sorge und hofft durch die Rahmenbedingungen eines aktualisierten Einzelhandelskonzeptes stärker vor der Konkurrenz auf der „grünen Wiese“ abgesichert zu werden.

Weitere Veränderungen und Entwicklungen:

- kein ausreichendes Angebot von z.B. Haushaltswaren und Gartenbedarf und Spielwaren in Hilstrup mehr vorhanden

TALK: HERAUSFORDERUNGEN FÜR DEN EINZELHANDEL IN DEN STADTTEILZENTREN UND IN DER CITY | STANDPUNKTE AUS DER PRAXIS 14

- Banalisierung des Angebotes und stärkere Trading Down Tendenzen
- Standort hat stark gelitten unter den Ansiedlungen auf der „grünen Wiese“ - dortige Einkaufszentren verkaufen neben Lebensmitteln vor allem Textilien, Schuhe und weitere Produkte, die das Angebot im Stadtteilzentrum im Kern ausmachen.

KUNDENSTRUKTUREN UND KAUFANREIZE IN HILTRUP

- hohes Stammkundenpotenzial aus der örtlichen Wohnbevölkerung - nutzen gerne praktische und bequeme Möglichkeit vor Ort einkaufen zu können
- starke Werbegemeinschaft und viele kleine inhabergeführte Facheinzelhändler stiften wahrnehmbares Identifikationspotenzial
- Mischnutzungen der Gewerbeimmobilien (Einzelhandel + Dienstleistungen wie bspw. Ärzte, Rechtsanwälte, Makler etc.) fördern Kombinationsnutzungen
- Wichtigster Kaufanreiz ist die besondere und traditionell starke Serviceorientierung, Beratungskompetenz und Kundennähe der Facheinzelhändler und die zeitintensive Betreuung der Kundschaft im täglichen face to face Kontakt.
- Händler können sich ausgiebig Zeit nehmen, entsprechend beraten - Handeln in Stadtteilzentrum macht Spaß!

BEWERTUNG DER ZIELE UND ERFOLGE DES BESTEHENDEN EINZELHANDELSKONZEPTE

Herr Kniessel bewertet die Ziele des Einzelhandelskonzeptes als wichtig und entscheidend für die weitere Vitalität der Stadtteilzentren. Es schafft Vertrauen und Investitionssicherheit. Zentral erscheint ihm der (in Teilen erfolgreiche)

Balanceakt zwischen der Stärkung der oberzentralen Funktion der Stadt Münster und der damit größer werdenden Anziehungskraft der Gesamtstadt sowie den entsprechenden Rahmenbedingungen, eine funktionierende und erforderliche Einzelhandelsstruktur im Stadtteilzentrum zuzulassen. Das Konzept gibt Raum für Entwicklung im qualitativen Sinne. Herr Kniessel befürwortet ausdrücklich die Fortschreibung und Weiterentwicklung des Einzelhandelskonzeptes der Stadt Münster.

APPELL

Herr Kniessel wünscht sich eine noch bessere Zusammenarbeit und eine intensivere Kommunikation zwischen der Stadtverwaltung, Politik und den Händlern in den Stadtteilzentren. Gemeinsam kann intensiv an der Stärkung der Einzelhandelsstrukturen in den Stadtteilzentren gearbeitet werden. Mit dem neuen Einzelhandelskonzept wird es ein weiteres klares Mandat für die Entwicklung der Stadtteilzentren geben und aktives Handeln und Unterstützung sinnvoll erforderlich erscheinen lassen.

Die Händler und gerade der inhabergeführte Facheinzelhandel erhält die Chance, eigenverantwortlich innovative Wege zu gehen ohne der stetigen Gefahr zu obliegen, durch Großinvestitionen in unmittelbarer Nachbarschaft seine Funktion zu verlieren. Die gemeinsamen Richtlinien machen aus seiner Perspektive den Weg frei für qualitatives Wachstum. Dieser Weg sollte genutzt werden, gerade auch im Sinne der Münsteraner Stadtteilzentren.

TALK: HERAUSFORDERUNGEN FÜR DEN EINZELHANDEL IN DEN STADTTEILZENTREN UND IN DER CITY | STANDPUNKTE AUS DER PRAXIS 15

**VERÄNDERUNGEN
DER INNERSTÄDTISCHEN
HANDELSLANDSCHAFT**

Herr Krursel ist Inhaber eines hochwertigen Schuhsalons in der Innenstadt und nimmt die starke Dynamik der Münsteraner City deutlich wahr. Durch die großen Investitionen - den Münster Arkaden und den künftigen Bebauungen in der Stubengasse und im Hanseviertel - werden seiner Einschätzung nach sichtbare einzelhandelsstrukturelle Anpassungen unausweichlich bleiben. An seinem Handelsstandort in der Bogenstraße konnten bereits spürbare Veränderungen der Kundenströme und Wegebeziehungen wahrgenommen werden. Er sieht die Realisierung der Stubengasse in Kombination mit den Arkaden als starke Konzentration, die die wichtigen City-Randbereiche noch weiter schwächen werden. In einem konstruktiven Umgang mit dem Einzelhandelskonzept sieht er Möglichkeiten, die Entwicklung des gesamten Innenstadtbereichs zu fördern und zu formen.

