

Wirkungsanalyse des Stadtumbaus in der Lüner Innenstadt bezüglich des Einzelhandels



Quelle: Eigene Darstellung

Technische Universität Dortmund

Fakultät Raumplanung

B. Sc. Raumplanung

Modul 26: Bachelor-Arbeit

Benno Schroeder

Betreuung:

Dipl.-Ing. Ulla Greiwe-Grubert
(Studien- und Projektzentrum, Dekanat)

Dipl.-Ing. Frank Schulz
(Fachgebiet Städtebau, Stadtgestaltung und Bauleitplanung)

Selbständigkeitserklärung

Hiermit bestätige ich, dass ich die vorliegende Arbeit selbständig verfasst und keine anderen als die angegebenen Hilfsmittel benutzt habe. Die Stellen der Arbeit, die dem Wortlaut oder dem Sinn nach anderen Werken entnommen sind, wurden unter Angabe der Quelle kenntlich gemacht.

Ort, Datum

Unterschrift

Inhaltsverzeichnis

Inhaltsverzeichnis	i
Abbildungsverzeichnis	ii
Tabellenverzeichnis	ii
Abkürzungsverzeichnis	iii
1 Einleitung	1
2 Theorie	2
2.1 Stadtumbau	2
2.1.1 Raumplanerischer Kontext	2
2.1.2 Besonderes Städtebaurecht	3
2.1.3 Städtebauförderung	5
2.2 Innerstädtischer Einzelhandel	6
2.3 Evaluation	7
2.3.1 Allgemeine Aspekte	7
2.3.2 Wirkungsanalyse	9
2.4 Fallstudien	11
2.5 Methoden	12
2.5.1 Dokumentenanalyse	12
2.5.2 Beobachtung	13
2.5.3 Indikation	14
2.5.4 Akteursanalyse	16
2.5.5 Experteninterview	17
3 Wirkungsanalyse des Stadtumbaus in der Lüner Innenstadt	20
3.1 Hintergrund	20
3.1.1 Portrait des Standortes	20
3.1.2 Initiierung des Stadtumbaus	21
3.2 Untersuchungsrahmen	24
3.3 Zielanalyse bezüglich des Einzelhandels	26
3.4 Instrumentenanalyse bezüglich des Einzelhandels	28
3.5 Wirkungsanalyse bezüglich des Einzelhandels	37
3.6 Kausalanalyse bezüglich des Einzelhandels	51
4 Ergebnisse und Ausblick	65
4.1 Verlauf des Stadtumbaus in der Lüner Innenstadt	65

4.2	Anhaltspunkte für das weitere Vorgehen in der Lüner Innenstadt	67
4.3	Rückschlüsse auf das Städtebauförderungsprogramm Stadtumbau West.....	68
5	Schlussbemerkung.....	70
	Quellenverzeichnis	71
	Anhang	I

Abbildungsverzeichnis

Abb. 1:	Untersuchungsvorgehen.....	10
Abb. 2:	Stadtumbaugebiet in der Lüner Innenstadt.....	22
Abb. 3:	Räumliche Handlungsfelder innerhalb des Stadtumbaugebietes	23
Abb. 4:	Leitfragen der Untersuchung	25
Abb. 5:	Zielbaum zum Ziel der Stärkung des Einzelhandels	27
Abb. 6:	Räumliche Verortung der Instrumente (Kartenbild).....	35
Abb. 7:	Räumliche Verortung der Instrumente (Legende).....	36
Abb. 8:	Relevante Akteursbeziehungen für das Ziel der Stärkung des Einzelhandels	40
Abb. 9:	Einzelhandelsbetriebe.....	46
Abb. 10:	Beschäftigte im Einzelhandel	46
Abb. 11:	Einzelhandelsumsatz.....	47
Abb. 12:	Einzelhandelsmietspiegel (Brockhoff)	48
Abb. 13:	Einzelhandelsmietspiegel (Plötz)	49
Abb. 14:	Filialisierungsgrad im Einzelhandel	50
Abb. 15:	Sortimente im Einzelhandel.....	51
Abb. 16:	Kausalkette Einzelhandelsansiedelung	53
Abb. 17:	Kausalkette Städtebau	55
Abb. 18:	Kausalkette Nutzungsbeeinflussung	57
Abb. 19:	Summe der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft	59
Abb. 20:	Einzelhandelsrelevante Kaufkraft je Einwohner	60
Abb. 21:	Einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer je Einwohner.....	61
Abb. 22:	Externe Faktoren.....	64
Abb. 23:	Übertragbare Aspekte des Fallbeispiels.....	68

Tabellenverzeichnis

Tab. 1:	Indikatoren zur Einzelhandelsentwicklung.....	16
Tab. 2:	Interviewpartner	18
Tab. 3:	Relevante Instrumente für das Ziel der Stärkung des Einzelhandels (1).....	33
Tab. 4:	Relevante Instrumente für das Ziel der Stärkung des Einzelhandels (2).....	34
Tab. 5:	Relevante Akteure für das Ziel der Stärkung des Einzelhandels	37
Tab. 6:	Relevante Akteure für die Instrumente zur Stärkung des Einzelhandels.....	44

Abkürzungsverzeichnis

AO	Arbeitsort
Arbeitskreis der ARL	Arbeitskreis „Wirkungsanalysen und Erfolgskontrolle in der Raumordnung“ der Akademie für Raumforschung und Landesplanung
ARL	Akademie für Raumforschung und Landesplanung
B	Bundesstraße
BA	Statistik der Bundesagentur für Arbeit
BauGB	Baugesetzbuch
BBE	BBE Handelsberatung GmbH
BBSR	Bundesinstitut für Bau-, Stadt- und Raumforschung im Bundesamt für Bauwesen und Raumordnung
BMI	Bundesministerium des Innern
BMUB	Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz, Bau und Reaktorsicherheit
BMVBS	Bundesministerium für Verkehr, Bau und Stadtentwicklung
Brockhoff	Brockhoff & Partner Immobilien GmbH
BVA	Bundesverwaltungsamt
City Ring	City Ring Lünen e. V.
Destatis	Statistisches Bundesamt
EAG	Europarechtsanpassungsgesetz
EU	Europäische Union
ExWoSt	Experimenteller Wohnungs- und Städtebau
GfK	GfK GeoMarketing GmbH
GG	Grundgesetz
HDE	Handelsverband Deutschland - HDE e. V.
IHK	Industrie- und Handelskammer
imb	Institut für Medien und Bildungstechnologie – Mediendidaktik an der Philosophisch-Sozialwissenschaftlichen Fakultät der Universität Augsburg
IS24	Immobilien Scout GmbH

IT.NRW	Landesbetrieb für Information und Technik Nordrhein-Westfalen - Geschäftsbereich Statistik -
MB-Research	Michael Bauer Research GmbH
MBV NRW	Ministerium für Bauen und Verkehr des Landes Nordrhein-Westfalen
MBWSV NRW	Ministerium für Bauen, Wohnen, Stadtentwicklung und Verkehr des Landes Nordrhein-Westfalen
MIV	Motorisierter Individualverkehr
MWME NRW	Ministerium für Wirtschaft, Mittelstand und Energie des Landes Nordrhein-Westfalen
NRW	Nordrhein-Westfalen
OSM	OpenStreetMap-Mitwirkende
steg NRW	Stadterneuerungs- und Stadtentwicklungsgesellschaft NRW mbH
SvB	Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte
WBG	Wohnungsbaugenossenschaft Lünen eG
WZ	Wirtschaftszweig

1 Einleitung

Seit ihrer Institutionalisierung befasst sich die Raumplanung mit der Anpassung urbaner Strukturen an veränderte Bedingungen. Der Stadtumbau in der Bundesrepublik Deutschland ist seit Anfang der 2000er Jahre eine Ausprägung dieses Verständnisses. Da er nunmehr fester Bestandteil des planerischen Instrumentariums auf kommunaler Ebene ist, lässt sich aus einer Analyse seiner Effektivität ein Erkenntnisgewinn für die Weiterentwicklung ebendieses Instrumentariums ziehen. In der vorliegenden Untersuchung soll dies anhand einer Fallstudie, dem Stadtumbau in der Innenstadt von Lünen, erfolgen. Ziel ist eine Wirkungsanalyse des konkreten Beispiels, um den Erfolg im Umgang mit der Problemstellung, in diesem Fall den Funktionsverlust des Stadtzentrums als Einzelhandelsstandort aufgrund negativer räumlicher Bedingungen, zu messen.

Die für die Untersuchung erarbeitete Theorie (s. Kap. 2) umfasst eine Einführung in den Stadtumbau und den innerstädtischen Einzelhandel als inhaltlichen Kontext der Untersuchung, Prinzipien von Evaluationen und Fallstudien für den Aufbau der Untersuchung und schließlich eine Erläuterung der im Rahmen der Untersuchung angewendeten qualitativen und quantitativen Methoden zur Erhebung und Analyse von Informationen. In der Darstellung der Analyse (s. Kap. 3) folgen auf eine Vorstellung des Fallbeispiels und eine Eingrenzung des Untersuchungsumfangs die einzelnen Schritte der Analyse. Die Ergebnisse werden schließlich zusammengefasst und die Erkenntnisse sowohl in Bezug zum Fallbeispiel als auch darüber hinaus erläutert (s. Kap. 4). Abschließend lässt sich die Untersuchung noch einmal resümieren (s. Kap. 5).

2 Theorie

Die für die Untersuchung relevante Theorie gliedert sich in vier Bereiche. Den thematischen Kontext bildet der Stadtumbau (s. Kap. 2.1). Da in dessen Rahmen die Stärkung innerstädtischer Bereiche ein Ziel darstellt, diese eng mit dem Einzelhandel verknüpft sind und sich die Untersuchung auf diesen Sektor konzentriert, wird auch der Einzelhandel in einem Überblick behandelt (s. Kap. 2.2). Ausgehend davon, dass auf dem Feld des Stadtumbaus ein Mangel an Evaluierung besteht, wird auf diese im dritten Teil eingegangen (s. Kap. 2.3). Der vierte Teil umfasst den dazu passenden Aufbau der Untersuchung als Fallstudie (s. Kap. 2.4). Im letzten Abschnitt werden die dazugehörigen Methoden erläutert (s. Kap. 2.5).

2.1 Stadtumbau

Der Stadtumbau hat sich als eigenes Handlungsfeld der Raumplanung etabliert (s. Kap. 2.1.1). Dies fand auch seinen Niederschlag in der Normierung im besonderen Städtebaurecht (s. Kap. 2.1.2). Praktiziert wird der Stadtumbau in der Regel im Rahmen der Städtebauförderung (s. Kap. 2.1.3).

2.1.1 Raumplanerischer Kontext

Nach Bodenschatz und Kegler lässt sich Stadtumbau als die „gestalterische, soziale, kommunal- und finanzpolitische sowie infrastrukturelle Anpassung der bestehenden Städte an sich rapide wandelnde Verhältnisse“ (2005: 1092) definieren. Demzufolge handelt es sich dabei um eine Querschnittsaufgabe für die räumliche Planung im Bestand. Der Handlungsbedarf resultiert aus verschiedenen Entwicklungslinien, darunter Suburbanisierung, die globale Konkurrenz der Stadtregionen, der demografische Wandel, der wirtschaftliche Strukturwandel, neue Kommunikations- und Distributionstechnologien und die Privatisierung hoheitlicher Aufgaben, darunter auch der Städtebau (ebd.). Mit der aufgrund des demografischen und des wirtschaftlichen Strukturwandels erfolgten stärkeren Schrumpfungorientierung lässt sich der Stadtumbau als neue Dimension neben Stadterweiterung und Stadterneuerung klassifizieren (Friesecke 2008: 2). Damit ordnet er sich, ausgelöst durch den einschneidenden Wandel von der Industrie- zur Dienstleistungsgesellschaft, als „dritte Phase des Umgangs mit der überkommenen Stadt in Europa“ (Bodenschatz und Kegler 2005: 1092) ein. Als erste Phase lässt sich demzufolge die der Flächensanierung definieren, die zweite Phase ist gekennzeichnet durch die erhaltende Stadterneuerung und die dritte Phase durch eben den Stadtumbau, mit dem wieder attraktive Stadtstrukturen geschaffen werden sollen. Dies erfolgt nun auch unter Nachhaltigkeitsgesichtspunkten, also umfassender als zuvor.

Räumliche Aufgabenschwerpunkte, die sich aus dem Fokus des Stadtumbaus ergeben, sind periphere Großwohnsiedlungen, Innenstädte, sowie Konversionsflächen. In peripheren Großsiedlungen werden vor allem Rück- und Umbau vorgenommen, wohingegen bei Innenstädten und Konversionsflächen Neu- beziehungsweise Wiedernutzung das Ziel bilden. Die Innenstädte sind von übergeordneter Bedeutung aufgrund ihrer repräsentativen Funktion für den Standortwettbewerb und Fremdenverkehr (ebd.: 1094f.). Der Umsetzungsschwerpunkt liegt beim Stadtumbau nichtsdestotrotz auf dem Rückbau nicht mehr benötigter Bausubstanz ohne Nachnutzung als Siedlungsfläche (Schmidt-Eichstaedt 2003: 695), was auf den demografischen Wandel, also die Schrumpfung der Bevölkerungszahl, als Determinante zurückzuführen ist. Somit folgt die Planung hier sozialen Umstrukturierungen, indem

sie mit dem Stadtumbau die „Möglichkeit einer weiterreichenden Transformation der Stadt unter den Bedingungen des Abschieds von der Industriegesellschaft“ (Bodenschatz und Kegler 2005: 1092) eröffnet.

Da durch die Fokussierung auf den Bestand in erheblichem Ausmaß Eigentumsrechte berührt werden und generell die hoheitliche Steuerungsfähigkeit abgenommen hat, ist die Kooperation mit Privaten als weiteres Kennzeichen des Stadtumbaus zu nennen. Stadtumbaumaßnahmen lassen sich in der Regel nur im Falle ihrer Mitwirkungsbereitschaft durchführen. Der Kommune als Trägerin der Planungshoheit kommt dadurch vor allem die Aufgabe zu, moderierend und koordinativ zu agieren (Frießecke 2010: 233). Im Sinne von *responsive regulation* werden unter den zur Verfügung stehenden Strategien, also Kommunikation, Vereinbarung, Investition, Rechtsmittel und hoheitlicher Eingriff, insbesondere die ersten drei angewendet (Ayres und Braithwaite 1992: 39ff.). Dies entspricht einem Schwerpunkt auf der Aktionsform des kooperativen Handelns, die als dominantes Planungsverständnis seit etwa 1980 von Selle (1995: 240) definiert wird. Um Interessen miteinander zu vereinbaren und privates Engagement zu initiieren, finden Akteursstrukturen gegenüber vorherigen Phasen der räumlichen Planung eine stärkere Berücksichtigung (Goldschmidt und Taubenek 2010: 25).

Insgesamt stellen demografischer und wirtschaftlicher Strukturwandel als Problemstellung, von den Auswirkungen der Schrumpfung betroffene Gebiete als Handlungsräume und Kooperation mit privaten Akteuren als Strategie die Spezifika des Stadtumbaus dar. Wie der raumplanerische Kontext des Stadtumbaus in der Normierung reflektiert wird, soll im Folgenden erörtert werden.

2.1.2 Besonderes Städtebaurecht

Die rechtliche Regelung des Stadtumbaus fällt als 3. Teil ins 2. Kapitel Besonderes Städtebaurecht des Baugesetzbuches (BauGB). Sie ist festgeschrieben in §§ 171a - 171d. Eingang ins Planungsrecht fand die Thematik mit dem Europarechtsanpassungsgesetz (EAG) Bau im Jahr 2004 (Krautzberger in: Ernst; Zinkahn; Bielenberg; Krautzberger, Baugesetzbuch, Vorbemerkung zu den §§ 171a bis 171d, Rn 1).

In § 171a BauGB werden der Anwendungsbereich von Stadtumbaumaßnahmen, die Voraussetzungen und die Ziele erläutert. Für die einheitliche und zügige Durchführung muss ein öffentliches Interesse bestehen. Die Einheitlichkeit wird gewährleistet, indem die Einzelmaßnahmen zu einer Gesamtmaßnahme zusammengefasst werden.

Angewendet werden Stadtumbaumaßnahmen „in von erheblichen städtebaulichen Funktionsverlusten betroffenen Gebieten“ (§ 171a Abs. 2 Satz 1 BauGB). Darunter wird vornehmlich ein Überangebot baulicher Anlagen, insbesondere für Wohnzwecke, gefasst. Hinzu kommt die Nichterfüllung von Bedürfnissen von Klimaschutz und -anpassung, die ebenfalls ausschlaggebend für die Einleitung eines Stadtumbaus sein kann.

Auf der Zielebene ist der Stadtumbau dem Allgemeinwohl verpflichtet. Hervorgehoben werden als Ziele die Anpassung der Siedlungsstruktur an die Erfordernisse der Bevölkerungs- und Wirtschaftsentwicklung sowie Klimaschutz und -anpassung, die Verbesserung von Wohn- und Arbeitsverhältnissen und Umwelt, die Aufwertung von Orts- und Stadtzentren, die Umnutzung von nicht mehr bedarfsgerechter Bausubstanz, der Rückbau nicht mehr benötigter Bausubstanz, die Revi-

talisierung von Brachflächen, sowie den Erhalt von Altbaubeständen (§ 171a Abs. 3 Satz 2 BauGB). Die Zielsetzungen zeigen die Fokussierung auf Bestandsstrukturen, die sich mit dem raumplanerischen Verständnis von Stadtumbau (s. Kap. 2.1.1) decken. Von besonderer Bedeutung im Rahmen dieser Untersuchung ist die Zielsetzung der Stärkung innerstädtischer Bereiche, die im untersuchten Fallbeispiel unter anderem verfolgt wurde und deren Erreichung evaluiert werden soll. Ausgelöst durch eine Konzentration im Einzelhandelssektor kommt es häufig zur Verdrängung kleinteiliger inhabergeführter Betriebe und somit Leerstand in den angestammten zentralen Versorgungsbereichen. Verstärkt wird die Entwicklung durch den demografischen und den wirtschaftlichen Strukturwandel, die bewirken, dass weniger Kundschaft und eine verringerte Kaufkraft bestehen. Die Stärkung innerstädtischer Bereiche erfolgt im Rahmen der integrierten Vorgehensweise des Stadtumbaus. Sie soll also sowohl bauliche als auch funktionale Maßnahmen umfassen und dabei die Ursachen der Zentralitätsverluste berücksichtigen (Goldschmidt und Taubenek 2010: 23f.).

Die Festsetzung des Stadtumbaugebietes und das städtebauliche Entwicklungskonzept als vorbereitendes Instrument regelt § 171b BauGB. Demzufolge wird das Stadtumbaugebiet per Ratsbeschluss der Gemeinde festgelegt. Der räumliche Umfang wird so gewählt, dass die Maßnahmen sich zweckmäßig durchführen lassen. Als Grundlage für die Festlegung eines Stadtumbaugebietes dient ein städtebauliches Entwicklungskonzept mit einer Erläuterung von Zielen und Maßnahmen des Stadtumbaus. Das städtebauliche Entwicklungskonzept unterliegt dem Abwägungsgebot. Die Beteiligung und Mitwirkung der Betroffenen (§ 137 BauGB) und öffentlicher Aufgabenträger (§ 139 BauGB) ist im Stadtumbau ebenfalls, analog zu städtebaulichen Sanierungsmaßnahmen, durchzuführen. Genauso werden der Einsatz von Städtebauförderungsmitteln (§ 164 BauGB) und das Schließen einer Verwaltungsvereinbarung zur Förderung des Stadtumbaus (§ 164b BauGB) ermöglicht.

Mit der Möglichkeit, Stadtumbauverträge zu schließen, wird das veränderte Steuerungsverständnis der Planung, das den raumplanerischen Begriff des Stadtumbaus prägt, aufgegriffen. Wenn erforderlich, sollen diese städtebaulichen Verträge vor allem mit Eigentümern geschlossen werden, um die Durchführung des Stadtumbaus zu fördern. Diese sind insbesondere dafür vorgesehen, Rück- und Umbau, den Verzicht auf Entschädigungen (§§ 39–44 BauGB) sowie Lastenausgleich zwischen Eigentümern zu regeln. (§ 171e BauGB)

Zur Sicherung der Durchführungsmaßnahmen des Stadtumbaus kann als zusätzliche Regelung eine Satzung im gesamten Geltungsbereich des Stadtumbaugebietes oder für einen Teil davon beschlossen werden. Diese bewirkt, dass Vorhaben, die auch unter die Veränderungssperre fallen (§ 14 Abs. 1 BauGB), genehmigungspflichtig sind und einer Zurückstellung von Baugesuchen unterliegen (§ 15 Abs. 1 BauGB). Zweck ist die Sicherstellung der Umsetzung der Stadtumbaumaßnahmen unter Berücksichtigung städtebaulicher und sozialer Belange (§ 171d Abs. 3 BauGB). Die Aufstellung einer solchen Satzung bewirkt eine Auskunftspflicht der Betroffenen (§ 138 BauGB) und unter Umständen einen Übernahmeanspruch bei versagter Genehmigung (§ 173 BauGB). Die Gewährung von Ausnahmen ist möglich (§ 174 BauGB).

Bezüglich der rechtlichen Ausgestaltung des Stadtumbaus lässt sich feststellen, dass insbesondere die städtebaulichen Zielsetzungen im Bestand ebenso wie die kooperative Komponente mittels Verträgen zwischen Kommune und Eigentümern die Kernmerkmale nach dem raumplanerischen Verständnis widerspiegeln. Der explizite Hinweis auf Städtebauförderungsmittel und eine mögliche

Verwaltungsvereinbarung korrespondiert mit der Einrichtung der Städtebauförderungsprogramme Stadtumbau Ost und Stadtumbau West. Insbesondere auf letzteres soll nun näher eingegangen werden, da es für die Untersuchung von besonderer Relevanz ist.

2.1.3 Städtebauförderung

Die Städtebauförderung basiert auf der durch das Grundgesetz (GG) in Art. 104b GG eröffneten und im Besonderen Städtebaurecht (§§ 164a, 164b, 171b Abs. 4, 171e Abs. 6 BauGB) aufgegriffenen Möglichkeit einer Beteiligung von Bund und Ländern an der Finanzierung städtebaulicher Maßnahmen. Dazu werden jährlich in einer Verwaltungsvereinbarung die Förderkonditionen festgelegt. Inhalt ist auch der Stadtumbau, der mit den Städtebauförderungsprogrammen Stadtumbau Ost und Stadtumbau West unter anderem durch das Bundesministerium für Umwelt, Bau Naturschutz und Reaktorsicherheit (BMUB) kofinanziert wird (2015: Art. 1 Abs. 2). Die durch Bund, Länder und Kommunen zu tragenden Anteile an den förderfähigen Kosten betragen im Rahmen der Städtebauförderung in der Regel je ein Drittel (ebd.: Art. 2 Abs. 1). Der kommunale Finanzierungsanteil kann, sofern sich die Kommune in der Haushaltssicherung befindet, auf 20 % abgesenkt werden, sodass sich der Bundes- und der Landesanteil auf jeweils 40 % erhöhen (ebd.: Art. 2 Abs. 4). Zudem ist eine private Beteiligung an der Kofinanzierung unter Absenkung des kommunalen Anteils möglich, sodass noch mindestens 10 % der Kosten von der Kommune getragen werden. Voraussetzung dafür ist das Vorliegen einer besonderen Haushaltslage der Kommune, die ein Ausbleiben der Maßnahme ohne privates Engagement wahrscheinlich macht (ebd.: Art. 2 Abs. 4). Diese Sonderregelungen sind für den Stadtumbau von besonderer Bedeutung. Einerseits wird durch die Berücksichtigung besonderer Haushaltslagen beziehungsweise der Haushaltssicherung dem Umstand Rechnung getragen, dass der demografische und wirtschaftliche Strukturwandel, dem die betroffenen Kommunen üblicherweise ausgesetzt sind, aufgrund der sinkenden Gemeindesteuern auch die fiskalische Leistungsfähigkeit verringert. Andererseits entspricht die Offenheit für private Finanzierungsbeiträge dem kooperativen Planungsverständnis, das den Stadtumbau prägt.

Bereits vor der rechtlichen Festschreibung des Stadtumbaus wurde im Jahr 2002 das Städtebauförderungsprogramm Stadtumbau Ost für die neuen Bundesländer eingerichtet. Der Fokus dabei liegt wegen des hohen Wohnungsleerstandes in den neuen Bundesländern auf dem Rückbau von Beständen. Gleichzeitig soll jedoch auch die Entwicklung in den betroffenen Stadtquartieren stabilisiert werden, was den integrierten Ansatz des Programmes verdeutlicht (Frießecke 2010: 33). Insgesamt wurden laut Bundesinstitut für Bau-, Stadt- und Raumforschung im Bundesamt für Bauwesen und Raumordnung (BBSR) in den Jahren 2002 bis 2013 ca. 2,7 Mrd. € bereitgestellt, davon ca. 1,37 Mrd. € durch den Bund, mit denen Maßnahmen in 480 Kommunen gefördert wurden (2015b: 2).

Ebenfalls im Jahr 2002 wurde das Forschungsfeld Stadtumbau West des Experimentellen Wohnungs- und Städtebaus (ExWoSt) initiiert, aus dem im Jahr 2004 das Städtebauförderungsprogramm Stadtumbau West hervorging. Schwerpunktmäßig werden von wirtschaftlichem Strukturwandel oder demografischen Veränderungen betroffene Kommunen gefördert (Frießecke 2010: 55f.). In den Jahren 2004 bis 2014 erhielten insgesamt 443 Kommunen eine Förderung, die Gesamtsumme betrug ca. 2,25 Mrd. € (BBSR 2015a: 3).

Bis zu 0,5 % der Bundesmittel in der Städtebauförderung sind dafür vorgesehen, Erfolgskontrollen der jeweiligen Programme beziehungsweise der Gesamtmaßnahmen an den einzelnen Standorten durchzuführen (BMUB 2015: Art. 1 Abs. 3). Während das gesamte Städtebauförderungsprogramm Stadtumbau West im Auftrag des damaligen Bundesministeriums für Verkehr, Bau und Stadtentwicklung (BMVBS) bereits evaluiert wurde (2012a: 21), besteht auf Ebene der einzelnen geförderten Gesamtmaßnahmen noch ein erhebliches Defizit (Weith 2007: 16). Daraus ergibt sich der Anlass der Untersuchung, zu überprüfen, welche Wirkungen Stadtumbaumaßnahmen im konkreten Fall erzielen können und welche Schlüsse sich daraus für ihre Fortführung und das Städtebauförderungsprogramm Stadtumbau West ziehen lassen.

In der Untersuchung wird auf ein Fallbeispiel eingegangen, bei dem der innerstädtische Einzelhandel im Fokus der Stadtumbaumaßnahme stand. Daher ist ein Überblick über dessen Entwicklung hilfreich, um die Problemlage und Lösungsansätze nachzuvollziehen.

2.2 Innerstädtischer Einzelhandel

Der Einzelhandel als Hauptfunktion innerstädtischer Bereiche unterliegt einer stetigen Dynamik der Betriebsformen und räumlichen Strukturierung, was sich durch das Sprichwort „Handel ist Wandel“ (Eggert 2011: 19) ausdrücken lässt. Für die Untersuchung relevant sind die dominierenden Merkmale und aktuelle Entwicklungen.

Als typische Betriebsform in Stadtzentren lässt sich der stationäre Ladenhandel definieren, der jedoch gegenwärtig einer Negativentwicklung hinsichtlich wirtschaftlichem Erfolg und Marktanteil unterliegt. In der Folge reduzieren sich „[i]n den Stadtzentren [...] 1-a[-]Lagen auf einen Kernraum“ (Pesch und Christ 2014: 203). Hinzu kommt, dass Kaufhäuser als typische Betriebsform des 20. Jahrhunderts und Attraktivitätsfaktor für Konsumenten in den Innenstädten ebenfalls eine negative Entwicklung erfahren (Eggert 2011: 88f.). Im Gegenzug findet eine Verschiebung zum Online-Einzelhandel statt, dessen Umsatz und Marktanteil wachsen (Eggert 2014: 86). Die inhabergeführten Einzelhandelsbetriebe greifen diese Entwicklung in jüngster Zeit mittels *multichannel retailing* auf, indem sie ihre Waren sowohl stationär, als auch auf dem Versandweg und über das Internet vertreiben (Eggert 2011: 84f.). Einkaufszentren als weitere Betriebsform werden aktuell nicht mehr im Außenbereich, sondern in integrierter Lage in Stadtzentren beziehungsweise Vororten angesiedelt (Eggert 2014: 88). Aus Konsumentensicht wandeln sich die Anforderungen an den Einzelhandel von der Versorgung mit Waren zum Ausdruck des Lebensstils. Daher ist davon auszugehen, dass sich eine stärkere Mischung des Einzelhandels mit anderen Nutzungen wie Arbeit, Freizeit, Kultur vollzieht (Bays 2014: 132).

Insgesamt bilden also der Rückgang des stationären Einzelhandels zugunsten des Online-Einzelhandels mit einem daraus folgenden Bedeutungsrückgang der innerstädtischen Bereiche aus Sicht des Einzelhandels sowie eine Hybridisierung mit anderen Raumnutzungen die Determinanten des Einzelhandels als Kernfunktion innerstädtischer Bereiche. Diese sektoralen Besonderheiten sind im Rahmen der Analyse (s. Kap. 3) zu berücksichtigen. Für die Aufbau der Untersuchung und das Vorgehen gelten dagegen allgemeine Grundsätze, die in den folgenden Teilkapiteln erläutert werden.

2.3 Evaluation

Die Evaluation stellt eine bestimmte Form der Analyse dar. Sie weist einige Charakteristika auf (s. Kap. 2.3.1). Als spezieller Typ der Evaluation wird die Wirkungsanalyse (s. Kap. 2.3.2) im Rahmen der Untersuchung angewendet.

2.3.1 Allgemeine Aspekte

Gemäß des an der Akademie für Raumforschung und Landesplanung (ARL) eingerichteten Arbeitskreises „Wirkungsanalysen und Erfolgskontrolle in der Raumordnung“ (Arbeitskreis der ARL) kann Evaluation „als die Aufgabe bezeichnet werden, Planungen, Programme, Projekte und Maßnahmen zu bewerten“ (Arbeitskreis der ARL 1984: 30).

Sie lässt sich nach verschiedenen Merkmalen typisieren, die im Folgenden dargelegt werden. Daran schließt sich eine Einordnung der durchgeführten Untersuchung in diese Kategorien an.

Bezüglich der Funktion können vier verschiedene Möglichkeiten unterschieden werden:

1. „Gewinnung von Erkenntnissen
2. Ausübung von Kontrolle
3. Auslösung von Entwicklungs- und Lernprozessen
4. Legitimation der durchgeführten Maßnahmen, Projekte oder Programme“ (Meyer und Stockmann 2014: 81f.)

Die Gewinnung von Erkenntnissen ist Grundvoraussetzung dafür, dass eine Evaluation überhaupt als nutzenstiftend angesehen wird. Auch die Kontrollfunktion ist in der Regel erfüllt, weil die Ermittlung der Wirkungen einer Maßnahme grundlegend für ihre Bewertung ist. Entwicklungs- und Lernprozesse können sowohl auf den Erkenntnissen als auch auf der Kontrolle basieren. Diese Funktion ist von zentraler Bedeutung bei formativen Evaluationen, da die Lehren aus den Erkenntnissen dann direkt wieder in die Umsetzung integriert werden können. Die Legitimationsfunktion wird vor allem angewendet, um die Nachhaltigkeit einer Maßnahme nachzuweisen.

Auch hinsichtlich der Analyseperspektive lassen sich Evaluationen unterscheiden. Dabei wird zwischen *ex-ante*, *on-going* und *ex-post* differenziert (Rossi et al. 2004: 336ff.; 360ff.).

Der Nutzen von Evaluationen unterscheidet sich je nach Perspektive. *Preformative* Evaluationen können Erfolgsvoraussetzungen definieren, während sich anhand *formativer* Evaluationen Prozesse optimieren lassen. In *summativen* Evaluationen lässt sich eine Gesamtbilanz der Wirkungen erstellen und somit die Zielerreichung feststellen. Evaluationen aus *on-going*-Perspektive erlauben durch die Analyse der Prozesse nicht nur deren Optimierung, sondern auch eine Korrektur der Ziele. Nicht zuletzt besteht der Nutzen von Evaluationen in der Bearbeitung des Kausalitätsproblems, also der Zuordnung bestimmter Wirkungen zu einzelnen Maßnahmen (Meyer und Stockmann 2014: 84f.).

Für die in Evaluationen vorgenommenen Bewertungen können verschiedene Bezugspunkte gewählt werden (Vedung 2000: 124). Für die Wirkungsanalyse im Rahmen der Untersuchung sind vor allem der historische Vergleich und die Ziele maßgeblich.

Als weiteres Kriterium lässt sich hinsichtlich der Durchführungsperspektive zwischen Selbstevaluationen, internen Evaluationen und externen Evaluationen differenzieren. Bei Selbstevaluationen sind Durchführende und Evaluierende identisch. Sie stehen häufig in Zusammenhang mit der Entwicklungs- und Lernfunktion, die verantwortlichen Stellen sammeln Informationen über den Prozessverlauf, um diesen zu optimieren. Für interne Evaluationen sind andere Stellen derselben Organisation verantwortlich. Externe Evaluationen werden von unabhängiger Stelle durchgeführt. Sie finden für die Erfüllung der Legitimationsfunktion oder auch zur Prüfung der Nachhaltigkeit von Programmen beziehungsweise Maßnahmen Anwendung, um Befangenheit zu vermeiden. Die Erkenntnis- und die Kontrollfunktion dagegen lassen sich unabhängig von der Durchführungsperspektive erfüllen. (Meyer und Stockmann 2014: 88ff.)

Die Untersuchung wird als externe Evaluation aus *ex-post*-Perspektive durchgeführt. Aufgebaut ist sie als Wirkungsanalyse (s. Kap. 2.2.2), das heißt es sollen die Wirkungen der Stadtumbaumaßnahme erfasst und die Zielerreichung überprüft werden. Folglich steht im Mittelpunkt des Interesses die Kontrollfunktion von Evaluationen. Darüber hinaus sollen Erkenntnisse nicht nur hinsichtlich der Wirkungen, sondern möglichst auch für Entwicklungs- und Lernprozesse gewonnen werden. Bezug der Evaluation sind die Ziele und der historische Vergleich. Damit soll die Untersuchung dazu beitragen, dem Bedarf an Informationen über die Effekte planerischen Handelns im Rahmen des Stadtumbaus nachzukommen.

Für die aktuell wachsende Bedeutung von Evaluationen in der Planung können mehrere Gründe angeführt werden. Die mit öffentlichen Maßnahmen verfolgten Ziele werden zugleich vielfältiger und offener bis hin zu Zielkonflikten. Die Evaluation kann somit bereits für die Zielanalyse hilfreich sein. Dadurch, dass anstatt harten weiche Instrumente in den Fokus des Handelns rücken, sind Wirkungen nicht direkt ersichtlich. Daher sollen Evaluationen Aufschluss über sie geben. Bei der Implementation ist ein stetiger Rückgang der Steuerungsfähigkeit staatlicher und kommunaler Politik zugunsten von Investoren und Akteuren feststellbar, wovon folglich auch die Planungshoheit betroffen ist. Die Interpretation verschiebt sich von einem komprehensiven Ansatz zu Entwicklung und Management. Umso bedeutender ist es, mittels Evaluation zu ermitteln, ob ein kooperativer Ansatz wie der Stadtumbau (s. Kap. 2.1) dazu geeignet ist, entscheidend in die Stadtentwicklung einzugreifen. In Verbindung mit dem Verlust hoheitlicher Steuerungsfähigkeit steht die zunehmende Finanzknappheit der öffentlichen Hand, die von den verbliebenen Aktivitäten umso mehr hohe Effizienz verlangt. Hier liegt die Funktion der Evaluation darin, festzustellen, ob diese gegeben ist. Insgesamt lassen sich als Faktoren für die gesteigerte Relevanz von Evaluationen in der Planung die Diversifizierung der Ziele, ein geändertes Planungsverständnis und ein erhöhtes Legitimationsbedürfnis identifizieren. (Sedlacek 2004: 21f.)

Die Evaluation des Stadtumbaus im Speziellen ist mit einigen inhaltlichen Herausforderungen konfrontiert. Dies umfasst die Komplexität der Problemstellung, die Konvergenz physischer und sozialer Problemstellungen, räumliche Spezifika, die variierende Kombination von Zielen und Instrumenten und räumlichen Ebenen und sowie die Eingrenzung der Wirkungen. (Weith 2007: 20)

Methodische Schwierigkeiten bei der Evaluation des Stadtumbaus ergeben sich in der Ermittlung von Kausalitäten, also der Identifizierung der Wirkungen, die auf die Maßnahmen zurückzuführen sind, in

Abgrenzung zu externen Wirkfaktoren, unterschiedliche Zeithorizonte der Wirkungen und die Beteiligung privater in komplexen Akteursstrukturen. Durch die Herausforderungen bezüglich Informationen und Steuerungsmechanismen erscheint bei Evaluationen im Stadtumbau nicht zuletzt die Anwendung sowohl quantitativer als auch qualitativer Forschungsmethoden sinnvoll. (ebd.: 21)

Die inhaltliche und methodische Komplexität der Evaluation des Stadtumbaus lässt sich als Ursache dafür identifizieren, dass bislang nur wenige Stadtumbaumaßnahmen evaluiert wurden, obwohl dies im Städtebauförderungsprogramm vorgesehen ist (s. Kap. 2.1.3). Folglich muss eine Untersuchung den allgemeinen Anforderungen an eine Evaluation genügen, diese gleichzeitig jedoch auf die Spezifika in der Anwendung auf den Stadtumbau einstellen. Hierzu erscheint die Durchführung einer Wirkungsanalyse geeignet. Die Arbeitsschritte mit den jeweiligen Untersuchungsinhalten und zugeordneten Methoden sind im Folgenden dargestellt.

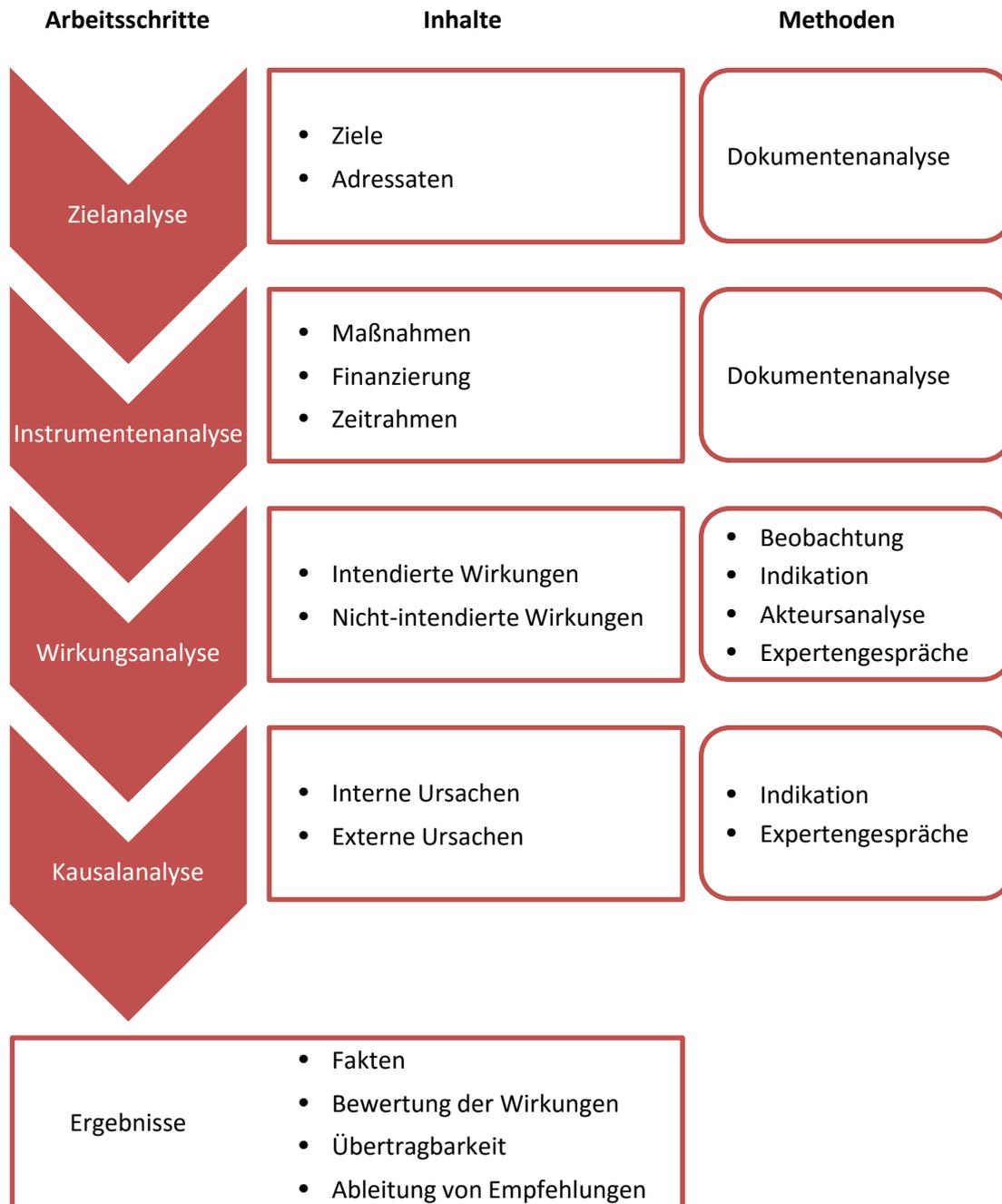
2.3.2 Wirkungsanalyse

Die Wirkungsanalyse lässt sich als spezielle Form der Evaluation definieren, mit der empirisch die Ursachen und der Umfang von Veränderungen erfasst werden sollen. Hinsichtlich der Ursachen von beobachteten Entwicklungen ist die Differenzierung zwischen beeinflussbaren und exogenen Faktoren entscheidend. Um die Wirkungen einer Planung, eines Programmes, einer Gesamtmaßnahme oder einzelner Instrumente zu überprüfen sind folglich zwei Arbeitsschritte notwendig. Einerseits muss eine Vollzugskontrolle vorgenommen, also festgestellt werden, ob überhaupt eine Implementation stattgefunden hat. Dazu werden die eingesetzten Instrumente nach Art, Umfang und Ablauf nachvollzogen und beschrieben. Andererseits ist eine Kontrolle exogener Einflüsse erforderlich, um deren Wirkung auf die Entwicklung zu berücksichtigen. Sie müssen identifiziert und dann in ihrem Einfluss kontrolliert werden, was sich in der Regel als kompliziert darstellt, weil sie nicht vollständig bekannt sind. Auch ist eine Trennung von den beeinflussbaren Faktoren oftmals schwierig. Aus den so gesammelten Informationen kann ein Wirkungsmodell erstellt werden. Dieses umfasst die Anfangs- und die Endsituation mit einem jeweiligen Wirkungsfeld. Dazwischen vollzieht sich der Wirkungsverlauf, der von den Einflussfaktoren bestimmt wird. In Abhängigkeit vom angewendeten Evaluationsmodell variiert die Richtung, in die der Wirkungsverlauf identifiziert wird. Das klassische Modell ordnet ausgehend vom vorgefundenen Endzustand diesen einzelnen Ursachen zu. Jünger dagegen ist der Ansatz, im Sinne einer ex-ante-Evaluation ausgehend von einem bestimmten Faktor Wirkungen abzuschätzen. Die Zurechnung bestimmter Wirkungen zu einzelnen Ursachen ist für die Wirkungskontrolle von entscheidender Bedeutung. Um diese durchzuführen, muss ein Vergleich zwischen der beobachteten Entwicklung und dem Status-quo-Verlauf ohne die zu evaluierende Intervention vorgenommen werden. Ebendiese Referenzbasis ist das gültige Erfolgsmaß für die Wirkungsanalyse. Der Vergleich zwischen Anfangs- und Endsituation dagegen ist nur die Ausgangsbasis für die Evaluation und die Zurückführung einzelner Wirkungen auf die Intervention. (Arbeitskreis der ARL 1984: 35ff.)

In Bezug auf Gesamtmaßnahmen der räumlichen Planung lassen sich Wirkungsanalysen schrittweise durchführen. Erst werden die mit ihnen verbundenen Ziele und Instrumente erfasst. Dann wird die Wirkung anhand der Anfangs- und Endsituation mit der dazwischen stattgefundenen Entwicklung aufgenommen. Schließlich wird ermittelt, welche Beobachtungen sich als Kausalität auf die Gesamtmaßnahme zurückführen lassen. (Kühn 2004: 43ff.)

Die Arbeitsschritte, Inhalte und Methoden dieses Vorgehens für Wirkungsanalysen sind in Abb. 1 dargestellt. Als übergeordneter Aufbau, in den die Wirkungsanalyse eingebettet ist, wird eine Fallstudie erstellt.

Abb. 1: Untersuchungsvorgehen



Quelle: Eigene Darstellung nach Kühn 2004: 44

2.4 Fallstudien

Der Aufbau einer Untersuchung als Fallstudie eignet sich dazu, ein möglichst umfassendes Verständnis komplexer sozialer Phänomene zu erlangen. Die Besonderheit liegt in der Fokussierung auf einen Fall mit dem Ziel einer möglichst detaillierten Einschätzung (Yin 2014: 4). Dies trifft auch auf die durchgeführte Untersuchung zu, in der mit dem Stadtumbau in der Lüner Innenstadt eine konkrete Gesamtmaßnahme untersucht werden soll. Eine Fallstudie lässt sich definieren als empirische Untersuchung eines aktuellen Phänomens innerhalb seines Realkontextes. Eigenschaften einer Fallstudie sind die Verfügbarkeit von mehr Variablen als Daten, die daraus folgende Notwendigkeit der Benutzung verschiedener Quellen, aus denen Erkenntnisse zusammengeführt werden müssen, sowie vorherige theoretische Überlegungen, die die Datensammlung und -analyse strukturieren (ebd.: 16f.). Hinsichtlich möglicher Typen von Untersuchungen können explanative, deskriptive und explorative Studien unterschieden werden (ebd.: 9). Da das Ziel dieser Untersuchung eine Wirkungsanalyse ist, also die Ermittlung von Kausalitäten zwischen Maßnahmen und Effekten, lässt sie sich als explanative Fallstudie einordnen.

