

WIR Wohnen im Revier e.V. *STUDIE*

„Neue Wertschöpfung im Quartier“ – Möglichkeiten der Aktivierung lokaler Ökonomie



Studie „Neue Wertschöpfung im Quartier“ – Möglichkeiten der Aktivierung lokaler Ökonomie

– Endbericht –

InWIS Forschung & Beratung GmbH

Auftraggeber:

WIR – Wohnen im Revier e.V.

Kooperationspartner: Wirtschaftsförderung metropol Ruhr GmbH

Das Projekt wird durch die Europäische Union im Rahmen des aus dem EFRE kofinanzierten Operationellen Programms für NRW im Ziel „Regionale Wettbewerbsfähigkeit und Beschäftigung 2007-2013“ gefördert.



EUROPÄISCHE UNION
Investition in unsere Zukunft
Europäischer Fonds
für regionale Entwicklung

15.06.2015

Bearbeiter/innen:

Dipl.-Ing. Katrin Veltel (InWIS Forschung & Beratung GmbH)

Carolin Krüger, M.Sc. (InWIS Forschung & Beratung GmbH)

InWIS Forschung & Beratung GmbH
Springorumallee 5
44795 Bochum

Tel.: 0234 - 890 34-0

Fax: 0234 - 890 34-49

E-Mail: info@inwis.de

Internet: www.inwis.de

© InWIS, Bochum. Alle Rechte vorbehalten.

Inhalt

1. Einleitung	10
1.1. Ausgangslage und Problemstellung	10
1.2. Zielsetzung und Fragestellungen	13
1.3. Informationen zur Methodik	15
Modul 1: Grundlagenrecherche, Typisierung und Handlungsansätze	19
2. Arbeitsdefinitionen	20
2.1. Annäherung an den Begriff „Quartier“	20
2.2. Annäherung an den Begriff „Nahversorgung“	21
2.3. Annäherung an den Begriff „Wertschöpfung“	23
2.4. Annäherung an den Begriff „hybride Geschäftsmodelle“	23
2.5. Annäherung an den Begriff „lokale Ökonomie“	25
3. Entwicklungen und Trends im Einzelhandel und bei Dienstleistungen im Quartier	27
3.1. Lebensmitteleinzelhandel	27
3.1.1 Anbieterseite	27
3.1.2 Nachfragerseite	31
3.2. Drogeriemärkte	34
3.2.1 Anbieterseite	34
3.2.2 Nachfragerseite	38
3.3. Bank- und Postfilialen	39
3.3.1 Anbieterseite	39
3.3.2 Nachfragerseite	40
3.4. Konsequenzen aus den Entwicklungen auf Anbieter- und Nachfragerseite	41
4. Identifizierung bestehender Konzepte zur Deckung des quartiersbezogenen Bedarfs der Nahversorgung	43
4.1. Kleinflächenkonzept „IK – Ihr Kaufmann“	45
4.2. Integrationsmarkt CAP	47
4.3. Filial-Sonderkonzept Emmas Enkel	51
4.4. Der Bergische Regionalladen – Nahversorgungsangebot für städtische Problemgebiete	53
4.5. Der bewohnergetragene Ansatz des DORV-Konzeptes	57
4.6. Multifunktionales Dienstleistungszentrum KOMM-IN	61
4.7. Konzept zur Deckung des medizinischen Bedarfs: Schaafeheimer Ärzte- und Apothekenzentrum	63
4.8. Mehrgenerationenhäuser als Möglichkeit der Angebotsbündelung sozialer Angebote im Quartier	63
4.9. Konzepte unter Mitwirkung bzw. Organisation durch Wohnungswirtschaft	66
4.9.1 Concierge-Services	66
4.9.2 Nachbarschaftsagentur der DOGEWO21	67
4.9.3 Nachbarschaftsbörse Ackermannbogen München	68

4.9.4	Bielefelder Modell – Selbstbestimmt Wohnen mit Versorgungssicherheit	70
4.9.5	Vernetzung von Wohnen und Nahversorgung innerhalb von Neubauprojekten	73
5.	Potenzialanalyse	75
5.1.	Aufarbeitung von Quartierstypologien	75
5.2.	Auswahl und Aufbereitung von Fallbeispielen	76
6.	Bedarfsanalyse	94
6.1.	Auswahl von vier Fallbeispielen.....	94
6.2.	Ergebnisse der Bewohnerbefragung	95
6.2.1	Befragungsergebnisse Dortmund „Borsigplatz“	97
6.2.2	Befragungsergebnisse Hagen „Emst“	109
6.2.3	Befragungsergebnisse Witten „Auf dem Schnee“	120
6.2.4	Befragungsergebnisse Essen „Isinger Feld“	130
6.3.	Kurzzusammenfassung der Rahmenbedingungen und Handlungsbedarfe in den vier Untersuchungsquartieren	141
Modul 2: Umsetzung, Dokumentation und Ergebnistransfer		145
7.	Zwischenevaluation: Ergebnisse der Implementierungsvorbereitung	146
7.1.	Reduzierung auf zwei Quartiere	146
7.2.	Ziele und Arbeitsschritte der Implementierungsphase	147
7.3.	Erkenntnisse aus der Phase der Implementierungsvorbereitung und Erarbeitung von Handlungsansätzen.....	148
7.3.1	Quartier „Emst“ in Hagen	148
7.3.2	Quartier „Auf dem Schnee“ in Witten	156
7.4.	Erreichte Zwischenergebnisse in den Quartieren	159
8.	Wissenstransfer	161
8.1.	Erfolgsfördernde Rahmenbedingungen für die Implementierung eines neuen, kooperativen oder alternativen Nahversorgungsangebotes	161
8.2.	Ableitung von Herausforderungen	171
8.3.	Rolle, Funktion und Möglichkeiten von Wohnungsunternehmen bei der Sicherung und Etablierung von Nahversorgungsangeboten im Quartier	175
9.	Zusammenfassung	183
	Literaturverzeichnis	187

Abbildungen

Abbildung 1:	Handlungsfelder des Masterplans Altengerechte Quartiere.NRW	10
Abbildung 2:	Dimensionen des Wohnens	11
Abbildung 3:	Darstellung der Arbeitsschritte und Vorgehensweise	18
Abbildung 4:	Rolle des Lebensmitteleinzelhandels als „Magnet“	22
Abbildung 5:	Perspektiven der hybriden Wertschöpfung	24
Abbildung 6:	Durchschnittliche Betriebsgröße im Lebensmitteleinzelhandel	28
Abbildung 7:	Anzahl der Lebensmittelbetriebe nach Betriebsformen 1990 bis 2010	29
Abbildung 8:	Ziele und Mobilitätsverhalten für Einkauf und Erledigungen	32
Abbildung 9:	Entwicklung der Anzahl der Drogeriemärkte in Deutschland zwischen 2008 und 2013	36
Abbildung 10:	Entwicklung der Anzahl der Drogeriefilialen in Deutschland zwischen 2007 und 2013	37
Abbildung 11:	Einflussfaktoren der Nahversorgung und Nahversorgungsqualität.....	41
Abbildung 12:	Kategorisierung von Nahversorgungskonzepten und beispielhafte Zuordnung von Fallbeispielen	43
Abbildung 13:	Einflussfaktoren für die Entwicklung von Nahversorgungsmöglichkeiten im Quartier	45
Abbildung 14:	Dreistufiges Distributionssystem bei „IK – Ihr Kaufmann“ ..	45
Abbildung 15:	Sortiment und Aufbau des Konzeptes „IK – Ihr Kaufmann“ .	46
Abbildung 16:	Ausgangslage im Stadtteil Hasseldelle in Solingen	53
Abbildung 17:	Bausteine des Konzeptes „beroma“	53
Abbildung 18:	Trägerkonstrukt des Konzeptes „beroma“	54
Abbildung 19:	Das 3-Säulen-Modell am Beispiel des DORV-Pilotprojekts in Jülich-Barmen	57
Abbildung 20:	Das Konzept in der Weiterentwicklung zu „quartVier“: Vom 3-Säulen zum 5-Säulen-Konzept in Anwendung auf urbane, städtische Gebiete	58
Abbildung 21:	Rahmendaten des Angebots „Schaafheimer Ärzte- und Apothekenzentrum“	63
Abbildung 22:	Rahmendaten des Angebots „Nachbarschaftsagentur“	68
Abbildung 23:	Rahmendaten des Angebots „Bielefelder Modell“	70
Abbildung 24:	Unterscheidung verschiedener Quartierstypen	76
Abbildung 25:	Einbettung des Quartiers „Borsigplatz“ in die Quartierstypologie.....	77
Abbildung 26:	Das Quartier „Borsigplatz“ in der Dortmunder Nordstadt....	78
Abbildung 27:	Ausgangslage und Chancen im Quartier „Borsigplatz“	80
Abbildung 28:	Einbettung des Quartiers „Auf dem Schnee“ in die Quartierstypologie.....	80
Abbildung 29:	Das Quartier „Auf dem Schnee“ in Witten.....	81
Abbildung 30:	Ausgangslage und Chancen im Quartier „Auf dem Schnee“ .	82
Abbildung 31:	Einbettung des Quartiers „Isinger Feld“ in die Quartierstypologie.....	83
Abbildung 32:	Das Quartier „Isinger Feld“ in Essen-Leithe.....	85
Abbildung 33:	Ausgangslage und Chancen im Quartier „Isinger Feld“	86

Abbildung 34:	Einbettung des Quartiers „Emst“ in die Quartierstypologie	86
Abbildung 35:	Das Quartier „Emst“ in Hagen	87
Abbildung 36:	Ausgangslage und Chancen im Quartier „Emst“	88
Abbildung 37:	Einbettung des Quartiers „Spielbrink“ in die Quartierstypologie	89
Abbildung 38:	Das Quartier „Spielbrink“ in Hagen.....	90
Abbildung 39:	Ausgangslage und Chancen im Quartier „Spielbrink“	91
Abbildung 40:	Einbettung des Quartiers „Sonnenleithe/Birkhuhnweg“ in die Quartierstypologie	91
Abbildung 41:	Das Quartier „Sonnenleithe/Birkhuhnweg“ in Bochum- Langendreer	92
Abbildung 42:	Ausgangslage und Chancen im Quartier „Sonnenleithe/Birkhuhnweg“	93
Abbildung 43:	Lage der vier ausgewählten Fallbeispiele in der Region und der jeweiligen Stadt	95
Abbildung 44:	Infrastrukturen im Quartier „Borsigplatz“ in Dortmund	98
Abbildung 45:	Zufriedenheit mit der allgemeinen Wohnsituation im Quartier „Borsigplatz“	99
Abbildung 46:	Umzugsabsichten und -gründe im Quartier „Borsigplatz“ ..	99
Abbildung 47:	Verfügbarkeit und Nutzung eines PKW im Quartier „Borsigplatz“	100
Abbildung 48:	Ort der Ausübung der Aktivitäten im Quartier „Borsigplatz“ I	101
Abbildung 49:	Ort der Ausübung der Aktivitäten im Quartier „Borsigplatz“ II	101
Abbildung 50:	Wegzeit zur Ausübung der Aktivitäten in Wohnumfeld und Quartier im Quartier „Borsigplatz“	102
Abbildung 51:	Gründe der auswärtigen Ausübung von Aktivitäten im Quartier „Borsigplatz“ I.....	103
Abbildung 52:	Gründe der auswärtigen Ausübung von Aktivitäten im Quartier „Borsigplatz“ II	104
Abbildung 53:	Gründe der auswärtigen Ausübung von Aktivitäten im Quartier „Borsigplatz“ III	104
Abbildung 54:	Wohnumfeld und Quartier – Versorgungsindex im Quartier „Borsigplatz“	105
Abbildung 55:	Gewünschte zusätzliche Leistungen in Wohnumfeld und Quartier im Quartier „Borsigplatz“	106
Abbildung 56:	Anforderungen an Wohnumfeld und Quartier im Quartier „Borsigplatz“	107
Abbildung 57:	Aspekte beim Einkauf von Waren des täglichen Bedarfs im Quartier „Borsigplatz“	107
Abbildung 58:	Einkaufsorientierungen und -präferenzen im Quartier „Borsigplatz“	108
Abbildung 59:	Engagementbereitschaft im Quartier „Borsigplatz“	108
Abbildung 60:	Aufwendungen für Einkäufe des täglichen Bedarfs im Quartier „Borsigplatz“	109
Abbildung 61:	Infrastrukturen im Quartier „Emst“ in Hagen	110
Abbildung 62:	Zufriedenheit mit der allgemeinen Wohnsituation im Quartier „Emst“	111
Abbildung 63:	Umzugsabsichten und -gründe im Quartier „Emst“	111

Abbildung 64:	Verfügbarkeit und Nutzung eines PKW im Quartier „Emst“	112
Abbildung 65:	Ort der Ausübung der Aktivitäten im Quartier „Emst“ I.....	112
Abbildung 66:	Ort der Ausübung der Aktivitäten im Quartier „Emst“ II	113
Abbildung 67:	Wegzeit zur Ausübung von Aktivitäten der Aktivitäten in Wohnumfeld und Quartier im Quartier „Emst“	114
Abbildung 68:	Gründe der auswärtigen Ausübung von Aktivitäten im Quartier „Emst“ I.....	114
Abbildung 69:	Gründe der auswärtigen Ausübung von Aktivitäten im Quartier „Emst“ II	115
Abbildung 70:	Wohnumfeld und Quartier – Versorgungsindex im Quartier „Emst“	116
Abbildung 71:	Gewünschte zusätzliche Leistungen in Wohnumfeld und Quartier im Quartier „Emst“	117
Abbildung 72:	Anforderungen an Wohnumfeld und Quartier im Quartier „Emst“	118
Abbildung 73:	Aspekte beim Einkauf von Waren des täglichen Bedarfs im Quartier „Emst“	118
Abbildung 74:	Einkaufsorientierungen und -präferenzen im Quartier „Emst“	119
Abbildung 75:	Engagementbereitschaft im Quartier „Emst“	119
Abbildung 76:	Aufwendungen für Einkäufe des täglichen Bedarfs im Quartier „Emst“	120
Abbildung 77:	Infrastrukturen im Quartier „Auf dem Schnee“ in Witten ..	120
Abbildung 78:	Zufriedenheit mit der allgemeinen Wohnsituation im Quartier „Auf dem Schnee“	121
Abbildung 79:	Umzugsabsichten und –gründe im Quartier „Auf dem Schnee“	122
Abbildung 80:	Verfügbarkeit und Nutzung eines PKW im Quartier „Auf dem Schnee“	122
Abbildung 81:	Ort der Ausübung der Aktivitäten im Quartier „Auf dem Schnee“ I	123
Abbildung 82:	Ort der Ausübung der Aktivitäten im Quartier „Auf dem Schnee“ II	124
Abbildung 83:	Wegzeit zur Ausübung der Aktivitäten in Wohnumfeld und Quartier im Quartier „Auf dem Schnee“ I	124
Abbildung 84:	Wegzeit zur Ausübung der Aktivitäten in Wohnumfeld und Quartier im Quartier „Auf dem Schnee“ II	125
Abbildung 85:	Gründe der auswärtigen Ausübung von Aktivitäten im Quartier „Auf dem Schnee“ I.....	126
Abbildung 86:	Wohnumfeld und Quartier – Versorgungsindex im Quartier „Auf dem Schnee“	126
Abbildung 87:	Gewünschte zusätzliche Dienstleistungen in Wohnumfeld und Quartier im Quartier „Auf dem Schnee“	127
Abbildung 88:	Anforderungen an Wohnumfeld und Quartier im Quartier „Auf dem Schnee“	128
Abbildung 89:	Aspekte beim Einkauf von Waren des täglichen Bedarfs im Quartier „Auf dem Schnee“	128
Abbildung 90:	Einkaufsorientierungen und -präferenzen im Quartier „Auf dem Schnee“	129
Abbildung 91:	Engagementbereitschaft im Quartier „Auf dem Schnee“	129

Abbildung 92:	Aufwendungen für Einkäufe des täglichen Bedarfs im Quartier „Auf dem Schnee“	130
Abbildung 93:	Infrastrukturen im Quartier „Isinger Feld“ in Essen.....	131
Abbildung 94:	Zufriedenheit mit der allgemeinen Wohnsituation im Quartier "Isinger Feld"	132
Abbildung 95:	Umzugsabsichten und –gründe im Quartier „Isinger Feld“	132
Abbildung 96:	Verfügbarkeit und Nutzung eines PKW im Quartier „Isinger Feld“	133
Abbildung 97:	Ort der Ausübung der Aktivitäten im Quartier „Isinger Feld“ I	133
Abbildung 98:	Ort der Ausübung der Aktivitäten im Quartier „Isinger Feld“ II	134
Abbildung 99:	Wegzeit zur Ausübung der Aktivitäten in Wohnumfeld und Quartier im Quartier „Isinger Feld“	134
Abbildung 100:	Gründe der auswärtigen Ausübung von Aktivitäten im Quartier „Isinger Feld“ I.....	135
Abbildung 101:	Gründe der auswärtigen Ausübung von Aktivitäten im Quartier „Isinger Feld“ II	136
Abbildung 102:	Wohnumfeld und Quartier – Versorgungsindex im Quartier „Isinger Feld“	137
Abbildung 103:	Gewünschte zusätzliche Leistungen in Wohnumfeld und Quartier im Quartier „Isinger Feld“	137
Abbildung 104:	Anforderungen an Wohnumfeld und Quartier im Quartier „Isinger Feld“	138
Abbildung 105:	Aspekte beim Einkauf von Waren des täglichen Bedarfs im Quartier „Isinger Feld“	139
Abbildung 106:	Einkaufsorientierungen und -präferenzen im Quartier „Isinger Feld“	139
Abbildung 107:	Engagementbereitschaft im Quartier „Isinger Feld“	140
Abbildung 108:	Aufwendungen für Einkäufe des täglichen Bedarfs im Quartier „Isinger Feld“	140
Abbildung 109:	Eindruck aus dem durchgeführten Workshop im Quartier „Emst“	148
Abbildung 110:	Handlungsschwerpunkt 1 im Quartier „Emst“: Langfristiger Erhalt kleinteiliger Nahversorgungsstrukturen	149
Abbildung 111:	Handlungsschwerpunkt 2 im Quartier „Emst“: Abgestimmte Neubauplanung für den Vollsortimenter	150
Abbildung 112:	Handlungsschwerpunkt 3 im Quartier „Emst“: Nicht nur der Lebensmitteleinzelhandel steht im Fokus – Erhalt von Treffpunkten	150
Abbildung 113:	Aktuelle Ideen zur Angebotskopplung im Quartier „Emst“ ..	154
Abbildung 114:	Handlungsschwerpunkt im Quartier „Auf dem Schnee“: Schaffung eines bedarfsgerechten neuen Angebots	156
Abbildung 115:	Vier Ebenen zur Einbindung von Bewohnern in Quartiersprozesse	165
Abbildung 116:	Sicherung der Nahversorgung als Gemeinschaftsaufgabe ..	170

Tabellen

Tabelle 1:	Zusammensetzung des Projektbeirates	16
Tabelle 2:	Durchgeführte Beiratssitzungen	16
Tabelle 3:	Standortanforderungen des Lebensmitteleinzelhandels an Verkaufsf lächen und Einwohner im Einzugsbereich	31
Tabelle 4:	Standortanforderungen von Drogeriemärkten.....	37
Tabelle 5:	Rahmendaten und Erfolgsfaktoren des Konzeptes „IK – Ihr Kaufmann“	47
Tabelle 6:	Rahmendaten und Erfolgsfaktoren des Konzeptes „CAP-Markt“.....	50
Tabelle 7:	Rahmendaten und Erfolgsfaktoren des Konzeptes „Emmas Enkel“	52
Tabelle 8:	Rahmendaten und Erfolgsfaktoren des Konzeptes „beroma“ 56	
Tabelle 9:	Speziell entwickelte Analysen untersuchen die Umsetzbarkeit im jeweiligen Dorf bzw. Quartier	60
Tabelle 10:	Rahmendaten und Erfolgsfaktoren der Konzepte „DORV“ und „quartVier“	61
Tabelle 11:	Rahmendaten und Erfolgsfaktoren des Konzeptes „KOMM-IN“	62
Tabelle 12:	Rahmendaten und Erfolgsfaktoren des Konzeptes „Nachbarschaftsbörse“	69
Tabelle 13:	Möglichkeiten zur Ansiedlung von Ärzten in Ardey	72
Tabelle 14:	Rahmendaten und Erfolgsfaktoren des Konzeptes „Bielefelder Modell“ in Fröndenberg-Ardey	73
Tabelle 15:	Rahmendaten des Quartiers „Borsigplatz“	79
Tabelle 16:	Rahmendaten des Quartiers „Auf dem Schnee“	82
Tabelle 17:	Rahmendaten des Quartiers „Isinger Feld“	84
Tabelle 18:	Rahmendaten des Quartiers „Emst“	87
Tabelle 19:	Rahmendaten des Quartiers „Spielbrink“	90
Tabelle 20:	Rahmendaten des Quartiers „Sonnenleithe/Birkhuhnweg“ .	92
Tabelle 21:	Rahmendaten der Befragung – soziodemografische und – ökonomische Struktur der Bewohnerhaushalte	96
Tabelle 22:	Altersstrukturen, Einwohner-/Haushaltszahlen der Untersuchungsquartiere	97
Tabelle 23:	Gegenüberstellung von Chancen und Herausforderungen im Quartier „Borsigplatz“ in Dortmund	141
Tabelle 24:	Gegenüberstellung von Chancen und Herausforderungen im Quartier „Emst“ in Hagen	142
Tabelle 25:	Gegenüberstellung von Chancen und Herausforderungen im Quartier „Auf dem Schnee“ in Witten	143
Tabelle 26:	Gegenüberstellung von Chancen und Herausforderungen im Quartier „Isinger Feld“ in Essen.....	144
Tabelle 27:	Auswahl der weiter zu vertiefenden Untersuchungsquartiere	146
Tabelle 28:	Handlungsfelder und Maßnahmen der Wohnungswirtschaft im Themenfeld „Nahversorgung im Quartier“	182

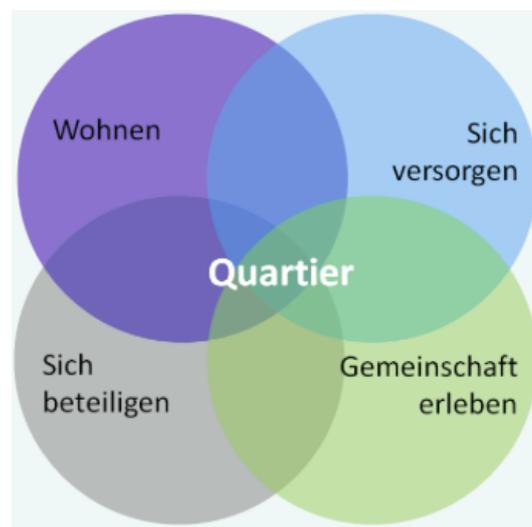
1. Einleitung

1.1. Ausgangslage und Problemstellung

Der demografische Wandel mit einer – absolut und relativ – immer größeren Zahl älterer Menschen insgesamt und weitere Faktoren, wie z.B. der wirtschaftliche Strukturwandel und daraus folgende Wanderungsbewegungen führen dazu, dass stadtteil- und quartiersbezogen teils erhebliche Überalterungs- oder auch „Unterjüngungs“-Phänomene erkennbar sind. Dieser Trend wird sich in Zukunft weiter fortsetzen bzw. sukzessive weitere Quartiere betreffen. Die somit in diesen Quartieren deutlich wachsende Gruppe der älteren und zunehmend auch hochaltrigen Menschen weist einige Besonderheiten auf. Im Zentrum steht für viele Personen aus diesen Gruppen das **Bedürfnis, möglichst lange ein „selbstbestimmtes“ Leben „zu Hause“** führen zu können. Damit dies gelingt, bedarf es einiger Voraussetzungen, die in unterschiedlichen Handlungsfeldern zusammengefasst werden können.

Das Ministerium für Gesundheit, Emanzipation, Pflege und Alter des Landes Nordrhein-Westfalen (MGEPA.NRW) hat einen „Masterplan altengerechte Quartiere.NRW“ aufgelegt, in dem vier wesentliche Handlungsfelder beschrieben werden. Auch andere Autoren verweisen auf ähnliche Handlungsfelder.¹ Neben dem Wohnen und entsprechender Wohnraumanpassungsmaßnahmen steht auch das Thema „Sich versorgen“ als wesentliches Handlungsfeld im Zentrum (bei Kreuzer/Scholz: „Nahversorgung“; vgl. ebd.).

Abbildung 1: Handlungsfelder des Masterplans Altengerechte Quartiere.NRW



Quelle: MGEPA.NRW: http://www.aq-nrw.de/handlungsfelder/handlungsfelder.html?&nav_hf=themen

Dahinter steht der Gedanke, dass die Möglichkeit, sich in „Reichweite“ – also quartiers- oder wohnungsnah – selbstständig mit Gütern und Dienstleistungen des täglichen und/oder periodischen Bedarfs zu versorgen, eine wesentliche Voraussetzung dafür ist, ein unabhängiges und selbstbestimmtes Leben führen zu können.

¹ Kreuzer, Scholz 2011: 25

Bei Betrachtung der folgenden Grafik wird deutlich, inwiefern das Wohnen auch mit den Dimensionen Infrastruktur/soziales Umfeld und Dienstleistungen verknüpft ist. Wenngleich sich die Darstellung vor allem auf Anforderungen an altersgerechte Wohnbedingungen bezieht, so ist deren Erhalt jedoch auch wichtig, um andere Zielgruppen im Quartier zu halten, deren Bestand und Attraktivität nachhaltig zu stärken und neue Zielgruppen anzuziehen. Es wird also deutlich, dass neben dem bislang vielfach geförderten und fokussierten umbauten Raum (bestehend aus Wohnung und Wohngebäude) auch Dienstleistungen sowie Infrastrukturen und das soziale Umfeld relevant sind.

Abbildung 2: Dimensionen des Wohnens



Quelle: Schneiders/Ley 2010: 7

Der Wunsch nach Selbstständigkeit und der Führung eines unabhängigen Lebens ist neben der bedarfsgerechten Versorgung mit Infrastrukturen und Dienstleistungen darüber hinaus auch eng mit dem Wohnen und der Wohnung an sich verknüpft. Das Bewohnen einer eigenen Wohnung wird im Rahmen des altersgerechten Wohnens fast schon definitorisch mit Blick auf den Begriff Selbstständigkeit gesehen. Möglichst lange selbständig zu Hause „in den eigenen vier Wänden“ zu leben, auch bei körperlichen und gesundheitlichen Einschränkungen bzw. erheblich eingeschränkter Mobilität, ist expliziter Wunsch der Älteren.² Die Wohnbedingungen sind dabei entscheidend für die Möglichkeit, bis ins hohe Alter selbstständig und in sozialen Bezügen leben zu können.

Eine adäquat gestaltete Wohnung kann – z.B. im Sinne eines präventiven Technik- und Dienstleistungseinsatzes – dazu beitragen, Hilfe- und Pflegebedürftigkeit zu vermeiden oder zumindest aufzuschieben. Der langfristige Verbleib verschiedener Zielgruppen innerhalb eines angestammten Quartiers wird somit zusammenfassend sowohl von einem bedarfsgerechten Wohnungsangebot als auch von der entsprechenden Infrastruktur entscheidend mit beeinflusst.

² IFB Institut für Bauforschung e.V. 2010; Büscher, Emmert, Hurrelmann 2009

Nachdem in den vergangenen Jahren im Zusammenhang mit dem demografischen Wandel und den Veränderungen der Lebensgrundlage vielfach das Thema „Wohnen“ und „Wohnumfeld“ im Zentrum des Diskurses stand und es hierzu mittlerweile eine umfassende Förderprogrammatik auf Bundes- und Landesebene gibt, standen Erhalt und/oder Weiterentwicklung quartiersnaher Versorgungsangebote zwar auch in der öffentlichen Diskussion – erinnert sei hier nur an das schon fast sprichwörtliche „Sterben der Tante-Emma-Läden“. Aber außer einiger, meist modellhaft gebliebener, Projekte zur Sicherung des Angebotes ist hierzu weniger gearbeitet worden.

Gleichwohl ist das Themenfeld nicht unwichtig und erlangt aus einer anderen Perspektive Bedeutung. Denn infolge gesellschaftlicher Veränderungen – z.B. der „Discountisierung“ des alltäglichen Einkaufs sowie der wachsenden Mobilität breiter Bevölkerungsschichten – kam es zu einer **vollständigen Veränderung insbesondere der Einzelhandelsstruktur**. Zunehmend größere Läden wurden insbesondere für den Einzelhandel benötigt³, die in vielen Quartieren schlicht nicht zur Verfügung standen. Ebenso wichtig wie die Ladenflächen ist mittlerweile die Anzahl von Stellplätzen vor dem Geschäft.

Seit einigen Jahren wird zwar eine „Rückkehr der Tante-Emma-Läden“ kolportiert⁴, auch große Handelsketten, wie die REWE-Gruppe, tegut u.a. versuchten, in den Markt einzusteigen. **Neue Konzepte, die besonders Lifestyle-orientiert angelegt sind⁵, werden erprobt**. Dabei spielt auch – wie im Beispiel „Emmas Enkel“ – das Thema des Online-Shoppings eine wichtige Rolle. Nicht zuletzt wird von „Insidern“ auch seitens der klassischen Online-Händler praktisch stündlich der Einstieg in das Lebensmittelgeschäft erwartet.⁶ Ob diese Entwicklungen auch für die alternde Bevölkerung „in der Fläche“ bzw. in den vielfältigen Quartieren, die nicht zentrumsnah liegen oder in denen es keine anderen „Frequenzbringer“ gibt, Mehrwerte bringt, ist fraglich – mehr scheint es, dass insbesondere junge, mobile und Lifestyle-orientierte Zielgruppen in entsprechenden Stadtteillagen angesprochen werden.

Dagegen zielen z.B. die sog. „DORV-Zentren“⁷ und ähnliche Konzepte, wie es sie z.B. in Bayern gibt, auf die Bevölkerung in stark unterversorgten Teilräumen. Sie unterscheiden sich von lokalen Einzellösungen v.a. durch den Anspruch einer Übertragbarkeit. Bislang stehen allerdings die (sehr) ländlichen Räume im Fokus, wo es auch in mittlerer Entfernung kaum Nahversorgungs- und Dienstleistungsangebote gibt. Neuerdings versucht man, dieses Konzept auch auf städtische Quartiere zu übertragen⁸. Bei dem ersten Pilotprojekt, bei dem das DORV-Prinzip auf städtische Strukturen übertragen wurde, handelt es sich um das Konzept „quartVier“ in der Stadt Düren. Dieses wurde in Kooperation mit der ortsansässigen Wohnungsbaugenossenschaft umgesetzt und wurde aufgrund seines Erfolgs bereits auf andere Städte zu übertragen versucht, darunter Gelsenkirchen (Tossehof).

Problematisch ist ebenfalls, dass längst nicht nur der Einzelhandel sich aus der Fläche zurückzieht – auch andere Dienstleistungen und Versorgungsein-

³ Heute suchen Einzelhändler i.d.R. ab 800 m²; vgl. DSSW 2008: 19; Discounter benötigen größere Flächen – meist ab 1.100 m².

⁴ z.B. Homepage Welt

⁵ Homepage Emmas Enkel

⁶ z.B. von Amazon – Homepage Zeit

⁷ Homepage DORV Zentrum

⁸ Homepage Tossehof

richtungen (Ärzte, gesundheitliche Versorgung) sowie angesichts öffentlicher Haushaltsdefizite behördliche bzw. öffentliche Einrichtungen (Bürgerbüros, Stadtteilbibliotheken usw.) sowie im Zuge des demografischen und gesellschaftlichen Wandels auch z.B. Schulschließungen und v.a. der Rückzug kirchlicher Einrichtungen und die Aufgabe von Gotteshäusern und Gemeindezentren verstärken die strukturelle Unterversorgung vieler Quartiere noch.

All dies führt nicht nur dazu, dass die materielle und gesundheitliche Versorgungslage der ortsansässigen und ggf. zunehmend älteren und/oder mobilitätseingeschränkten Bevölkerungsgruppen sich verschlechtert. **Auch soziale Funktionen, die diese Einrichtungen bzw. „Orte“ im Quartier hatten, werden nicht ersetzt.** Damit sind – bezogen auf das eingangs gezeigte Schaubild des „Masterplan altengerechte Quartiere“ – durch den Verlust der infrastrukturellen Einrichtungen im Kontext des Themenfeldes „sich versorgen“ auch der Komplex „Gemeinschaft erleben“ und letztlich die Möglichkeit, „sich zu beteiligen“ beeinträchtigt.

Allgemein anerkannt ist mittlerweile, dass es nur durch **kooperative Strukturen, sog. „hybride Geschäftsmodelle“** gelingen kann, Angebote zu stabilisieren und zu erhalten. Diesen Ansatz verfolgen letztlich auch z.B. die bereits genannten „DORV-Läden“ ergänzt um eine kommunikativ-ehrenamtliche Komponente sowie die genossenschaftsähnliche Korporation und Trägerschaft.

1.2. Zielsetzung und Fragestellungen

Aufgrund der skizzierten Problematiken hat WIR – Wohnen im Revier e.V. die InWIS Forschung & Beratung GmbH mit der Erarbeitung der Studie „Neue Wertschöpfung im Quartier“ beauftragt – mit dem Ziel, Möglichkeiten der Aktivierung von lokaler Ökonomie zur Sicherstellung der Versorgung der Bevölkerung mit Einzelhandel und Dienstleistungen im wohnortnahen Umfeld aufzuzeigen. Kooperationspartner ist die Wirtschaftsförderung metropol Ruhr GmbH. Gefördert wird die Studie durch die Europäische Union im Rahmen des aus dem EFRE kofinanzierten Operationellen Programms für NRW im Ziel „Regionale Wettbewerbsfähigkeit und Beschäftigung 2007-2013“.

Zielsetzung der vorliegenden Studie ist es, Lösungsansätze zu finden, bei denen die (jeweils) geringen Wertschöpfungspotenziale einzelner Dienstleistungen oder des jeweiligen Einzelhandels zusammengebracht und gleichzeitig wesentliche Kostenbereiche gesenkt bzw. vermieden werden können – z.B. durch die gemeinsame Nutzung von Infrastrukturen oder durch die Vermeidung von Personalkosten.

Auf Basis einer Auswertung vorhandener Nahversorgungskonzeptionen werden entsprechende Erfolgsfaktoren benannt und dimensioniert, um darauf aufbauend in beispielhaften Quartieren einen Ansatz zu wählen, der (bedarfsorientiert) übertragbar ist. Insbesondere wird dabei beleuchtet, welche Rolle Immobilieneigentümer und Wohnungswirtschaft hierbei spielen können. Ebenso wird der Blick speziell auf strukturell abgehängte und ausdünnende Teilräume auch größerer Städte und Agglomerationen gelegt, da von den o.g. Tendenzen mitnichten nur ländliche Räume betroffen sind. Wenngleich augenscheinlich bei vielen Überlegungen bislang der Einzelhandel im Zentrum stand bzw. diese Überlegungen davon ausgingen, sollte eine gewisse Trägeroffenheit beibehal-

ten werden – daher werden neben Einzelhandel auch Dienstleistungen allgemein und Infrastrukturen untersucht.

Im Fokus der Studie steht die Anforderung, für die drei Bereiche Einzelhandel, Dienstleistungen und Infrastrukturen ein Konzept zu erarbeiten und umzusetzen, das Aussagen zu unterschiedlichen Fragestellungen trifft.