**HERAUSFORDERUNGEN
AN DEN MODERNEN EINZELHANDEL
QUALITÄT ALS TRENDSETTER?**

- Ausgabeverhalten / Einkaufsverhalten der Kunden im stetigen Wandel und schwer für Qualitätsbetriebe zu kalkulieren (der hybride Kunde)
- stetige Veränderungen der Betriebsformen, Preiswettbewerb und künftige Auswirkungen des demographischen Wandels

Herr Krursel betont, mit seinem Verkaufskonzept nicht den täglichen Bedarf abzudecken, sondern Bedarfe im hochpreisigen Segment wecken zu wollen um so seinen Umsatz zu generieren. Hohe Renditen lassen sich damit nicht erzeugen, aber sein Konzept ist aus seiner Perspektive ein guter Weg, individuelle Geschäftsideen zu verwirklichen (kann nicht als Format der Zukunft verstanden werden).

Formate der Zukunft sollten allerdings seiner Meinung nach auf Qualität setzen und somit die Innenstadt weiter stärken. Handyshops sollten aus dem Stadtbild der zentralen Innenstadt verschwinden und mehr Raum für individuelle und hochwertige Angebote schaffen.

Weitere Herausforderungen:

- Durch den hohen Filialisierungsgrad und umsatzorientierte Geschäftskonzepte herrscht im Altstadtbereich ein sehr hohes Mietpreisniveau und damit geringere Chancen für individuelle Qualitätskonzepte.
- Dadurch ist die Vergleichbarkeit der City mit anderen Städten ähnlicher Größenordnung vom Besitz her immer deutlicher.
- Qualitätsbetriebe werden mit ihren Standorten immer weiter zum Innenstadtrand abgedrängt.

**PRÄMISEN
FÜR EINEN ZUKUNFTSFÄHIGEN HANDEL
IN DER CITY**

- aktive Steuerung durch restriktive Rahmenbedingungen zum Schutz der Qualität der Angebote und Handelskonzepte in der City
- attraktive Bauvorhaben an den schwachen Punkten der Innenstadt anstatt einer weiteren Konzentration
- Ende der sprunghaften Flächenentwicklung in Münster

APPELL

Herr Krursel hegt den großen Wunsch, dass sich Münster auf seine große Stärke beruft und diese einzigartige Individualität und Qualität stärker in den Fokus der Einzelhandelsentwicklung stellt. Der inhabergeführte Facheinzelhandel kann dafür einen wichtigen Beitrag leisten.



Erich Tilkorn

Abteilungsleiter Regionalplanung,
Wirtschaft, Verkehr, ländliche Entwicklung
der Bezirksregierung Münster

▶▶▶ Meine sehr geehrten Damen und Herren,
bevor ich mit den inhaltlichen Impulsen beginne,
möchte ich gerne eine kleine Vorbemerkung ma-
chen: Die Teilnahme am Hearing erfolgt, um die
rechtlichen Rahmenbedingungen und die Aufga-
be der Landesplanung darzustellen. Sie ist nicht
dazu gedacht, für die Bezirksplanungsbehörde in
konkreten einzelnen Ansiedlungsfällen eine Posi-
tion zu beziehen. Das erfolgt ausschließlich in
den vom Gesetzgeber vorgesehenen Beteili-
gungsverfahren.

1. Steuerung des Einzelhandels ist sowohl ein altes wie ein aktuelles Thema

Die Städte Amsterdam und Utrecht hatten um das
Jahr 1540 herum das Problem, dass Händler
nicht mehr in der Stadt, sondern außerhalb der
Stadtmauern, vor den Toren der Stadt, ihre Wa-
ren anbieten wollten. Auf Betreiben der Städte
erließ Kaiser Karl V., der zugleich König von
Spanien und der Niederlande war, einen Erlass,
mit dem diese Verkaufsweise den Händlern ver-
boten wurde.

Also schon damals wirkten Gemeinde (Amster-
dam und Utrecht) und der Staat (der Kaiser des
heiligen Römischen Reiches Deutscher Nation)
zusammen, um die Attraktivität der Innenstädte
zu erhalten, wie wir es heute ausdrücken würden.
Der Verkauf auf der „grünen Wiese“ vor den To-
ren der Stadt wurde unterbunden.