Um bei der Durchführung einer Fallstudie wissenschaftlichen Standards zu genügen und die Erkenntnisse abzusichern, sind sie logischen Tests hinsichtlich Konstruktvalidität, interner Validität, externer Validität und Reliabilität zu unterziehen (ebd.: 45f.). Die Konstruktvalidität ergibt sich aus Definition und Operationalisierung des Untersuchungsgegenstandes. Für explanative Fallstudien von besonderer Bedeutung ist die interne Validität, die sich mit der Korrektheit der Schlussfolgerungen bezüglich der Kausalitäten befasst, also ob diese stichhaltig sind, alternative Erklärungen berücksichtigt wurden sowie ob die Beweise eindeutig und verlässlich sind (ebd.: 47f.). Die externe Validität einer Fallstudie betrifft ihre Generalisierbarkeit und hierbei insbesondere die analytische Generalisierung. Diese sagt aus, ob die Ergebnisse der Fallstudie sich einer übergeordneten Theorie zuordnen lassen (ebd.: 48). Reliabilität schließlich bedeutet, dass bei Wiederholung einer Fallstudie gleiche Befunde auftreten und Schlussfolgerungen naheliegen müssen. Fehler und Verzerrungen sollen durch eine präzise und kleinteilige Dokumentation minimiert werden. Als Hilfsmittel dazu können ein Protokoll und eine Datenbank angelegt werden (ebd.: 48f.).

Bei der Datenerhebung für die Fallstudie sind mehrere Prinzipien einzuhalten, die relevant für alle Quellenarten sind und die Konstruktvalidität und Reliabilität stärken. Sie sehen die Benutzung verschiedener Beweisquellen, die Erstellung einer Fallstudienbank, die Führung von Beweisketten und Sorgfalt bei der Benutzung von Daten aus elektronischen Quellen vor (ebd.: 118ff.). Dies wird in der Untersuchung über die Zusammenführung quantitativer und qualitativer Daten aus verschiedenen Quellen und unter Anwendung verschiedener Erhebungsmethoden, die Führung einer Datenbank als Grundlage für die Auswertung, die Einhaltung einer Abfolge von Methodik, Datenerhebung und -auswertung sowie Sorgfalt bei der Quellenauswahl erreicht.

Der Datenanalyse für die Fallstudie sollte eine strukturierende Strategie zugrunde liegen. In der Untersuchung wird die Entwicklung einer Fallbeschreibung angewendet, die einerseits theoretische Grundlagen berücksichtigt und andererseits adaptiv hinsichtlich der verfügbaren Daten ist. Zusätzlich werden in die Erklärung des Falles alternative Erklärungen einbezogen, also im Sinne externer Faktoren (s. Kap. 2.3) andere Einflüsse auf die verzeichnete Entwicklung neben der untersuchten Intervention ermittelt. Diese alternativen Erklärungen können sich sowohl hinsichtlich der Durchführung der Untersuchung als auch hinsichtlich des Fallbeispiels ergeben. (ebd.: 1366ff.)

Für die Datenauswertung in der Fallstudie stehen verschiedene Analysetechniken zur Verfügung. In der Untersuchung wird die Analysetechnik der *time-series analysis* eingesetzt. Damit werden Wirkungen im Rahmen der untersuchten Gesamtmaßnahme sowie äußere Einflüsse berücksichtigt und Ursache-Wirkungs-Beziehungen anhand von qualitativen Einschätzungen und Indikatoren nachvollzogen. (ebd.: 151ff.)

2.5 Methoden

Aus den einzelnen Arbeitsschritten ergeben sich die in der Untersuchung anzuwendenden Methoden. Sie werden einerseits in der Erhebung und andererseits in der Analyse eingesetzt. Zudem werden sowohl qualitative als auch quantitative Methoden genutzt.

2.5.1 Dokumentenanalyse

Die Dokumentenanalyse ist eine qualitative Methode zur Erhebung bereits schriftlich, elektronisch oder materiell vorliegender Informationen und Daten. Diese werden gesammelt und hinsichtlich ihrer Aussagekraft für das Ziel der Untersuchung ausgewertet, wie in einem Handbuch des Bundesministerium des Innern (BMI) und des Bundesverwaltungsamtes (BVA) geschildert wird (2015: 199).

In der Auswertung wird eine interpretative Deutung der Informationen aus den Dokumenten vorgenommen, die sich am Vorverständnis aus Theorie und bereits erlangten empirischen Befunden orientiert. So können laut Institut für Medien und Bildungstechnologie – Mediendidaktik an der Philosophisch-Sozialwissenschaftlichen Fakultät der Universität Augsburg (imb) auch Sachverhalte untersucht werden, die nicht direkt zugänglich sind, zu denen jedoch eine Dokumentation vorliegt (2013b: 2). Dies stellt einen Vorteil der Methode dar, hinzukommt, dass nur geringer Aufwand betrieben werden muss, da die Daten bereits vorliegen. Auch werden die Ergebnisse nicht durch die Erhebung verzerrt, weil sie bereits festgeschrieben sind (Lamnek 2010: 502). Der Nachteil der Dokumentenanalyse als nonreaktive Methode besteht darin, dass den Dokumenten keine weiteren außer den bereits vorliegenden Informationen entnommen werden können. Zudem können die Informationen falsch oder ungenau sein (imb 2013a: 2). Daher empfiehlt sich eine Überprüfung der entnommenen Aussagen anhand anderer Dokumente beziehungsweise die Anwendung der Dokumentenanalyse in Kombination mit anderen Methoden, um die interne Validität der Untersuchung zu gewährleisten.

Die Methode wird insbesondere in der Ziel- und die Instrumentenanalyse angewendet. Für die Zielanalyse wird den Publikationen zum Zeitpunkt der Initiierung der Gesamtmaßnahme, also des Stadtumbaus in der Lüner Innenstadt, entnommen, welche Ziele und Unterziele verfolgt wurden. In der Instrumentenanalyse lassen sich die geplanten Maßnahmen sowie ihre tatsächliche Realisierung anhand von Dokumentationen der Akteure sowie der Medien nachvollziehen. Zusätzlich können für die Wirkungsanalyse mittels Dokumentenanalyse aus statistischen Veröffentlichungen Zeitreihen der Daten und Indikatoren erhoben werden.

2.5.2 Beobachtung

Mit der Beobachtung als empirischer Methode lassen sich systematisch sensuell wahrnehmbare Gegebenheiten erfassen. Sie erfolgt im Rahmen der Untersuchung in Ergänzung zu Informationen aus der Dokumentenanalyse (s. Kap. 2.5.1). Die Aufzeichnung vollzieht sich dabei nicht, wie im Alltag, intuitiv, sondern kontrolliert und muss die allgemeinen Anforderungen an wissenschaftliche Methoden erfüllen. Eine vorherige systematische Planung im Hinblick auf die Leitfragen ist Voraussetzung für eine dem Untersuchungsgegenstand angemessene und effektive Beobachtung. Als Beobachtungstechniken lassen sich offene und verdeckte, teilnehmende und nicht-teilnehmende, strukturierte und unsystematische, Feld- und Labor- sowie Fremd- und Selbstbeobachtungen unterscheiden. (Meier Kruker und Rauh 2005: 84f.)

Die Technik ist abgeleitet aus den Leitfragen und definiert damit die Beobachtungseinheiten und die zu erfassenden Merkmale, die dann operationalisiert werden. Dabei kommt als ein strukturiertes Erhebungsinstrument ein Erfassungsbogen zum Einsatz. Begründet festgelegt werden müssen die Größe der Stichprobe, die Dauer und der Ort der Beobachtung. Mögliche Fehlerquellen sind eine selektive beziehungsweise subjektive Wahrnehmung, zu milde beziehungsweise großzügige Urteile, eine Beeinflussung von ersten Eindrücken sowie Verzerrung durch *halo*-Effekte, also nicht validierte Schlüsse von bekannten auf unbekannte Eigenschaften des Untersuchungsgegenstandes, sowie die zentrale Tendenz. Um ihre Wirkung gering zu halten, sind sie während der Erhebung zu berücksichtigen, bevor die Beobachtungen aufgenommen werden. (ebd.: 85f.)

Die im Rahmen der Untersuchung angewendete Einzelhandelsbesatz- und Leerstandserhebung stellt eine strukturierte, nicht teilnehmende offene Feld- und Fremdbeobachtung mit Aufzeichnung in einem Erfassungsbogen dar (s. Anhang). Dazu wurden im Untersuchungsgebiet sämtliche Ladenlokale für den Einzelhandel erfasst. Bestehende Einzelhandelsbetriebe wurden anhand ihres Sortimentes Kategorien zugeordnet, die durch die Indikation der Sortimente im Einzelhandel vorgegeben waren. Zudem wurde erfasst, ob es sich um eine Filiale oder einen Einzelbetrieb handelte. War in einem Ladenlokal kein Einzelhandelsbetrieb ansässig, wurde dieses als Leerstand verzeichnet. Die so ermittelten Anteile der Sortimente im Einzelhandel und der Leerstand im Einzelhandel werden im Schritt der Wirkungsanalyse analysiert.

2.5.3 Indikation

Indikation ist eine quantitative Methode zur Beschreibung von Sachverhalten. Sie dient „zum Nachweis einer Größe, die nicht oder nur mit unverhältnismäßig hohem Aufwand direkt gemessen werden kann“ (Scholles 2008: 318). Mit ihr soll eine abstrakte Größe konkret beschrieben werden können, um Aussagen über sie zu treffen. Unterschieden werden dabei Bündel von Einzelkomponenten und Indizes, also die getrennte Darstellung einzelner Indikatoren gegenüber der Zusammenfassung zu einem Wert (ebd.: 319). Des Weiteren wird zwischen deskriptiven und normativen Indikatoren differenziert. Deskriptive Indikatoren enthalten laut Statistischem Bundesamt (Destatis) wertfreie Aussagen, wohingegen normative Indikatoren einen direkten Zielbezug aufweisen (1999: 3). Die Auswahl von Indikatoren erfolgt so, dass der Untersuchungsgegenstand möglichst prägnant erfasst wird. Gleichzeitig dienen sie der Vereinfachung komplexer Sachverhalte, indem diese durch Zahlen ausgedrückt werden. Indikatoren können unterschiedliche Beziehungen messen, für die Wirkungsanalyse im Rahmen der Untersuchung sind vor allem Auslöserindikatoren und Wirkungsindikatoren relevant. Erstere sind definiert als „soziale, demografische und wirtschaftliche Entwicklungen“ (Scholles 2008: 320), die Effekte nach sich ziehen. Letztere werden zur Entwicklung, Auswahl und Kontrolle von Maßnahmen herangezogen. Neben der Erfüllung der allgemeinen Anforderungen an wissenschaftliche Methoden ist bei der Auswahl von Indikatoren zu beachten, dass diese nur Indizien für den eigentlichen Untersuchungsgegenstand darstellen und die Auswahl die Gefahr einer selektiven Sichtweise birgt. Insbesondere Wirkungsindikatoren müssen praktikabel operationalisierbar sein (ebd.). Sie werden in Kombination mit den Experteninterviews (s. Kap. 2.5.5) als qualitativer Methode verwendet, um die durch sie beschriebene Entwicklung zu erklären.

Die Indikatoren wurden überwiegend mittels Dokumentenanalyse (s. Kap. 2.5.1) ermittelt. Punktuell wurden Ergänzungen aus Beobachtung (s. Kap. 2.5.2) und Angaben aus den Experteninterviews (s. Kap. 2.5.5) vorgenommen.

Als Indikator für die wirtschaftliche Aktivität wird die Anzahl der Betriebe nach Definition der Statistik der Bundesagentur für Arbeit (BA) verwendet (BA 2016: 6). Um Angaben zum Einzelhandel zu erhalten, wird in der Beschäftigungsstatistik der entsprechende Wirtschaftszweig (WZ) „47 Einzelhandel (ohne Handel mit Kraftfahrzeugen)“ (Destatis 2008: 389) betrachtet.

In Verbindung mit der Anzahl der Betriebe wird auch die Anzahl der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten (SvB) am Arbeitsort (AO) aufgrund ihrer Aussagekraft hinsichtlich des Einzelhandels ausgewertet (BA 2016: 10). Die Brancheneingrenzung erfolgt analog (s. o.).

Der Einzelhandelsumsatz stellt der Industrie- und Handelskammer (IHK) zu Köln zufolge die Summe der Umsätze der Einzelhandelsbetriebe in einem Gebiet dar. Er gibt damit Auskunft über den finanziellen Zustand. (2015: 1)

Die Verkaufsfläche stellt laut Ministerium für Bauen und Verkehr (MBV) des Landes Nordrhein-Westfalen (NRW) und Ministerium für Wirtschaft, Mittelstand und Energie des Landes Nordrhein-Westfalen (MWME NRW) die Summe der für Kunden zugänglichen und dem Verkauf dienenden Flächen dar. Sie gibt die Einzelhandelsversorgung an einem Standort an. (MBV NRW und MWME NRW 2008: 10f.)

2.5.3 Indikation

Aus dem Einzelhandelsmietspiegel lässt sich die Attraktivität eines Standortes für den Einzelhandel ableiten. Angegeben werden die erwarteten Mietpreise für Ladenlokale, die sich in den Angebotsmieten ausdrücken. (Niederrheinische IHK Duisburg-Wesel-Kleve zu Duisburg 2015: 4)

Der Leerstand ist laut Handelsverband Deutschland - HDE e. V. (HDE) ein Indikator für Probleme eines Standortes. Freie Ladenlokale in potenziellen Einzelhandelslagen werden dann betrieblich nicht genutzt, weil dies nicht wirtschaftlich erscheint. (Reink 2014: 3)

Die Passantenfrequenz bildet ebenfalls einen Indikator. Über sie lassen sich Rückschlüsse auf potenziellen Umsatz ziehen, da für die Einzelhandelsbetriebe „die Kundenzahlen nicht unwesentlich mit der Frequenz vor dem eigenen Schaufenster verknüpft“ (IHK zu Düsseldorf 2012: 2) sind.

Mit dem Filialisierungsgrad wird laut Immobilien Scout GmbH (IS24) der Anteil der Filialisten an den Einzelhandelsbetrieben in einem Gebiet wiedergegeben. Filialisten sind Einzelhändler mit mehr als drei Standorten (2015: 2ff.). Der Filialisierungsgrad ist mit Bezug auf die durch Standortanalysen fundierten Ansiedelungsentscheidungen der Filialisten ein Indikator für die Wettbewerbsfähigkeit und das Umsatzpotenzial an einem Standort (ebd.: 11f.).

Die Sortimente im Einzelhandel geben die Verteilung des Einzelhandelsangebotes auf einzelne Teilbereiche an. Von der Zusammensetzung des Sortimentes werden die Attraktivität für Konsumenten und damit Passantenfrequenz und Umsatzpotenzial maßgeblich beeinflusst (Stadt Dortmund 2013: 466).

Neben den genannten Indikatoren zur Beschreibung der Einzelhandelsentwicklung in der Wirkungsanalyse werden auch Auslöserindikatoren als externe Faktoren in der Kausalanalyse berücksichtigt.

Die Summe der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft gibt den Betrag der Bevölkerung in einem Gebiet an, „der für Ausgaben im Einzelhandel (inklusive Internet- und Versandhandel) verwendet wird“ (IHK zu Köln 2015: 1). Anhand dessen lassen sich Entwicklungen im Einzelhandel am selben Standort erklären.

Mit der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft je Einwohner wird ein Durchschnittsbetrag pro Kopf angegeben, der für Einzelhandelsausgaben im Jahr zur Verfügung steht. Dieser bezieht sich auf die Bevölkerungszahl im betrachteten Gebiet. (Stadt Greven 2016: 4)

Als Indexwert für ein bestimmtes Gebiet innerhalb eines Gesamttraumes dient die einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer. Damit lässt sich ein Vergleich herstellen, um festzustellen, wie hoch die einzelhandelsrelevante Kaufkraft und damit die Attraktivität für den Einzelhandel gegenüber anderen Standorten sind. (IHK Karlsruhe 2015: 2)

Die Einzelhandelszentralität wird laut Michael Bauer Research GmbH (MB-Research) durch den Quotient der Indizes von Einzelhandelsumsatz und einzelhandelsrelevanter Kaufkraft ausgedrückt. Sie beschreibt somit das Verhältnis von tatsächlichem Umsatz zum Potenzial an einem Standort und damit seine Bedeutung für den Einzelhandel. (2015e: 3)

Eine Übersicht der verwendeten Indikatoren stellt Tab. 1 dar. Diese gibt auch die Maßeinheit an, in der die Daten jeweils vorliegen.

Tab. 1: Indikatoren zur Einzelhandelsentwicklung

Indikatortyp	Indikator	Maßeinheit
Wirkungsindikator	Einzelhandelsbetriebe	Anzahl
	Beschäftigte im Einzelhandel	Anzahl
	Einzelhandelsumsatz	€
	Verkaufsfläche im Einzelhandel	m ²
	Einzelhandelsmietspiegel	€/m ² /Monat
	Leerstand im Einzelhandel	Anzahl
	Passantenfrequenz am Einzelhandelsstandort	Anzahl/h
	Filialisierungsgrad im Einzelhandel	%
	Sortimente im Einzelhandel	%
Auslöserindikator	Summe der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft	€
	Einzelhandelsrelevante Kaufkraft je Einwohner	€
	Einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer je Einwohner	Index
	Einzelhandelszentralität	Index

Quelle: Eigene Darstellung

2.5.4 Akteursanalyse

Die Akteursanalyse ist eine qualitative Methode. Sie dient der Definition der Aspekte eines Phänomens, die von einer Maßnahme betroffen sind, der Identifizierung der davon betroffenen Individuen, Gruppen und Organisationen sowie ihrer Priorisierung zur Einbindung in die Maßnahme (Reed et al. 2009: 1933). Akteure werden dabei definiert als „any group or individual who can affect or is affected by the achievement of an organization’s purpose“ (Freeman 2010: 53). Grundsätzlich wird mittels einer Akteursanalyse die Akteursstruktur zum Analysezeitpunkt ermittelt. Ziele der Methode sind die Reduktion der Komplexität sozialer Prozesse, die Einbeziehung und Reflexion der Perspektiven relevanter Akteure und letztlich die analytische beziehungsweise umsetzungsorientierte Anwendung der gewonnenen Erkenntnisse (Görgen und Klien 2009: 88). Bezogen auf die Untersuchung bedeutet dies, dass die für die Einzelhandelsentwicklung und die Stärkung des Einzelhandels in der Lüner Innenstadt relevanten Akteure identifiziert und ihre jeweilige Bedeutung für die Gesamtmaßnahme sowie die Beziehungen zwischen ihnen ermittelt werden. Auf dieser Grundlage lässt sich für die Wirkungsanalyse feststellen, wie die Akteure durch die einzelnen Instrumente berücksichtigt wurden. Je stärker dies erfolgt ist, desto eher kann in der Kausalanalyse ein Zusammenhang zwischen den Instrumenten und den Wirkungen angenommen werden. Zudem dienen die Ergebnisse der Auswahl der Befragten für die Methode des Experteninterviews (s. Kap. 2.5.5). Somit soll die Akteursanalyse die interne Validität der Fallstudie stärken.

Die relevanten Akteure und ihre Anliegen werden im ersten Schritt identifiziert. Dies sollte möglichst umfassend erfolgen, jedoch sollten auch begründete Grenzen der Berücksichtigung definiert werden, um ein ausgewogenes Verhältnis von Aufwand und Nutzen zu gewährleisten. Erfolgt der Schritt ohne die Beteiligung der Akteure, besteht die Gefahr, nur die eigenen Interessen und subjektiven Sicht-

weisen zu berücksichtigen, weshalb dann noch sorgfältiger vorgegangen werden muss und mögliche marginalisierte Akteure insbesondere zu berücksichtigen sind. Im zweiten Schritt werden die Akteure einerseits nach ihrem Interesse an der Maßnahme sowie ihrer Einstellung dazu und andererseits nach ihrem Einfluss darauf kategorisiert (Reed et al. 2009: 1938f.). Daraus ergeben sich Konsequenzen für die Maßnahme und die einzubindenden Akteure zur Durchführung der Maßnahme (Görgen und Klien 2009: 88). Der dritte Schritt besteht in der Untersuchung der Akteursbeziehungen nach Existenz, Art und Intensität (Reed et al. 2009: 1939f.). Die Ergebnisse lassen sich in Form von Diagrammen grafisch darstellen.

Die methodische Schwierigkeit besteht in der angemessenen Berücksichtigung der einzelnen Akteure mit ihren Perspektiven und Beziehungen (Görgen und Klien 2009: 90f.). Um Verzerrungen durch die eigene Perspektive zu vermeiden, sollte möglichst die Wahrnehmung der Akteure selbst einbezogen werden (Reed et al. 2009: 1937f.).

2.5.5 Experteninterview

Experteninterviews sind eine qualitative Methode der empirischen Sozialforschung. Sie werden definiert als Erhebung, „in denen die Befragten als Spezialisten für bestimmte Konstellationen befragt werden [...] oder [...] in denen es um die Erfassung von Deutungen, Sichtweisen und Einstellungen der Befragten selbst geht“ (Hopf 1996: 15). Die Anwendung in Evaluationen ist zweckmäßig, wenn die Datenerhebung aus anderen Quellen weniger ergiebig oder mühseliger ist beziehungsweise die Informationen ansonsten nicht erschließbar wären, wenn Perspektiven verschiedener Akteure zu vergleichen sind, oder wenn die Akteure ihr Handeln reflektieren sollen (Wroblewski und Leitner 2009: 259). Insbesondere zur Berücksichtigung der verschiedenen Akteure werden Interviews mit Beteiligten im Leitfaden zur Evaluation der Städtebauförderung ausdrücklich zur Durchführung von Fallstudien vorgesehen (BMVBS 2012b: 31).

In der Regel werden Experteninterviews als Leitfadeninterviews, also nichtstandardisiert und mit einer zu beantwortenden Liste an Fragen durchgeführt (Gläser und Laudel 2010: 39ff.). Diese ergeben sich aus der Operationalisierung des Untersuchungsgegenstandes mittels Leitfragen, aus denen empirische Fragen entwickelt werden, die passend zum Kontext des Interviewten gestellt werden. Damit wird auf einzelne Aspekte des Untersuchungsgegenstandes genauer eingegangen und die Analyseeinheit insgesamt möglichst umfassend untersucht (ebd.: 90ff.). Aus den Experteninterviews ergeben sich einerseits Informationen und andererseits qualitative Einschätzungen der Befragten, die in die Wirkungsanalyse, die Kausalanalyse und das Fazit einbezogen werden. In der Wirkungsanalyse können einerseits mittels Indikation (s. Kap. 2.5.3) nicht ermittelbare Entwicklungen erfasst werden. Andererseits lassen sich die durch die Indikatoren beschriebene Effekte mit den Einschätzungen der Interviewpartner abgleichen. Für die Kausalanalyse ergeben sich fundierte Einschätzungen zur Zuordnung der Entwicklung zu Stadtumbaumaßnahmen beziehungsweise anderen Einflussfaktoren.

Bei der Durchführung von Experteninterviews können verschiedene Schwierigkeiten auftreten. Im Fall des Eisbergeffektes liegt ein deutliches Misstrauen beziehungsweise Desinteresse des Interviewpartners vor, sodass der Informationsgewinn unbefriedigend ausfällt. Der *Paternalismuseffekt* beschreibt ein dominantes Auftreten des Interviewpartners mit Machtgefälle zum Interviewer. Wenn

der Interviewte die Rolle des Interviewers einnimmt, besteht ein Rückkoppelungseffekt. Wird das Interview vom Interviewten genutzt, um ausschließlich sein Eigeninteresse zu vertreten, handelt es sich um einen *Katharsiseffekt*. (Wroblewski und Leitner 2009: 269ff.).

Durch fundierte inhaltliche Vorbereitung, ausreichende Informationen für den Interviewten über das Ziel der Untersuchung sowie eine zielgerichtete Gesprächsführung kann den Problemen begegnet werden. Jedoch besteht dadurch, dass die Interviewpartner in der Regel in den Untersuchungsgegenstand involviert sind, nach wie vor die *stakeholder*-Problematik. Sie besagt, dass die getroffenen Aussagen nicht als unabhängig zu bewerten sind, sondern es immer zu Verzerrungseffekten durch die Interessen der Akteure kommen kann. Daher sollten zur Validierung der Erkenntnisse Interviews mit verschiedenen Akteuren gegenübergestellt und die Ergebnisse in der Analyse verwendet werden. Folglich sind Einschätzungen zu den relevanten Akteuren und ihren Perspektiven, wie sie mittels einer Akteursanalyse (s. Kap. 2.5.4) zu erreichen sind, besonders bedeutsam. Um dies zu berücksichtigen, werden im Rahmen der Untersuchung Experteninterviews mit Akteuren verwendet, die am Stadtumbau in der Lünen Innenstadt beteiligt waren (s. Tab. 2).

Tab. 2: Interviewpartner

Name	Vorname	Titel	Institution	Position	Akteur
Linn	Astrid	Dipl.-Ing.	Fachreferat Stadtentwicklung/ Stadtmarketing im Büro des Bürgermeisters der Stadt Lünen	Leiterin	Stadtplanung
Cüppers	Jens	Dipl.-Ing.	Stadtumbaubüro Innenstadt Lünen	Ehem. Leiter	Stadtumbau- management
			steg Stadterneuerungs- und Stadtentwicklungsgesellschaft NRW mbH (steg NRW)	Geschäfts- führende Gesellschafter	
Lewald	Horst		City Ring Lünen e. V. (City Ring)	Ehem. Vorsitzender	Einzelhandels- verband
			Saturn Electro- Handelsgesellschaft mbH Lünen	Geschäfts- führende Gesellschafter	

Quelle: Eigene Darstellung

Die Experteninterviews werden aufgezeichnet und dann, ohne verbalsprachliche Eigenarten, transkribiert. Eine Ausnahme bildet das Experteninterview mit der Stadtplanung, das auf Wunsch nicht wörtlich, sondern sinngemäß transkribiert wird. Die Protokolle werden den Experten vor der Verwendung vorgelegt und ihr Einverständnis eingeholt, wodurch persönliche Rechte geschützt werden. Anschließend werden die Informationen für die Analyse so aufbereitet, dass sie präzise, relevant und eindeutig sind. Schließlich werden sie ausgewertet und dabei im Kontext von Angaben

aus anderen Quellen, sowohl Transkripte anderer Experteninterviews als auch Dokumente, interpretiert. (Gläser und Laudel 2010: 199ff.)

Bei der Auswertung der Experteninterviews sind die Anforderungen an wissenschaftliche Methoden einzuhalten. Alle gewonnenen Informationen müssen gleichberechtigt berücksichtigt werden, unabhängig davon, welche Erklärungen sie stützen. Die Auswertung muss auf Annahmen aus der Theorie basieren, gleichzeitig jedoch offen für neue Aspekte sein. Schließlich muss die intersubjektive Nachvollziehbarkeit der Interpretation gewährleistet werden, also kenntlich gemacht werden, auf welche Stelle im Ausgangsmaterial eine Aussage sich bezieht. (ebd.: 204ff.)

Um Erkenntnisse insbesondere hinsichtlich der Wirkungsanalyse und der Kausalanalyse zu gewinnen, bilden Fragen zu den Wirkungen der Instrumente, zur Akteursstruktur, zum Zusammenhang zwischen Instrumenten und Wirkungen, zur Zielerreichung, sowie zu induzierten Investitionen den Kern des Leitfadens (s. Anhang). Diese werden in den entsprechenden Analyseschritten zusammen mit den Ergebnissen der Indikation ausgewertet. Eine Frage zur Initiierung des Stadtumbaus in der Lüner Innenstadt dient der Einleitung des Interviews. Zusätzlich werden mit einer Frage zu den angewendeten Instrumenten die Ergebnisse der Methode der Dokumentenanalyse überprüft und Ergänzungen aufgenommen. Zusätzlich fließen die Aussagen der Experten auf die Fragen zum weiteren Handlungsbedarf und zur Übertragbarkeit des Fallbeispiels in die Ergebnisse der Untersuchung ein. Über den inhaltlichen Teil des Leitfadens hinaus wurde im Experteninterview mit der Stadtplanung eine methodische Frage zur Durchführung der Leerstandserhebung der Stadt Lünen gestellt. (s. Anhang)

3 Wirkungsanalyse des Stadtumbaus in der Lüner Innenstadt

Dem dargestellten Untersuchungsablauf folgend (s. Kap. 2.3.2), besteht die Wirkungsanalyse aus mehreren einzelnen Arbeitsschritten. An eine Einführung in das Fallbeispiel (s. Kap. 3.1) schließt sich eine Eingrenzung des Untersuchungsrahmens an (s. Kap. 3.2). Daraufhin wird die Zielanalyse für das Fallbeispiel vorgenommen (s. Kap. 3.3). In der Instrumentenanalyse werden die im Rahmen des Fallbeispiels angewendeten Instrumente erläutert (s. Kap. 3.4). Die Wirkungsanalyse umfasst eine Darstellung der konkreten Entwicklung (s. Kap. 3.5). In der Kausalanalyse schließlich wird auf die Zusammenhänge zwischen Instrumenten und Wirkungen eingegangen (s. Kap. 3.6).

3.1 Hintergrund

Das Fallbeispiel der Stadt Lünen stellt einen typischen Standort im Rahmen des Städtebauförderungsprogramms Stadtumbau West dar (s. Kap. 3.1.1). Folglich wurde dort der Stadtumbau im Hinblick auf die spezifische Problemstellung angewendet (s. Kap. 3.1.2).

3.1.1 Portrait des Standortes

Lünen ist ein Mittelzentrum mit einer Bevölkerungszahl von 84.783 laut Landesbetrieb für Information und Technik Nordrhein-Westfalen - Geschäftsbereich Statistik – (IT.NRW) (2016b) im Nordosten des Ruhrgebietes am Übergang zum Münsterland (Stadt Lünen 2007: 7). Die Kommune lässt sich aufgrund ihrer sozioökonomischen Struktur als typisch für die Zielgruppe des Städtebauförderungsprogramms Stadtumbau West bezeichnen. Die Einwohnerzahl nahm vom Jahr 2000 bis zum Jahr 2014 von 92.017 um 7,86 % ab (IT.NRW 2016b). Die Zahl der Arbeitslosen lag im selben Zeitraum zum Stichtag 30.06. stets über 5.000 (IT.NRW 2016a). Durch den wirtschaftlichen Strukturwandel in der Region und den demografischen Wandel vollzog sich in der jüngeren Vergangenheit ein erheblicher Kaufkraftverlust, der sich auf die Innenstadt als zentralen Versorgungsbereich negativ auswirkte (BBSR 2012: 1). Folglich wurde der Stadtumbau auf diesen räumlichen Bereich fokussiert.

3.1.2 Initiierung des Stadtumbaus

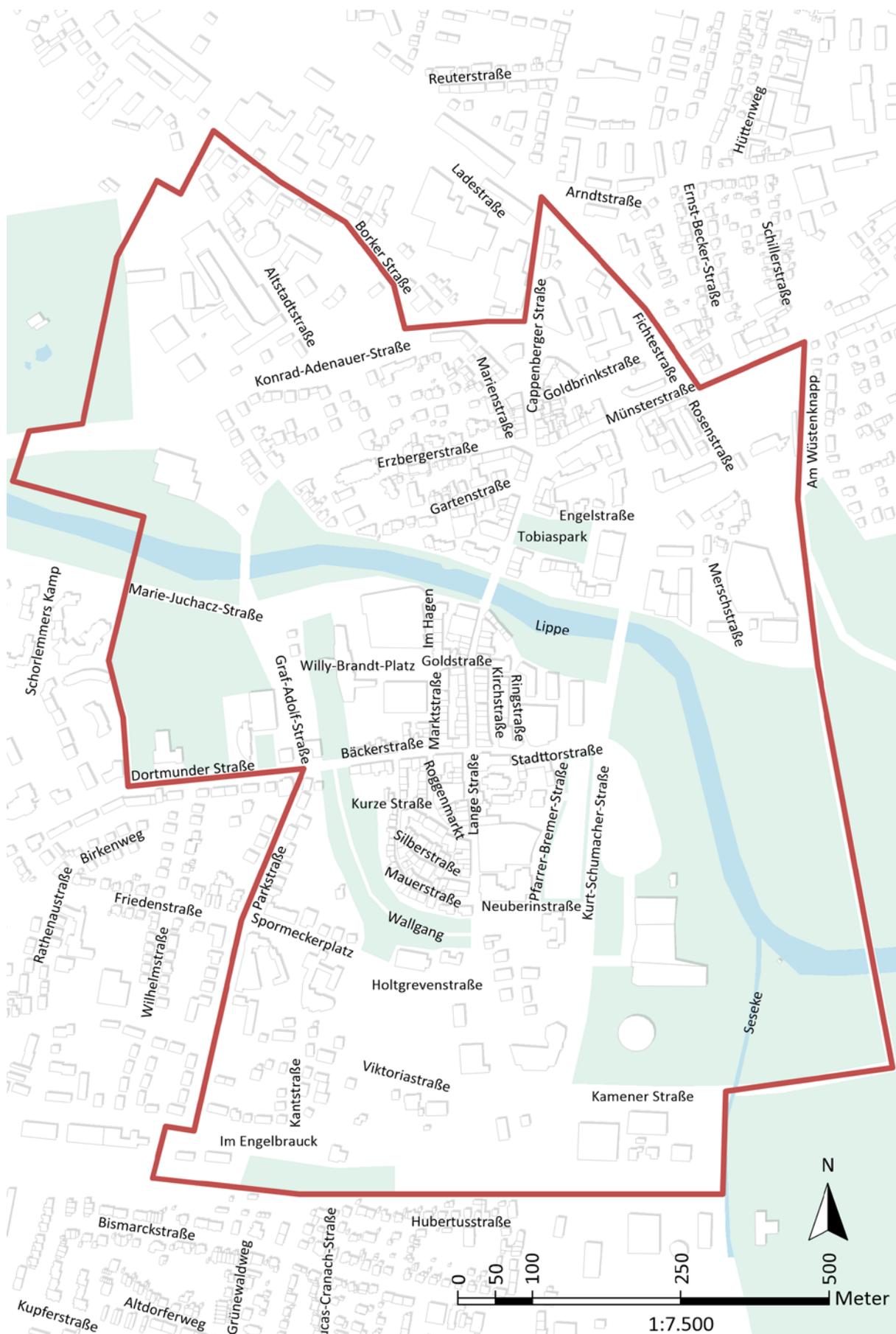
Der Stadtumbau in Lünen wurde im Jahr 2006 mit einem Antrag auf Förderung durch das zwei Jahre zuvor eingerichtete Städtebauförderungsprogramm Stadtumbau West eingeleitet (ebd.: 7). Maßgeblich für die Bewerbung für ebendieses Programm war seitens der Stadtplanung die damalige Aktualität des Themas Stadtumbau, die mit der in Lünen vorgefundenen Problemstellung korrespondierte (Interview Frau Linn 18.12.2015: 1).

Dies deckt sich mit der Einschätzung des Stadtumbaumanagements, dass die mittels zahlreichen baulichen Instrumenten geplanten Eingriffe in die städtebauliche Struktur des Gebietes der raumplanerischen und der Legaldefinition des Stadtumbaus entsprachen (Interview Herr Cüppers 20.01.2016: 1). Die Förderung wurde ab dem Jahr 2007 bewilligt. Im selben Jahr wurde auch das Städtebauliche Entwicklungskonzept vom Rat der Stadt beschlossen (BBSR 2012: 7). Darin werden sieben Ziele definiert:

1. „Einzelhandel stärken“ (Stadt Lünen 2007: 37)
2. „Freizeit und Kultur in die Innenstadt holen“ (ebd.)
3. „Stadtbild pflegen“ (ebd.: 38)
4. „Stadteingänge gestalten“ (ebd.)
5. „Freiräume vernetzen“ (ebd.)
6. „Städtisches Wohnen stärken“ (ebd.)

Als Stadtumbaugebiet wurde der „Kernraum der Lünen Innenstadt mit seinem Geschäftszentrum“ (ebd.: 17) ausgewiesen (s. Abb. 2). Es wurde untergliedert in die räumlichen Handlungsfelder „[s]üdliche Innenstadt“ (ebd.: 36), „[z]entrale[..] Innenstadt“ (ebd.) und „[n]ördliche Innenstadt“ (ebd.), deren Unterteilung in Abb. 3 dargestellt ist.

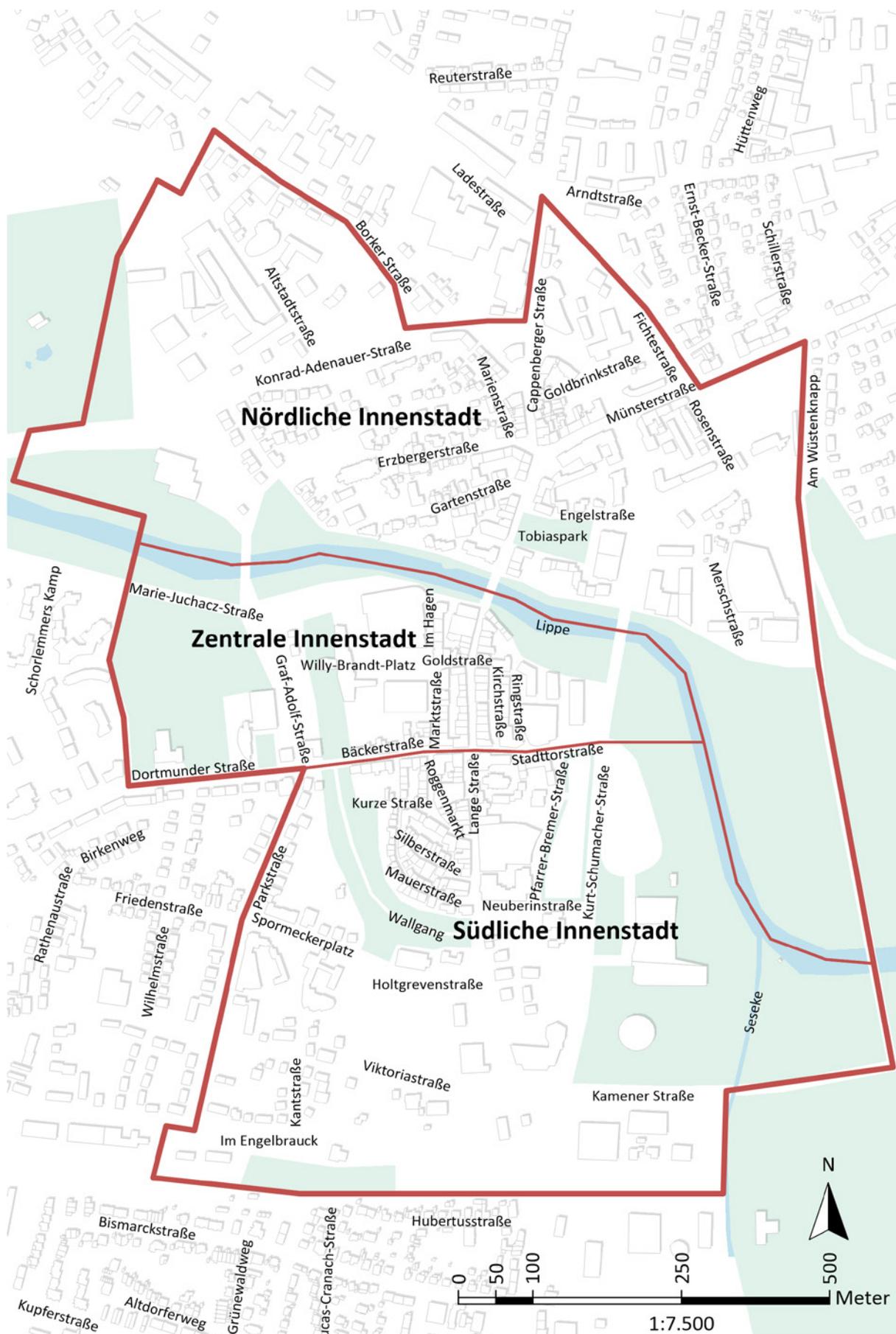
Abb. 2: Stadtumbaugebiet in der Lüner Innenstadt



Quelle: Eigene Darstellung nach Stadt Lüneburg 2007: 17; Kartengrundlage: OpenStreetMap-Mitwirkende (OSM) 2015

3.1.2 Initiierung des Stadtumbaus

Abb. 3: Räumliche Handlungsfelder innerhalb des Stadtumbaugebietes



Quelle: Eigene Darstellung nach Stadt Lüneburg 2007: 36; Kartengrundlage: OSM 2015

3.2 Untersuchungsrahmen

Die Untersuchung richtet sich auf das Ziel des Stadtumbaus, den Einzelhandel zu stärken. Dieses wurde ausgewählt, da der Einzelhandel als Hauptfunktion der Innenstadt von zentraler Bedeutung für den Standort ist (BBSR 2012: 8). Somit ist seine Entwicklung auch ein entscheidendes Kriterium für den Erfolg des Stadtumbaus in Lünen.

Berücksichtigt werden die räumlichen Handlungsfelder südliche und zentrale Innenstadt. In diesen Bereichen südlich der Lippe konzentriert sich der Einzelhandel, insbesondere entlang der 1a-Lage Lange Straße, weshalb eine Wirkungsanalyse dort aussagekräftig erscheint. Die nördliche Innenstadt dagegen ist für den Einzelhandelsstandort von untergeordneter Bedeutung (Stadt Lünen 2007: 26ff.).

Mit dieser inhaltlichen und räumlichen Eingrenzung sollen sich als Ergebnis der Wirkungsanalyse die folgenden Leitfragen beantworten lassen:

- Welches Ziel und welche Unterziele wurden hinsichtlich der Stärkung des Einzelhandels im Rahmen des Stadtumbaus in der zentralen und südlichen Lünen Innenstadt verfolgt?
- Welche Instrumente waren vorgesehen und wurden realisiert, um die Stärkung des Einzelhandels im Rahmen des Stadtumbaus in der zentralen und südlichen Lünen Innenstadt zu erreichen?
- Welche Wirkungen gingen mit den Instrumenten zur Stärkung des Einzelhandels im Rahmen des Stadtumbaus in der zentralen und südlichen Lünen Innenstadt einher und wie erfolgreich stellt er sich damit hinsichtlich des Ziels und der Unterziele dar?
- Welche Folgerungen und welcher Anpassungsbedarf ergeben sich aus der Wirkungsanalyse des Stadtumbaus in der Lünen Innenstadt hinsichtlich des Ziels der Stärkung des Einzelhandels?
- Welche Erkenntnisse lassen sich aus der Fallstudie des Stadtumbaus in der zentralen und südlichen Lünen Innenstadt hinsichtlich des Ziels der Stärkung des Einzelhandels für das Städtebauförderungsprogramm Stadtumbau West ableiten?

Die Leitfragen orientieren sich an den Arbeitsschritten der Wirkungsanalyse (s. Abb. 4). Sie dienen als Orientierung für die jeweils zu untersuchenden Inhalte.

3.2 Untersuchungsrahmen

Abb. 4: Leitfragen der Untersuchung



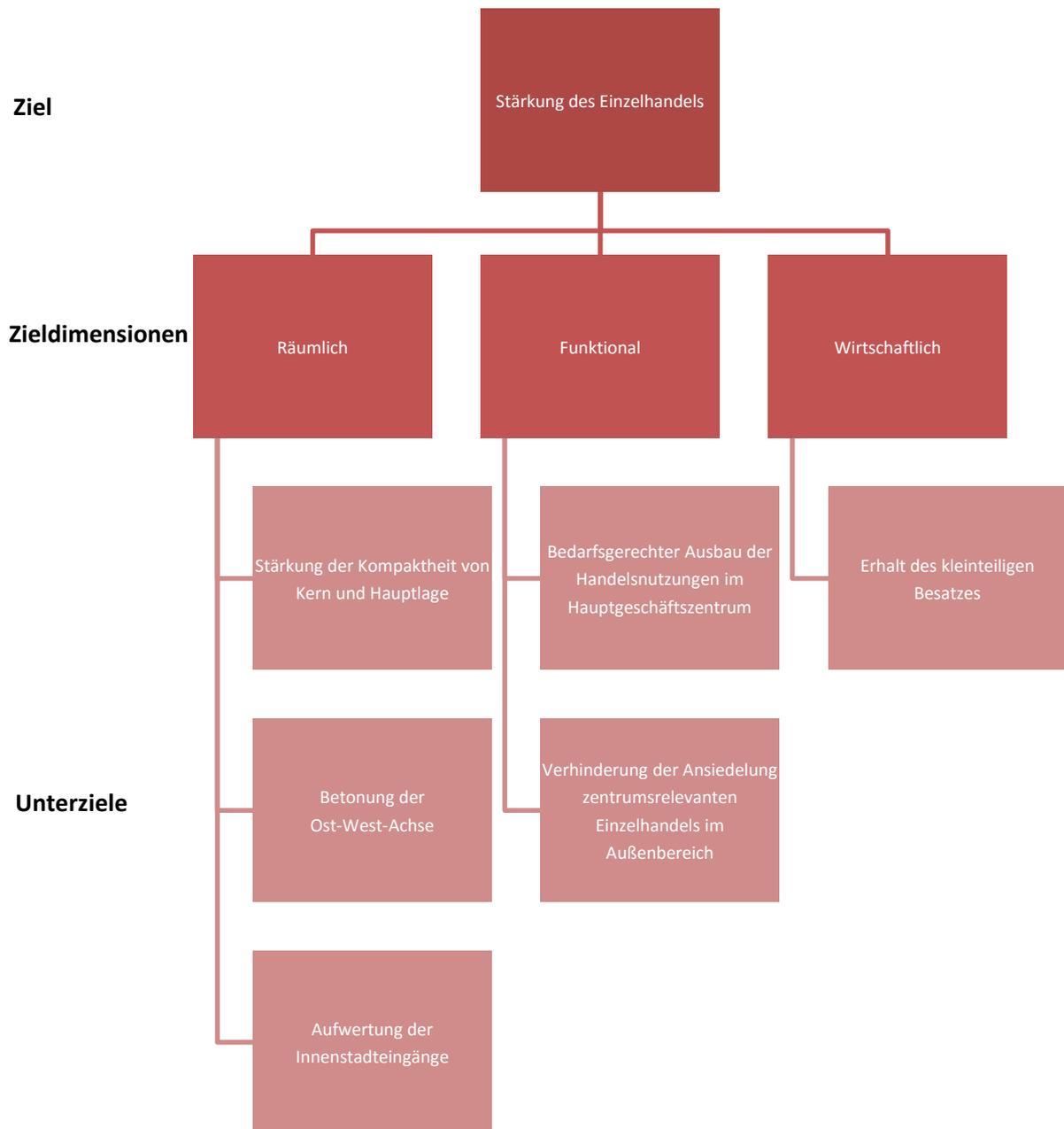
Quelle: Eigene Darstellung nach Kühn 2004: 44

3.3 Zielanalyse bezüglich des Einzelhandels

Im ersten Schritt der Wirkungsanalyse, der Zielanalyse, sollen Ziele und Adressaten im konkreten Fall ermittelt werden. Im Rahmen dieser Untersuchung betrifft dies das Ziel „Einzelhandel stärken!“ (Stadt Lünen 2007: 37) des Stadtumbaus in Lünen bezogen auf die räumlichen Bereiche „[s]üdliche Innenstadt“ (ebd.: 36) und „[z]entrale Innenstadt“ (ebd.). Das Ziel wird explizit festgeschrieben und ausgeführt im Städtebaulichen Entwicklungskonzept als Grundlage der Stadtumbaumaßnahme. Die avisierte Stärkung des Einzelhandels korrespondiert mit der rechtlichen Vorgabe, der Stadtumbau solle „dazu beitragen, dass [...] innerstädtische Bereiche gestärkt werden“ (§ 171a Abs. 3 Satz 1 Nr. 3 BauGB). Dem Ziel der Stärkung des Einzelhandels lassen sich drei Zieldimensionen zuordnen (s. Abb. 5). Dies sind eine räumliche Dimension, eine funktionale Dimension und eine wirtschaftliche Dimension. Die räumliche Dimension geht zurück auf die Aussage, dass „der kompakte Kern und die kompakte Hauptlage zu stärken“ (Stadt Lünen 2007: 37) beziehungsweise aufzuwerten (ebd.: 29) und eine „Qualifizierung und Verbesserung der Anbindung der Ost-West-Achse“ (ebd.), sowie die „Schaffung attraktiver Eingangsbereiche und Verbindungen zu angrenzenden Quartieren“ (ebd.) anzustreben seien. Als funktionale Dimension wird „eine bedarfsgerechte Weiterentwicklung der Handelsnutzungen im Geschäftszentrum“ (ebd.: 37) in Verbindung mit der Vorgabe, dass „außerhalb kein weiterer innenstadtrelevanter Einzelhandel mehr angesiedelt werden darf“ (ebd.) definiert. Unter die wirtschaftliche Dimension fällt die angestrebte „Bestandssicherung des kleinteiligen Bestandes“ (ebd.).