Die Studie fokussiert angesichts der räumlichen Lage der Unternehmen des WIR – Wohnen im Revier e.V. und des Kooperationspartners Wirtschaftsförderung metropol Ruhr GmbH den Untersuchungsraum des Ruhrgebietes, das aus unterschiedlichen Gründen für die Untersuchung relevant ist:

- Im Ruhrgebiet greifen die skizzierten Alterungstendenzen bereits sehr weit um sich – in der demografischen Entwicklung nimmt das Ruhrgebiet viele Erkenntnisse bereits vorweg, die anderswo teils erst eine Generation später auftreten werden.
- Gleichzeitig gibt es nicht zuletzt wegen der umfangreichen Kriegszerstörungen im Ruhrgebiet und der wirtschaftlichen Entwicklung in der Nachkriegszeit (Wiederaufbau) sehr viele Quartiere, die im Zuge der „autogerechten“ Stadtplanung weniger integriert an/in innerstädtische Bereiche sind, als das in Städten mit klassischem mittelalterlichen Grundriss der Fall ist.
- Hinzu kommt, dass durch die wirtschaftliche Entwicklung (Montanindustrie) das Ruhrgebiet eine weitgehend „zerschnittene“ Region ist. Eine Vielzahl von Verkehrsstrassen (Eisenbahn, Straßen, Kanäle, kanalisierte Bachläufe) durchzieht die Region. Diese Trassen haben häufig in erheblichem Umfang trennende Auswirkungen, was im Zuge der Fragestellungen bedeutsam ist.

Die Beantwortung folgender Fragestellungen ist Bestandteil der vorliegenden Studie:

- Welche alternativen Nahversorgungskonzepte wurden bereits in verschiedenen Räumen und Regionen Deutschlands angewandt (ländlicher Raum, städtischer Raum)?
- Welche hybriden Geschäftsmodelle wurden in diesem Zusammenhang bereits erprobt und welche Faktoren und Voraussetzungen sind für den Erfolg dieser Modelle von Bedeutung? Welche Geschäftsmodelle sind geeignet, um sie auf die Quartiere des Untersuchungsraums im Ruhrgebiet ggf. zu übertragen?
- Welche Erfolgsfaktoren lassen sich insbesondere hinsichtlich der Einflussmöglichkeiten von Wohnungsunternehmen als ein zentraler Akteur im Quartierskontext ableiten?
- Welche Anforderungen stellen Einzelhandel und Dienstleistungen an Standorte? Welche Entwicklungen auf der Anbieter- und Nachfragerseite üben Einfluss auf den Rückzug von Einzelhandels- und Infrastrukturen aus Quartieren?
- Welche Vorgehensweisen eignen sich, um Wertschöpfungs- und Aktivierungspotenziale (Bewohner, Gewerbetreibende) zu aktivieren?

- Existieren abgrenzbare Typen von Quartieren, in denen sich bestimmte Akteurskonstellationen oder Bedarfssituationen zuordnen lassen?

Ausgehend von den Ergebnissen der Grundlagenrecherche werden Potenzialanalysen in vier Fallbeispielquartieren des Ruhrgebietes durchgeführt. Hierbei erfolgt eine qualifizierte Bedarfsanalyse, auf deren Basis in zwei der identifizierten Quartiere eine Implementierungsvorbereitung geeigneter Strategien erfolgt, die zur Schaffung oder Sicherung wohnortnaher Versorgungsstrukturen führen sollen.

1.3. Informationen zur Methodik

Für die Bearbeitung der genannten Fragestellungen wurde ein Untersuchungsdesign gewählt, das auf einen breiten Methodenmix zurückgreift:

- **Auswertung einschlägiger Literatur:** Neben klassisch wissenschaftlichen Grundlagen ist hier insbesondere die Auswertung relevanter Studien der vergangenen Jahre zu nennen, die sich mit dem Themenfeld „quartiersnahe Versorgung“ sowie dem Aufbau kooperierender Versorgungsstrukturen befasst haben.
- Diskussion von Erkenntnissen und Auswahl der geeigneten Forschungsquartiere in einem **kommunikativen Prozess:** Neben dem regelmäßigen Austausch mit den Auftraggebern wurde im Rahmen des Forschungsprojektes ein **Projektbeirat** einberufen, der das Projekt von Anfang an begleitete und der kritischen Diskussion von Ergebnissen und Entscheidungen diente. Zwecks einer möglichst breit gefächerten Beratung und Expertise aus Theorie und Praxis war es Ziel, diesen Beirat aus Vertretern/-innen unterschiedlicher Institutionen und Fachbereiche zusammenzustellen (Einzelhandel/Einzelhandelsverbände, Handel und Dienstleistungen, Gesundheitswirtschaft, ggf. weitere Vertreter aus Kommunen, Wirtschaftsförderungen und Ressorts der Landesregierung NRW). Letztlich ist es gelungen, folgende Teilnehmer als Unterstützung für die Forschungsstudie zu gewinnen (sortiert nach alphabetischer Reihenfolge bezogen auf die Nachnamen):

Tabelle 1: Zusammensetzung des Projektbeirates

Name	Institution/Funktion
Thomas Bruns	Vorstand WIR – Wohnen im Revier e.V.
Benjamin Brüser	Emmas Enkel, Mitgründer & Gesellschafter
Ernst Dogs	Wirtschaftsförderungsgesellschaft Herne mbH (in Abwechslung mit Herrn Dr. Grollmann)
Stephan Erkelenz	MGEPA, Referat Altersgerechte Quartiersentwicklung, Teilhabe im Alter (als Vertretung für Frau Dr. Grobe)
Heinz Frey	DORV-Zentrum GmbH, Geschäftsführer
Dr. Daniela Grobe	MGEPA, Referatsleitung Altersgerechte Quartiersentwicklung, Teilhabe im Alter
Dr. Joachim Grollmann	Wirtschaftsförderungsgesellschaft Herne mbH, Geschäftsführer (in Abwechslung mit Herrn Dogs)
Marc Heistermann	Einzelhandelsverband Ruhr e. V., Geschäftsführer
Prof. Dr. Josef Hilbert	Institut für Arbeit und Technik, Geschäftsführender Direktor und Direktor des Forschungsschwerpunktes Gesundheitswirtschaft & Lebensqualität
Andrea Höber	Wirtschaftsförderung metropoluhr GmbH
Elke Kaup	Edeka Handelsgesellschaft Rhein-Ruhr mbH, Standortentwicklung und Expansion
Thomas Kemmann	Vertreter WIR – Wohnen im Revier e.V.
Dr. Oliver Neuhoff	Wirtschaftsförderung metropoluhr GmbH
Prof. Klaus Overmeyer	Bergische Universität Wuppertal, Fachbereich D Architektur, Lehrstuhl Landschaftsarchitektur
Stefan Postert	IHK Mittleres Ruhrgebiet, Geschäftsbereichsleiter Handel, Stadtentwicklung, Gesundheit, Wirtschaft, Demografie
Carola Scholz	MBWSV, Abteilung Stadtentwicklung und Denkmalpflege

Quelle: eigene Darstellung

Über die gesamte Projektlaufzeit haben insg. drei Beiratssitzungen mit unterschiedlichen Themen und Zielsetzungen stattgefunden:

Tabelle 2: Durchgeführte Beiratssitzungen

Termin	Zentrale Themen
08.12.2014	<ul style="list-style-type: none"> • Diskussion über die Auswahl der potenziellen Untersuchungsquartiere • Reduzierung auf vier Quartiere für die Bedarfsanalyse • Diskussion des Fragebogens für die Bedarfsanalyse
06.03.2015	<ul style="list-style-type: none"> • Vorstellung der Ergebnisse der Bewohnerbefragung in den vier ausgewählten Forschungsquartieren • Reduzierung auf zwei Quartiere für die Implementierungsvorbereitung
22.05.2015	<ul style="list-style-type: none"> • Vorstellung der Arbeitsschritte und Ergebnisse aus der Implementierungsvorbereitung in den zwei ausgewählten Untersuchungsquartieren

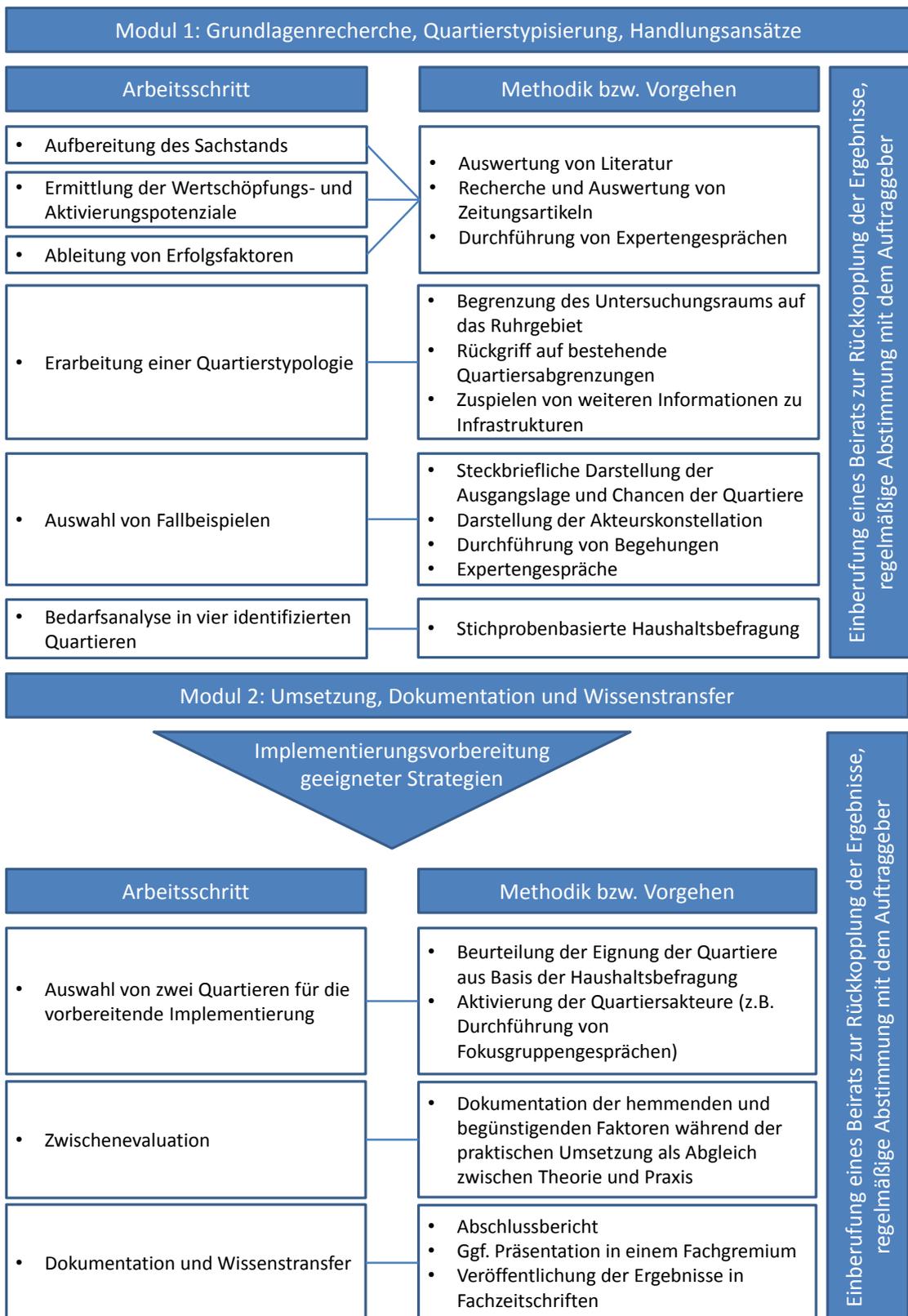
Quelle: eigene Darstellung

- Als Instrument zur Akteursaktivierung dienen des Weiteren Workshops bzw. Fokusgruppengespräche, um die jeweils quartiersrelevanten Akteure an einen „Tisch“ zu bringen und gemeinsam eine geeignete Strategie für den Aufbau eines Nahversorgungsangebotes zu entwickeln.
- Durchführung von **Expertengesprächen** in mehreren Phasen der Erarbeitung: Sowohl für die Aufbereitung des Sachstandes zum Thema als auch in der vertiefenden Analyse der Untersuchungsquartiere dienen die Expertengespräche der Rückkopplung von Ergebnissen und der Verifizierung von Thesen und möglichen Handlungsstrategien. Folgende Experteninterviews wurden zu genannten Zwecken geführt (sortiert nach alphabetischer Reihenfolge der Nachnamen der Experten):
 - Herr Benjamin Brüser, Geschäftsführer der Diehl & Brüser Handelskonzepte GmbH zum Konzept **Emmas Enkel** am 12.03.2015;
 - Herr Matthias Fischer, Geschäftsführer der Unnaer Kreis-Bau- und Siedlungsgesellschaft mbH (UKBS) zur Umsetzung des **Bielefelder Modells** in Fröndenberg am 27.04.2015;
 - Herr Heinz Frey, Geschäftsführer DORV UG zum **DORV- und quart-Vier-Konzept**; schriftlich;

- Frau Annemarie Gerzer-Sass, Leitung Konzeption/Beratung Serviceagentur **Aktionsprogramm Mehrgenerationenhäuser**; schriftlich;
 - Herr Thomas Heckmann, Ansprechpartner bei der gdw süd Genossenschaft der Werkstätten für behinderte Menschen Süd eG zum Konzept **CAP-Markt** am 15.05.2015;
 - Frau Sigrid Hornauer, Bürgermeisterin der Gemeinde Sternenfeld zum Konzept **KOMM-IN** am 09.03.2015;
 - Frau Inge Nowack, Geschäftsführerin Stadtmarketing Witten GmbH zum Konzept der **Wochenmärkte** in der Stadt Witten.
 - Herr Christian Petschke, Vorstand Verein der beroma eG und des „Wir in der Hasseldelle e.V.“ zum Konzept **beroma** am 13.03.2015.
 - Zusätzlich wurden für die vier Untersuchungsquartiere der Studie Gespräche mit städtischen und weiteren relevanten Akteuren geführt, um die Ausgangslage und Chancen der vier Untersuchungsquartiere abbilden zu können.
- **Auswertungen von Statistiken, Daten, Literatur und Quellen** der öffentlichen und privaten Akteure: Die qualitativen Einschätzungen aus Gesprächen mit den Vertretern in den Untersuchungsquartieren werden wenn möglich durch statistisches Datenmaterial gestützt, um ein vielschichtiges Bild der Chancen und Herausforderungen für die Untersuchungsquartiere darstellen zu können.
 - Durchführung einer stichprobenbasierten **telefonischen Haushaltsbefragung**: Die Befragung dient der Ermittlung der soziodemografischen Situation der Haushalte, der Zufriedenheit mit dem vorhandenen Infrastrukturangebot, des zusätzlichen Bedarfs an Angeboten im Quartier sowie der Zahlungs- und Mitwirkungsbereitschaft für neue Angebote. Zusammenfassend dient die Befragung folglich der Potenzial- und Bedarfsanalyse in den einzelnen Quartieren. Im Laufe der Befragung hat sich im Quartier „Isinger Feld“ in Essen eine eingeschränkte Bereitschaft zur Teilnahme an der telefonischen Befragung herauskristallisiert. Um hier dennoch zu verwertbaren Ergebnissen kommen zu können, wurde kurzfristig die Marktforschung Feldservice GmbH Foerster & Thelen mit einer ergänzenden **Passantenbefragung** in diesem Quartier beauftragt. Durch den hier angewandten Methodenmix konnten auch in diesem Quartier verwertbare Ergebnisse erzielt werden.

In der folgenden Abbildung sind die genannten qualitativen und quantitativen Methoden den jeweiligen Arbeitsschritten der Forschungsstudie zugeordnet. Konkret ist die Studie in zwei größere Arbeitspakete gegliedert: Während im Modul 1 Grundlagenrecherche betrieben, der Sachstand zum Thema aufbereitet wird, Erfolgsfaktoren identifiziert und geeignete Untersuchungsquartiere benannt werden, hat Modul 2 die Implementierungsvorbereitung in den Quartieren sowie die Dokumentation und den Wissenstransfer zum Ziel.

Abbildung 3: Darstellung der Arbeitsschritte und Vorgehensweise



Einberufung eines Beirats zur Rückkopplung der Ergebnisse, regelmäßige Abstimmung mit dem Auftraggeber

Einberufung eines Beirats zur Rückkopplung der Ergebnisse, regelmäßige Abstimmung mit dem Auftraggeber

Quelle: eigene Darstellung

Modul 1: Grundlagenrecherche, Typisierung und Handlungsansätze

Im Kontext dieses Bausteins wird

- eine Aufarbeitung des Sachstandes zu dem Themenfeld wie auch
- eine Ausarbeitung von Potenzialen zur Steigerung der Wertschöpfung sowie die Aktivierung von Bewohnern und Akteuren,
- eine Ableitung erster bekannter Erfolgsfaktoren für die Etablierung und Erhaltung von quartiersnahen Versorgungsinfrastrukturen,
- eine Aufarbeitung von Quartierstypologien für das Themenfeld sowie
- die Auswahl und Aufbereitung von Fallbeispielen

angestrebt. Dies erfolgt vor dem Hintergrund der differenzierten zu erwartenden Akteurskonstellationen in den Untersuchungsquartieren der Studie sowie insbesondere mit Blick auf die Einflussmöglichkeiten von Wohnungsunternehmen.

2. Arbeitsdefinitionen

Zur Eingrenzung des Untersuchungsgegenstandes erfolgt im Rahmen der Grundlagenarbeit auch eine Definition und Eingrenzung der wichtigsten begrifflichen Grundlagen der Forschungsstudie. Hierzu zählen neben dem Quartier als Untersuchungs- und Handlungsebene auch die Begriffe „Nahversorgung“, „Wertschöpfung“ und „hybride Geschäftsmodelle“.

2.1. Annäherung an den Begriff „Quartier“

Eine Stadt ist kein einheitliches Gebilde, sondern unterteilt sich in verschiedene Teilbereiche mit unterschiedlicher Nutzung und verschiedenen Standortqualitäten. Wohnquartiere als Teilbereiche städtischer Lebenswelten lassen sich jedoch nur schwer erfassen und abgrenzen⁹.

Die bis heute bestehenden Annäherungen und Vorstellungen zum „Quartier“ gehen auf die Theorie der „Chicago School“ der 1920er Jahre zurück, in der im Rahmen von Stadtregions- und Gesamtstadtmodellen bereits Teilräume einer Stadt hinsichtlich ihrer Lage und Sozialstruktur beschrieben und von anderen Teilbereichen der Stadt abgegrenzt wurden. Seit den Anfängen der Stadtforschung ist auch der Begriff „neighbourhood“ gebräuchlich, der Lebenswelten und Aktionsräume von Menschen in den Vordergrund stellt und damit ebenfalls einen Quartiersbezug aufweist. Die Aktualität der Quartiersforschung zeigt sich des Weiteren an Förderprogrammen, z.B. im Rahmen des Stadtbbaus, in denen ebenfalls abgegrenzte räumliche Teilbereiche einer Stadt mit besonderen Herausforderungen oder Bedarfslagen untersucht und mithilfe unterschiedlicher Maßnahmen stabilisiert werden.

So vielfältig wie das Gebiet der Quartiersforschung ist auch der Begriff „Quartier“ an sich. Wenngleich dieser Terminus bereits seit mehreren Jahren in mehreren Zusammenhängen genutzt wird, besteht keine allgemeingültige Definition des Begriffs. Insbesondere in wissenschaftlichen Diskursen wird mit dem „Quartier“ versucht, administrative Bezeichnungen wie „Bezirk“, „Orts- teil“ oder „Stadtteil“ zu vermeiden. Der Versuch einer Definition des Begriffs „Quartier“ mit konkretem Raumbezug erfolgte im Jahr 2002 durch Monika Alisch. Demnach bezeichnet ein Quartier „einen sozialen Raum, der kleiner als ein administrativ abgegrenzter Stadtteil, aber durchaus vielfältiger sein kann als ein Wohngebiet, das planungsrechtlich nur dem Wohnzweck dient“¹⁰. Annett Steinführers Definition eines Quartiers geht über die reine räumliche Abgrenzung hinaus und fokussiert deutlicher die Funktion: Das Quartier bezeichnet „den Ort lokaler Lebenszusammenhänge für die Realisierung alltäglicher Lebensvollzüge – vor allem des Wohnens – in einem räumlich überschaubaren, von Akteuren aber höchst subjektiv begrenzten Gebiet. Dieser Ort ist durch gebaute, natürliche, soziale und symbolische Strukturen gekennzeichnet und in einen übergreifenden historischen Zusammenhang eingebettet“¹¹.

Der Begriff „Quartier“ ist somit handlungs- und subjektorientiert und beruht auf dem Ansatz einer integrativen Sichtweise, die sowohl bauliche Gegebenheiten als auch soziale Beziehungen der Bewohner berücksichtigt¹². Gemäß der

⁹ Schnur 2008: 19-20

¹⁰ Alisch 2002: 60

¹¹ Steinführer 2002: 3

¹² Steffen et al. 2007: 41

Definition von George Galster aus dem Jahr 2001 können Quartiere anhand folgender Kriterien beschrieben werden: bauliche Charakteristika, Infrastrukturen, demografische Faktoren, sozialer Status, Umweltfaktoren, Erreichbarkeit.¹³

Die verschiedenen Definitionsansätze zeigen zusammenfassend auf, dass das Quartier keine festgelegte Größe aufweisen muss, auf räumlichen und sozialen Gegebenheiten basiert und sich durch eigenständige infrastrukturelle, bauliche und soziale Merkmale von anderen Teilbereichen einer Stadt unterscheidet. Dies stellt gleichzeitig den Ansatz für eine mögliche Quartiersabgrenzung dar. Insbesondere bei der empirischen Untersuchung eines Quartiers ist das Vornehmen einer klaren Abgrenzung oftmals notwendig, u.a. um statistische Daten zur Ausgangslage im Quartier erheben zu können¹⁴. Eine pragmatische Vorgehensweise zur Abgrenzung bildet das Heranziehen von Kriterien, zu denen z.B. Flächenarten (Siedlungsflächen in Abgrenzung zu anderen Nutzungen), geografische Trennlinien (z.B. Verkehrsachsen, Flüsse o.ä.) oder auch Bau- und Siedlungsstrukturen (Anteil Ein- oder Mehrfamilienhäuser) zählen¹⁵.

2.2. Annäherung an den Begriff „Nahversorgung“

Ähnlich wie bei dem „Quartier“ existiert auch bei dem Begriff „Nahversorgung“ keine allgemeingültige Definition. In der wissenschaftlichen Literatur wird in diesem Zusammenhang jedoch häufig auf die zwei Dimensionen der Nahversorgung hingewiesen: die inhaltliche Dimension, die das konkrete Warenangebot beschreibt sowie die räumliche Dimension, die die Erreichbarkeit des jeweiligen Angebotes berücksichtigt.

Nach der Definition von Borchardt ist „Nahversorgung die Versorgung der Bevölkerung mit notwendigen Gütern und Dienstleistungen des täglichen Bedarfs. Die Grundversorgung erfolgt am Wohnort selbst oder durch einen zentralen Ort“.¹⁶ Diese Definition beschreibt in Ansätzen bereits die zwei skizzierten Dimensionen.

Konkret bedeutet dies, dass Nahversorgung als regelmäßige Grundversorgung mit Verbrauchsgütern des täglichen und kurzfristigen Bedarfs in unmittelbarer Nähe des Wohnstandortes verstanden werden kann. Die Grundversorgung bezieht sich hierbei nicht nur auf den Lebensmitteleinzelhandel, sondern auch auf weitere Artikel wie z.B. Getränke, Schreibwaren, Zeitungen, Tabakwaren, Drogerieartikel, Kleintextilien, Blumen, Drogerieartikel. Konsumnahe Dienstleistungen können die Grundversorgung ergänzen. Hierbei handelt es sich u.a. um Postdienstleistungen, eine Bank/Sparkasse, Arzt, Apotheke, Friseur oder auch eine Reinigung. Die räumliche Dimension umfasst die Erreichbarkeit des Angebots, hierbei wird in der ausgewerteten Literatur zumeist auf eine fußläufige Entfernung zu den Angeboten verwiesen, die zwischen 500 und 800 m bzw. rd. 10 Minuten Fußweg betragen kann. Mit zunehmender Entfernung zu den Nahversorgungsangeboten sinkt daher auch die Bereitschaft, die Angebote fußläufig aufzusuchen.¹⁷

¹³ Galster 2001: 2112

¹⁴ Schnur 2008: 39

¹⁵ Heinze 2013

¹⁶ Borchardt, Bauer 1994: o.S.

¹⁷ Innovationsagentur Stadtumbau NRW 2009: 8-9

Die Auswertung des Forschungsstandes belegt zudem, dass insbesondere der Lebensmitteleinzelhandel eine Rolle als „Magnet“ für weitere Angebote übernehmen kann: „Ein leistungsfähiger Lebensmittelmarkt sichert die Frequenz und damit notwendige Umsatzleistung für weitere Handels- und Dienstleistungsbereiche“.¹⁸

Abbildung 4: Rolle des Lebensmitteleinzelhandels als „Magnet“



Quelle: eigene Darstellung nach Bayrisches Staatsministerium für Wirtschaft und Medien, Energie und Technologie (Hrsg.) 2014: *Nahversorgung in Bayern. Bedeutung – aktuelle Situationen – Alternativen*. S. 16

Die sogenannte „Regionalbewegung“, bei der es sich um einen im Jahr 2005 gegründeten Dachverband und eine Interessensvertretung für Regionalinitiativen rund um die Themen Nahversorgung, Schulentwicklung, Finanzdienstleister, erneuerbare Energien und das regionale Handwerk handelt, hat ebenfalls eine Definition von Nahversorgung entwickelt, die aus Perspektive der Forschungsstudie einen sehr interessanten Ansatz darstellt. In dieser Definition wird ein multidimensionales Verständnis von Nahversorgung zugrunde gelegt, das sich auf die Verbesserung der gesamten Daseinsfürsorge bezieht. Aus diesem Grund umfasst der Begriff Nahversorgung in dieser Definition nicht nur den Bereich der Lebensmittelversorgung, sondern auch Dienstleistungen, soziale und medizinische Angebote sowie kulturelle und kommunikative Angebote.¹⁹ Dieses erweiterte Verständnis von Nahversorgung bildet die Grundlage für die Forschungsstudie, bei der ebenfalls nicht nur der Lebensmitteleinzelhandel im Fokus steht, sondern auch Konzepte, die mehrere Funktionen bündeln.

Aktuelle Studien belegen, dass die Nahversorgung mehr Funktionen als die reine Bedarfsdeckung mit Lebensmitteln und konsumnahen Dienstleistungen übernehmen kann. Insbesondere in kleineren Städten kann die Nahversorgung auch einen wichtigen Einfluss auf die Sicherung der Lebensqualität nehmen. Neben dem „Sich-Versorgen-Können“ wird der Nahversorgung zunehmend

¹⁸ Bayrisches Staatsministerium für Wirtschaft und Medien, Energie und Technologie (Hrsg.) 2014: 16

¹⁹ Homepage Bundesverband der Regionalbewegung e.V.

auch „ein hohes Maß an kommunikativer und sozialer Integrationsfähigkeit zugeschrieben“.²⁰

2.3. Annäherung an den Begriff „Wertschöpfung“

Der Begriff Wertschöpfung stammt ursprünglich aus dem Bereich der Wirtschaftswissenschaften bzw. der Unternehmensrechnung. Er beschreibt „die erbrachten Leistungen eines wirtschaftlichen Akteurs und dessen Beitrag zur Volkswirtschaft abzüglich der übernommenen Leistungen (jeweils in Geldwerten), d.h. die Dienste und Produkte, die bei der Erbringung dieser Leistungen von anderen Akteuren bezogen wurden“.²¹ Laut nova-Institut GmbH ist „sie [...] die am besten geeignete Größe, um die Leistungen eines Unternehmens, einer Branche, einer Region oder auch einer Nation zu messen. Die Wertschöpfung steht als Gewinn und Einkommen zur Verfügung und ist letztendlich für das Entstehen von Arbeitsplätzen ausschlaggebend.“²² Die Agentur für Erneuerbare Energien hat sich für die Messung der Wertschöpfung von erneuerbaren Energien bspw. eines regionalen Bezugsraums bedient und folgende Definition dafür aufgestellt: „die regionale Wertschöpfung [umfasst] die Gesamtheit der Leistungen regionaler Unternehmen sowie der dadurch erzeugten Nutzen für die Kommunen, abzüglich der von anderen Regionen erbrachten Leistungen“.²³

Wertschöpfung, also der aus wirtschaftlichen Tätigkeiten zu erwartende Mehrwert²⁴, ist aber nicht nur wie oben genannt auf einzelne Unternehmen oder auf Regionen und Nationen anwendbar, sondern auch auf die Quartiers-ebene. Das Bundesinstitut für Bau-, Stadt- und Raumforschung hat bspw. Ziele für nachhaltige Stadtquartiersentwicklung im Rahmen einer Querauswertung städtebaulicher ExWoSt-Forschungsfelder abgeleitet. Diese beinhalten neben ökologischen, sozialen sowie Struktur- und Prozesszielen auch die ökonomische Tragfähigkeit von Stadtquartieren, für die die „lokale Wertschöpfung“ und in der Folge die „Möglichkeiten für lokale Beschäftigung“ relevante Beiträge leisten. Es heißt, „lokale Wertschöpfung kann bereits aus dem Entwicklungsprozess eines Stadtquartiers selbst entstehen, beispielsweise durch Modernisierungsarbeiten. Nachhaltige Wertschöpfung ergibt sich, wenn sich endogene Produktivpotenziale entfalten und in lokaler Beschäftigung niederschlagen“.²⁵

2.4. Annäherung an den Begriff „hybride Geschäftsmodelle“

Nach Kempermann und Lichtblau bedeuten hybride Geschäftsmodelle stets die Verbindung von Industrieprodukten und Dienstleistungen „von einem oder mehreren Unternehmen in Kooperation“. Sie „haben eine hohe Ausstattung mit Erfolgsfaktoren und erzielen eine bessere Umsatz- und Beschäftigungsentwicklung als der Durchschnitt deutscher Unternehmen“. Die stärkere Ausbreitung (im Jahr 2012 wiesen offenbar erst zwölf Prozent aller Unternehmen hybriden Charakter auf) wurde bislang jedoch dadurch gehemmt, dass diese

²⁰ Bayerisches Staatsministerium für Wirtschaft und Medien, Energie und Technologie (Hrsg.) 2014: 15-16

²¹ Agentur für Erneuerbare Energien (Hrsg.) 2009: 1

²² Homepage Regionale Wertschöpfung

²³ Agentur für Erneuerbare Energien (Hrsg.) 2009: 1

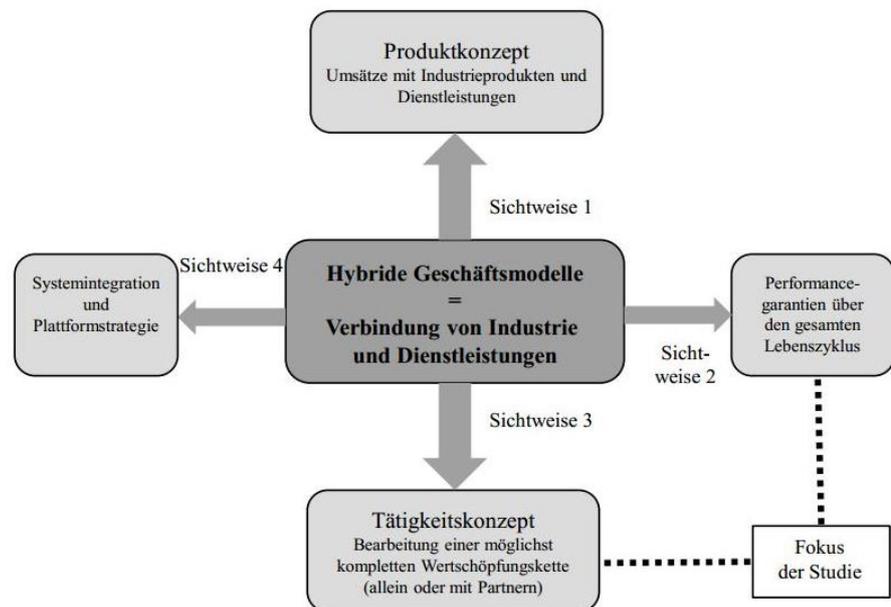
²⁴ Homepage Wirtschaftslexikon

²⁵ BBSR 2013: 12-13

„Unternehmen [...] mehr Ressourcen einsetzen und ein höheren Komplexitätsniveau beherrschen“ müssen als Unternehmen ohne Hybridcharakter.²⁶

Verschiedene Analysen und Studien haben sich bereits mit dem Thema hybrider Wertschöpfung und daher auch mit der Definition dieses Begriffs auseinandergesetzt. Kempermann und Lichtblau nähern sich –bezogen auf die Sektoren Industrieprodukt und Dienstleistungen – dem Begriff bspw. über die Darstellung unterschiedlicher Perspektiven von hybrider Wertschöpfung an. „Perspektive“ meint in dem Zusammenhang Möglichkeit zur Messung, ob ein Geschäftsmodell hybrid ist oder nicht. Für diese Messung stellen Kempermann und Lichtblau vier verschiedene Varianten in den Fokus: das Produktkonzept, das Tätigkeitskonzept, die Systemintegration und die Performancegarantien.

Abbildung 5: Perspektiven der hybriden Wertschöpfung



Quelle: Kempermann/Lichtblau 2012: 2

Da die Sichtweisen nicht alle auf die vorliegende Fragestellung übertragbar sind, soll an dieser Stelle nicht auf alle Bereiche eingegangen werden. Eine gewisse Übertragungsfähigkeit besitzen folgende Perspektiven:

- Das **Produktkonzept** misst die Intensität der Hybridisierung eines Unternehmens an der Höhe der Umsätze, die es „gleichzeitig [...] mit Industrieprodukten und Dienstleistungen erzielt“. Es gilt: je ausgewogener das Verhältnis der jeweiligen Umsätze, desto hybrider das Unternehmen.
- Die **Systemintegration** beschreibt die „Implementierung komplexer Produkte in interagierenden Systemen“. Ziel der Implementierung ergänzender Leistungen ist es, „den Nutzen des Grundproduktes zu erhöhen“. Obligatorisch ist dabei das Vorhandensein einer Plattform zur übergreifenden Steuerung der unterschiedlichen Komponenten und Systeme.

²⁶ Kempermann, Lichtblau 2012: 1-2

Bezogen auf das in Kapitel 2.2 skizzierte Thema „Nahversorgung“ beinhalten die Sichtweisen des „Produktkonzepts“ und der „Systemintegration“ folgende Übertragbarkeit:

Eine leistungsstarke, nachhaltig Nahversorgung in Quartieren bedarf einer guten Mischung aus einem Grundprodukt und ergänzenden Nutzungen. Wie in Kapitel 2.2 dargestellt, fungiert insb. der Lebensmitteleinzelhandel als „Magnet“ und so als Frequenzbringer für konsumnahe Angebote, Dienstleistungen oder andere Handelsunternehmen. Integriert nun ein bereits ansässiger Lebensmitteleinzelhändler Dienstleistungen wie bspw. eine Post- oder Reinigungsannahme in seinen Geschäftsbetrieb und betreibt diese zudem selber, generiert er gleichzeitig Umsätze aus dem Lebensmitteleinzelhandel (dem Kern des Systems) und diesen ergänzenden Dienstleistungen und hat somit bereits ein hybrides Geschäftsmodell geschaffen.

Die Systemintegration ist recht ähnlich zu verstehen bzw. auf die vorliegende Fragestellung zu übertragen, denn durch die Integration der beispielhaft genannten Dienstleistungen kann der Lebensmitteleinzelhändler (also das Grundprodukt) durch erhöhte Kundenfrequenz aufgewertet und stabilisiert werden sowie bessere Umsätze erzielen – es werden Synergieeffekte geschaffen. Erhöhte Kundenbindung an den Lebensmitteleinzelhändler sowie Wettbewerbsfähigkeit sind wesentliche Folgen²⁷ und auch andere benachbarte Angebote wie aus den Bereichen Kultur und Gesundheitswirtschaft können durch die entstehende Belegung neu profitieren. Nur durch diese multifunktionale Kooperation kann in vielen betroffenen Quartieren eine tragfähige, nachhaltige Nahversorgung generiert werden. Allerdings bedarf dieses neu geschaffene System einer umfassenden Steuerung des gesamten Konstrukts bspw. durch spezielle beratende oder führende Instanzen²⁸.