2. Aufgabe der Landesplanung und Raumord- nung heute

Das Herbeiführen gleichwertiger Lebensverhält-
nisse in den Ländern der Bundesrepublik und
dementsprechend in allen Regionen der Länder
ist eine der Hauptaufgaben der Landesplanung.
Dazu zählt insbesondere die Sicherung der Ver-
sorgung der Bevölkerung mit den Gütern des
täglichen Bedarfs im sogenannten Nahbereich.
Die wohnortnahe Versorgung soll insbesondere
alten wie jungen Menschen, die nicht in gleicher
Weise über individuelle Verkehrsmittel verfügen,
die Versorgung mit Gütern des täglichen Bedarfs
(Lebensmittel, Kleidung) ermöglichen, ohne je-
weils weite Stecken zurücklegen zu müssen.

3. Großflächiger Einzelhandel im doppelten Spannungsverhältnis

Zum einen steht die Steuerung und Regelung des
Einzelhandels im Detail in dem Spannungsver-
hältnis zu der Gewerbefreiheit der Unternehmen.
Die Entwicklung neuer Handelsformen muss
möglich sein. Ein Schutz vor Konkurrenz ist mit
der Wettbewerbsfreiheit nicht vereinbar.

Auf der anderen Seite besteht die unbestrittene Notwendigkeit, durch städtebauliche Maßnahmen die Bevölkerung mit den Produkten des täglichen Bedarfs zu versorgen. Das öffentliche Bauplanungsrecht ist also mit dem Wirtschaftsrecht gegeneinander abzuwägen, um die konkrete Entscheidung hinsichtlich der Verträglichkeit des großflächigen Einzelhandels herauszuarbeiten. Auch die demographische Entwicklung ist dabei zu berücksichtigen.

Zum anderen besteht ein Spannungsverhältnis zwischen den einzelnen Gemeinden innerhalb einer Region und auch den Regionen untereinander. Das Bauplanungsrecht und das Recht der Regionalplanung sollen die kleineren Gemeinden vor einem Übergewicht der Großen schützen. Aber auch die Großen sollen vor unlauterem Wettbewerb durch die Kleinen bewahrt bleiben. Das könnte z.B. geschehen, wenn in einer Gemeinde mit 10.000 Einwohnern in der Nachbarschaft eines Oberzentrums ein Factory Outlet-Center mit 25.000 m² Verkaufsfläche zugelassen würde.

4. Festlegung und Ziele der Landesplanung

Das Bundesraumordnungsgesetz regelt maßgebliche Begriffe und Grundsätze für die Länder, welche diese bei ihren Landesplanungsgesetzen zu beachten haben.

In Nordrhein-Westfalen ist auf der Ebene des Regierungsbezirks der Regionalrat der Träger der Landesplanung. Die 45 Mitglieder des Regionalrates des Regierungsbezirks Münster bilden zwei Gruppen: Die erste Gruppe wird von den Kommunalpolitikern gebildet, die in einem repräsentativen Verfahren aus den Gemeinden und Kreisen entsprechend der Gesamtstärke der Parteien im Bezirk gewählt werden. Sie allein hat Beschlussrecht. Die zweite Gruppe hat beratende Kompetenz und wird von den Landräten und Oberbürgermeistern, den Hauptgeschäftsführern der Industrie- und Handelskammer, der Handwerks-

kammer sowie der Landwirtschaftskammer gebildet, drei Vertreter der Gewerkschaften sowie Vertreter für den Naturschutz, die Gleichstellungsbeauftragten und den Sport und je ein Vertreter des Landschaftsverbandes Westfalen-Lippe sowie des Regionalverbandes Ruhr.

Die Bezirksregierung ist die Bezirksplanungsbehörde, die mit den Fachleuten des Landes die Beschlüsse des Regionalrates vorbereitet und ausführt.

5. Regionalplan

Im Regionalplan werden die Vorgaben für die kommunale Bauleitplanung festgelegt. Auch dort besteht ein Spannungsverhältnis zwischen den verschiedenen Anforderungen an den Raum. Die Belange des Naturschutzes, des Verkehrs, des Hochwasserschutzes, der Rohstoffversorgung sind mit den Bedarfen für Wohnen und für Arbeitsflächen abzuwägen. Die Ansiedlung von großflächigem Einzelhandel ist ebenfalls im Rahmen des Regionalplanes soweit wie möglich zu berücksichtigen.