3.3 Zielanalyse bezüglich des Einzelhandels

Abb. 5: Zielbaum zum Ziel der Stärkung des Einzelhandels



Quelle: Eigene Darstellung nach Stadt Lünen 2007: 29; 37

Als Adressaten ergeben sich aus dem Ziel und den zugehörigen Ausführungen zum einen die Verbraucher, also private Haushalte, denen als Konsumenten ein ihren Ansprüchen entsprechendes Sortiment im Einzelhandel geboten werden soll. Zum anderen werden Händler einbezogen, denen die Stärkung der Geschäftslage und die Erhaltung der Struktur der Einzelhandelsbetriebe zugutekommen sollen. Zur Erreichung des Ziels, den Einzelhandel zu stärken, wurden Instrumente eingesetzt, die im Folgenden zu erläutern sind.

3.4 Instrumentenanalyse bezüglich des Einzelhandels

Die einzelnen Instrumente im Rahmen des Stadtumbaus in der Lüner Innenstadt hinsichtlich des Ziels der Stärkung des Einzelhandels sollten im Sinne des Besonderen Städtebaurechtes Aufwertung und Wiederverwendung bezwecken (s. Kap. 2.1.2). Der Stadtumbau wurde bis zum Jahr 2013 mit Mitteln des Städtebauförderungsprogramms Stadtumbau West gefördert (BMUB 2014: 90). Die Übersicht umfasst auch die Zuordnung zu den Unterzielen des Ziels der Stärkung des Einzelhandels, die räumliche Verortung sowie, falls verfügbar, die Finanzierung und den Realisierungsstand. Anhand der zugrunde liegenden Strategie der räumlichen Planung werden die Instrumente geordnet nach Eingriffsbeziehungswise Kostenintensität erläutert.

Mehrere Instrumente des Stadtumbaus wurden nicht finanziell gefördert, es bestand jedoch ein besonderes Interesse an ihrer Verwirklichung. Die private Initiative wurde in diesen Fällen mittels Kommunikation als Strategie forciert.

Relevant in diesem Zusammenhang war die Renovierung der Ernsting-Immobilie an der Langen Straße in der zentralen Innenstadt, die bis zum Jahr 2008 umgesetzt wurde (BBSR 2012: 16). Hierbei ging es um die Reduktion des Leerstandes im Einzelhandel und die Ansiedelung höherwertiger Nutzungen in der bestehenden Bausubstanz, also die Stärkung des kompakten Kernes und der kompakten Hauptlagen in der räumlichen Zieldimension (Stadt Lünen 2007: 46), bei gleichzeitiger bedarfsgerechter Weiterentwicklung der Handelsnutzungen im Geschäftszentrum in der funktionalen Zieldimension, sowie über die Ansiedelung mehrerer Einzelhandelsbetriebe den Erhalt des kleinteiligen Besatzes als Unterziel in der wirtschaftlichen Zieldimension. In die Gebäudesanierung wurden von privater Seite 2 Mio. € investiert (Quiring-Lategahn 2008: 5).

Genauso wie die Renovierung der Ernsting-Immobilie war das Zentrum für junge Mode am Christinentor in der südlichen Innenstadt mit den Zielen verknüpft. Diese zu Beginn der Stadtumbaumaßnahme brachliegende und mit 18 Mio. € entwickelte Fläche (Fischer 2009: 8) befindet sich direkt an der 1a-Lage Lange Straße, weshalb sie ebenfalls dem Unterziel der Stärkung des kompakten Kernes und der kompakten Hauptlage in der räumlichen Dimension zuzuordnen ist. Da das Sortiment im Einzelhandel in der Lüner Innenstadt dadurch mit qualitativ hochwertigem Textileinzelhandel ergänzt wird, was dem Unterziel der bedarfsgerechten Weiterentwicklung der Handelsnutzungen im Geschäftszentrum entspricht, ist auch die funktionale Dimension des Ziels der Stärkung des Einzelhandels abgedeckt. Zusätzlich wurde über die Parzellierung und Ausrichtung der Eingänge der Immobilie ein Beitrag zur Erreichung des Unterziels des Erhalts des kleinteiligen Besatzes in der wirtschaftlichen Dimension geleistet (Stadt Lünen 2007: 44). Fertiggestellt wurde sie im Jahr 2009 (Stadt Lünen 2009a: 2). Der Rückbau des vorherigen Bestandes wurde durch die öffentliche Hand finanziert (Interview Herr Cüppers 20.01.2016: 2).

Als weitere auf eine Immobilie bezogenes Instrument ergab sich die Revitalisierung der Hertie-Immobilie am Willy-Brandt-Platz, die im Jahr 2009 vom Kaufhausbetrieb aufgegeben worden war (BBSR 2012: 12). Sie wird seit dem Jahr 2013 bis zum Jahr 2016 mit einem Investitionsvolumen von 10 Mio. € durch den Bauverein zu Lünen saniert (Stadt Lünen 2014a: 1). Neben öffentlichen Einrichtungen und einer Aufwertung des öffentlichen Raumes soll sie zwar auch für Gewerbe, jedoch vorwiegend für Wohnen genutzt werden (Bauverein zu Lünen 2013: 2). Sie betrifft alle Dimensionen des Ziels der Stärkung des Einzelhandels. In der räumlichen Dimension wird dem Unterziel der Stärkung

des kompakten Kerns und der kompakten Hauptlage Rechnung getragen, weil sich die Immobilie in peripherer Lage zur 1a-Lage befindet. Die funktionale Dimension wird abgedeckt, da die Wiedernutzung einer derart großen zusammenhängenden Verkaufsfläche im Einzelhandel nicht dem Unterziel einer bedarfsgerechten Weiterentwicklung der Handelsnutzungen im Geschäftszentrum entsprochen hätte. Dies überschneidet sich mit der wirtschaftlichen Dimension, da ein Beitrag zum Unterziel des Erhalts des kleinteiligen Besatzes geleistet wird.

In der Gold-, Markt-, Bäcker- und Stadttorstraße sollte eine Aufwertung der Erdgeschosszonen und Schaufenster herbeigeführt werden (Stadt Lünen 2007: 54). Dies ist dem Unterziel der Aufwertung der Ost-West-Achse in der räumlichen Dimension zuzuordnen.

Vor dem Hintergrund des Unterziels der Aufwertung der Ost-West-Achse in der räumlichen Dimension des Ziels der Stärkung des Einzelhandels war auch der Ausbau der Einzelhandelsnutzungen auf der Südseite der Goldstraße vorgesehen. Dieser wurde im städtebaulichen Entwicklungskonzept festgeschrieben. (ebd.)

Ebenfalls mit Bezug auf das Unterziel der Stärkung der Ost-West-Achse in der räumlichen Dimension des Ziels der Stärkung des Einzelhandels wurde die Bildung von Anliegergemeinschaften für Aktionen genannt. In Betracht gezogen wurde dafür das gesamte Stadtumbaugebiet. (ebd.)

Zur Intensivierung der Mitwirkung der privaten Akteure und effektiveren Realisierung der Instrumente des Stadtumbaus mit anderen Strategien war eine koordinierende Stelle als zusätzlicher Akteur für das Stadtumbaugebiet im städtebaulichen Entwicklungskonzept vorgesehen (ebd.: 37; 55). Das Stadtumbaumanagement wurde im Jahr 2009 eingerichtet und bis zum Jahr 2014 durchgeführt (Stadt Lünen 2009b: 6; 4). Da einerseits aufgrund seiner Interaktion mit den Immobilieneigentümern das Unterziel der Aufwertung des kompakten Kerns und der kompakten Hauptlage forciert und andererseits über Beratung der Einzelhandelsbetriebe, unter anderem zu Nachfolgeregelungen, das Unterziel des Erhalts des kleinteiligen Besatzes angesprochen wurde, lässt sich das Stadtumbaumanagement sowohl der räumlichen als auch der wirtschaftlichen Dimension des Ziels der Stärkung des Einzelhandels zuordnen.

Mehrere Instrumente des Stadtumbaus sollten über die Bereitstellung öffentlicher Zuschüsse die Aktivierung privaten Kapitals bewirken. Die angestrebte Wirkung sah damit eine Kooperation zwischen öffentlicher Hand und Privaten vor.

Im städtebaulichen Entwicklungskonzept wurde die Einrichtung eines InnenStadtEntwicklungs Fonds festgeschrieben. Damit sollte die Aufwertung von Gebäuden, Fassaden und privaten Vorzonen gefördert werden (Stadt Lünen 2007: 55). Umgesetzt wurde dies über das im Jahr 2008 beschlossene Fassaden- und Hofflächenprogramm Innenstadt Lünen (Stadt Lünen 2009c: 4). Es sieht eine Förderung der Renovierung von Fassaden und Fassadenelementen von bis zu 50 % der förderfähigen Kosten beziehungsweise 30 €/m² Fassadenfläche bis zu einer Höhe von 25.000 € und ab einem Mindestbetrag von 500 € vor (Stadt Lünen 2010b: 2). Die Aufwertung der Immobilien im Stadtumbaugebiet mittels Fassadenprogramm entspricht dem Unterziel der Stärkung der Kompaktheit von Kern und Hauptlage der Lüner Innenstadt und damit der räumlichen Dimension des Ziels der Stärkung des Einzelhandels.

Zusätzlich zum Fassadenprogramm richtete die Stadt Lünen im Jahr 2010 einen Verfügungsfonds mit einer Laufzeit in den Jahren 2010 bis 2013 sowie einem Gesamtvolumen von 10.000 €, aufgeteilt auf ein jeweiliges Jahresvolumen von 2.500 €, ein. Dieser diente zur Unterstützung kleinteiliger, nicht kommerzieller Aktivitäten im Stadtumbaugebiet, von denen maximal 50 % der Kosten finanziert wurden (Stadt Lünen 2011a: 1ff.). Inhaltlich sollten diese das Quartier, den Einzelhandel, das Stadtbild, das Image oder die Öffentlichkeit und Partizipation im Stadtumbaugebiet fördern (Stadt Lünen 2010c: 2). Die Ausrichtung auf Standortpositionierung lässt sich auf die ursprünglich im Innen-StadtEntwicklungs Fonds ebenfalls vorgesehene Unterstützung von Marketingaktionen zurückführen (Stadt Lünen 2007: 55). Der Verfügungsfonds diente damit dem Ziel der Stärkung des Einzelhandels in der räumlichen Dimension mit dem Unterziel der Erhöhung der Kompaktheit von Kern und Hauptlage und der wirtschaftlichen Dimension mit dem Erhalt des kleinteiligen Besatzes.

Daneben wurden als weiteres Instrument zur Kooperation mit Privaten in den Jahren 2011 bis 2013 Pauschalmittel zur Beteiligung und Öffentlichkeitsarbeit bereitgestellt. Diese richteten sich an Zusammenschlüsse von Einzelhandelsbetrieben beziehungsweise Anwohnern und sonstige Initiativen im Stadtumbaugebiet. Es erfolgte eine Förderung bis zu 100 % der förderfähigen Kosten der beantragten Aktionen, wobei eine private Beteiligung bevorzugt wurde. Das Gesamtvolumen war abhängig von den Haushaltsmitteln der Stadt Lünen und sollte im jährlichen Mittel 14.800 €, also insgesamt 59.200 € betragen. Über die Beteiligung der Anwohner und die Einbeziehung der Einzelhandelsbetriebe mit ihren Anliegen wird dem Unterziel der bedarfsgerechten Weiterentwicklung der Handelsnutzungen im Geschäftszentrum und damit der funktionalen Dimension des Ziels der Stärkung des Einzelhandels entsprochen (Stadt Lünen 2011b: 1f.)

Über die Kooperation mit Privaten hinaus wurde die Stadt Lünen auch mittels Investition in bauliche Veränderungen aktiv. Die Strategie sah vor, der Verantwortung der öffentlichen Hand für die Lüner Innenstadt nachzukommen und damit private Investitionen zu induzieren.

In der Lüner Innenstadt wurde im Bereich Lange Straße, Goldstraße und Mauerstraße zwischen den Jahren 2011 (Stadt Lünen 2011c: 3) und 2013 hinsichtlich Pflasterung, Mobiliar, Beleuchtung, Spielgeräten und Bepflanzung mit Mitteln der öffentlichen Hand die Modernisierung der Fußgängerzone umgesetzt, wobei das Mobiliar mit privater Kostenbeteiligung beschafft wurde (Stadt Lünen 2013c: 2). Sowohl die kompakte Hauptlage als auch die Ost-West-Achse sollten damit aufgewertet werden, weshalb eine Zuordnung zur räumlichen Dimension des Ziels der Stärkung des Einzelhandels vorgenommen werden kann.

Bereits im städtebaulichen Entwicklungskonzept war eine Aufwertung des Rathausumfeldes vorgesehen. Die rückwärtigen Bereiche der Bäckerstraße sollten mit ergänzendem Einzelhandel attraktiver gestaltet werden (Stadt Lünen 2007: 54). Bis zum Jahr 2016 wird Aufwertung des Rathausumfeldes an der Hertie-Immobilie am Willy-Brandt-Platz abgeschlossen und mit 1,048 Mio. € der öffentlichen Hand, die ursprünglich für den Abriss bereitgestellt worden waren, gefördert (Stadt Lünen 2013c: 1, 2014a: 1). Die Aspekte korrespondieren sowohl mit dem Unterziel der Stärkung der Ost-West-Achse als auch mit dem Unterziel der Schaffung ansprechender Eingänge in die Lüner Innenstadt und damit der räumlichen Zieldimension.

Die Gestaltung der Innenstadteingänge an Langer Straße zwischen Neuberinstraße und Viktoriastraße, an der Neuberinstraße und an der Dortmunder Straße hinsichtlich Pflasterung, Grün-

gestaltung, Beleuchtung und Mobiliar stellte ein gesondertes Instrument im Rahmen des Stadtumbaus dar (Stadt Lünen 2007: 51). Der Schwerpunkt lag dabei auf dem Empfangsort Lange Straße zwischen Neuberinstraße und Viktoriastraße im Süden, der mit 1,67 Mio. € Förderung der Europäischen Union (EU) kofinanziert (BBSR 2012: 15) und im Jahr 2010 fertiggestellt wurde (Stadt Lünen 2010c: 1f.). Das Instrument entspricht in der räumlichen Dimension dem Unterziel, attraktive Stadteingänge zu schaffen.

Laut städtebaulichem Entwicklungskonzept sollten im Stadtumbaugebiet Hinweisschilder zu Betrieben und Sehenswürdigkeiten am Willy-Brandt-Platz errichtet werden. Dies sollte einen Beitrag zum Unterziel der Stärkung der Ost-West-Achse in der räumlichen Zieldimension darstellen. (Stadt Lünen 2007: 54)

Ebenfalls dem Unterziel der Stärkung der Ost-West-Achse in der räumlichen Dimension des Ziels der Stärkung des Einzelhandels lässt sich die laut städtebaulichem Entwicklungskonzept vorgesehene Betonung von Verbindungen durch Licht und Mobiliar zuordnen. Damit sollten Bäckerstraße, Goldstraße und Stadttorstraße mit der 1a-Lage Lange Straße verknüpft werden. (ebd.)

Im Rahmen des Stadtumbaus sollte ebenfalls eine Aufwertung der nördlichen Marktstraße erfolgen. Dies war vorgesehen, um zum Unterziel der Stärkung der Ost-West-Achse in der räumlichen Zieldimension beizutragen. (ebd.)

In der Verlängerung der Marktstraße wurde laut städtebaulichem Entwicklungskonzept der Bau des Lippetores als Erkennungsmerkmal im öffentlichen Raum vorgesehen. Als Attraktivitätsfaktor mit einer in der Konsequenz höheren Passantenfrequenz am Einzelhandelsstandort in der 1b-Lage sollte es dem Unterziel der Aufwertung der Ost-West-Achse in der räumlichen Dimension des Ziels der Stärkung des Einzelhandels dienen. (ebd.)

Die Instrumente mit den zugrunde liegende Strategien Kommunikation, Kooperation beziehungsweise Investition waren gegenüber Privaten von geringer Eingriffsintensität. Daneben wurden auch Rechtsmittel im Rahmen des Stadtumbaus in der Lünen Innenstadt angewendet.

Zur Verbesserung des Erscheinungsbildes in der Lünen Innenstadt wurde im städtebaulichen Entwicklungskonzept die Erarbeitung eines Handbuchs durch die öffentliche Hand vorgesehen (ebd.: 67). Dies wurde im Jahr 2010 mit den Gestaltungsleitlinien für Gebäude, Werbeanlagen und Freiflächen im Stadtkern von Lünen und der Werbesatzung Stadtkern Lünen (Stadt Lünen 2010d: 1, 2010a: 1), die im Jahr 2013 geändert wurde (Stadt Lünen 2013d: 2), umgesetzt. Da die Gestaltungsleitlinien und Werbesatzung für den Stadtkern Lünen eine Verbesserung des Stadtbildes im Stadtumbaugebiet bewirken und dadurch den Einzelhandelsstandort stärken sollte (ebd.: 3), lässt sie sich der wirtschaftlichen Zieldimension der Stärkung des Einzelhandels mit dem Unterziel des Erhalts des kleinteiligen Besatzes zuordnen.

Im städtebaulichen Entwicklungskonzept, also mit Geltung ab dem Jahr 2007, wurde über das Zentrum für junge Mode am Christinentor hinaus die Verhinderung weiterer Einzelhandelsansiedelungen im Außenbereich festgelegt (Stadt Lünen 2007: 29). Mit Beschluss durch den Rat der Stadt Lünen wurde die Maßgabe als Bestandteil des Masterplans Einzelhandel behördenverbindlich für die Stadtplanung und entfaltet damit auch mittelbare Außenwirkung (Stadt Lünen 2014b: 2). Der

zentrenrelevante Einzelhandel sollte auf die Innenstadt, insbesondere die 1a-Lage konzentriert und damit ein Überangebot verhindert werden. Dies korrespondiert sowohl mit dem Unterziel der Stärkung der Kompaktheit von Kern und Hauptlage, als auch mit dem Unterziel, keinen weiteren zentrenrelevanten Einzelhandel außerhalb des Hauptgeschäftszentrums mehr anzusiedeln (Interview Frau Linn 18.12.2015: 4). Daher lässt sich das Instrument sowohl der räumlichen als auch der funktionalen Dimension des Ziels der Stärkung des Einzelhandels zuordnen.

Unabhängig von den verfügbaren Strategien der räumlichen Planung im Stadtumbau war zusätzlich zum Ziel der Stärkung des Einzelhandels laut städtebaulichem Entwicklungskonzept die verstärkte Ansiedelung von Freizeit-, Kultur-, Erholungs- und Wohnnutzungen im Stadtumbaugebiet vorgesehen. Die dazugehörigen Instrumente wurden ab dem Jahr 2007 mit Inkrafttreten des Städtebaulichen Entwicklungskonzeptes umgesetzt (Stadt Lünen 2007: 37f.). Obwohl diese Ziele eigenständig im Rahmen des Stadtumbaus verfolgt wurden, wirkten sie sich indirekt auch auf die Stärkung des Einzelhandels aus. So wurde die Erreichung des Unterziels der Stärkung der Kompaktheit von Kern und Hauptlage in der räumlichen Dimension durch die Ansiedelung anderer Nutzungen in peripheren Lagen begünstigt. Durch die Nutzungsmischung sollte über die Erhöhung der Besucherfrequenz sowie den Zuzug von Einwohnern als Konsumenten ein zusätzliches Kundenpotenzial generiert und damit in der wirtschaftlichen Dimension des Ziels der Stärkung des Einzelhandels der Erhalt des kleinteiligen Besatzes erreicht werden (Interview Frau Linn 18.12.2015: 1).

Die einzelnen Instrumente mit Bezug auf das Ziel der Stärkung des Einzelhandels sind in Tab. 3/Tab. 4 aufgeführt. In Abb. 6/Abb. 7 ist die räumliche Verortung dargestellt.

3.4 Instrumentenanalyse bezüglich des Einzelhandels

Tab. 3: Relevante Instrumente für das Ziel der Stärkung des Einzelhandels (1)

Instrument	Räumliche Verortung	Verantwortung
Renovierung der Ernsting-Immobilie	Lange Straße	Privat
Zentrum für junge Mode am Christinentor	Lange Straße	Privat
Revitalisierung der Hertie-Immobilie	Willy-Brandt-Platz	Privat
Aufwertung der Erdgeschosszonen und Schaufenster	Bäckerstraße; Goldstraße; Marktstraße; Stadttorstraße	Privat
Ausbau der Einzelhandelsnutzungen auf der Südseite der Goldstraße	Goldstraße	Privat
Anliegergemeinschaft für Aktionen	Stadtumbaugebiet	Privat
Stadtumbaumanagement	Stadtumbaugebiet	Öffentlich
Fassadenprogramm	Stadtumbaugebiet	Öffentlich
Verfügungsfonds	Stadtumbaugebiet	Öffentlich/Privat
Pauschalmittel	Stadtumbaugebiet	Öffentlich/Privat
Modernisierung der Fußgängerzone	Goldstraße; Lange Straße; Mauerstraße	Öffentlich/Privat
Aufwertung des Rathausumfeldes	Bäckerstraße; Willy-Brandt-Platz	Öffentlich/Privat
Gestaltung der Innenstadteingänge	Lange Straße zwischen Neuberinstraße und Viktoriastraße; Neuberinstraße; Dortmunder Straße	Öffentlich
Hinweisschilder zu den Betrieben und Sehenswürdigkeiten am Willy-Brandt-Platz	Stadtumbaugebiet	Öffentlich
Betonung von Verbindungen durch Licht und Mobiliar	Bäckerstraße; Goldstraße; Stadttorstraße	Öffentlich
Aufwertung der nördlichen Marktstraße	Marktstraße	Öffentlich
Bau des Lippetores	Im Hagen	Öffentlich
Gestaltungsleitlinien und Werbesatzung für den Stadtkern Lünen	Stadtumbaugebiet	Öffentlich
Verhinderung weiterer Einzelhandelsansiedelungen im Außenbereich	Stadtgebiet	Öffentlich
Ansiedelung von Freizeit-, Kultur-, Erholungs- und Wohnnutzungen	Nicht untersucht	Nicht untersucht

Σ 19 Instrumente mit Zuordnung zum Ziel der Stärkung des Einzelhandels + mittelbare Wirkung der Instrumente mit Zuordnung zu den weiteren Zielen

Quelle: Eigene Darstellung

3.4 Instrumentenanalyse bezüglich des Einzelhandels

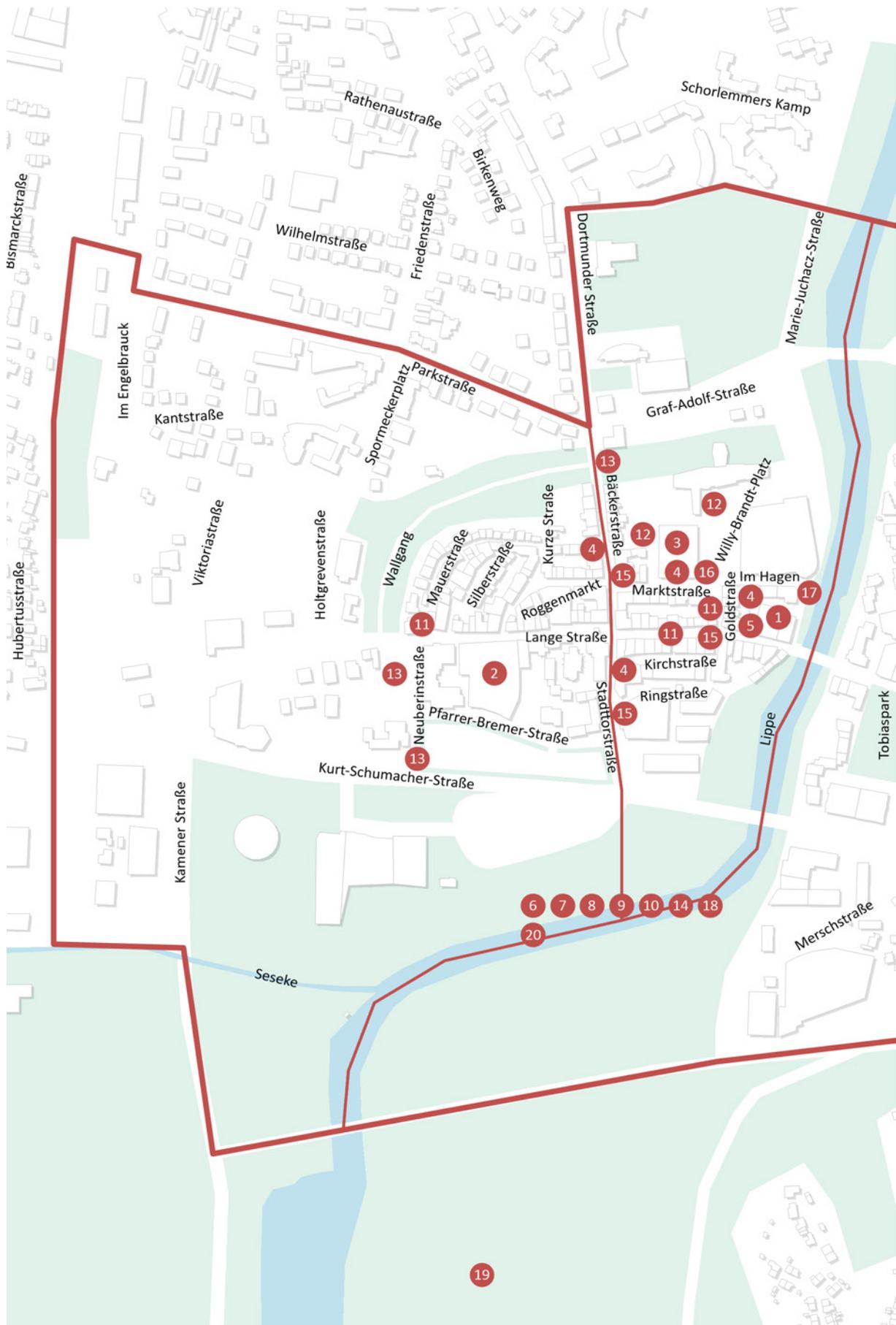
Tab. 4: Relevante Instrumente für das Ziel der Stärkung des Einzelhandels (2)

Aufwendungen	Realisierung	Strategie
2 Mio. €	-2008	Kommunikation
18 Mio. €	2009	Kommunikation
10 Mio. €	2013-2016	Kommunikation
?	?	Kommunikation
?	?	Kommunikation
?	?	Kommunikation
?	2009-2014	Kommunikation
?	?	Kooperation
10.000 €, 2.500 € jährlich	2010-2013	Kooperation
59.200 € (14.800 € jährlich), abhängig von Haushaltssituation der Stadt Lünen	2011-2013	Kooperation
?	2011-2013	Investition
1,048 Mio. € öffentlicher Raum Hertie-Immobilie (öffentlich)	-2016	Investition
1,67 Mio. € EU-Förderung für Empfangsort Lange Straße	-2010	Investition
?	?	Investition
-	2010-; 2010-2013; 2013-	Rechtsmittel
-	2007-	Rechtsmittel
Nicht untersucht	Nicht untersucht	Nicht untersucht
Σ 10 Mio. € (öffentlich)		Σ 7 Kommunikation
Σ 85 Mio. € (privat)		Σ 3 Kooperation
		Σ 7 Investition
		Σ 2 Rechtsmittel

Quelle: Eigene Darstellung

3.4 Instrumentenanalyse bezüglich des Einzelhandels

Abb. 6: Räumliche Verortung der Instrumente (Kartenbild)



Quelle: Eigene Darstellung; Kartengrundlage: OSM 2015

Abb. 7: Räumliche Verortung der Instrumente (Legende)

Legende

Instrumente mit Verortung an bestimmter Stelle

- 1 Renovierung der Ernsting-Immobilie
- 2 Zentrum für junge Mode am Christinentor
- 3 Revitalisierung der Hertie-Immobilie
- 4 Aufwertung der Erdgeschosszonen und Schaufenster
- 5 Ausbau der Einzelhandelsnutzungen auf der Südseite der Goldstraße
- 11 Modernisierung der Fußgängerzone
- 12 Aufwertung des Rathausumfeldes
- 13 Gestaltung der Innenstadtgänge
- 15 Betonung von Verbindungen durch Licht und Mobiliar
- 16 Aufwertung der nördlichen Marktstraße
- 17 Bau des Lippetores

Instrumente mit Verortung im gesamten Stadtumbaugebiet

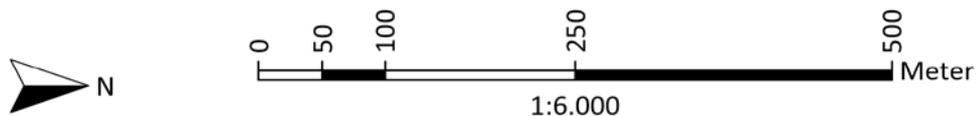
- 6 Anliegergemeinschaft für Aktionen
- 7 Stadtumbaumanagement
- 8 Fassadenprogramm
- 9 Verfügungsfonds
- 10 Pauschalmittel
- 14 Hinweisschilder zu den Betrieben und Sehenswürdigkeiten am Willy-Brandt-Platz
- 18 Gestaltungsleitlinien und Werbesetzung Stadtkern Lünen

Instrumente mit Verortung im gesamten Stadtgebiet

- 19 Verhinderung weiterer Einzelhandelsansiedelungen im Außenbereich

Instrumente ohne ermittelte Verortung

- 20 Ansiedelung von Freizeit-, Kultur-, Erholungs- und Wohnnutzungen



Quelle: Eigene Darstellung

3.5 Wirkungsanalyse bezüglich des Einzelhandels

Im Rahmen der Wirkungsanalyse des Stadtumbaus in der Lüner Innenstadt bezüglich des Einzelhandels werden mehrere Aspekte untersucht. Mittels Akteursanalyse werden die Akteursstrukturen ermittelt. Dies dient einerseits dazu, festzustellen, ob diese mit den angewendeten Instrumenten angemessen berücksichtigt wurden und andererseits lassen sich so die in ihrer Einschätzung der Wirkungen relevanten Akteure ermitteln. Diese wurden dann in Experteninterviews befragt. Daraus ergaben sich qualitative Einschätzungen zu den anhand von Indikation beziehungsweise Beobachtung verzeichneten Wirkungen, andererseits wurden diese durch Angaben aus den Interviews ergänzt.

Die Akteursanalyse zeigt auf, welche Interessensgruppen in den Stadtumbauprozess zur Stärkung des Einzelhandels in Lünen zum Untersuchungszeitpunkt involviert sind, welche Interessen sie verfolgen und welche Beziehungen zwischen ihnen bestehen. Für die Wirkungsanalyse lassen sich daraus Zusammenhänge aus den beobachteten Entwicklungen und den Akteursstrukturen ableiten. Die im Rahmen dieser Untersuchung ermittelten relevanten Akteure und ihre Anliegen sind in der folgenden Übersicht dargestellt (s. Tab. 5).

Tab. 5: Relevante Akteure für das Ziel der Stärkung des Einzelhandels

Akteurstyp	Akteur	Interesse
Schlüsselakteur	Stadtplanung	Planungshoheit gemäß Allgemeinwohl
	Stadtumbaumanagement	Kommunikation mit übrigen Akteuren
		Koordination zwischen übrigen Akteuren
Veto-Akteur	Einzelhandelsverband	Wirtschaftliche Interessenvertretung der Einzelhandelsbetriebe
	Investoren	Wirtschaftlicher Profit
	Immobilieigentümer	Mieteinnahmen
Primärer Akteur		Wertsteigerung des Eigentums
	Einzelhandelsbetriebe	Wirtschaftlicher Profit
Sekundärer Akteur	Wohnungsbaugenossenschaften	Immobilienentwicklung für Mitglieder
	Bürger	Politische Interessen
		Konsum
	Rat	Politische Interessenvertretung der Bürger
	Bürgermeister	Verantwortung für Verwaltung gegenüber Bürgern
		Verwaltungsvorstand
	Bundesministerium	Städtebauförderung
	Landesministerium	Städtebauförderung

Quelle: Eigene Darstellung

Als Schlüsselakteure, werden solche mit hohem Einfluss auf die Entwicklung in der Lünen Innenstadt definiert. Dies sind die das Fachreferat Stadtentwicklung/Stadtmarketing im Büro des Bürgermeisters der Stadt Lünen als verantwortliche Verwaltungsstelle für die Stadtplanung, das Stadtumbaumanagement, die Immobilieneigentümer, Investoren, sowie der City Ring als Einzelhandelsverband.

Die Stadtplanung hat ein Interesse an der Stärkung des Einzelhandels in der Lünen Innenstadt, das sie aktiv verfolgt. Dies beruht auf ihrer Verpflichtung gegenüber dem Allgemeinwohl, worunter der Rat der Stadt Lünen mit Beschluss des städtebaulichen Entwicklungskonzeptes unter anderem die Stärkung des Einzelhandels gefasst hat. Sie ist als Verwaltungsstelle zur Wahrnehmung der Planungshoheit der Kommune legitimiert und verfügt aufgrund des Bauplanungsrechts über Einflussmöglichkeiten. Darüber hinaus ist sie die Schnittstelle zur gesamten Verwaltung und über eine ämterübergreifende Projektgruppe mit den anderen Verwaltungsstellen vernetzt (Interview Herr Cüppers 20.01.2016: 3).

Das Stadtumbaumanagement ist dem Ziel der Stärkung des Einzelhandels und seiner aktiven Realisierung vertraglich verpflichtet. Da es eigens dazu mit finanziellen und personellen Ressourcen ausgestattet worden ist, verfügt es ebenfalls über Einfluss und ist somit als Schlüsselakteur einzuordnen. Es ist hauptverantwortlich für die Konkretisierung einzelner Instrumente aus dem städtebaulichen Entwicklungskonzept (ebd.: 4).

Sofern die Stärkung des Einzelhandels sich wertsteigernd auswirkt, haben die Immobilieneigentümer ebenfalls ein Interesse an der Stärkung des Einzelhandels. Jedoch kann ihr Verhalten im Einzelfall den Instrumenten des Stadtumbaus entgegenstehen. Maßgeblich für ein Engagement ist der erwartete finanzielle Nutzen im Verhältnis zu den Kosten. Der hohe Einfluss der Immobilieneigentümer ergibt sich aus dem Eigentumsrecht. Da die Zielerreichung gefährdet ist, wenn sie nicht kooperieren, lassen sie sich als Veto-Akteur definieren.

Die Investoren verfügen aufgrund ihrer Finanzmittel über erheblichen Einfluss auf die Realisierung der Immobilieninstrumente im Rahmen des Stadtumbaus. Somit ist ihre Einbindung in die Gesamtmaßnahme so wichtig, dass sie ebenfalls als Schlüsselakteur zu betrachten sind.

Der Einzelhandelsverband hat als Vertretung des Einzelhandels naturgemäß ein Interesse an dessen Stärkung und setzt sich dafür ein. Sein Einfluss ergibt sich aus der Bündelung der Anliegen der Mitglieder, weshalb seine Position als repräsentativ angesehen werden kann.

Primäre Akteure sind die Einzelhandelsbetriebe und die Wohnungsbaugenossenschaften Bauverein zu Lünen und Wohnungsbaugenossenschaft Lünen eG (WBG). Sie sind direkt von der Entwicklung betroffen, verfügen aber über weniger Einflussmöglichkeiten als die Schlüsselakteure.

Die Einzelhandelsbetriebe verfolgen ein erhebliches wirtschaftliches Interesse an der Stärkung des Einzelhandels und setzen sich im Allgemeinen dafür ein, sofern die Instrumente ihren individuellen geschäftlichen Aktivitäten nicht entgegenstehen. Gleichzeitig sind sie von der generellen Entwicklung im Stadtumbaugebiet abhängig.

Als Beteiligte an der Immobilienentwicklung im Stadtumbaugebiet sind auch die Wohnungsbaugenossenschaften direkt von der maßgeblich durch den Einzelhandel geprägten Entwicklung dort

betroffen. Aufgrund ihrer Gemeinnützigkeit verfolgen sie auch ein Interesse an der Stärkung des Einzelhandels.

Ein mittelbares Interesse an der Entwicklung haben die Bürger der Stadt Lünen, der Rat der Stadt Lünen, der Bürgermeister der Stadt Lünen, als Bundesministerium das BMVBS, beziehungsweise nach der Änderung der Ressortzuständigkeit das BMUB, und als Landesministerium das Ministerium für Bauen, Wohnen, Stadtentwicklung und Verkehr des Landes Nordrhein-Westfalen (MBWSV NRW). Sie stellen somit sekundäre Akteure dar.

Die Bürger wählen einerseits den Rat der Stadt als politische Vertretung, der wiederum die Verwaltungsaktivitäten festlegt. Andererseits streben sie als Konsumenten die Befriedigung ihrer Nachfrage an und beeinflussen somit die wirtschaftliche Situation der Einzelhandelsbetriebe.

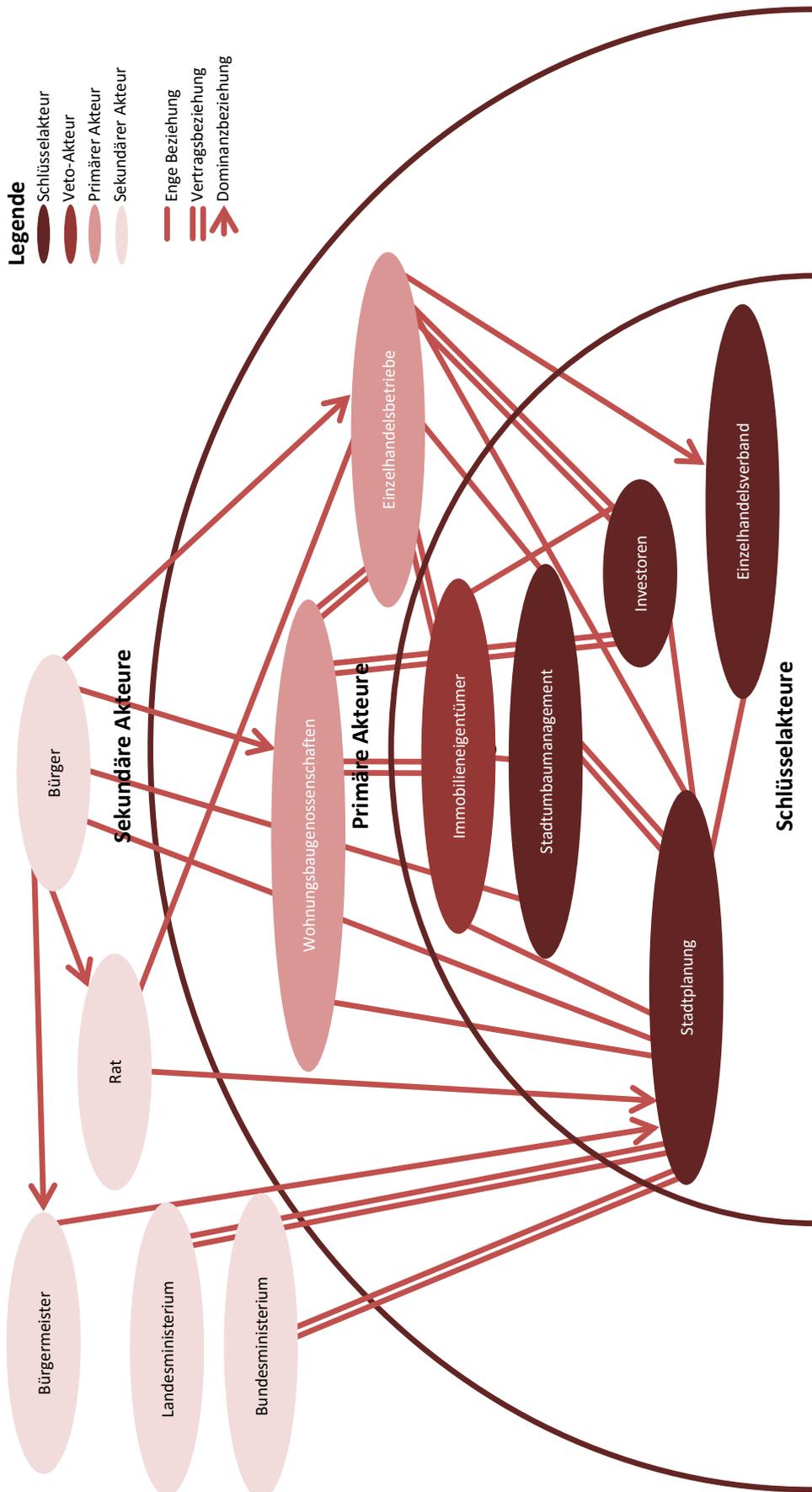
Der Rat vertritt die politischen Interessen der Bürger und hat somit auch ein Interesse an der Stärkung des Einzelhandels. Einflussmöglichkeiten bestehen mittelbar über die Verwaltung und Austausch mit den Einzelhandelsbetrieben.

Als Verwaltungsvorstand ist der Bürgermeister verantwortlich für die Tätigkeit der Stadtplanung. Gleichzeitig hat er auch ein mittelbares Interesse an der Entwicklung des Einzelhandels. Da er über andere Akteure die Stärkung des Einzelhandels im Rahmen des Stadtumbaus beeinflussen kann, ist er ebenfalls als sekundärer Akteur zu betrachten.

Das Bundesministerium und das Landesministerium stellen über das Städtebauförderungsprogramm Stadtumbau West finanzielle Mittel bereit, um den Stadtumbau zu unterstützen. Damit können sie indirekt auch im Interesse der Stärkung des Einzelhandels handeln.

Zwischen den Akteuren der einzelnen Kategorien bestehen verschiedene Verbindungen (s. Abb. 8). Diese lassen sich differenzieren in enge Beziehungen, also Information und Kommunikation, Vertragsbeziehungen, also Leistungsvereinbarungen, und Dominanzbeziehungen, in denen eine einseitige Abhängigkeit besteht.

Abb. 8: Relevante Akteursbeziehungen für das Ziel der Stärkung des Einzelhandels



Quelle: Eigene Darstellung

Zentraler Akteur ist die Stadtplanung. Sie unterhält Beziehungen zu nahezu allen anderen Akteuren. Gegenüber dem Stadtumbaumanagement fungiert sie als Auftraggeber (Stadt Lünen 2009b: 2f.). Zu den Immobilieneigentümern besteht eine enge Kommunikation mit dem Ziel, diese zu Investitionen zu motivieren. Auch die Einzelhandelsbetriebe und der Einzelhandelsverband stehen in intensivem Kontakt zur Stadtplanung, hier insbesondere, um Aktionen zu initiieren (Interview Frau Linn 18.12.2015: 3). Die Wohnungsbaugenossenschaften stimmen sich bei ihren Immobilienentwicklungen ebenfalls mit der Stadtplanung ab, um Nutzungen zu koordinieren und entsprechend den Standort aufzuwerten (ebd.). Hinzu kommt das Engagement, um Investoren für die Finanzierung der Immobilienentwicklungen zu gewinnen. Weiterhin bestehen Vertragsbeziehungen der Stadtplanung mit dem Bundesministerium und dem Landesministerium als Fördermittelgeber (#). Aufgabe gegenüber den Bürgern ist es, Informationen bereitzustellen und sie zu beteiligen (#).

Das Stadtumbaumanagement nimmt mit seinen eigenen Ressourcen gegenüber Immobilieneigentümern, Einzelhandelsbetrieben und Bürgern eine ähnliche Rolle wie die Stadtplanung wahr, um es zu unterstützen (Stadt Lünen 2009b: 3). Dabei vermittelt es zwischen Einzelhandel und Verwaltung und unterstützt Private im Kontakt mit der Verwaltung. Diese koordinative Funktion wird sowohl vom Einzelhandelsverband als auch vom Stadtumbaumanagement selbst im Experteninterview betont (Interview Herr Lewald 13.01.2016: 3; 7; Interview Herr Cüppers 20.01.2016: 5). Unterschiede bestehen darin, dass das Stadtumbaumanagement ein Stadtumbaubüro vor Ort betreibt, um in engerem Kontakt zu den anderen lokalen Akteuren zu stehen und dass es, da es durch ein spezialisiertes Planungsbüro betrieben wird, über stärkere fachliche Expertise im Stadtumbau verfügt (Stadt Lünen 2009b: 4f.).

Die Immobilieneigentümer und die Einzelhandelsbetriebe stehen in einem Vertragsverhältnis. Die Einzelhandelsbetriebe stellen darin die Mieter der Immobilieneigentümer dar. Gleichzeitig sind sie im Einzelhandelsverband organisiert und bestimmen seine Ausrichtung als ihre Interessenvertretung (City Ring 2015: 1f.). Darüber hinaus können sie mit den Wohnungsbaugenossenschaften als Mieter ein Vertragsverhältnis eingehen (Bauverein zu Lünen 2013: 2). Diese können wiederum mit den Immobilieneigentümern Kaufverträge schließen, um dann selbst als solche aufzutreten (ebd.: 1). Zudem dienen Verträge mit Investoren der Realisierung von Immobilieninstrumenten (Stadt Lünen 2013a: 3).