Gleichzeitig gilt laut weiterer Veröffentlichungen neben der Komplexität und Innovation die vermehrte und intensive Kundenorientierung als wesentliches Merkmal hybrider Geschäftsmodelle, das „damit als Leistungsbündel definiert werden [kann], das eine auf die individuellen Bedürfnisse des Kunden ausgerichtete Problemlösung darstellt“²⁹. Durch den erhöhten und frühzeitigen Kundenbezug in die Angebotserstellung entsteht eine Win-Win-Situation. Der Kunde findet somit künftig ein „maßgeschneidertes“, attraktives Angebot vor und wird nachhaltig an dieses gebunden, während der Anbieter wiederum eine entsprechend langfristige Investitionssicherheit für sein Angebot erhält.

2.5. Annäherung an den Begriff „lokale Ökonomie“

Da im Rahmen der Forschungsstudie die Möglichkeiten der Aktivierung lokaler Ökonomie untersucht werden, soll im Folgenden auch für diese Begrifflichkeit das Verständnis darlegt werden.

Gemäß Jakubowski und Koch beschreibt lokale Ökonomie „die Gesamtheit aller auf die Entwicklung eines Ortes (...) bezogenen Aktivitäten“ und umfasst damit sowohl die Dimensionen der marktvermittelnden Wirtschaft, der sozialen Ökonomie (Unternehmen mit gemeinnützigen Zielen) und der informellen

²⁷ Kempermann, Lichtblau 2012: 1-2

²⁸ GMA 2011: 26

²⁹ Bienzeisler, Hamann (Hrsg.) 2008: 17-18

Ökonomie (unbezahlte Hausarbeit, Nachbarschaftshilfe). Dieter Läßle verwendet in diesem Zusammenhang auch den Begriff der „lokal eingebetteten Ökonomie“, die den Teil der Ökonomie bezeichnet, die im Quartier verankert ist und „wohnungsnah“ im Stadtteil produziert und verkauft wird. Bestandteil der lokalen Ökonomie sind sowohl Kleinbetriebe des Einzelhandels, der Gastronomie, des Handels sowie haushaltsorientierte Dienstleistungen. Merkmal der kleinbetrieblichen Prägung ist die enge Standortbindung der betreffenden Betriebe mit einer Ausrichtung an den lokalen Bedürfnissen der Kunden. Prägend sind auch der geringere Platzbedarf und die Integration in das Stadtgefüge. Insbesondere der Einzelhandel oder haushaltsbezogene Dienstleistungen weisen aufgrund der lokalen Kaufkraft eine erhöhte Standortbindung auf.³⁰

Das Thema der lokalen Ökonomie ist in Deutschland bisher mehrheitlich mit den Herausforderungen benachteiligter Stadtquartiere verbunden, z.B. wenn Arbeitslosigkeit und soziale Ausgrenzung auch zu Problematiken bei lokalen Geschäftsstrukturen führen. Bislang liegen in der Forschung allerdings wenige Erkenntnisse vor, wie die lokale Ökonomie konkret gestärkt werden kann. Von Bedeutung sind jedoch die Funktionen der lokalen Ökonomie, die von der Beschäftigungs- und Ausbildungsfunktion über die Versorgungs-, Kommunikations- und Integrationsfunktion bis hin zur Aufwertungsfunktion reichen. Die Struktur aus Einzelhandelsangeboten und Dienstleistungen bietet eine wirtschaftliche Basis, die sich auf die Stabilität und endogenen Entwicklungschancen eines Stadtquartiers auswirken kann. Insbesondere die Nahversorgungsmöglichkeiten haben einen wichtigen Einfluss auf die Lebensqualität im Quartier. Eine weitere Bedeutung kommt lokalen Betrieben auch in der Schaffung von Arbeitsplätzen in Wohnortnähe zu. Die Schaffung von Arbeitsplätzen erhöht die Kaufkraft und führt wiederum zu einer erhöhten Nachfrage nach Waren, so dass Wertschöpfungspotenziale im Quartier genutzt und Synergien geschaffen werden.³¹

Folgende Handlungsfelder zur Förderung der lokalen Ökonomie werden seitens Jakobowski und Koch formuliert:

- Standortprofilierung und Imageaufwertung: Besonderheiten im Angebot auch über die Quartiersgrenze hinweg kommunizieren, damit diese positiv wahrgenommen werden.
- Netzwerkförderung: Netzwerke vor Ort können helfen, Kleinunternehmen vor Ort zusammenzuführen und den Austausch untereinander zu befördern, mit dem Ziel, Unternehmenskooperationsmöglichkeiten zu identifizieren und eine Standortprofilierung zu erreichen, die die Nachfrage auch aus anderen Stadtteilen anzieht.
- Leerstandsmanagement: Ein aktives Leerstandsmanagement unter Kooperation mit den Immobilieneigentümern und unter Berücksichtigung von Zwischennutzungen kann einer Abwärtsspirale im Quartier entgegenwirken.
- Verankerung in der lokalen Ökonomie: Leerstehende Gewerbeeinheiten sollten möglichst mit neuen Strukturen gefüllt werden, die einen hohen Bezug zum Quartier haben und damit zur Stärkung der lokalen Ökonomie beitragen.³²

³⁰ Jakobowski, Koch 2009: 241-242

³¹ ebd. 2009: 241-243

³² ebd. 2009: 246

3. Entwicklungen und Trends im Einzelhandel und bei Dienstleistungen im Quartier

In diesem Baustein werden die wesentlichen Anforderungen, die Einzelhandel und Dienstleistungen an Standorte stellen sowie das Wissen über klassische und neue bzw. „hybride“ Geschäftsmodelle aufbereitet. Des Weiteren wird herausgearbeitet, inwieweit strukturelle Untersuchungen zum Rückzug von Einzelhandels- und Infrastrukturen in den Quartieren vorliegen bzw. welche Ergebnisse sich hieraus extrahieren lassen.

Der Fokus dieses Arbeitsschrittes liegt vor dem Hintergrund der Möglichkeiten hybrider Geschäftsmodelle nicht nur auf dem Lebensmitteleinzelhandel, sondern auch auf weiteren Dienstleistungen und Angeboten, die die Nahversorgungssituation im Quartier stabilisieren können. Aus diesem Grund werden auch die Entwicklungen und Trends, die sich bei Drogeriemärkten und Dienstleistungen wie Post- bzw. Finanzierungsanbietern vollziehen, vorgestellt.

3.1. Lebensmitteleinzelhandel

Wie im vorangegangenen Kapitel geschildert, kann der Lebensmitteleinzelhandel im Quartier eine Magnetfunktion ausüben, die die Frequenz weiterer, auch kleinteiliger Angebote sichern kann.

3.1.1 Anbieterseite

Aufgrund des Strukturwandels, der viele deutsche und nordrhein-westfälische Städte noch immer deutlich prägt, haben sich in den vergangenen Jahren auch auf der Anbieterseite des Einzelhandels deutliche Veränderungen in der Ausprägung, räumlichen Verteilung und Angebotsstruktur ergeben. Aus diesem Grund fokussiert das folgende Kapitel die aktuellen Trends und Entwicklungen auf der Anbieterseite, um herauszustellen, welche Anforderungen aktuell Einzelhandel und Dienstleistungen an Standorte stellen und welche Gründe ausschlaggebend für den Rückzug von Einzelhandels- und Infrastrukturen aus Quartieren sind.

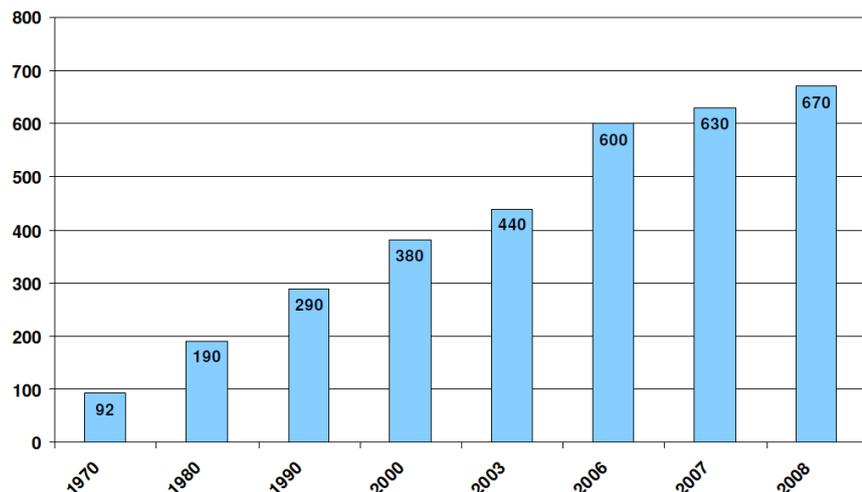
In einem ersten Schritt werden insbesondere die Entwicklungen im Segment des Lebensmitteleinzelhandels beleuchtet, da dieser für viele weitere Funktionen und Dienstleistungen im Quartier bislang einen bedeutenden „Anker“ darstellt.

Während sich nach dem Zweiten Weltkrieg die Anzahl und Verteilung von Lebensmittelbetrieben aufgrund steigender Kaufkraft und anhaltenden Suburbanisierungsprozessen vergrößerte, ist das Netz der Nahversorgung zwischenzeitlich wieder deutlich weitmaschiger geworden. Folgende Gründe für den inzwischen wieder zunehmenden Rückzug des Lebensmitteleinzelhandels aus Quartieren sind in diesem Zusammenhang zu nennen:

- **Konzentrationsprozesse:** Die Zahl der Betreiber von Lebensmittelgeschäften hat sich in den vergangenen Jahren deutlich reduziert. Am Markt verblieben sind nur noch einige wenige Betreiber, die allerdings bundesweit tätig sind.

- **Veränderte Standortanforderungen:** Die Unternehmen konzentrieren sich inzwischen auf Grundstücke und Flächen, die konkrete Anforderungen an die Grundstücksgröße, die Erreichbarkeit und die Einwohnerzahl im Einzugsbereich erfüllen. Grundstücke, die diesen Anforderungen entsprechen, bestehen jedoch zunehmend nicht mehr in den integrierten, wohnortnahen Lagen der Städte, sondern insbesondere in den Randbereichen.
- **Steigerung der Angebotsvielfalt und der Betriebsgrößen:** Aufgrund der steigenden Artikelvielfalt, die auch durch eine veränderte Anspruchshaltung auf der Nachfragerseite ausgelöst wird, benötigen die Anbieter größere Flächen. Generell ist es zu einer Steigerung der betriebswirtschaftlich notwendigen Betriebsgröße gekommen. Ein Lebensmittel-Supermarkt (kein Discounter) benötigt aktuell z.B. eine Verkaufsfläche von rd. 1.200 m² um wirtschaftlich agieren zu können.³³
- **Zunehmende Discountisierung:** Bereits seit den 1990er Jahren ist die Zahl an Discountern deutlich ansteigend – auch aufgrund der steigenden Preissensibilität der Nachfrager. Inzwischen stellen die Discounter sogar die stärkste Betriebsform dar, als Verlierer des Strukturwandels werden daher häufig insbesondere die kleinen Lebensmittelgeschäfte benannt, die Verkaufsflächen von unter 400 m² aufweisen.³⁴

Abbildung 6: Durchschnittliche Betriebsgröße im Lebensmitteleinzelhandel

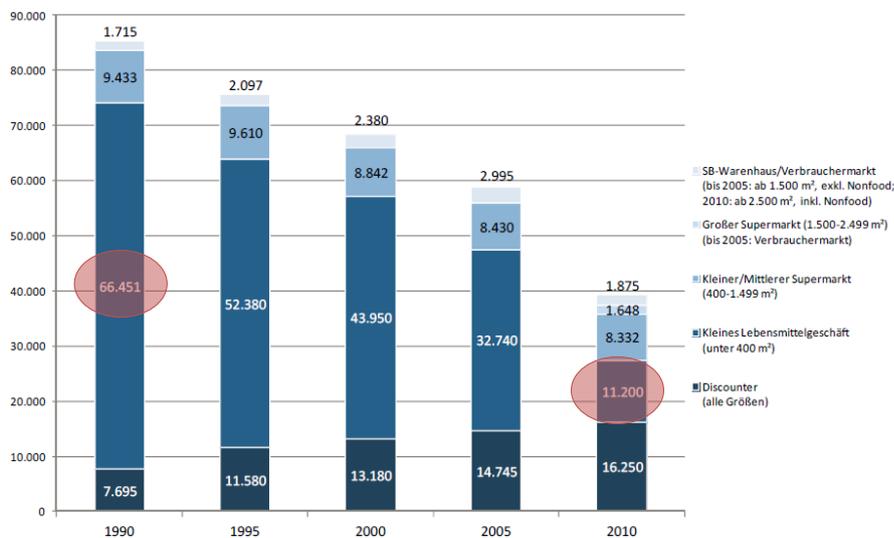


Quelle: Bayerisches Staatsministerium für Wirtschaft und Medien, Energie und Technologie (Hrsg.) 2014: *Nahversorgung in Bayern. Bedeutung – aktuelle Situationen – Alternativen*. S. 18

Die Zahl der Lebensmittelbetriebe ist – wie bereits kurz skizziert – stark zurückgegangen. Im Zeitraum zwischen 1990 und 2010 hat sich die Anzahl mehr als halbiert – allerdings konnten sich die Discounter im gleichen Zeitraum hinsichtlich ihrer Zahl mehr als verdoppeln und bilden somit aktuell den stärksten Marktanteil.

³³ Bayerisches Staatsministerium für Wirtschaft und Medien, Energie und Technologie (Hrsg.) 2014: 17-18

³⁴ HafenCity Universität Hamburg (HCU) und Institut für Immobilienwirtschaft an der Universität Regensburg (Hrsg.) 2013: 7

Abbildung 7: Anzahl der Lebensmittelbetriebe nach Betriebsformen 1990 bis 2010

Quelle: Hafencity Universität Hamburg (HCU) und Institut für Immobilienwirtschaft an der Universität Regensburg (Hrsg.) 2013: *Qualifizierte Nahversorgung im Lebensmitteleinzelhandel. Endbericht. S. 8*

Zusammenfassend lässt sich damit an dieser Stelle festhalten: Die Betreiber im Lebensmitteleinzelhandel suchen nach immer größeren Verkaufsflächen und benötigen entsprechende Grundstücke bzw. Immobilien mit ausreichendem Parkplatzangebot. Diese Entwicklungen machen es kleinen Supermärkten zunehmend schwer, im direkten Konkurrenzkampf wettbewerbsfähig zu bleiben. Die zunehmende Discountisierung und veränderte Standortanforderungen haben in jüngerer Vergangenheit dazu geführt, dass zahlreiche nicht integrierte Standorte des Lebensmitteleinzelhandels auf der „grünen Wiese“ entstanden sind, die ein großes Einzugsgebiet bedienen.³⁵ Die Anzahl der Lebensmittelbetriebe ist insgesamt deutlich zurückgegangen, dies ist insbesondere auf die Reduktion der kleinen Geschäfte zurückzuführen (zwischen 1995 und 2005 wurden rd. 20.000 kleine Vollsortimenter mit max. 800 m² Verkaufsfläche geschlossen). Gleichzeitig hat sich die Tragfähigkeitsuntergrenze einer Lebensmittelfiliale von rd. 3.500 auf 5.000 Einwohner erhöht. In der Folge ist das Versorgungsnetz der Lebensmittelmärkte wieder weitmaschiger geworden.³⁶

Die Entwicklungen – insbesondere im Lebensmitteleinzelhandel – werden zunehmend jedoch auch von rechtlichen Rahmenbedingungen und Festsetzungen – insbesondere hinsichtlich des Maßstabes „Großflächigkeit“ mit geprägt.

Entscheidend für die Ansiedlung von Einzelhandels- und Nahversorgungsangeboten sind u.a. die Rahmenbedingungen der Baunutzungsverordnung. Diese wurde im Jahr 1977 zum ersten Mal novelliert – bis dahin war es möglich, dass großflächige Einzelhandelsansiedlungen außer in Kerngebieten auch in Sondergebieten ohne zusätzliche Prüfung getätigt werden konnten. Seit dem Jahr 1986 müssen großflächige Einzelhandelsbetriebe in Sondergebieten darlegen, ob von der Ansiedlung Auswirkungen zu erwarten sind, z.B. hinsichtlich des Verkehrs oder der Versorgung der Bevölkerung im Einzugsbereich. Die Grenze zur Großflächigkeit wurde inzwischen von 700 m² auf 800 m² Verkaufsfläche (bei einer Geschossfläche von 1.200 m²) angehoben.

³⁵ Hafencity Universität Hamburg (HCU) und Institut für Immobilienwirtschaft an der Universität Regensburg (Hrsg.) 2013: 7-8

³⁶ ebd. 2013: 8

Bis zur Novellierung des BauGB im Jahr 2004 konnten klein- und großflächige Einzelhandelsbetriebe des Weiteren eine Ansiedlung im unbeplanten Innenbereich vornehmen, sofern sie sich in die Umgebung einfügen. Von dieser Regelung profitierten insbesondere die Discounter, deren Flächenanforderungen andere sind als von z.B. klassischen Supermärkten und sich daher – wie oben geschildert – zunehmend in vielen Lagen der Städte platziert haben. Seit der Novellierung muss jedoch bei diesen Planungen ebenfalls nachgewiesen werden, dass von der Ansiedlung keine schädlichen Auswirkungen ausgehen. Neuansiedlungen von großflächigen Nahversorgern sind darüber hinaus ggf. mit einer Änderung des Flächennutzungsplans verbunden, was die Projektentwicklungszeit deutlich verlängern kann. Diese Regelungen zur Großflächigkeit führen dazu, dass sich viele Einzelhändler im Vergleich zu z.B. Discountern mit Verkaufsflächen von max. 800 m² benachteiligt fühlen, da neue Supermärkte i.d.R. erst ab einer Größe von mind. 1.200 m² wirtschaftlich erfolgreich betrieben werden können.³⁷

Standortanforderungen des Einzelhandels

Für die Neuansiedlung eines Angebotes ist es für einen Einzelhändler des Weiteren entscheidend, wie rentabel diese Entscheidung und Platzierung ist. Neben allgemeinen Standortanforderungen hinsichtlich der Lage, Verkaufsgröße und weiteren Parametern kann aber auch entscheidend sein, welche Einzelhandelspolitik eine spezifische Kommune prägt. Die Auswertung der vorhandenen Literatur zu diesem Thema zeigt deutlich auf, dass Kommunen und Regionen wichtige Akteure in dem Prozess der Ansiedlung und Ausgestaltung von Einzelhandel und ergänzenden Leistungen sind und demnach in mögliche Planungen miteinbezogen werden müssen.³⁸

Folgende Kriterien werden seitens der Anbieter für die Ansiedlung eines Nahversorgungsangebotes an den Makrostandort berücksichtigt:

- Einwohnerstruktur
- Einzugsgebiet und Einwohnerpotenzial
- Kaufkraft im Einzugsgebiet
- Bedarfe im Einzugsgebiet
- Wettbewerbssituation
- Kopplungseffekte durch Agglomeration von Einzelhandel
- Investitionsklima in der Kommune
- Identifikation der Bewohner mit ihrem Wohnstandort

Auf Ebene des Quartiers bzw. der Mikrolage kommen noch weitere Anforderungen hinzu:

- Grundstücksgröße und -zuschnitt, Lage
- Kommunale Infrastruktur
- Einzelhandelsbezogene Integration (Kopplungseffekte, Magnetfunktion)
- Verkehrliche Erreichbarkeit
- Sichtbarkeit³⁹

³⁷ HafenCity Universität Hamburg (HCU) und Institut für Immobilienwirtschaft an der Universität Regensburg (Hrsg.) 2013: 9-10

³⁸ GMA 2011: 20

³⁹ ebd.

Auf beiden Ebenen werden die Kopplungseffekte benannt, die in engen Zusammenhang mit Wertschöpfungsketten im Quartier stehen, denn die Ansiedlung von weiteren Angeboten kann – wenn es auf den konkreten Bedarf abgestimmt ist – im Idealfall nicht zu einer Konkurrenzsituation führen, sondern vorhandene Strukturen und Angebote stabilisieren und langfristig sichern (vgl. Kap. 2.4). Dies hat insbesondere für die wohnortnahe Versorgung im Quartier eine besondere Bedeutung.

Das Thema Verkaufsfläche wurde bereits an mehreren Stellen erwähnt. Diese hat für viele klassische Anbieter auf dem Lebensmittelmarkt eine entscheidende Bedeutung für die Wirtschaftlichkeit eines Angebotes. In der folgenden Tabelle ist zusammengefasst dargestellt, welche Betriebstypen welche Anforderungen an Verkaufsfläche und Einwohner im Einzugsgebiet aufweisen. Generell liegen die Flächenansprüche klassischer Anbieter i.d.R. deutlich über denen eines Discounters, im Neubau werden daher zumeist Größen von 1.400 bis 1.800 m² verwirklicht. Eine Ausnahme bilden z.B. die City-Konzepte verschiedener Anbieter im Zuge gezielter Kleinflächenkonzepte.

Tabelle 3: Standortanforderungen des Lebensmitteleinzelhandels an Verkaufsflächen und Einwohner im Einzugsbereich

Betriebstypen	Verkaufsfläche in m ²	EW im Einzugsgebiet
Supermarkt (z.B. Edeka, Rewe)	Bis rd. 1.500 zzgl. 300-500 m für Getränkemarkt	5.000-10.000
Discounter (Aldi, Lidl)	800-1.300	> 10.000
Discounter (Netto, Penny)	500-1.000	4.000-10.000
Bäckerei/Metzgerei	15-150 (teils eingebettet in Wohnbebauung oder Supermärkte)	1.000-2.000
Integrationsmärkte (z.B. CAP)	120-1.400	3.000
Kleinflächenkonzepte	100-500	2.500-3.000

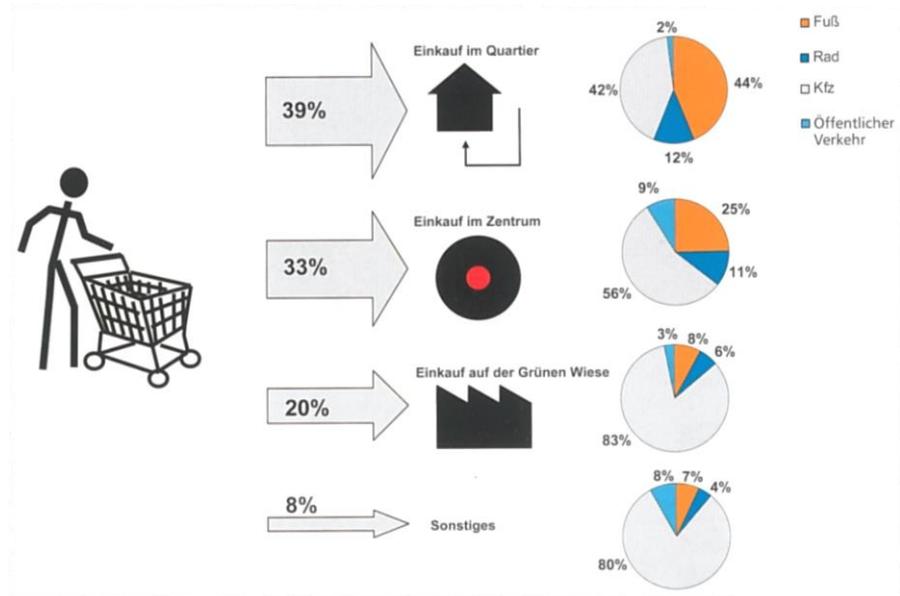
Quelle: *Bayrisches Staatsministerium für Wirtschaft und Medien, Energie und Technologie (Hrsg.) 2014*

3.1.2 Nachfragerseite

Neben den Trends auf der Anbieterseite haben auch die Präferenzen der Nachfragerseite sowie das daraus resultierende Einkaufsverhalten der Konsumenten in der Vergangenheit die oben aufgeführten Entwicklungen des Einzelhandels maßgeblich geprägt.

In diesem Zusammenhang ist bspw. die gestiegene PKW-Mobilität der Haushalte zu nennen, mit der unmittelbar der Anspruch an das so genannte „One-Stop-Shopping“ gestiegen ist – heißt die Kunden von heute wollen möglichst alle Erledigungen an einem Ort machen können und ziehen bei Verfügbarkeit eines PKW den großen Vollsortimenter dem kleinen Filialisten im Quartier vor.

Abbildung 8: Ziele und Mobilitätsverhalten für Einkauf und Erledigungen



Quelle: GMA 2011, Seite 16

Bei der Betrachtung des Mobilitätsverhaltens der Kunden wird deutlich, dass der wohnortnahen Versorgung jedoch weiterhin eine wichtige Bedeutung zukommt: So wird mit 45 Prozent ein hoher Anteil der Einkäufe des täglichen Bedarfs im Quartier getätigt. Gleichzeitig, so in Abbildung 8 dargestellt, steht neben der Erledigung der Einkäufe zu Fuß aber auch bei diesen innerquartierlichen Besorgungen die Nutzung des eigenen Autos im Vordergrund, weshalb auch diese Angebote einen gewissen Bedarf an Parkplätzen aufweisen.⁴⁰

Die fußläufige Versorgung gewinnt des Weiteren insbesondere für ältere Haushalte an Bedeutung. Nach Angaben der Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung geht die tägliche Nutzung des Pkw bereits ab 60 Jahren spürbar zurück und rd. 38 Prozent der Wege der über 75-Jährigen werden zu Fuß zurückgelegt.⁴¹

Gleichzeitig hat sich der Anteil der Ausgaben privater Haushalte für Lebensmittel rückläufig entwickelt. Das statistische Bundesamt erhebt und veröffentlicht seit vielen Jahren die Konsumausgaben der privaten Haushalte im Inland nach unterschiedlichen Verwendungszwecken. In Deutschland sind zwischen 1991 und 2013 anteilig vor allem die Ausgaben für Nahrungsmittel, Getränke und Tabakwaren zurückgegangen (von rd. 17,8 % auf rd. 13,7 %), gefolgt von Ausgaben für Bekleidung und Schuhe (-2,9 % auf 5,0 %). Eine wesentliche anteilige Zunahme an den Ausgaben ist hingegen dem Gut Wohnen und den dafür anfallenden Nebenkosten (Strom, Wasser, etc.) zuzuordnen (+5,6 %) sowie nachgeordnet sonstigen Verwendungszwecken (wie bspw. Gesundheitspflege, Bildungswesen, Körperpflege, etc.).⁴² Der gesunkene Anteil der Konsumausgaben für Nahrungsmittel o.ä. ist Ausdruck des anhaltenden Wunsches nach Preisgünstigkeit beim Einkaufen, was sich in einem Preiswettbewerb bei Nahversorgungsangeboten niedergeschlagen und entsprechend Anlass für die „Discountisierung“ im Einzelhandel gegeben hat.

⁴⁰ GMA 2011: 17

⁴¹ ebd.

⁴² Statistisches Bundesamt 2014: 10

Zudem sind in der Vergangenheit im Zuge des demografischen Wandels bereits viele kleinteilige Nahversorgungsstrukturen aus Quartieren – insb. in weniger dicht besiedelten ländlichen Quartieren – weggebrochen, u.a. da sich auch die an die Angebote bindbare Kaufkraft gleichzeitig rückläufig entwickelt und somit die Rentabilität der Angebote eingeschränkt wird. Auch stellen Kunden immer neue Ansprüche an die Sortimentsgestaltung. So präferieren bspw. die im Rahmen des demografischen Wandels anteilig zunehmenden Ein- und Zweipersonen-Haushalte u.a. kleinere Verpackungsgrößen, Convenience-Produkte oder auch spezielle ethnisch geprägte Produkte.⁴³

Da „größere“ Einzelhandelsketten eher die Möglichkeit haben, ihr Grundsortiment durch derartige „Bonis“ zu ergänzen, stoßen kleinere Nahversorger auch hier wiederum an ihre (wirtschaftlichen) Grenzen. Aber nicht nur das Anforderungsprofil an das Angebotsportfolio ändert sich im Zuge des demografischen Wandels. Mit der höheren Anzahl älterer Menschen steigen auch die Anforderungen an eine barrierefreie Erreichbarkeit des Geschäftes und der Verkaufsfläche, an die Lesbarkeit der Preise und die Gestaltung der Gangsituation.⁴⁴ Namenhafte Hersteller von Einkaufswagen haben bspw. bereits auf diese Veränderung reagiert und selbige mit Lupen ausgestattet⁴⁵. Gleichzeitig zur Tendenz zum „One-Stop-Shopping“ der mobilen Bevölkerung nimmt die Bedeutung des Einkaufens insb. für die alternde Bevölkerung zwecks Teilhabe am gemeinschaftlichen Leben und dem Austausch mit anderen Menschen stärker zu. Insofern sind kurzfristig und fußläufig erreichbare Angebote im Quartier gerade für diese Zielgruppe (etwa ab einem Alter von 75 plus) wichtig. Da diese jedoch in vielen Quartieren nicht mehr gegeben ist, wird künftig voraussichtlich der Bedarf an Hol- und Bringdiensten nach dem System „Mensch zur Ware“ weiter steigen. Ergänzend können auch Lieferservices („Ware zum Mann“) stärker in den Vordergrund treten.

Die Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung hat aus ihrer Studie heraus eine gute Übersicht geschaffen, welche zentralen Kundenwünsche und -erwartungen einen Nahversorgungsstandort maßgeblich prägen sollten:

- Vernünftiges Preis-Leistungs-Verhältnis
- Gutes Warenangebot (Produktangebot und -vielfalt, etc.)
- Hohe Qualitätsansprüche (Frischeprodukte, Bio) und Regionalität)
- Attraktive Öffnungszeiten
- Gute Erreichbarkeit, möglichst kostenfreie Parkplätze
- Kommunikation und Begegnung
- Geringer Besorgungsaufwand (Kopplungseffekte durch benachbarte Geschäfte: One-Stop-Shopping), Bequemlichkeit und Zeiteffizienz
- Nähe zu Wohnstandorten
- Vereinbarkeit ökonomischer und ökologischer Belange

Hinsichtlich der räumlichen Lage von Nahversorgungsangeboten gibt es eine Diskrepanz zwischen den Wunsch der Nachfrager und der tatsächlichen Nutzung. Die Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung hat hierzu in einer aktuellen Studie ebenfalls Zahlen geliefert: Etwa die Hälfte der Bewohner wünscht sich zwar eine wohnortnahe Versorgung, aber nur rd. 25 Prozent nutzen auch diese Angebote. Als mögliche Begründung wird hierbei angeführt,

⁴³ GMA 2011: 18

⁴⁴ ebd.

⁴⁵ Homepage Wanzl

dass Kopplungseffekte (z.B. mit weiteren Dienstleistungen oder medizinischen und sozialen Angeboten) fehlen oder diese nur begrenzt attraktiv sind.⁴⁶ Auch an dieser Stelle wird somit die Bedeutung hybrider Geschäftsmodelle deutlich, die insbesondere im Zusammenhang mit der wohnortnahen Versorgung im Quartier von Relevanz ist.

Die Konsumforschung agiert ebenfalls mit der Begrifflichkeit „hybrid“ und wendet diese nicht nur in Bezug auf das Angebot an, sondern auch auf die Nachfrager. So wird in der Literatur auch von „hybriden Kunden“ gesprochen, die zunehmend trennscharfe Zielgruppen wie z.B. Qualitätskäufer oder Schnäppchenjäger ablösen. Den „hybriden Kunden“ zeichnet aus, dass er entsprechend seiner individuellen Bedürfnisse einkauft und demnach auch auf verschiedene Preis- und Qualitätsangebote zurückgreift.⁴⁷

3.2. Drogeriemärkte

Aus einer planerischen Perspektive steht die Sicherung und Weiterentwicklung der wohnungsnahen Versorgung der Bevölkerung mit dem Lebensmitteleinzelhandel im Fokus. Neben Produkten aus dem Lebensmittelbereich, haben aber auch Drogerieartikel und -märkte einen hohen Stellenwert bezüglich der Versorgung der Bevölkerung mit branchenspezifischen Produkten.

3.2.1 Anbieterseite

Rund 70 Prozent der Bevölkerung kaufen ihre klassischen Drogerieprodukte in Drogeriemärkten. Drogeriemärkte, wie sie in ihrer heutigen Form vorzufinden sind, haben sich seit Anfang der 70er Jahre als Konsequenz der angekündigten Aufhebung der Preisbindung für Markenartikel in Deutschland im Jahr 1974 herausgebildet^{48 49}. Rossmann eröffnete als Pionier den ersten Drogeriemarkt in Hannover, zahlreiche weitere Eröffnungen nach demselben Konzept erfolgten in den darauffolgenden Jahren (z.B. dm und Schlecker)⁵⁰. Insgesamt war durch die Herausbildung zahlreicher Drogerien eine flächendeckende Versorgung gewährleistet⁵¹. Gleichzeitig erhöhte sich der Wettbewerbsdruck unter den Drogisten, so dass es in der Folge zu zahlreichen Übernahmen durchsetzungsstärkerer Ketten wie Rossmann und dm kam⁵². Dieser Verdrängungswettbewerb führte zu einer starken Reduktion der Anbieter und damit zur Herausbildung einer oligopolen Marktform in der Branche⁵³.

Unter den Drogisten galt Schlecker gemessen an der Anzahl der Filialen über viele Jahre hinweg als Marktführer⁵⁴. Die Schließungsgründe der Schleckerfilialen sind mannigfaltig, die Entwicklung vollzog sich in einer Abwärtsspirale. Einerseits liegt der Niedergang in dem Beharren auf ein konservatives und nicht mehr marktkonformes Konzept begründet. Während sich die Konkurrenten dm und Rossmann der Vergrößerung und Attraktivierung ihrer Ladenlokale widmeten, siedelte sich Schlecker in großer Zahl in Gebieten an, in denen keine hohen Umsätze erzielt werden konnten. Dieses Konzept mit geringen

⁴⁶ GMA 2011: 18

⁴⁷ ebd.

⁴⁸ ebd.

⁴⁹ Homepage Zeit Online www.zeit.de/1974/07/das-ausgebliebene-wunder

⁵⁰ Dirk Rossmann GmbH (Hrsg.) 2013

⁵¹ Zielgruppen-Medien Verlag (Hrsg.) 2011

⁵² KPMG AG 2012: 50

⁵³ KPMG AG 2006: 4,9

⁵⁴ KPMG AG 2012: 51

durchschnittlichen Umsätzen und gleichzeitig vglw. hohen Kosten und Preisen führte zur wirtschaftlichen Unrentabilität. Als sich Schlecker der Notwendigkeit zur Umstrukturierung bewusst geworden ist, mangelte es an finanziellen Mitteln. Hinzu kamen ein geschwächtes Verhältnis zu Gewerkschaften, das aus der Debatte rund um Dumping-Löhne resultierte sowie eine insgesamt schlechte Kommunikationskultur sowohl innerhalb des Unternehmens als auch nach außen. Mangelnde Transparenz der Unternehmensstruktur mündete in einem Abbau des Vertrauens gegenüber Schlecker seitens der Arbeitnehmer, aber auch der Lieferanten, die in der Konsequenz von ihren Sonderkonditionen für die Schleckerlieferungen absahen. Folge waren fehlende Waren sowie ausbleibende Kundschaft. Eine große Anzahl an Kündigungsschutzklagen wirkte restriktiv für eine potenzielle Übernahme durch Investoren. Als eingetragener Kaufmann lag die alleinige Verantwortung und Entscheidungsgewalt bei Anton Schlecker, der gegenüber Sanierungsvorschlägen seiner Kinder immun war. Zudem haftet er durch diese Rechtsform mit seinem Privatvermögen, die Übernahme durch Investoren war damit nur erschwert möglich.⁵⁵

Durch die Filialschließungen in 2012 hat sich nicht nur die oligopole Stellung bestehender Anbieter weiter ausgebaut, eine flächendeckende Versorgung der Bevölkerung mit Drogerieartikeln kann durch die starke Reduktion und Ausdünnung des Filialnetzes nicht mehr aufrechterhalten werden, u.a. da das Nahversorgungsangebot mit Drogeriewaren an zahlreichen Standorten ausschließlich durch Schlecker sichergestellt wurde. Die leerstehenden Ladenlokale genügen den Standortanforderungen und Raumkonzepten der modernen Drogisten nicht, so dass das Angebot an ehemaligen Standorten nicht durch bestehende Anbieter substituiert werden kann.⁵⁶

In der Konsequenz bildet sich eine neue Formation am Drogeriewarenmarkt zugunsten weiterer bestehender Anbieter heraus. Insbesondere Rossmann und dm profitierten von der neuen Marktsituation und weiten ihr Filialnetz derzeit und auch perspektivisch stärker aus⁵⁷. Neben diesen Branchenspezialisten versuchen auch vermehrt Verbraucher- und Supermärkte sowie Discounter des Lebensmitteleinzelhandels Marktanteile an Drogerieprodukten zu übernehmen, um somit von der Schließung Schleckers zu profitieren. Durch die Ausweitung des Sortiments fungieren sie zunehmend als Vollversorger⁵⁸.