6. Lokale und regionale Einzelhandelskonzepte

Lokale Einzelhandelskonzepte bieten den Vorteil, die kommunalpolitischen Entscheidungen transparent zu machen. Planerische Konfliktsituationen können erarbeitet werden, bevor Anträge auf Ansiedlung von Einzelhandel gestellt werden. Für Investoren bietet ein gültiges Einzelhandelskonzept eine Form der Berechenbarkeit. Schließlich wird der Aufwand an bürokratischen Verfahren reduziert, wenn ein Konzept beschlossen ist. Als Problem ist jedoch die Frage der Verbindlichkeit anzusprechen. Wenn Abweichungen im Einzelfall die Regel werden, sind die zuvor genannten Vorteile verloren gegangen.

Das regionale Einzelhandelskonzept stärkt das regionale Denken und überwindet in weiten Teilen das Kirchturmdenken. Der Konsens zwischen kleineren und größeren Städten in der Nachbarschaft hat einen planerisch hohen Wert. Aber auch hier ist die Frage der Verbindlichkeit entscheidend. Daher kann aus Sicht der Regionalplanung empfohlen werden, die im Konsens erarbeiteten Ziele eines regionalen Einzelhandelskonzeptes in den Regionalplan aufzunehmen. Der Regionalplan hat mit seiner Verabschiedung und Genehmigung durch die Landesregierung allgemeinen Verbindlichkeitscharakter. Soll davon abgewichen werden, ist ein förmliches Änderungsverfahren erforderlich, welches durch den Regionalrat beschlossen werden kann.

Zusammenfassend kann nur aufgefordert werden, ein regionales Einzelhandelskonzept zu entwickeln. Dabei muss jedoch der feste Wille bestehen, sich auch im Ernstfall daran zu halten und nicht beim ersten verlockenden Angebot eines Investors von dem Konzept abweichen zu wollen.



(v.l. Erich Tilkorn, Tobias Viehoff, Jens von Lengerke, Peter Berger, Elke Frauns, Karin Eksen, Dr. Tomas Robbers, Hartwig Schultheiß, Max Stroetmann)

Gesprächspartner

Peter Berger

Karin Eksen

Jens von Lengerke

Dr. Tomas Robbers

Hartwig Schultheiß

Max Stroetmann

Erich Tilkorn

Tobias Viehoff

Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung GMA, Leiter Büro Köln
Einzelhandelsverband Münsterland e.V.

Industrie- und Handelskammer Nord Westfalen

Geschäftsführer Wirtschaftsförderung Münster GmbH

Stadtdirektor der Stadt Münster

L. Stroetmann Lebensmittel GmbH & Co. KG

Bezirksregierung Münster

Runder Tisch der Innenstadtkaufleute / Initiative für eine starke
Innenstadt

AKTUELLE ENTWICKLUNGEN UND RAHMENBEDINGUNGEN IM HANDEL

Herr Berger zeichnet zum Einstieg der Diskussionsrunde, als Experte und Gutachter für Einzelhandelsentwicklungen, die aktuellen Rahmenbedingungen in der Entwicklung des Einzelhandels auf und nimmt dabei besonderen Bezug auf die Stadt Münster:

DER STANDORT MÜNSTER

- Münster führt im IHK Bereich Nord Westfalen beim Ranking aller einzelhandelsrelevanten Kennziffern und liegt in Deutschland in der Spitzengruppe.
- Im Kempers Ranking für Ladenmieten in größeren Mittelstädten liegt Münster mit Höchstwerten von bis zu 140 € je m² auf dem alleinigen Spitzenplatz, bei allen Deutschen Städten auf Platz 10.
- Münsters Vorrangstellung ist entsprechend kaum ausbaubar. Primäres Ziel sollte daher das Halten dieses exzellenten Niveaus sein.

- Mit der Einzelhandelsstruktur in Münster, der Diversität und Qualität, muss daher sehr behutsam umgegangen werden, da sie ein relevanter und entscheidender Standortvorteil ist.
- Die städtebauliche Angebotsvielfalt in Münster geht mit den eher hochwertigen Sortimenten im Einzelhandel eine positive Symbiose ein.

ENTWICKLUNGEN IM EINZELHANDEL

- Das Flächenwachstum in Deutschland ist ungebremst.
- Das Angebot im Einzelhandel wächst quantitativ nicht qualitativ.
- Im als hart zu bezeichnenden Verdrängungswettbewerb verlieren statistisch gesehen aktuell die individuellen Einzelhandelskonzepte an Gewicht, die Filialisierung nimmt zu.