Über mittelbare Beziehungen sind die Bürger in den Stadtumbau und die Einzelhandelsentwicklung in Lünen involviert. Einerseits können sie als Konsumenten und damit als Kunden der Einzelhandelsbetriebe sowie als Mitglieder der Wohnungsbaugenossenschaften auftreten und diese primären Akteure beeinflussen. Andererseits wählen sie den Rat als politisches Gremium und den Bürgermeister als Verwaltungsvorstand. Diese wiederum geben die Ausrichtung der Aktivitäten der Stadtplanung vor. Dies erfolgt durch den Rat mittels Wahrnehmung der Planungshoheit, durch den Bürgermeister in Form der Funktion als verantwortlicher Leiter. Die Mitglieder des Rates pflegen darüber hinaus einen Informationsaustausch mit den Einzelhandelsbetrieben, um politisch im Sinne der Standortentwicklung zu handeln (Interview Frau Linn 18.12.2015: 3).

Im Folgenden werden die Ergebnisse der Instrumentenanalyse und der Akteursanalyse zusammengeführt. Damit lässt sich überprüfen, ob die relevanten Akteure durch die Instrumente des

Stadtumbaus ausreichend eingebunden wurden, beziehungsweise ob ihre Einstufung in der Akteursanalyse angesichts ihrer praktischen Rolle korrekt ist.

Bei der Renovierung der Ernsting-Immobilie waren der Immobilieneigentümer und ein Investor besonders relevant. Durch die Kooperationsbereitschaft des vorherigen Eigentümers sowie die Investitionsbereitschaft des Investors wurde die Realisierung erst ermöglicht (Quiring-Lategahn 2008: 4f.). Zudem mussten Einzelhandelsbetriebe als Mieter gewonnen werden, um letztlich eine Wirkung auf den Einzelhandel zu erzielen (ebd.: 1). Die Stadtplanung trat dabei als Vermittlerin zur Initiierung der Kontakte auf (Interview Frau Linn 18.12.2015: 4).

Die gleiche Akteurskonstellation wie bei der Renovierung der Ernsting-Immobilie bestand beim Zentrum für junge Mode am Christinentor (ebd.). Dadurch, dass die Fläche erheblich größer und unbebaut war, ergab sich hier jedoch ein erheblich höheres Investitionsvolumen. Somit mussten ein entsprechend finanzstarker Investor und für die Verkaufsflächen im Einzelhandel geeignete Einzelhandelsbetriebe gewonnen werden (Fischer 2009: 2; 8).

Bei der Revitalisierung der Hertie-Immobilie fungierte die Stadtplanung und wiederum als Moderator (BBSR 2012: 18). Entscheidend waren jedoch die Bereitschaft des vorherigen Immobilieneigentümers zum Verkauf, die Bereitschaft des Investors als Projektentwickler, sowie die Wohnungsbau-genossenschaft als zukünftige Eigentümerin (Stadt Lünen 2013a: 3).

Die Aufwertung der Erdgeschosszonen und Schaufenster der Einzelhandelsbetriebe sollte von den einzelnen Einzelhandelsbetrieben durchgeführt werden. Der Einzelhandelsverband konnte dabei eine koordinierende Rolle einnehmen. Durch Kommunikation mit den Adressaten bestand für das Stadtumbaumanagement die Möglichkeit, die Mitwirkung erhöhen. (Stadt Lünen 2007: 54)

Um den Ausbau der Einzelhandelsnutzungen auf der Südseite der Goldstraße zu forcieren, konnte die Stadtplanung potenzielle Interessenten kontaktieren. Adressaten des Instrumentes waren Einzelhandelsbetriebe und Immobilieneigentümer. (ebd.)

Die Gründung einer Anliegergemeinschaft für Aktionen oblag vor allem den Einzelhandelsbetrieben. Aber auch die Bürger waren gefordert, sich an dem Instrument zu beteiligen. (ebd.)

Von der Stadtplanung ging die Einrichtung des Stadtumbaumanagements als zusätzlicher Akteur aus. Sie war, insbesondere durch die Ausschreibung, somit für dieses Instrument verantwortlich. (Stadt Lünen 2009b: 3)

Um das Fassadenprogramm effektiv umzusetzen, wurde vonseiten der Stadtplanung und des Stadtumbaumanagements stetige Kommunikation betrieben. Dies richtete sich an die Immobilieneigentümer und Einzelhandelsbetriebe als potenzielle Empfänger der Förderung. Der Einzelhandelsverband setzte sich ebenfalls dafür ein, eine hohe Beteiligung unter den Adressaten zu erreichen. Involviert war in diesem Fall auch der Rat, der die finanziellen Mittel bewilligte. (Stadt Lünen 2009c: 3f.)

Der Verfügungsfonds wurde ebenso wie das Fassadenprogramm vom Rat bewilligt. Die Stadtplanung, der Einzelhandelsverband und die Einzelhandelsbetriebe waren verantwortlich für die Vergabe der

Fördermittel. Potenzielle Adressaten waren wiederum insbesondere Einzelhandelsbetriebe, aber auch Immobilieneigentümer und Bürger. (Stadt Lünen 2011a: 1f.)

Ähnlich wie beim Verfügungsfonds war die Akteurskonstellation bei der Vergabe der Pauschalmittel. Beschlossen wurde die Bereitstellung der Mittel abermals vom Rat. Die Vergabe wurde von Stadtplanung, Einzelhandelsverband und Einzelhandelsbetrieben beschlossen. Gleichzeitig waren die Einzelhandelsbetriebe wiederum Adressaten, jedoch lag der Schwerpunkt bei den Aktivitäten auf Öffentlichkeitsbeteiligung, womit die Bürger Hauptadressaten waren. Die Antragstellung erfolgte dabei über das Stadtumbaumanagement. (Stadt Lünen 2011b: 2ff.)

Die Modernisierung der Fußgängerzone wurde federführend von der Stadtplanung durchgeführt. Das Stadtumbaumanagement und der Einzelhandelsverband fungierten dabei als Vermittler, um das Instrument mit den Immobilieneigentümern und Einzelhandelsbetrieben, also den Anliegern als Betroffenen, abzustimmen (Interview Herr Lewald 13.01.2016: 7).

Die Aufwertung des Rathausumfeldes lag hauptsächlich in der Verantwortung der Stadtplanung. Da die Wohnungsbaugenossenschaft Bauverein zu Lünen als Neueigentümerin der Hertie-Immobilie die Aufwertung des öffentlichen Raumes kofinanziert, ist sie ebenfalls beteiligt. (Interview Frau Linn 18.12.2015: 5)

Unter der Regie der Stadtplanung wurde die Gestaltung der Innenstadteingänge durchgeführt. Andere Akteure waren davon nicht primär betroffen. (Stadt Lünen 2010c: 1f.)

Die Hinweisschilder zu den Betrieben und Sehenswürdigkeiten am Willy-Brandt-Platz wurden im öffentlichen Raum, also unter Veranlassung der Stadtplanung, errichtet. Daran beteiligt waren auch die Einzelhandelsbetriebe, denen dies zugutekommen sollte. (Stadt Lünen 2007: 54)

Zu den Investitionsinstrumenten im öffentlichen Raum gehörte auch die Betonung von Verbindungen durch Licht und Mobiliar. Hierfür verantwortlich war die Stadtplanung. (ebd.)

Die im städtebaulichen Entwicklungskonzept vorgesehene Aufwertung der nördlichen Marktstraße bezog sich auf den öffentlichen Raum. Daher stellt die Stadtplanung den verantwortlichen Akteur dar. (ebd.)

In Verbindung mit der Aufwertung der nördlichen Marktstraße steht der ebenfalls im städtebaulichen Entwicklungskonzept aufgeführte Bau des Lippetores in der Verlängerung der Marktstraße, der ebenfalls der Stadtplanung als Akteur oblag. (ebd.)

Die Gestaltungsleitlinien und Werbesatzung für den Stadtkern Lünen betrafen verschiedene Akteure. Sie wurden auf Veranlassung der Stadtplanung erarbeitet. Adressaten waren insbesondere die Immobilieneigentümer und Einzelhandelsbetriebe, deren Werbeanlagen und Außenaufbauten reguliert werden (Stadt Lünen 2010d: 4). Für die Kommunikation gegenüber den Adressaten war das Stadtumbaumanagement hauptverantwortlich (Interview Frau Linn 18.12.2015: 3). Der Rat war für den Beschluss der Werbesatzung Stadtkern Lünen zuständig (Stadt Lünen 2013d: 2).

In die Entscheidung der Verhinderung weiterer Einzelhandelsansiedelungen im Außenbereich, war die Stadtplanung als fachliche Stelle involviert. Aufgrund der hohen Relevanz für die Stadt-

entwicklung waren auch der Bürgermeister und der Rat daran beteiligt. Letzterer beschloss die Vorgabe mit dem städtebaulichen Entwicklungskonzept behördenverbindlich. (Interview Frau Linn 18.12.2015: 1; 3)

Bei der Ansiedelung von Freizeit-, Kultur-, Erholungs- und Wohnnutzungen, die sich zwar auf die Einzelhandelsentwicklung auswirkte, jedoch nicht direkt damit in Zusammenhang stand, waren noch weitere, nicht in der Akteursanalyse bezüglich des Einzelhandels ermittelte Akteure beteiligt. Jedoch ist ihre Einbindung für die Wirkungsanalyse bezüglich des Einzelhandels unerheblich, da sie nur peripher damit im Zusammenhang stehen. (ebd.: 1)

Tab. 6: Relevante Akteure für die Instrumente zur Stärkung des Einzelhandels

Instrument	Akteure
Renovierung der Ernsting-Immobilie	Stadtplanung/Immobilien Eigentümer/Investoren/Einzelhandelsbetriebe
Zentrum für junge Mode am Christinentor	Stadtplanung/Immobilien Eigentümer/Investoren/Einzelhandelsbetriebe
Revitalisierung der Hertie-Immobilie	Stadtplanung/Immobilien Eigentümer/Investoren/ Wohnungsbaugenossenschaften
Aufwertung der Erdgeschosszonen und Schaufenster	Stadtumbaumanagement/Einzelhandelsverband/Einzelhandelsbetriebe
Ausbau der Einzelhandelsnutzungen auf der Südseite der Goldstraße	Immobilien Eigentümer/Einzelhandelsbetriebe
Anliegergemeinschaft für Aktionen	Einzelhandelsbetriebe/Bürger
Stadtumbaumanagement	Stadtplanung/Stadtumbaumanagement
Fassadenprogramm	Stadtplanung/Stadtumbaumanagement/Einzelhandelsverband/ Immobilien Eigentümer/Einzelhandelsbetriebe/Rat
Verfügungsfonds	Stadtplanung/Einzelhandelsverband/Einzelhandelsbetriebe/Bürger/Rat
Pauschalmittel	Stadtplanung/Stadtumbaumanagement/Einzelhandelsbetriebe/Bürger/Rat
Modernisierung der Fußgängerzone	Stadtplanung/Stadtumbaumanagement/Einzelhandelsverband/ Immobilien Eigentümer/Einzelhandelsbetriebe
Aufwertung des Rathausumfeldes	Stadtplanung/Wohnungsbaugenossenschaften
Gestaltung der Innenstadteingänge	Stadtplanung
Hinweisschilder zu den Betrieben und Sehenswürdigkeiten am Willy-Brandt-Platz	Stadtplanung/Einzelhandelsbetriebe
Betonung von Verbindungen durch Licht und Mobiliar	Stadtplanung
Aufwertung der nördlichen Marktstraße	Stadtplanung
Bau des Lippetoires	Stadtplanung
Gestaltungsleitlinien und Werbesatzung für den Stadtkern Lünen	Stadtplanung/Stadtumbaumanagement/Immobilien Eigentümer/ Einzelhandelsbetriebe/Rat
Verhinderung weiterer Einzelhandelsansiedelungen im Außenbereich	Stadtplanung/Bürgermeister/Rat
Ansiedelung von Freizeit-, Kultur-, Erholungs- und Wohnnutzungen	Nicht untersucht

Quelle: Eigene Darstellung

Insgesamt spiegelt sich die Einschätzung der Einflussmöglichkeiten der Akteure auch in den Instrumenten wider (s. Tab. 6). Diese wurden in der Regel von der Stadtplanung beziehungsweise dem Stadtumbaumanagement initiiert, die in enger Kommunikation mit den übrigen Akteuren standen, was sowohl Stadtplanung als auch Einzelhandelsverband feststellen (ebd.: 3). Ein großer Teil davon zielte auf die Aktivierung der Immobilien Eigentümer, um diese als Veto-Akteure für das Ziel zu gewinnen. Adressaten waren daneben sehr häufig die Einzelhandelsbetriebe als entscheidender Faktor für die Zielerreichung. Der Einzelhandelsverband fungierte dabei als Multiplikator zwischen Stadtplanung und Einzelhandelsbetrieben. Von seiner Seite wird betont, dass die

Akteurskonstellation je nach Instrument verschieden gewesen sei (Interview Herr Lewald 13.01.2016: 3). Zu beachten ist, dass die sekundären Akteure zwar kaum explizit bei der Anwendung der einzelnen Instrumente involviert waren, jedoch über ihre jeweilige Rolle für die Gesamtmaßnahme stets Einfluss auf ihre Realisierung nahmen.

Die anhand der Indikation messbaren Wirkungen der Umsetzung der vorgestellten Instrumente werden im Folgenden dargestellt. Neben den bereits erläuterten einzelhandelsbezogenen Kennzahlen ergaben sich aus der Instrumentenanalyse noch weitere spezifische Indikatoren. Diese umfassen die umgestaltete Fläche im öffentlichen Raum, die reaktivierte Brachfläche und die sanierte Fassadenfläche.

Durch die öffentliche Hand wurde die Fußgängerzone in der Langen Straße ebenso wie umliegende 1b-Lagen umgestaltet. Dies betraf insbesondere auch das Rathausumfeld und das südliche Ende der Fußgängerzone Lange Straße, was vom Einzelhandelsverband als Aufwertung der Eingänge verzeichnet wird (ebd.: 5). Im Zuge dessen wurden im Untersuchungsgebiet zentrale Innenstadt und südliche Innenstadt etwa 25.604 m² öffentlicher Raum aufgewertet (Interview Frau Linn 18.12.2015: 2).

Mit dem Zentrum für junge Mode am Christinentor im Zuge des Stadtumbaus wurde ein Schlüsselinstrument zur Einzelhandelsentwicklung realisiert (Interview Herr Lewald 13.01.2016: 2). An dieser Stelle wurden etwa 4.880 m² Brachfläche reaktiviert. (Interview Frau Linn 18.12.2015: 2)

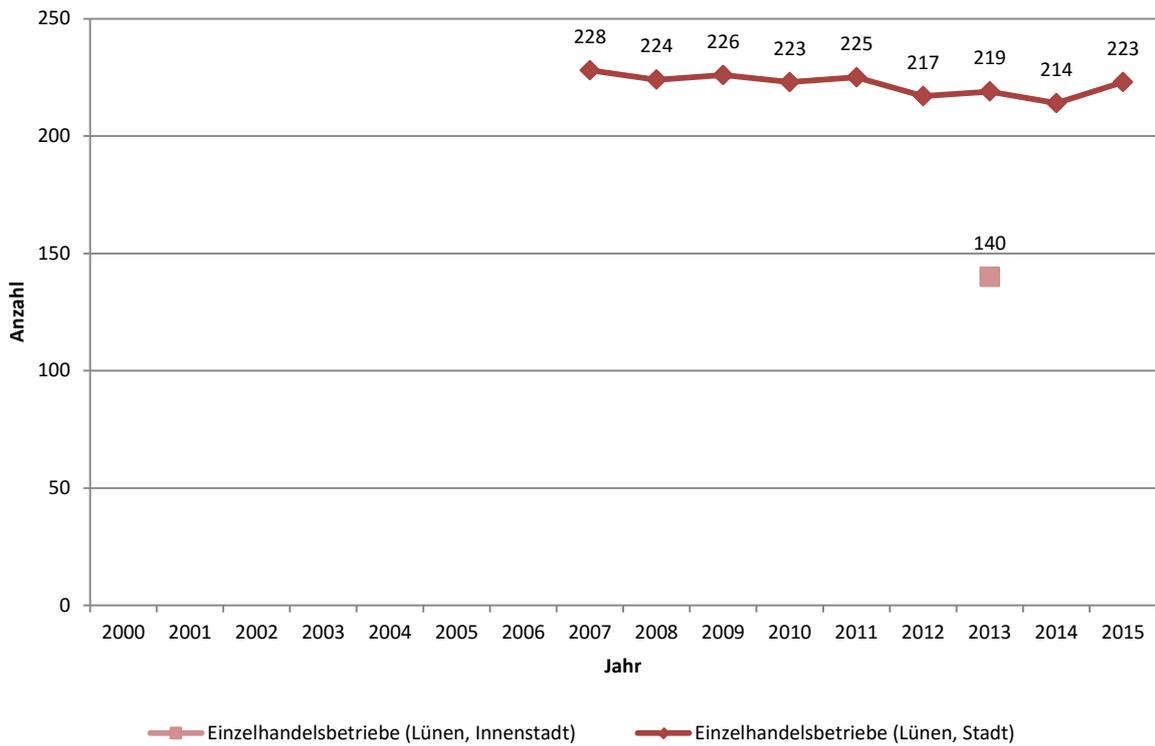
Das Fassadenprogramm richtete sich auch an die Eigentümer der Einzelhandelsimmobilien in der Lüner Innenstadt. Gefördert wurde die Renovierung von etwa 2.717,7 m² Fassadenfläche (ebd.). Auch das Stadtumbaumanagement und der Einzelhandelsverband bestätigen eine hohe Beteiligung der Anlieger am Programm (Interview Herr Cüppers 20.01.2016: 2; Interview Herr Lewald 13.01.2016: 2).

In den Gestaltungsleitlinien und Werbesatzung für den Stadtkern Lünen werden die Gestaltung von Werbeanlagen und die Nutzung von Außenbereichen durch die Einzelhandelsbetriebe normiert. Folglich wurde diese bei Änderungen der Einzelhandelsbetriebe und dem daraus folgenden Verlust des Bestandsschutzes angewendet, sodass im Verlauf des Stadtumbaus die betroffenen Anlagen und Objekte reguliert wurden. (Interview Frau Linn 18.12.2015: 2)

Über die spezifischen Indikatoren für die Instrumente im Rahmen des Stadtumbaus lassen sich auch die allgemeinen Kennziffern für die Einzelhandelsentwicklung auswerten. Damit wird der Standort aus Sicht des Einzelhandels im zeitlichen Verlauf charakterisiert.

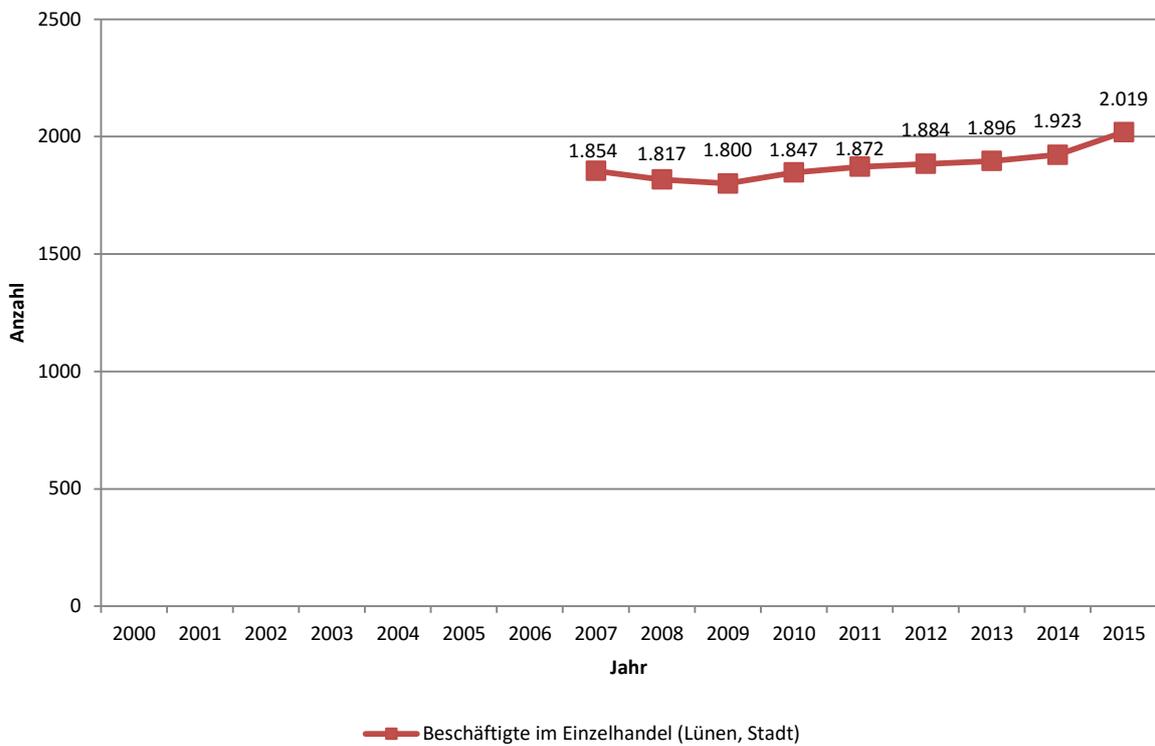
Die Zahl der Einzelhandelsbetriebe in der Stadt Lünen nahm zwischen den Jahren 2007 und 2015, also von Beginn des Stadtumbaus bis zum Untersuchungszeitpunkt, um 2,2 % ab (s. Abb. 9). Im selben Zeitraum stieg die Anzahl der Beschäftigten im Einzelhandel um 8,9 % (s. Abb. 10). Die Zahlen beziehen sich auf die Stadt Lünen, da auf Grundlage des Masterplans Einzelhandel die Entwicklung jedoch auf die Lüner Innenstadt, beschränkt wird, ist davon auszugehen, dass die Entwicklung im Stadtumbauegebiet der Lüner Innenstadt beziehungsweise im Untersuchungsgebiet zentrale Innenstadt und südliche Innenstadt überdurchschnittlich verlief. Demzufolge hätte die relative Änderungsrate der Einzelhandelsbetriebe über -2,2 % und die der Beschäftigten im Einzelhandel über 8,9 % gelegen.

Abb. 9: Einzelhandelsbetriebe



Quelle: Lünen, Innenstadt: Stadt Lünen 2013b: 1; Lünen, Stadt: BA 2015: 2

Abb. 10: Beschäftigte im Einzelhandel

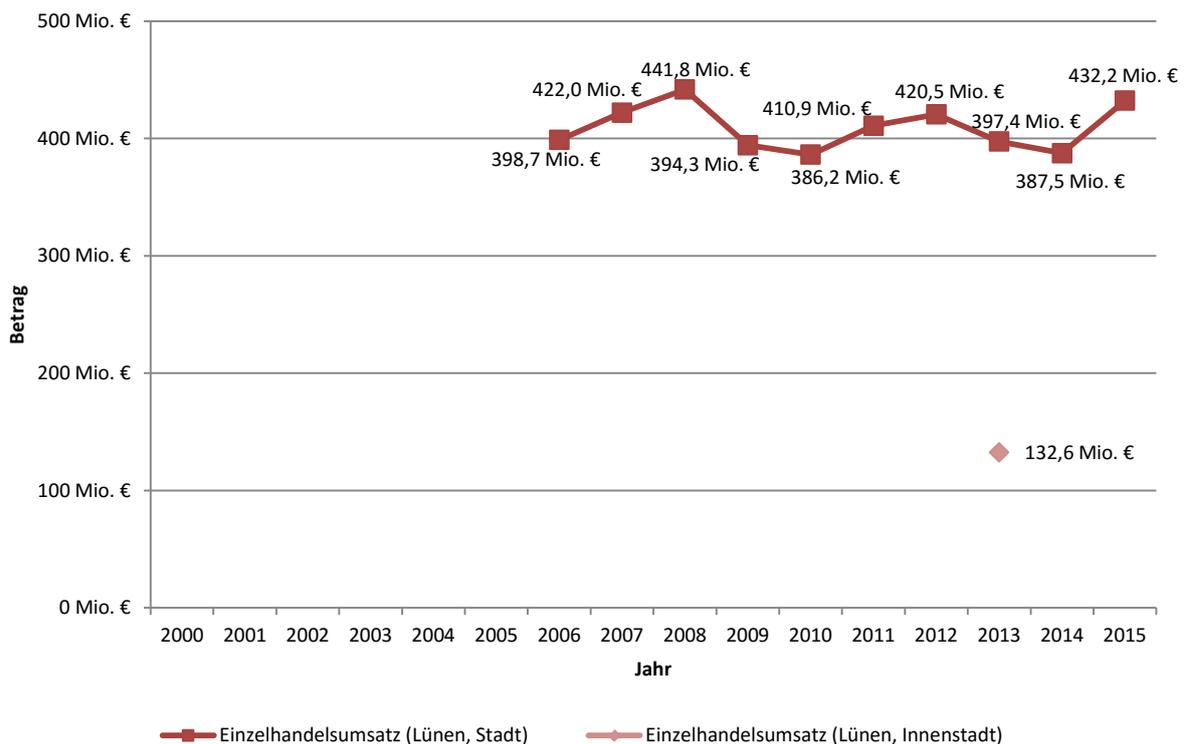


Quelle: BA 2015: 2

3.5 Wirkungsanalyse bezüglich des Einzelhandels

Der Einzelhandelsumsatz in der Stadt Lünen nahm laut GfK GeoMarketing GmbH (GfK) und MB-Research zwischen den Jahren 2006 und 2008, zwischen den Jahren 2010 und 2012 sowie vom Jahr 2014 bis zum Jahr 2015 zu, zwischen den Jahren 2008 und 2010 sowie zwischen den Jahren 2012 und 2014 dagegen ab. Damit unterlag er vierjährigen Zyklen jeweils eines zweijährigen Anstiegs gefolgt von einem zweijährigen Rückgang. Zudem bewegte er sich stetig in einem Spektrum zwischen unter 400 Mio. € und 450 Mio. €. Für die Lüner Innenstadt wurde im Jahr 2013 von der BBE Handelsberatung GmbH (BBE) ein Wert von etwa einem Drittel des Einzelhandelsumsatzes der Gesamtzahl ermittelt (s. Abb. 11)

Abb. 11: Einzelhandelsumsatz

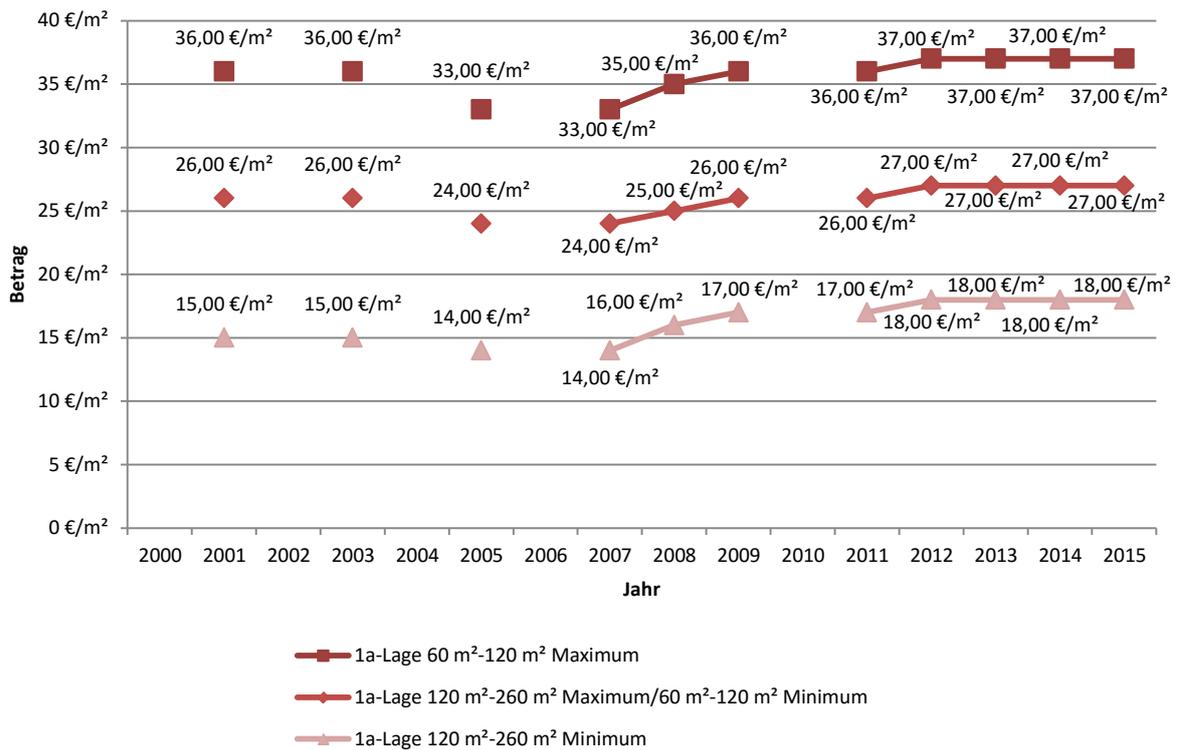


Quelle: Eigene Darstellung nach GfK 2007c: 12, 2008c: 12, 2009d: 13, 2010c: 13, 2011d: 12, 2013a: 12, 2014a: 12; MB-Research 2015d: 12 (Lünen, Stadt); BBE 2013a: 1 (Lünen, Innenstadt)

Die Verkaufsfläche im Einzelhandel nahm im Stadtumbaugebiet bis zum Untersuchungszeitpunkt um etwa 15 % gegenüber dem Beginn des Stadtumbaus im Jahr 2007 ab (Interview Frau Linn 18.12.2015: 1). Im Jahr 2013 betrug sie in der Stadt Lünen 35.000 m² (BBE 2013a: 1).

Beim Einzelhandelsmietspiegel werden sowohl die Angaben der Brockhoff & Partner Immobilien GmbH (Brockhoff) als auch des Immobilienführers von Plötz herangezogen, um fundierte Aussagen zu treffen. Laut ersterer wurde in der Langen Straße zwischen den Jahren 2005 und 2007 ein Tiefstand sowohl in der Größenklasse von 60 m²-120 m² als auch in der Größenklasse von 120 m²-260 m² erreicht, gefolgt von einem Anstieg bis zum Jahr 2012 und einer Stabilisierung seitdem (s. Abb. 12).

Abb. 12: Einzelhandelsmietspiegel (Brockhoff)

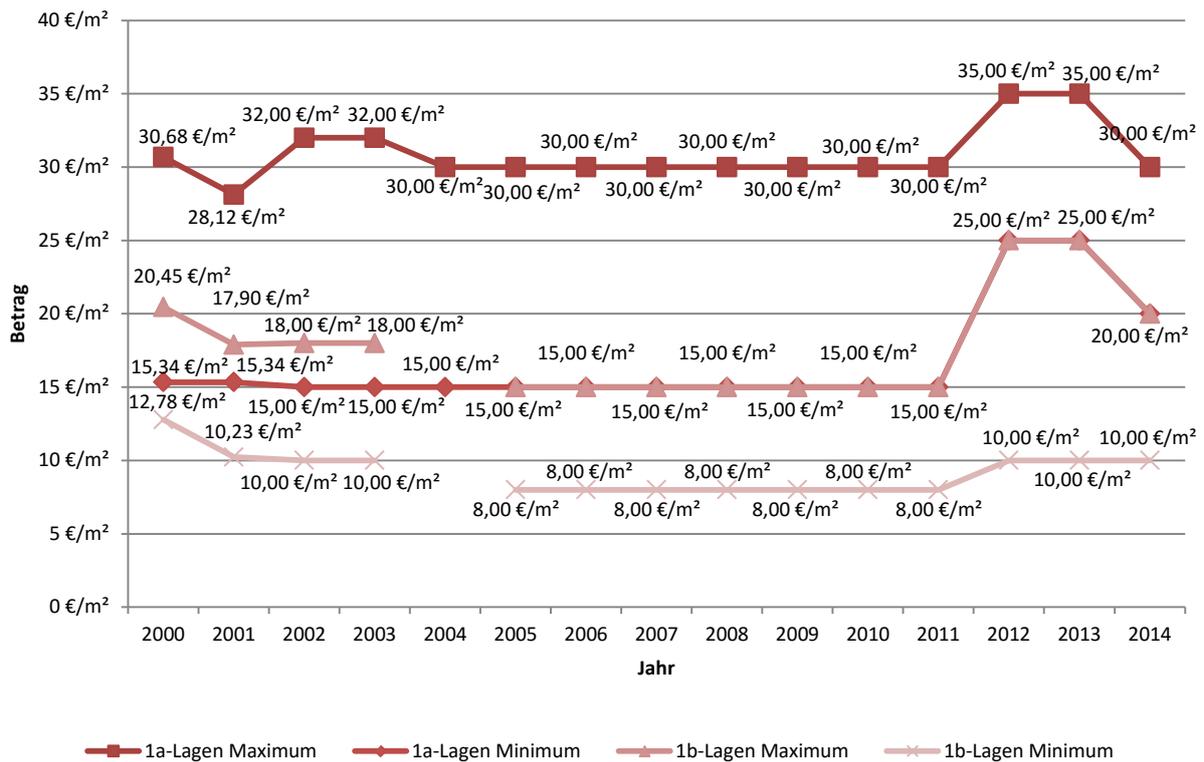


Quelle: Eigene Darstellung nach Brockhoff 2007: 1, 2008: 3, 2009: 2, 2011: 11, 2012: 11, 2013: 11, 2014b: 36, 2014c: 11, 2015: 11

Letzterer verzeichnet für die 1a-Lage, also die Lange Straße, vom Jahr 2004 bis zum Jahr 2011 einen stabilen Einzelhandelsmietspiegel. Bezogen auf die 1b-Lagen, also die übrigen Lagen im Stadtumbaugebiet, war der erzielbare Maximalwert im selben Zeitraum stabil, der untere Bereich der Spannweite sank dagegen zwischen den Jahren 2003 und 2005 und blieb dann auf diesem Niveau. Die Mieten in den Vorortlagen waren vom Jahr 2001 bis zum Jahr 2011 konstant. Zwischen den Jahren 2011 und 2012 beziehungsweise 2013 stiegen die Mieten an und sanken danach nicht wieder unter das Niveau vom Jahr 2011 ab. Vielmehr blieben die Minimalwerte für alle Lagetypen gegenüber den jeweiligen Werten aus dem Jahr 2011 erhöht (s. Abb. 13).

3.5 Wirkungsanalyse bezüglich des Einzelhandels

Abb. 13: Einzelhandelsmietspiegel (Plötz)



Quelle: Eigene Darstellung nach Plötz 2001: 589ff., 2002: 591ff., 2003: 583ff., 2004: 579ff., 2005: 577ff., 2006: 569ff., 2007: 567ff., 2008: 577ff., 2009: 595ff., 2010: 609ff., 2011: 609ff., 2012: 641ff., 2013: 621ff., 2014: 609ff., 2015: 605ff.

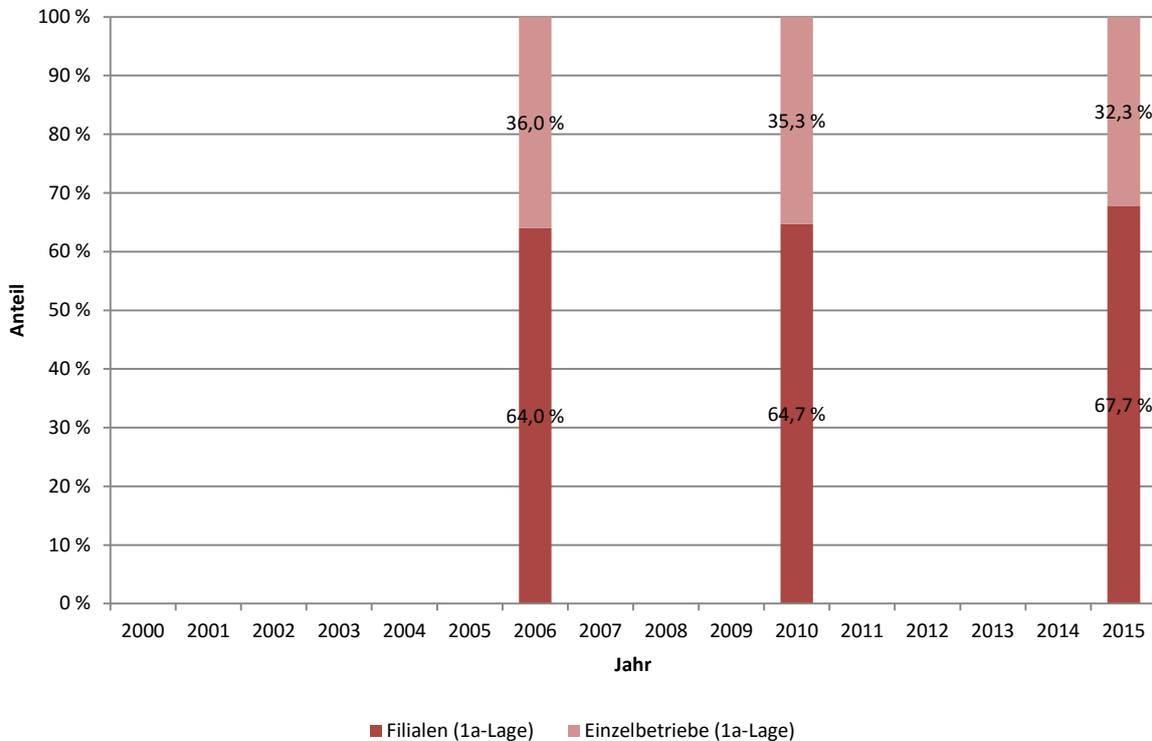
Einhellig wird von allen Interviewpartnern konstatiert, dass der im Jahr 2007 noch bestehende strukturelle Leerstand im Einzelhandel in der 1a-Lage sich bis zum Untersuchungszeitpunkt auflöste (Interview Frau Linn 18.12.2015: 2; Interview Herr Cüppers 20.01.2016: 3; Interview Herr Lewald 13.01.2016: 6). In der 1b-Lage dagegen war im selben Zeitraum ein Anstieg (Interview Frau Linn 18.12.2015: 2; Interview Herr Cüppers 20.01.2016: 3) beziehungsweise zumindest Fortbestehen (Interview Herr Lewald 13.01.2016: 6) des Leerstands zu verzeichnen.

Gegenüber dem Jahr 2007 erhöhte sich Passantenfrequenz am Einzelhandelsstandort laut Stadtplanung am nördlichen und südlichen Ende der Langen Straße laut Stadtplanung (Interview Frau Linn 18.12.2015: 2), beziehungsweise am südlichen Ende der Langen Straße laut Stadtumbaumanagement (Interview Herr Cüppers 20.01.2016: 3). Zu Beginn des Stadtumbaus betrug sie an diesen Stellen durchschnittlich 1.600 Passanten pro Stunde am nördlichen und 859 Passanten pro Stunde am südlichen Ende (Stadt Lünen 2007: 28). Vom Stadtumbaumanagement wird eine Differenzierung dahingehend vorgenommen, dass die Passantenfrequenz am Einzelhandelsstandort ab dem späten Nachmittag deutlich abnehme (Interview Herr Cüppers 20.01.2016: 6), sowie dass sie sich an Wochenmarkttagen deutlich erhöhe (ebd.: 7).

Nahezu unverändert blieb der Filialisierungsgrad im Einzelhandel in der Langen Straße laut Brockhoff sowie in Ergänzung laut eigener Erhebung. Er stieg vom Jahr 2006 bis zum Jahr 2010 um 0,7 Prozentpunkte und bis zum Jahr 2015 um weitere 3,4 Prozentpunkte an (s. Abb. 14). Der Einzelhandelsverband bestätigt in seiner Einschätzung, dass Lünen ein attraktiver Standort sowohl für Filialbetriebe als auch für Einzelbetriebe im Bestand und bei Neuansiedelungen ist (Interview Herr Lewald 13.01.2016: 2; 5). Auch das Stadtumbaumanagement konstatiert, „dass weiterhin inhaber-

geführte Geschäfte vorhanden sind im Bestand“ (Interview Herr Cüppers 20.01.2016: 3) und somit der als Unterziel in der wirtschaftlichen Dimension des Ziels der Stärkung des Einzelhandels ausgegebene Erhalt des kleinteiligen Besatzes gelungen sei (ebd.: 6).

Abb. 14: Filialisierungsgrad im Einzelhandel

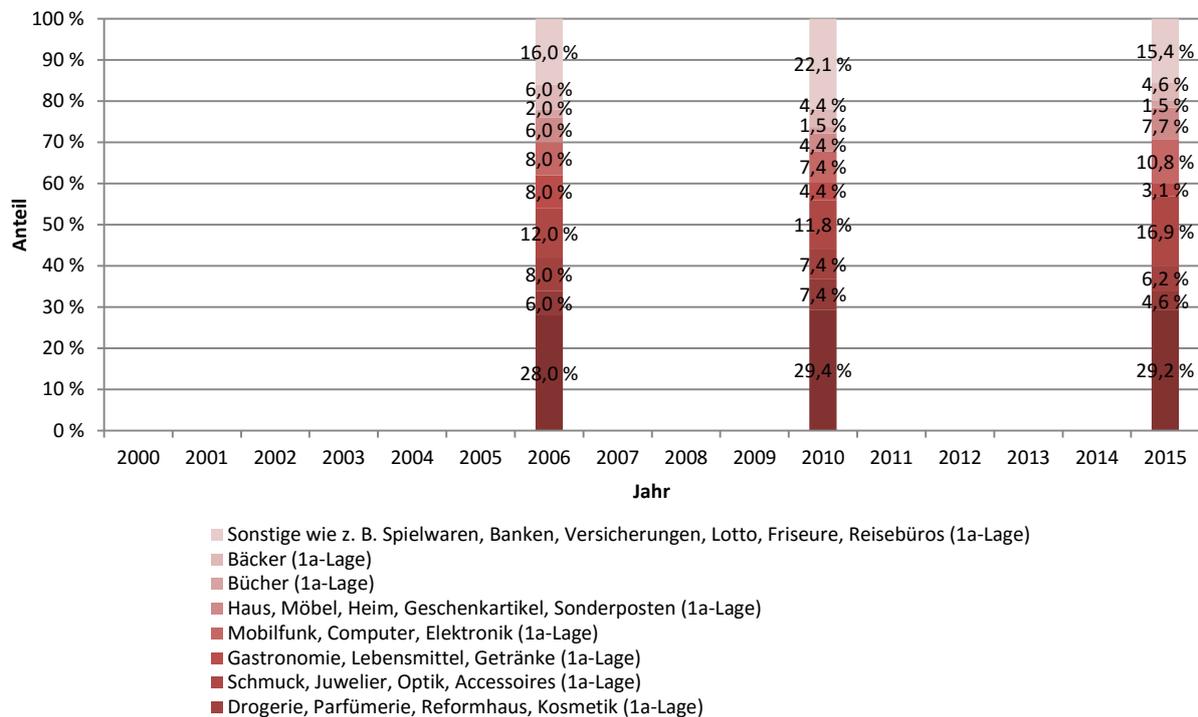


Quelle: Eigene Darstellung nach Brockhoff 2006: 36f. (2006); Brockhoff 2010: 52f. (2010); Eigene Erhebung s. Anhang (2015)

Bei den Sortimenten im Einzelhandel lassen sich zwischen den Jahren 2006 und 2010, ebenfalls laut Brockhoff, vier signifikante Veränderungen erkennen (s. Abb. 15). So erhöhte sich der Anteil von Textilien, Lederwaren sowie Schuhe um jeweils 1,4 Prozentpunkte. Der Anteil von Gastronomie, Lebensmittel, Getränke halbierte sich dagegen nahezu, hinzu kam der um 1,6 Prozentpunkte gesunkene Anteil der Bäcker. Gleichermaßen verringerte sich der Anteil von Haus, Möbel, Heim, Geschenkartikel, Sonderposten. Den mit 6,1 Prozentpunkten stärksten Anstieg verzeichneten dagegen Sonstige wie z. B. Spielwaren, Banken, Versicherungen, Lotto, Friseure, Reisebüros. Die Erhöhung des Anteils von Textilien, Lederwaren wird auch von allen Interviewpartnern hervorgehoben und bestätigt sich in der eigenen Erhebung (Interview Frau Linn 18.12.2015: 2; Interview Herr Lewald 13.01.2016: 5; Interview Herr Cüppers 20.01.2016: 6).

3.6 Kausalanalyse bezüglich des Einzelhandels

Abb. 15: Sortiment im Einzelhandel



Quelle: Eigene Darstellung nach Brockhoff 2006: 36 (2006); Brockhoff 2010: 52 (2010); Eigene Erhebung s. Anhang (2015)

Insgesamt werden sowohl von Stadtplanung (Interview Frau Linn 18.12.2015: 2) als auch vom Stadtumbaumanagement (Interview Herr Cüppers 20.01.2016: 7) und vom Einzelhandelsverband (Interview Herr Lewald 13.01.2016: 2; 4) eine bessere Außendarstellung des Lüner Einzelhandels und eine erhöhte Attraktivität für Konsumenten festgestellt. Inwieweit diese und die einzelnen Wirkungen auf die Instrumente im Rahmen des Stadtumbaus zurückzuführen sind, soll in der Kausalanalyse ermittelt werden.