Im Gegensatz zum Lebensmitteleinzelhandel wurde die Versorgung der Bevölkerung mit Drogeriewaren planerisch nicht begleitet, da durch die vorhandenen Anbieter ein dichtes Filialnetz mit einer feinmaschigen Versorgung gesichert war, insb. durch Schlecker und sich demzufolge kein planerischer Bedarf ergab. Die Schließung von Schlecker und damit das Wegfallen zahlreicher Versorger bringt die Herausforderung mit sich, erneut ein flächendeckendes Angebot für die breite Bevölkerung herzustellen. Die wirtschaftliche Tragfähigkeit eines dichten Versorgungsnetzes scheint künftig nicht mehr gegeben zu sein. Planerische Zielvorstellungen wie die Stärkung von Zentren und einer wohnortnahen Nahversorgung entsprechen nicht den Anforderungen und Vorstellungen der Drogeriebetreiber, so dass in der Konsequenz neue planerische

⁵⁵ Homepage Spiegel <http://www.spiegel.de/wirtschaft/unternehmen/zerschlagung-von-schlecker-gruende-fuer-die-pleite-a-835436.html>

⁵⁶ Stadt + Handel Planung aktuell „Was kommt nach Schlecker?“

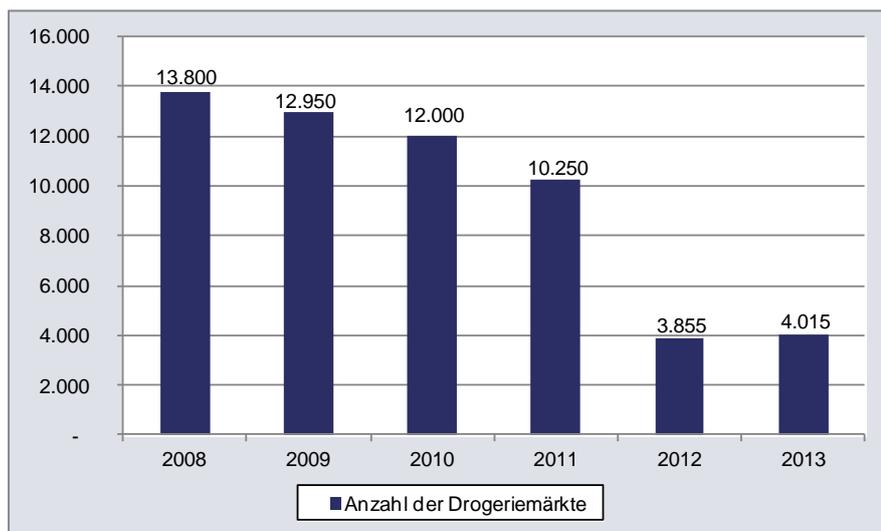
⁵⁷ Homepage Lebensmittelzeitung

⁵⁸ KPMG AG 2012: 51

Konzepte für den Bereich von Drogeriewaren als Teilsegment der Nahversorgung notwendig sind.⁵⁹

Heute sind die Anbieter Rossmann, dm, Müller und Budnikowsky (Budni) am häufigsten am Markt vertreten (hierarchisch absteigend sortiert nach der Anzahl ihrer Filialen), wobei die ersten drei deutschlandweit agieren, Budni ausschließlich das Marktgebiet in der Metropolregion Hamburg abdeckt. Die Anbieter differenzieren sich bezüglich ihrer Angebotspalette, insb. in den über die klassischen Drogerieartikel hinausgehenden Angebote. Budni hält dem Markt überwiegend als Solist in Hamburg stand.⁶⁰

Abbildung 9: Entwicklung der Anzahl der Drogeriemärkte in Deutschland zwischen 2008 und 2013



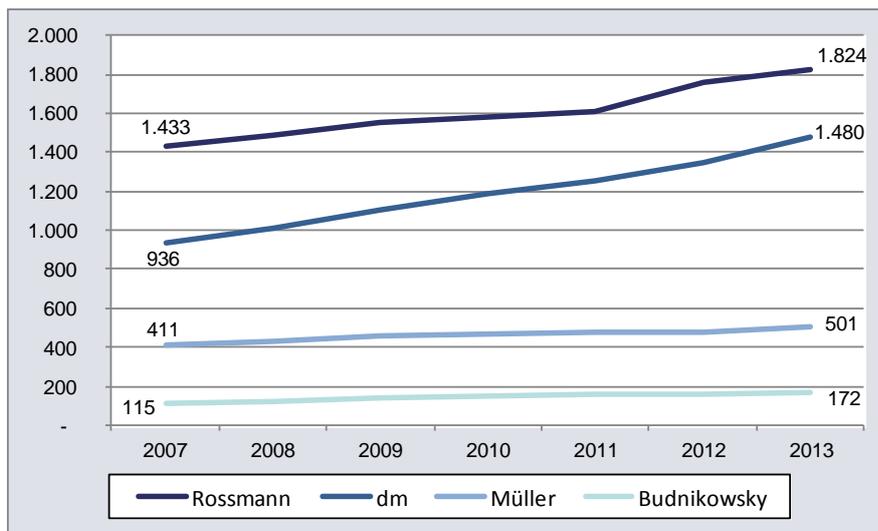
Quelle: eigene Darstellung nach <http://www.drogistenverband.de/public/marktdaten.php?kz=dat>; ab 2012 ohne Schlecker-Filialen

Die Zahl der Drogeriemärkte hat sich in den vergangenen Jahren stark reduziert, insb. seit der Schließung Schleckers in 2012, was einen Rückgang an Drogeriemärkten um rd. 38 Prozent bewirkt. Um diesen zu kompensieren, bauen weitere Marktteilnehmer ihr Filialnetz kontinuierlich weiter aus, allen voran dm und Rossmann.

⁵⁹ Stadt + Handel Planung aktuell „Was kommt nach Schlecker?“

⁶⁰ Homepage Wirtschaftswoche

Abbildung 10: Entwicklung der Anzahl der Drogeriefilialen in Deutschland zwischen 2007 und 2013



Quelle: eigene Darstellung nach http://www.lebensmittelzeitung.net/business/daten-fakten/charts/Entwicklung-der-Drogerie-Filialen-in-Deutschland_266.html

Einhergehend mit den neuen dominierenden Drogisten findet eine Verschiebung der Standortanforderungen und Drogeriekonzepte statt. Es ist ein Trend zum Erlebniseinkauf erkennbar. Zudem setzen die Anbieter zunehmend auf den Online-Vertrieb.⁶¹

In Bezug auf den stationären Verkauf sind folgende Anforderungen an die Verkaufsfläche, die Anzahl der Einwohner im Einzugsgebiet sowie an die Lage für die Neuansiedlung insb. der beiden dominierenden Anbieter von besonderer Relevanz:

Tabelle 4: Standortanforderungen von Drogeriemärkten

Drogeriemarkt	Verkaufsfläche in m ²	EW im Einzugsgebiet	Lage	Weitere Anforderungen
dm	Fachmarktlage/ Einkaufscenter: 500 zzgl. 120 Nebenfläche; Innenstadtlage/ Stadteillage: mind. 400 zzgl. 100 Nebenfläche	mind. 20.000 im Einzugsbereich Fachmarktlage/ Einkaufscenter bzw. im direkten Umfeld Innenstadtlage/ Stadteillage	Fachmarktlage/ Einkaufscenter, Innenstadtlage/ Stadteillage	Front mind. 8 m breit, ca. 50 eigene Parkplätze, gute Verkehrsanbindung, gute Einsehbarkeit
Rossmann	500 bis 1.000, bei zwei Geschossen mind. 400; zzgl. ca. 100 bis 120 Nebenräume, zzgl. mind. 4 Straßenverkauf	Städte oder Stadtteile ab ca. 8.000 und großzügigem Einzugsgebiet	Städte oder selbstständige Stadtteile; Innenstadt: 1A- bis 1B-Lagen, Einzelhandelsstandorte, Einkaufszentren mit hoher Kundenfrequenz, Gewerbegebiet: attraktive Einkaufs- und Fachmarktzentren mit umfangreichem und lukrativem Branchenmix, Ortsteilzentren, Fußgängerzonen, Lagen in Verbund mit Vollsortimenter und/ oder Lebensmitteldiscounter, die den tägl. Bedarf voll abdecken; bevorzugt Mix aus textil- und Schuhgeschäften sowie Biofachmärkten	Repräsentative Schaufensterfront, Ladenbreite: mind. 10,5 m
Müller	400 bis 4.500	k.A.	k.A.	k.A.

Quelle: eigene Darstellung nach Homepages der Drogeriemärkte

Es wird deutlich, dass die marktführenden Drogisten repräsentative Standorte und begehrte Lagen nachfragen, um möglichst große Käuferströme zu erreichen. Bevorzugt werden Lagen aufgesucht, an denen bereits ein weiteres Ein-

⁶¹ Homepage Lebensmittelzeitung

zelhandelsangebot angesiedelt ist (ähnlich den bereits genannten Kopplungseffekten/ der Magnetfunktion in Kapitel 3.1.1).

Zusammenfassen lässt sich die Entwicklung in folgenden Stichpunkten:

- Konzentrationsprozesse
- starke Reduktion der Anzahl an Drogeriemärkten insb. seit 2012, gleichzeitig starke Expansion weniger dominierender Drogeriemarktketten
- veränderte Standortanforderungen/ Drogeriemarktkonzepte
- bis zur Schließung Schleckers keine planerische Steuerung durch gesicherte flächendeckende Versorgung notwendig, vor dem Hintergrund aktueller Entwicklungstendenzen planerische Aktivität zunehmend von Relevanz.

3.2.2 Nachfragerseite

Die starke Expansion vorhandener Drogeriemarktketten spricht für einen hohen Attraktivitätsgrad und eine hohe Nachfrage nach Produkten dieser Branche. Insbesondere Rossmann und dm generieren kontinuierlich neue Kunden und konnten in 2013 Zuwächse von rd. acht Prozent verzeichnen.⁶² Der auch bei den Drogeriemärkten umgesetzte Trend des Erlebnis-Einkaufs im Sinne einer attraktiven Ladengestaltung scheint den Anspruch der Kundschaft zu befriedigen.⁶³

Eine Studie der KPMG AG Wirtschaftsprüfungsgesellschaft aus 2006 liefert einige Hinweise zum Kunden-Einkaufsverhalten im Drogeriemarkt. Als erfolgsfördernde Gründe von Drogeriemarktketten werden insb. Fachkompetenz und Angebotsvielfalt genannt, weitere Attraktoren sind die Qualität, das Preis-Leistungs-Niveau und das One-Stop-Shopping.⁶⁴ Die einzelnen in Drogeriemärkten angebotenen Produktgruppen sind den Befragten, wie bereits erwähnt, unterschiedlich wichtig. Drogeriemärkte werden zum Einkauf von Gesichts- und Körperpflegeprodukten präferiert. Die Qualität steht hierbei im Vordergrund. Demgegenüber suchen die Befragten für den Erwerb von Putz- und Reinigungsmitteln alternative Anbieter auf, bspw. Lebensmitteldiscounter, die über eine umfangreiche Produktpalette verfügen. Hier ist der Preis für die Kaufentscheidung relevant.^{65 66}

Kunden, die vorzugsweise Drogeriemärkte aufsuchen, lassen sich laut der KPMG-Studie dementsprechend in drei Typen einteilen: die „nicht involvierten Plankäufer, die markenbewussten Zielkäufer und die preisorientierten markenaffinen Käufer“. Damit unternimmt die KPMG eine „Segmentierung der Kunden nach relevanten Einstellungs- und Verhaltensvariablen“. Involvierte Plankäufer sind dadurch charakterisiert, dass ihnen bereits vor dem Einkauf bewusst ist, welche Produkte sie erwerben. Anhand des Preises eines Produkts lässt sich keine Aussage über seine Qualität treffen. Er kauft daher nicht preis- und markenorientiert ein. Das Kaufverhalten der markenbewussten Zielkäufer

⁶² ServiceBarometer AG (Hrsg.) 2013: Kundenmonitor Deutschland. Serviceprofil: Drogeriemärkte 2013

⁶³ Homepage Brand Trust <http://www.brand-trust.de/de/insights/artikel/2011/Tod-Marke-Schlecker-Markenfuehrung.php>

⁶⁴ KPMG 2006: 14

⁶⁵ ebd. 2006: 6

⁶⁶ Zielgruppen-Medien Verlag (Hrsg.) 2011

weicht deutlich von dem der nicht involvierten Plankäufer ab, indem sie eine hohe Affinität für Markenprodukte aufweisen und sie die Produktqualität über den Preis definieren. Ihre Zahlungsbereitschaft für Markenprodukte ist daher hoch. Preisorientierte, markenaffine Käufer kaufen tendenziell Produkte renommierter Hersteller. Der Preis ist zwar aus ihrer Sicht ein Indikator für die Qualität eines Produkts, sie zeigen jedoch nur eine geringe Bereitschaft hohe Preise für renommierte Markenartikel zu zahlen. Sie sind allgemein gekennzeichnet durch eine starke Preisorientierung und nehmen dementsprechend auch Sonderangebote wahr. Allen drei Gruppen ist kommun, dass sie insgesamt bewusst einkaufen, relativ qualitätsorientiert sind und sich durch eine geringe Bereitschaft für neue Produkte auszeichnen. Eigenmarken kommt lediglich ein zweitrangiger Stellenwert zu.⁶⁷

3.3. Bank- und Postfilialen

Im Segment der Bank- und Postfilialen haben sich in den vergangenen Jahren unterschiedliche Trends und Entwicklungen gezeigt, die u.a. mit der Schließung von Filialen und der Anpassung von Strukturen einhergingen. Ursächlich hierfür sind unterschiedliche Aspekte, die u.a. mit Fusionen von Anbietern oder generellen veränderten Strukturen zusammenhängen. Diese Entwicklungen haben, ähnlich wie im Lebensmittelsegment, auch Auswirkungen auf die Angebotsstruktur auf Ebene der Wohnquartiere.

3.3.1 Anbieterseite

Nach Angaben des KFW Economic Research wurden im Banksektor seit 2003 rund. 4.500 Filialen in Deutschland geschlossen, dies entspricht mehr als jeder zehnten Filiale. Hierbei gibt es jedoch deutliche regionale Unterschiede, denn ländliche wie auch wirtschaftlich schwächere Regionen sind stärker von der genannten Entwicklung betroffen.⁶⁸

Als Gründe für diese Entwicklung sind Kosteneinsparungen, eine Erhöhung der Profitabilität, eine stetige Professionalisierung, der Abbau von Überkapazitäten sowie Zusammenschlüsse und Fusionen von Banken zu nennen. Auch die ansteigende Bedeutung von digitalen Angeboten und die Konkurrenz durch Online-Anbieter sind Gründe für die Ausdünnung des Filialnetzes. Der Rückgang Filialanzahl hat hierbei nicht nur Auswirkungen auf die Filialdichte, sondern auch auf die Erreichbarkeit des Angebotes. Nach Angaben des KFW Economic Research führt die Verminderung der Filialdichte um eine Einheit zu einer Erhöhung der Distanz zur nächsten Filiale um rd. fünf Kilometer.⁶⁹

Im Banksektor ist insbesondere das Privatkundengeschäft von den Filialschließungen betroffen. Die Filiale ist wichtiger Vertriebskanal für die Banken, da hier die Beratung der Kunden erfolgt, z.B. hinsichtlich der Immobilienfinanzierung oder anderer Themen.⁷⁰ Darüber hinaus hat die Filiale die Funktion der Neukundengewinnung. Mit der Aufgabe von Filialen besteht somit das Risiko, Anlaufstellen für Neukunden zu verlieren.⁷¹

⁶⁷ KPMG 2006: 23ff.

⁶⁸ Berndhardt, Schwartz 2014: 1

⁶⁹ ebd. 2014: 1-2

⁷⁰ Köhler, Lang 2008: 1-4

⁷¹ Kühner, Mosch 2012: 10

Neben dem Trend der Anpassung des Filialnetzes zeigt sich im Banksektor jedoch noch eine weitere Entwicklung. Auch der Umbau bestehender Filialen ist eine aktuelle Thematik, die im Zusammenhang mit veränderten Nachfragestrukturen einhergeht.⁷² Des Weiteren ist ein Trend zur Differenzierung von Filialtypen, in Anlehnung an die Entwicklungen im Einzelhandel, zu erkennen. Ein Beispiel hierfür ist u.a. die Deutsche Bank, die bereits neben den Filialcentern SB-Stellen vorsieht. Denkbar ist eine weitere Differenzierung in Filialen mit einer Abdeckung des Grundbedarfs, mit Akquisitionsfunktion und Erhöhung der Markensichtbarkeit sowie in Kleinfilialen mit virtuellen Ergänzungsangeboten.⁷³

Zur Sicherung der Bargeldversorgung werden auch Drittstandorte geprüft, um Präsenz zu zeigen. Hierbei stehen häufig Einkaufszentren oder Supermärkte im Vordergrund. Wertschöpfungspotenzial besteht dann, wenn nicht nur die Kunden der Supermärkte diese Angebote nutzen, sondern auch die Einzelhändler auf das Angebot zurückgreifen, um ihre Tageseinnahmen an diesen Bankstandorten oder Automaten einzuzahlen.⁷⁴

Im Segment der Postfilialen haben zwei wesentliche Trends Auswirkungen auf die Angebotsstruktur. Im Rahmen der Postreform wurden zunächst zahlreiche Postämter geschlossen, es erfolgte eine Umstrukturierung des Filialkonzeptes hin zu den sogenannten Postagenturen. Diese Postagenturen werden durch selbstständige Unternehmer betrieben, die einen Partnervertrag abschließen. Postagenturen gibt es oftmals in Lebensmittelläden, Kiosken, Schreibwarenläden oder ähnlichen Anbietern und bündeln häufig Postprodukte mit weiteren Artikeln⁷⁵. Des Weiteren hat die Deutsche Post bis Ende des Jahres 2011 die noch eigens betriebenen 475 Filialen in Deutschland aufgegeben. Die hier angebotenen Dienste wurden ebenfalls in vielen Fällen durch Partner wie Einzelhändler und damit durch private Betreiber übernommen, die die Postprodukte nun zumeist in Ergänzung zu einem bestehenden Angebot verkaufen. Unter der Bezeichnung Verkaufspunkte hat die Deutsche Post des Weiteren eine „vereinfachte“ Form der Post eingeführt, die nur ein Basissortiment bereithält (seit 2013 Funktion der DHL-Paketshops). Parallel zu dieser Anpassung der Filialstruktur wurden Packstationen eingerichtet, die ein von der Filialöffnungszeit unabhängiges Angebot schaffen.⁷⁶

3.3.2 Nachfragerseite

Die skizzierte Entwicklung im Banken- und Postsektor hängt neben den genannten wirtschaftlichen Gründen auch mit der Nachfrageentwicklung auf Kundenseite zusammen. Die Ausdifferenzierung der Kundenwünsche erfolgt nicht nur im Segment des Einzelhandels, sondern auch bei Dienstleistungsangeboten wie Finanz- oder Postangeboten. Diese Entwicklung erfordert eine individualisierte Kundenansprache. Parallel zu diesem Trend ist, ähnlich wie im Einzelhandel, die Preissensibilität der Kunden deutlich gestiegen. Demgegenüber steht jedoch der Wunsch vieler Kunden, den direkten Kontakt zu einem Berater in einer Filiale zu haben.⁷⁷ Als Reaktion darauf passen zahlreiche Anbieter ihre Strukturen an. Parallel zum Trend der Filialschließung sind auch

⁷² Köhler, Lang 2008: 1

⁷³ Kühner, Anja und Mosch, Anita 2012: 10-11

⁷⁴ ebd. 2012: 12

⁷⁵ Deutsche Post DHL (Hrsg.) 2013: 3-4

⁷⁶ Zeitungsartikel Stern vom 15.08.2009: <http://www.stern.de/wirtschaft/news/deutsche-post-schliessung-aller-eigenen-filialen-1503551.html>

⁷⁷ Köhler, Lang 2008: 1-4

der Umbau von Filialen sowie die Entwicklung unterschiedlicher Filialkonzepte zu nennen. An dieser Stelle ist wiederum eine Parallele zum (Lebensmittel)Einzelhandel zu erkennen, der sein Angebot ebenfalls stärker auf örtliche Rahmenbedingungen anpasst und unterschiedliche Konzepte entwickelt und ausdifferenziert, um langfristig marktfähig zu bleiben.

3.4. Konsequenzen aus den Entwicklungen auf Anbieter- und Nachfragerseite

Als Konsequenz aus den aufgeführten Entwicklungen und Präferenzen der Anbieter und Nachfrager ist die anhaltende Flächenentwicklung an dezentralen Außenbereichen gefördert und der tragfähige Betrieb wohnortnaher kleinerer Lebensmittelfilialen und angrenzender Nahversorgungsangebote erschwert worden. Zwei entgegengesetzte Entwicklungen prägen zusammenfassend die Entwicklungen auf der Angebots- und Nachfragerseite:

Auf der einen Seite kommt es zu einer anhaltenden Flächenentwicklung in den Außenbereichen und insbesondere kleinere Lebensmittelfilialen in den wohnortnahen Quartieren geraten zunehmend unter Druck. Auf der anderen Seite bedingt jedoch der demografische Wandel und der hiermit verbundene Altersprozess der Bewohner in vielen Quartieren des Ruhrgebietes die steigende Bedeutung von wohnortnahen Versorgungseinrichtungen und fußläufig zu erreichenden Infrastrukturangeboten. Des Weiteren nimmt die Revitalisierung innerstädtischer Flächen im Zuge der Tendenz zur Innenentwicklung wieder zu, ebenso wie die Diskussionen um eine umweltverträgliche Verkehrs- und Siedlungsentwicklung. Die nachfolgende Grafik veranschaulicht den Kreislauf, der sich in der Entwicklung von Nahversorgungsstrukturen herausgebildet hat. Sie verknüpft das Mobilitätsverhalten und die Einkaufspräferenzen der Kunden mit den Standortanforderungen von Nahversorgungsstrukturen und zeigt somit die vielfältigen miteinander in Verbindung stehenden Problematiken auf, die zu dem weit verbreiteten Rückzug der Lebensmitteleinzelhändler aus den Quartieren geführt haben.

Abbildung 11: Einflussfaktoren der Nahversorgung und Nahversorgungsqualität



Quelle: Bayerisches Staatsministerium für Wirtschaft und Medien, Energie und Technologie (Hrsg.) 2014: Nahversorgung in Bayern. Bedeutung – aktuelle Situationen – Alternativen. S. 24; eigene Darstellung

Da eben diese die zentralen Frequenzbringer auch für weitere Infrastruktureinrichtungen wie Bankfilialen, Blumen- und Zeitschriftengeschäfte, Apotheken, etc. waren, ziehen auch letztere sich sukzessive aus Mangel an Kundenschaft aus den Quartieren zurück⁷⁸. Insbesondere in Quartieren, die bereits stark vom demografischen Wandel betroffen sind, stehen diese Entwicklungen den Anforderungen entgegen, die aus dem heutigen Leitbild eines möglichst langen, selbstständigen Verbleibs im angestammten Quartier resultieren.

Die ausgewertete Literatur belegt, dass insbesondere für ältere Bevölkerungsgruppen die fußläufige Erreichbarkeit mit zunehmendem Alter wieder eine wichtige Rolle spielt, da die Wege zunehmend wieder zu Fuß getätigt werden.⁷⁹ Sind für Bevölkerungsgruppen in dieser Altersklasse dann keine fußläufig erreichbaren Angebote vorhanden, sehen sich diese weniger mobilen Haushalte zugunsten einer angemessenen Versorgung einer zunehmenden Abhängigkeit von Dritten gegenüber. Dann bedarf es entweder eines sehr guten ÖPNV-Netzes oder aber des Vorhandenseins eines starken sozialen „Background“ bspw. durch Familienangehörige, die Besorgungsfahrten selbst übernehmen oder die Betroffenen entsprechend zu ihren Zielen begleiten. Dieses Abhängigkeitsgefühl beeinträchtigt in erheblichem Maße die Lebens- und Wohnqualität. Als Folge entstehen je nach Sozialstruktur „abgehängte“ Quartiere, für die der Wegfall der Infrastrukturen der Anfang von Destabilisierungsprozessen sein kann. Nicht zuletzt können sich derartige Prozesse im Zusammenspiel mit einer instabilen Sozialstruktur sowie einem aufwertungsbedürftigen Wohnungsbestand durch ausbleibende Nachfrage oder aber eine verstärkte Nachfrage einer gewissen Klientel auf die Nachhaltigkeit der Quartiere als Wohnstandort auswirken.

⁷⁸ Bayrisches Staatsministerium für Wirtschaft und Medien, Energie und Technologie (Hrsg.) 2014: 24

⁷⁹ ebd. 2014: 32-33

4. Identifizierung bestehender Konzepte zur Deckung des quartiersbezogenen Bedarfs der Nahversorgung

Im Rahmen der stattgefundenen, umfassenden Rechercharbeit wurden Nahversorgungsmodelle identifiziert, die einen Beitrag zur Stärkung von Wohnquartieren leisten. Die Recherche umfasste dabei das gesamte Bundesgebiet und unterschied in einem ersten Schritt noch nicht, ob es sich um ein städtisches oder peripheres Wohnquartier handelt, in dem ein spezifisches Nahversorgungsmodell Anwendung findet. Die existierenden Modelle wurden dahingehend untersucht und analysiert, welchen Beitrag sie zu Wertschöpfungseffekten im Quartier leisten. Aus diesem Grund stand insbesondere die Kooperation und Zusammenarbeit mit den verschiedenen Akteuren im Quartier im Fokus. Des Weiteren wurde untersucht, welche der bereits bestehenden Nahversorgungsmodelle auch im städtischen Raum Anwendung finden können.

Die folgende Vorstellung von einzelnen Konzepten fokussiert sich daher auf diejenigen Modelle, die insbesondere vor dem Hintergrund der Fragestellungen des Forschungsprojektes Relevanz aufweisen – z.B. weil die Konzepte bereits im städtischen, urbanen Raum Anwendung gefunden haben oder ein gewisses Transferpotenzial für die Untersuchungsquartiere der Forschungsstudie aufweisen. Nach der erfolgten Recherche fand in einem Schritt eine Kategorisierung der identifizierten bestehenden Nahversorgungsmodelle statt, da sich die Angebots- und Akteurskonstellation zum Teil deutlich innerhalb der Konzepte unterscheiden.

Abbildung 12: Kategorisierung von Nahversorgungskonzepten und beispielhafte Zuordnung von Fallbeispielen

Kooperations- und Filialkonzepte

- **IK – Ihr Kaufmann (Markant)**, REWE nahkauf, **Markant nah & frisch**, EDEKA nah & gut, **Um's Eck**, **Sonderform Emmas Enkel**

Ladengemeinschaften/Bündelung kleinteiliger Anbieter

- Shop `n go, Nahversorgung in einem Gasthaus, **Netzwerk „Shop-Treff“**

Organisation/Mitwirkung durch Wohnungswirtschaft

- Concierge-Service, Nachbarschaftsagentur, Mitwirkung an der Umsetzung von Einzelhandelskonzepten, Bielefelder Modell

Konzepte regionaler Förderprojekte

- **MarktTreff Schleswig-Holstein**, **KOMM-IN**, **beroma**

Integrationsmärkte

- **CAP-Märkte**, Kleeblattläden, **BONUS-Märkte**, carekauf

Bewohnergetragen/Genossenschaftlicher Ansatz

- Nachbarschaftsläden, Dorfläden, **DORV-Zentrum/quartVier**

Virtuelle Angebote und mobile Verkaufsstellen

- Virtueller Dorfladen, mobile Verkaufswagen, Wochenmärkte

Quelle: eigene Darstellung nach Innovationsagentur Stadtumbau NRW 2009, S. 22ff

Die obenstehende Abbildung verdeutlicht, dass neben den sogenannten Kooperations- und Filialkonzepten (u.a. von Rewe, Markant und EDEKA) weitere Modelle existieren, die oftmals durch die Zusammenführung mehrerer Angebote (Lebensmitteleinzelhandel, Dienstleistungen etc.) charakterisiert sind. Hierbei handelt es sich u.a. um Ladengemeinschaften und die Bündelung kleinteiliger Angebote wie z.B. bei dem Netzwerk „Shop-Treff“ (Umwandlung von Bank-Filialen in Nahversorgungsgeschäfte mit gebündeltem Angebot). Auch im Rahmen regionaler Förderkonzepte wurden bereits Modelle umgesetzt, die eine Bündelung von Angeboten vorsehen (z.B. MarktTreff in Schleswig-Holstein oder das Modellprojekt beroma). Insbesondere im eher ländlichen und peripheren Raum wurden vor dem Hintergrund wegbrechender Nahversorgungsstrukturen modellhafte Projekte durchgeführt, die zu einer Sicherung der Grundversorgung beitragen sollen. Hierbei handelt es sich u.a. um Nachbarschafts- und Dorfläden sowie die Strukturen, die im Rahmen des DORV-Konzeptes bereits in einer Vielzahl von Städten und Gemeinden erprobt und umgesetzt wurden. Darüber hinaus bestehen auch Sonderformen mit spezifischen Zielvorstellungen, wie das Beispiel der Integrationsmärkte (CAP-Markt, Kleeblattläden), bei der die Integration von Langzeitarbeitslosen oder behinderten Personen verfolgt wird.

Ergänzt werden diese Modelle aktuell durch weitere Angebote, die auch verstärkt Anwendung im städtischen Raum finden. Beispielhaft sei an dieser Stelle das Konzept „Emmas Enkel“ genannt, bei dem kleine Filialen in Essen und Düsseldorf durch einen Lieferservice und eine Homepage mit Bestellfunktion kombiniert werden und so eine vielfältige Zielgruppenansprache ermöglicht wird. Virtuelle und mobile Angebote, darunter Verkaufswagen und auch Wochenmärkte ergänzen diese alternativen Konzepte und tragen ebenfalls zu einer Stärkung und Stabilisierung der Grundversorgung in Wohnquartieren bei.

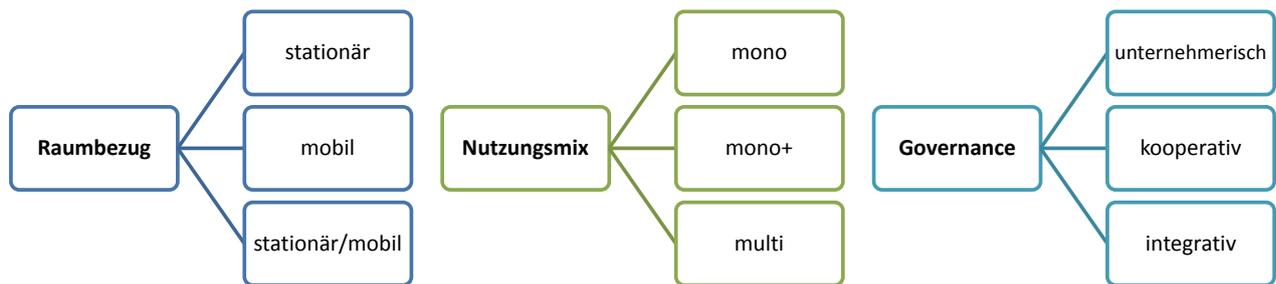
Bereits an dieser beispielhaften Aufzählung der verschiedenen Nahversorgungsmöglichkeiten wird deutlich, dass nachhaltige Konzepte immer weniger herkömmlichen Standards folgen, sondern individuelle Ansätze benötigen, die auf die konkreten Bedarfe innerhalb eines Wohnquartiers zugeschnitten sind.

Innerhalb der Studie „ZukunftNAH – Zukunftschancen bedarfsgerechter Nahversorgung in ländlichen Räumen Niedersachsens“, durchgeführt durch die Leibniz Universität Hannover, wurde bereits ein Modulbaukasten entwickelt, der für die Entwicklung bedarfsgerechter Nahversorgungskonzepte herangezogen werden kann. Dieser Baukasten berücksichtigt im Wesentlichen drei Aspekte, die die Entwicklung von Nahversorgungslösungen maßgeblich beeinflussen: der Raumbezug, das Zusammenspiel der Akteure sowie das Angebot bzw. der Nutzungsmix der Einrichtungen. Der Raumbezug unterscheidet hierbei zwischen stationären, mobilen und Mischkonzepten, der Nutzungsmix wird durch mono, mono+ und multi beschrieben und die Governance unterscheidet zwischen dem unternehmerischen, kooperativen und integrativen Ansatz.⁸⁰

Die Kombination dieser drei Ebenen (vgl. hierzu Abb. 13) ermöglicht unterschiedliche Zusammensetzungen, in die sich die identifizierten Nahversorgungsmodelle einordnen und neue Konzepte und Lösungen ableiten bzw. zusammenstellen lassen.

⁸⁰ Leibniz Universität Hannover (Hrsg.) 2014: 51

Abbildung 13: Einflussfaktoren für die Entwicklung von Nahversorgungsmöglichkeiten im Quartier



Quelle: eigene Darstellung nach Leibniz Universität Hannover 2014: 51

4.1. Kleinflächenkonzept „IK – Ihr Kaufmann“

Mehrere Lebensmittelketten haben inzwischen erkannt, dass auch auf kleiner Fläche Nahversorgungskonzepte umgesetzt werden können. Als erster Anbieter entwickelte die Markant-Gruppe mehrere Vertriebssysteme, darunter auch das Konzept „IK – Ihr Kaufmann“. Weitere Handelsketten, darunter auch EDEKA und REWE, haben inzwischen ähnliche Kleinflächenkonzepte entwickelt, mit denen eine Marktnische bedient wird, ohne eine marktwirtschaftliche Konkurrenz hervorzurufen.⁸¹ Im Folgenden wird exemplarisch für die bestehenden Kleinflächenkonzepte mehrerer Anbieter das Konzept „IK – Ihr Kaufmann“ näher beleuchtet.

Die bestehenden Kleinflächenkonzepte der unterschiedlichen Anbieter haben gemeinsam, dass sie bestehende und neue kleinteilige Nahversorgungsläden unterstützen, u.a. indem die Ketten die einzelnen Einzelhändler beliefern, Markt- und Standortanalysen durchführen und ihre Franchise-Nehmer beraten, u.a. zu Fragen des Marketings. Die wesentliche Voraussetzung für die Realisierung eines solchen Kleinflächenkonzeptes ist somit ein ansässiger Lebensmittelhändler, der auf dieses Vertriebssystem zurückgreifen möchte⁸².

Abbildung 14: Dreistufiges Distributionssystem bei „IK – Ihr Kaufmann“



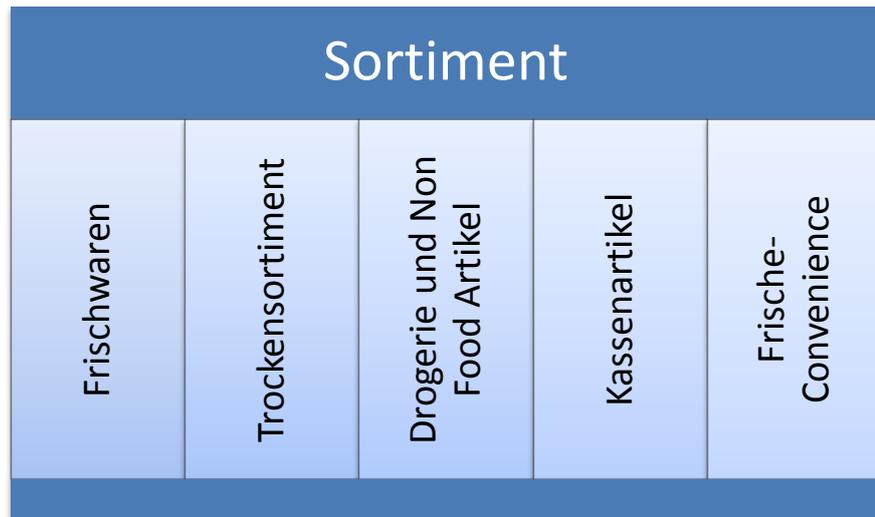
Quelle: eigene Darstellung

⁸¹ Innovationsagentur Stadtumbau NRW (Hrsg.) 2009: 29

⁸² ebd. 2009: 30

Die Betreiberkonzepte fokussieren sich zumeist auf die Versorgung des täglichen Bedarfs, wobei z.B. das Konzept „IK – Ihr Kaufmann“ eine Unterscheidung in Generalisten (Schwerpunkt täglicher Bedarf und Frischwaren) und Spezialisten (Konzentration auf bestimmte Sortimentsbereiche) vornimmt. Neben diesem Warenangebot zeichnen sich Kleinflächenkonzepte wie „IK – Ihr Kaufmann“ oftmals durch eine Ergänzung um Dienstleistungen aus, zu denen Lieferserviceangebote, eine Lotto-Aannahmestelle oder eine Reinigungs- oder Postannahme zählen können.