- Die Angebotsstrukturen durchleben aktuell eine Verflachung, teilweise in bestimmten räumlichen Abschnitten sogar eine Banalisierung.
- Das Netz der Nahversorgungsangebote wird gerade in den Stadtteilen und deren Zentren spürbar dünner.
- Die betriebswirtschaftlichen Rahmenbedingungen führen zu starken Konzentrationstendenzen, vor allem im Lebensmitteleinzelhandel.
- Kundenstrukturen und Kundenbedürfnisse haben in den vergangenen Jahren radikale Veränderungen durchlebt - Der „Hybride Kunde“ erhöht die Ansprüche und Herausforderungen an den Handel (kauft im Lebensmitteldiscounter ebenso ein wie im Gucci Store).
- Problem der demographischen Entwicklung: Aktuell befinden wir uns in einer Übergangsphase. Die „Welle“ älterer Menschen hat noch nicht ein Alter erreicht, indem Einschränkungen der Mobilität zum Regelfall werden. Einkaufs- und Standortpräferenzen werden sich entsprechend mittelfristig im großen Maßstab anpassen.

Herr Berger vertritt allerdings die feste Überzeugung, dass sich die Einzelhandelsstrukturen an die betriebswirtschaftlichen Notwendigkeiten der Zukunft anpassen werden. In Verbindung mit den wichtigen und nicht kopierbaren städtebaulichen Qualitäten einer historisch gewachsenen Innenstadt, werden entsprechende Angebote in Zukunft in Münster eine positive Entwicklung erfahren.

Expansive Flächenentwicklung ist aus seiner Perspektive wenig hilfreich für eine langfristige und nachhaltige Entwicklung einer Stadt und nicht zu empfehlen. Eine konzeptionell abgestimmte Kontrolle und ein damit einhergehendes professionelles Controlling sind hier von großer Bedeutung. Einzelhandelskonzepte und übergreifende

regionale Einzelhandelskonzepte stellen dafür einen wichtigen Ansatz dar.

EINZELHANDELSKONZEPTE: RAHMENBEDINGUNGEN, LEISTUNGEN UND VERBINDLICHKEIT

- Rahmensetzung muss die Unterstützung wirtschaftlich tragender Strukturen sein - Einzelhandelskonzepte dürfen nicht als Instrument der Planwirtschaft missbraucht werden
- Einzelhandelskonzepte können die formelle Stadtplanung unterstützen sowie Mut und einen nachvollziehbaren Begründungszusammenhang für städtebaulich klare Vorstellungen fördern.
- Ausbau der Funktion als oberzentrale Mittelstadt - hier herrschen im Bereich des Angebotes in Münster an der einen oder anderen Stelle noch Defizite
- Feststellung von Angebotsdefiziten und eine entsprechende Flächenbewertung für eine sinnvolle und erfolgreiche Realisierung
- Abgrenzung zentraler Versorgungsbereiche für den Einzelhandel
- Vorhaltefunktion für städtebaulich relevante (Handels)Flächen - gutachterliche Bewertung und stadtpolitische verbindliche Festlegung

Die Grundlage der Verbindlichkeit kann aus der Sicht von Herrn Berger nur über die formelle Raumplanung, also über den Regionalplan, die Flächennutzungspläne und über die Bauleitplanung gesichert werden. Eine kritische politische und inhaltliche Überprüfung unter dem Gesichtspunkt der aktuellen Rahmenbedingungen und Notwendigkeiten im Handel macht Sinn und sollte entsprechend Berücksichtigung finden.

Eine politische Verbindlichkeit kann nur durch die rechtliche Selbstbindung der Ziele und Rahmenbedingungen der wichtigen Elemente eines Einzelhandelskonzeptes erfolgen.

Die Akteure der Stadt sollten dabei insbesondere bei allen Festlegungen darauf achten, dass Münster seine unverwechselbaren, image- und strukturprägenden Elemente erhält und schützt. Für Münster hebt Herr Berger diesbezüglich die starke, individuelle Innenstadt und die zentrenorientierte Nahversorgung in den Stadtteilen hervor, die beide aus seiner fachlichen Perspektive weiterhin gestärkt werden sollten.

MÜNSTERS STRAHLKRAFT ALS EINKAUFSTADT

Herr Viehoff als Vertreter der Innenstadtkaufleute und der Initiative für eine starke Innenstadt bemerkt, dass die Entwicklung der münsterschen Innenstadt in den letzten fünf Jahren eine massive Veränderung, eine enorme Vitalisierung erlebt hat. Gerade die Ludgeristraße hat seiner Einschätzung nach einen großen Sprung nach vorne gemacht, ist als Einkaufsstraße nachgefragter denn je und hat eine deutliche Qualitätssteigerung erfahren. Zwar sind spürbar gerade die individuellen Einzelhandelskonzepte den Filialisten im zentralen Innenstadtbereich gewichen, allerdings sei diese Entwicklung nach seinem Dafürhalten nicht unumkehrbar. Die Individualität, die Unverwechselbarkeit Münsters strahlt in Verbindung mit dem hochwertigen und breit aufgestellten Einzelhandelsangebot überregional aus und macht Münster zu einem attraktiven Einkaufsstandort. Um diese Strahlkraft Münsters zu erhalten, sollte sehr behutsam mit weiteren (auch baulichen) Vorhaben umgegangen werden. Alle weiteren Entwicklungen sollten sich direkt in das heutige Gefüge einpassen. Mit der Innenstadtinitiative konnten Herr Viehoff und seine Mitstreiter eine Vielzahl von Eigentümern und Einzelhändlern dafür gewinnen, gemeinsam an dieser großen und bedeutsamen Aufgabe für die münstersche City zu arbeiten.