3.6 Kausalanalyse bezüglich des Einzelhandels

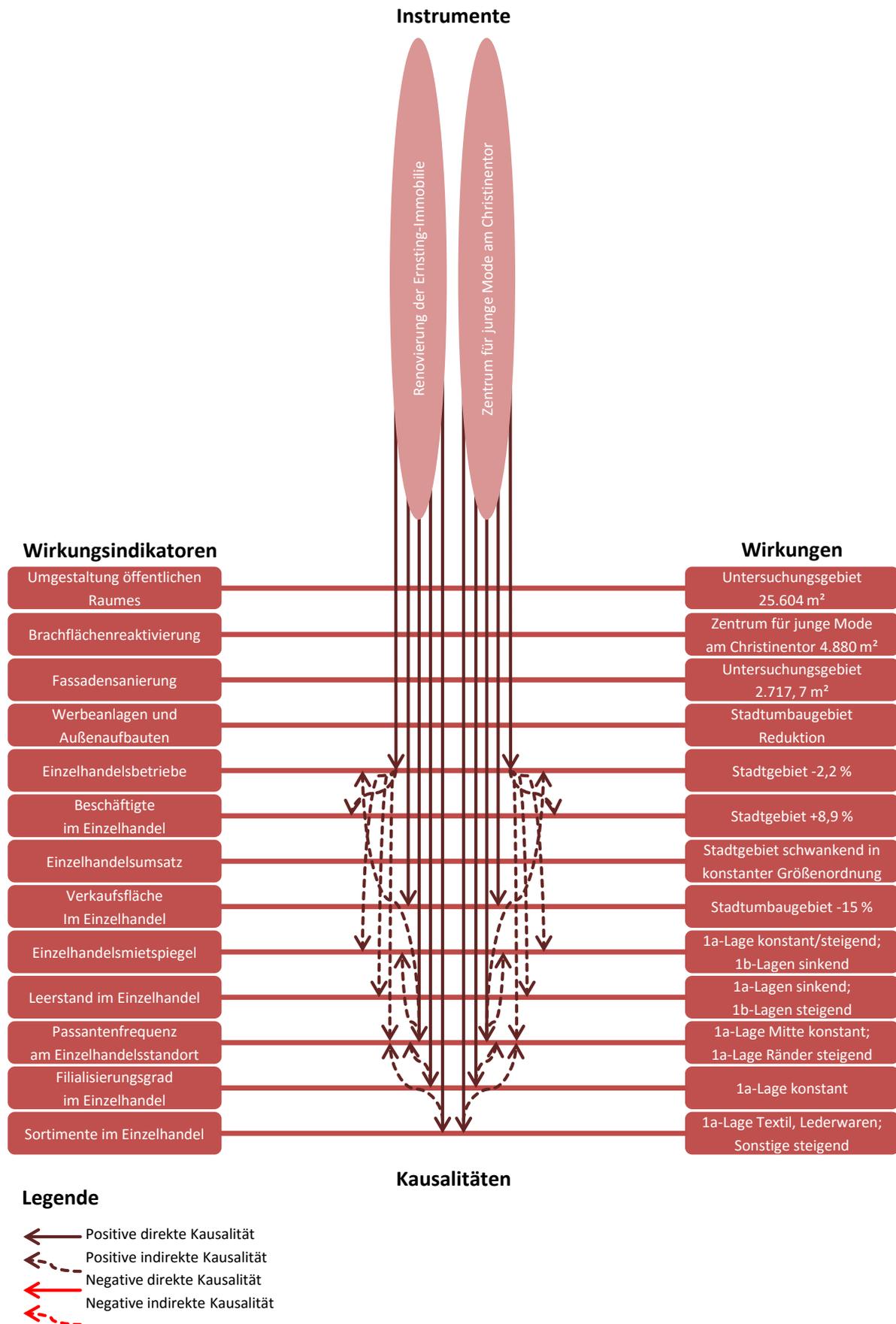
Ausgehend von den einzelnen Instrumenten des Stadtumbaus in der Lüner Innenstadt lassen sich verschiedene Kausalketten nachvollziehen. Dies erfolgt zum Teil auf Grundlage logischer Schlüsse, beruht jedoch vor allem auf den Einschätzungen der Interviewpartner. Zur Überprüfung werden externe Faktoren auf ihren Einfluss einbezogen.

Die erste Kausalkette hinsichtlich der Wirkung des Stadtumbaus auf die Einzelhandelsentwicklung in der zentralen und südlichen Lüner Innenstadt geht von den Instrumenten der Renovierung der Ernsting-Immobilie und des Zentrums für junge Mode am Christinentor aus und umfasst damit die Einzelhandelsansiedelung (s. Abb. 16). Vom Einzelhandelsverband wird ihnen aufgrund der Ansiedelung von Einzelhandelsbetrieben eine Schlüsselbedeutung für die Einzelhandelsentwicklung zugeschrieben (ebd.: 3f.). Das Stadtumbaumanagement nennt zumindest erstere als Einflussfaktor (Interview Herr Cüppers 20.01.2016: 3). Der Flächenzuschnitt habe die Ansiedelung von Filialbetrieben des Sortimentes im Einzelhandel Textil, Lederwaren erst ermöglicht, da die vorhandenen Ladenlokale dafür zu klein gewesen seien (ebd.: 2). Gleichzeitig habe die Fassadengliederung und die

dennoch erfolgte Unterteilung in mehrere Ladenlokale einen Beitrag zum Unterziel des Erhalts des kleinteiligen Besatzes in der wirtschaftlichen Dimension des Ziels der Stärkung des Einzelhandels geleistet (ebd.: 6), was auch von der Stadtplanung angeführt wird (Interview Frau Linn 18.12.2015: 4). Der dort angesiedelte Einzelhandel bewirkte eine Erhöhung der Anzahl der Einzelhandelsbetriebe und der Beschäftigten im Einzelhandel im Untersuchungsgebiet. Allen Interviewpartnern zufolge erhöhte sich die Passantenfrequenz am Einzelhandelsstandort im Bereich des Zentrums für junge Mode am Christinentor (ebd.; Interview Herr Cüppers 20.01.2016: 2; Interview Herr Lewald 13.01.2016: 3f.). Aufgrund des zu erwartenden erhöhten Kundenaufkommens für Einzelhandelsbetriebe ist laut Stadtplanung dort ein breiteres Angebot entstanden (Interview Frau Linn 18.12.2015: 2), was den Anstieg der Sortimente Sonstige im Einzelhandel erklären würde. Dieser Folgeeffekt kann sich wiederum in einer gestiegenen Anzahl an Einzelhandelsbetrieben und Beschäftigten im Einzelhandel widerspiegeln. Auch der erhöhte Einzelhandelsmietspiegel und der verringerte Leerstand im Einzelhandel in der 1a-Lage (s. Kap. 3.6) ließen sich auf diese Attraktivitätserhöhung zurückführen. Dagegen wurde die Verkaufsfläche im Einzelhandel entgegen dem Trend im Stadtumbaugebiet durch die baulichen Instrumente erhöht.

3.6 Kausalanalyse bezüglich des Einzelhandels

Abb. 16: Kausalkette Einzelhandelsansiedlung

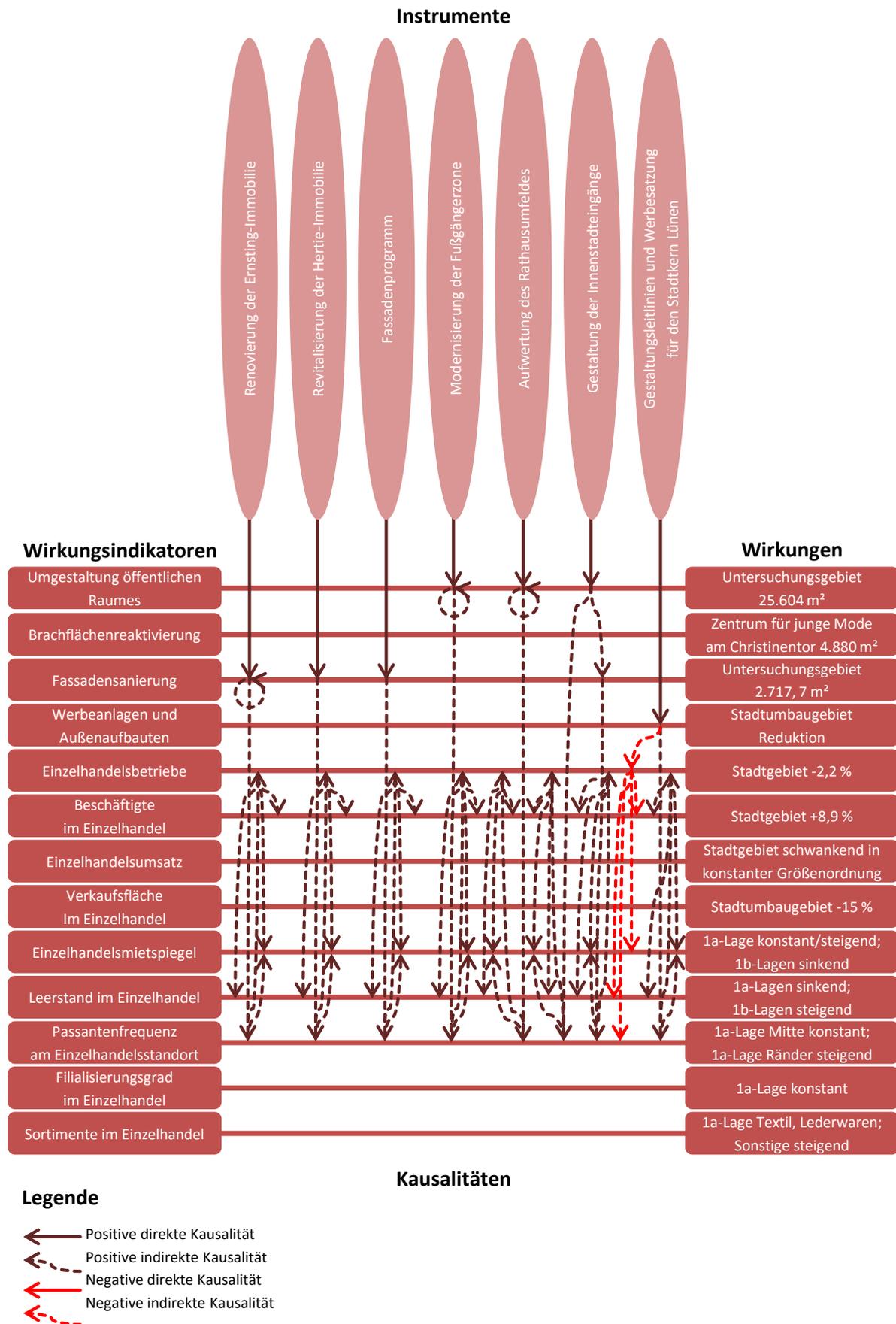


Quelle: Eigene Darstellung

Auf den Städtebau bezieht sich die zweite Kausalkette (s. Abb. 17). Vom Einzelhandelsverband wird der Renovierung der Ernsting-Immobilie mit der Sanierung der Fassade auch eine Impulswirkung für die Fassadensanierung der umliegenden Immobilien zugeschrieben (Interview Herr Lewald 13.01.2016: 3). Auch die Revitalisierung der Hertie-Immobilie leistet laut Einzelhandelsverband über die Sanierung der Fassade dort einen Beitrag zur Verbesserung des optischen Eindrucks (ebd.: 4). Vom Stadtumbaumanagement wird hinzugefügt, dass über die Reduktion der Baumasse ebenfalls der optische Eindruck über „eine andere vertikale Aufteilung“ (Interview Herr Cüppers 20.01.2016: 6) verbessert werde. Als ausschlaggebend für zahlreiche weitere Fassadensanierungen und die Aufwertung von Ladenlokalen wird von allen Interviewpartnern das Fassadenprogramm angesehen (Interview Frau Linn 18.12.2015: 4; Interview Herr Cüppers 20.01.2016: 2; Interview Herr Lewald 13.01.2016: 2). Die Aufwertung des öffentlichen Raumes als Kernaufgabe der öffentlichen Hand im Hauptgeschäftszentrum erhöhte über die Investitionen die Attraktivität des Stadtbildes der Stadtplanung und dem Stadtumbaumanagement zufolge ebenfalls (Interview Frau Linn 18.12.2015: 4; Interview Herr Cüppers 20.01.2016: 5). Dies umfasst die Instrumente der Modernisierung der Fußgängerzone, der Aufwertung des Rathausumfeldes und der Gestaltung der Innenstadteingänge. Gleichzeitig animierten die öffentlichen Investitionen die Einzelhandelsbetriebe und Immobilieneigentümer laut allen interviewten Experten dazu, ihrerseits die Einzelhandelsimmobilien aufzuwerten sowie einen Beitrag zur attraktiveren Ausstattung des öffentlichen Raumes zu leisten, womit sie einen Multiplikatoreffekt auslösten (Interview Frau Linn 18.12.2015: 5; Interview Herr Cüppers 20.01.2016: 2; Interview Herr Lewald 13.01.2016: 3). Zu den baulichen Instrumenten hinzu kommen die Gestaltungsleitlinien und Werbesatzung für den Stadtkern Lünen, mit denen der Stadtplanung zufolge durch eine Reduktion der Werbeanlagen und Außenaufbauten das Stadtbild verbessert worden sei (Interview Frau Linn 18.12.2015: 4). Aus der Verbesserung des Stadtbildes durch die genannten Instrumente lässt sich aus Sicht des Stadtumbaumanagements (Interview Herr Cüppers 20.01.2016: 2) eine erhöhte Attraktivität für Besucher und damit eine Auswirkung auf die Steigerung der Passantenfrequenz am Einzelhandelsstandort ableiten. Aufgrund einer erhöhten Attraktivität kann dann angenommen werden, dass Einzelhandelsbetriebe sich angesiedelt und damit die Zahl der Beschäftigten im Einzelhandel gesteigert haben, was sich jedoch nicht anhand der Indikatoren überprüfen lässt (s. Kap. 3.5). Eine gestiegene Anzahl an Einzelhandelsbetrieben würde als Ausdruck erhöhter Nachfrage wiederum den gestiegenen Einzelhandelsmietspiegel in der 1a-Lage und den gesunkenen Leerstand im Einzelhandel dort erklären. Nicht ausgeschlossen wird sowohl vonseiten der Stadtplanung als auch des Stadtumbaumanagements eine Wirkung der Gestaltungsleitlinien und Werbesatzung für den Stadtkern Lünen als Hemmnis für einzelne Ansiedlungen von Einzelhandelsbetrieben (Interview Frau Linn 18.12.2015: 4; Interview Herr Cüppers 20.01.2016: 5). In der Folge würden als gegenläufige Wirkung die Anzahl der Einzelhandelsbetriebe und der Beschäftigten im Einzelhandel und dadurch wiederum der Leerstand im Einzelhandel, der Einzelhandelsmietspiegel und die Passantenfrequenz am Einzelhandelsstandort negativ beeinflusst. Das Ausbleiben einzelner Ansiedlungen gehe jedoch mit einer positiven Entwicklung des gesamten Einzelhandels in der Lünen Innenstadt einher.

3.6 Kausalanalyse bezüglich des Einzelhandels

Abb. 17: Kausalkette Städtebau

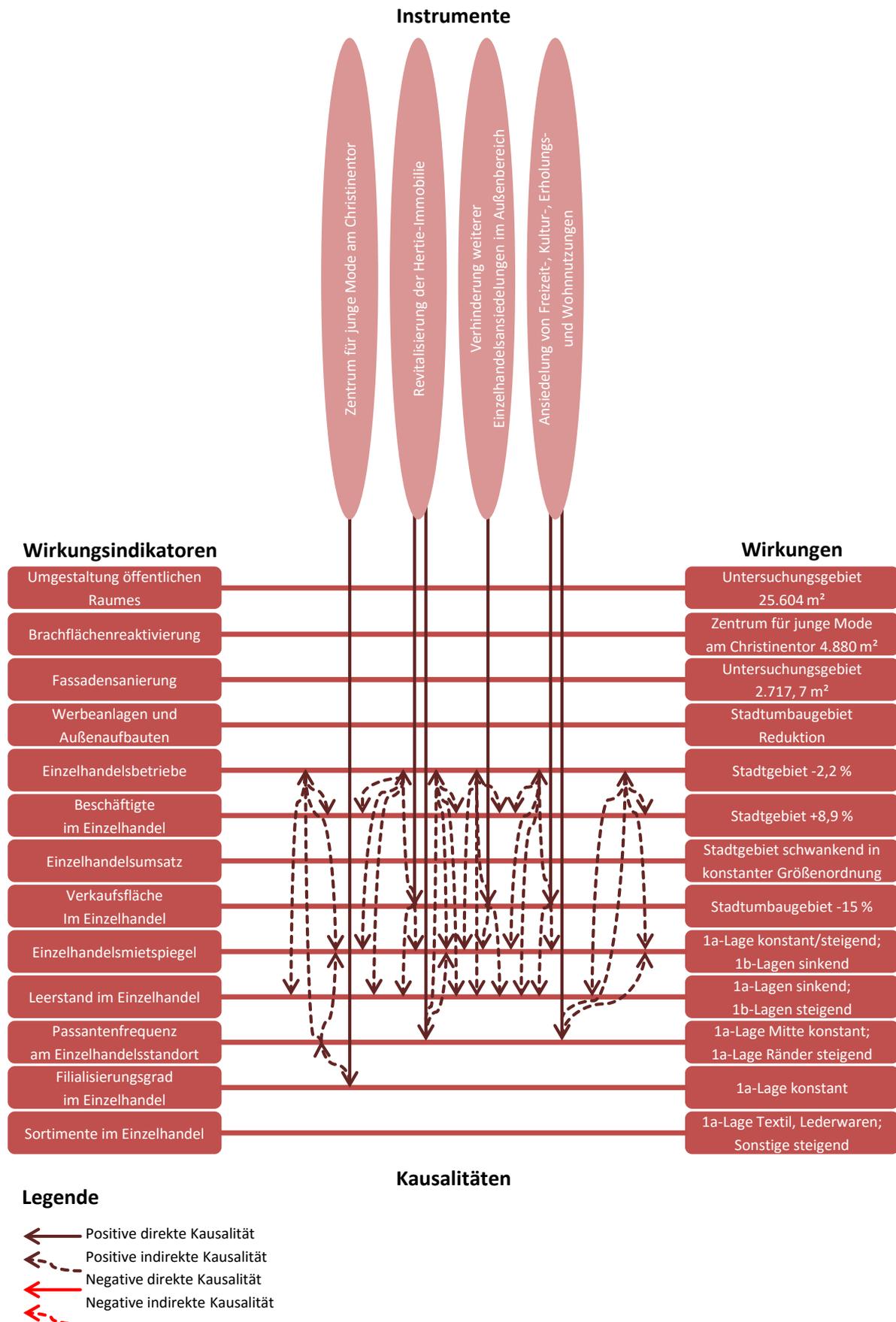


Quelle: Eigene Darstellung

In der dritten Kausalkette wird die Nutzungsbeeinflussung betrachtet (s. Abb. 18). Der infolge der Ansiedelung von Filialisten im Zentrum für junge Mode am Christinentor stabilisierte Filialisierungsgrad im Einzelhandel wirkt sich laut Einzelhandelsverband auch positiv auf die Passantenfrequenz am Einzelhandelsstandort aus (Interview Herr Lewald 13.01.2016: 5). Dadurch ist von einem positiven Einfluss auf den Einzelhandelsmietspiegel in der 1a-Lage, einer verstärkten Ansiedelung von Einzelhandelsbetrieben aufgrund des gesteigerten Kundenaufkommens, einer steigenden Anzahl an Beschäftigten im Einzelhandel und verringerten Leerstand im Einzelhandel, wie in der 1a-Lage auch zu beobachten, auszugehen. Der Zuwachs an Einzelhandelsbetrieben würde sich wiederum positiv auf Passantenfrequenz am Einzelhandelsstandort und Einzelhandelsmietspiegel auswirken. Durch den verringerten Leerstand im Einzelhandel würde der Einzelhandelsmietspiegel positiv beeinflusst. Bei der Revitalisierung der Hertie-Immobilie wird eine Einzelhandelsimmobilie hauptsächlich als Wohn- und Büroimmobilie umgenutzt. Damit reduziert sich laut Stadtplanung die Verkaufsfläche im Einzelhandel in der Lüner Innenstadt, es wird indirekt der Leerstand in den 1b-Lagen reduziert (Interview Frau Linn 18.12.2015: 4). Dies kann wiederum einen positiven Effekt auf den Einzelhandelsmietspiegel haben. Gleichzeitig wird durch die neue Nutzung ebenso wie durch die Instrumente zur Nutzungsmischung, die den anderen Zielen des Stadtumbaus in der Lüner Innenstadt zuzuordnen sind, eine Erhöhung der Passantenfrequenz am Einzelhandelsstandort bewirkt (ebd.: 1). Diese wiederum kann die Anzahl der Einzelhandelsbetriebe und der Beschäftigten im Einzelhandel steigern, den Leerstand im Einzelhandel verringern, den Einzelhandelsmietspiegel und wiederum die Passantenfrequenz am Einzelhandelsstandort erhöhen. Ebenso wie bei der Revitalisierung der Hertie-Immobilie wird auch hierbei die Verkaufsfläche im Einzelhandel durch Umnutzung reduziert, so die Stadtplanung (ebd.), und es wird der Leerstand im Einzelhandel reduziert sowie der Einzelhandelsmietspiegel durch ein verringertes Angebot auf dem Immobilienmarkt heraufgesetzt. Von der Verhinderung weiterer Einzelhandelsansiedelungen im Außenbereich, die der Stadtplanung (ebd.: 4) und dem Stadtumbaumanagement (Interview Herr Cüppers 20.01.2016: 6) zufolge erreicht wurde, kann als direkte Folgen auf eine Erhöhung der Passantenfrequenz am Einzelhandelsstandort und des Einzelhandelsmietspiegels sowie die Verringerung des Leerstandes im Einzelhandel im Untersuchungsgebiet geschlossen werden, da dort der Hauptversorgungsbereich für Konsumenten konzentriert wird. Die stärkere Passantenfrequenz am Einzelhandelsstandort wiederum kann einen positiven Effekt auf die Anzahl der Einzelhandelsbetriebe und der Beschäftigten im Einzelhandel und den Leerstand im Einzelhandel mit Rückwirkungen auf den Einzelhandelsmietspiegel und wiederum die Passantenfrequenz am Einzelhandelsstandort nach sich ziehen.

3.6 Kausalanalyse bezüglich des Einzelhandels

Abb. 18: Kausalkette Nutzungsbeeinflussung



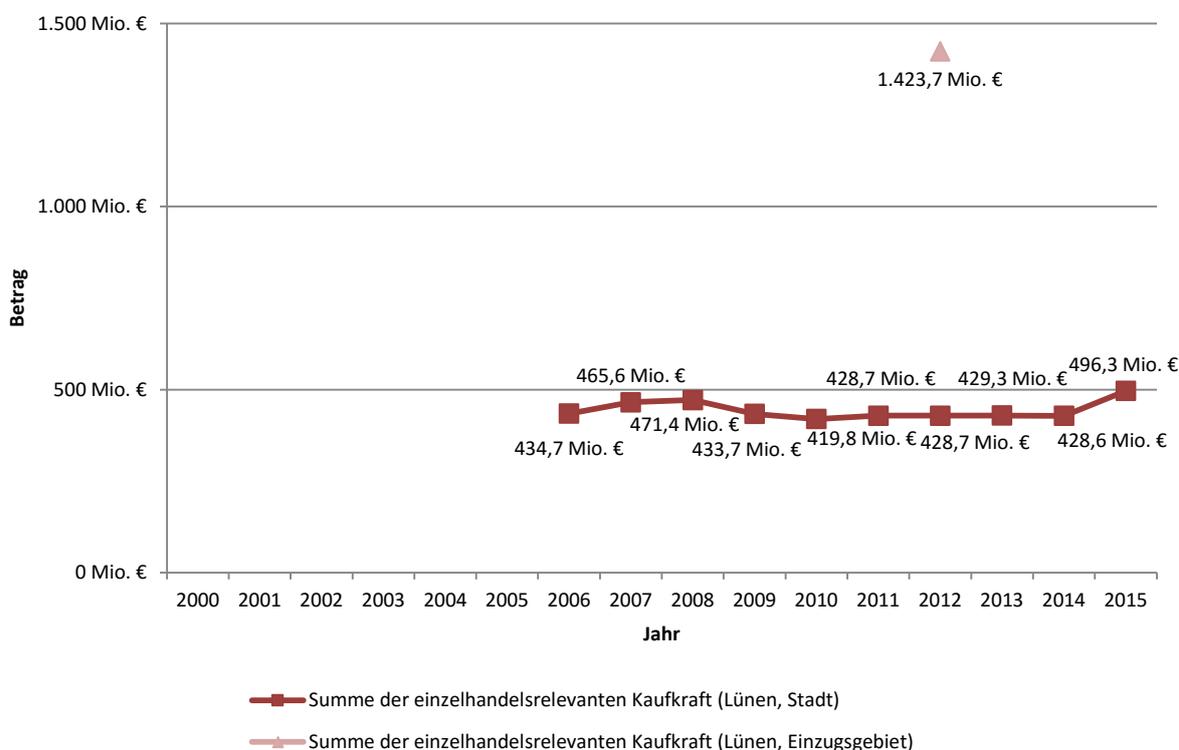
Nicht direkt in die Kausalketten einbezogen ist das Stadtumbaumanagement. Jedoch wirkte es indirekt besonders in der Kausalkette der städtebaulichen Änderungen. So wurde laut eigener Aussage die Beteiligung der Immobilieneigentümer am Fassadenprogramm erhöht (Interview Herr Cüppers 20.01.2016: 2), sodass von einer höheren Wirksamkeit des Instrumentes innerhalb der Kausalkette auszugehen wäre. Auch die Rolle beim Instrument der Modernisierung der Fußgängerzone wird von allen interviewten Experten hervorgehoben. Durch Kommunikation mit den Einzelhandelsbetrieben und Koordination der öffentlichen Investitionen konnte demzufolge die Realisierung vereinfacht und beschleunigt werden, was letztlich auch den Effekt in der Kausalkette erhöht haben sollte (Interview Frau Linn 18.12.2015: 3; Interview Herr Cüppers 20.01.2016: 4; Interview Herr Lewald 13.01.2016: 3). Darüber hinaus war das Stadtumbaumanagement nach eigener Aussage auch an der Organisation von Veranstaltungen beteiligt, die nicht im Rahmen des Stadtumbaus durchgeführt wurden, etwa bei der Teilnahme am Wettbewerb Ab in die Mitte! Die City-Offensive NRW. Somit wäre der positive externe Einfluss (s. u.) durch das Stadtumbaumanagement teilweise internalisiert worden und daher in der Kausalanalyse dem Stadtumbau zuzuordnen (Interview Herr Cüppers 20.01.2016: 8).

3.6 Kausalanalyse bezüglich des Einzelhandels

Zusätzlich zu den direkt durch die Instrumente der Gesamtmaßnahme ausgelösten Wirkungen sind auch externe Faktoren hinsichtlich ihres Einflusses auf die Einzelhandelsentwicklung zu untersuchen. Diese erfüllen den Zweck alternativer Erklärungen zur Stärkung der internen Validität der Fallstudie (s. Kap. 2.4). Einerseits wird die Entwicklung von Auslöserindikatoren (s. Kap. 2.5.3) als dynamische externe Faktoren ausgewertet, andererseits werden statische externe Faktoren berücksichtigt.

Die Summe der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft in der Stadt Lünen nahm zwischen den Jahren 2006 und 2008, 2010 und 2011 sowie 2014 und 2015 zu, zwischen den Jahren 2008 und 2010 sowie 2013 und 2014 dagegen ab (s. Abb. 19). Damit unterlag sie, in geringerer Ausprägung, aber bezüglich der Dynamik nahezu gleich, derselben zyklischen Entwicklung wie der Einzelhandelsumsatz. Hinzu kommt, dass der Betrag dabei stets zwischen etwa 400 Mio. € und 500 Mio. € und damit in einer vergleichbaren Größenordnung wie der Einzelhandelsumsatz lag. Daher kann von einer Kausalität dahingehend ausgegangen werden, dass die Entwicklung des Einzelhandelsumsatzes von der Entwicklung der Summe der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft abhängt. Zudem fällt eine Übereinstimmung der Minima des Einzelhandelsumsatzes in den Jahren 2010 und 2014 mit Minima der Anzahl der Einzelhandelsbetriebe in der Stadt Lünen auf. Hierfür erscheinen als alternative Erklärung allgemeine Umstände schlüssig, also die konjunkturelle Entwicklung, die sich auf die Einzelhandelsentwicklung ausgewirkt hat. Im Umkehrschluss ist ein Einfluss der untersuchten Stadtumbaumaßnahme auf den Einzelhandelsumsatz in der Lünen Innenstadt nicht zu belegen.

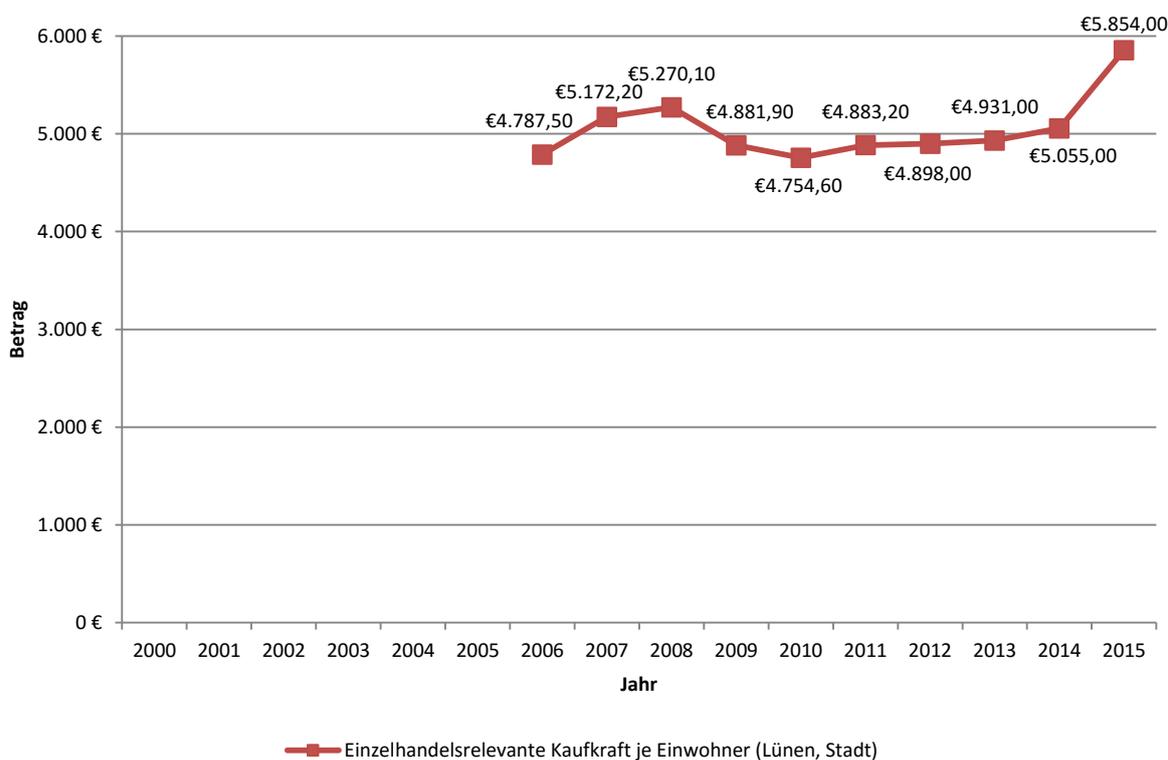
Abb. 19: Summe der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft



Quelle: Eigene Darstellung nach GfK 2007b: 13, 2008a: 13, 2009b: 12, 2010a: 12, 2011a: 13, 2013c: 12, 2014c: 12; MB-Research 2015b: 12 (Lünen, Stadt); BBE 2013b: 1

Bei der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft je Einwohner in der Stadt Lünen war zwischen den Jahren 2008 und 2010 ein Rückgang zu verzeichnen, zwischen den Jahren 2006 und 2008 sowie zwischen den Jahren 2010 und 2015 dagegen ein Anstieg (s. Abb. 20). Insbesondere der stärkere Anstieg zwischen den Jahren 2014 und 2015 wirkte sich offenbar auf den Einzelhandelsumsatz aus, wohingegen die positive Entwicklung zuvor vom Rückgang der Einwohnerzahl kompensiert wurde, sodass die Summe der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft zwischen den Jahren 2011 und 2014 nahezu stabil war (s. Abb. 19). Diese Einschätzung wird auch vonseiten der Stadtplanung vorgenommen (Interview Frau Linn 18.12.2015: 4). Die sich durch den demografischen Wandel langfristig verringernde Summe der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft, die nur konjunkturelle Zyklen kurzfristig ansteigt, ist als negativer externer Einfluss auf die Einzelhandelsentwicklung zu betrachten, sodass die von allen interviewten Experten konstatierte Erhöhung der Attraktivität der Lüner Innenstadt (ebd.: 2; Interview Herr Cüppers 20.01.2016: 6; Interview Herr Lewald 13.01.2016: 4) positiv zu bewerten ist, was auf den Stadtumbau zurückgeführt werden kann.

Abb. 20: Einzelhandelsrelevante Kaufkraft je Einwohner

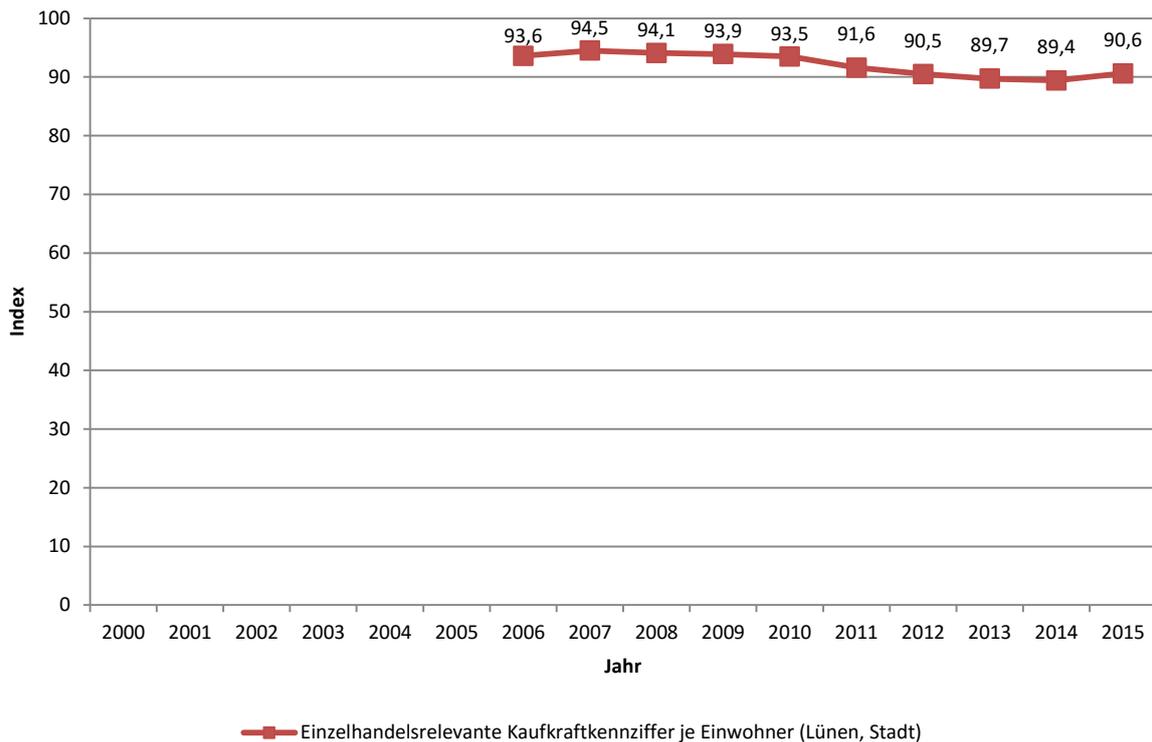


Quelle: Eigene Darstellung nach GfK 2007a: 13, 2008d: 13, 2009a: 12, 2010d: 12, 2011c: 13, 2013d: 12, 2014b: 12; MB-Research 2015a: 12

3.6 Kausalanalyse bezüglich des Einzelhandels

Die einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer je Einwohner in der Stadt Lünen nahm zwischen den Jahren 2007 und 2014 durchgängig ab, nur zwischen den Jahren 2006 und 2007 sowie zwischen den Jahren 2014 und 2015 stieg sie leicht an (s. Abb. 21). Dies bedeutet, dass die Einzelhandelsentwicklung dort im Vergleich zu anderen Standorten unter erschwerten Bedingungen stattfand, weshalb ebenso wie vor dem Hintergrund der Summe der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft bezüglich der Verbesserung (Interview Frau Linn 18.12.2015: 2; Interview Herr Cüppers 20.01.2016: 6; Interview Herr Lewald 13.01.2016: 4) ein Einfluss des Stadtumbaus naheliegt.

Abb. 21: Einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer je Einwohner



Quelle: Eigene Darstellung nach GfK 2007d: 13, 2008b: 13, 2009c: 12, 2010b: 12, 2011b: 13, 2013b: 12, 2014d: 12; MB-Research 2015c: 12

Vom Jahr 2001 bis zum Jahr 2015 stieg die Einzelhandelszentralität der Stadt Lünen leicht von 99,2 auf 101,3 an (GfK 2001: 1, 2015: 2). Da die einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer der Stadt Lünen im selben Zeitraum rückläufig war, kann davon ausgegangen werden, dass sich der Einzelhandelsumsatz in der Stadt Lünen im Gegenzug verglichen mit dem Wert aus dem Jahr 2001 leicht überdurchschnittlich positiv entwickelt hat. Der erhöhte Kaufkraftzufluss wird vom Einzelhandelsverband auf die Einzelhandelsansiedelung zurückgeführt, womit ein Zusammenhang mit dem Stadtumbau bestünde (Interview Herr Lewald 13.01.2016: 2; 5). Da jedoch beim Abgleich der Summe der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft und des Einzelhandelsumsatzes vom Jahr 2006 bis zum Jahr 2015 für die Stadt Lünen eine Abhängigkeit des letzten von der ersten festzustellen ist, kann daraus in Verbindung mit der Einzelhandelszentralität abgeleitet werden, dass der Einzelhandelsumsatz vor dem Jahr 2006 deutlich unterhalb der danach verzeichneten zyklischen Schwankungen lag, was eine schwachen Ausgangslage des Einzelhandels auch im Untersuchungsgebiet bedeutet hätte. Eine Behebung dieser strukturellen Schwäche im Einzelhandelsumsatz könnte somit ebenso wie die Steigerung der Einzelhandelszentralität auf den Stadtumbau zurückgeführt werden.

Neben den Zeitreihen der Auslöserindikatoren lassen sich noch verschiedene statische Wirkfaktoren feststellen. Der Umfang ihres Einflusses auf die Einzelhandelsentwicklung lässt sich im Rahmen der Untersuchung im Verhältnis zu den Kausalketten der Instrumente des Stadtumbaus abschätzen.

Hinsichtlich der Einzelhandelszentralität ist laut Stadtplanung und Einzelhandelsverband ein erheblicher Kaufkraftabfluss in die nahegelegenen Oberzentren Dortmund (Interview Frau Linn 18.12.2015: 4; Interview Herr Lewald 13.01.2016: 5) und Münster zu berücksichtigen (Interview Frau Linn 18.12.2015: 4). Aufgrund dessen werde ein noch geringerer Anteil der Summe der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft, also des Kaufkraftpotenzials, als Einzelhandelsumsatz realisiert.

Ebenfalls als Hemmnis für die Einzelhandelsentwicklung wird vom Einzelhandelsverband die Anbindung der Lüner Innenstadt per motorisiertem Individualverkehr (MIV) über die nicht ausgebaute Bundesstraße (B) 54 angeführt, die die Passantenfrequenz am Einzelhandelsstandort negativ beeinflusst (Interview Herr Lewald 13.01.2016: 4). In der Folge werden auch der Einzelhandelsumsatz, die Anzahl der Einzelhandelsbetriebe und der Beschäftigten im Einzelhandel, der Leerstand im Einzelhandel und der Einzelhandelsmietspiegel sowie wiederum die Passantenfrequenz am Einzelhandelsstandort negativ beeinflusst.

Die Umsetzung des Instrumentes der Revitalisierung der Hertie-Immobilie ist laut Stadtplanung und Stadtumbaumanagement auf das Engagement der Wohnungsbaugenossenschaften als positiven externen Faktor zurückzuführen (Interview Frau Linn 18.12.2015: 3; Interview Herr Cüppers 20.01.2016: 8). Somit ist laut Stadtumbaumanagement auch fraglich, ob ohne diesen Akteur der entsprechende Teil der Kausalketten des Städtebaus und der Nutzungsbeeinflussung bestünden (Interview Herr Cüppers 20.01.2016: 8).

Laut allen Interviewpartnern hat die Teilnahme Lünens am Wettbewerb Ab in die Mitte! Die City-Offensive NRW des Landes NRW, die neben einer Verbesserung der Zusammenarbeit zwischen den öffentlichen und den Einzelhandelsakteuren auch die Attraktivität der Lüner Innenstadt erhöht (Interview Frau Linn 18.12.2015: 3; Interview Herr Cüppers 20.01.2016: 4; 5; Interview Herr Lewald 13.01.2016: 1). Damit wären die Folgeeffekte einer höheren Passantenfrequenz am Einzelhandelsstandort (s. o.) ausgelöst worden und somit der direkte Einfluss der entsprechenden Kausalketten des Stadtumbaus zu relativieren. Andererseits kann jedoch auch davon ausgegangen werden, dass die Umsetzung einzelner Instrumente des Stadtumbaus, bei denen die Einzelhandelsbetriebe als Akteure involviert waren und die Bestandteil der verschiedenen Kausalketten waren, durch die verbesserte Kooperation gefördert wurde. Daher kann der Teilnahme bei Ab in die Mitte! eine Katalysatorfunktion zugeschrieben werden.

Als begünstigender städtebauliche Eigenschaft wird von Stadtplanung und Stadtumbaumanagement die ansprechende, abwechslungsreiche, kleinmaßstäbliche Architektur in der Lüner Innenstadt angeführt (Interview Frau Linn 18.12.2015: 4; Interview Herr Cüppers 20.01.2016: 7). Diese bildet ein attraktives Stadtbild und hat damit denselben Effekt wie die Kausalkette der städtebaulichen Veränderungen durch den Stadtumbau, deren Einfluss dadurch relativiert wird.

Durch die Mischung von Einzel- und Filialbetrieben im Einzelhandel erhöht sich laut Einzelhandelsverband ebenfalls die Attraktivität der Lüner Innenstadt für Kunden, mit implizierten Auswirkungen ähnlich der Kausalkette der Einzelhandelsansiedelung (Interview Herr Lewald 13.01.2016: 5). Der

verzeichnete stabile Anteil der Einzelbetriebe und deren Beteiligung am Stadtumbau lässt sich dabei der Stadtplanung zufolge auch als Beleg für den von ihnen gesehen Nutzen der Instrumente anführen (Interview Frau Linn 18.12.2015: 4).

Auch der Wochenmarkt wird vom Stadtumbaumanagement als positiver externer Faktor genannt. An Markttagen werde die Passantenfrequenz am Einzelhandelsstandort dadurch in der Lüner Innenstadt erhöht, mit allen dadurch implizierten Effekten (s. o.). (Interview Herr Cüppers 20.01.2016: 7)

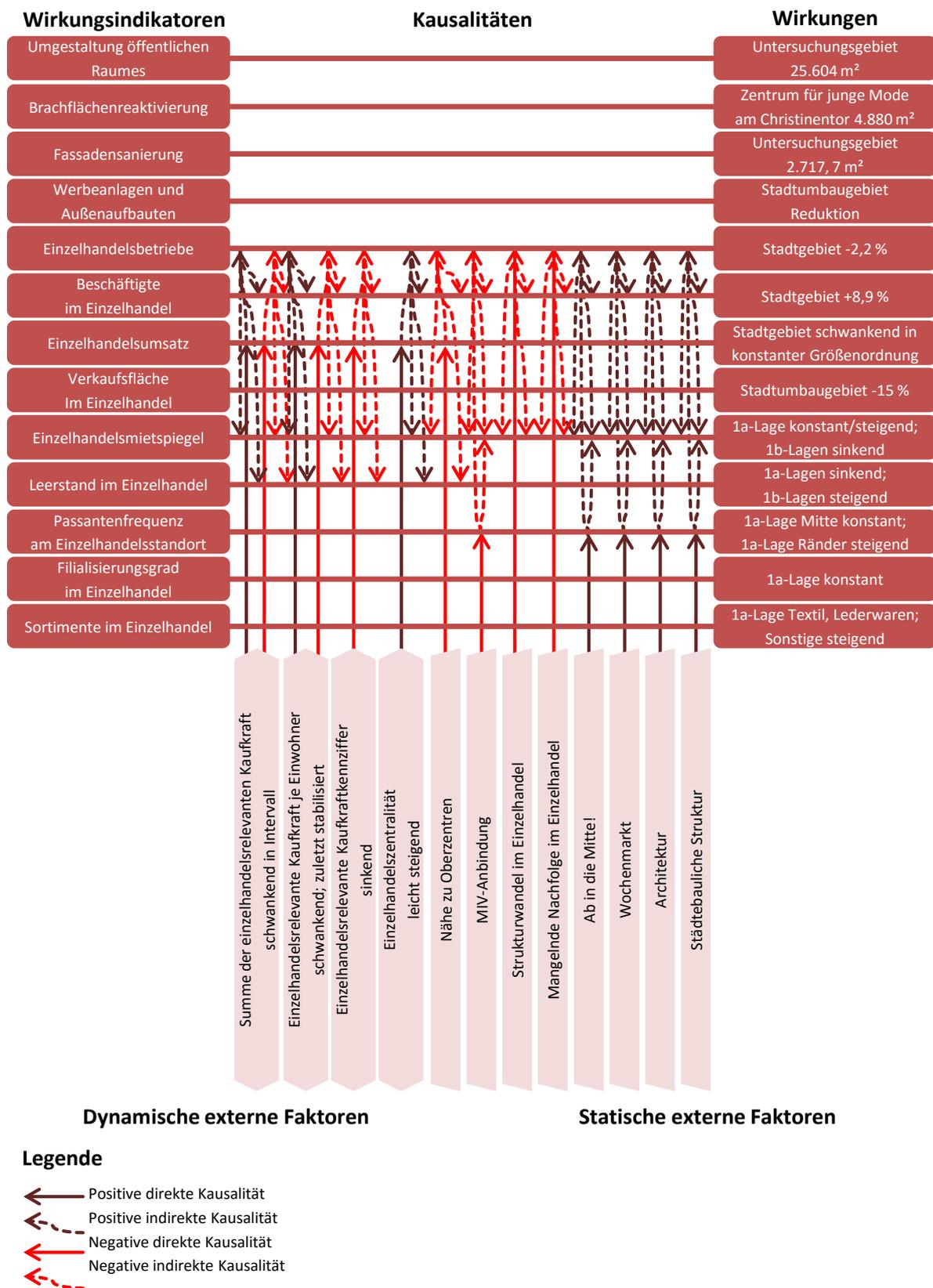
Bezüglich der Passantenfrequenz am Einzelhandelsstandort in der 1a-Lage hat der Stadtplanung zufolge die dortige kompakte und dichte Struktur einen ähnlichen Einfluss wie die Kausalkette der Einzelhandelsansiedelung durch den Stadtumbau. Die zu erwartende Konzentration des Einzelhandels in den Innenstädten auf einen Kernbereich werde dadurch antizipiert. (Interview Frau Linn 18.12.2015: 4)

Die Schwächung der 1b-Lagen im Gegensatz zur 1a-Lage mit erhöhten Leerstand im Einzelhandel, einer dadurch implizierten gesunkenen Anzahl an Einzelhandelsbetrieben und Beschäftigten im Einzelhandel und der verzeichneten Stagnation des Einzelhandelsmietspiegels wird in den Experteninterviews einhellig konstatiert. Ebenso wird die Ursache dafür im Strukturwandel des Einzelhandels, insbesondere dem Zuwachs des Internethandels, gesehen. (ebd.; Interview Herr Cüppers 20.01.2016: 3; Interview Herr Lewald 13.01.2016: 6)

Als weiterer negativer externer Faktor für den Leerstand im Einzelhandel und damit der Einzelhandelsbetriebe und Beschäftigten im Einzelhandel kann mangelnde Nachfolge von Einzelhandelsbetrieben gesehen werden, so die Stadtplanung (Interview Frau Linn 18.12.2015: 2). Vom Stadtumbaumanagement wird dagegen festgestellt, dass fehlende Nachfolge nur selten der Grund für die Geschäftsaufgabe von Einzelbetrieben sei (Interview Herr Cüppers 20.01.2016: 3).