Abbildung 15: Sortiment und Aufbau des Konzeptes „IK – Ihr Kaufmann“



Quelle: eigene Darstellung, Fotos: IK – Ihr Kaufmann

Die Verkaufsflächen dieses Nahversorgungskonzeptes variieren deutlich bei den einzelnen Anbietern, starten aber bereits bei 100 m² (und reichen bis etwa 400 m²). Diese Flexibilität der Verkaufsfläche ermöglicht die Ansiedlung eines Kleinflächenkonzeptes bereits in kleinen Quartieren mit wenigen Einwohnern (rd. 1.500 Einwohner). Da der Betrieb der Kleinflächenkonzepte über eigenständige Einzelhändler läuft, liegt auch die Finanzierung bei dem Einzelhändler, der damit auch das Risiko trägt. Die Einzelhandelsketten bieten jedoch oftmals Finanzierungskonzepte an, um das finanzielle Risiko der Einzelhändler so weit wie möglich minimieren zu können⁸³.

In der folgenden Tabelle sind die wesentlichen Kenn- und Rahmendaten des Konzeptes „IK – Ihr Kaufmann“ aufgeführt. Diese Aufstellung ermöglicht eine Gegenüberstellung mit den weiteren Konzepten, die im Folgenden weiter vertieft werden.

⁸³ Innovationsagentur Stadtumbau NRW (Hrsg.) 2009: 30

Tabelle 5: Rahmendaten und Erfolgsfaktoren des Konzeptes „IK – Ihr Kaufmann“

„IK – Ihr Kaufmann“ – Rahmendaten des Konzeptes	
Beteiligte Akteure	Konzeptpartner bei Markt: Bundeszentrale und Regionalpartner, auf kleinräumiger Ebene selbstständige Einzelhändler
Angebotspektrum	Güter des täglichen Bedarfs mit Schwerpunkt auf Frischwaren (Generalisten) oder Konzentration auf bestimmte Sortimentsbereiche (Spezialisten); ergänzend Lieferserviceangebot, Lotto-Annahmestelle, Frische-Convenience in Gemeinden ab 1.000 EW
Geschäftsmodell	Einzelfirma (Markt-Gruppe) bietet IK eigenständigen Einzelhändlern als Franchise-Konzept an
Finanzierung	individuell abgestimmte Konzepte für Einzelhändler vor Ort; Vorleistungen durch Markt-Gruppe, Inhaber trägt das finanzielle Risiko für den individuellen Betrieb
Ortsbezug	Ländliche Räume und Stadtteile
Standortvoraussetzungen	<ul style="list-style-type: none"> • Verkaufsfläche 100 - 300 m² • Einwohnerzahl rd. 1.000 - 1.500 (plus Einzugsgebiet) • Vorhandene Einzelhandelsstandorte mit Kleinflächencharakter • Umfeld anderer Dienstleister • Haltestelle des ÖPNV • Gute Erreichbarkeit • Grundstücksfläche eingebettet in Wohnbebauung (z.B. Erdgeschoss) • 5-10 Parkplätze
Fazit und Erfolgsfaktoren	<ul style="list-style-type: none"> • Kleiner Einzelhändler hat einen kompetenten Partner an der Seite, der Hilfestellungen, z.B. bei der Bereitstellung eines bedarfsgerechten Warenangebotes, gibt • Konzept funktioniert vor allem dort, wo bereits Nahversorger aktiv sind oder bis vor kurzem aktiv waren • Bedingte Eignung für dünn besiedelte Standorte
Bisherige Umsetzung	Rd. 90 Filialen

Quelle: eigene Zusammenstellung aus Literaturrecherche und Expertengesprächen

4.2. Integrationsmarkt CAP

Das Nahversorgungskonzept „CAP-Markt“ entstand, ähnlich wie die oben skizzierten Kleinflächenkonzepte, als Reaktion auf Nahversorgungsdefizite in Siedlungsgebieten und zeichnet sich durch sein Ziel, Menschen mit Behinderung in den Arbeitsmarkt zu integrieren, aus. Der Grundgedanke ist somit die Verbesserung der Arbeitsplatzsituation für diese Zielgruppe und die Schaffung eines Arbeitsplatzangebotes für behinderte Menschen außerhalb von Werkstätten.⁸⁴ Darüber hinaus ist es Ziel, Nahversorgung an Standorten wenn möglich zu sichern, wenn sich größere Handelsketten zurückziehen und ein Angebot zu marktgerechten Preisen zu etablieren. Dies erfolgt jedoch nicht ohne Berücksichtigung der vorhandenen Nahversorgung im Umfeld: Ziel bei der Umsetzung des Konzeptes ist nicht die Schaffung von zusätzlicher Konkurrenz, vielmehr sollen mit bestehenden Einzelhändlern und Lebensmittelhandwerkern Synergien entstehen (bspw. wird kein Frischfleischangebot in den CAP-Markt integrierte, wenn im Umfeld ein Metzger vorhanden ist).⁸⁵

Für die Eröffnung von CAP-Filialen wird in der Regel auf Bestandsimmobilien zurückgegriffen, wenn es auch in Einzelfällen bereits gelungen ist, Neubauimmobilien zu nutzen. Zwingende Voraussetzung hierfür ist jedoch, dass der Eigentümer die Immobilie zu einem reduzierten Angebotsmietniveau zur Verfügung stellt. Gründe hierfür liegen insb. in der Schaffung von Anreizen seitens des Eigentümers (privater Eigentümer, Kommune, Bauträger), der ein großes Interesse an der Ansiedlung eines Nahversorgers am Standort hat. In

⁸⁴ Homepage CAP-Markt

⁸⁵ Expertengespräch mit Herrn Heckmann vom 15.04.2015

der Regel sind diese jedoch für größere Einzelhandelsketten aufgrund kleiner Flächenzuschnitte unattraktiv. Durch die Vermietung an CAP werden zumindest geringe Mieteinnahmen gewährleistet, die zudem, da es sich um ein Sozialunternehmen handelt, als sicherer gelten als bei anderen Betreibern, die ggf. sogar bereit oder in der Lage wären, eine etwas höhere Miete zu zahlen.

Zur Eröffnung einer CAP-Filiale ist es notwendig, eine Prüfung zur Standort-eignung durchzuführen. Sowohl bei Bestands- als auch bei Neubaukonzepten muss zunächst eine Prüfung erfolgen, ob die zur Verfügung stehende Verkaufsfläche den Flächenansprüchen dieses Konzeptes entspricht. Darüber muss in jedem Fall eine Standortanalyse erfolgen, im Rahmen derer steht vor allem die Frage nach einer erzielbaren Wirtschaftlichkeit im Fokus. In die Prüfung werden daher insbesondere soziodemografische und -ökonomische Kennziffern der im Umfeld wohnenden Bevölkerung einbezogen. Berücksichtigt werden hierbei bspw. Einwohnerzahl (auch Altersstruktur zur genaueren Gestaltung des Sortiments), Kaufkraftkennziffern sowie das finanzielle Volumen, das die Einwohner des relevanten Umkreises für Lebensmittel aufbringen. Darüber hinaus erfolgt eine Abschätzung der etwaigen Abschöpfungsquote: es wird also geschaut, wie viele der Einwohner ihren Pkw für den Arbeitsweg nutzen und dieser ggf. mit einem Einkauf an einem dezentraleren Standort genutzt wird. In der Regel wird für die genannten Informationen auf vorhandene Statistiken zurückgegriffen, in Einzelfällen werden diese jedoch bspw. durch Bewohnerversammlungen ergänzt, um die Zusammensetzung des Sortiments genauer bestimmen zu können.⁸⁶

Ähnlich wie bei den Kleinflächenkonzepten werden die Filialen durch ein Franchise-Konzept betrieben. Den Anstoß für den ersten CAP-Markt gab im Jahr 1999 die Entwicklung in der Stadt Herrenberg, in der der letzte ortsansässige Lebensmittelmarkt schließen sollte. Der damalige Geschäftsführer der Gemeinnützigen Werkstätten und Wohnstätten GmbH traf die Entscheidung, den bestehenden Lebensmittelmarkt durch die Integrationsfirma der GWW (Femos GmbH) zu betreiben. Unter der Führung dieser Firma wurden weitere CAP-Märkte in weiteren Städten eröffnet. Aufgrund der vermehrten Anfrage aus weiteren Städten in ganz Deutschland zur Öffnung von CAP-Märkten übernahm die GDW SÜD im Jahr 2001 das Konzept von der GWW und überführte es in ein Social Franchising-Konzept. Bis zum Jahr 2013 hat sich die Zahl der CAP-Märkte auf 100 erhöht, die von 61 unterschiedlichen Betreibern geführt werden. Die Idee des CAP-Marktes wurde zwischenzeitlich durch weitere Varianten ergänzt, darunter CAP kompakt (500 - 1.500 Einwohner, Läden in der Größe von 100 - 300 m² Verkaufsfläche) und CAP mobil (Lieferwagen mit 800 - 1.200 Artikeln des täglichen Bedarfs).⁸⁷ Voraussetzung für die Etablierung bspw. eines CAP kompakt-Marktes ist aber, dass in der Umgebung bereits ein etablierter CAP-Markt vorhanden ist, über den die Zulieferung des CAP kompakt erfolgen kann⁸⁸. Backshops mit angrenzendem Café als Treffpunkt und das Gastrokonzept CAFESITObar sowie das Drogeriekonzept iD-Markt ergänzen die CAP-Märkte unter der Regie der GDW SÜD und ermöglichen ebenfalls, dass Werkstätten und Integrationsbetriebe als Franchisenehmer einsteigen können.⁸⁹

⁸⁶ Expertengespräch mit Herrn Heckmann vom 15.04.2015

⁸⁷ Homepage CAP-Markt

⁸⁸ Expertengespräch mit Herrn Heckmann vom 15.04.2015

⁸⁹ Homepage CAP-Markt

Für die Etablierung eines Cap-Marktes ist die Kooperation mit einem großen Händler aus dem Lebensmittelsektor wichtig. Die GDW SÜD hat zu diesem Zweck feste Verträge zunächst mit der Handelskette SPAR und später mit der EDEKA auf bundesweiter Ebene geschlossen. Der Kontakt zu dem Unternehmen bestand bereits im Vorfeld, weshalb eine aufwändige Kontaktaufnahme nicht mehr erfolgen musste. Als weitere wesentliche Kooperationspartner werden die lokalen Anbieter von regionalen Produkten genannt (bspw. Metzger, Bio-Bauer). Anreize bedarf es hierfür nicht, da die lokalen Anbieter in der Regel dankbar sind, wenn ihre Produkte durch weitere Händler vertrieben werden. Der Einbezug von regionalen Produkten soll nach Angaben von Herrn Heckmann sukzessive weiter ausgebaut werden, wenngleich sie schon jetzt in allen Sortimentsbereichen Bio-Produkte sowie GEPA fair trade-Produkte anbieten.⁹⁰

Auch darüber hinaus ist die GDW SÜD derzeit im Begriff, ein weiteres Konzept zu entwickeln, das ein Lebensmittelangebot mit Gastronomie verknüpft. Es ist vorgesehen, es als eine Art Dorftreff an Standorten zu etablieren, an denen jegliche gastronomische Infrastruktur bereits weggebrochen ist. Das Angebot soll eine Art Mittagstisch an das Einzelhandelsangebot koppeln, der eine Treffpunktfunktion im Quartier übernimmt. Auch hier sollen der Einbezug von sozialen Einrichtungen sowie die Integration von Menschen mit Behinderung erfolgen. Aussagen zum Erfolg sowie zur Wirtschaftlichkeit dieses Konzeptes können zum jetzigen Zeitpunkt noch nicht getätigt werden.⁹¹

Für die generelle Wirtschaftlichkeit/Nachhaltigkeit einer CAP-Filiale ist unter anderem die Kooperation mit der jeweiligen Kommune unabdingbar: So wird die Frage nach der Entwicklung der Wettbewerbssituation nach Implementierung und Eröffnung des Marktes als eine der größten Herausforderungen genannt. Zentrale Voraussetzung ist hierfür z. B., dass Kommunen auch mittel- bis langfristig kooperieren und bspw. im Rahmen von Einzelhandelskonzepten potenzielle Konkurrenzsituationen durch Festsetzungen vermeiden.⁹²

⁹⁰ Expertengespräch mit Herrn Heckmann vom 15.04.2015

⁹¹ ebd.

⁹² ebd.

Tabelle 6: Rahmendaten und Erfolgsfaktoren des Konzeptes „CAP-Markt“

„CAP-Markt“ – Rahmendaten des Konzeptes	
Beteiligte Akteure	<ul style="list-style-type: none"> • Koordination des Konzeptes erfolgt über die Genossenschaft der Werkstätten für behinderte Menschen Süd eG (gdw süd), die das Konzept im Jahr 2001 in ein Social Franchising-Konzept überführte • Stadtverwaltung und Kommune als nicht-monetäre Unterstützung bei der Umsetzung (bspw. um näher an die Bewohner herantreten zu können); zumeist geht Kontaktaufnahme von Kommunen aus • Eigentümer von Bestandsimmobilien (Mietpreisverhandlungen, lebensmittelrechtliche Überprüfung der Immobilie) • Franchisenehmer vor Ort: örtliche, sozial engagierte Unternehmen (aktuell rd. 61 Betreiber in ganz Deutschland) • Kooperationen mit sozialen Einrichtungen • Kunden: Kontaktaufnahme spätestens nach Eröffnung für ggf. notwendige oder wünschenswerte Sortimentsanpassungen vornehmen zu können • Ziele: Integration und Inklusion von Menschen mit Behinderungen in den Arbeitsmarkt
Angebotsspektrum	<ul style="list-style-type: none"> • Vollsortimenter, tlw. selbst produzierte Waren aus Behindertenwerkstätten, heimische Produkte, Frischwaren • Ergänzung durch 3 Varianten: • Bio-Vollsortimenter • CAP-Kompakt (Orte mit 500 bis 1.500 Einwohnern, Läden mit 100-300 m² Verkaufsfläche, Öffnungszeiten werden den örtlichen Gegebenheiten angepasst, Warenversorgung über einen bereits etablierten CAP-Markt) • CAP-Mobil (Versorgung in Orten und Wohngebieten ohne Lebensmittelmärkte, Angebot von 800-1.200 Artikeln des täglichen Bedarfs, Warenversorgung des Mobils über einen bestehenden CAP-Markt) • Drogerie „iD-Markt“ (200 m²) oder Frühstücks- und Kaffeebar „CAFESI-TObar“ mit eigenem Standort, CAPPUCCINO als Backshop mit Café
Geschäftsmodell	Franchisekonzept; unterschiedliche Rechtsformen: Vereine oder gGmbH; Leistungskoordination von der Genossenschaft der Werkstätten für behinderte Menschen Süd eG (GDW Süd)
Finanzierung	<ul style="list-style-type: none"> • Der Großteil der Personalkosten wird durch unterschiedliche Fördermittel abgedeckt: • Minderleistungsausgleich: aus der Ausgleichsabgabe, die Einzelhändler entrichten müssen, wenn sie eine gewisse Beschäftigungsquote an schwerbehinderten Menschen nicht erfüllen, erhalten Einzelhändler, die diese Quote erfüllen eine Minderleistungsausgleich von etwa 25 bis 30 % des Lohns • Investive Zuschüsse für die Einrichtung eines behindertengerechten Arbeitsplatzes (bspw. rollstuhlgeeigneter Kassenplatz) • Investive Förderung durch Aktion Mensch (Befristung auf max. 5 Jahre)
Ortsbezug	Nebenzentren mit Funktionsverlust; städtische und ländliche Bereiche
Standortvoraussetzungen	<ul style="list-style-type: none"> • Verkaufsfläche 100 bis 1.300 m² (ja nach Konzepttyp; für einen „konventionellen CAP-Markt sind min. 350 m² idealerweise ab 500 m² VKF erforderlich) • Einwohnerzahl rd. 500 bis 2.000 EW (je nach Konzepttyp) • CAP Kompakt: etablierter CAP-Markt in Umgebung, 500 - 1.000 EW, 100 - 300 m² • CAP Mobil: bestehender CAP-Markt mit mind. 500 m² Verkaufsfläche • Kooperationsmöglichkeiten mit sozialen Vereinen und Einrichtungen vor Ort
Fazit und Erfolgsfaktoren	<ul style="list-style-type: none"> • Stärken: Kompetente Kooperation/Beratung durch die Koordination durch gdw süd • Standortsicherung durch Ausweisungen in Einzelhandelskonzepten • Integration von Menschen mit Behinderung • Synergieeffekte durch übergreifende Kooperation in Werbung, Design, Kundenbindung • Integration von Dienstleistungen in den Markt (bspw. Lieferservice) sowie Einkaufsbegleitung von Menschen mit Sehbehinderung • Akzeptanz der Märkte durch marktgerechte Preisgestaltung • Hemmnis: Kooperationsgebühr bei der gdw süd
Bisherige Umsetzung	rd. 100 Märkte in 15 Bundesländern (ohne SH)
Zielgruppe	<ul style="list-style-type: none"> • insgesamt breites Zielgruppenspektrum („von Kind bis Omi“⁹³) • insbesondere Personen mit Handicap

Quelle: eigene Zusammenstellung aus Literaturrecherche und Expertengesprächen

⁹³ Expertengespräch mit Herrn Heckmann vom 15.04.2015

4.3. Filial-Sonderkonzept Emmas Enkel

Das Konzept „Emmas Enkel“ verfolgt das Ziel, die Angebotsstruktur eines typischen „Tante Emma“-Ladens mit den Vorzügen der modernen Kommunikationstechnik zu vereinbaren. Lebensmittel, Drogerie- und Haushaltsartikel können „wie früher“ an der Ladentheke in den zwei Filialen in Essen und Düsseldorf oder via Smart-Phone oder Onlineshop erworben werden. Die bestellten Artikel können entweder abgeholt oder über den Lieferservice nach Hause geordert werden. Die Lieferung erfolgt hierbei nicht nur nach Essen oder Düsseldorf, sondern in das gesamte Ruhrgebiet. Die erste Filiale eröffnete 2012 in Düsseldorf, die zweite besteht seit 2013 in der Stadt Essen.⁹⁴ Die zwei Betreiber der Filialen, die gleichzeitig auch Inhaber sind, haben sich somit bewusst für einen urbanen, städtischen Raum entschieden, in dem sie ihr vielfältiges Angebot an unterschiedliche Zielgruppen offerieren. So profitieren nicht nur Ältere von dem Angebot und der Möglichkeit des Lieferdienstes, sondern auch jüngere Zielgruppen v.a. von dem Onlineshop (wenn auch die Beobachtung zeigt, dass die Kunden unabhängig vom Alter zunehmend „digital werden“) und der Möglichkeit „von unterwegs“ die Einkäufe zu bestellen und diese fertig zusammengestellt in der Filiale abholen zu können. Im Vordergrund steht dabei nach eigenen Angaben eines der Initiatoren vor allem die Sicherheit, die Waren zu einem bestimmten Zeitpunkt abholen zu können und nach Feierabend nicht vor verschlossenen Ladentüren zu stehen. Hierfür habe es im klassischen Einzelhandel bislang noch keine Lösung gegeben, weshalb dies wesentlicher Bestandteil der Konzeptidee geworden ist. Der Online-Shop und der Lieferservice werden insgesamt nach derzeitigem Stand etwa in gleichem Maße in Anspruch genommen, wenngleich entsprechende Schwerpunkte sicherlich abhängig vom Standort sind. Das „Online-Angebot“, das aus Sicht des Unternehmers auch die telefonische Bestellung impliziert – folglich alles „nicht-stationären Kunden“ berücksichtigt – wird darüber hinaus von allen Zielgruppen genutzt.⁹⁵

Grundsätzlich ist für die Initiatoren auch eine Umsetzung im ländlichen bzw. weniger dicht besiedelten Raum vorstellbar, um dort – entgegen den Projekten „auf der grünen Wiese – die Kaufkraft wieder zu stärken.“⁹⁶

⁹⁴ Homepage Emmas Enkel

⁹⁵ Expertengespräch mit Herrn Brüser vom 12.03.2015

⁹⁶ ebd.

Tabelle 7: Rahmendaten und Erfolgsfaktoren des Konzeptes „Emmas Enkel“

„Emmas Enkel“ – Rahmendaten des Konzeptes	
Beteiligte Akteure	<ul style="list-style-type: none"> • zwei private Unternehmer fungieren als Initiatoren und Inhaber • Kooperationen mit DHL für „Feierabend“-Lieferung • Partner für das laufende Geschäft: bestehender Händler (wie in Berlin) oder auch bestehende Lebensmittelhandwerker im Umfeld: bspw. wurde in Düsseldorf im Nachhinein ein Metzger mit einbezogen, der seine Waren nun über die Plattform online verkaufen kann • Im Falle von Nutzungsänderungen der Bestandsimmobilien musste das Bauamt mit einbezogen werden
Angebotsspektrum	<ul style="list-style-type: none"> • umfangreiches Sortiment (Nonfood, Convenience, Niedrigpreis etc.) • Verkauf an fixen Standorten, Bestellung via iPad an den Standorten oder via PC oder Smartphone von unterwegs; Abholung oder Lieferung (Essen und Düsseldorf, Teile des Sortiments deutschlandweit) des Angebots innerhalb eines gewünschten Zeitfensters • „Gute Stube“: integriertes Café zum Mittag essen, Kaffee trinken, etc.
Geschäftsmodell	inhabergeführte Kette aufgebaut von zwei Unternehmern → gemeinsame GmbH
Finanzierung	finanzielle Grundlage für Eröffnung, Miete, Laden und Mitarbeiter von Privatinvestor
Ortsbezug	Urbane Raum
Standortvoraussetzungen	<ul style="list-style-type: none"> • Verkaufsfläche ca. 100 m² • Lage innerhalb einwohnerreicher (Groß-)Stadt; Quartier mit ggf. erfolgten Generationenwechsel, wodurch sich neue Anforderungen an die Nahversorgung ergeben • Verkehrsgünstige Anbindung • Bestandsimmobilie
Fazit und Erfolgsfaktoren	<ul style="list-style-type: none"> • Bei der Standortwahl stehen die Anforderung der Quartiere im Vordergrund und nicht die des Konzeptes: „genius loci“; Welche Infrastrukturen gibt es noch vor Ort? Welches Angebot kann zu einem langfristigen Erhalt des Quartiers beitragen?; Bewohnerbefragung wurden bislang nicht durchgeführt • Adaption des gewandelten und technisierten Lebensstils → Onlinebestellung von Lebensmitteln muss sich bei der Bevölkerung noch festigen • Flexible Modularisierung des Angebots auch hinsichtlich des Aufbaus im Geschäft selber (Morgens: Müsli, Nachmittags: Tee im Angebot/ Vordergrund) → Hineinversetzen in die Sicht des Kunden • Kombination von persönlicher Bedienung, Einkaufszettelabgabe und Einpackservice sowie die Möglichkeit Waren abzuholen bzw. liefern zu lassen oder per PC/ Smartphone zu bestellen • Bedienung von mehreren Zielgruppen, keine reine Fokussierung auf „Ältere“ • Im Falle der Filiale in Berlin: wichtig, dass jemand vor Ort ist, der die Kunden kennt • Preisliche Vergleichbarkeit mit anderen Supermärkten; Preisführerschaft und Aktionspreise jede Woche gelten dennoch nicht als oberes Ziel
Bisherige Umsetzung	<ul style="list-style-type: none"> • Zwei Märkte in NRW (Düsseldorf und Essen) • Eine Filiale in Berlin „Emmas Enkel powered by Onkel Rudi“ (besteht seit November); anderer Ansatz: hier haben sie einen bestehenden Händler „an Bord genommen“, ihm die digitale Kompetenz übergeben und an seine Prozesse angepasst; dieser nutzt nun die Plattform „Emmas Enkel“ um seine Waren zu verkaufen; in diesem Konzept sollte gezielt die Identität der bestehenden Nahversorgung erhalten bleiben

Quelle: eigene Zusammenstellung aus Literaturrecherche und Expertengesprächen

4.4. Der Bergische Regionalladen – Nahversorgungsangebot für städtische Problemgebiete

Das Konzept des Bergischen Regionalladens (beroma) ist im Kontext des Städtebauförderprogramms Soziale Stadt und der Regionalen des Bergischen Städtedreiecks in der Siedlung Hasseldelle in Solingen im Jahr 2006 entstanden.⁹⁷

Ausgangslage war einerseits die ambivalente Existenz einer polyzentrischen Siedlungsstruktur mit guten Voraussetzungen für eine wohnortnahe Versorgung bei gleichzeitig zahlreichen unterversorgten Wohnbereichen. Andererseits erschwerten sozialdemografische sowie baustrukturelle Gegebenheiten einen potenziellen Aufschwung des Quartiers. Daraus resultierend wurde die Notwendigkeit der Stärkung der Zentren sowie der Sicherstellung der Nahversorgung erkannt. Ein leer stehendes Ladenlokal inmitten des Quartierszentrums bot optimale Standortbedingungen für die Umsetzung des Konzeptes.⁹⁸

Bei der ursprünglichen Planung der Siedlung war bereits ein Nahversorgungsangebot berücksichtigt, aufgrund der Ladengröße (rd. 80 m²) konnte sich dieses jedoch aus wirtschaftlichen Aspekten langfristig nicht halten.⁹⁹

Abbildung 16: Ausgangslage im Stadtteil Hasseldelle in Solingen



Quelle: eigene Darstellung

Grundsätzlich basiert die Idee des beroma auf einem 3-Säulen-Modell, indem die Module Nahversorgung, Dienstleistungen und Service sowie Kommunikation kombiniert werden. Das Nahversorgungsangebot umfasst dabei ein großes Angebotsspektrum mit z.B. Drogerieartikeln, Milchprodukten, einer Frischeauswahl, Tiefkühlwaren und regionalen Produkten. Der Dienstleistungsbereich bietet u.a. einen Hol- und Bringservice und einen EC-Automaten an. Als Orte der Kommunikation dienen u.a. ein Steh- und Frühstückscafé, ein schwarzes Brett und eine Tauschbörse.¹⁰⁰

Abbildung 17: Bausteine des Konzeptes „beroma“



Quelle: eigene Darstellung

⁹⁷ Lütke Lordemann 2006

⁹⁸ ebd.

⁹⁹ Expertengespräch mit Herrn Petschke vom 13.03.2015

¹⁰⁰ Lütke Lordemann 2006

Die Geschäftsführung sowie der Betrieb obliegen einer Genossenschaft, die aus der Tätigkeit des Bürgervereins „Wir in der Hasseldelle e.V.“ hervorging. Der ursprüngliche Träger war aufgrund von Insolvenz im Jahr 2009 nicht mehr in der Lage, den Betrieb fortzuführen. Die Finanzierung und Unterstützung unterliegt einer komplexen Akteurskonstellation.¹⁰¹

Hierbei wurde ein konzeptionell neuer Weg gesucht, der unabhängig vom Bürgerverein ist. Dieser wurde damals tätig, als das Angebot drohte, wegzubrechen. Bei der Entwicklung des neuen Trägerkonstruktes wurde darauf geachtet, eine Struktur zu entwickeln, die den Bürgerverein bei einem möglichen Scheitern nicht wirtschaftlich trifft oder schadet. Aus dieser Idee heraus entstand die Bürgergenossenschaft. Ein Großteil der Genossen stammt aus dem Quartier selber, einige weitere Akteure (darunter z.B. die Sparkasse) haben das Projekt mit unterstützt. Das Konzept beruht darauf, dass jeder Genosse einen kleinen Genossenschaftsanteil in Höhe von 100 Euro erwirbt. Dieser Betrag wurde gewählt, um eine möglichst große Gruppe von Mitwirkungsbereiten ansprechen zu können. Ein wichtiger weiterer Akteur für die Umsetzung des Projektes ist die Wohnungsgenossenschaft vor Ort, die dem Bürgerverein und der sich neu gründenden Genossenschaft einen Partner an die Seite gestellt hat, die bei der Gründung der Genossenschaft beratend tätig wurde.¹⁰²

Das Konzept beruht auf dem Ansatz, gezielt Personen, die sich lange in Arbeitslosigkeit befanden, wieder in die Beschäftigung zu überführen. Hierbei handelt es sich um eine Qualifizierungsmaßnahme, die in Kooperation mit der Stadt und dem Arbeitsamt durchgeführt wurde.¹⁰³

Eine weitere Kooperation besteht mit der Vermietungsgesellschaft, die der Genossenschaft einen Mieterlass bietet, so dass monatlich nur die Nebenkosten anfallen. Diese Tatsache bildet den wesentlichen Baustein für die wirtschaftliche Tragfähigkeit des Konzeptes.¹⁰⁴

Abbildung 18: Trägerkonstrukt des Konzeptes „beroma“



Quelle: eigene Darstellung

¹⁰¹ Lütke Lordemann, Markus 2006

¹⁰² Expertengespräch mit Herrn Petschke vom 13.03.2015

¹⁰³ ebd.

¹⁰⁴ ebd.

Neben dem Warenangebot vor Ort bietet beroma auch einen Liefersdienst an. Dieses Angebot wird von den Hochbetagten im Quartier, die die Altersstruktur entscheidend mitprägen, gerne in Anspruch genommen. Da das Thema Generationenwechsel im Quartier aktuell sehr akut ist und eine Vielzahl an älteren Menschen im Quartier wohnt, bietet der Bürgerverein die Koordination hausnaher Dienstleistungen mit an.

Die Angebotspalette des Ladenlokals zeichnet sich dadurch aus, dass regionale Produkte mit angeboten werden, die auch eine kaufkräftigere Zielgruppe ansprechen. Die Betreiber gehen darüber hinaus Kooperationen mit regionalen Anbietern ein – so existiert z.B. durch die Kooperation mit einem Weinhandel auch ein Weinregal im Laden. Gleichzeitig findet sich aber auch ein Angebot im preisgünstigen Segment, so dass auf der kleinen Verkaufsfläche ein Angebot für möglichst viele Zielgruppen bereitgehalten wird. Die Genossenschaft hat in der Vergangenheit des Weiteren versucht, auch spezielle Angebote für Haushalte mit Migrationshintergrund im Warenangebot mit bereitzuhalten. Dieses Warenangebot wurde jedoch nicht gut angenommen und daher wieder aus dem Angebot genommen. Aufgrund der generellen Größe des Ladens und der Strukturen ist eine kurzfristige, kleinere Umstellung des Sortiments allerdings gut umzusetzen, so dass vglw. schnell auf veränderte Nachfragestrukturen reagiert werden kann. Für die Belieferung des Ladens mit der kleinen Verkaufsfläche von unter 100 m² wurde ein Lieferant gefunden, der sich auf die Belieferung kleiner Lebensmittelmärkte und Kioske spezialisiert hat und demnach ein eingeschränktes, aber passgenaues Angebot bietet (darunter auch preisgünstige Produkte, die auch in größeren Supermärkten zu finden sind).¹⁰⁵

Für eine potenzielle Expansion des beroma war eine Differenzierung des Angebots angedacht: ein Mikroladen sollte in benachteiligten Stadtteilen angesiedelt werden, ein Miniladen in dezentralen Wohnlagen, Midiläden in Stadtteilzentren und Maxiläden in City-Läden. Der Bergische Regionalladen ist bisher jedoch das einzige umgesetzte Konzept.¹⁰⁶ Dies hängt entscheidend mit dem aktuellen Trägerkonstrukt zusammen, das neben dem Bürgerverein auch an zahlreiche ehrenamtlich Tätige geknüpft ist.¹⁰⁷

Die wesentlichen Rahmendaten und Erfolgsfaktoren für das Projekt „beroma“ sind in der folgenden Tabelle noch einmal zusammenfassend dargestellt.

¹⁰⁵ Expertengespräch mit Herrn Petschke vom 13.03.2015

¹⁰⁶ ebd.

¹⁰⁷ ebd.