DIE (FLÄCHEN)NACHFRAGE

Herr Dr. Robbers berichtet von der Erfahrung der Wirtschaftsförderung Münster GmbH, dass sich die bereits geführten Diskussionspunkte

deutlich in seiner täglichen Arbeitsrealität wieder finden. Es werden Flächen(potenziale) in direkter Innenstadtlage angefragt sowie Flächen in den Stadtteilzentren. Bei der Vermittlung von Flächen setzt die Wirtschaftsförderung auf eine Aufgabenteilung mit den Maklern. Da es sich bei der Münsteraner Innenstadt um einen sehr stark nachgefragten Einzelhandelsstandort handelt, sieht die Wirtschaftsförderung keinen Grund, den Maklerunternehmen Konkurrenz zu machen. In den Stadtteilzentren ist der Handlungsbedarf größer, so dass die Wirtschaftsförderung die aktive Vermarktung von Flächen in den Stadtteilen engagiert angeht. Einen der Schwerpunkte zur Stärkung des lokalen Handels bildet die Ansiedlung sogenannter Magnetbetriebe, wie beispielsweise zeitgemäße Lebensmittelhändler. Problematisch sieht Herr Dr. Robbers, im Schulterschluss mit dem überwiegenden Anteil der Anwesenden, den explosionsartig gestiegenen Flächenanspruch, den es konzeptionell und politisch einzudämmen gelte.

Aus seiner fachlichen Sicht wird Deutschland und insbesondere der Standort Münster nicht in dem Maße die Entwicklungen nehmen, wie sie in Frankreich oder England mittlerweile Realität sind. Hier sind die Einzelhandelskonzentrationen in den nicht integrierten Lagen signifikant höher. Für Deutschland sieht er ein klares Ende des Flächenzuwachses im großflächigen Einzelhandel und vor allem in den nicht integrierten Lagen.

Ein Einzelhandelskonzept kann schädlichen Einfluss bzw. übermäßige Ansiedlung von großflächigem Einzelhandel für die Struktur und Qualität des Zentrums/der Zentren verhindern. Der bisherige Weg hat aus der Sicht von Herrn Dr. Robbers gut funktioniert und hat eine nachvollziehbare systematisch, planerische Konfliktlösung hervor gebracht.

SERVICE!

Herr Robbers empfiehlt dem Einzelhandel eine stärkere Fokussierung im Bereich Service und Convenience. Die nicht aufhaltbaren Auswirkungen der demographischen Entwicklung werden Mobilitäts- und Bringservicedienstleistungen wirtschaftlich notwendig machen. Wenn bald 30% der Bevölkerung älter sein wird als 60 Jahre und aufgrund der langen Lebensarbeitszeit viele noch sehr zahlungskräftig sein werden, kann an dieser sehr wichtigen Zielgruppe nicht vorbeigeplant werden. Diese Tatsache kann und wird die zentralen Einkaufslagen in Zukunft stärken, insbesondere in Bezug auf die Angebote des alltäglichen Bedarfs.

**SERVICE
DURCH MARKTWIRTSCHAFT?**

Herr Stroetmann von der L. Stroetmann Lebensmittel GmbH & Co. KG berichtet von seinen Erfahrungen bezüglich der Serviceorientierung und Serviceakzeptanz an deutschen Standorten. In Amerika ist es vollkommen normal, dass an der Kasse die Lebensmittel zusammengepackt und ins Auto gebracht werden. Bei der EDEKA Gruppe wurden ähnlich gelagerte Versuche schnell aufgrund mangelnder Akzeptanz der Kunden wieder eingestellt. Nur Serviceangebote, die im ausreichenden Maße akzeptiert werden, können vom Markt adaptiert werden.

Dennoch ist aus der Perspektive von Herrn Stroetmann die Servicefrage entscheidend. Der Service ist ein identitätsstiftender Marktregulator und demnach von hoher Bedeutung. Allerdings scheitern viele Konzeptvorschläge an der Bezahlbarkeit. Sollten mittelfristig allerdings durch den demographischen Wandel z.B. Mobilitäts- und Bringdienste einen relevanten Marktvorteil bedeuten, werden die (Lebensmittel) Einzelhändler diese Dienste aus Eigeninteresse durchführen und anbieten.