Die externen Faktoren sind in Abb. 22 dargestellt. Bezüglich des Einzelhandels in der zentralen und südlichen Lüner Innenstadt lassen sich die ermittelten Kausalketten der Instrumente des Stadtumbaus sowie Einflüsse externer Faktoren vergleichen. Obwohl eine Abgrenzung dazwischen nur annäherungsweise erfolgen kann, erscheint auf Grundlage der angewendeten Methodik eine Kausalität zwischen bestimmten Instrumenten des Stadtumbaus und der Einzelhandelsentwicklung plausibel, worauf im Folgenden in einer Zusammenfassung der Ergebnisse eingegangen wird.

Abb. 22: Externe Faktoren



Quelle: Eigene Darstellung

4 Ergebnisse und Ausblick

Nach Abschluss der Förderung durch das Städtebauförderungsprogramm Stadtumbau West lässt sich anhand der durchgeführten Wirkungsanalyse ein Resümee zu den Instrumenten des Stadtumbaus sowie zur Einzelhandelsentwicklung in der zentralen und südlichen Lüner Innenstadt ziehen (s. Kap. 4.1). Aus der Wirkungsanalyse sowie den Einschätzungen der interviewten Experten werden zudem mittelfristige Handlungsempfehlungen abgeleitet (s. Kap. 4.2). Ebenso kann die Übertragbarkeit des Fallbeispiels Lünen auf das Städtebauförderungsprogramm Stadtumbau West überprüft werden (s. Kap. 4.3). Die einzelnen Teile des Fazits strukturieren sich anhand der eingangs formulierten Leitfragen (s. Kap. 3.2).

4.1 Verlauf des Stadtumbaus in der Lüner Innenstadt

Die ersten drei Leitfragen orientieren sich an den Schritten der Wirkungsanalyse. Sie beziehen sich auf das Ziel und die Unterziele, die Instrumente sowie die Wirkungen und Kausalitäten im Fallbeispiel:

- Welches Ziel und welche Unterziele wurden hinsichtlich der Stärkung des Einzelhandels im Rahmen des Stadtumbaus in der zentralen und südlichen Lüner Innenstadt verfolgt?

Dem Ziel der Stärkung des Einzelhandels lassen in Unterziele in einer räumlichen, einer funktionalen und einer wirtschaftlichen Dimension zuordnen. In die räumliche Dimension lassen sich die Unterziele der Stärkung der Kompaktheit von Kern und Hauptlage, die Betonung der Ost-West-Achse und die Gestaltung der Innenstadteingänge fassen. Zur funktionalen Dimension gehören die Unterziele des bedarfsgerechten Ausbaus der Handelsnutzungen im Hauptgeschäftszentrum und der Verhinderung weiterer Einzelhandelsansiedelungen im Außenbereich. Die wirtschaftliche Dimension umfasst das Unterziel des Erhalts des kleinteiligen Besatzes.

- Welche Instrumente waren vorgesehen und wurden realisiert, um die Stärkung des Einzelhandels im Rahmen des Stadtumbaus in der zentralen und südlichen Lüner Innenstadt zu erreichen?

Als geplante Instrumente sind die Renovierung der Ernsting-Immobilie, das Zentrum für junge Mode am Christinentor, die Revitalisierung der Hertie-Immobilie, die Aufwertung der Erdgeschosszonen und Schaufenster, der Ausbau der Einzelhandelsnutzungen auf der Südseite der Goldstraße, die Bildung einer Anliegergemeinschaft für Aktionen, das Stadtumbaumanagement, das Fassadenprogramm, der Verfügungsfonds, die Pauschalmittel, die Modernisierung der Fußgängerzone, die Aufwertung des Rathausumfeldes, die Gestaltung der Innenstadteingänge, Hinweisschilder zu den Betrieben und Sehenswürdigkeiten am Willy-Brandt-Platz, die Betonung von Verbindungen durch Licht und Mobiliar, die Aufwertung der nördlichen Marktstraße, der Bau des Lippetores in der Verlängerung der Marktstraße, die Gestaltungsleitlinien und Werbesatzung für den Stadtkern Lünen, die Verhinderung weiterer Einzelhandelsansiedelungen im Außenbereich sowie die Ansiedelung von Freizeit-, Kultur-, Erholungs- und Wohnnutzungen zu nennen. Ermitteln ließ sich die Realisierung all dieser Instrumente mit Ausnahme der Aufwertung der Erdgeschosszonen und Schaufenster, des Ausbaus der Einzelhandelsnutzungen auf der Südseite der Goldstraße, der Anliegergemeinschaften für Aktionen, der Aufwertung der nördlichen Marktstraße, des Baus des Lippetores in der Verlängerung der Marktstraße.

- Welche Wirkungen gingen mit den Instrumenten zur Stärkung des Einzelhandels im Rahmen des Stadtumbaus in der zentralen und südlichen Lüner Innenstadt einher und wie erfolgreich stellt er sich damit hinsichtlich des Ziels und der Unterziele dar?

Die Instrumente lösten Effekte auf den Einzelhandel aus, die sich drei Kausalketten zuordnen lassen. Hinsichtlich Einzelhandelsansiedelung lässt sich durch die Renovierung der Ernsting-Immobilie und das Zentrum für junge Mode ein positiver Effekt auf die angebotenen Sortimente im Einzelhandel, die Passantenfrequenz am Einzelhandelsstandort, den Einzelhandelsumsatz, die Anzahl der Einzelhandelsbetriebe und Beschäftigten im Einzelhandel und den Leerstand im Einzelhandel feststellen. Städtebauliche Änderungen mit einer Verbesserung des Stadtbildes und daraus folgender höherer Passantenfrequenz am Einzelhandelsstandort, Einzelhandelsumsatz, die Anzahl der Einzelhandelsbetriebe und Beschäftigten im Einzelhandel sowie den Leerstand im Einzelhandel wurden durch die Renovierung der Ernsting-Immobilie, die Revitalisierung der Hertie-Immobilie, das Fassadenprogramm, die Modernisierung der Fußgängerzone, die Aufwertung des Rathausumfeldes, die Gestaltung der Innenstadteingänge sowie die Gestaltungsleitlinien und Werbesatzung für den Stadtkern Lünen durchgeführt. Eine Konzentration der Verkaufsfläche im Einzelhandel, Stabilisierung des Filialisierungsgrades im Einzelhandel und Erhöhung der Passantenfrequenz am Einzelhandelsstandort mit positiven Effekten auf die Anzahl der Einzelhandelsbetriebe und Beschäftigten im Einzelhandel sowie Leerstand am Einzelhandelsstandort wurde durch Nutzungsbeeinflussung mittels des Zentrums für junge Mode am Christinentor, der Revitalisierung der Hertie-Immobilie, der Verhinderung weiterer Einzelhandelsansiedelungen im Außenbereich und der Ansiedelung von Freizeit-, Erholungs-, Kultur- und Wohnnutzungen bewirkt. Die räumliche Zieldimension wird dabei weitgehend von der Kausalkette des Städtebaus abgedeckt, die funktionale von der der Nutzungsbeeinflussung und die wirtschaftliche von der der Einzelhandelsansiedelung. Die Erreichung der Unterziele in den einzelnen Dimensionen des Ziels der Stärkung des Einzelhandels wird von den interviewten Experten bestätigt (Interview Frau Linn 18.12.2015: 4; Interview Herr Cüppers 20.01.2016: 6; Interview Herr Lewald 13.01.2016: 5). Daraus lässt sich insgesamt eine besondere Bedeutung der Renovierung der Ernsting-Immobilie, dem Zentrum für junge Mode am Christinentor, der Revitalisierung der Hertie-Immobilie, dem Stadtumbaumanagement, dem Fassadenprogramm, der Modernisierung der Fußgängerzone, der Aufwertung des Rathausumfeldes, der Gestaltung der Innenstadteingänge, den Gestaltungsleitlinien und Werbesatzung für den Stadtkern Lünen sowie der Verhinderung weiterer Einzelhandelsansiedelungen im Außenbereich für die Wirkungen des Stadtumbaus in der zentralen und südlichen Lüner Innenstadt hinsichtlich des Ziels der Stärkung des Einzelhandels zuschreiben. Die Trennung von externen Faktoren ist nicht eindeutig vorzunehmen, jedoch erscheint plausibel, dass insbesondere die genannten Instrumente positive Wirkungen auf die Einzelhandelsentwicklung nach zogen, die ohne den Stadtumbau nicht eingetreten wären.

4.2 Anhaltspunkte für das weitere Vorgehen in der Lüner Innenstadt

Aus der Wirkungsanalyse und den Aussagen in den Experteninterviews ergeben sich Anhaltspunkte für das weitere Vorgehen im Untersuchungsgebiet. Damit wird auf die folgende Leitfrage eingegangen:

- Welche Folgerungen und welcher Anpassungsbedarf ergeben sich aus der Wirkungsanalyse des Stadtumbaus in der Lüner Innenstadt hinsichtlich des Ziels der Stärkung des Einzelhandels?

Einig sind sich die interviewten Experten in der Einschätzung, dass mit der Fertigstellung der Aufwertung des Rathausumfeldes an der Hertie-Immobilie im Jahr 2016 die baulichen Instrumente im Untersuchungsgebiet abgeschlossen seien. In der nördlichen Innenstadt sehen Stadtumbaumanagement und Einzelhandelsverband dagegen noch Handlungsbedarf. Alle drei Interviewpartner verweisen darüber hinaus auf die Bedeutung von Veranstaltungen als Attraktivitätsfaktor, um die Passantenfrequenz am Einzelhandelsstandort zu steigern. Während die Stadtplanung hierbei jedoch die entscheidende Rolle der Zusammenarbeit der Einzelhandelsbetriebe betont, sehen Stadtumbaumanagement und Einzelhandelsverband dafür eine gemeinsame Verantwortung von Verwaltung und Einzelhandel. Die generelle Bedeutung einer engen Beziehung zwischen Stadtplanung und Einzelhandelsbetrieben beziehungsweise Einzelhandelsverband sehen dagegen wiederum alle drei interviewten Experten. (Interview Frau Linn 18.12.2015: 5; Interview Herr Cüppers 20.01.2016: 7; Interview Herr Lewald 13.01.2016: 6)

Auf Seiten der Verwaltung sieht die Stadtplanung ein Innenstadtmanagement als Aufgabe, um die Einzelhandelsentwicklung zu fördern (Interview Frau Linn 18.12.2015: 5). Mehrere potenzielle Aufgaben eines solchen Innenstadtmanagements werden vom Stadtumbaumanagement definiert. Zur Reduktion des Leerstandes im Einzelhandel in den 1b-Lagen sollte es die Immobilieneigentümer durch Beratung und Vermittlung zu Nutzungsänderungen, etwa von Einzelhandel zu Gastronomie, bewegen (Interview Herr Cüppers 20.01.2016: 7). Im Zuge dessen könnte die im städtebaulichen Entwicklungskonzept als Ziel formulierte Nutzungsmischung ausgebaut werden (Stadt Lünen 2007: 37f.). Um die Marktfunktion als positiven Einflussfaktor auf die Passantenfrequenz am Einzelhandelsstandort zu erhalten, kann dies ebenfalls dem Aufgabengebiet zugeteilt werden. Weitere Fassadensanierung kann zur fortgesetzten Verbesserung des Stadtbildes beitragen (Interview Herr Cüppers 20.01.2016: 7). Darin wird ein Beitrag zur Erhöhung der Attraktivität der Lüner Innenstadt für externe Besucher gesehen. Diese könnten zudem über ein verstärktes Stadtmarketing angesprochen werden (ebd.). Über diese Managementaufgaben hinaus sieht der Einzelhandelsverband weiteren Handlungsbedarf für die öffentliche Hand in der Verbesserung der Verkehrsanbindung der Lüner Innenstadt über die B 54 (Interview Herr Lewald 13.01.2016: 6).

Für die Einzelhandelsbetriebe sieht die Stadtplanung ebenfalls mögliches Handlungspotenzial. Dazu gehört ein gemeinsames Marketing, etwa über das Sortiment und Rabattaktionen. Auch sollten die Einzelhandelsbetriebe Personalmanagement betreiben, um über qualifizierte Mitarbeiter bestmögliche Beratung für die Kunden als Qualitätsmerkmal anbieten zu können. Hinzu können weitere Dienstleistungsangebote zur Verbesserung der Kundenfreundlichkeit kommen. (Interview Frau Linn 18.12.2015: 5)

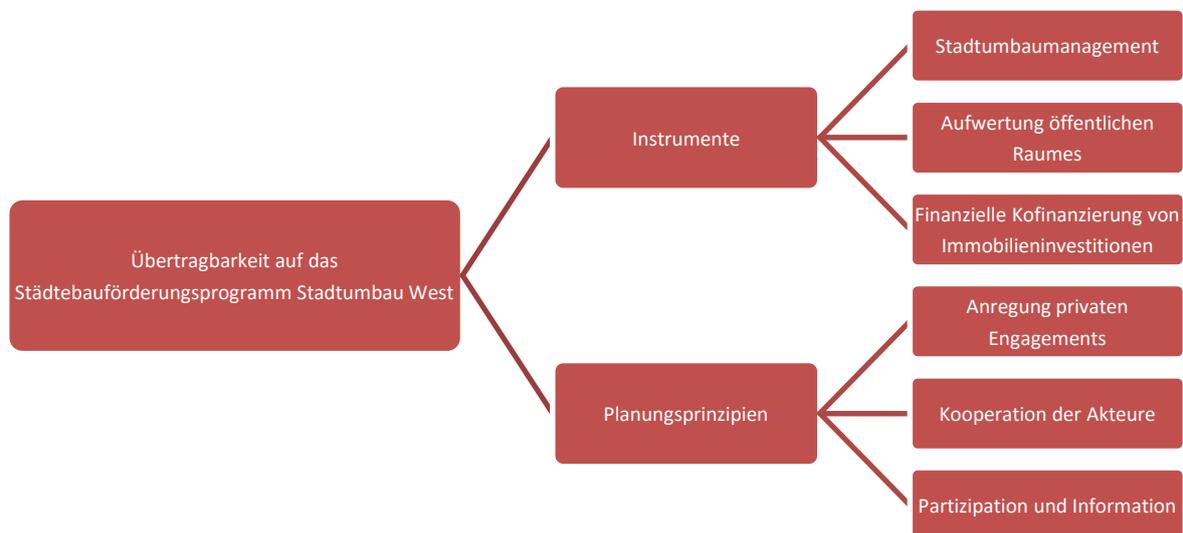
4.3 Rückschlüsse auf das Städtebauförderungsprogramm Stadtumbau West

Für den Beitrag der Fallstudie zum übergeordneten thematischen Kontext ist die Übertragbarkeit von besonderer Relevanz. Auf diese wird hinsichtlich der Leitfrage eingegangen:

- Welche Erkenntnisse lassen sich aus der Fallstudie des Stadtumbaus in der zentralen und südlichen Lüner Innenstadt hinsichtlich des Ziels der Stärkung des Einzelhandels für das Städtebauförderungsprogramm Stadtumbau West ableiten?

Nach Einschätzung der interviewten Experten lassen sich einige Aspekte des Stadtumbaus in der Lüner Innenstadt bezüglich des Einzelhandels auch auf andere Standorte im Rahmen des Städtebauförderungsprogrammes Stadtumbau West übertragen. Dies umfasst zwar auch konkrete Instrumente, aber insbesondere Planungsprinzipien (s. Abb. 23).

Abb. 23: Übertragbare Aspekte des Fallbeispiels



Quelle: Eigene Darstellung nach Interview Frau Linn 18.12.2015: 5; Interview Herr Cüppers 20.01.2016: 8; Interview Herr Lewald 13.01.2016: 7

Laut Aussage der Stadtplanung und des Stadumbaumanagements ist die Aufwertung öffentlichen Raumes charakteristisch für die Aktivität der öffentlichen Hand im Rahmen des Stadtumbaus (ebd.; Interview Herr Cüppers 20.01.2016: 8). Hinzu kommen das Fassadenprogramm und der Verfügungsfonds typische Instrumente des Stadtumbaus (Interview Herr Cüppers 20.01.2016: 8). Das erste dient der Aufwertung des Stadtbildes, das zweite der Realisierung von Aktivitäten aus privater Initiative. Diese Instrumente bedeuten in jedem Fall finanzielle Leistungen der Kommune und auch bauliche Eingriffe und entsprechen damit dem Charakter des Stadtumbaus, städtebauliche Strukturen anzupassen. Zudem zielen Sie in der Regel auf die Induktion privater Investitionen, was ebenfalls ein Kennzeichen des Stadtumbaus darstellt. Damit erscheint eine Übertragbarkeit auf andere Standorte sinnvoll.

Die Anregung privater Beteiligung stellt zugleich ein wichtiges Kriterium bei der Umsetzung des Stadtumbaus dar. Sowohl Stadtplanung als auch Einzelhandelsverband bestätigen dies mit der Empfehlung, für einen möglichst effektiven Einsatz öffentlicher Finanzmittel im Vorhinein zu prüfen, an welcher Stelle eine Investitionsbereitschaft Privater vorhanden ist und wie öffentliche Investitionen am besten Anreize für private Folgeinvestitionen schaffen können (Interview Frau Linn 18.12.2015: 5; Interview Herr Lewald 13.01.2016: 7). Um diese zu stimulieren, ist laut Stadtplanung intensive Kommunikation mit Immobilieneigentümern und Anliegern hilfreich (Interview Frau Linn 18.12.2015: 5). Eine enge Zusammenarbeit der Akteure stellt damit ein weiteres wichtiges Prinzip dar, dass laut Einzelhandelsverband beim Stadtumbau in der Lüner Innenstadt erfolgreich angewendet wurde und sich auch auf andere Kommunen übertragen lässt (Interview Herr Lewald 13.01.2016: 7). Über gemeinsame Verantwortung für Instrumente kann laut Stadtplanung das Vertrauen in die anderen Akteure gestärkt werden (Interview Frau Linn 18.12.2015: 5). Dazu verweisen auch Stadtumbaumanagement und Einzelhandelsverband auf frühzeitige (Interview Herr Cüppers 20.01.2016: 8) sowie prozessbegleitende (Interview Herr Lewald 13.01.2016: 7) Partizipation und Information. Diese dienen dazu, Transparenz zu schaffen, Konfliktprävention beziehungsweise -abbau zu betreiben und die Mitwirkungsbereitschaft Privater zu erhöhen. Letztendlich ist die Anwendung laut Stadtumbaumanagement von der Akteursstruktur vor Ort abhängig und kann dadurch entweder begünstigt oder eingeschränkt werden (Interview Herr Cüppers 20.01.2016: 8). Aufgrund der Menge der durch das Städtebauförderungsprogramm Stadtumbau West bereits konfinanzierten Gesamtmaßnahmen und der daraus resultierenden hohen Fallzahl empfiehlt die Stadtplanung darüber hinaus einen Erfahrungsaustausch zwischen den Kommunen (Interview Frau Linn 18.12.2015: 5).

5 Schlussbemerkung

Im Rückblick auf die Untersuchung lässt sich konstatieren, dass sich die Durchführung einer Wirkungsanalyse als geeignetes Vorgehen zur Evaluierung räumlicher Planung erweist. Die einzelnen Schritte werden dadurch klar definiert und auch die anzuwendenden Methoden erscheinen sinnvoll, um Erkenntnisse zu gewinnen. Entscheidend, um zu aussagekräftigen Ergebnissen zu gelangen, ist nichtsdestotrotz eine ausreichende Informationsverfügbarkeit. Dies war im Fallbeispiel gegeben, einerseits durch das Vorliegen von Daten aus verschiedenen Quellen, das vor allem auf den wirtschaftlichen Interessen beruht, die mit dem Einzelhandel als inhaltlichem Hintergrund der Untersuchung in Verbindung stehen. Andererseits ist über die Informationspflicht der Träger der Planungshoheit gegenüber der Öffentlichkeit ebenfalls die Informationsverfügbarkeit gegeben. Nicht zuletzt kam die Bereitschaft der interviewten Experten, ihre Einschätzungen zum Fallbeispiel beizutragen, der Untersuchung zugute.

Um die Transparenz von Stadtumbaumaßnahmen zu steigern, erscheint die Festlegung eines Erfolgsmaßes bereits in der *ex-ante*-Perspektive sinnvoll, wie sie auch in der Städtebauförderung im Sinne eines Monitorings gefordert, jedoch offenbar häufig nur unzureichend umgesetzt wird. Dies käme sowohl der Raumplanung zugute, die fundierte Rückwirkungen zur Implementation ihres Instrumentariums erlangen kann, als auch Externen, die damit das Handeln und die Wirkungen der Planung leichter nachvollziehen können, was wiederum deren Legitimation steigern kann. Hierbei ist insbesondere die Darlegung aufgewendeter finanzieller Mittel hervorzuheben, gerade hinsichtlich des thematischen Kontextes des Stadtumbaus in Kommunen mit negativer demografischer und ökonomischer Entwicklung und entsprechend geringen Spielräumen.

Als komplexester Schritt der Wirkungsanalyse erweist sich die Kausalanalyse, was bereits in der Theorie zu Fallstudien vorweggenommen wird. Hier gilt es, die Validität der Aussagen zu stärken, indem möglichst viele beteiligte Akteure einbezogen werden sowie möglichst viele aussagekräftige Informationen erhoben und analysiert werden. In der vorliegenden Untersuchung war dies durch den vorgegebenen Umfang limitiert und hätte bei einer Betrachtung über einen längeren Zeitraum und mit mehr finanziellen und Arbeitsressourcen entsprechend intensiver erfolgen können. Dennoch erscheint das vorliegende Ergebnis entsprechend aussagekräftig bezüglich der Wirkung des Stadtumbaus in der Lüner Innenstadt hinsichtlich des Ziels der Stärkung des Einzelhandels.

Quellenverzeichnis

Literaturquellen

- Arbeitskreis der ARL [Arbeitskreis „Wirkungsanalysen und Erfolgskontrolle in der Raumordnung“ der Akademie für Raumforschung und Landesplanung] 1984: 3. Begriffe und Funktionen der Evaluierung räumlich relevanter Sachverhalte. In: ARL [Akademie für Raumforschung und Landesplanung] (Hg.): Wirkungsanalysen und Erfolgskontrolle in der Raumordnung: Forschungs- und Sitzungsberichte. Veröffentlichungen der Akademie für Raumforschung und Landesplanung, Bd. 154. Hannover: Vincentz, 29–40
- Ayres, Ian; Braithwaite, John 1992: Responsive regulation: Transcending the deregulation debate. Oxford socio-legal studies. New York, Oxford: Oxford University Press
- BA [Statistik der Bundesagentur für Arbeit] 2015: Betriebe und sozialversicherungspflichtig Beschäftigte (SvB) am Arbeitsort (AO). Düsseldorf: BA
- BA [Statistik der Bundesagentur für Arbeit] 2016: Glossar der Beschäftigungsstatistik der BA. Nürnberg: BA
- Bays, Wolfgang R. 2014: 50 Jahre Shopping-Center-Erfahrung – Und was bringt die Zukunft? In: Falk, Bernd (Hg.): Shopping-Center Future. Starnberg: Institut für Gewerbezentren, 127–136
- BBE [BBE Handelsberatung GmbH] 2013a: Einzelhandelsumsatz in der Lüner Innenstadt [Prognose 2013]. In: Stadt Lünen (Hg.): Innenstadt Lünen: Standortprofil Einzelhandel. Lünen, 1
- BBE [BBE Handelsberatung GmbH] 2013b: Kaufkraftpotenzial im Einzugsgebiet. In: Stadt Lünen (Hg.): Innenstadt Lünen: Standortprofil Einzelhandel. Lünen, 1
- BMI [Bundesministerium des Innern]; BVA [Bundesverwaltungsamt] 2015: Handbuch für Organisationsuntersuchungen und Personalbedarfsermittlung. Berlin, Köln: BMI und BVA
- BMUB [Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz, Bau und Reaktorsicherheit] 2014: Bundesprogramm zur Förderung des Stadtumbaus in den alten Ländern - Stadtumbau West im Programmjahr 2014. Berlin: BMUB
- BMUB [Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz, Bau und Reaktorsicherheit] 2015: Verwaltungsvereinbarung Städtebauförderung 2015. Berlin: BMUB
- BMVBS [Bundesministerium für Verkehr, Bau und Stadtentwicklung] 2012a: Stadtumbau West: Evaluierung des Bund-Länder-Programms. Berlin: BMBVBS
- BMVBS [Bundesministerium für Verkehr, Bau und Stadtentwicklung] 2012b: Evaluierung der Städtebauförderung: Leitfaden für Programmverantwortliche. Berlin, Bonn: BMBVBS
- Bodenschatz, Harald; Kegler, Harald 2005: Stadtumbau. In: ARL [Akademie für Raumforschung und Landesplanung] (Hg.): Handwörterbuch der Raumordnung. 4., neu bearbeitete Auflage. Hannover: Verlag der ARL, 1092–1096
- Brockhoff [Brockhoff & Partner Immobilien GmbH] 2006: Top Shops: Atlas der 1A-Lagen. Essen: Brockhoff

-
- Brockhoff [Brockhoff & Partner Immobilien GmbH] 2007: Einzelhandelsmietspiegel. Einzelhandelsmietspiegel. Essen: Brockhoff
- Brockhoff [Brockhoff & Partner Immobilien GmbH] 2008: Einzelhandelsmietspiegel. Einzelhandelsmietspiegel. Essen: Brockhoff
- Brockhoff [Brockhoff & Partner Immobilien GmbH] 2009: Einzelhandelsmietspiegel. Einzelhandelsmietspiegel. Essen: Brockhoff
- Brockhoff [Brockhoff & Partner Immobilien GmbH] 2010: Der Brockhoff: Atlas der 1A-Lagen. 7. Auflage. Essen: Brockhoff
- Brockhoff [Brockhoff & Partner Immobilien GmbH] 2014a: Der Brockhoff: Atlas der 1A-Lagen. Essen: Brockhoff
- Brockhoff [Brockhoff & Partner Immobilien GmbH] 2014b: Entwicklung der Einzelhandelsmieten von 2001-2014 in der Innenstadt von Lünen. In: IHK zu Dortmund [Industrie- und Handelskammer zu Dortmund] (Hg.): Gewerbemietpreisspiegel 2014/2015: Mietpreisspiegel für Gewerbeimmobilien in der Region Dortmund, Hamm, Kreis Unna. Gewerbemietpreisspiegel. Dortmund, 36
- Destatis [Statistisches Bundesamt] 1999: Glossar zu Umwelt- und Nachhaltigkeitsindikatoren. Entwurf. Wiesbaden: BMUB
- Destatis [Statistisches Bundesamt] 2008: Klassifikation der Wirtschaftszweige 2008: Mit Erläuterungen. Wiesbaden: Destatis
- Eggert, Ulrich 2011: Zukunft Handel: Wettbewerb der Ideen und Konzepte : Von Discount bis Luxus, Shopping-Center bis Mobile Commerce. Walhalla Metropolitan. Regensburg: Walhalla-Fachverlag
- Eggert, Ulrich 2014: Shopping-Center und Einzelhandel - ausgewählte Entwicklungstrends. In: Falk, Bernd (Hg.): Shopping-Center Future. Starnberg: Institut für Gewerbezentren, 85–94
- Ernst, Werner; Zinkahn, Willy; Bielenberg, Walter; Krautzberger, Michael: Baugesetzbuch. 118. Ergänzungslieferung 2015. München: Verlag C.H.Beck
- Fischer, Wolfram 2009: Mode-Zentrum soll vor Weihnachten öffnen. In: Westdeutsche Allgemeine Zeitung vom 03.03.2009. Lünen. Abgerufen von <http://www.derwesten.de/staedte/luenen/mode-zentrum-soll-vor-weihnachten-oeffnen-id843917.html> (zugegriffen am 17.01.2016)
- Freeman, R. Edward 2010: Strategic management. Digitally printed version Reissue. Cambridge, New York, Melbourne, Madrid, Kapstadt, Singapur, São Paulo, Delhi, Dubai, Tokio: Cambridge University Press
- Friesecke, Frank 2010: Stadtumbau - Ein Leitfaden. 1. Auflage. Bonn: vhw - Verlag Dienstleistung
- GfK [GfK GeoMarketing GmbH] 2001: GfK-Zentralitätskennziffern 2001 in den Gemeinden mit 10.000 und mehr Einwohnern. GfK Einzelhandelszentralität. Nürnberg: GfK
- GfK [GfK GeoMarketing GmbH] 2007a: Einzelhandelsrelevante Kaufkraft in € je Einw. In: IHK zu Dortmund [Industrie- und Handelskammer zu Dortmund] (Hg.): Wirtschaftsdaten. Wirtschaftsdaten. Dortmund, 13

- GfK [GfK GeoMarketing GmbH] 2007b: Einzelhandelsrelevante Kaufkraft in Mio. €. In: IHK zu Dortmund [Industrie- und Handelskammer zu Dortmund] (Hg.): Wirtschaftsdaten. Wirtschaftsdaten. Dortmund, 13
- GfK [GfK GeoMarketing GmbH] 2007c: Einzelhandelsumsatz in Mio. €. In: IHK zu Dortmund [Industrie- und Handelskammer zu Dortmund] (Hg.): Wirtschaftsdaten. Wirtschaftsdaten. Dortmund, 13
- GfK [GfK GeoMarketing GmbH] 2007d: Einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer je Einw. In: IHK zu Dortmund [Industrie- und Handelskammer zu Dortmund] (Hg.): Wirtschaftsdaten. Wirtschaftsdaten. Dortmund, 13
- GfK [GfK GeoMarketing GmbH] 2008a: Einzelhandelsrelevante Kaufkraft in Mio. €. In: IHK zu Dortmund [Industrie- und Handelskammer zu Dortmund] (Hg.): Wirtschaftsdaten. Wirtschaftsdaten. Dortmund, 13
- GfK [GfK GeoMarketing GmbH] 2008b: Einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer je Einw. In: IHK zu Dortmund [Industrie- und Handelskammer zu Dortmund] (Hg.): Wirtschaftsdaten. Wirtschaftsdaten. Dortmund, 13
- GfK [GfK GeoMarketing GmbH] 2008c: Einzelhandelsumsatz in Mio. €. In: IHK zu Dortmund [Industrie- und Handelskammer zu Dortmund] (Hg.): Wirtschaftsdaten. Wirtschaftsdaten. Dortmund, 13
- GfK [GfK GeoMarketing GmbH] 2008d: Einzelhandelsrelevante Kaufkraft in € je Einw. In: IHK zu Dortmund [Industrie- und Handelskammer zu Dortmund] (Hg.): Wirtschaftsdaten. Wirtschaftsdaten. Dortmund, 13
- GfK [GfK GeoMarketing GmbH] 2009a: Einzelhandelsrelevante Kaufkraft in € je Einw. In: IHK zu Dortmund [Industrie- und Handelskammer zu Dortmund] (Hg.): Wirtschaftsdaten. Wirtschaftsdaten. Dortmund, 12
- GfK [GfK GeoMarketing GmbH] 2009b: Einzelhandelsrelevante Kaufkraft in Mio. €. In: IHK zu Dortmund [Industrie- und Handelskammer zu Dortmund] (Hg.): Wirtschaftsdaten. Wirtschaftsdaten. Dortmund, 12
- GfK [GfK GeoMarketing GmbH] 2009c: Einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer je Einw. In: IHK zu Dortmund [Industrie- und Handelskammer zu Dortmund] (Hg.): Wirtschaftsdaten. Wirtschaftsdaten. Dortmund, 12
- GfK [GfK GeoMarketing GmbH] 2009d: Einzelhandelsumsatz in Mio. €. In: IHK zu Dortmund [Industrie- und Handelskammer zu Dortmund] (Hg.): Wirtschaftsdaten. Wirtschaftsdaten. Dortmund, 12
- GfK [GfK GeoMarketing GmbH] 2010a: Einzelhandelsrelevante Kaufkraft in Mio. €. In: IHK zu Dortmund [Industrie- und Handelskammer zu Dortmund] (Hg.): Wirtschaftsdaten. Wirtschaftsdaten. Dortmund, 12
- GfK [GfK GeoMarketing GmbH] 2010b: Einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer je Einw. In: IHK zu Dortmund [Industrie- und Handelskammer zu Dortmund] (Hg.): Wirtschaftsdaten. Wirtschaftsdaten. Dortmund, 12

-
- GfK [GfK GeoMarketing GmbH] 2010c: Einzelhandelsumsatz in Mio. €. In: IHK zu Dortmund [Industrie- und Handelskammer zu Dortmund] (Hg.): Wirtschaftsdaten. Wirtschaftsdaten. Dortmund, 12
- GfK [GfK GeoMarketing GmbH] 2010d: Einzelhandelsrelevante Kaufkraft in € je Einw. In: IHK zu Dortmund [Industrie- und Handelskammer zu Dortmund] (Hg.): Wirtschaftsdaten. Wirtschaftsdaten. Dortmund, 12
- GfK [GfK GeoMarketing GmbH] 2011a: Einzelhandelsrelevante Kaufkraft in Mio. €. In: IHK zu Dortmund [Industrie- und Handelskammer zu Dortmund] (Hg.): Wirtschaftsdaten. Wirtschaftsdaten. Dortmund, 13
- GfK [GfK GeoMarketing GmbH] 2011b: Einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer je Einw. In: IHK zu Dortmund [Industrie- und Handelskammer zu Dortmund] (Hg.): Wirtschaftsdaten. Wirtschaftsdaten. Dortmund, 13
- GfK [GfK GeoMarketing GmbH] 2011c: Einzelhandelsrelevante Kaufkraft in € je Einw. In: IHK zu Dortmund [Industrie- und Handelskammer zu Dortmund] (Hg.): Wirtschaftsdaten. Wirtschaftsdaten. Dortmund, 13
- GfK [GfK GeoMarketing GmbH] 2011d: Einzelhandelsumsatz in Mio. €. In: IHK zu Dortmund [Industrie- und Handelskammer zu Dortmund] (Hg.): Wirtschaftsdaten. Wirtschaftsdaten. Dortmund, 13
- GfK [GfK GeoMarketing GmbH] 2013a: Einzelhandelsumsatz in Mio. €. In: IHK zu Dortmund [Industrie- und Handelskammer zu Dortmund] (Hg.): Wirtschaftsdaten. Wirtschaftsdaten. Dortmund, 12
- GfK [GfK GeoMarketing GmbH] 2013b: Einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer je Einw. In: IHK zu Dortmund [Industrie- und Handelskammer zu Dortmund] (Hg.): Wirtschaftsdaten. Wirtschaftsdaten. Dortmund, 12
- GfK [GfK GeoMarketing GmbH] 2013c: Einzelhandelsrelevante Kaufkraft in Mio. €. In: IHK zu Dortmund [Industrie- und Handelskammer zu Dortmund] (Hg.): Wirtschaftsdaten. Wirtschaftsdaten. Dortmund, 12
- GfK [GfK GeoMarketing GmbH] 2013d: Einzelhandelsrelevante Kaufkraft in € je Einw. In: IHK zu Dortmund [Industrie- und Handelskammer zu Dortmund] (Hg.): Wirtschaftsdaten. Wirtschaftsdaten. Dortmund, 12
- GfK [GfK GeoMarketing GmbH] 2014a: Einzelhandelsumsatz in Mio. €. In: IHK zu Dortmund [Industrie- und Handelskammer zu Dortmund] (Hg.): Wirtschaftsdaten. Wirtschaftsdaten. Dortmund, 12
- GfK [GfK GeoMarketing GmbH] 2014b: Einzelhandelsrelevante Kaufkraft in € je Einw. In: IHK zu Dortmund [Industrie- und Handelskammer zu Dortmund] (Hg.): Wirtschaftsdaten. Wirtschaftsdaten. Dortmund, 12
- GfK [GfK GeoMarketing GmbH] 2014c: Einzelhandelsrelevante Kaufkraft in Mio. €. In: IHK zu Dortmund [Industrie- und Handelskammer zu Dortmund] (Hg.): Wirtschaftsdaten. Wirtschaftsdaten. Dortmund, 12

- GfK [GfK GeoMarketing GmbH] 2014d: Einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer je Einw. In: IHK zu Dortmund [Industrie- und Handelskammer zu Dortmund] (Hg.): Wirtschaftsdaten. Wirtschaftsdaten. Dortmund, 12
- GfK [GfK GeoMarketing GmbH] 2015: GfK Einzelhandelszentralität Deutschland 2015. GfK Einzelhandelszentralität. Nürnberg: GfK
- Gläser, Jochen; Laudel, Grit 2010: Experteninterviews und qualitative Inhaltsanalyse als Instrumente rekonstruierender Untersuchungen. Lehrbuch. 4. Auflage. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften
- Goldschmidt, Jürgen; Taubenek, Olaf 2010: Stadtumbau: Rechtsfragen, Management, Finanzierung. Beck Baurecht. München: Verlag C.H.Beck
- Görge, Marale; Klien, Soete 2009: 19. Die Akteursanalyse: Werkzeugkiste. In: OrganisationsEntwicklung. H. 2: 87–91
- Hopf, Christel 1996: Hypothesenprüfung und qualitative Sozialforschung. In: Strobl, Rainer (Hg.): Wahre Geschichten?: Zu Theorie und Praxis qualitativer Interviews ; Beiträge zum Workshop Paraphrasieren, Kodieren, Interpretieren... am 29. und 30. Juni 1995 in Hannover. Interdisziplinäre Beiträge zur kriminologischen Forschung, Bd. 2. Baden-Baden: Nomos Verlag, 9–21
- IHK zu Düsseldorf [Industrie- und Handelskammer zu Düsseldorf] 2012: Passantenfrequenzzählung in den Düsseldorfer Stadtteilzentren. Düsseldorf: IHK zu Düsseldorf
- IHK zu Köln [Industrie- und Handelskammer zu Köln] 2015: Merkblatt zu Kaufkraft und Umsatz. Köln: IHK zu Köln
- Kühn, Manfred 2004: Wirkungsanalysen in der Stadt- und Regionalplanung: Chancen und Probleme der Evaluation. In: Sedlacek, Peter (Hg.): Evaluation in der Stadt- und Regionalentwicklung. Stadtforschung aktuell. 1. Auflage. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, 39–46
- Lamnek, Siegfried 2010: Qualitative Sozialforschung: Lehrbuch. 5., überarbeitete Auflage. Weinheim, Basel: Verlagsgruppe Beltz
- MB-Research [Michael Bauer Research GmbH] 2015a: Einzelhandelsrelevante Kaufkraft in € je Einw. In: IHK zu Dortmund [Industrie- und Handelskammer zu Dortmund] (Hg.): Wirtschaftsdaten. Wirtschaftsdaten. Dortmund, 12
- MB-Research [Michael Bauer Research GmbH] 2015b: Einzelhandelsrelevante Kaufkraft in Mio. €. In: IHK zu Dortmund [Industrie- und Handelskammer zu Dortmund] (Hg.): Wirtschaftsdaten. Wirtschaftsdaten. Dortmund, 12
- MB-Research [Michael Bauer Research GmbH] 2015c: Einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer je Einw. In: IHK zu Dortmund [Industrie- und Handelskammer zu Dortmund] (Hg.): Wirtschaftsdaten. Wirtschaftsdaten. Dortmund, 12
- MB-Research [Michael Bauer Research GmbH] 2015d: Einzelhandelsumsatz in Mio. €. In: IHK zu Dortmund [Industrie- und Handelskammer zu Dortmund] (Hg.): Wirtschaftsdaten. Wirtschaftsdaten. Dortmund, 12

- MB-Research [Michael Bauer Research GmbH] 2015e: MB-Research Einzelhandelszentralität 2015 in Deutschland. Nürnberg: MB-Research
- MBV NRW [Ministerium für Bauen und Verkehr des Landes Nordrhein-Westfalen]; MWME NRW [Ministerium für Wirtschaft, Mittelstand und Energie des Landes Nordrhein-Westfalen] 2008: Einzelhandelserlass NRW: Ansiedlung von Einzelhandelsbetrieben; Bauleitplanung und Genehmigung von Vorhaben. Düsseldorf: MBV NRW und MWME NRW
- Meier Kruker, Verena J.; Rauh, Jürgen 2005: Arbeitsmethoden der Humangeographie. GEOWISSEN Kompakt. Darmstadt: Wissenschaftliche Buchgesellschaft
- Meyer, Wolfgang; Stockmann, Reinhard 2014: Evaluation. 2., überarbeitete und aktualisierte Auflage. Leverkusen, Berlin: Verlag Barbara Budrich
- Niederrheinische IHK Duisburg-Wesel-Kleve zu Duisburg [Niederrheinische Industrie- und Handelskammer Duisburg-Wesel-Kleve zu Duisburg] 2015: Mietpreisspiegel für Gewerbeimmobilien: Im Bezirk der Niederrheinischen Industrie- und Handelskammer Duisburg-Wesel-Kleve zu Duisburg. Duisburg: Niederrheinische IHK Duisburg-Wesel-Kleve zu Duisburg
- Pesch, Franz; Christ, Wolfgang 2014: Stadt und Shopping-Center: Integration und Kooperation als Chance. In: Falk, Bernd (Hg.): Shopping-Center Future. Starnberg: Institut für Gewerbezentren, 203–209
- Plötz, Werner 2001: Plötz Immobilienführer Deutschland: Immobilienpreise, Standortanalysen, Rankinglisten über 2000 Städte. Plötz Immobilienführer Deutschland. Köln: Immobilien Manager Verlag
- Plötz, Werner 2002: Plötz Immobilienführer Deutschland: Immobilienpreise, Standortanalysen, Rankinglisten über 2000 Städte. Plötz Immobilienführer Deutschland. Köln: Immobilien Manager Verlag
- Plötz, Werner 2003: Plötz Immobilienführer Deutschland: Immobilienpreise, Standortanalysen, Rankinglisten über 2000 Städte. Plötz Immobilienführer Deutschland. Köln: Immobilien Manager Verlag
- Plötz, Werner 2004: Plötz Immobilienführer Deutschland: Immobilienpreise, Standortanalysen, Rankinglisten über 2000 Städte. Plötz Immobilienführer Deutschland. Köln: Immobilien Manager Verlag
- Plötz, Werner 2005: Plötz Immobilienführer Deutschland: Immobilienpreise, Standortanalysen, Rankinglisten über 2000 Städte. Plötz Immobilienführer Deutschland. Köln: Immobilien Manager Verlag
- Plötz, Werner 2006: Plötz Immobilienführer Deutschland: Immobilienpreise, Standortanalysen, Rankinglisten über 2000 Städte. Plötz Immobilienführer Deutschland. Köln: Immobilien Manager Verlag
- Plötz, Werner 2007: Plötz Immobilienführer Deutschland: Immobilienpreise, Standortanalysen, Rankinglisten über 2000 Städte. Plötz Immobilienführer Deutschland. Köln: Immobilien Manager Verlag

- Plötz, Werner 2008: Plötz Immobilienführer Deutschland: Immobilienpreise, Standortanalysen, Rankinglisten über 2000 Städte. Plötz Immobilienführer Deutschland. Köln: Immobilien Manager Verlag
- Plötz, Werner 2009: Plötz Immobilienführer Deutschland: Immobilienpreise, Standortanalysen, Rankinglisten über 2000 Städte. Plötz Immobilienführer Deutschland. Köln: Immobilien Manager Verlag
- Plötz, Werner 2010: Plötz Immobilienführer Deutschland: Immobilienpreise, Standortanalysen, Rankinglisten über 2000 Städte. Plötz Immobilienführer Deutschland. Köln: Immobilien Manager Verlag
- Plötz, Werner 2011: Plötz Immobilienführer Deutschland: Immobilienpreise, Standortanalysen, Rankinglisten über 2000 Städte. Plötz Immobilienführer Deutschland. Köln: Immobilien Manager Verlag
- Plötz, Werner 2012: Plötz Immobilienführer Deutschland: Immobilienpreise, Standortanalysen, Rankinglisten über 2000 Städte. Plötz Immobilienführer Deutschland. Köln: Immobilien Manager Verlag
- Plötz, Werner 2013: Plötz Immobilienführer Deutschland: Immobilienpreise, Standortanalysen, Rankinglisten über 2000 Städte. Plötz Immobilienführer Deutschland. Köln: Immobilien Manager Verlag
- Plötz, Werner 2014: Plötz Immobilienführer Deutschland: Immobilienpreise, Standortanalysen, Rankinglisten über 2000 Städte. Plötz Immobilienführer Deutschland. Köln: Immobilien Manager Verlag
- Plötz, Werner 2015: Plötz Immobilienführer Deutschland: Immobilienpreise, Standortanalysen, Rankinglisten über 2000 Städte. Plötz Immobilienführer Deutschland. Köln: Immobilien Manager Verlag
- Quiring-Lategahn, Magdalene 2008: Früheres Ernsting-Kaufhaus wird ein Schmuckstück. In: Ruhr Nachrichten vom 26.02.2008. Lünen. Abgerufen von <http://www.ruhrnachrichten.de/staedte/luenen/Frueheres-Ernsting-Kaufhaus-wird-ein-Schmuckstueck;art928,194323> (zugegriffen am 17.01.2016)
- Reed, Mark S.; Graves, Anil; Dandy, Norman; Posthumus, Helena; Hubacek, Klaus; Morris, Joe; Prell, Christina; Quinn, Claire H.; Stringer, Lindsay C. 2009: Who's in and why? A typology of stakeholder analysis methods for natural resource management. In: Journal of environmental management, Jg. 90. H. 5: 1933–1949
- Rossi, Peter H. et al. 2004: Evaluation: A systematic approach. 7th edition. Thousand Oaks, Kalifornien: SAGE Publications
- Schmidt-Eichstaedt, Gerd 2003: Stadtumbau: Neue Aufgabe - alte Instrumente? In: Informationen zur Raumentwicklung. 10/11: 695–707
- Scholles, Frank 2008: Messung, Indikation. In: Fürst, Dietrich; Scholles, Frank (Hg.): Handbuch Theorien und Methoden der Raum- und Umweltplanung. 3., vollständig überarbeitete Auflage. Dortmund: Verlag Dorothea Rohn, 317–323