Tabelle 8: Rahmendaten und Erfolgsfaktoren des Konzeptes „beroma“

„Der bergische Regionalladen beroma“ – Rahmendaten des Konzeptes	
Beteiligte Akteure	Aktuell insbesondere Bürgerverein als Träger des Angebotes, großes Netz Ehrenamtlicher, Integration von Langzeitarbeitslosen und Minijobbern, Kooperation mit Arbeitsamt; Hauptlieferant mit Spezialisierung auf kleine Verkaufsflächen
Angebotsspektrum	<ul style="list-style-type: none"> • Großes Angebotsspektrum: Drogerieartikel, Milchprodukte, Frische-Auswahl, Tiefkühlwaren, Fertiggerichte, Konserven, Getränke, regionale Produkte, hierfür Kooperationen mit regionalen Anbietern • Wegbegleitung: können Nachfrager aufgrund von gesundheitlichen Problemen nicht den Laden erreichen, werden sie mit dem ladeneigenen Auto abgeholt und gemeinsam mit den Einkäufen wieder nach Hause gebracht • Lieferservice kostenfrei nach Hause (ab 20 Euro Einkaufswert), Bestellungen persönlich im Laden, per Telefon, E-Mail
Geschäftsmodell	<ul style="list-style-type: none"> • Modellprojekt im Rahmen von REGIONALE 2006/Soziale Stadt; ursprünglicher Träger der Filiale in Solingen konnte Laden aufgrund von Insolvenz im Jahr 2009 nicht mehr weiterführen, daher Anpassung des Trägerkonzeptes • Bürgerverein „Wir in der Hasseldelle e.V.“ wurde tätig; Gründung einer Genossenschaft, die aktuell die Geschäfte weiterführt und als Betreiber fungiert
Finanzierung	<ul style="list-style-type: none"> • Projektstart wurde im Rahmen von REGIONALE 2006 bzw. dem Programm Soziale Stadt gefördert • Beantragte Städtebauförderung für Projektmanager für 1,5 Jahre sowie für Marketingkosten • Zuschüsse der ARGE für Personalkosten • Warenerstausstattung über das Diakonische Werk • Zusätzliche Entlastung über Sponsoren und Ehrenamtlich Tätige • Durchführung eines studentischen Wettbewerbs zur Entwicklung eines Corporate Design • Vermieter stellt Ladenlokal kostengünstig zur Verfügung • Seit 2009 genossenschaftlich getragen und durch Anteile finanziert • Gründungskapital der Genossenschaft in Form von Anteilen der Bürger, Institutionen, Firmen, Politik
Ortsbezug	Städtisches Problemgebiet im Rahmen von Soziale Stadt (Stadtteil mit mehreren Handlungsbedarfen, sozial und baulich)
Standortvoraussetzungen	<ul style="list-style-type: none"> • kleine Verkaufsflächen unterhalb von 100 m² in städtebaulich integrierter Lage von Quartieren • Einzugsbereich ca. 2.500 Einwohner • Geeignet für städtische Problemgebiete (Beschäftigung von Langzeitarbeitslosen, Berücksichtigung der Bedarfe ausländischer Bewohner)
Fazit und Erfolgsfaktoren	<ul style="list-style-type: none"> • Durch 3-Säulen-Modell umfassendes Angebot auf kleiner Verkaufsfläche • Kombination von Angeboten (hybrides Geschäftsmodell) • Kooperation zwischen Handel und Beschäftigung • Sicherung der Nahversorgung trotz unüblicher Ladengröße für städtische Gebiete • Regionale Ausrichtung, Regionale und quartiersbezogene Wertschöpfung • Einbindung der Wohnungsbaugesellschaften • Schaffung von Arbeitsplätzen • Bürgerbeteiligung im Planungsprozess
Bisherige Umsetzung	Nur ein Ladenlokal in Solingen-Hasseldelle

Quelle: eigene Zusammenstellung aus Literaturrecherche und Expertengesprächen

4.5. Der bewohnergetragene Ansatz des DORV-Konzeptes

Das DORV-Konzept (**D**ienstleistungen und **O**rtsnahe **R**undum **V**ersorgung) steht für eine multifunktionale Nahversorgung in Abgrenzung zu Discountern und Supermärkten. Ursprünglich konzentrierte sich das Konzept auf Standorte im ländlichen Raum (DORV), wurde inzwischen jedoch auch erfolgreich auf den städtischen Raum (quartVier) übertragen. Grundsätzlich greift das Konzept dort, wo sich herkömmliche Anbieter vom Markt infolge des demografischen Wandels, von Leerständen oder Konzentrationsprozessen unabhängig von der räumlichen Ebene, zurückgezogen haben.¹⁰⁸

Abbildung 19: Das 3-Säulen-Modell am Beispiel des DORV-Pilotprojekts in Jülich-Barmen



Quelle: eigene Darstellung

Wesentliche Grundsätze der DORV- und quartVier-Zentren sind die Konzentration auf ein passgenaues Sortiment, die Bündelung von Angeboten im Sinne des Mottos „Alles unter einem Dach“, die regionale Ausrichtung, indem vorhandene Strukturen gestärkt werden, die Angebotsqualität durch die Nutzung von Wettbewerbsvorteilen sowie die Möglichkeit, durch die Nutzung moderner Medien nur geringe Raumwiderstände auf sich zu nehmen.¹⁰⁹

Als innovativ gilt die integrierte Angebotsstruktur, die sich jeweils aus einem Basis- und Zusatzangebot von Dienstleistungen, einer Lebensmittelgrundversorgung, Kommunikation, einem Kulturangebot und sozial-medizinischer Versorgung zusammensetzt. Die Vielfalt der Angebote soll unterschiedliche Zielgruppen ansprechen: Sowohl ältere Mitmenschen, junge Familien, Berufstätige, Neubürger und Einzel- oder Singlehaushalte profitieren von den Vorzügen des Ansatzes.¹¹⁰ Dabei spielt gerade die Gewinnung von kaufkräftigen jüngeren Zielgruppen eine zentrale Rolle, „um damit das Angebot für die älteren [Kunden] zu ermöglichen¹¹¹. Integriert bedeutet in diesem Zusammenhang auch die

¹⁰⁸ Homepage DORV

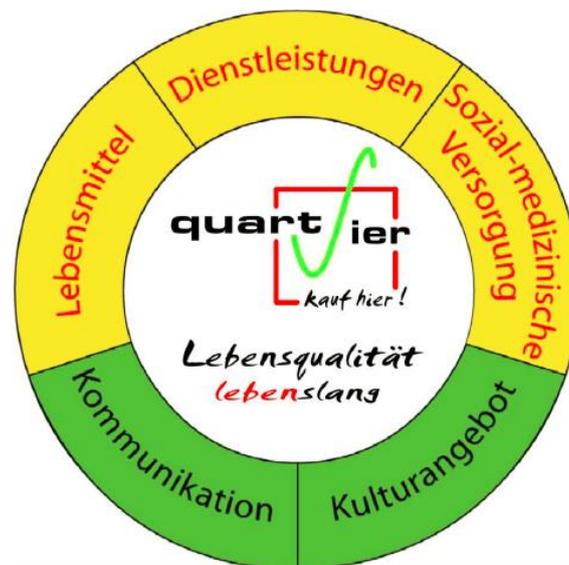
¹⁰⁹ ebd.

¹¹⁰ Frey, Heinz 12.12.2013

¹¹¹ Schriftliche Befragung von Herrn Frey

Einbeziehung unterschiedlicher Partner, die standortbedingt unterschiedlich sein können. Bewährte Partner sind bspw. die AWO, KOMM-IN, Ihr Kaufmann aber die auch Caritas und Diakonie. Die Partneranalyse bzw. -suche erfolgt unter gemeinsamer Abstimmung mit Akteuren vor Ort. Zentrale Faktoren stellen „Nähe“ und „Qualität“ dar sowie wirtschaftliche Faktoren¹¹², denn jedes Zentrum muss sich dabei ohne Subventionen tragen lassen und betriebswirtschaftlich selbstständig funktionieren.¹¹³ Lieferdienste als Partner während des Alltagsbetriebs gelten als unverzichtbarer Bestandteil, wenngleich nicht nur dessen Organisation, sondern auch die Nutzergruppen an jedem Standort variieren¹¹⁴. Die Ausweitung des ursprünglich in den ländlichen Bereichen umgesetzten 3-Säulen-Modells (vgl. Abbildung 19) auf das 5-Säulen-Modell im städtischen Umfeld ist generell aus der Beobachtung entstanden, dass die Bewohner von Quartieren u.a. Plätze für Begegnung und Kommunikation benötigen, insb. vor dem Hintergrund der sich verstärkt aus vielen Quartieren zurückziehenden sozialen Infrastrukturen (Kirchen, Gastronomie). Durch die Bereitstellung von Räumlichkeiten zu diesen Zwecken kann mit den quartVier-Konzepten ein „Zentrum für alles“ geschaffen werden.¹¹⁵

Abbildung 20: Das Konzept in der Weiterentwicklung zu „quartVier“: Vom 3-Säulen zum 5-Säulen-Konzept in Anwendung auf urbane, städtische Gebiete



Quelle: quartVier

Inzwischen existieren rd. 20 Zentren nach dem DORV-Prinzip, weitere 25 werden derzeit sowohl in Deutschland, als auch in Anrainerstaaten (Belgien, Niederlande, Österreich und Frankreich) realisiert.¹¹⁶ QuartVier-Zentren im Speziellen wurden bzw. werden bislang vor allem in verschiedenen nordrhein-westfälischen Städten umgesetzt. Das erste dieser Zentren erreichte seine Umsetzung in Düren-Grüngürtel, darüber hinaus bestehen Zentren in Köln und Stolberg. Für ein Projekt im Tossehof in Gelsenkirchen ist eine baldige Eröff-

¹¹² Schriftliche Befragung von Herrn Frey

¹¹³ Frey, Heinz 31.10.2014

¹¹⁴ Schriftliche Befragung von Herrn Frey

¹¹⁵ ebd.

¹¹⁶ Frey, Heinz 31.10.2014

nung vorgesehen. Weitere Prozesse zur Etablierung von quartVier-Konzepten befinden sich zurzeit in Lünen und Wuppertal in der Begleitung.¹¹⁷

Durch die langjährige Erfahrung in der Umsetzung des DORV- und quartVier-Konzepts hat sich ein Kompetenzteam herausgebildet, das die Übertragbarkeit des Konzepts auf andere Standort fachlich während des gesamten Prozesses begleitet, von der Grundsteinlegung bis zur Eröffnung und bei Bedarf auch darüber hinaus.

Jeder Konzeptionierung gehen wichtige Analyseschritte als Grundlage für die Bedarfsbemessung voraus. In einer Basisanalyse wird zunächst geprüft, ob an einem potenziellen Standort wesentliche Voraussetzungen erfüllt werden und das Konzept erfolgsversprechend ist. Mit dem Ziel, erste Standortvorschläge und Handlungsempfehlungen inkl. einer Gewinn- und Verlustrechnung zu unterbreiten, findet eine genaue Analyse der Siedlungs- und Bevölkerungsstruktur, der Verkehrsanbindung, des Umsatzpotenzials sowie der Bereitschaft bürgerschaftlichen Engagements statt. Sollte sich der Erfolg einer Realisierung abzeichnen, folgt eine Bedarfsanalyse unter Einbindung der Bevölkerung. In diesem partizipativen Ansatz wird mittels eines Fragebogens eine detaillierte, passgenaue Angebotspalette für den jeweiligen Standort identifiziert. Weitere Umsetzungsschritte umfassen z.B. eine Partneranalyse, Businessplanung, Einrichtungsplanung sowie ein Finanzierungs- und Betreiberkonzept. Die Analysen ermöglichen eine individuelle Adaption des Konzeptes auf den potenziellen Standort.

Die genaue Auseinandersetzung mit den jeweiligen Standortbedingungen sowie die hieraus resultierende passgenaue Konzeptentwicklung ist die wesentliche Voraussetzung für eine erfolgreiche Projektrealisierung. Die Rahmenbedingungen für Umsetzung von Projekten unterscheiden sich zwischen ländlichen und urbanen Quartieren leicht. So zeigt die Erfahrung, dass in (aktiven) Dörfern von vornherein die Bürgerbeteiligung größer ist, während in städtischen Quartieren in der Regel ein größerer Unterstützungsgrad durch andere Akteure (bspw. Wohnungswirtschaft, Stadtentwicklung) und auch eine größere Vielfalt an (Städtebau-)Förderungsprogrammen erfolgt (bspw. Soziale Stadt).¹¹⁸

Trotz der jeweils durchzuführenden umfangreichen Analysen, Einbindung zentraler Akteursgruppen, Begleitung durch die DORV Zentrum GmbH sowie einer zunächst erfolgreichen Eröffnung eines Projektes kann jedoch die langfristige Funktionsfähigkeit eines jeden Projektstandortes seitens DORV nicht garantiert werden. Das ist nach Aussage des Geschäftsführers insb. darauf zurückzuführen, dass der „Grundsatz immer der ist, die Menschen auf ihren eigenen Weg zu bringen“, was bedeutet, dass die Akteure vor Ort zwar von Beginn des Projektes an bis in den täglichen Betrieb begleitet werden (diese Begleitung bezieht sich im Wesentlichen auf das Management der Bürgerprozesse), die Projekte durch die Akteure vor Ort jedoch weitgehend selbstständig fortentwickelt werden sollen. So sind Entscheidungen, die den Empfehlungen der DORV Zentrum GmbH entgegenstehen, grundsätzlich nicht ausgeschlossen und können so die Nachhaltigkeit des Projektes gefährden.¹¹⁹

¹¹⁷ Schriftliche Befragung von Herrn Frey

¹¹⁸ ebd.

¹¹⁹ ebd.

Tabelle 9: Speziell entwickelte Analysen untersuchen die Umsetzbarkeit im jeweiligen Dorf bzw. Quartier

	Basisanalyse	Bedarfsanalyse
Zeitpunkt	Vor Aktivierung der Bevölkerung	Bei Einbindung der Bevölkerung
Ziel	Erste Indikation, ob Konzept am Ort erfolgsversprechend ist	<ul style="list-style-type: none"> • Detaillierung Angebotspalette • Einbindung der Bevölkerung • Bereitschaft zur Unterstützung
Vorgehen	Aufnahme von <ul style="list-style-type: none"> • Siedlungsstruktur, bestehende Einrichtungen • Bevölkerungsstruktur • Bürgerschaftliches Engagement • Verkehrsanbindung • Umsatzpotenzial 	Detaillierte Umfrage, speziell zugeschnitten auf jeweiligen Standort <ul style="list-style-type: none"> • Multiplikatoreffekt • Bedarfserfassung • Einstellung der Bürger • Bereitschaft zur Beteiligung
Ergebnis	<ul style="list-style-type: none"> • Erste Empfehlungen inkl. Gewinn- und Verlustrechnung • Erste Standortvorschläge 	<ul style="list-style-type: none"> • Detaillierte Festlegung des Angebots • Finanzierungsoptionen der Bürgerschaft • Bildung von Fach- und Arbeitsgruppen • Einwerben von örtlichen/regionalen Experten

Quelle: eigene Zusammenstellung aus Literaturrecherche und Expertengesprächen

Grundsätzlich ist das Konzept durch einen hohen Flexibilitätsgrad in seiner Ausgestaltung gekennzeichnet. So ist z.B. die Verkaufsfläche abhängig vom jeweiligen Konzept und variiert in den ausgewerteten Fallbeispielen zwischen 150 und 400 m². Das Geschäftsmodell kann je nach Standortvoraussetzungen bürgerschaftlich, integrativ oder kaufmännisch ausgerichtet sein, was ein unterschiedlich stark ausgeprägtes bürgerschaftliches Engagement impliziert. Bürger können z.B. Kunden und Betreiber des Konzepts zugleich sein. In einem solchen Geschäftsmodell sind sie intensiv in die Angebotsbereitstellung involviert und tragen eine große Verantwortung für ihre eigene Versorgung. Das bürgerschaftliche Engagement ist neben der hohen Flexibilität sowie auch der „Spezialisierung“ auf Rundumversorgung Kernelement und wesentlicher Erfolgsfaktor des Modells und in vielfältiger Weise im Gesamtkonzept gefragt. Im Fokus steht hierbei die Übernahme durch dauerhafte „Bewusstseinsbildung“, „Teilhabe und Mitbestimmung“ selbst die Verantwortung für das Projekt. Zumeist äußert sich das bürgerschaftliche Engagement zusätzlich im Einsatz von Kapitaleistungen (bspw. Genossenschaftsanteile), die ausschließlich zur Finanzierung der Investition (nicht für den wirtschaftlichen Betrieb) genutzt werden. Die Entscheidung für eines der oben genannten Betreiberkonzepte wird gemeinsam von den Akteuren (Bürger und weitere) vor Ort entschieden; die häufige Ansässigkeit von erfahrenen Kaufleuten, Juristen, Steuerberatern o.ä. trägt dabei maßgeblich zur erfolgreichen Entscheidungsfindung bei.¹²⁰ Die wesentlichen Erfolgsfaktoren sowie Standortvoraussetzungen gibt die folgende tabellarische Übersicht wieder.

¹²⁰ Schriftliche Befragung von Herrn Frey

Tabelle 10: Rahmendaten und Erfolgsfaktoren der Konzepte „DORV“ und „quartVier“

„DORV“ und „quartVier“ – Rahmendaten der Konzepte	
Standortvoraussetzungen	<ul style="list-style-type: none"> • Verkaufsfläche abhängig vom Konzept, rd. 150 - 400 m² in den ausgewerteten Fallbeispielen des Konzepts • Anwendbar im ländlichen und städtischen Raum sowohl in Bestandsgebäuden als auch im Neubau (bspw. Eisenteil in Baden-Württemberg) • je nach Einwohnerzahl, Kaufkraft und betriebswirtschaftlichen Voraussetzungen als bürgerschaftliches, integratives oder kaufmännisches Modell betrieben
Fazit und Erfolgsfaktoren	<ul style="list-style-type: none"> • DORV – „auch ein Lebensmittelladen“ • 3. Säule sozial-medizinische Versorgung fördert bei stark bürgerschaftlich ausgerichtetem Betreibermodell das freiwillige Engagement der Bürger • Einbezug der Bewohner vor Ort von Beginn an über Realisierung bis in den Alltagsbetrieb als Kernelement: Bürger als Kunden und Betreiber zugleich • Starke Unterstützung durch die jeweilige Kommune • Zusammenarbeit zwischen Bürgern, Politik/Verwaltung, Privatwirtschaft/Institutionen/Organisationen mit jeweils unterschiedlichen Schwerpunkten je Standort – fehlende Kooperation eines der Akteure als Herausforderung, jedoch nicht als automatischer Auslöser für das Scheitern des Projektes¹²¹ • Kosten müssen erwirtschaftet werden; als Basis wirtschaftlicher Stabilität gilt die Verankerung von Dienstleistungen, bürgerschaftliches Engagement • Inanspruchnahme von Fördermitteln wird grundsätzlich nicht mit einkalkuliert, aber wenn möglich zusätzlich in Anspruch genommen (bspw. Soziale Stadt) → keine wesentliche Bedingung zur Projektrealisierung • Lieferdienst als unverzichtbarer Konzeptbestandteil • Standortvorteile durch den Bezug regionaler Waren → ermöglicht Preisgestaltung auf SB-Markt-Niveau
Bisherige Umsetzung	20 (DORV + quartVier) in verschiedenen Bundesländern; Realisierung von 25 Weiteren in Deutschland, Belgien, Österreich, Frankreich und den Niederlanden

Quelle: eigene Zusammenstellung aus Literaturrecherche und Expertengesprächen

4.6. Multifunktionales Dienstleistungszentrum KOMM-IN

Das Konzept KOMM-IN wurde bereits im Jahr 1999 von der KOMM-IN GmbH entwickelt und erstmals als Pilotprojekt in der Gemeinde Sternenfels entwickelt und umgesetzt. Sternenfels ist mit rd. 2.800 Einwohnern die kleinste Gemeinde der Region, es handelt sich somit um ein Konzept, das sich den Herausforderungen im eher ländlichen Bereich widmete. Aufgrund der Kooperationen mit dem DORV-Konzept und der Ausrichtung an Dienstleistungsangeboten wird dieses Konzept jedoch trotzdem kurz innerhalb der Forschungsstudie beleuchtet.

Auslöser für die Entwicklung des Angebotes in Sternenfels war die Überlegung der Post, die Filiale in der Gemeinde zu schließen und aus diesem Grund auch die ansässige Bankfiliale überlegte, nachzuziehen. Aus dieser Ausgangslage heraus entstand die Idee zur Bündelung von Dienstleistungsangeboten in einer Bestandsimmobilie, die zu diesem Zeitpunkt leer stand und eine Nachnutzung erforderte. Die Verantwortung für die Filiale und das Angebot liegt im Fall des Beispiels Sternenfels bei der Gemeinde. Das Angebot konnte sich etablieren und ist daher noch heute vorhanden. Grundgedanke für die Etablierung des Angebotes war es, keine zusätzliche Konkurrenzsituation zu schüren, sondern gezielt Angebote zu etablieren, die es in der Gemeinde nicht gibt. Hierbei standen das Post- und Bankangebot im Fokus, ergänzende Angebote

¹²¹ Schriftliche Befragung von Herrn Frey

wurden bedarfsgerecht umgesetzt. Für die Erfassung der Bedarfslage wurde eine Befragung unter allen Bewohnern der Gemeinde durchgeführt. Mithilfe von Kooperationen mit Partnern (Weinhandel, Bücherei) werden Angebote bereitgestellt, die durch die Mitarbeiter der KOMM-IN-Filiale verkauft werden.¹²²

Die Gemeinde Sternenfels stellt für die Filiale 2,5 Stellen, die flexibel die anfallenden Aufgaben übernehmen. Im Fokus stehen sogenannte „Cash&Carry“-Angebote, beratungsintensive Angebote werden hier somit nicht durchgeführt, sondern in der regulären Gemeindeverwaltung. Da die Finanzierung des Projektes von der Gemeinde Sternenfels getragen wird, kam in diesem konkreten Beispiel keine Bürgergenossenschaft oder ein anderes Trägerkonstrukt zur Anwendung.¹²³

Das Konzept wurde in den darauffolgenden Jahren jedoch noch in weiteren Kommunen umgesetzt. Hier sind auch bewohnergetragene bzw. genossenschaftlich getragene Filialen entstanden, die die drei Säulen Lebensmittel, Dienstleistungen und soziale Themen vereinen. In vielen Gemeinden ist KOMM-IN, ähnlich wie in Sternenfels, auf das Dienstleistungsangebot fokussiert. Gebündelt werden z.B. Dienstleistungsangebote der Kommune, der Post, der Bank, der Touristeninformation oder anderer Anbieter.¹²⁴ Die weiteren Filialen des Konzeptes sind unter dem Dach der KOMM-IN GmbH entstanden, die nach Aussage befragter Experten aktuell jedoch nicht mehr tätig ist. Es handelt sich jedoch trotzdem um ein weiteres gutes Beispiel, das aufzeigt, dass der Entwicklung neuer Ideen eine akute Bedarfslage (drohende Schließung von Post- und Bankfilialen) vorangehen kann. Aufgrund des oftmals umgesetzten Genossenschaftsmodells ist das Konzept insbesondere für Quartiere geeignet, die sich durch ein hohes bürgerschaftliches Engagement auszeichnen. Das Beispiel des Pilotprojektes Sternenfels verdeutlicht jedoch, welche Rolle und Funktion auch eine kleinere Gemeinde in der Sicherung von Nahversorgungs- und Dienstleistungsangeboten wahrnehmen kann.

Tabelle 11: Rahmendaten und Erfolgsfaktoren des Konzeptes „KOMM-IN“

„KOMM-IN“ – Rahmendaten der Konzepte	
Standortvoraussetzungen	<ul style="list-style-type: none"> • Verkaufsfläche abhängig vom konkreten Bedarf, ausgewertete Fallbeispiele weisen in Richtung 100-600 m² Verkaufsfläche • Eignung für den ländlichen Raum und Nebenzentren und Quartieren mit Funktionsverlusten • Umsetzung des Trägerkonstruktes von Rahmenbedingungen vor Ort abhängig: Bewohnergetragene und genossenschaftlich getragene Modelle als auch kommunal getragene Beispiele
Fazit und Erfolgsfaktoren	<ul style="list-style-type: none"> • Partnerschaft zu Bürgern, Kommunen und Wirtschaft • Konzept der kunden- und bürgerorientierten Dienstleistungen • Aktive Einbindung der Bewohner in die Gestaltung des Angebotes durch Durchführung einer Bewohnerbefragung • Bedarfsgerechtes und konkurrenzvermeidendes Angebot • Bereitstellung einer zentralen Anlaufstelle für unterschiedliche Angelegenheiten und hierdurch Vermeidung von Wegzug von anderen Dienstleistern und Bewohnern, Beitrag zur Wertschöpfung im Quartier • Bereitstellung notwendiger Dienstleistungsangebote trotz geringer Einwohnergröße in der Gemeinde oder im jeweiligen Quartier
Bisherige Umsetzung	Sternenfels als Pilotprojekt mit mehreren Nachfolgern (rd. 10 Betriebe), Durchführung in Süddeutschland, Nordrhein-Westfalen

Quelle: eigene Zusammenstellung aus Literaturrecherche und Expertengesprächen

¹²² Expertengespräch mit Frau Hornauer vom 09.03.2015

¹²³ ebd.

¹²⁴ Innovationsagentur Stadtumbau NRW 2009: 60-61

4.7. Konzept zur Deckung des medizinischen Bedarfs: Schaafheimer Ärzte- und Apothekenzentrum

In den Räumlichkeiten eines ehemaligen Supermarktes eröffnete im Jahr 2009 im hessischen Schaafheim das Schaafheimer Ärzte- und Apothekenzentrum (SCHAAZ). Auslöser dafür war der nahende Ruhestand einiger Hausärzte und damit verbundene Probleme bei der Suche nach Nachfolgern. Die in der Gemeinde ansässigen Ärzte praktizierten zuvor in einzelnen Gemeinschaftspraxen und befürchteten diese auf lange Sicht aufgeben zu müssen. Um die zukünftige Versorgung in der rund 9.700 Einwohner starken Gemeinde sicherstellen zu können, beschlossen die Ärzte eine Praxisgemeinschaft zu bilden, in der eine ganzheitliche Patientenbetreuung möglich ist. Mit Hilfe des Bürgermeisters wurde ein geeignetes, zentral gelegenes Objekt gefunden, dessen Inhaber auch als Investor für das SCHAAZ gewonnen werden konnte. Dieser ließ das Gebäude des ehemaligen Supermarktes nach den spezifischen Wünschen der Hausärzte umbauen.

In dem Zentrum sind derzeit sieben Hausärzte in drei Gemeinschaftspraxen, eine Zahnmedizinische Praxis, eine Apotheke, ein Urologe und eine Hals-Nasen-Ohren-Praxis mit Zweigpraxis untergebracht.

Abbildung 21: Rahmendaten des Angebots „Schaafheimer Ärzte- und Apothekenzentrum“

Kontext	<ul style="list-style-type: none"> • Ruhestandswelle bestehender Ärzte in Gemeinschaftspraxen im Ort • Kooperation und Zusammenschluss der Ärzte unter einem Dach um zukünftige Versorgung sicher zu stellen
Akteure/ Gebäude	<ul style="list-style-type: none"> • Hilfestellung durch Bürgermeister • ehemaliger Lebensmittelmarkt als neues Gebäude • umgebaut durch Eigentümer, der gleichzeitig Investor ist
Dienstleistungen	<ul style="list-style-type: none"> • Sieben Hausärzte in drei Gemeinschaftspraxen • Eine Zahnmedizinische Praxis • Eine Apotheke • Urologe und HNO-Arzt mit Zweigpraxis
Weitere Elemente	<ul style="list-style-type: none"> • 10-Jahres Mietvertrag für Praxen, um Investition zu refinanzieren • Arbeitsteilung durch gemeinsames MFA-Team und EDV-System

Quelle: eigene Darstellung

4.8. Mehrgenerationenhäuser als Möglichkeit der Angebotsbündelung sozialer Angebote im Quartier

Ist von Mehrgenerationenhäusern die Rede, so werden sie häufig in Verbindung mit einer Wohnkomponente verstanden, also im Sinne des Mehrgenerationenwohnens. An dieser Stelle stehen jedoch in Abgrenzung dazu Mehrgenerationenhäuser in Form von öffentlichen Treffpunkten und als Plattform für die Vermittlung diverser Informations- und Dienstleistungsangebote im Fokus. Sie stellen damit eine Ergänzung zur (kommunalen sozialen) Infrastruktur dar. Anlass zur Etablierung von Mehrgenerationenhäusern geben vor allem gesell-

schaftliche und demografische Veränderungen. Im Zuge dieser Entwicklungen brechen traditionelle Familienstrukturen häufig auseinander und es findet kein generationenübergreifendes Zusammenleben mehr statt. Des Weiteren stehen viele Kommunen derzeit vor der Herausforderung, soziale Infrastrukturen aufrechtzuerhalten, die v.a. demografiebedingt oftmals gefährdet sind.¹²⁵

Im Mittelpunkt des Konzeptes steht ein generationenübergreifendes Zusammentreffen jeglicher Personen, die sich selbst engagieren wollen oder Leistungen in Anspruch nehmen möchten. Grundidee ist „[...] das Prinzip der früheren Großfamilie in die moderne Gesellschaft“¹²⁶ zu implementieren. Verschiedene Personengruppen sollen gegenseitig von ihren unterschiedlichen Kompetenzen, Erfahrungen, Fähigkeiten und Interessen profitieren. Ziel ist es, den Zusammenhalt in der Gesellschaft zu fördern.¹²⁷ Der generationenübergreifende Ansatz des Konzeptes ist aus den sogenannten Mütterzentren entstanden, die es bereits vor dem Aktionsprogramm für die Mehrgenerationenhäuser gab¹²⁸.

Wesentlicher Bestandteil eines jeden Mehrgenerationenhauses ist der sog. „Offene Treff“. Er dient als erster Anlaufpunkt für alle Interessenten. Insbesondere Menschen, für die ein hemmungsfreier Zugang zu öffentlichen Einrichtungen erschwert ist (z. B. Migranten, finanziell schwächer gestellte) sollen durch das Konzept der Mehrgenerationenhäuser angesprochen werden. Der Kontakt ist unverbindlich und informell. Der Ort ist gleichzeitig auch Ideenschmiede und Ausgangspunkt für die Initiierung neuer Projekte. Die Öffnungszeiten sind breit angelegt, um möglichst vielen Personen den Zugang zu ermöglichen.¹²⁹

Mit dem Aktionsprogramm Mehrgenerationenhäuser wurden die vielfältigen gesellschaftlichen Herausforderungen durch das Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend (BMFSFJ) aufgegriffen und Orte geschaffen, die zur Stabilisierung und dem Ausbau von bedarfsgerechten Angeboten beitragen sollen.¹³⁰ Das Programm sah hierfür die Förderung des generationenweiten Ausbaus bestehender Mütterzentren vor. In einer ersten Phase wurde das Aktionsprogramm Mehrgenerationenhäuser I mit einer Laufzeit von fünf Jahren (2006 bis 2012) umgesetzt und im Anschluss zum Aktionsprogramm Mehrgenerationenhäuser II weiterentwickelt. Der zunächst angedachte Zeitraum von drei Jahren (2012 bis 2014) wurde schließlich bis Ende 2015 verlängert.¹³¹

Mehrgenerationenhäuser verfügen über ein gemeinsames Branding und präsentieren sich als ein Format mit einer innerhalb der Mehrgenerationenhäuser inhärenten und differenzierenden Angebotsstruktur¹³². Grundsätzlich orientiert sich das Angebot an den regionalen bzw. lokalen Gegebenheiten und Bedürfnissen der Bevölkerung in den jeweiligen Kreisen und Städten. Es wird in enger Zusammenarbeit mit den Kommunen ausgearbeitet.¹³³ Die Kommune gilt als der bedeutendste Partner von Mehrgenerationenhäusern¹³⁴. Das Ange-

¹²⁵ BMFSFJ 2011: 2, Homepage Mehrgenerationenhäuser b

¹²⁶ BMFSFJ 2011: 2, Moersch 2007: 92

¹²⁷ BMFSFJ 2011: 2

¹²⁸ Befragung der Serviceagentur Mehrgenerationenhäuser

¹²⁹ BMFSFJ 2011: 4, Homepage Mehrgenerationenhäuser a

¹³⁰ Homepage Mehrgenerationenhäuser b

¹³¹ BMFSFJ 2011: 2f.

¹³² ebd. 2011: 2

¹³³ ebd. 2011: 4

¹³⁴ ebd. 2011: 10

botsspektrum ist dabei gekennzeichnet von alltagsnahen Dienstleistungen¹³⁵. Es wird stets darauf Acht gegeben, dass keine Konkurrenzsituationen mit anderen Anbietern vor Ort entstehen¹³⁶. Das durch Mehrgenerationenhäuser bereitgestellte Angebot versteht sich als Ergänzung zu bereits vorhandenen Angeboten und greift dort, wo akuter Mangel vorherrscht¹³⁷.

Das vorhandene Angebot ist stark von der Zusammenarbeit mit lokalen Akteuren abhängig¹³⁸. Die Bandbreite potenzieller Kooperationspartner ist sehr ausgeprägt und kann z. B. Freiwilligenagenturen, Seniorenbüros, Pflegedienste, lokale Bündnisse für Familien, Familienzentren, Jugendmigrationsdienste, Pflegestützpunkte, Kultur- und Bildungseinrichtungen, Wirtschaftsunternehmen, Wohnungsunternehmen oder Vereine umfassen. In Mehrgenerationenhäusern werden diese unterschiedlichen Dienstleistungsangebote und Akteure konzentriert.¹³⁹ Als Betreiber fungieren oftmals Gemeinden, Kirchen oder soziale Einrichtungen¹⁴⁰. Neben Wohlfahrtsverbänden haben sich im Zuge des Betriebs der Mehrgenerationenhäuser aber auch kleinere Vereinsstrukturen herausgebildet, die als Träger fungieren¹⁴¹. Im Rahmen des Aktionsprogramms Mehrgenerationenhäuser wurden inzwischen bundesweit rd. 500 Häuser etabliert. Nahezu jeder Landkreis und jede kreisfreie Stadt besitzt als ergänzendes Angebot ein Mehrgenerationenhaus.¹⁴² Hierunter befinden sich auch Beispiele für Kommunen, die kein Mehrgenerationenhaus in der Förderung haben, jedoch selbst ein Mehrgenerationenhaus initiiert haben¹⁴³.

Während des Aktionsprogramms Mehrgenerationenhäuser II erhielt jedes der ca. 450 Häuser im Zeitraum zwischen 2012 und 2014 eine finanzielle Förderung von jährlich 40.000 Euro, die sich zu einem Anteil von 75 Prozent aus Bundesmitteln und des Europäischen Sozialfonds (ESF) zusammensetzt. In 2015 wird dieser Anteil ausschließlich durch Bundesmittel abgedeckt. Während der gesamten Förderperiode übernehmen die entsprechenden Standortkommunen bzw. Länder und Landkreise 25 Prozent der Gesamtfördersumme.¹⁴⁴

Das Aktionsprogramm II läuft noch bis Ende des Jahres 2015. Der Bund und die Familien- und Jugendminister haben jedoch die Absicht formuliert, einen Verstetigungsprozess einzuleiten, um die Modellfinanzierung zu einer Dauerfinanzierung entwickeln zu können.¹⁴⁵

Auch die Wohnungswirtschaft richtet ihren Blick zunehmend im Rahmen von Quartiersentwicklungen auf integrierte Vorhaben, indem neben dem Wohnungsangebot auch weitere Infrastrukturen im Quartier etabliert werden. So sieht z.B. das von der Bielefelder Gemeinnützigen Wohnungsgesellschaft (BGW) entwickelte „Bielefelder Modell“ vor, Wohnen mit Versorgungssicherheit zu garantieren. In Zuge dessen sind neben barrierearmen Wohnungen, z. B. ein Quartierstreff oder ein Versorgungsstützpunkt Bestandteil des Quartiers. Im Quartier an der Carlmeyerstraße in Bielefeld wird das Angebot zudem von einem Mehrgenerationenhaus (Mehrgenerationenhaus Heisenbergweg)

¹³⁵ BMFSFJ 2011: 5

¹³⁶ ebd. 2011: 9

¹³⁷ ebd. 2011: 5

¹³⁸ ebd. 2011: 9

¹³⁹ ebd. 2011: 10

¹⁴⁰ Moersch 2007: 92

¹⁴¹ Befragung Serviceagentur Mehrgenerationenhäuser

¹⁴² BMFSFJ 2011: 2

¹⁴³ Befragung Serviceagentur Mehrgenerationenhäuser

¹⁴⁴ Homepage Mehrgenerationenhäuser b

¹⁴⁵ Befragung Serviceagentur Mehrgenerationenhäuser

ergänzt, das Freizeitbeschäftigungen, haushaltsnahe Dienstleistungen und Kinderbetreuung vermittelt.¹⁴⁶ Angebote wie das Mehrgenerationenhaus können somit auch für die Wohnungswirtschaft im Quartier eine wichtige Schnittstelle für eine Verknüpfung mit sozialen Leistungen bieten.

4.9. Konzepte unter Mitwirkung bzw. Organisation durch Wohnungswirtschaft

Die vorangegangenen Beispiele für Konzepte, die der Sicherstellung von Nahversorgungsangeboten dienen, haben aufgezeigt, dass neben den Kommunen auch die Bewohner des betreffenden Quartiers, Betreiber von Kleinflächen- oder weiteren Konzepten sowie die lokale Wirtschaft wichtige Akteure in der Bereitstellung eines jeweiligen Angebotes darstellen. Im Vordergrund der Forschungsstudie soll jedoch ebenfalls die Rolle und Funktion der Wohnungswirtschaft (insbesondere Wohnungsgesellschaften) in der Bereitstellung von Nahversorgungskonzepten dargelegt werden. Innerhalb der Recherche wurden somit auch exemplarische Fallbeispiele für eine konkrete Mitwirkung von Wohnungsunternehmen und -genossenschaften an der Stabilisierung der Nahversorgung im Quartier identifiziert. Deutlich wird anhand dieser Fallbeispiele, dass auch Wohnungsunternehmen zunehmend den Mehrwert von Aufwertungsmaßnahmen der Einzelhandelsstruktur in den Quartieren, in denen sie tätig sind, erkennen. In den folgenden Beispielen übernimmt die Wohnungswirtschaft entweder die Sicherstellung entsprechender Angebote (insbesondere mit einem Fokus auf die Bereitstellung von Dienstleistungen oder der Unterstützung von nachbarschaftsgetragenen Ansätzen) oder sie verbessert notwendige Rahmenbedingungen zur Neuansiedlung oder Stabilisierung von Angeboten im Quartier. Die Angebote der Wohnungsunternehmen fokussieren sich zwar weniger auf den Bereich des Einzelhandels, durch die Bereitstellung entsprechender Dienstleistungen (auch im pflegerischen und medizinischen Bereich) werden jedoch auf anderer Ebene die Versorgungssituation der Quartiersbewohner verbessert und somit Wertschöpfungspotenziale im Quartier gehoben (u.a. dadurch, dass bestehende Angebote hinsichtlich ihrer Nachfrage gesichert werden).