Nach der Aussage von Herrn Stroetmann steht die L. Stroetmann Lebensmittel GmbH & Co. KG im täglichen Kontakt mit ihren 120 Einzelhandels-

partnern und hat ein großes Interesse daran, dass auch kleinere mittelständische Lebensmittel Einzelhandelskonzepte neben den größeren Lebensmitteleinkaufszentren überlebensfähig bleiben. Es gelte daher beide Strategien nach der jeweiligen Standortpräferenz durchzuführen. Herr Stroetmann stellt allerdings fest, dass nach seiner Erfahrung auch in Münster nicht alle Typen des Lebensmitteleinzelhandels an allen Standorten funktionieren und entsprechend nicht realisiert werden können.

**„CLUSTERLÖSUNGEN“ VERHINDERN
WOHNORTSNAHE VERSORGUNG**

Herr Berger wünscht sich eine Abkehr von den verkehrs- und kapitalintensiven Clusterlösungen (Fachmarkttagglomerationen) der vergangenen Jahre. Aus seiner Sicht ist die Fokussierung auf die vor Ort befindliche Wohnbevölkerung von zentraler Bedeutung. Die Kernprobleme der Clusterlösungen sind aus seiner Perspektive vor allem das Standortwahlverhalten: komplexe Verkehrsstrategien und notwendige Verkehrsanbindungen (Verkehrsinfrastruktur, Verkehrslagewert), großes Einzugsgebiet, große Grundstücke, große Marktgebäude, etc.

Seiner Einschätzung nach kann das wirtschaftsliberale Paradigma, „der Markt regelt alles“ nicht greifen, denn damit wird nach den aktuellen Strategien die wohnortsnahe Grundversorgung der kurzfristigen Profitmaximierung geopfert.

Mit einem entsprechenden politisch unterstützten Korrektiv, wie dem neuen Einzelhandelskonzept, können auch die kleineren und mittleren Strukturen in ihrer Existenz geschützt werden, um das hohe Gut der wohnortsnahe Grundversorgung zu sichern. Großflächige Lebensmittelmärkte sollten nach seinem Dafürhalten nur bis max. 1.500 m² Verkaufsfläche realisiert werden, Größenordnungen über 3.000 m² schädigen nachhaltig die wohnortnahe Grundversorgung.

Herr Berger befürwortet eindeutig die Realisierung von integrierten Einkaufszentren für die Stadtteilzentren als notwendige Frequenzbringer. Allerdings sieht er dennoch die klare Notwendigkeit eines planerischen Ordnungskonzeptes für die sich aus der Fläche zurückziehenden Lebensmittelgrundversorgung.

KANN MÜNSTER

DIE ZUSÄTZLICHE EINZELHANDELSFLÄCHE IN EINEM NEUEN HAUPTBAHNHOF NEBEN DEN MÜNSTER ARKADEN, DER STUBENGASSE UND DEM HANSEVIERTEL VERKRAFTEN?

Herr Schultheiß als Stadtdirektor der Stadt Münster teilt die Skepsis und die Bedenken vieler Innenstadtkaufleute. Bei einem neuen Hauptbahnhof soll es sich in erster Linie tatsächlich um einen Bahnhof und nicht um ein Einkaufszentrum mit Gleisanschluss handeln.

Trotzdem wünscht sich die Politik und die Verwaltung, aber auch die überwältigende Mehrheit der Bürgerinnen und Bürger, einen attraktiven Bahnhof, der für die Stadtstruktur eine tragende Funktion und für die Gesamtstadt ein gewinnbringender Vorteil sein würde. In der aktuellen Diskussion schwirren nach der Aussage von Herrn Schultheiß eine Menge teilweise widersprüchlicher Zahlen und Aussagen umher. Fakt ist, dass sich die aktuelle Einzelhandelsfläche im Bahnhofsbereich vergrößern wird. Eine politisch gewollte und von allen Fachämtern inhaltlich getragene Größenordnung von 10.000 m² Verkaufsfläche sollte dabei die Orientierungsgröße sein. Ebenfalls wird für die erfolgreiche Realisierung eine klare Festlegung der Sortimentslisten erfolgen. Innenstadtrelevante Sortimente sollen dabei weitgehend vermieden werden und eine ausschließliche Orientierung des Einzelhandelsangebotes auf die üblichen Bahnhofssortimente erfolgen. Auf die Frage nach der Verträglichkeit eines neuen Hauptbahnhofs entgegnet Herr Schultheiß, dass nach den restriktiven Vorgaben der münsterschen Politik eine Realisierung höchstens noch kleinere

bestehende Lücken im Angebot schließt und für die Innenstadt eher als Gewinn denn als Kaufkraft abziehende Konkurrenz zu verstehen sein würde.