- Sedlacek, Peter (Hg.) 2004: Evaluation in der Stadt- und Regionalentwicklung. Stadtforschung aktuell. 1. Auflage. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften
- Selle, Klaus 1995: Phasen oder Stufen?: Fortgesetzte Anmerkungen zum Wandel des Planungsverständnisses. In: RaumPlanung. H. 71: 237–242
- Stadt Dortmund 2013: Masterplan Einzelhandel: Einzelhandels- und Zentrenkonzept der Stadt Dortmund. Dortmund: Stadt Dortmund
- Stadt Lünen 2007: Perspektive Innenstadt Lünen 2012: Impulse für einen starken Kern. Lünen: Stadt Lünen
- Stadt Lünen 2009a: Newsletter zum Stadtumbau, Nr. 1. Lünen: Stadt Lünen
- Stadt Lünen 2009b: Öffentliche Ausschreibung im Verhandlungsverfahren für das Stadtumbaumanagement: Anforderungsprofil und Leistungsbild. Lünen: Stadt Lünen
- Stadt Lünen 2009c: Richtlinien der Stadt Lünen über die Gewährung von Zuwendungen zur Modernisierung von Immobilien im Stadtumbaugebiet „Innenstadt Lünen 2012“. Lünen: Stadt Lünen
- Stadt Lünen 2010a: Werbesatzung Stadtkern Lünen. Lünen: Stadt Lünen
- Stadt Lünen 2010b: Kurzinformation Fassaden- und Hofflächenprogramm Innenstadt Lünen. Lünen: Stadt Lünen
- Stadt Lünen 2010c: Newsletter zum Stadtumbau, Nr. 4. Lünen: Stadt Lünen
- Stadt Lünen 2010d: Gestaltungsleitlinien für Gebäude, Werbeanlagen und Freiflächen im Stadtkern von Lünen. Lünen: Stadt Lünen
- Stadt Lünen 2011a: Richtlinie der Stadt Lünen zur Vergabe von Finanzmitteln aus dem Verfügungsfonds. Lünen: Stadt Lünen
- Stadt Lünen 2011b: Richtlinie der Stadt Lünen zur Vergabe der Mittel zur Mitwirkung und Öffentlichkeitsarbeit. Lünen: Stadt Lünen
- Stadt Lünen 2011c: Newsletter zum Stadtumbau, Nr. 5. Lünen: Stadt Lünen
- Stadt Lünen 2013a: Newsletter zum Stadtumbau, Nr. 12. Lünen: Stadt Lünen
- Stadt Lünen 2013b: Einzelhandel. In: Stadt Lünen (Hg.): Innenstadt Lünen: Standortprofil Einzelhandel. Lünen, 1
- Stadt Lünen 2013c: Newsletter zum Stadtumbau, Nr. 10. Lünen: Stadt Lünen
- Stadt Lünen 2013d: Werbesatzung Stadtkern Lünen. Lünen: Stadt Lünen
- Stadt Lünen 2014a: Newsletter zum Stadtumbau, Nr. 13. Lünen: Stadt Lünen
- Vedung, Evert 2000: Evaluation Research and Fundamental Research. In: Stockmann, Reinhard (Hg.): Evaluationsforschung: Grundlagen und ausgewählte Forschungsfelder. Sozialwissenschaftliche Evaluationsforschung, Bd. 1. 1. Auflage. Leverkusen: Verlag Leske + Budrich, 103–127
- Weith, Thomas 2007: Stadtumbau und Evaluation. In: Weith, Thomas (Hg.): Stadtumbau erfolgreich evaluieren. 1. Auflage. Münster, New York, München, Berlin: Waxmann, 11–25

Wroblewski, Andrea; Leitner, Angela 2009: Zwischen Wissenschaftlichkeitsstandards und Effizienzansprüchen: ExpertInneninterviews in der Praxis der Maßnahmenevaluation. In: Bogner, Alexander; Littig, Beate; Menz, Wolfgang (Hg.): Experteninterviews: Theorie, Methoden, Anwendungsfelder. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, 259–276

Yin, Robert K. 2014: Case study research: Design and methods. Fifth edition. Los Angeles: SAGE Publications

Internetquellen

Bauverein zu Lünen 2013: Positiver Impuls für Lünen City – Bauverein übernimmt alte Hertie-Immobilie. Abgerufen von <http://www.bauverein.de/hertie-immobilie/> (zuletzt aktualisiert am 23.05.2014, zugegriffen am 02.01.2016)

BBSR [Bundesinstitut für Bau-, Stadt- und Raumforschung im Bundesamt für Bauwesen und Raumordnung] 2012: Lünen - Innenstadt: Schwerpunkte: Stadtzentrum/private Eigentümer/Zwischennutzungen. Abgerufen von http://www.staedtebaufoerderung.info/StBauF/DE/Programm/StadtumbauWest/Praxis/Kommunale_Praxisbeispiele/Massnahmen/luenen/luenen_node.html (zuletzt aktualisiert am 21.03.2014, zugegriffen am 24.10.2015)

BBSR [Bundesinstitut für Bau-, Stadt- und Raumforschung im Bundesamt für Bauwesen und Raumordnung] 2015a: Stadtumbau West. Abgerufen von http://www.staedtebaufoerderung.info/StBauF/DE/Programm/StadtumbauWest/stadtumbau_west_node.html (zuletzt aktualisiert am 09.12.2015, zugegriffen am 02.02.2016)

BBSR [Bundesinstitut für Bau-, Stadt- und Raumforschung im Bundesamt für Bauwesen und Raumordnung] 2015b: Stadtumbau Ost. Abgerufen von http://www.staedtebaufoerderung.info/StBauF/DE/Programm/StadtumbauOst/stadtumbauOst_node.html (zuletzt aktualisiert am 15.05.2015, zugegriffen am 24.10.2015)

Brockhoff [Brockhoff & Partner Immobilien GmbH] 2011: Einzelhandelsmietspiegel 2011. Abgerufen von <http://www.brockhoff.de/website/index.php/de/publikationen/einzelhandelsmietspiegel-2011#l-tab> (zuletzt aktualisiert am 21.01.2016, zugegriffen am 02.02.2016)

Brockhoff [Brockhoff & Partner Immobilien GmbH] 2012: Einzelhandelsmietspiegel 2012. Abgerufen von <http://www.brockhoff.de/website/index.php/de/publikationen/einzelhandelsmietspiegel-2012#l-tab> (zuletzt aktualisiert am 21.01.2016, zugegriffen am 02.02.2016)

Brockhoff [Brockhoff & Partner Immobilien GmbH] 2013: Einzelhandelsmietspiegel 2013. Abgerufen von <http://www.brockhoff.de/website/index.php/de/publikationen/einzelhandelsmietspiegel-2013#l-tab> (zuletzt aktualisiert am 21.01.2016, zugegriffen am 02.02.2016)

Brockhoff [Brockhoff & Partner Immobilien GmbH] 2014c: Einzelhandelsmietspiegel 2014. Abgerufen von <http://www.brockhoff.de/website/index.php/de/publikationen/einzelhandelsmietspiegel-2014#l-tab> (zuletzt aktualisiert am 21.01.2016, zugegriffen am 02.02.2016)

-
- Brockhoff [Brockhoff & Partner Immobilien GmbH] 2015: Einzelhandelsmietspiegel 2015. Abgerufen von <http://www.brockhoff.de/website/index.php/de/publikationen/einzelhandelsmietspiegel-2015#l-tab> (zuletzt aktualisiert am 21.01.2016, zugegriffen am 02.02.2016)
- City Ring [City Ring Lünen e. V.] 2015: ÜBER UNS :: City Ring Lünen. Abgerufen von <http://www.cityring-luene.de/de/> (zuletzt aktualisiert am 31.10.2015, zugegriffen am 04.01.2016)
- Friesecke, Frank 2008: Handlungsfeld Stadtumbau: Einordnung. Abgerufen von <http://www.stadtumbau-im-konsens.de/stadtumbau2.cfm> (zuletzt aktualisiert am 09.02.2008, zugegriffen am 30.12.2015)
- IHK Karlsruhe [Industrie- und Handelskammer Karlsruhe] 2015: Einzelhandelskaufkraft, Einzelhandelsumsatz und Einzelhandelszentralität 2015: Standortpolitik. Abgerufen von https://www.karlsruhe.ihk.de/standortpolitik/zahlenundfakten/Zahlen_Einzelhandel/GfK_Kaufkraft_fuer_den_Einzelhandel_2010/2454092 (zuletzt aktualisiert am 11.05.2015, zugegriffen am 29.01.2016)
- imb [Institut für Medien und Bildungstechnologie - Mediendidaktik, Philosophisch-Sozialwissenschaftliche Fakultät, Universität Augsburg] 2013a: Qualitative Sozialforschung: Baustein II: Erhebungsmethoden: 6. Dokumentenanalyse: Vor- & Nachteile. Abgerufen von <http://qsf.e-learning.imb-uni-augsburg.de/node/742> (zuletzt aktualisiert am 07.11.2013, zugegriffen am 07.12.2015)
- imb [Institut für Medien und Bildungstechnologie - Mediendidaktik, Philosophisch-Sozialwissenschaftliche Fakultät, Universität Augsburg] 2013b: Qualitative Sozialforschung: Baustein II: Erhebungsmethoden: 6. Dokumentenanalyse: Umsetzungshinweise. Abgerufen von <http://qsf.e-learning.imb-uni-augsburg.de/node/741> (zuletzt aktualisiert am 07.11.2013, zugegriffen am 07.12.2015)
- IS24 [Immobilien Scout GmbH] 2015: Filialisierungsgrad. Abgerufen von <http://www.immobilienscout24.de/gewerbe/lexikon/Filialisierungsgrad.html> (zuletzt aktualisiert am 09.12.2015, zugegriffen am 09.12.2015)
- IT.NRW [Landesbetrieb für Information und Technik Nordrhein-Westfalen - Geschäftsbereich Statistik -] 2016a: Arbeitsmarktstatistik: Arbeitslose nach Geschlecht - Gemeinden - Monat (Tabelle 13211-03ir). Abgerufen von <https://www.landesdatenbank.nrw.de/ldb NRW/online> (zuletzt aktualisiert am 01.02.2016, zugegriffen am 01.02.2016)
- IT.NRW [Landesbetrieb für Information und Technik Nordrhein-Westfalen - Geschäftsbereich Statistik -] 2016b: Bevölkerungsstand und -bewegung (ab 1962) - Gemeinden - Jahr (Tabelle 12491-01ir). Abgerufen von <https://www.landesdatenbank.nrw.de/ldb NRW/online> (zuletzt aktualisiert am 01.02.2016, zugegriffen am 01.02.2016)
- OSM [OpenStreetMap-Mitwirkende] 2015: OpenStreetMap: Open Data Commons Open Database Lizenz. Abgerufen von <http://www.openstreetmap.org> (zuletzt aktualisiert am 29.12.2015, zugegriffen am 29.12.2015)

- Reink, Michael 2014: Leerstand/Leerstandsquoten. Abgerufen von <http://www.einzelhandel.de/index.php/themeninhalte/standortundverkehr/item/124506-leerstand-leerstandsquoten> (zuletzt aktualisiert am 12.08.2014, zugegriffen am 29.01.2016)
- Stadt Greven 2016: Kennzahlen der GfK GeoMarketing für Greven. Abgerufen von https://www.greven.net/stadtinfo_wirtschaft/wirtschaft/gfk-kennzahlen.php#chapter14708010000003312-1015_sp_main_iterate_3_0 (zuletzt aktualisiert am 12.01.2016, zugegriffen am 29.01.2016)
- Stadt Lünen 2014b: Masterplan Einzelhandel - Lüner Sortimentsliste. Abgerufen von <https://www.luenen.de/stadtplanung/weitere/sortimentsliste.php> (zuletzt aktualisiert am 17.10.2014, zugegriffen am 10.01.2016)

Rechtsquellen

- Baugesetzbuch in der Fassung der Bekanntmachung vom 23. September 2004 (BGBl. I S. 2414), zuletzt geändert durch Artikel 6 des Gesetzes vom 20. Oktober 2015 (BGBl. I S. 1722)
- Grundgesetz für die Bundesrepublik Deutschland vom 23. Mai 1949 (BGBl. S. 1), zuletzt geändert durch Artikel 1 des Gesetzes vom 23.12.2014 (BGBl. I S. 2438)

Interviewquellen

- Cüppers, Jens 20.01.2016: Ehemaliges Stadtumbaumanagement Lünen; geschäftsführender Gesellschafter der steg Stadterneuerungs- und Stadtentwicklungsgesellschaft NRW mbH. Interview bei der steg Stadterneuerungs- und Stadtentwicklungsgesellschaft NRW mbH in Dortmund
- Lewald, Horst 13.01.2016: Ehemaliger Vorsitzender des City Ring Lünen e. V.; geschäftsführender Gesellschafter der Saturn Electro-Handelsgesellschaft mbH Lünen. Interview bei der Saturn Electro-Handelsgesellschaft mbH Lünen in Lünen
- Linn, Astrid 18.12.2015: Leiterin des Fachreferates Stadtentwicklung/Stadtmarketing im Büro des Bürgermeisters der Stadt Lünen. Interview im Rathaus in Lünen

Anhang

Erfassungsbogen für die Einzelhandelsbetriebe im Untersuchungsgebiet

Nummer des Erfassungsbogens: _____

Angabe der Straße und Hausnummer: _____

Anzahl der Treppenstufen im Zugang: _____

Name: _____

Sortiment:

- Textilien, Lederwaren
- Schuhe
- Drogerie, Parfümerie, Reformhaus, Kosmetik
- Schmuck, Juwelier, Optik, Accessoires
- Gastronomie, Lebensmittel, Getränke
- Mobilfunk, Computer, Elektronik
- Haus, Möbel, Heim, Geschenkartikel, Sonderposten
- Bücher
- Bäcker
- Sonstige wie z. B. Spielwaren, Banken, Versicherungen, Lotto, Friseure, Reisebüros
- Leerstand

**Erhebungsergebnis für den Leerstand im Einzelhandel im
Untersuchungsgebiet (Stand: 12.12.2015)**

Lagetyp	Straße	Hausnummer
1a-Lage	Lange Straße	49
1b-Lage	Bäckerstraße	14 a
1b-Lage	Bäckerstraße	20
1b-Lage	Kirchstraße	12
1b-Lage	Mauerstraße	38
1b-Lage	Roggenmarkt	3
1b-Lage	Roggenmarkt	12
Σ 1 1a-Lage		
Σ 6 1b-Lage		

Erhebungsergebnis als Laufliste im Einzelhandel der 1a-Lage für Filialisierungsgrad im Einzelhandel sowie Sortimente im Einzelhandel (Stand: 12.12.2015)

Hausnummer	Name	Filialisierungsgrad im Einzelhandel	Sortimente im Einzelhandel
1	Commerzbank	Filiale	Sonstige wie z. B. Spielwaren, Banken, Versicherungen, Lotto, Friseure, Reisebüros
2	O ₂	Filiale	Mobilfunk, Computer, Elektronik
3-5	Gerry Weber	Filiale	Textilien, Lederwaren
3-5	s.Oliver	Filiale	Textilien, Lederwaren
4	Gold-Funke	Filiale	Schmuck, Juwelier, Optik, Accessoires
6	mobilcom-debitel	Filiale	Mobilfunk, Computer, Elektronik
7	Gold & Zeit Juwelier & Uhrmacher	Einzelbetrieb	Schmuck, Juwelier, Optik, Accessoires
7	Handy-Store	Einzelbetrieb	Mobilfunk, Computer, Elektronik
7	Bellaire	Einzelbetrieb	Sonstige wie z. B. Spielwaren, Banken, Versicherungen, Lotto, Friseure, Reisebüros
8	Fleischerei Lewe	Einzelbetrieb	Gastronomie, Lebensmittel, Getränke
9	Gina Laura	Filiale	Textilien, Lederwaren
10	engbers	Filiale	Textilien, Lederwaren
11	Miro Minkus	Einzelbetrieb	Schmuck, Juwelier, Optik, Accessoires
12	Larsen Schmuck & Uhren	Einzelbetrieb	Schmuck, Juwelier, Optik, Accessoires
12	Mister Minit	Filiale	Sonstige wie z. B. Spielwaren, Banken, Versicherungen, Lotto, Friseure, Reisebüros
13	Nanu-Nana	Filiale	Haus, Möbel, Heim, Geschenkartikel, Sonderposten
14	Bäckerei Schulte	Einzelbetrieb	Bäcker
14	Unitymedia	Filiale	Mobilfunk, Computer, Elektronik
15	TUI TRAVEL Star Walbaum und Akgül GBR	Einzelbetrieb	Sonstige wie z. B. Spielwaren, Banken, Versicherungen, Lotto, Friseure, Reisebüros
15-19	Müller	Filiale	Drogerie, Parfümerie, Reformhaus, Kosmetik
16	BONITA	Filiale	Textilien, Lederwaren
18	dm	Filiale	Drogerie, Parfümerie, Reformhaus, Kosmetik

Hausnummer	Name	Filialisierungsgrad im Einzelhandel	Sortimente im Einzelhandel
20	Tchibo	Filiale	Haus, Möbel, Heim, Geschenkartikel, Sonderposten
21-23	hunkemöller	Filiale	Textilien, Lederwaren
21-23	Bijou Brigitte	Filiale	Schmuck, Juwelier, Optik, Accessoires
22	McPaper	Filiale	Sonstige wie z. B. Spielwaren, Banken, Versicherungen, Lotto, Friseure, Reisebüros
24	Der Brillenladen	Einzelbetrieb	Schmuck, Juwelier, Optik, Accessoires
25	vodafone	Filiale	Mobilfunk, Computer, Elektronik
26	Adler-Apotheke	Einzelbetrieb	Drogerie, Parfümerie, Reformhaus, Kosmetik
27	Apollo-Optik	Filiale	Schmuck, Juwelier, Optik, Accessoires
28	pin's CASA DEL GELATO	Einzelbetrieb	Gastronomie, Lebensmittel, Getränke
29	Telekom Shop	Filiale	Mobilfunk, Computer, Elektronik
30	Optiker Bode	Filiale	Schmuck, Juwelier, Optik, Accessoires
31	CHRIST	Filiale	Schmuck, Juwelier, Optik, Accessoires
32	BackWerk	Filiale	Bäcker
33	Liberty Woman	Filiale	Textilien, Lederwaren
33	Babyhaus Mönninghoff	Einzelbetrieb	Sonstige wie z. B. Spielwaren, Banken, Versicherungen, Lotto, Friseure, Reisebüros
34	Fielmann	Filiale	Schmuck, Juwelier, Optik, Accessoires
35	Sporthaus Lang	Einzelbetrieb	Textilien, Lederwaren
36	Stadt-Parfümerie Pieper	Filiale	Drogerie, Parfümerie, Reformhaus, Kosmetik
37	DERPART Reisebüro Horn	Einzelbetrieb	Sonstige wie z. B. Spielwaren, Banken, Versicherungen, Lotto, Friseure, Reisebüros
39	Schuh House	Filiale	Schuhe
40	BONITA men	Filiale	Textilien, Lederwaren
42-44	Thalia	Filiale	Bücher
43	Bieneck Kreutzer	Einzelbetrieb	Sonstige wie z. B. Spielwaren, Banken, Versicherungen, Lotto, Friseure, Reisebüros
44	SABBA	Einzelbetrieb	Textilien, Lederwaren
45	Peek & Cloppenburg	Filiale	Textilien, Lederwaren
49	Leerstand		
50-52	Schuhhaus Schlatholt	Filiale	Schuhe

Hausnummer	Name	Filialisierungsgrad im Einzelhandel	Sortimente im Einzelhandel
51	Top Ten	Filiale	Sonstige wie z. B. Spielwaren, Banken, Versicherungen, Lotto, Friseure, Reisebüros
53	Street One; CECIL	Filiale	Textilien, Lederwaren
54	Holsen Wertkauf	Einzelbetrieb	Haus, Möbel, Heim, Geschenkartikel, Sonderposten
55	Incognito	Einzelbetrieb	Schmuck, Juwelier, Optik, Accessoires
56	Bäckerei Grobe	Filiale	Bäcker
57	intercoiffure twieling	Einzelbetrieb	Sonstige wie z. B. Spielwaren, Banken, Versicherungen, Lotto, Friseure, Reisebüros
58	Creativladen	Filiale	Haus, Möbel, Heim, Geschenkartikel, Sonderposten
59	Lieblingsmensch	Einzelbetrieb	Haus, Möbel, Heim, Geschenkartikel, Sonderposten
59	Boutique Glamour	Einzelbetrieb	Textilien, Lederwaren
60	O ₂	Filiale	Mobilfunk, Computer, Elektronik
61	Triumph	Filiale	Textilien, Lederwaren
62-74	H&M	Filiale	Textilien, Lederwaren
62-74	Esprit	Filiale	Textilien, Lederwaren
63	Tredy	Filiale	Textilien, Lederwaren
66	C&A	Filiale	Textilien, Lederwaren
68	Deichmann	Filiale	Schuhe
70	mister*lady	Filiale	Textilien, Lederwaren

Σ 65

Σ 44 Filialen

Σ 21 Einzelbetriebe

Σ 19 Textil, Lederwaren

Σ 3 Schuhe

Σ 4 Drogerie, Parfümerie, Reformhaus, Kosmetik

Σ 11 Schmuck, Juwelier, Optik, Accessoires

Σ 2 Gastronomie, Lebensmittel, Getränke

Σ 7 Mobilfunk, Computer, Elektronik

Σ 5 Haus, Möbel, Heim, Geschenkartikel, Sonderposten

Σ 1 Bücher

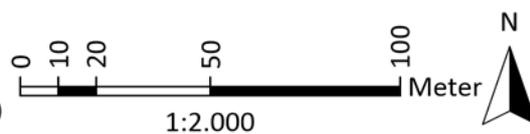
Σ 3 Bäcker

Σ 10 Sonstige wie z. B. Spielwaren, Banken, Versicherungen, Lotto, Friseure, Reisebüros



Legende

- 1a-Lage (Brockhoff 2006)
- 1a-Lage (Brockhoff 2010; Brockhoff 2014; Eigene Erhebung 2015)



Quelle: Eigene Erhebung; Abgrenzung räumliche Handlungsfelder: Stadt Lüneburg 2007: 36;
 Abgrenzung 1a-Lage: Brockhoff 2006: 440; Brockhoff 2010: 448; Brockhoff 2014a: 440; Kartengrundlage: OSM 2015

Leitfaden für die Experteninterviews

Vorbemerkung

Das Ziel der Untersuchung ist die Durchführung einer Wirkungsanalyse des Stadtumbaus in der zentralen und der südlichen Lüner Innenstadt hinsichtlich des Ziels, den Einzelhandel zu stärken. Das Ziel des Interviews ist es, die Perspektive der Stadtplanung/des Stadtumbaumanagements/des Einzelhandelsverbandes auf die Stadtumbaumaßnahme, insbesondere zur Wirkungs- und Kausalanalyse, zu ermitteln. Die Ergebnisse werden nicht anonymisiert. Besteht Einverständnis mit einer Tonbandaufzeichnung?

Vorgeschichte

1. Wie fiel die Entscheidung, in der Lüner Innenstadt einen Stadtumbau durchzuführen?

(0 min)

- Wieso wurde ein Stadtumbau durchgeführt und nicht auf einer anderen planungsrechtlichen Grundlage operiert?
- Wie wurde die Stadtumbaumaßnahme vorbereitet?

Instrumentenanalyse

2. Welche der durchgeführten Maßnahmen im Rahmen des Stadtumbaus dienten konkret dem Ziel der Stärkung des Einzelhandels?

(5 min)

- Welche Maßnahmen waren das?
- Wie wurden die Maßnahmen finanziert?
- In welchem Zeitrahmen wurden die Maßnahmen durchgeführt?

Wirkungsanalyse**3. Welche Wirkungen haben die Maßnahmen erzielt?****(10 min)**

- Welche Maßnahmen haben Anschubwirkungen für private Investitionen gegeben?
- Wie haben die Maßnahmen gewirkt?
- Gab es unvorhergesehene Effekte?

4. Welche Rolle haben die einzelnen Akteure im Stadtumbau eingenommen?**(20 min)**

- Was war die Rolle des Stadtplanungsamtes?
- Was war die Rolle des Stadtumbaumanagements?
- Was war die Rolle der Politik?
- Was war die Rolle des City Rings?
- Welche Beziehungen bestanden zwischen den Akteuren und wie entwickelten sie sich?

Kausalanalyse**5. Welche Entwicklungen im Einzelhandel in der Lüner Innenstadt lassen sich auf die Maßnahmen des Stadtumbaus zurückführen?****(25 min)**

- Welche Maßnahmen waren besonders effektiv?
- Gab es andere zu berücksichtigende Einflüsse auf die Einzelhandelsentwicklung?

6. Wurde das Ziel der Stärkung des Einzelhandels erreicht?**(35 min)**

- Wurden die räumlichen Ziele (Stärkung der Kompaktheit, Stärkung der Ost-West-Achse, Aufwertung der Eingänge) erreicht?
- Wurde das funktionale Ziel (kein zentrenrelevanter Handel außerhalb der Innenstadt) erreicht?
- Wurden die wirtschaftlichen Ziele (Erhalt des kleinteiligen Besatzes) erreicht?

7. Welche Investitionen im Einzelhandel wurden durch den Stadtumbau angestoßen?**(40 min)**

- In welche Maßnahmen hat die öffentliche Hand investiert?
- Haben die Einzelhandelsbetriebe in bauliche Maßnahmen investiert?
- Sind Beschäftigungseffekte zu verzeichnen?

Ausblick

8. Welcher weitere Handlungsbedarf in der Lüner Innenstadt besteht?

(45 min)

- Steht die Realisierung weiterer Maßnahmen an?
- Wie kann die dauerhafte Stärkung des Einzelhandels in der Lüner Innenstadt gelingen?

9. Welche Aspekte des Stadtumbaus in Lünen lassen sich auf andere Kommunen im Rahmen des Städtebauförderungsprogramms „Stadtumbau West“ übertragen?

(50 min)

- Gibt es bestimmte Instrumente und Maßnahmen, die sich generell empfehlen?
- Gab es lokale Besonderheiten in Lünen, die hinsichtlich der Übertragbarkeit zu berücksichtigen sind?

Methodische Nachfrage (nur im Experteninterview mit der Stadtplanung)

10. Welches methodische Vorgehen wurde bei der Leerstandserhebung im Jahr 2007 angewendet?

(55 min)

- Welche räumliche Begrenzung wurde gewählt?
- Wurden die Leerstände flächenbezogen oder bezogen auf die Ladenlokale erhoben?

Protokoll des Experteninterviews mit Frau Dipl.-Ing. Astrid Linn, Leiterin Fachreferat Stadtentwicklung/Stadtmarketing im Büro Bürgermeister der Stadt Lünen (Freitag, 18.12.2015, 10:00 Uhr - 11:00 Uhr)

Vorgeschichte

1. Wie fiel die Entscheidung, in der Lüner Innenstadt einen Stadtumbau durchzuführen?

- Es bot sich eine günstige Gelegenheit, da das Städtebauförderungsprogramm Stadtumbau West gerade zu dem Zeitpunkt eingerichtet wurde, als der Handlungsbedarf in der Lüner Innenstadt deutlich war
- Die Städtebauförderung war unverzichtbar für die finanzielle Bewältigung des Stadtumbaus
- Hinzu kamen günstige Immobilienzinsen, die das Engagement der Privaten erleichterten

Instrumentenanalyse

2. Welche der durchgeführten Maßnahmen im Rahmen des Stadtumbaus dienten konkret dem Ziel der Stärkung des Einzelhandels?

- Mehr Nutzungsmischung (innerstädtisches Wohnen, Freizeit-/Kulturangebote, Familienfreundlichkeit, Anbindung an den Naturraum), um als Synergieeffekt die Passanten- und damit Kundenfrequenzen zu erhöhen und Kompaktheit der Hauptlage zu betonen
- Aufwertung des öffentlichen Raumes als kommunale Hauptaufgabe, Fußgängerzone modernisiert, ebenso Flusspark mit 800.000 €
- Ausgestaltung der Innenstadteingänge als Empfangsorte, insbesondere Empfangsraum Lange Straße in der südlichen Innenstadt
- Stadtbildpflege mittels einheitlicher Gestaltungselemente (z. B. Beleuchtung) und Gestaltungs-, Werbe- und Sondernutzungssatzung
- Orientierung schaffen
- Wiedernutzung der Fläche Christinentor/Lange Straße mit Textileinzelhandel als Schlüsselmaßnahme zur Stärkung der Hauptlage und der südlichen Innenstadt
- Inwertsetzung einer historischen Kaufhaus-Immobilie mit hochwertigem Textileinzelhandel als Schlüsselmaßnahme zur Stärkung der Hauptlage
- Fassadenprogramm zur äußeren Aufwertung der Immobilien und barrierefreien Zugang und Innenausbau der Ladenlokale
- Verfügungsfonds, darüber Förderung einer Winterbeleuchtung und eines freien WLAN an City Ring Lünen e. V., freies WLAN wegen Strukturwandel im Einzelhandel, Verknüpfung von online und offline
- Umbau der Hertie-Immobilie zur Nutzungsmischung und Beseitigung des Leerstandes
- Reduktion der Einzelhandelsfläche um 6.000 m², etwa 15 %, zur Stärkung der Hauptlage
- Bewusster Verzicht auf ein Einkaufszentrum zur Stärkung der Hauptlage und zum Erhalt des kleinteiligen Besatzes

Wirkungsanalyse

3. Welche Wirkungen haben die Maßnahmen erzielt?

- Laut Industrie- und Handelskammer ist Lünen eine der am besten aufgestellten Mittelstädte im Einzelhandel
- Es wurden in der zentralen und südlichen Innenstadt etwa 25.604 m² öffentlicher Raum neu gestaltet
- Durch die Schlüsselmaßnahmen Wiedernutzung der Fläche Christinentor/Lange Straße und Inwertsetzung einer historischen Kaufhaus-Immobilie erfolgte eine Stärkung des gesamten Einzelhandels, da Neuansiedlungen Kunden an den Standort locken, sodass auch bestehender Bestand gehalten werden konnte
- Im Zuge der Wiedernutzung der Fläche Christinentor/Lange Straße wurden 4.880 m² Brachfläche entwickelt, es entstand ein Aufwertungsimpuls für die Immobilieneigentümer im direkten Umfeld
- Mit dem Fassadenprogramm wurden in der zentralen und südlichen Innenstadt etwa 2.717,7 m² Fassadenfläche aufgewertet
- Die erhöhte Passantenfrequenz in der südlichen Innenstadt ermöglichte vermehrte Existenzgründungen in außergewöhnlichen Einzelhandelssegmenten im Umfeld
- Durch Umgestaltung des Empfangsraumes Lange Straße auch im Umfeld Modernisierung der Immobilien (z. B. Sanitär-/Bäderbetrieb, Neubau anstelle der alten Lichtburg, Kindergarten, Pfarrzentrum der Kirche, Verwaltung des Bauvereins zu Lünen)
- Eindruck eines gepflegten Stadtbildes wird von externer Seite bestätigt
- Durch Gestaltungsleitlinien Unterbindung aggressiver Werbeanlagen
- Ein Zeichen dafür, dass der Einzelhandel gestärkt wurde, ist der mit einem Drittel relativ hohe Anteil an inhabergeführten Geschäften, Geschäftsaufgaben nur wegen mangelnder Nachfolge oder übergeordneter struktureller Entwicklungen im Einzelhandel, auch Spezialanbieter können wirtschaftlich bestehen
- Zu Beginn des Stadtumbaus schwächelnde 1a-Lage mit Leerständen, jetzt keine strukturellen Leerstände mehr dort
- Mittlerweile Anstieg von Leerständen in 1b-Lagen trotz der Maßnahmen wegen Strukturwandel im Einzelhandel

4.

Welche Rolle haben die einzelnen Akteure im Stadtumbau eingenommen?

- Einzelhandelsbetriebe führen Aktionen durch, um den Standort insgesamt attraktiver zu machen (z. B. Schaufenstergestaltung, Gestaltung leerstehender Schaufenster)
- Politik mit Interesse an Wohlergehen der Einzelhandelsbetriebe in der Innenstadt
- Genossenschaften Bauverein zu Lünen und Wohnungsbaugenossenschaft Lünen eG nehmen Verantwortung für ihre Immobilien am Standort wahr, halten sie in gutem Zustand und stärken das Umfeld damit
- City Ring Lünen e. V. mit Interesse an Gestaltungsmaßnahmen des öffentlichen Raumes, als Vertretung der Einzelhandelsbetriebe wichtiger Akteur
- Stadtumbaumanagement zur Kommunikation der Maßnahmen mit den Einzelhandelsbetrieben
- Über Ab in die Mitte! Austausch zwischen Verwaltung und Einzelhandelsbetrieben sowie City Ring Lünen e. V., von da an enge Kommunikation und sehr gute Zusammenarbeit
- Enge Abstimmung der Politik und der Verwaltung beim Stadtumbau, Vertrauen der Politik in die Arbeit der Verwaltung
- Enge Kommunikation zwischen Kommune und Genossenschaften bezüglich Immobiliennutzungen
- Kommunikation zwischen Verwaltung und Einzelhandelsbetrieben zur Umsetzung der Gestaltungsleitlinien
- Kommune als potenzieller Mieter von Flächen der Genossenschaften mit Einflussmöglichkeit in einem speziellen Bauprojekt
- Kommune beratend für Immobilieneigentümer zum Fassadenprogramm
- Enge Abstimmung der Strategie zwischen Verwaltung und Politik

Kausalanalyse

5. Welche Entwicklungen im Einzelhandel in der Lüner Innenstadt lassen sich auf die Maßnahmen des Stadtumbaus zurückführen?

- Kommunale Gesamtstrategie für Innenstadt wichtig für Einzelhandelsentwicklung
- Gestaltung des öffentlichen Raumes wichtig für Einzelhandelsentwicklung
- Kommunales Engagement bei privaten Immobilieninvestitionen wichtig für Einzelhandelsentwicklung
- In der südlichen Innenstadt durch Schlüsselmaßnahme Wiedernutzung der Fläche Christinentor/Lange Straße in Verbindung mit Aufwertung der Umgebung Bedeutungsgewinn und Aufschwung für den Einzelhandel
- Mit Hilfe des Fassadenprogrammes erfolgte eine Aufwertung der Ladenlokale in der südlichen Innenstadt
- Durch Gestaltungsleitlinien stärkere Regulierung der Einzelhandelsbetriebe, jedoch auch Verbesserung des Stadtbildes
- Anstieg der Leerstände in 1b-Lagen ist auf den Strukturwandel im Einzelhandel zurückzuführen
- Starke Konkurrenz durch Oberzentren Dortmund und Münster im Einzugsgebiet und dadurch bedingten Kaufkraftabfluss als Randbedingung
- Generell geringere Kaufkraft in Lünen und demografische Entwicklung mit abnehmender Einwohnerzahl als Randbedingung
- Einzelhandelsentwicklung in der Lüner Innenstadt durch kompakte Lage und dichte, enge Strukturen des Bestandes begünstigt
- Vielfältige Architektur mit alten Fassadenelementen als Attraktivitätsfaktor
- Inhabergeführte Einzelhandelsbetriebe haben sich am Stadtumbauprozess beteiligt, weil sie sich von den Maßnahmen einen wirtschaftlichen Nutzen versprochen haben

6. Wurde das Ziel der Stärkung des Einzelhandels erreicht?

- Das Teilziel der Stärkung des kompakten Kernes und der kompakten Hauptlagen wurden durch Schlüsselmaßnahmen Inwertsetzung einer historischen Kaufhaus-Immobilie und Wiedernutzung der Fläche Christinentor/Lange Straße sowie die Reduktion der Verkaufsfläche, insbesondere die Umnutzung der Hertie-Immobilie und Absage an ein Einkaufszentrum, erreicht
- Das Teilziel, keinen innenstadtrelevanten Einzelhandel mehr außerhalb des Hauptgeschäftszentrums anzusiedeln, wurde erreicht, es besteht nur ein kontrollierter Fachmarktstandort, ansonsten wird Einzelhandel durch das Nahversorgungskonzept auf integrierte Lagen konzentriert
- Das Teilziel der Stärkung des kleinteiligen Bestandes wurde mittels Verzicht auf ein Einkaufszentrum und Strukturierung der Immobilie bei der Wiedernutzung der Fläche Christinentor/Lange Straße erreicht

7. Welche Investitionen im Einzelhandel wurden durch den Stadtumbau angestoßen?

- Insgesamt zwischen 10 und 11 Mio. € öffentliche Investitionen
- Anteil von 80 % der öffentlichen Investitionen von Bund und Land getragen
- Bei Empfangsraum Lange Straße auch EU-Förderung
- Teilweise private Kostenbeteiligung bis maximal 10 % der Gesamtkosten (z. B. bei der Umgestaltung des Hertie-Umfeldes)
- Fassade Ernsting-Kaufhaus 3 Mio. € private Investitionen durch Eigentümer
- Winterbeleuchtung 5.000 € durch City Ring Lünen e. V. bei 5.000 € öffentlicher Investition
- Insgesamt 85 Mio. € private Investitionen

Ausblick**8. Welcher weitere Handlungsbedarf in der Lüner Innenstadt besteht?**

- Das Hertie-Umfeld wird ab dem Jahr 2016 umgebaut, darüber hinaus keine größeren Baumaßnahmen mehr
- Kommunales Engagement verstetigen in Form eines Innenstadtmanagements
- Enge Kooperation mit dem City Ring Lünen e. V. beibehalten
- Konzertierte Veranstaltungen der Einzelhandelsbetriebe, auch über City Ring Lünen e. V. (z. B. im Weihnachtsgeschäft, verkaufsoffene Sonntage, Moonlight Shopping)
- Konzertierte Marketing der Einzelhandelsbetriebe (z. B. im Kreativbereich, Rabattaktionen)
- Personalmanagement der Einzelhandelsbetriebe
- Projekt freundliche Toilette zur Steigerung der Kundenfreundlichkeit

9. Welche Aspekte des Stadtumbaus in Lünen lassen sich auf andere Kommunen im Rahmen des Städtebauförderungsprogramms Stadtumbau West übertragen?

- Pragmatisches Vorgehen, an der Investitionsbereitschaft der Privaten orientiert
- Modernisierung des öffentlichen Raumes gekoppelt an private Immobilieninvestitionen
- Durch öffentliche Investitionen Anreize für private Investitionen schaffen und so Eigendynamik unter Privaten auslösen
- Kommunikation mit Immobilieneigentümern und Anliegern, um wirtschaftlichen Nutzen der Investitionen zu verdeutlichen
- Generell Erfahrungsaustausch mit anderen Kommunen bezüglich der durchgeführten Maßnahmen und der angewendeten Instrumente
- Enge Kommunikation und gemeinsame Aktivitäten mit dem Einzelhandel

Methodische Nachfrage**10. Welches methodische Vorgehen wurde bei der Leerstandserhebung im Jahr 2007 angewendet?**

- Die Leerstandserhebung wurde für das komplette Stadtumbaugebiet im Zuge der Erhebung der Einzelhandelsbetriebe durchgeführt
- Es wurde die absolute Anzahl an Leerständen von Ladenlokalen erhoben

**Experteninterview mit Herrn Dipl.-Ing. Jens Cüppers, ehem. Leiter
Stadtumbaubüro Innenstadt Lünen, geschäftsführender Gesellschafter steg
Stadterneuerungs- und Stadtentwicklungsgesellschaft NRW mbH
(Mittwoch, 20.01.2016, 15:00 Uhr - 15:45 Uhr) #Freigabe**

Zur Vorgeschichte, Sie waren ja da nicht von Anfang an involviert, aber rückblickend, die Entscheidung, in Lünen einen Stadtumbau durchzuführen, wie würden Sie das rekonstruieren?

Da hatte ich sogar das Glück, dass ich doch relativ früh involviert war, weil ich damals bei scheuven + wachten gearbeitet habe und damals als Mitarbeiter das Handlungskonzept für den Stadtumbau mit geschrieben habe. Als wir angefangen hatten, war das Problem der Lüner Innenstadt, dass die immer mehr Kaufkraftverluste an Dortmund hatte, was daran lag, dass die Handelsstruktur für eine Kleinstadt natürlich ganz ordentlich war, aber bestimmte Segmente gefehlt haben, gerade für junge Leute, was Mode und so etwas angeht. Da fehlte eine ganze Menge und die hatten auch einige Brachflächen in dem Bereich, in den nachher das Zentrum für junge Mode gekommen ist. Und die hatten das Ziel von Anfang an, die Innenstadt wieder attraktiver zu machen, als Einkaufsstadt, als Kulturstandort mehr Frequenz hereinzubringen und etwas für die junge Bevölkerung in Lünen zu tun, damit die nicht immer alle nur in Dortmund einkaufen gehen, sondern auch in der eigenen Stadt etwas finden. Und das hatten wir organisiert, aufbereitet und überlegt, was die richtigen Maßnahmen wären (*Analyse, Öffentlichkeitsbeteiligung und Maßnahmenvorschläge im Rahmen der Erarbeitung des städtebaulichen Entwicklungskonzeptes, Anm. d. Verf.*) und weil auch viele Umbaumaßnahmen damit verbunden sind, hat man sich entschlossen, in Abstimmung mit dem Städtebauministerium das in die Schiene Stadtumbau zu führen. Da waren einige Sachen, etwa die Komplettaufwertung der Fußgängerzone dabei, aber auch das Erlebbarmachen des Flusses wieder durch viele bauliche Maßnahmen, plus die Entwicklung der Brachfläche, der Brachfläche hier oben, wo das Heizkraftwerk drauf war, das ehemalige Stadtbad, also viele Sachen, wo baulich etwas zu tun war, deswegen passte da das Thema Stadtumbau ganz gut. Heutzutage gibt es ja auch noch das Städtebauförderungsprogramm Aktive Stadt- und Ortsteilzentren, also ich könnte mir auch vorstellen, wenn man das heutzutage macht, das man darüber eher gefördert würde. Aber das gab es damals noch nicht.

Damit sind wir direkt bei den Maßnahmen in der zentralen und südlichen Innenstadt. Wenn Sie da die Stärkung des Einzelhandels nehmen, welche Maßnahmen würden Sie da konkret zuordnen?

Da gibt es verschiedene. Das eine ist natürlich die Aufwertung der Fußgängerzone, was eine wichtige Maßnahme war. Die hatten damals auch ziemlich große Einbauten, was Spielflächen angeht, oder auch Sitzgelegenheiten in der Fußgängerzone, die mehr den Weg verstellt haben, als dass man da flanieren konnte. Die waren auch in die Jahre gekommen, hatten ein 70er Jahre-Erscheinungsbild und das war schon ein ganz wichtiger Baustein, glaube ich, für die 1a-Lage an der Stelle, ein attraktiveres Stadtbild hinzukriegen, um wieder mehr flanieren zu können. Es gab relativ früh ein Projekt, das war hier oben das ehemalige Ernsting-Kaufhaus, was richtig heruntergekommen war zu Beginn des Stadtumbaus und in dem nur 1 €-Läden waren und man hat es hingekriegt, mit einem neuen Eigentümer, der das gekauft hat, das historische Fassadenbild wiederherzustellen in den Erdgeschosszonen, alles umzubauen (*innerhalb des Gebäudes, Anm. d. Verf.*) und attraktivere

Handelsnutzungen anzusiedeln, s.Oliver, glaube ich, und Gerry Weber ist da hingekommen. Da hat man schon einen Schandfleck geschafft wegzukriegen und vor allem das umzukehren, dass sich nur 1 €-Shops und so weiter breitmachen in der Innenstadt und andere Läden mit anzulocken. Der dritte Baustein war das Zentrum für junge Mode, wo man auch gesagt hat auf Basis des Einzelhandelskonzeptes, dass Segmente fehlen und neue Angebote geschaffen werden müssen. Man hat das Problem identifiziert, dass wir hier eigentlich viel zu kleinteilige Ladenflächen hatten, wo man große Akteure wie H & M nicht ansiedeln kann, weil das nur kleinteilige 100-200 m² Läden sind und manche auch nur 40-50 m² haben. Die Einzelhandelsketten wollen große Verkaufsflächen haben und man hat da auch einen neuen Anker geschaffen und hat dadurch für viel mehr Belebung der Teilbereiche hinbekommen. Das haben wir im Laufe des Stadtumbaus auch einmal gemessen und das war so, dass man auch an den Frequenzen ablesen konnte, dass im Süden wieder mehr los ist. Das war einerseits ganz wichtig. Andererseits hat die Stadt sich natürlich auch um die Gestaltungsleitlinien gekümmert und eine Werbesatzung erstellt, wie man mit Werbung umgehen soll, um mehr Attraktivität ins Stadtbild zu bekommen. Und gleichzeitig wurde ja auch das Fassadenprogramm initiiert und da sind ziemlich viele in der 1a-Lage immobiliegestalterisch auch auf die Idee gekommen (*die Fassaden zu renovieren, Anm. d. Verf.*), was glaube ich auch dem Einzelhandelsstandort insgesamt gut getan hat. Was damals noch nicht so im Fokus war, oder weil man es nicht richtig wusste, war die Problematik mit der Hertie-Immobilie, die ja geschlossen wurde. Wenn man das gewusst hätte, weiß ich nicht, ob man auch das Zentrum für junge Mode initiiert hätte. Das lief ein bisschen parallel weil man da ja jetzt genug Fläche plötzlich frei hatte, wo die Nutzungen auch hätten stattfinden können. Aber da gibt es ja inzwischen eine ganz glückliche Lösung, wie man die Immobilie jetzt umbaut und nachnutzt.

Zu den Finanzierungen der Maßnahmen, war das öffentlich und privat gemischt, oder wie würden Sie die Aufteilung beschreiben?

Das ist unterschiedlich, also das Zentrum für junge Mode ist eine private Investition, in die ein Investor mehrere Millionen gesteckt hat. Wo die Stadt natürlich öffentliche Fördermittel anfangs genutzt hat, um die alten Bestände, die da waren, abzureißen. Das wurde öffentlich gefördert, da erstmal den Grund zu schaffen an der Stelle und die Stadt hat auch noch öffentliche Fördermittel benutzt, um über ein Wettbewerbsverfahren die Fassadenansicht zu gliedern. Also damals schwebte dem Investor vor, ein riesengroßes Gebäude zu errichten und über den Wettbewerb war es möglich, oder Ziel des Wettbewerbs war es, mehr eine kleinteilige Struktur der Fassaden hinzukriegen. Dabei sind öffentliche Mittel und private zusammen gekommen. Ähnlich war es auch bei der Ernsting-Immobilie, für die auch das Fassadenprogramm genutzt wurde, um grundsätzlich Rückbauten zu betreiben, auskragende Dächer, die da waren, wurden beseitigt und ein filigranes Glasdach darüber gebaut und das Gebäude gereinigt, das ist mit öffentlichen Mitteln passiert und der komplette Innenausbau ist wieder mit privaten Investitionen von staten gegangen. Da gibt es auch ein paar Beispiele, auch hier unten sind noch Immobilien, bei denen wir über das Fassadenprogramm die Außengestaltung gefördert haben, die aber den ganzen Laden privat gemacht haben. Auch hier unten das Bad- und Sanitäreinrichtungshaus, die haben lange Jahre eine ganz schäbige Fassade gehabt, ganz schäbige Werbeanlagen und so weiter und bei denen war es so, dass die nicht wussten, was unten mit dem südlichen Empfangsraum passiert und als klar war, dass hier jetzt alles neu gestaltet und hoch attraktiv wird, haben die sich dazu bekannt, am Standort zu bleiben, die hatten

schon überlegt, wegzugehen aus der Innenstadt. Und haben doch wieder in die Immobilie investiert und das Fassadenprogramm genutzt, um außen etwas zu machen, aber innendrin wieder alles mit privaten Mitteln finanziert und da gab es mehrere Beispiele von. Die Fußgängerzone ist ja komplett mit öffentlichen Mitteln neu gestaltet worden. Die Hertie-Immobilie wird ja ausschließlich mit privaten Mitteln finanziert vom Bauverein, aber das Umfeld soll noch angegangen werden, das ist auch ein bisschen in die Jahre gekommen. Da will man Mittel, die man damals für den Abriss bewilligt bekommen hat, der aber nicht erfolgt ist, im Umfeld ausgeben und hat dafür einen Änderungsantrag gestellt. Das sind meistens immer Win-Win-Situationen von öffentlicher Förderung und privaten Investitionen.