4.9.1 Concierge-Services

Ursprünglich waren Concierges sogenannte „Hausbesorger“ in den 1920er Jahren. Inzwischen haben jedoch einige Wohnungsunternehmen das Konzept neu entdeckt und setzen es als Bereitstellung eines Dienstleistungsangebotes im Sinne von „Wohnen plus“ um. Insbesondere in Großwohnsiedlungen sind in den vergangenen Jahren entsprechende Rahmenbedingungen für einen Concierge-Service durch Wohnungsunternehmen geschaffen worden. Im Vordergrund steht hierbei nicht nur der Servicegedanke, sondern auch der Beitrag zur Sicherheit in den betreffenden Wohnsiedlungen.¹⁴⁷

In ausgewerteten Beispielen werden Sicherheit und Kontrolle mit einem Dienstleistungsangebot für die Mieter verbunden. Voraussetzung für die Umsetzung eines solchen Angebotes in einer Wohnsiedlung ist die entsprechende Bereitstellung von Räumlichkeiten durch das Wohnungsunternehmen. Bereits seit 2001 besteht z.B. bei der Berliner Bau- und Wohnungsgenossenschaft von

¹⁴⁶ MBWSV (Hrsg.) 2014: 10

¹⁴⁷ Innovationsagentur Stadtumbau NRW 2009: 52

1892 eG der Concierge-Service in vier Wohnanlagen. Hierbei handelt es sich um ein Beispiel, bei dem u.a. eine ehemalige EDEKA-Filiale durch die Wohnungsgesellschaft erworben und entsprechend umgenutzt wurde¹⁴⁸.

Die Angebotspalette der Concierge-Services erstreckt sich von dem Einkaufsservice über haushaltsnahe Dienstleistungen bis hin zu Begleiddiensten, Lieferdiensten, der Organisation von Veranstaltungen und dem Verkauf von z.B. Briefmarken. Hierbei vermittelt der jeweilige Ansprechpartner oftmals ein Angebot, das wiederum vom im Quartier ansässigen Dienstleistern erbracht wird. Mit diesem Modell wird somit die Kooperation zwischen Wohnungsunternehmen und Dienstleistern im Quartier gefördert und den Mietern ein Unterstützungsangebot bereitgestellt. Das Modell trägt zur Schaffung von Synergien bei, sichert die Nachfrage nach Angeboten der kleinteiligen Dienstleister und trägt die Nahversorgung sozusagen an den Mieter heran, der ggf. nicht in der Lage ist, entsprechende Leistungen selber zu organisieren (sei es aufgrund fehlender Zeit als auch bei fehlender Mobilität). Das Konzept ist für Wohnsiedlungen, die in Hand einer Wohnungsgesellschaft sind, interessant, da nicht nur das Sicherheitsempfinden durch die Anwesenheit von „Kümmerern“ erhöht wird, sondern auch ein Beitrag zur Sicherung des selbstständigen Wohnens für ältere Haushalte geleistet wird.

Auch bei den Unternehmen des Vereins „Wohnen im Revier“ hat dieses geschilderte Modell bereits Einzug in die Praxis erhalten. Beispielhaft seien an dieser Stelle die Allbau AG in Essen (Neubauprojekt Pier78) sowie die swb Mülheim an der Ruhr genannt, die einen Concierge-Service mit kostenlosen Serviceleistungen und der Vermittlung von weiteren Dienstleistungen eingerichtet haben.

4.9.2 Nachbarschaftsagentur der DOGEWO21

Das Konzept der Nachbarschaftsagenturen ist ein Kooperationsprojekt der DOGEWO21 und des Diakonischen Werks Dortmund und Lünen gGmbH mit insgesamt fünf Standorten in Quartieren der Dortmunder Stadtteile Löttringhausen, Wickede, Wambel, Benninghofen und Mengede, die durch Mitarbeiter des Diakonischen Werks betreut werden. Die im Jahr 2011 begründete Partnerschaft hat sich zum Ziel gesetzt, ein intensives Nachbarschaftserlebnis zu fördern, um den Quartiersbewohnern ein möglichst langes selbstständiges Leben zu ermöglichen.¹⁴⁹

Weitere Ziele sind die Stärkung von Nachbarschaften, die Bereitstellung kleinteiliger Dienstleistungen sowie die Entwicklung neuer Wege in der ambulanten Versorgung älterer Menschen. Die Nachbarschaftsagentur fungiert als Vermittler zwischen nachbarschaftlichen Kontakten und wohnbegleitenden Dienstleistungen zur Haushalts-/Einkaufshilfe, Kinderbetreuung oder Blumenpflege. Gleichzeitig ist sie Anbieter generationenübergreifender Angebote, wie z.B. einem Nachbarschafts-Café, einem Handarbeits-Treff oder einem Nordic-Walking-Treff sowie von auf spezielle Zielgruppen ausgerichteten Angeboten (z.B. Kids-Koch-Club, thematische und saisonale Veranstaltungen z.B. Erste-Hilfe-Kurse oder Adventsmärkte).¹⁵⁰

¹⁴⁸ Homepage Berliner Bau- und Wohnungsgenossenschaft von 1892 eG

¹⁴⁹ Homepage Nachbarschaftsagentur

¹⁵⁰ ebd.

Als besonders wichtigen Baustein sehen die Initiatoren auch die Erprobung technikgestützter Hilfsmittel und Dienstleistungen am Standort Löttringhausen an, der durch den Europäischen Fonds für regionale Entwicklung (EFRE) und vom Ministerium für Gesundheit, Emanzipation, Pflege und Alter (MGEPA) des Landes Nordrhein-Westfalen subventioniert wird. Konkret handelt es sich dabei um ein im Quartier angesiedeltes Testcenter, in dem verschiedene Dienstleistungen und Assistenzsysteme ausprobiert oder sich über die Nutzung oder Inanspruchnahme beraten werden kann. Mithilfe von unterschiedlichen elektronischen Geräten und Systemen (z.B. Hausnotrufsysteme, Sturzprävention, Tablet-Computer) und einfachen mechanischen Hilfen (z.B. Anziehhilfe für Kompressionsstrümpfe, Kaffeebecher mit extra großem Griff), soll ein wesentlicher Beitrag zu selbstständigem, unabhängigem und gesundem Leben bis ins hohe Alter in der eigenen Wohnung gewährleistet werden.¹⁵¹ Intention der Initiatoren ist eine sukzessive Eröffnung weiterer Standorte in anderen Dortmunder Stadtteilen.¹⁵²

Im Stadtteil Wambel erfolgt derzeit im Rahmen der Umsetzung der Nachbarschaftsagentur der Bau eines Nachbarschaftstreffs. In diesem Quartier ist das Wohnungsunternehmen auch mit einem Servicebüro anwesend. Durch den Erwerb und Umbau einer ehemaligen Sparkassenfiliale in eine Kita und einen Begegnungsraum hat das Wohnungsunternehmen des Weiteren zu einer bedarfsgerechten Umnutzung leerstehender Gewerbeimmobilien zu einer Verbesserung der infrastrukturellen Ausstattung im Quartier beigetragen.¹⁵³

Abbildung 22: Rahmendaten des Angebots „Nachbarschaftsagentur“

Beispiel DOGEWO21	<ul style="list-style-type: none"> • Kooperationsprojekt mit dem Diakonischen Werk Dortmund und Lünen
Aktivitäten	<ul style="list-style-type: none"> • Vermittlung von nachbarschaftlichen Kontakten und wohnbegleitenden Dienstleistungen zur Haushalts-/Einkaufshilfe, Kinderbetreuung, Blumenpflege, etc.
Büros	<ul style="list-style-type: none"> • Einzelne Agenturbüros vor Ort innerhalb der Quartiere, betreut durch Mitarbeiter der Diakonie
Förderung	<ul style="list-style-type: none"> • Testcenter zur Erprobung/ Beratung unterstützender Hilfsmittel und Dienstleistungen im Alter im Büro Löttringhausen → Förderung durch Europäischen Fonds für regionale Entwicklung (EFRE) und Gesundheitsministerium NRW (MGEPA)

Quelle: eigene Darstellung

4.9.3 Nachbarschaftsbörse Ackermannbogen München

Als Nachbarschaftstreff fußt die Nachbarschaftsbörse im Neubauquartier „Am Ackermannbogen“ auf dem Konzept der quartiersbezogenen Bewohnerarbeit der Stadt München. Träger ist der gemeinnützige Verein Ackermannbogen e.V., der 1999 als „wagnis e.V.“ gegründet wurde und 2005 die Trägerschaft für die

¹⁵¹ Homepage Nachbarschaftsagentur

¹⁵² ebd.

¹⁵³ MBWSV 2014: 21

Nachbarschaftsbörse übernommen hat. Sie ist damit nur ein Baustein von insgesamt sechs weiteren, um die das Konzept seit ihrer Gründung erweitert wurde.¹⁵⁴

Wesentlicher Leitgedanke ist der Aufbau einer guten Nachbarschaft durch das Aufgreifen von Anliegen aus der Bewohnerschaft. Dabei steht die Förderung bürgerschaftlichen Engagements im Wohnumfeld im Vordergrund. Zur Aktivierung der Nachbarschaft offeriert die Nachbarschaftsbörse sogenannte altersgruppenübergreifende Mitmach-Angebote. Darüber hinaus wird die gegenseitige Unterstützung der Bewohner untereinander durch den Verleih von Spielgeräten, Seminar-, Garten- oder Partyutensilien, Mediengeräten und Veranstaltungstechnik gefördert. Die Nachbarschaftsbörse fungiert als Treffpunkt und Vernetzungspartner für alle Nachbarn.¹⁵⁵

Konkret bedeutet dies, dass die Nachbarschaftsbörse acht Ziele verfolgt, von der allgemeinen Förderung von Nachbarschaft durch gemeinschaftsfördernde Angebote, der Informationsbereitstellung zu quartiersrelevanten Themen wie z.B. sozialer Infrastruktur über die Integration von Nachbarn mit Migrationshintergrund durch Deutschkurse oder Ramadan-Feste, die Förderung von Selbstorganisation, die Bewohneraktivierung und Bewohnerbeteiligung, die Förderung von Identifikation der Nachbarn mit ihrem Quartier, bis zur Vernetzung mit anderen Einrichtungen und sozialen Diensten im Stadtteil und der Funktion als Anlaufstelle für Erstberatung und Weitervermittlung bei allen Fragen rund um die Themen Wohnen, Arbeiten und Freizeit.¹⁵⁶

Tabelle 12: Rahmendaten und Erfolgsfaktoren des Konzeptes „Nachbarschaftsbörse“

„Nachbarschaftsbörse Ackermannbogen München“ – Rahmendaten des Konzeptes	
Beteiligte Akteure	Ackermannbogen e.V., wagnis eG, Speisecafé Rigoletto, Stadt München, Forum Schwabing am Olympiapark e.V.
Angebotspektrum	Bereitstellung von Gruppenräumen, Leihstation, Kursangebote, Nachbarschaftshilfe, Herausgabe einer Quartierszeitung, kulturelle Angebote, Konfliktmediation; Kooperation mit weiteren Einrichtungen der Genossenschaft im Quartier: Café und Laden; gemeinsame Veranstaltungen mit Getränke- und Essensservice
Geschäftsmodell	Träger: Bürgerschaftlich getragener Verein (hervorgegangen aus der Wohnungsgenossenschaft)
Finanzierung	Gesamtkosten der gemeinschaftlichen Genossenschaftseinrichtungen (Café, Gästeappartements, etc.) von 265.000€ durch Genossenschaftsbewohner (5% der erforderlichen Einlagen) erbracht, 3 Jahre Betriebskosten durch städtische Anschubfinanzierung „Quartierbezogene Bewohnerarbeit“
Ortsbezug	Wohnquartiere mit Versorgungslücken/entsprechendem Bedarf an sozialer Vernetzung
Standortvoraussetzungen	<ul style="list-style-type: none"> • Aktive Quartiersbevölkerung mit sowohl finanziellem als auch ehrenamtlichem Engagement • Verfügbarkeit von Kooperationspartnern und öffentlicher Förderung
Fazit und Erfolgsfaktoren	<ul style="list-style-type: none"> • Auf dem Weg zu selbsttragenden Strukturen, neues Finanzierungskonzept sieht Einnahmen vor aus: Nutzungsgebühren für Gruppenräume, Verkauf von Kaffee und gespendetem Kuchen, Anzeigen in der Quartierszeitung und im Onlineportal, Akquisition von Spenden • Projektbezogene öffentliche Fördermittel (Stadt, Land) • Projektbezogenes Sponsoring und Fundraising • Ehrenamtliche Angebote auf homogene Zielgruppe bezogen
Bisherige Umsetzung	Ackermannbogen als gut dokumentiertes Beispiel, ähnliche Konzepte mit Schnittpunkten zur Nachbarschaftsagentur u.a. in Immendingen, Kamenz, Bremen-Oslebshausen

Quelle: eigene Zusammenstellung

¹⁵⁴ Homepage Ackermannbogen e.V.

¹⁵⁵ ebd.

¹⁵⁶ ebd.

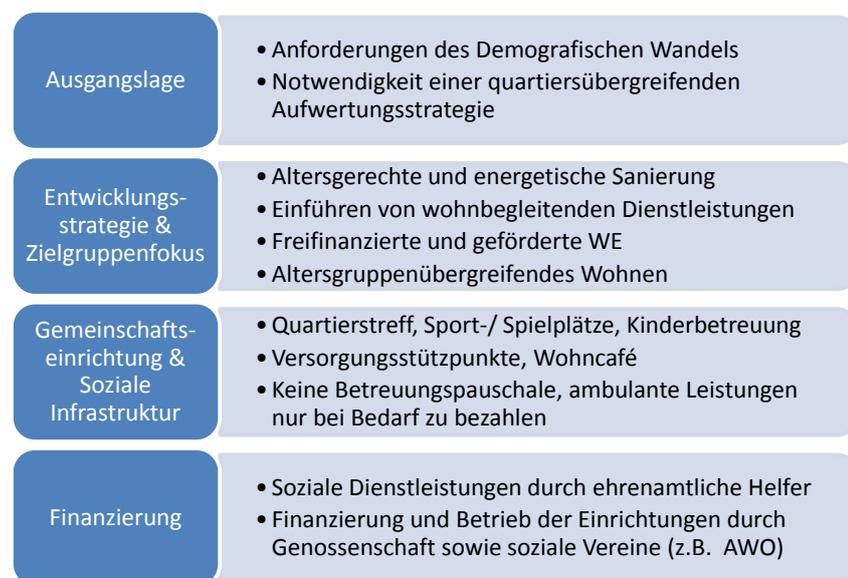
4.9.4 Bielefelder Modell – Selbstbestimmt Wohnen mit Versorgungssicherheit

In insgesamt 15 Häusern realisiert die Bielefelder Gemeinnützige Wohnungsgesellschaft mbH (BGW mbH) gemeinsam mit einem sozialen Dienstleister und der Stadt Bielefeld seit den 1990er Jahren das sog. „Bielefelder Modell“. Die Idee ist eine Reaktion auf die Herausforderungen des demografischen Wandels und orientiert sich insbesondere an den Bedürfnissen älterer Menschen sowie jüngerer Menschen mit Behinderung. Im Vordergrund steht das Altwerden in der vertrauten Wohnumgebung. Die räumliche Bezugsebene ist das Quartier, das durch eine gute infrastrukturelle Anbindung charakterisiert wird.¹⁵⁷

Die BGW mbH erbringt in Kooperation mit einem externen Dienstleister ein breites Angebotsspektrum. Als Vermieter sieht sich die BGW mbH in der Pflicht, barrierefreie Wohnungen, Büroräume und Gästewohnungen zur Verfügung zu stellen, Sicherheit durch einen Dauermietvertrag zu gewährleisten, in einigen Quartieren einen Hausmeisterservice anzubieten sowie die Sicherheit der Versorgung durch einen Träger für ambulante Dienste zu garantieren. Darüber hinaus dient ein Wohncafé als Treffpunkt für gemeinsame Mahlzeiten und Ort der Kommunikation, das von allen Bewohnern in der Nachbarschaft genutzt werden kann. Der entsprechende Kooperationspartner übernimmt Aufgaben wie z.B. die Förderung der Selbsthilfe, Ehrenamt und Dienstleistungsvielfalt sowie der Eingliederungshilfe für Menschen mit Behinderung oder der Familienentlastungspflege. Er sichert im Quartier ein Leistungsangebot rund um die Uhr, das nur im Bedarfsfall in Anspruch genommen und gezahlt werden kann.

Selbsterklärtes Ziel der BGW ist es, das „Bielefelder Modell“ flächendeckend in alle Bielefelder Stadtteile zu integrieren.¹⁵⁸

Abbildung 23: Rahmendaten des Angebots „Bielefelder Modell“



Quelle: eigene Darstellung

¹⁵⁷ Homepage BGW Bielefeld

¹⁵⁸ ebd.

Best-Practice-Beispiel: Umsetzung des Bielefelder Modells in Fröndenberg-Ardey (UKBS)

Auch die Unnaer Kreis-Bau- und Siedlungsgesellschaft (UKBS), ein kommunales Wohnungsunternehmen und gleichzeitig Mitglied des WIR – Wohnen im Revier e.V., setzt aktuell ein Projekt in Form des Bielefelder Modells an der Ardeyer Straße in Fröndenberg um.

Es handelt sich hierbei um ein Quartier mit 2.300 Einwohnern, in dem bereits Wohnungsbestände des Unternehmens vorhanden sind. In 2014 hat das Unternehmen dort das Grundstück eines ehemaligen Gemeindezentrums erworben und geplant, betreutes Wohnen für ältere Menschen zu etablieren. Das Mengengerüst der Wohnungen umfasst 26 Einheiten, wovon zehn Objekte einer öffentlichen Förderung unterliegen und 16 frei finanziert auf dem Markt angeboten werden. Die Grundsteinlegung für das Wohnprojekt ist für Mai 2015 vorgesehen – schon jetzt übersteigen die Anfragen für die Wohnungen das verfügbare Mengengerüst.¹⁵⁹

Darüber hinaus war es Ziel, die Nahversorgung vor Ort durch einen Lebensmittelanbieter zu verdichten. Um die Fläche hatte sich daher bspw. auch der Discounter NETTO beworben, konnte jedoch im Gegensatz zu der UKBS nicht zusagen, das vorhandene Jugendhaus und somit einen wichtigen Treffpunkt im Quartier zu erhalten. Das Gemeindezentrum hingegen sollte nach Flächenerwerb durch die UKBS abgerissen werden und einem neuen Nahversorger mit einer Verkaufsfläche von 690 m² Platz weichen.¹⁶⁰ Aufgrund des sich im Nachbarort befindenden REWE-Marktes (rd. 700 bis 800 m² Verkaufsfläche), der neben dem stationären Angebot zusätzlich die Möglichkeit der telefonischen Bestellung und Lieferung nach Hause ermöglicht, fanden sich jedoch für verschiedene Optionen (bspw. DORV-Zentrum, Bäckerei, Kiosk mit kleiner Erweiterung um Lebensmittel) trotz ermittelten Bedarfs keine Betreiber.¹⁶¹

Als Folge daraus wurde die Entscheidung getroffen, in Anbindung an das Bielefelder Modell die medizinische Versorgung vor Ort zu verdichten und zu sichern. Nach aktuellen Informationen des Unternehmens bleiben sowohl das Jugendhaus als Ort für Jugendarbeit und Treffpunkt für verschiedene Vereine und Gruppen aus dem Stadtteil Ardey als auch das Gemeindezentrum erhalten. Das Gemeindezentrum soll ggf. baulich erweitert werden und der Unterbringung der medizinischen Angebote, Bankdienstleistungen (reine Automatenleistung auf etwa 15 bis 20 m²), des Pflegebüros sowie des Nachbarschaftstreffs dienen. Zusätzlich wird entsprechend dem Bielefelder Modell ein Wohncafé geschaffen, das voraussichtlich durch den Förderverein Dorfgemeinschaft e.V. betrieben werden soll. In einem zweiten Schritt wird die Erweiterung des Cafés um ein Mittagstischangebot erwogen – allerdings nur, wenn eine Konkurrenzsituation zu bestehenden Angeboten ausgeschlossen bzw. durch entsprechende Kooperationen vermieden werden kann.¹⁶² Fester Bestandteil des Bielefelder Modells stellt die pflegerische Versorgung der Bewohner bei Bedarf bzw. die 24-Stunden-Bereitschaft eines Pflegedienstes für die Bewohner des Projektes dar. Die Vereinbarung mit einem Pflegedienstleister konnte mittlerweile vertraglich fixiert werden. Hierfür wurden Gespräche mit mehreren Anbietern durchgeführt, wovon sich letztlich lediglich

¹⁵⁹ Expertengespräch mit Herrn Fischer vom 28.04.2015

¹⁶⁰ Homepage UKBS: http://www.ukbs.de/relaunch/cms/upload/presse/120816_Ardey_1_HA.pdf

¹⁶¹ Telefonat mit Herrn Fischer am 18.11.2014

¹⁶² Expertengespräch mit Herrn Fischer vom 28.04.2015

einer bereit erklärte, das Projekt unter dem Bielefelder Modell zu betreiben.¹⁶³ Problematisch gestaltet sich derzeit noch die zusätzliche Ansiedlung der Ärzte am Standort, da der Bereich Ardey in dieser Hinsicht grundsätzlich als über-versorgt gilt. Dennoch stehen verschiedene Optionen zur erfolgreichen Umsetzung dieses Ziels zur Verfügung:

Tabelle 13: Möglichkeiten zur Ansiedlung von Ärzten in Ardey

Modell	Rahmenbedingung	Voraussetzung/Hemmnis	Aktueller Stand
Eröffnung von Zweitpraxen	Ärzte müssen bei der gesetzlichen Krankenversicherung eine Zulassung erwerben, die bestätigt, dass die Auslastung der bestehenden Arztpraxen durch die Neuansiedlung am Standort nicht gefährdet würde	Ärzte erwarten nicht eine Neugewinnung neuer sondern lediglich Umverteilung bestehender Patienten → steigende Kosten bei gleich bleibenden Einnahmen	
Überörtliche Berufsausübungsgesellschaft (ÜBAG)	Ärzte generieren gemeinsam Einnahmen und müssen diese schlussendlich untereinander aufteilen	Vertrauensverhältnis unter den Ärzten als Basis erforderlich	Verworfen
Eröffnung einer Zweitpraxis und tageweise Besetzung mit Ärzten unterschiedlicher Fachrichtungen	UKBS müsste die Räumlichkeiten für eine reduzierte Miete von 2,00 Euro/m ² begrenzt auf zwei Jahre zur Verfügung stellen	Geringere Mieteinnahmen für das Wohnungsunternehmen	Prüfung seitens der UKBS noch ausstehend
Aufbau eines medizinischen Versorgungszentrums (MVZ)	Ein nahe gelegenes Krankenhaus gründet nach dem GKV-Versorgungsstrukturgesetz ein fachübergreifendes MVZ; so wird zum einen das Quartier besser versorgt und zum anderen erhält sich das Krankenhaus Zuweisungen		Prüfung seitens des Krankenhauses läuft derzeit
Einstellung eines Arztes durch die Stadt Unna	Einstellung eines Arztes erfolgt durch die Stadt Unna, der Arzt ist aber in Ardey ansässig und wird durch die UKBS bezahlt	Medizinische Unterversorgung des Quartiers	Derzeit nicht umsetzbar; UKBS erwartet aber mittelfristig eine deutliche Verringerung der Arztdichte und somit das Eintreten einer Unterversorgung

Quelle: Expertengespräch mit Herrn Fischer vom 28.04.2015, eigene Zusammenstellung

Sollte sich das Wohnungsunternehmen für die letzte Option entscheiden, würden sie zunächst auf die bauliche Erweiterung des Gemeindezentrums verzichten und in dem Bestandsgebäude zunächst den Nachbarschaftstreff, die Bankdienstleistungen sowie das Pflegebüro unterbringen und erst bei Bedarf die bauliche Erweiterung erneut anstreben. Grundsätzlich sind jedoch die Optionen des MVZ sowie der vergünstigten Miete prioritär. Grundsätzlich ist dem Wohnungsunternehmen die erfolgreiche Integration einer Arztpraxis in das Projekt auch im Hinblick auf eine Sogwirkung und einen „Leuchtturmcharakter“ äußerst wichtig, weshalb die Bestrebungen in dieser Hinsicht in jedem Fall weiter verfolgt werden sollen. Sollte es gelingen, mit den interessierten Ärzten eine Regelung für eine Niederlassung am Standort zu finden, bestehen ebenfalls Überlegungen zur Verdichtung des medizinischen Angebotes durch eine Apotheke. Alternativ hierzu würde ein Medikamentenbelieferungsdienst für die Privathaushalte etabliert.¹⁶⁴

¹⁶³ Expertengespräch mit Herrn Fischer vom 28.04.2015

¹⁶⁴ ebd.

Tabelle 14: Rahmendaten und Erfolgsfaktoren des Konzeptes „Bielefelder Modell“ in Fröndenberg-Ardey

„Bielefelder Modell“ – Rahmendaten des Konzeptes	
Beteiligte Akteure	<ul style="list-style-type: none"> • Stadtverwaltung • ehrenamtliche Bürger (insb. Betrieb des Nachbarschaftstreffs, Cafés) • Pflegedienstleister • Ärzte; örtliches Krankenhaus; Krankenversicherung (für die Zulassung der Ärzte) • Prüfung auf Eignung für DORV-Konzept: Bürger (Bedarfsanalyse) und DORV uG • Sparkasse Fröndenberg
Angebotsspektrum	<ul style="list-style-type: none"> • Öffentlich geförderte und frei finanzierte barrierefreie Mietwohnungen • Wohnbegleitende pflegerische Dienstleistungen durch 24-Stunden-Präsenz des Pflegedienstes • Jugendhaus als Treffpunkt u.a. für Vereine und Gruppen sowie für Jugendarbeit • Gemeindezentrum als neues Dienstleistungszentrum im Quartier mit ärztlicher Versorgung (Ärzte, Apotheke), Bankdienstleistungen und Pflegebüro • Wohncafé mit perspektivischer Erweiterung um einen Mittagstisch • Alternativ zur Ansiedlung einer Apotheke: Einrichtung einer Rezeptbox; Medikamente werden (noch am gleichen Tag) nach Hause geliefert
Geschäftsmodell	<ul style="list-style-type: none"> • Nachbarschaftstreff sowie geplantes Café: ehrenamtliches Engagement der Bürger und Engagement des „Förderverein Dorfgemeinschaft e.V.“
Finanzierung	<ul style="list-style-type: none"> • Eigenfinanzierung durch UKBS • Soziale Wohnraumförderung des Landes NRW • Wohnungsunternehmen würde Praxisräume zur Ansiedlung von Ärzten (2,00 Euro/m²; begrenzt auf zwei Jahre) sowie die Räumlichkeiten für den Nachbarschaftstreff (bspw. 1,00 Euro/m² zzgl. Nebenkosten) kostengünstig zur Verfügung → ggf. Verwendung von Mitgliedsbeiträgen aus dem „Förderverein Dorfgemeinschaft e.V.“ für aufkommende Mietkosten • Entlastung durch ehrenamtlichen Betrieb von Nachbarschaftstreff und Wohncafé
Fazit und Erfolgsfaktoren	<ul style="list-style-type: none"> • Umfassendes Versorgungsangebot (Wohnen und Freizeit) im kleinstädtisch/dörflich geprägten Bereich durch Angebotsverknüpfung im Rahmen des Bielefelder Modells und ggf. darüber hinaus (durch eventuelle Kombination mit integrierter Arztpraxis) • Kooperation zwischen Pflegedienstleister und Wohnungswirtschaft
Bisherige Umsetzung	Erstes „Bielefelder Modell“ im Kreis Unna sowie durch die UKBS

Quelle: eigene Zusammenstellung

Die „Hardware“ zur Schaffung eines kleinen Lebensmittelangebotes könnte ggf. noch die ebenfalls in der Quartiersmitte vorhandene, leer stehende Schleckerfiliale bieten. Ob ein Interesse zur Wiedervermietung der Immobilie seitens der Eigentümer besteht, ist nicht mit Sicherheit zu sagen.¹⁶⁵ Entsprechende Entwicklungsmöglichkeiten bleiben an dieser Stelle folglich abzuwarten.

4.9.5 Vernetzung von Wohnen und Nahversorgung innerhalb von Neubauprojekten

Zahlreiche Wohnungsunternehmen in urbanen Regionen, darunter auch im Ruhrgebiet, sind neben der Bestandspflege auch im Wohnungsneubau tätig. Insbesondere bei altersgerecht geplanten Wohnprojekten im Neubau, so z.B. im betreuten Wohnen, werden häufig auch gewerblich genutzte Einheiten im Erdgeschoss mit umgesetzt, insofern das nahe Wohnumfeld oder das Quartier spezifische Nahversorgungs- oder Dienstleistungsangebote nicht offeriert.

Ein konkretes Beispiel für die Umsetzung eines solchen Projektes findet sich auch bei den WIR-Unternehmen des Ruhrgebietes, das an dieser Stelle exemp-

¹⁶⁵ Expertengespräch mit Herrn Fischer vom 28.04.2015

larisch für die Tätigkeiten der Wohnungsunternehmen in diesem Handlungsfeld skizziert werden soll.

So hat die VBW Bauen und Wohnen GmbH im Zeitraum von 2004 bis 2005 im Bochumer Stadtteil Altenbochum gemeinsam mit der örtlichen evangelischen Lukasgemeinde das Projekt „Altenbochumer Bogen“ umgesetzt. Für die Verwirklichung des Neubauprojektes wurden das alte Gemeindehaus der Kirchengemeinde und weitere angrenzende Gebäude abgerissen und durch ein Wohn- und Geschäftshaus mit Ladenlokalen, Praxis- und Büroflächen und 30 barrierefreien Wohnungen ersetzt. Serviceleistungen des betreuten Wohnens werden in diesem Fall über das Diakoniewerk Bochum erbracht. Das private Dienstleistungsangebot wird durch Apotheken, Ärzte, Geschäfte und ein Café, die sich im Haus befinden, ergänzt.¹⁶⁶

Hinsichtlich des Beitrags zu Wertschöpfungsketten im Quartier ist bei diesem Projekt hervorzuheben, dass durch die Verbindung von barrierefreiem Wohnen mit privaten Dienstleistungen eine nachhaltige Vermietung gesichert ist und gleichzeitig Synergien für die Anbieter der Dienstleistungen entstehen. Die Integration des neuen Gemeindefaales der Kirchengemeinde als neue Begegnungsstätte führt zu einer verbesserten Vernetzung der Akteure im Quartier. Durch die Schaffung eines neuen Quartiersmittelpunktes, der unterschiedliche Angebote bündelt, zieht das Angebot die Nutzer konzentrierter an, da sich alles „unter einem Dach“ befindet und somit kurze Wege gewährleistet werden. Hervorzuheben ist des Weiteren, dass sich die Vertreter der inhabergeführten Geschäfte in Altenbochum im Jahr 2007 zu einer Werbegemeinschaft zusammengeschlossen haben und gemeinsame Aktionen (Herbstfest, Fotowettbewerb, Stand auf dem Weihnachtsmarkt etc.) planen und umsetzen und so gemeinsam auf die bestehenden Angebote im Quartier aufmerksam machen.¹⁶⁷ Dies trägt zu einer offenen Kommunikation des Angebotes und somit zur Wertschöpfung im Quartier bei.

¹⁶⁶ Homepage VBW Bauen und Wohnen GmbH

¹⁶⁷ Homepage Werbegemeinschaft Altenbochum e.V.

5. Potenzialanalyse

Nachdem innerhalb des Moduls 1 der Forschungsstand zum Thema Nahversorgung und alternative Konzepte aufbereitet wurde und erste Erfolgsfaktoren und Hemmnisse für die Etablierung solcher Angebote abgeleitet wurden, erfolgt in einem weiteren Schritt die Identifikation von möglichen Forschungsquartieren im Untersuchungsraum Ruhrgebiet für eine vertiefende Potenzialanalyse.

5.1. Aufarbeitung von Quartierstypologien

Eine Typologisierung von Quartieren ist eine wichtige Voraussetzung zur Herausarbeitung von Mustern bzw. für die Übertragbarkeit von Modellen und Maßnahmen auf andere Quartiere. Es wird begrüßt, wenn es innerhalb des Projektes gelingt, in unterschiedlichen Quartierstypen vertiefende Analysen durchzuführen und durch Einbezug in die Implementierungsphase unterschiedliche Lösungskonzepte erarbeiten zu können. Eine typologische Zuordnung von Quartieren bzw. eine erste Klassifizierung ist zunächst anhand folgender Kriterien erfolgt:

- **Räumliche Lage:** In dieser Kategorie sind innerhalb der Region Ruhrgebiet vier Kategorien gebildet worden, die sich anhand ihrer Nähe zur Innenstadt, ihrem Verdichtungsgrad sowie ihrer Positionierung im Makrostandort (ob Großstadt oder Kreisgebiet) voneinander unterscheiden lassen.
- **Siedlungstyp:** Auch innerhalb dieser Kategorie können insg. vier verschiedene Typen voneinander abgegrenzt werden. Wesentliche Unterscheidungsmerkmale sind hier die vorhandenen Gebäudetypen und (wenn bekannt) Eigentümerstrukturen im Quartier.
- **Ausgangslage:** Die Studie ist diversen Problemstellungen gegenüber offen und hat den Anspruch, für unterschiedliche Herausforderungen Lösungskonzepte zu erarbeiten. Unterschieden wird hier in Quartiere, in denen bereits Strukturen weggebrochen sind und die Problemlage als akut eingestuft werden kann und Bereiche, in denen noch vorhandene Strukturen durch weiteres Engagement stabilisiert werden können.
- **Entwicklungsstand:** Des Weiteren wird für die einzelnen Quartiere erhoben, ob und inwiefern ggf. bereits Maßnahmen im Quartier angestoßen oder umgesetzt worden sind und welche (Miss-)Erfolge hiermit ggf. verbunden waren.

Abbildung 24: Unterscheidung verschiedener Quartierstypen

Räumliche Lage	<ul style="list-style-type: none"> • Verdichteter, innenstadtnaher Raum • Verdichteter, innenstadtferner Raum • Dörfliche Lage (innerhalb eines großstädtischen Kontextes) • Dörfliche Lage (innerhalb eines Kreisgebietes)
Siedlungstyp	<ul style="list-style-type: none"> • MFH-Gebiet, geprägt durch eine Vielzahl von Einzeleigentümern • MFH-Gebiet in der Hand großer Wohnungsunternehmen • Gebiete in Mischung aus EFH und MFH • Alterndes EFH-Gebiet, geprägt durch selbstnutzende Eigentümer
Ausgangslage	<ul style="list-style-type: none"> • Strukturen sind bereits weggebrochen; akute Problemlage • Strukturen sind noch vorhanden; erste Anzeichen für wegbrechende Strukturen, die durch eine ergänzende Ansiedlung stabilisiert werden könnten
Entwicklungsstand	<ul style="list-style-type: none"> • Mit dem Quartier verbundene Akteure sind bereits aktiv geworden • Alternative Konzepte wurden erprobt, sind aber gescheitert • Noch keine Maßnahmen erfolgt

Quelle: eigene Darstellung

5.2. Auswahl und Aufbereitung von Fallbeispielen

Im Rahmen der durchgeführten Recherche innerhalb des Ruhrgebietes wurden unterschiedliche Beispielquartiere aus eigenen Beobachtungen, aus der aktuellen Presse oder auch aus Hinweisen seitens der WIR-Unternehmen oder der Städte und Kommunen zusammengetragen. Dabei wurde kein Fokus auf eine bestimmte Quartierstypologie gelegt, denn zunächst sollte im Vordergrund stehen, dass sich die Quartiere durch Problemlagen hinsichtlich ihrer infrastrukturellen Versorgung auszeichnen. Aus dieser Recherchearbeit sind unterschiedliche Quartiere hervorgegangen, die gemeinsam haben, dass sich die Versorgungssituation aufgrund unterschiedlicher Ausgangslagen problematisch darstellt (bestehende Infrastrukturen sind bereits weggebrochen oder drohen wegzubrechen, oder es sind keine Infrastrukturen vorhanden, die aber aufgrund von Überalterung und weiteren Erfordernissen zumindest wünschenswert wären).