Christian Schowe

Leiter des Amtes für Stadtentwicklung,
Stadtplanung, Verkehrsplanung der Stadt Münster

▶▶▶ Meine sehr geehrten Damen und Herren,

da die Diskussionen ausführlich und konstruktiv verlaufen sind und die Zeit entsprechend schon weit vorangeschritten ist, möchte ich Sie in aller vertretbaren Kürze mit dem weiteren Fahrplan und den weiteren Eckpunkten für die Aktualisierung des Einzelhandelskonzeptes vertraut machen.

Ein wichtiger Meilenstein konnte im Jahr 2004 durch die verbindliche Struktur, die Auflistung zentraler Ziele und Verfahrensformen im ersten Einzelhandelskonzept entwickelt und festgelegt werden. Es hat sich gezeigt, dass die Vereinbarungen gehalten haben, die Umsetzung gut funktioniert und die Kernaussagen und -ziele, die für die münstersche Innenstadt und die wichtigen kernstädtischen Stadtteilzentren getroffen wurden, richtig waren und aus unserer Sicht in weiten Teilen immer noch richtig sind. Aber wir können und wir müssen sicherlich noch besser werden und haben heute einen ersten Schritt dazu getan.

Wir werden uns in Zukunft weiterhin verstärkt mit den Problemen und Herausforderungen der quantitativen und qualitativen wohnortnahen Grundversorgung beschäftigen müssen. Aussagen dazu werden sicherlich ein Ergänzungsaspekt für das kommende Konzept sein müssen. Ebenfalls wird das neue Einzelhandelskonzept Antworten geben und Strategien finden müssen

bezüglich der Veränderungen, die uns die demographische Entwicklung spüren lassen wird.

Auch und gerade die Ansprüche Münsters als Oberzentrum im regionalen Kontext und die Anforderungen, die diesbezüglich an Münster herangetragen werden, müssen wir berücksichtigen. Eine notwendige regionale Abstimmung macht aus unserer Perspektive Sinn und kann positive Entwicklungen anstoßen. Auch hier wird es eine engere und engagierte Zusammenarbeit und konstruktive Auseinandersetzung mit den aufgestellten Grundprinzipien geben müssen.

Das heutige Hearing war der erste inhaltliche „Aufschlag“ für die weiteren Arbeiten am aktualisierten Einzelhandelskonzept, welches möglichst bis Mitte 2008 fertig gestellt, ausreichend diskutiert und politisch beschlossen sein wird.

An diesem Abend konnten Ihre Stimmungen aufgefangen und dokumentiert werden. Nach der Sommerpause können dann mit Nachdruck die inhaltlichen Arbeiten erfolgen, damit die Erarbeitung eines Abstimmungsentwurfs noch in diesem Jahr fertig gestellt werden kann. Dafür wird in einem ersten Schritt eine detaillierte und genaue Effizienzuntersuchung des Einzelhandelskonzeptes aus dem Jahr 2004 erfolgen und die Stärken und Schwächen des Konzeptes herausgearbeitet werden.

Dieser Arbeitsabschnitt wird voraussichtlich im 4. Quartal 2007 abgeschlossen sein und den Weg frei machen, für aktualisierte Ansätze und Zielvorstellungen, die unsere Stadt Münster und unseren gemeinsamen Einzelhandelsstandort nachhaltig stärken. Ebenfalls soll unsere Versorgungsstruktur, die einen wichtigen Bestandteil unserer Lebensqualität ausmacht, gesichert werden.

Ein für die politische Entschließung vorbereiteter Entwurf wird natürlich noch einmal in einer öffentlichen Diskussion mit der Politik, der Kaufmannschaft und den Bürgerinnen und Bürgern zur Diskussion gestellt und letztlich abgestimmt.

Durch den anschließenden politischen Beschluss wird der Grad der Verbindlichkeit geschaffen, den wir uns alle für unsere weitere Arbeit am Einzelhandels- und Investitionsstandort Münster wünschen. So werden wir auch künftig gut aufgestellt sein und den kommenden Herausforderungen gewachsen sein, die in Zukunft nicht unbedingt einfacher zu bewältigen sein werden.

Meine Damen und Herren, ich danke Ihnen für Ihre Anmerkungen und Eindrücke. Kommen Sie gut nach Hause.

Impressum:

Hrsg.:

Stadt Münster, Amt für Stadtentwicklung,
Stadtplanung, Verkehrsplanung
Wirtschaftsförderung Münster GmbH

Moderation und Dokumentation:

Elke Frauns, John Hoffmann, Henning Spenthoff
büro frauns
kommunikation | planung | marketing, Münster

August 2007