Direkt auf die Wirkungen der Maßnahmen, was man da wahrnehmen kann, was man vielleicht auch messen kann, wie würden sie das beschreiben, was würden Sie da hervorheben?

Was wir messen konnten, waren Veränderungen bei der Passantenfrequenz in einzelnen Teilbereichen. Das spricht dafür, dass das hier mit dem Zentrum für junge Mode ein neuer Magnet geschaffen wurde. Ursprünglich war dort relativ wenig Frequenz, sondern sie war fast alles in dem Bereich direkt an der Lippe oder damals Hertie und Saturn. Und da hat man deutlich bemerkt, als man das erneut überprüft hat, dass im Süden wesentlich mehr Frequenz ist. Was ein bisschen gleich geblieben ist, ist der nördliche Teil, aber den geht man ja eigentlich jetzt erst richtig planerisch an. Da konnte man noch keine Frequenzerhöhung feststellen. Was, glaube ich, auch ganz gut gelungen ist in Lünen, dass weiterhin inhabergeführte Geschäfte vorhanden sind im Bestand, das ist nicht wie in anderen Städten, wo es gerade Leerstände gibt, weil es mit den Umsätzen bergab geht mit den inhabergeführten Geschäften oder die keine Nachfolge haben, das lässt sich auch feststellen. Was die Leerstandsituation insgesamt angeht, da haben wir, was auch aus Einzelhandelssicht recht interessant ist, feststellen müssen, dass das ungefähr gleich geblieben ist, die Anzahl der Leerstände vor der Stadtumbaumaßnahme und jetzt. Was aber schon festzustellen ist, dass man es hingekriegt hat im zentralen Bereichen die Leerstände abzubauen. In den Randbereichen hat man weiterhin Leerstände. Aber in den Haupteinkaufslagen kriegt man das inzwischen immer wieder ziemlich schnell gefüllt, wenn da ein Besitzer wechselt oder ein Laden aufgibt, findet sich da immer ziemlich schnell ein neuer. Es krankt hier in den Bereichen Bäckerstraße, Münsterstraße und so weiter, die Randbereiche, aber da haben viele Städte das Problem, Internethandel und so weiter, dass sie sich komprimieren müssen. Das merkt man hier einfach auch.

Wenn wir auf die Akteursstrukturen eingehen während des Stadtumbaus, wie würden Sie da die Rollen der einzelnen Akteure beschreiben, also Stadtplanung, Stadtumbaumanagement, Politik, City Ring, was noch dazu kommt oder die Beziehungen auch zwischen den einzelnen?

Hauptverantwortlich für das Projekt war ja im Grunde der Bereich Stadtplanung beziehungsweise Stadtentwicklung, wo Frau Linn sitzt, da hat ja Lünen die besondere Konstellation, dass die Stadtentwicklung beim Bürgermeister saß und die Stadtplanung beim Baudezernenten. Das ist schon für sich eine relativ merkwürdige Konstellation, das hat man in Lünen aber ganz gut bewältigt bekommen verwaltungsintern, weil es eine ämterübergreifende Projektgruppe gab, die regelmäßig getagt hat und wo wir auch mit drin saßen, wo wir immer geguckt haben, welche Projekte stehen an, wo hakt es bei welchen Projekten, was muss als nächstes gemacht werden, das war immer ein regelmäßiger Austausch für das Stadtumbauprojekt und die Einzelmaßnahmen. Das ist sehr gut gelaufen, muss ich sagen, das war auch wichtig, um zielgerichtet und schnell die Projekte umsetzen

zu können. Die Politik hatte ganz am Anfang natürlich die Aufgabe, zu sagen, dass das städtebauliche Entwicklungskonzept ihr wichtig ist, dass das die Maßnahmen sind, die sie in Zukunft angehen will und zu sagen, dass dafür Eigenmittel bereitgestellt werden müssen. Die Politik mussten wir bei jeder Maßnahmenkonkretisierung mitnehmen. Da steht im städtebaulichen Entwicklungskonzept, dass man den nördlichen Innenstadtbereich aufwerten muss, aber richtig konkret ist man da noch nicht geworden. Es gab eine Mehrfachbeauftragung, wo man gesagt hat, dass Maßnahmenvorschläge gemacht werden sollten und was wie umgesetzt werden könnte. In dem Zuge musste man sich natürlich politische Legitimation einholen, um auch die Münsterstraße umzugestalten, den Platz an der Persiluhr umzugestalten, da hat man sich immer politischen Rückhalt geholt. Das Stadtumbaumanagement ist eingerichtet worden 2009 mit dem Ziel, die Stadt einerseits zu unterstützen bei der Projektumsetzung, also die einzelnen Maßnahmen zu konkretisieren. Wir haben aber auch Mehrfachbeauftragungen initiiert und Wettbewerbe organisiert, um zu gucken, dass die Planungen konkretisiert werden. Ein anderer wichtiger Punkt war es, Bürgerbeteiligung und Öffentlichkeitsarbeit zu machen, also auch viel mit den Einzelhändler zu sprechen, wann ein Umbau der Fußgängerzone vor ihrem Geschäft stattfindet, was es da zu beachten gilt, ob die auch Modernisierungspläne haben, etwas verändern, worauf man reagieren muss. Das haben wir versucht immer zu erfassen, frühzeitig natürlich zu informieren, was genau an Planung passiert, die Leute mitzunehmen, das sieht man hier in der Zeitung zur Öffentlichkeitsarbeit. Damit zu informieren wie der Stand der Dinge ist. Einen Newsletter hatten wir auch, den wir herumgeschickt haben, wir haben das Fassadenprogramm und den Verfügungsfonds eingerichtet, initiiert und die Projekte mit betreut. Da waren wir immer Vermittler zwischen den Akteuren vor Ort, zwischen der Öffentlichkeit, der Verwaltung und der Politik, hatten eine Vermittlungsfunktion an der Stelle. Es gab noch die Einzelhändler selber, wo es am einfachsten war mit dem City Ring zu agieren, weil der ja als Gemeinschaft schon gebündelt war und man da ein Sprachrohr hatte, über das bestimmte Maßnahmen an jedes einzelne Mitglied kommuniziert wurden, wo die Zusammenarbeit sehr gut geklappt hat, war bei den Ab in die Mitte! Aktionen, die haben wir ja drei Mal durchgeführt, wo wir immer in enger Abstimmung mit dem City Ring Ideen und Projektanträge Bewerbungen formuliert haben, weil das auch wie ein Wettbewerbsverfahren ist. Da haben wir die Förderung gekriegt, in enger Abstimmung die Maßnahmen konkretisiert und mit den Aktionswochen umgesetzt. Da hat die Zusammenarbeit ziemlich gut funktioniert, bezogen auf die Einzelaktionen. Was immer ein bisschen sperrig war, war, einzelne Eigentümer davon zu überzeugen, ein bisschen mehr zu investieren in ihre Schaufenstergestaltung oder in Werbung und so weiter oder auch sich mal zu engagieren für den öffentlichen Raum. Als Idee haben wir ja auch den Verfügungsfonds gehabt, wo wir mit vielen Eigentümern zum Beispiel hier in der Marktstraße gesprochen haben, ob man den nicht nutzen kann, um über Sitzbänke und so weiter die Aufenthaltsqualität ein bisschen zu verbessern. Und wir haben denen Mittel angeboten, da hat aber keiner einen Projektantrag gestellt. Das war ein bisschen frustrierend und sperrig, weil man es nicht hingekriegt hat, dass sich eine kleine Gemeinschaft gebildet hat, um gemeinsam etwas zu machen. Es gibt einen schönen Spruch dass Einzelhändler so heißen, weil sie einzeln handeln und nicht in einer Gemeinschaft, das war ein bisschen schwierig, Gemeinschaftsaktionen hinzukriegen.

Noch einmal in die Bewertung der Maßnahmen hinsichtlich der Kausalitäten, was würden Sie da wirklich als besonders effektive Maßnahmen für die Einzelhandelsentwicklung betrachten und welche anderen Einflüsse gab es vielleicht auch noch, die man da berücksichtigen muss?

Was für den Einzelhandel recht viel ausgemacht hat, ist die Umgestaltung der Fußgängerzone. Was aus Sicht der Einzelhändler bestimmt hinderlich wahrgenommen wird, ist die Werbesatzung, wo man sich aus Sicht des Einzelhandels gegängelt fühlt, dass man vorgeschrieben kriegt, wie die Werbung aussieht und so weiter. Man hat aber nachher auch durchaus den einen oder anderen gehabt, der gesagt hat, dass es eine gute Idee war, die Werbung zurückzubauen. Viele Kunden sagen, dass es attraktiver geworden ist. Von daher ist das ein bisschen zwiespältig, aber da würde, glaube ich, die Mehrheit der Einzelhändler sagen, dass es sie eher gegängelt hat, weil sie jetzt mehr für besondere Werbung ausgeben mussten. Das Zentrum für junge Mode hat natürlich viel gebracht, um den südlichen Teilbereich zu frequentieren. Ich fand auch, dass die Aktionen durch Ab in die Mitte! die Zusammenarbeit von Stadtverwaltung und Einzelhandelsakteuren sehr stark bereichert haben, weil man sich auf bestimmte gemeinsame Aktionen einigen konnte und Verwaltung und Einzelhandel sehr gut an bestimmten konkreten Ideen und Projekten zusammenarbeiten konnten. Das hat sehr gut funktioniert und auch die Atmosphäre zwischen den beiden verbessert, die oftmals als besondere Pole wahrgenommen werden, weil der eine sagt, dass sich die Stadtverwaltung darum kümmern muss, besondere Voraussetzungen zu schaffen, damit er hier gut handeln kann. Die Pole wurden ein bisschen abgebaut. Ich weiß nicht, ob es nach wie vor noch so ist, weil Herr Lewald auch eine treibende Kraft war, ob das jetzt fortgeführt wird mit der guten Zusammenarbeit, weiß ich nicht genau. Was wir auch geschafft haben durch die Vermittlungsfunktion von uns, ist bei besonderen Aktionen und so weiter einfach ordnungstechnische Maßnahmen kurz zu halten, da gibt es Sachen, wenn Festivitäten sind, muss wieder ein Antrag darauf gestellt werden, dass eine Außenbar oder Außengastronomie gemacht wird und so weiter, und das konnten wir alles bündeln und mit dem Ordnungsamt absprechen. Das war bestimmt für den Handel ein Vorteil. Und was wir auch erarbeitet haben, während des Stadtumbauprojektes war ja die Problematik mit der Love Parade in Duisburg, woraufhin man überall in NRW die Großveranstaltungen in Städten neu geregelt hat, aber auch, wo Flächen sind, die für Fluchtmöglichkeiten, Rettungswege und so weiter frei bleiben mussten, das neu definiert hat, neu bestimmt hat. In dem Zuge haben wir uns mit den Einzelhändlern noch einmal zusammengesetzt und mit Feuerwehr und den Ordnungsbehörden einen Plan entwickelt, wo eigentlich verbleibende Flächen im öffentlichen Raum bleiben, die man noch für Aktionen und Events nutzen kann. Da gab es sehr kleinteilige Maßnahmen, aber die führten auch zu positiven Effekten für die Einzelhändler, dass die nicht nur Frust hatten in der Antragstellung, weil sie bei XY ihre Autos ausstellen wollten bei einer Aktion und nie verstanden, warum das nicht geht so an der Stelle. Und nachher war durch den Plan klar, dass es an den Stellen nicht funktioniert, aber wenn sie das da machen und da versuchen, haben sie eine Chance darauf, die Aktion umzusetzen.

Noch einmal rückblickend auf die Teilziele bei der Stärkung des Einzelhandels, ich hatte das untergliedert in eine räumliche Zieldimension, eine funktionale und eine wirtschaftliche, räumlich das ganze kompakte Zentrum zu stärken und auch die Ost-West-Achse und die Eingänge, funktional, dass man eine bedarfsgerechte Weiterentwicklung der Handelsnutzungen hat, auch in Bezug auf außerhalb des Zentrums und generell das Sortiment und wirtschaftlich, dass der kleinteilige Besitz erhalten wird. Wenn Sie darauf zurückblicken, wie würden Sie das einschätzen mit der Zielerreichung?

Ich glaube, da hat man bei dem Grundziel der Stärkung des Einzelhandels relativ viel erreichen können, Grundprinzip war ja, dass man außerhalb keine weiteren Einzelhandelsansiedelungen zulässt, sondern dass man alles fokussiert auf den Innenstadtkern, das ist zum Beispiel sehr gut gelungen. Dass man das nicht zugelassen hat. Außen herum sind natürlich Nahversorger, da gab es schon manchmal den einen oder anderen, der gesagt hat, es wäre schön, das etwas breiter, stärker in der Innenstadt in den zentralen Bereichen zu haben, aber das ist inzwischen der Trend, man fährt da mit dem Auto hin, kauft ein und ist schnell wieder weg. Deswegen liegen die hier eigentlich auch strategisch gut verteilt. Das hatte ich ja schon einmal gesagt, dass es gut gelungen ist, den kleinteiligen inhabergeführten Einzelhandel zu erhalten, man hat den ein bisschen ergänzt durch Filialen, H&M, Gerry Weber, s.Oliver, aber das fehlte vorher und ich habe es nicht so wahrgenommen, dass dadurch Verdrängung stattgefunden hat, also dass dadurch ein anderes inhabergeführtes Modegeschäft geschlossen hat. Hier oben im nördlichen Bereich hat mal ein Modegeschäft geschlossen. Ich glaube aber nicht, dass das unbedingt Auswirkungen oder Konkurrenzsituation war der Filialisten an der Stelle. Was man auch versucht hat, durch die Größe zu steuern, man hat auch durch das Zentrum für junge Mode kleinere Ladeneinheiten geschaffen. Das Fassadenbild auch kleinteilig zu halten, dass man da keinen städtebaulichen Bruch hinkriegt, das ist auch gelungen, deswegen ist die Kleinteiligkeit im Stadtbild immer noch wahrzunehmen. Hier hat man mit der Hertie-Immobilie natürlich eine riesengroße Immobilie drin, was jetzt hoffentlich mit der neuen Konzeption ein bisschen attraktiver einfach wird, sodass wir jetzt natürlich eine andere vertikale Aufteilung haben, man unten die Handelsnutzung hat und oben Büros und Wohnen, das wird sich anders gliedern, aber man versucht das horizontal zu strukturieren, wie man damit umgehen kann. Also ich glaube, da ist eine ganze Menge, was das Ziel Einzelhandel angeht, gelungen. Es gibt andere Bereiche, wie Kultur und so weiter, Freizeit und Kultur, das ist ein Zielbereich, der, glaube ich, nicht stark erfüllt wurde. Man hat geschafft, neue Freizeitqualitäten zu schaffen, durch Zugänge zum Wasser und so weiter. Aber man wollte mal alle Kultureinrichtungen bündeln, um dadurch für mehr Belebung in den Abendstunden in der Innenstadt zu sorgen. Das war das Zentrum für Bildung und Kultur, das taucht glaube ich in dem Plan gar nicht mehr auf, sondern nur hinten im städtebaulichen Entwicklungskonzept. Da hätte man vielleicht noch ein bisschen mehr Feierabendkultur schaffen können, um auch gerade in den Abendstunden den Handel zu beleben, da finde ich auch ein bisschen schade, wenn man sich längere Zeit in Lünen aufhält und abends wieder zurück nach Dortmund fährt, merkt man schon, da ist viel weniger los, als wenn mittags die Geschäfte auf haben. Obwohl auch immer noch viele eigentlich da wohnen, man hat ja nicht nur den Handelsstandort wie zum Beispiel in der Dortmunder Innenstadt, in der ja zum Beispiel in den Hauptlagen kaum noch jemand wohnt. Das ist da anders, aber trotzdem ist da wenig Leben (*trotz der potenziell höheren Passantenfrequenz durch die Nutzungsmischung und die Wohnbevölkerung ist das Stadtzentrum von Lünen am Nachmittag weniger belebt als das von Dortmund, Anm. d. Verf.*).

Bezüglich der Investitionen, haben Sie eine Einschätzung, von der öffentlichen Hand, auch von den Privaten, vielleicht auch bei Einzelhändlern, was da ausgelöst wurde durch den Stadtumbau oder was da investiert wurde?

Also es gibt eine Aufstellung, die ist einmal gemacht worden, was an öffentlichen Investitionen in das Gesamtprojekt gelaufen ist und was da von Privaten ausgeführt wurde. Aber es war so, dass es bei Weitem mehr private Investitionen waren, als was da an öffentlichen Mitteln reinging. Ich glaube wir hatten, ich weiß nicht ob das am Ende auch noch so war, aber zwischendurch war immer die Rede davon, dass 1 € Investition fast 8 € private Investitionen ausgelöst hat.

Noch als Ausblick zum Schluss: Einmal welchen weiteren Handlungsbedarf in der Lünen Innenstadt sehen Sie, also an Maßnahmen, Aktivitäten, um den Einzelhandel dauerhaft zu stärken?

Da gibt es verschiedene Teilbereiche. Was ziemlich spät in den Fokus gekommen ist, das was nördlich der Lippe existiert, daran muss man einfach weiterarbeiten und wieder Attraktivität hineinbringen, darüber haben wir auch vielfach diskutiert, dass man sich über die Nutzungen verständigen muss, ob man es nicht schafft, mehr auf Gastronomie und so weiter zu setzen, als auf Handelsnutzungen, weil die Geschäftslagen endlich sind. Um auch dem Leerstand zu begegnen. Das ist, glaube ich, ein wichtiger Punkt, an dem man weiter arbeiten muss. Leerstand insgesamt, ich hatte ja gesagt, ist ungefähr gleich geblieben zu dem wie man gestartet ist, man muss gucken, wie man mit den Randbereichen langfristig umgeht. Da hat man viele Eigentümer noch nicht davon überzeugen können, etwas anderes zu machen, über andere Nutzungen nachzudenken. Die sind ein bisschen beratungsresistent und lassen ihre riesigen Erdgeschosszonen einfach leer stehen. Das ist ein bisschen schade, daran muss man auf jeden Fall weiter arbeiten. Ich glaube, auch am Stadtbild kann man weiter arbeiten, also das was jetzt mit vielen einzelnen Fassadenprojekten passiert ist, ließe sich durchaus noch fortsetzen, um es noch schöner, noch attraktiver zu machen für den Besucher. Man muss, glaube ich, weiter noch daran arbeiten, dass eine enge Abstimmung zwischen den einzelnen Einzelhandelsakteuren und der Stadtverwaltung stattfindet. Das ist wichtig und ein Schlüsselfaktor, um langfristig attraktiv zu bleiben mit bestimmten Attraktionen und Events. Wir hatten auch das Moonlight Shopping, da schoben sich bis Mitternacht die Menschenmassen durch die Stadt, das war gigantisch, und das kriegt man nur hin, wenn die ganzen Akteure gemeinsam daran arbeiten. Daran müssten die weiter arbeiten. Mit Hertie ist es interessant, was rund um den Marktplatz passiert. Der Markt ist natürlich für Lünen besonders wichtig, an Markttagen ist noch einmal richtig viel mehr Frequenz in der Innenstadt und da muss man gucken, dass man die Marktfunktion für Lünen langfristig erhält. Da gab es auch schon ein paar Reibereien, als wir mit den Markthändlern, auch der Politik und Einzelhandelsakteuren, darüber gesprochen haben, wie das Umfeld um das ehemalige Hertie künftig gestaltet wird. Da fühlten die Marktbesucher sich direkt gegängelt, weil hier eine Baumreihe mehr auf dem Marktplatz stehen sollte. Darauf muss man immer sehr genau aufpassen, dass man für mehr Gestaltungsqualität schon sorgt, den Platz attraktiver macht, aber das darf nicht dazu führen, dass die Marktfunktion verschwindet oder verdrängt wird aus der Innenstadt. Daran muss man arbeiten. Einen Stadtmarketingprozess haben wir initiiert, um weiter den Fokus auf die Innenstadt zu legen, also durch Werbung und Marketing Besucher anzulocken, da steht Lünen, glaube ich, attraktiv da durch die Kleinteiligkeit und ein attraktives Erscheinungsbild, wo man schön bummeln kann und so weiter, natürlich in Ruhe und nicht so hektisch wie in Dortmund, in einem

ganz anderen Maßstab. Da können die, glaube ich, mehr auf Freizeitbesucher setzen, die eine Tagesreise nach Lünen machen, um da einen schönen Tag zu verbringen.

Zuletzt noch die Übertragbarkeit auf das Städtebauförderungsprogramm Stadtumbau West, welche Aspekte würden Sie nennen, die man in anderen Kommunen anwenden kann, bestimmte Instrumente oder Aktivitäten, oder Sachen die nicht gehen, weil sie spezifisch für Lünen sind?

Was viele Städte haben, wo wir unterwegs sind, woran man arbeitet, sind Sachen wie das Fassadenprogramm, um einfach mehr Qualität ins Stadtbild zu kriegen. Viele versuchen das auch mit dem Verfügungsfonds, der in Lünen nicht ganz so gut gelaufen ist, in anderen Städten besser läuft. Das ist natürlich durchaus übertragbar. Auch solche Strategien, öffentlichen Raum aufzuwerten, sei es der Marktplatz, seien es Fußgängerzonen und so weiter, also Sachen aus den 70er, 80er Jahren zurückzubauen und dem öffentlichen Raum ein zeitgemäßes Erscheinungsbild zu geben. Das ist auch übertragbar, das machen viele Städte. Was nicht so einfach zu übertragen ist, ist etwas, wie es ganz glücklich gelaufen ist mit der Hertie-Immobilie und dem Bauverein, da haben viele Städte große Probleme, die massiven Leerstände wegzukriegen, wo man in Lünen den Glücksfall hat, dass man einen sehr engagierten Bauverein hat, bei dem der Geschäftsführer dahinter steht, sein Lünen schöner zu machen und attraktiv zu machen. Die haben ja hier unten auch selber noch einmal neu gebaut, da war eine merkwürdige Kreuzungssituation und die haben sich bewusst dafür entschieden, da ihren Hauptsitz hinzusetzen, das ist glaube ich etwas Spezifisches für Lünen, was ein bisschen ein Glücksfall für Lünen ist. Und was in Lünen auch gut funktioniert hat, ist das Zusammenspiel zwischen Verwaltung, Politik, Öffentlichkeit. Da gibt es immer mal wieder Konflikte und der eine oder andere hätte etwas anderes gerne dort gehabt bei bestimmten Projekten. Aber insgesamt ist das, glaube ich, eine ziemlich gute Stimmung und es hat nicht, wie es bei anderen Städten durchaus üblich ist, zu völligen Blockaden geführt, dass Projekte gar nicht mehr weitergeführt werden konnten. Also das ist, glaube ich, auch positiv, ich weiß nicht, da gibt es keinen richtigen Ansatz, glaube ich, um das einfach zu übertragen, daran muss man arbeiten und durch frühzeitige Beteiligung die Leute mitnehmen, soweit es geht Konflikte versuchen abzubauen, Transparenz zu schaffen, was da passiert, das kann man versuchen zu übertragen. Aber es gibt, glaube ich, kein Patentrezept, dass es funktioniert in anderen Städten. Es liegt immer auch daran, welche Akteure man hat, auf wen man trifft, wie konfliktbehaftet bestimmte Diskussionen sind, wie sich die Politik gegenüber den Bürgern oder der Stadtverwaltung verhält. Das waren die wesentlichen Punkte, glaube ich.

**Protokoll des Experteninterviews mit Herrn Horst Lewald,
ehem. Vorsitzender City Ring Lünen e. V.,
geschäftsführender Gesellschafter Saturn Electro-Handelsgesellschaft mbH
Lünen (Mittwoch, 13.01.2016, 11:00 Uhr - 11:30 Uhr)**

Zuerst die Frage, als das angefangen hat mit dem Stadtumbau in Lünen, also 2006/2007, wie haben Sie das aus Einzelhandelssicht verfolgt, was das schon präsent oder ging das zuerst einmal von der Stadt aus?

Als Vorsitzender des City Rings war ich ja immer ein bisschen mehr im Thema als ein Einzelhändler, der morgens seinen Laden aufschließt und abends wieder abschließt. Und von daher war das natürlich der Aufbruch, sodass von der Stadt der Kontakt gesucht wurde auch zum City Ring, dass eingeladen wurde und man das vorgestellt hat. Grundsätzlich muss man sagen, ich weiß nicht, ob sie Lünen sind, wenn sie die Stadt vor Beginn des Stadtumbauprojektes gesehen haben, hatten wir zwar auch unsere Lange Straße als Fußgängerzone, aber der Bereich unten, wo jetzt C & A ist und H & M, das war heruntergekommen, da war bloß ein Billigladen. Dann war da eine ganz verschmutzte Passage dahinter, wo jetzt der hintere Bereich von C & A ist waren ein Parkplatz und ein Elektrofachgeschäft und eine Halle, die war auch relativ runtergekommen. Dann hier das Ernsting Haus, das ja eine wirklich tolle Immobilie ist, das war unten komplett mit weißen Blechfassaden aus den 70er Jahren noch zu, dann hatten wir Hochbeete und jeder, der durch die Stadt gegangen ist, hat gesagt, dass hier etwas passieren muss. Und wir Händler haben also vom City Ring immer die eine oder andere Aktion gesetzt, aber jeder ein bisschen für sich. Wir für uns, die Stadt für sich und dann war es immer so, dass der eine es auf den anderen schiebt und sagt, dass nichts passiert, und das ist auch das, was viele Lünen gefühlt hatten, dass sie gesagt haben, dass wir eigentlich Potenzial haben, aber zu wenig passiert. Und mit Startschuss des Stadtumbaus haben wir uns dann zusammengesetzt und uns gefragt, wie wir uns ergänzen können. Und der größte Startschuss war aus meiner Sicht diese Ab in die Mitte! Aktion, vielleicht hat Frau Linn Ihnen dazu auch etwas gesagt. Wo wir wirklich auch als Händler gesagt haben, dass wir etwas machen. Da haben wir das erste Mal zusätzlich zu unseren verkaufsoffenen Sonntagen, die wir schon haben, ein Moonlight Shopping installiert und haben alle Händler einfach eingeladen, haben das Projekt vorgestellt, haben auch noch einmal vom City Ring gefragt, was wir dafür tun können und versucht, ein Gemeinschaftsgefühl zu entwickeln für unsere Stadt. Das ist uns auch sehr gut gelungen. Also wenn Sie hier ins Parkhaus hereinfahren, also hier auf der Auffahrt haben wir zum Beispiel alle Einzelhändler, die da waren, fotografiert, haben dann ein Foto gemacht und haben versucht, dem Handel erstmal nach außen hin ein Gesicht zu geben. Dann haben wir Aktionen wie zum Beispiel einen Catwalk gemacht, da sind wir hier durch die Stadt marschiert, durch die ganze Fußgängerzone, auf einem roten Teppich. Wir von Saturn haben eine Waschmaschine durch die Stadt getragen, die Brillengeschäfte haben ihre Brillen durch die Stadt getragen, Bekleidungsgeschäfte haben eine halbe Modenschau gemacht und mit solchen Aktionen haben wir auf uns aufmerksam gemacht und gezeigt, dass in Lünen etwas passiert. Das war der erste offizielle Startschuss aufseiten des Handels.

Also war praktisch der Handel auch von Anfang an mit eingebunden?

Ja, der Handel war mit eingebunden.

Sie hatten ja jetzt ein paar Aktionen schon angesprochen und wenn Sie das einmal über den gesamten Zeitraum betrachten, welche Maßnahmen, also einerseits von der Stadt aber auch vom Handel und von Privaten, würden Sie da zuordnen, dass die konkret das Ziel hatten, den Einzelhandel zu stärken?

Die baulichen Maßnahmen, also auch die Lippekaskade, die war ja da auch mit drin. Dann der gesamte Eingangsbereich Christinentor. Dann das Ernsting Haus, das ist ja ein bisschen als wenn Sie zu Hause sagen, dass Sie einen Frühjahrsputz machen und den alten Mief herauskehren, Alles wieder schön machen und renovieren, das war das, was ja sofort auch sichtbar war. Wo man auf einmal sagt, dass wir doch tolle Fassaden haben. Dann gab es ja den Fassadenwettbewerb, wo sich dann auch die Immobilienbesitzer, also die Hausbesitzer beteiligen mussten, sie aber auch eine Förderung bekommen haben. Da haben Sie dann gesehen zum Beispiel Miro Minkus hier unten auf der Ecke gegenüber von Nanu-Nana, wenn Sie sich solche Fassaden anschauen, wie die früher aussahen und wie die jetzt aussehen, das hat natürlich auch dann für alle sichtbar gemacht, dass in der Stadt etwas passiert und auf einmal sehen die Leute, wenn sie denn da mit offenen Augen durchgehen, dass es doch gar nicht so schlecht ist und das bewirkt dann einen Ruck und dann hat jeder ein bisschen Lust, etwas zu tun. Wir hatten zum Beispiel vom City Ring damals immer einmal im Jahr ein Jahresgespräch, wo wir dann alle Händler, aber auch die Politik und die Stadt, alle möglichen Entscheider, eingeladen und immer berichtet haben, was eigentlich in der Stadt passiert und dann haben wir, als das erste sichtbar war, einen Spaziergang durch die Stadt gemacht und sind durchgegangen und stehengeblieben und haben die ehemaligen heruntergekommenen Stellen gezeigt, wie die dann aussahen, dass man irgendwie auch bewusst die Veränderung wahrnimmt und das hat einen Ruck ausgelöst, dass jeder auch Lust hatte, etwas zu machen. Dadurch war dann die Beteiligung auch relativ hoch. Man muss das natürlich immer wieder am Laufen halten, aber das war durch das Stadtumbaubüro, wo wir dann immer wieder zusammengesessen haben und geguckt haben, was man denn machen kann, oder wenn wir einen verkaufsoffenen Sonntag hatten, dass dann das Stadtumbaubüro irgendwo einen Stand gemacht hat, das ist immer die Verknüpfung. Stadtumbau/Stadtmarketing ist eben nicht immer nur die Stadt, sondern sind auch wir Händler. Das man diese Verzahnung hereinbekommen hat.

Wenn Sie jetzt die Maßnahmen betrachten, also alles was durchgeführt wurde, welche Wirkungen, würden Sie sagen, haben sich ergeben im Einzelhandel?

Die Außendarstellung ist deutlich besser geworden, die Innenstadt ist viel, viel attraktiver. Und die Attraktivität wurde gesteigert. Und wir haben ja auch dadurch eine Ansiedelung von anderen Einzelhändlern bekommen, die uns auch Kaufkraft bringen.

Also als Nachzugeffekt praktisch?

Genau. Dass also auch nicht nur Filialunternehmen, sondern auch inhabergeführte Einzelhändler sagen, dass Lünen auf einmal doch relativ interessant als Standort ist.

Also auch private Investitionen dabei?

Ja.

Also was Sie ja meinten, was von Anfang dabei war eigentlich, dass die verschiedenen Akteure beteiligt waren, wenn Sie das einmal durchgehen, die Rollen, wie würden Sie das definieren, was hat das Stadtplanungsamt, das Stadtumbaumanagement, die Politik auch gemacht?

Das kommt ja immer drauf an, über was für eine Aktion man jetzt spricht. Also Sie können jetzt nicht sagen, dass der Part des City Rings immer X war, der Einzelhändler immer das gemacht hat, sondern es kommt immer auf die Aktion an. Also es ist uns gelungen, wirklich durch diese ganze Stadtumbauprojekt ein Netzwerk zu schaffen. Das heißt also wirklich auf dem kurzen Dienstweg, wenn wir vom City Ring sagen, dass wir die verkaufsoffenen Sonntage planen. Dass wir dann wenn wir sagen, dass wir diese Termine machen, jemanden vom Stadtmarketing einladen und fragen, wie es aussieht, welche Anliegen die haben. Also einfach ein Austausch. Unabhängig von finanziellen Dingen, sondern einfach, dass man sagt, wer was macht. Und das kann von Aktion zu Aktion unterschiedlich sein. Also wir als Händler haben natürlich immer versucht, dass wenn die Stadt alles schön macht, dass wir gesagt haben, dass wir uns da beteiligen. Das sind ja alles kleine Dinge, die dann nach und nach passiert sind, dass man dann aber auch als Händler sagt, dass wir dann noch einen draufsetzen und beim nächsten verkaufsoffenen Sonntag rote Teppiche auslegen oder Blumen davor aufstellen. Dass man das einfach bewusster wahrnimmt. Und das ist dieser Austausch. Aber feste Rollenzuweisungen gab es da nicht.

Aber enge Beziehungen?

Ja. In enger Beziehung, ganz genau. Und je nach dem, dann muss man ja auch immer gucken, was ist finanzierbar, was kann der City Ring leisten. Das ist ja jetzt auch nicht ein Verein, der zigtausend in der Hand hat. Und dann muss man immer gucken, was man machen kann. Aber das passiert eben über einen Austausch und da ist dann der Herr Cüppers, der öfter eingeladen hat, wenn der nächste Bauabschnitt beginnt, dass man sich abspricht, was man dann in der Zeit tun kann.

Und wenn Sie jetzt konkret die Wirkungen, also wirklich die Kausalitäten betrachten, was würden Sie sagen, welche Maßnahme hat da was bewirkt im Stadtumbau?

Also angefangen hat es wirklich mit dem Ernsting Haus, wenn man das als eine Maßnahme sieht. Wo die Fassade renoviert wurde, eine ganz tolle Fassade, die immer versteckt war und vor dieser Fassade waren auch noch Hochbeete mit Aufbau, das heißt die Fassade wirkte gar nicht. Das hat bewirkt, als dieses Hochbeet weg war, die Fassade neu gemacht wurde, angestrahlt wurde, dass erstmal jeder dachte, optisch ist die Fußgängerzone breiter geworden. Ist sie gar nicht, aber sie wirkt einfach aufgeräumt. Sie wirkt aufgeräumt, es war Licht da, es war sauber. Sie gucken dann auch mal an der Fassade hoch, das bewirkt wiederum, dass sie auch an den anderen Fassaden angucken. Und das animiert dann natürlich auch jemanden, wenn der eine Immobilie hat, zu sagen, er könnte auch renovieren. Also das hatte eine riesengroße Wirkung aus meiner Sicht. Die Öffnung, also die Lippekaskade, hat bewirkt, dass auf einmal immer wenn Sie ein Bild von Lünen sehen, dass ganz oft das Lippe-Zentrum mit der Kaskade gezeigt wird, weil es einfach ein Ort zum Verweilen ist, weil man sagt, dass man mitten in der Stadt ist und doch an der Natur. Weil im Sommer sitzen da Leute an der Treppe, also man hat da wirklich ein Flair, was ja immer betont wird, dieses Urbane, in der Stadt und der Fluss in der Stadt, dass das sofort belebt wird und dass es auch sichtbar wird. Also das hat auch sehr viel bewirkt, was das Thema Fluss/Stadt angeht. Der ganze Bereich unten am Christinentor, das war wieder ein Punkt, das war früher eine Stiefkind, die Ecke, die war immer tot und das ist jetzt

einer der beliebtesten Teile der Fußgängerzone, das ist also wirklich eine Aufwertung der Lage. Das ist also jetzt eine 1a-Lage, zumindest eine 1b-Lage ist es mit Sicherheit. Und vorher war es nicht einmal eine 1c-Lage. Also auch dass, wenn man dort ankommt, man nicht das Gefühl hat, man geht in irgendwelche heruntergekommenen Ecken, sondern Sie haben das Gefühl, dass Sie in eine attraktive Fußgängerzone gehen. Also das war auch deutlich sichtbar. Gut, hier kann man jetzt noch nichts zu sagen, Hertie, aber das wird wahrscheinlich ähnlich sein. Und damit haben wir wirklich eine attraktive Fußgängerzone und man darf ja nicht vergessen, wir sind ja neben einem Oberzentrum mit Dortmund, da sind wir aus meiner Sicht absolut attraktiv aufgestellt, wenn das alles fertig ist, wird das richtig, richtig gut.

Sie sagten die Nähe zu Dortmund wäre ein Effekt, den man noch berücksichtigen muss, gibt es da noch andere Nebenströmungen, die das beeinflussen?

Also man muss sehen, wie die Verkehrsanbindung ist, wobei ich da nicht in Tagesgespräche involviert bin, aber dass da auch irgendetwas passiert, sodass man auch schnell in die Stadt hereinkommt. Das ist ja jetzt im Moment mit der B 54 noch nicht so toll, aber auch da soll ja irgendwann etwas passieren. Aber dieser Dornröschenschlaf, den wir hier hatten, jahrelang, der ist vorbei. Wir haben uns wirklich entwickelt zu einer Einkaufsstadt, die sich nicht mehr verstecken muss. Und vor ein paar Jahren war das so, wenn Sie da gesagt haben, dass Sie in Lünen wohnen, wurde geantwortet, dass es da ja nichts gibt. Und das ist eben nicht mehr so.

Also auch ein positiver Außeneffekt?

Ja.

Die verschiedenen Ziele, die mit der Stärkung des Einzelhandels vonseiten des Stadtumbaus verknüpft waren, dass einmal die Kompaktheit von Kern und Hauptlage, also Lange Straße, gestärkt werden sollte. Aber auch die Ost-West-Achse bis hierhin zum Willy-Brandt-Platz, nicht nur eben entlang der Langen Straße, sondern auch die Seitenstraßen und die Aufwertung der Eingänge zur Innenstadt. Würden Sie sagen, dass das geklappt hat?

Also es ist ja noch nicht fertig. Also es ist schwierig, aus einer Situation heraus, wenn Sie am Marktplatz eine Baustelle haben und da eine Baustelle haben mit dem Kreisverkehr, zu sagen, es hat geklappt. Es ist ein Zwischenstand, aber ich sehe das sehr positiv, weil die Aufwertung der Eingänge, jetzt muss man gucken, wo geht der Eingang im nördlichen Bereich los, wenn sie jetzt über den Tobiaspark hinweg noch gehen wird es ja sehr, sehr schwierig. Da soll ja auch noch etwas passieren, das ist ja noch nicht abgeschlossen. Aber hier der Spielplatz den sie da gemacht haben, dieser Wasserspielplatz für Kinder, und die Öffnung vom Tobiaspark, das ist deutlich attraktiver geworden als früher, da würde ich sagen, das hat gut funktioniert.

Dann nochmal auch das Unterziel, den Innenstadthandel zu stärken, indem außerhalb kein zentrenrelevanter Handel angesiedelt wird und im Zentrum das ganze Angebot weiterentwickelt wird, wie würden sie das bewerten, ob das erreicht wurde, wenn sie das Angebot jetzt vergleichen vorher und nachher?

Also wir haben ja hier in der Innenstadt Incognito, der aus Werne hier nach Lünen gezogen ist als inhabergeführtes Geschäft, wir haben H & M damals dazu bekommen, wir haben Adler bekommen, als C & A umgezogen ist, also wir haben für eine Stadt, die neben Dortmund, also neben einem Oberzentrum ist, wir haben Saturn, wir haben Müller, wir haben P & C, wir haben C & A, wir haben Adler, wir haben H & M, wir haben Pieper, also die großen Ketten sind da, aber auch als Mix mit inhabergeführten Geschäften. Es ist also ein guter Mix, den wir hier haben, das hat also gut funktioniert.

Und das mit den inhabergeführten Geschäften ist ja auch der kleinteilige Besitz entlang der Langen Straße?

Den braucht man auch. Sonst sind Sie ja 1:1 austauschbar. Das ist ja gerade gut, wenn Sie jetzt eben den Juwelier nehmen, den Miro Minkus zum Beispiel, der auf der Ecke, der den Fassadenwettbewerb mitgemacht hat, sein Haus aufgewertet hat, und so etwas unterscheidet uns eben von allen anderen, die das nicht haben. Also wenn Sie nur die Filialisten haben, wobei wir gehören ja selber dazu, aber dann sind Sie austauschbar. Und dieser Mix aus inhabergeführten Geschäften und Filialisten, der macht es eben interessant.

Und von denen kam dann auch die Rückmeldung über den City Ring, dass denen das etwas gebracht hat mit dem Stadtumbau?

Ja.

Noch einmal auf die Investitionen, also soweit Sie das überblicken können, von den Einzelhandelsbetrieben, wie schätzen Sie das ein, hat das einen Effekt ausgelöst über die öffentlichen Fördergelder, die auch geflossen sind?

Das weiß ich nicht. Da kann ich Ihnen nichts zu sagen. Weil ich weiß nicht, wenn jemand bei diesem Fassadenwettbewerb Fördermittel bekommen hat, wie hoch dann der Eigenanteil war. Da bin ich nicht aussagefähig.

Und haben die Mitglieder des City Rings generell betriebliche Auswirkungen gespürt, dass sie Beschäftigungseffekte hatten?

Das können Sie schlecht messbar machen. Ich kann jetzt nicht sagen, ob ich einen zusätzlichen Mitarbeiter einstellen konnte durch den Stadtumbau. Das ist schwer zu trennen. Sie können sagen, dass das Geschäft läuft und wir haben wenig Leerstand, das ist ja etwas, woran Sie das messbar machen können, aber wie der Einzelne davon profitiert, das kann ich Ihnen nicht sagen. Aber für mich ist wie gesagt eine Maßeinheit, das ist ja ein bisschen der Leerstand. Wenn Sie durch die Lange Straße gehen, da ist ja kaum Leerstand. Selbst in der Bäckerstraße, die immer das Stiefkind war, gut im hinteren Bereich ist der eine oder andere Leerstand. Das haben aber alle Städte, also dass das Zentrum ein bisschen in sich schrumpft. Aber ich würde sagen, dass wir den Leerstand sehr gut unter Kontrolle haben. Das kann ein Indiz dafür sein, dass es funktioniert hat.

Als Ausblick noch, welchen weiteren Handlungsbedarf sehen sie jetzt in der Innenstadt über die nächsten Jahre nicht nur Maßnahmen, auch Aktionen?

Also Aktionen, das ist, was den City Ring angeht, wenn man jetzt für den City Ring spricht, ich bin ja nicht mehr Vorsitzender, da ist natürlich die Maßnahme verkaufsoffene Sonntage, Moonlight Shopping, welche Aktionen auch immer die Kunden bringen und den Kunden zeigen, dass etwas passiert in der Stadt. Da gibt es eine gewisse Aktivität in Kombination mit der Stadt natürlich, wo kleine gezielte Aktionen gemacht werden, das muss weiter fortgeführt werden. Umbautechnisch sind denke ich, sobald es hier mit dem Marktplatz fertig ist, die größten Hausaufgaben gemacht. Dann weiß ich nicht, unten an der Persiluhr, das ist noch ein Knackpunkt, also untere Münsterstraße, wo sicherlich noch etwas passieren muss, aber dann ist schon sehr, sehr viel passiert, also ich glaube die großen Maßnahmen sind dann durch. Dann muss man wirklich irgendwann sehen wie es mit den Zufahrtstraßen aussieht, aus meiner Sicht. Jetzt ist mal die B 54 dran, die dann ausgebaut werden müsste, damit die Leute auch reinkommen.

Wir haben jetzt den Fall Lünen, aber das Förderprogramm ist ja für ganz Westdeutschland ausgelegt und da wäre noch einmal die Frage mit der Übertragbarkeit, also wenn Sie betrachten, wie das hier gelaufen ist oder immer noch läuft, was an Maßnahmen, Instrumenten, an Besonderheiten oder generell an der Struktur, was könnte man da anderen Städten von empfehlen?

Also was ich empfehlen kann, jetzt unabhängig von allen finanziellen Mitteln, ist wirklich, dass man alle Akteure an einen Tisch holt. Das ist auch, was uns hier weiter gebracht hat. Das ist wirklich wichtig, Lünen ist zwar keine Kleinstadt, aber es ist auch nicht so groß, dass man sagen kann, da muss jeder für sich sein Süppchen kochen. Also man muss da wirklich sagen, wer die Akteure sind, das ist dann eben Stadtmarketing, das ist dann der City Ring und das sind vielleicht noch andere Institutionen und die müssen sich alle an einen Tisch setzen. Und dann muss man wirklich eben eine Schnittmenge finden und muss gucken, wer was leisten kann und das dann umsetzen. Und einerseits muss man das Rad nicht neu erfinden und andererseits muss es auch nicht immer eine Investition in horrender Höhe sein, aber man kann natürlich sagen, wenn jetzt die Stadt oder das Land Fördergelder in die Hand nimmt, was wir dafür tun können, dass es nicht verpufft. Und das ist dann eben das, was man machen muss und es darf eben nicht nur so sein, dass man sich so etwas anguckt und dann legt die Stadt los, sondern Sie müssen auch während des Prozesses die Leute immer wieder an einen Tisch holen, weil es ja auch sein kann, dass dem einen oder anderen Händler mal irgendwann die Luft ausgeht. Dass der sagt, wenn er, weil jetzt hier die Barrierefreiheit umgesetzt werden soll, ein halbes Jahr eine Baustelle vor der Tür hat, dann geht das nicht. Dann muss man sich vielleicht auch einmal absprechen und klären, wann welcher Teil abgesperrt wird. Und das ist meine Empfehlung, dass wenn eine andere Stadt so etwas vorhat, dann müssen sich alle Akteure ganz schnell an einen Tisch setzen und müssen ganz, ganz eng zusammenarbeiten. Und das ist mein Fazit. Das hat hier ganz gut funktioniert. Es war immer wieder auch einmal Redebedarf da, dass man dann auch als City Ring nicht immer alle Einzelhändler mit dabei hat, wenn das Stadtumbaubüro dazu einlädt, aber das man zumindest rausgeht und ihnen sagt, dass sie jetzt zwar eine Baustelle vor der Tür haben, aber durchhalten sollen oder gucken, dass sie Baustellenpreise machen oder Baustellenangebote oder ähnliches, weil es kommen ja auch wieder bessere Zeiten. Das ist wichtig. Weil ansonsten kommt dann der Frust auf. Wenn ich als Händler nicht weiß, was die hier eigentlich machen, da hab ich keinen Bock drauf. Oder wenn ich morgens meine Tür aufschließen will und einen Bauzaun davor habe, kann ich keine Baustellenangebote machen. Also das ist ganz wichtig. Das ist das A und O aus meiner Sicht.