Zu diesen identifizierten Quartieren wurden in einem weiteren Schritt weitergehende Informationen zusammengetragen, u.a. in Form von durchgeführten Expertengesprächen mit Vertretern der jeweiligen Kommunen oder der im Quartier tätigen Wohnungsunternehmen. Es wurde überprüft, inwiefern in den Quartieren überhaupt planungsrechtliche Grundlagen bestehen, Infrastrukturen zu sichern, indem bestehende Gebäude umgenutzt werden oder auch eine Neuansiedlung angestoßen wird. Hierzu fand insbesondere eine Rückkopplung mit bestehenden Einzelhandelskonzepten statt, in denen z.B. Nahversorgungsbereiche ausgewiesen werden. Expertengespräche mit den jeweiligen kommunalen Vertretern haben hierzu weitere wichtige Informationen ergänzt.

In der Folge wurden gemeinsam mit den Auftraggebern der Forschungsstudie zunächst sechs Quartiere in unterschiedlichen Kommunen des Ruhrgebiets ausgewählt, die einer näheren Analyse der Ausgangslage und Potenziale unterzogen wurden und die innerhalb des Projektbeirats diskutiert wurden – mit dem Ziel, vier Quartiere für die qualifizierte Bedarfsanalyse auszuwählen.

Im Folgenden werden zunächst überblickartig die wesentlichen Charakteristika aller sechs vorausgewählten Quartiere vorgestellt.

Bestandteile einer jeden der folgenden Quartiersanalysen sind eine **kartografische Darstellung** des Quartiers und dessen Umfeld, eine erste **typologische Einordnung** sowie eine kurze Darstellung der konkreten **Ausgangslage** und der daraus resultierenden **Chancen** und **Risiken**.

Die kartografische Darstellung dient einem ersten groben Überblick über die Situation im Quartier. Dargestellt sind mittels punktueller Verortung verschiedene Infrastrukturen, die auf einer Internetrecherche basieren. Diese wurden verschiedenen Oberkategorien wie Post, Bank, Lebensmittel, Drogerie, Ärzte, Bäcker, Apotheken und medizinische Dienstleistungen zugeordnet. An einigen Stellen wurden die Informationen durch Rückkopplung mit verschiedenen Ansprechpartnern oder aus eigener Erfahrung bereits verifiziert, an anderen Stellen muss dies noch in einem späteren Schritt im Rahmen der Quartierbereisungen erfolgen. Darüber hinaus sind in den Karten in schraffierter Form Quartiersabgrenzungen in enthalten, die die InWIS Forschung & Beratung GmbH im Rahmen des Projektes „Energieeffizienzquartiere“ im Auftrag der Wirtschaftsförderung metropoleruhr GmbH gebildet hat. Innerhalb dessen ist das gesamte Ruhrgebiet in rd. 2.040 Quartiere eingeteilt worden. Ziel war es, mit Hilfe diverser zugespielter Datensätze auf dieser Basis Bereiche mit besonderem Energieeinsparpotenzial zu identifizieren. Die in den Karten dargestellten Flächen sind jedoch nicht als bereits festgelegter „Befragungsraum“ zu verstehen, vielmehr soll die konkrete Abgrenzung der Quartiere für die Bewohnerbefragung in einem nächsten Schritt nach Reduzierung auf vier Untersuchungsquartiere unter Einbezug der jeweiligen lokalen Akteursgruppen und Experten erfolgen und die Übertragbarkeit der bestehenden Quartiersabgrenzung auf die konkrete Fragestellung somit überprüft werden.

Dortmund „Borsigplatz“

Das Quartier „Borsigplatz“ liegt in der Dortmunder Nordstadt. Es handelt es sich um ein sehr urbanes, verdichtetes und gleichzeitig zentrumsnahes Quartier, das recht deutliche bauliche Grenzen aufweist. Im Norden schließt unmittelbar das ehemalige Gelände der „Westfalenhütte“, eine große Industriebrauche, an das Quartier an. Im Nordosten geht das Wohnquartier in einen Naherholungsbereich – den Hoeschpark und „Brüggmanns Hölzchen“ – über, der als natürliche Grenze fungiert. Südöstlich und südlich sind hingegen großflächige Gewerbegebiete zu finden und die westliche Grenze bildet voraussichtlich die Gronastraße.

Die Bebauungsstruktur des Quartiers ist durch Mehrfamilienhäuser geprägt, die schwerpunktmäßig in der Gründerzeit errichtet worden sind. Die Wohnungsbestände befinden sich vor allem in der Hand von Einzeleigentümern, Wohnungsunternehmen mit großen zusammenhängenden Portfolios sind dort nicht anzutreffen.

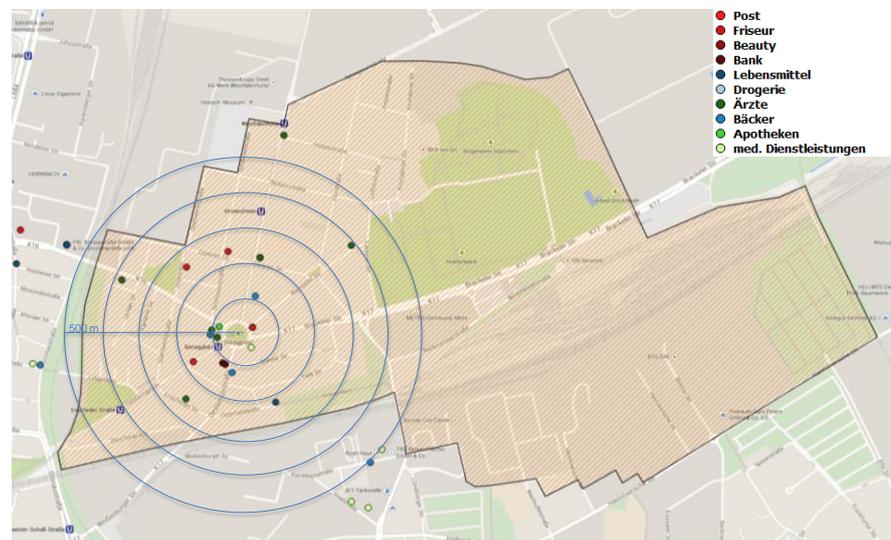
Abbildung 25: Einbettung des Quartiers „Borsigplatz“ in die Quartierstypologie



Quelle: eigene Darstellung

Im Quartier um den Borsigplatz sind in den vergangenen Jahren vermehrt Infrastrukturen weggebrochen. Im Speziellen haben im Laufe der Zeit unterschiedliche Nahversorger schließen müssen; u. a. ein Schlecker-Markt, eine Filiale der Deutsche Bank, ein Metzger und ein Edeka-Markt, wodurch die Quartiersbevölkerung abgesehen von mehreren kleinen (teils ethnisch spezifischen) Einzelhändlern fußläufig keine umfangreichere Nahversorgungsmöglichkeit mehr findet.¹⁶⁸ Zuletzt hat die Schließung des Aldi-Marktes zum 28. September 2014 die Situation noch weiter verschärft¹⁶⁹. Die nächsten Angebote befinden sich im Bereich des Hornbach-Zentrums an der Borsigstraße bzw. im Westfalen-Einkaufszentrum Dortmund (WEZ) an der Bornstraße.¹⁷⁰ Die Erreichbarkeit dieser Angebote erfordert jedoch entweder einen weiteren Weg zu Fuß oder die Nutzung des Pkw oder ÖPNV. Dies wird vor allem mit Blick auf die ältere Bevölkerung kritisch gesehen, für die auch die vorhandenen kleineren Geschäfte keine adäquate Alternative darstellen¹⁷¹.

Abbildung 26: Das Quartier „Borsigplatz“ in der Dortmunder Nordstadt



Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage von GoogleStreets und der Quartiersabgrenzung aus dem Projekt „Energieeffizienzquartiere“ im Auftrag der Wirtschaftsförderung metropoluhr

Insbesondere die Bestandsimmobilie des ehemaligen Edekas war somit in den letzten Jahren immer wieder in der Diskussion hinsichtlich einer geeigneten Nachnutzung und Wiederverdichtung der Nahversorgung. Aber auch für die ehemalige Aldi-Immobilie ist bislang noch keine Nachnutzung gefunden worden. Die Edeka soll noch vor Schließung der Filiale am Borsigplatz bereits Versuche unternommen haben, neue Konzepte zu initiieren; dies ist jedoch aufgrund zu geringer Kundenfrequenz gescheitert. Eine mögliche Nachnutzung der Immobilie ist bislang noch nicht gefunden worden, was auf unterschiedliche Beweggründe zurückzuführen ist. Zum einen sind die baulichen Gegebenheiten problematisch, denn das Gebäude verfügt über eine Verkaufsfläche von 800 m², hat einen eher schlauchartigen Zuschnitt und nur zwei Parkplätze zur Verfügung. Zudem ist die Anliegersituation durch zu kleine Rangierflächen sehr schwierig; hierfür, so befragte Experten, wäre allerdings mittlerweile eine Lösung gefunden worden. Neben den baulichen Herausforderungen konnte aber auch mit dem Eigentümer bislang keine Einigung zum weiteren Vorgehen

¹⁶⁸ Homepage WAZ

¹⁶⁹ Homepage Nordstadtblogger

¹⁷⁰ Homepage WAZ

¹⁷¹ Homepage Nordstadtblogger

erlangt werden. Es handelt sich offenbar um eine Erbegemeinschaft, die sich als Reaktion auf alternative Vorschläge bislang wenig kooperativ gezeigt hat.

¹⁷²

Eine weitere Herausforderung stellt sicherlich die sozialstrukturelle Situation im Quartier dar. Der Stadtteil Borsigplatz ist bekannt als Wohnort vieler ausländischer Mitbürger bzw. vieler Einwohner mit Migrationshintergrund. Dies verdeutlicht auch der in Tabelle 15 aufgeführte hohe Ausländeranteil von rd. 46 Prozent (gesamstädtischer Durchschnitt: rd. 14 %). Mit 35,5 Jahren im Durchschnitt ist die Quartiersbevölkerung noch vglw. jung, gleichzeitig sind aber schon etwa 15 Prozent der Einwohner 65 Jahre und älter. Davon ausgehend, dass deren Anteil künftig steigen wird, und auch um diese Zielgruppe im Quartier halten zu können, ist die Verbesserung der Nahversorgung im fußläufigen Umkreis anzustreben. Da für die Ansiedlung von Nahversorgungsangeboten und die Sortimentsgestaltung das sozioökonomische Potenzial von großer Bedeutung ist, sei an dieser Stelle auch noch die hohe Arbeitslosigkeit von 26 Prozent im Quartier zu nennen. Folglich wird die zu bindende Kaufkraft im Quartier ggf. eingeschränkt sein, was im Rahmen einer Konzeptentwicklung Berücksichtigung finden sollte. Dies gilt auch für die mit den sozialstrukturellen Gegebenheiten einhergehenden Problematiken wie Ladendiebstahl und Drogenhandel¹⁷³.

Tabelle 15: Rahmendaten des Quartiers „Borsigplatz“

Stand: 31.12.2013	Stadtbezirk Innenstadt-Nord	Statistischer Bezirk Borsigplatz 060
Einwohner	54.992	11.650
Einwohnerentwicklung 2008 bis 2013 in %	4,3 %	4,9 %
Haushalte	29.280	5.914
Anteil 1- Personen-Haushalte	57,9 %	55,2 %
Ø HH-Größe	1,9	2,0
Durchschnittsalter	36,7 Jahre	35,5 Jahre
Anteil Minderjähriger	23,7 %	25,8 %
Anteil der über 65-Jährigen	16,5 %	14,6 %
Ausländeranteil	43,4 %	46,3 %
Arbeitslosenquote	25,3 %	26,0 %

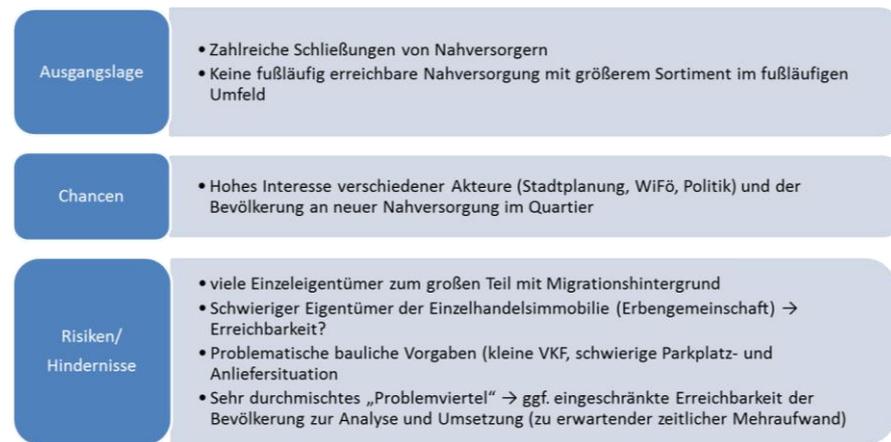
Quelle: Statistikamt Stadt Dortmund, eigene Darstellung

Die nachfolgende Grafik stellt noch einmal die wichtigsten Aspekte zu den Oberthemen Ausgangslage, Chancen sowie Risiken und Hindernisse anschaulich zusammen.

¹⁷² Homepage WAZ; ergänzt durch Telefongespräche mit dem Stadtplanungsamt Stadt Dortmund

¹⁷³ ebd.

Abbildung 27: Ausgangslage und Chancen im Quartier „Borsigplatz“



Quelle: Auswertung von Presseartikeln, Gespräche mit Akteuren, eigene Darstellung

Witten „Auf dem Schnee“

Das Quartier „Auf dem Schnee“ liegt an der östlichen Grenze der Stadt Witten im sog. „Dreistädteeck Schnee“, zu denen des Weiteren die Städte Dortmund und Herdecke zählen. Administrativ ist das Quartier dem Stadtteil Rüdinghausen zugeordnet. Innerhalb des Wittener Stadtgebietes hat das Quartier eine räumlich isolierte Randlage, was insb. durch die östlich angrenzenden Waldgebiete Buchenholz und Herrenholz bedingt ist. Für das Gebiet charakteristisch ist eine aufgelockerte Siedlungsstruktur mit dörflichem Charakter und einem hohen Freiflächenanteil. Selbiges gilt für die südlich und östlich angrenzenden Wohngebiete. Quartiersbildprägend ist die Einfamilienhausbebauung. Bei den Bewohnern handelt es sich überwiegend um selbstnutzende Eigentümer.

Abbildung 28: Einbettung des Quartiers „Auf dem Schnee“ in die Quartierstypologie



Quelle: eigene Darstellung

Das Nahversorgungsdefizit im Quartier „Auf dem Schnee“ resultiert aus der Schließung des vor Ort letzten Nahversorgers (Edeka-Markt) im November 2013, der sich aufgrund seiner zu geringen Größe nicht mehr rentiert hat. Durch den Verlust des Nahversorgers machen sich auch bei den in diesen integrierte Nutzungen (Lottoladen, Bäcker und Reinigung) Spillover-Effekte bemerkbar: starke Umsatzeinbußen sind die Konsequenz.¹⁷⁴

Der Versuch der Sicherung des Standortes für den Lebensmitteleinzelhandel ist seit der Schließung des Edeka-Marktes von einem Spannungsverhältnis und divergierenden Meinungen der Prozessbeteiligten sowie restriktiven rechtlichen Bedingungen begleitet. Edeka erklärte sich zwar dazu bereit, den Standort aufrechtzuerhalten, jedoch nur unter der Bedingung, die Verkaufsfläche um ca. das Doppelte (von 800 auf 1.500 m²) zu erweitern. Dieser erwünschten Erweiterung standen jedoch planungsrechtliche Restriktionen entgegen, die das geplante Vorhaben untersagten. Darüber hinaus wurde ein externes Gut-

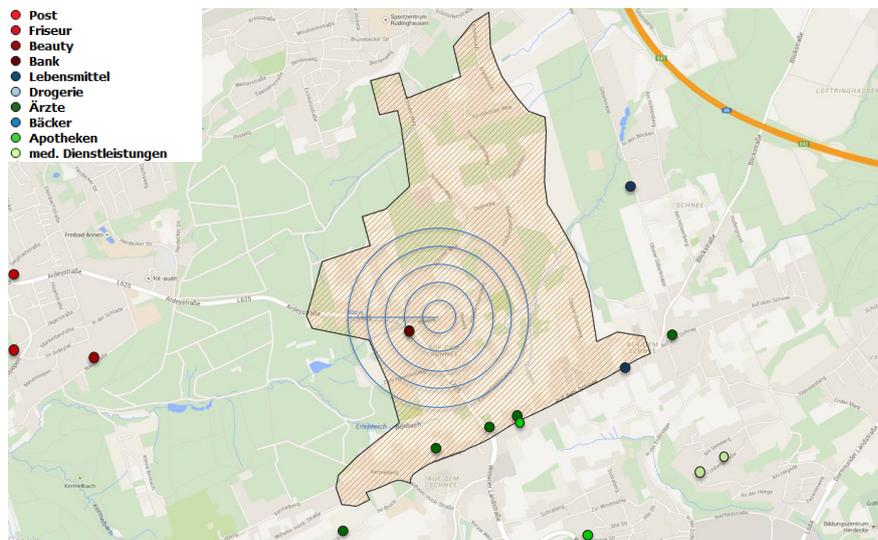
¹⁷⁴ Homepage WAZ 2

achten erstellt, indem konstatiert wurde, dass das Quartier zu wenig Einwohner hat, um die erforderliche Kaufkraft für einen Markt dieser Größe aufzubringen. Die Gutachter empfahlen lediglich eine Erweiterung um 100 m², die für Edeka wirtschaftlich nicht tragfähig war und auch keine adäquate Warenpräsentation ermöglichen würde. Auch Gespräche mit einschlägigen weiteren Lebensmittelanbietern sind bislang erfolglos geblieben.¹⁷⁵

Zwischenzeitlich war die Ansiedlung eines Discounters (Netto) im Gespräch, der – ausgewerteten Presseartikeln zufolge – im Sommer 2014 zumindest Interesse signalisierte. Im November 2014 scheint sich bei der Standortentwicklung ein neuer Impuls abgezeichnet zu haben: es fanden offensichtlich erneut Verhandlungen statt, die aktuell (April 2015) in einem erfolgten Verkauf der Immobilie an ein Immobilienunternehmen mündeten.¹⁷⁶

Die Sorge seitens der Bewohner ist groß, alternative Einkaufsmöglichkeiten befinden sich lediglich im Wittener Stadtzentrum und in Herdecke. Die Erreichbarkeit dieser Optionen ist aufgrund einer geringen Taktung des ÖPNVs und geringen MIV-Mobilität der vorwiegend im Quartier älteren lebenden Personen als problematisch einzuschätzen. Die Bewohnerschaft vor Ort zeichnet sich durch eine starke solidarische Gemeinschaft aus und versucht durch die Sammlung von Unterschriften und der Gründung einer Bürgerinitiative der befürchteten Verwahrlosung des Stadtteils entgegenzuwirken, indem der Standort zur Versorgung gesichert wird.¹⁷⁷

Abbildung 29: Das Quartier „Auf dem Schnee“ in Witten



Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage von GoogleStreets und der Quartiersabgrenzung aus dem Projekt „Energieeffizienzquartiere“ im Auftrag der Wirtschaftsförderung metropol Ruhr

Die soziodemografischen Rahmendaten des Quartiers stellen eine Herausforderung für die Neuansiedlung eines Nahversorgers dar (vgl. Tabelle 16). Es besteht die Gefahr einer Abwärtsspirale: bedingt durch sinkende Bevölkerungszahlen (-2,7 % zwischen 2005 und 2012) und damit einhergehend auch einem Ausbleiben junger Bevölkerung sowie einer starken Überalterung des Quartiers (Durchschnittsalter der Bevölkerung liegt bei 45,9 Jahren) sind die Standortbedingungen für den Lebensmitteleinzelhandel erschwert.

¹⁷⁵ Homepage WAZ 2

¹⁷⁶ Homepage WAZ 3

¹⁷⁷ Homepage WAZ 4

Tabelle 16: Rahmendaten des Quartiers „Auf dem Schnee“

Stand: 31.12.2013	Stadtteil Rüdinghausen
Einwohner	6.599
Einwohnerentwicklung 2005 bis 2012 in %	-2,7 %
Haushalte	3.149
Anteil 1-Personen-Haushalte	34,5 %
Ø HH-Größe	Keine Angabe
Durchschnittsalter	45,9 Jahre
Anteil der über 65-Jährigen	23,0 %
Anteil Minderjähriger	15,3 %
Ausländeranteil	4,6 %
Arbeitslosenanteil	2,6 %

Quelle: Statistikamt Stadt Witten, eigene Darstellung

Insbesondere der Anteil älterer, im Quartier lebenden Personen ist auf eine wohnortnahe Versorgung angewiesen. Der Wegfall der Nahversorgung erfordert eine erhöhte Mobilität der Bewohner oder zwingt sie ggf. zum Umzug in Wohngebiete, in denen die Nahversorgung gesichert ist. Im Rahmen eines Konzeptes für das Quartier muss dieser Gesamtzusammenhang berücksichtigt und perspektivisch und nachhaltig gedacht werden.

Abbildung 30 verdeutlicht zusammenfassend die gegenwärtige Situation im Quartier.

Abbildung 30: Ausgangslage und Chancen im Quartier „Auf dem Schnee“

Ausgangslage	<ul style="list-style-type: none"> Schließung eines Vollsortimenters (Edeka) mit 800 m² VKF und integrierten Nutzungen (Bäcker, Reinigung, Lotto) → Bäckerei besteht noch Aktuellste Entwicklung: Kauf der Fläche/Immobilie durch Immobiliengesellschaft
Chancen	<ul style="list-style-type: none"> Aufstellungsbeschluss für B-Plan wünschenswert wäre eine Neuansiedlung von Nahversorgung sowohl seitens der Stadt als auch der Quartiersbewohner eine leichte Vergrößerung der VKF wäre voraussichtlich möglich
Risiken/ Hindernisse	<ul style="list-style-type: none"> Derzeitige Verkaufsfläche für „klassische“ Nahversorger wenig attraktiv Aktueller Eigentümer aufgrund laufender Gespräche noch nicht gesprächsbereit (um z.B. alternativen Anbieter für den Standort zu gewinnen)

Quelle: Auswertung von Presseartikeln, Gespräche mit Akteuren, eigene Darstellung

Essen „Isinger Feld“

Das Quartier „Isinger Feld“ liegt administrativ im Stadtteil Leithe am östlichen Stadtrand von Essen an der Grenze zu Bochum-Wattenscheid. Unter Berücksichtigung der Luftlinie sind Infrastrukturen von der etwaigen Quartiersmitte aus bereits recht weit entfernt. Hinzu kommt die Begrenzung durch Kleingartensiedlungen in nördlicher bzw. nordwestlicher Richtung. Die zu überwindenden Wegstrecken aus dem Quartier zu bspw. den Infrastrukturen entlang der Kraye Straße liegen folglich außerhalb des fußläufigen Bereichs. Durch die bereits genannten Kleingartensiedlungen sowie den südlich angrenzenden Isingpark und die weitläufigen landwirtschaftlichen Flächen in östlicher Richtung ergeben sich auch für dieses Quartier bereits recht deutliche räumliche Begrenzungen für die Potenzialanalyse.

Trotz der recht großen Entfernung zur Essener Innenstadt ist das Wohnviertel durch die vornehmliche Bebauung aus Mehrfamilienhäusern mit vier bis acht Wohngeschossen recht verdichtet. Der Wohnungsbestand in dem Quartier ist überwiegend in der Hand großer Wohnungsunternehmen; insb. zählen dazu die Allbau AG, die GAGFAH und die Deutsche Annington, die insgesamt etwa 4.000 Bewohnern Wohnraum bieten. Das Baujahr liegt etwa in den späten 1960er Jahren.

Abbildung 31: Einbettung des Quartiers „Isinger Feld“ in die Quartierstypologie



Quelle: eigene Darstellung

Auch das Quartier „Isinger Feld“ hat nach Angaben der Allbau AG in der Vergangenheit unter einem Wegfall von Infrastrukturen gelitten. Der Isinger Platz war früher Standort eines Supermarktes, eines Zeitschriftenhandels und anderer für die Nahversorgung relevanter Angebote. Resultierend aus der Ansiedlung eines Einkaufszentrums an der Brembergstraße in einer Entfernung von etwa 1 km mit Supermarkt, Discounter, Getränkemarkt und einem Geschäft für Tierbedarf sind die Versorgungsstrukturen im „Isinger Feld“ weggebrochen. Verblieben sind Zeitungsberichten zufolge lediglich ein Bäcker sowie eine Sparkassenfiliale, womit sich nicht nur ältere Bewohner sondern auch Familien mit Kindern unzureichend versorgt fühlen.¹⁷⁸

In das Quartier ist in der vergangenen Zeit sehr viel Bewegung gekommen. Auslöser hierfür war laut Aussage eines Ansprechpartners der Allbau AG die Erstellung eines integrierten Quartiersentwicklungskonzeptes, das das Wohnungsunternehmen mit Blick auf ihre Bestandsentwicklungsstrategie durch steg NRW hat erstellen lassen. Es sollte Entwicklungsperspektiven aufzeigen und eine Richtschnur für eine nachhaltige Bewirtschaftungsstrategie und „zielgerichtete Investitionen“ enthalten¹⁷⁹. Aufgrund der Ergebnisse hat die Allbau AG mit ihren umfangreichen Modernisierungsarbeiten begonnen und ein großer Teil der Modernisierungsarbeiten ist bereits erfolgt. Laut eigener Aussage sollen die Arbeiten an den über 550 Wohnungen im September 2015 abgeschlossen sein. Aufgrund einer bereits erkennbaren Überalterungstendenz in dem Gebiet sowie mit einem Anteil der „älteren Generation“ von rd. 30 Prozent in den Wohnungsbeständen der Allbau¹⁸⁰ sollten die Wohnungen u.a. auf die Zielgruppe der Senioren ausgerichtet – heißt barrierefrei umgebaut – werden. Das Investitionsvolumen beläuft sich nach eigenen Angaben auf rd. 19 Mio. Euro.

¹⁷⁸ Homepage WAZ 5, telefonische Auskünfte der Allbau AG

¹⁷⁹ Homepage steg NRW

¹⁸⁰ Homepage WAZ 5

Tabelle 17: Rahmendaten des Quartiers „Isinger Feld“

Stand: 31.12.2013	Stadtteil 47 Essen-Leithe
Einwohner	6.837
Einwohnerentwicklung 2005 bis 2012 in %	- 3,5 %
Haushalte	3.184
Anteil 1-Personen-Haushalte	36,1 %
Ø HH-Größe	2,1
Durchschnittsalter	Keine Angabe
Anteil der über 65-Jährigen	15,5 %
Anteil Minderjähriger	23,3 %
Ausländeranteil	10,6 %
Arbeitslosenanteil	Keine Angabe

Quelle: Statistikamt Stadt Essen, eigene Darstellung

Als Folge auf die Tätigkeiten des Wohnungsunternehmens haben auch GAGFAH und Annington begonnen, ihre Bestände zumindest äußerlich zu renovieren¹⁸¹. Inwiefern Modernisierungen an den Wohnungen vorgenommen wurden, kann zu diesem Zeitpunkt nicht abschließend bewertet werden.

Neben den baulichen Veränderungen an den Wohnräumen hat die Allbau AG sich als zentraler Akteur im Quartier auch für dessen Belebung eingesetzt. Gemeinsam mit der Arbeiterwohlfahrt (AWO), die im Julius-Leber-Haus im Quartier ansässig ist, wurde ein vielfältiges soziales Engagement im Quartier initiiert. So gibt es bspw. eine Sozialarbeiterin, die die Vernetzung übernimmt und in Kooperation mit der AWO den in der Ladenstraße errichteten Allbau-Punkt mit bespielt. Hier sind ein Pflegedienst und Gemeinschaftsräume untergebracht, die für ganz unterschiedliche Zwecke nutzbar sind. Mehrmals in der Woche sind zudem sowohl Vermietungsverantwortliche des Wohnungsunternehmens als auch ein Hausmeister und sonstige Kundenbetreuer für die Bewohner des Quartiers zu finden und ansprechbar.¹⁸²

Aufgrund des fehlenden Lebensmittelangebotes haben Allbau und AWO einen shuttle-Bus organisiert, der die Bewohner des Quartiers einmal wöchentlich zum Einkaufszentrum an der Brembergstraße zur Erledigung der Einkäufe bringt (rd. 1 km Entfernung). Nach eigenen Angaben wird dieses Angebot allerdings noch nicht allzu rege genutzt.¹⁸³

Das Quartier „Isinger Platz“ verfügt noch einen kleinen Grundstock an Infrastrukturen. Neben einer Fahrschule (ehemalige Apotheke) und einem Versicherungsbüro (ehemaliger Friseur), die jeweils irrelevant für die wohnortnahe Versorgung und den täglichen Bedarf sind, sind die Angebote rudimentär. Ärztliche bzw. medizinische Versorgung im Allgemeinen sind im Quartier nicht vorhanden. Zwei Gewerbeimmobilien sind derzeit leerstehend; eine ist im Besitz der Allbau AG und die andere (ehemalige Schleckerfiliale) ist noch im Besitz eines anderen Eigentümers.¹⁸⁴ Nach eigenen Erhebungen sind erst außerhalb eines 500 m-Umkreises einige Discounter (Aldi und Lidl jenseits der Bahnlinie) sowie ein Edeka-Markt in der Straße „Zur Beckhove“ vorhanden.

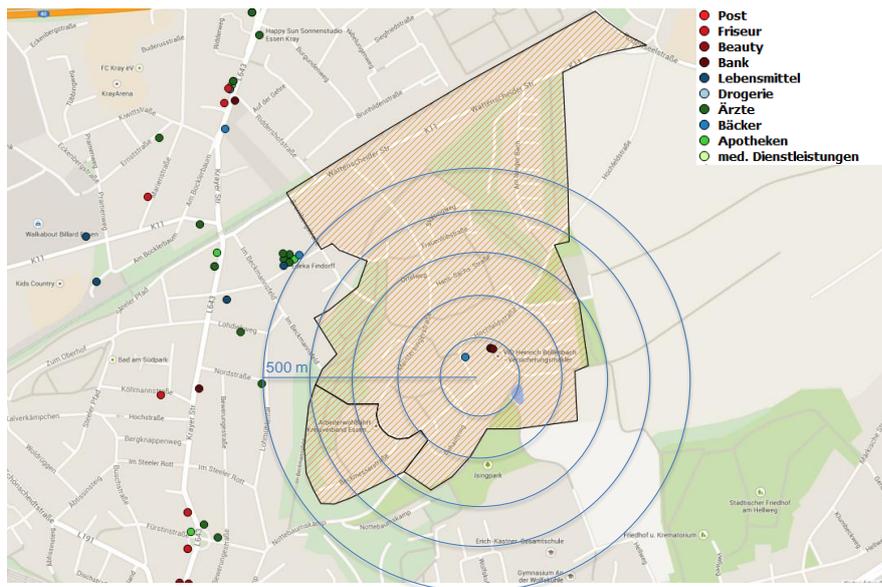
¹⁸¹ Telefonische Auskünfte der Allbau AG

¹⁸² ebd.

¹⁸³ Homepage WAZ 5, telefonische Auskünfte der Allbau AG

¹⁸⁴ Telefonische Auskünfte der Allbau AG

Abbildung 32: Das Quartier „Isinger Feld“ in Essen-Leithe

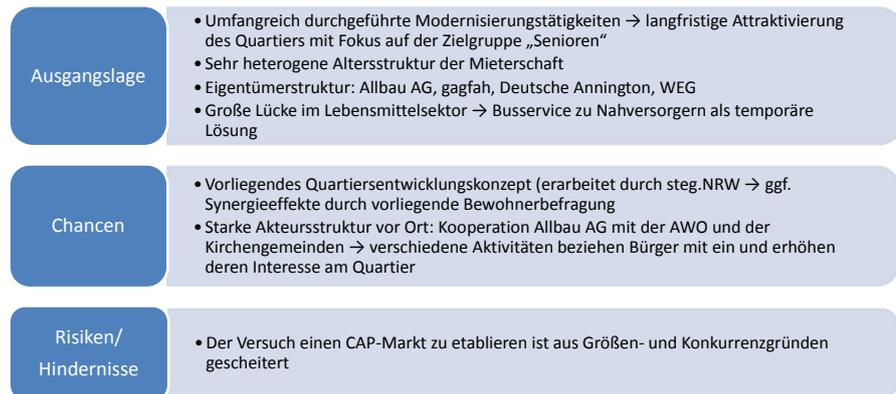


Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage von GoogleStreets und der Quartiersabgrenzung aus dem Projekt „Energieeffizienzquartiere“ im Auftrag der Wirtschaftsförderung metropol Ruhr

Da die Allbau den Shuttle-Busservice ursprünglich als temporäre Lösung initiiert hat, wurde bereits ein weiterer Versuch unternommen, die Versorgungslücke zu schließen und damit das Wohnquartier nachhaltig zu attraktivieren. In der erworbenen und zurzeit leerstehenden Gewerbeimmobilie sollte ein CAP-Markt etabliert werden. Die Verkaufsfläche beläuft sich auf 238 m². Der Vorschlag ist bei der Stadt Essen auf großen Zuspruch gestoßen und auch die Bezirksregierung hat bestätigt, dass das Konzept förderfähig sei, es fehlte lediglich ein potenzieller Betreiber. Die Pläne sind letztlich gescheitert, da der potenzielle Betreiber eine zu große Konkurrenzsituation ausgehend von den vorhandenen Discountern im Umfeld erwartet hat.¹⁸⁵ Insofern wird diese sowie die Konzeptionierung eines Nischenangebotes, das sich mit umliegenden Angeboten verträgt, im Rahmen einer Konzeptionierung eine wesentliche Rolle spielen. Gute Voraussetzungen bilden die vorhandenen und engagierten Akteure, die aktive Bewohnerschaft sowie das Vorhandensein von Bestandsimmobilien.

Die nachfolgende Grafik stellt noch einmal die wichtigsten Aspekte zu den Oberthemen Ausgangslage, Chancen sowie Risiken und Hindernisse anschaulich zusammen.

¹⁸⁵ Telefonische Auskünfte der Allbau AG

Abbildung 33: Ausgangslage und Chancen im Quartier „Isinger Feld“


Quelle: Auswertung von Presseartikeln, Gespräche mit Akteuren, eigene Darstellung

Hagen „Emst“

Bei dem Quartier „Emst“ handelt es sich um einen Teilbereich des gleichnamigen Stadtteils der Stadt Hagen. Es handelt sich um ein Quartier, das sich in räumlicher Nähe zur Hagener Innenstadt (rd. 3 km) befindet und sich durch seine Plateaulage auszeichnet. Hagen verfügt über zahlreiche Höhenlagen, hierzu zählt auch der Bereich Emst. Die Ausprägung als Plateau ermöglicht jedoch innerhalb des Quartiers eine vergleichsweise gute Erreichbarkeit der hier noch befindlichen Infrastrukturangebote. Die Bebauungsstrukturen zeichnen sich durch eine Mischung aus Ein- und Mehrfamilienhausbeständen aus, die zu großen Teilen in der Nachkriegszeit entstanden sind. Insbesondere die Gebäude im südlichen Teil der dargestellten Quartiersränder sind jedoch bereits älter – hier hat der Generationenwechsel in vielen Fällen bereits stattgefunden, während sich dieser in den Nachkriegsbeständen noch vollzieht. Es handelt sich um ein stark nachgefragtes Quartier, das nach Einschätzung befragter Experten für mehrere Zielgruppen attraktiv ist – u.a. da neben den Eigenheimbeständen, in denen nun oftmals der Generationenwechsel ansteht, auch zahlreiche Mietwohnungen des Hagener Wohnungsvereins und der ha.ge.we (WIR-Unternehmen) vorhanden sind.

Abbildung 34: Einbettung des Quartiers „Emst“ in die Quartierstypologie


Quelle: eigene Darstellung

Der Blick auf die folgenden statistischen Rahmendaten verdeutlicht des Weiteren, dass das Quartier durch eine deutliche Überalterung geprägt ist. Bereits mehr als jeder dritte Bewohner ist älter als 65 Jahre. Es handelt sich um einen Teilbereich der Stadt Hagen, der über einen der höchsten Anteile an Hochaltrigen verfügt. Aktuelle Maßnahmen, wie der Neubau eines betreuten Wohnprojekts in der Mitte des Quartiers belegen, dass hinsichtlich der altersgerechten Quartiersentwicklung Bedarf besteht, der auch Auswirkungen auf das Nahversorgungsangebot haben kann.

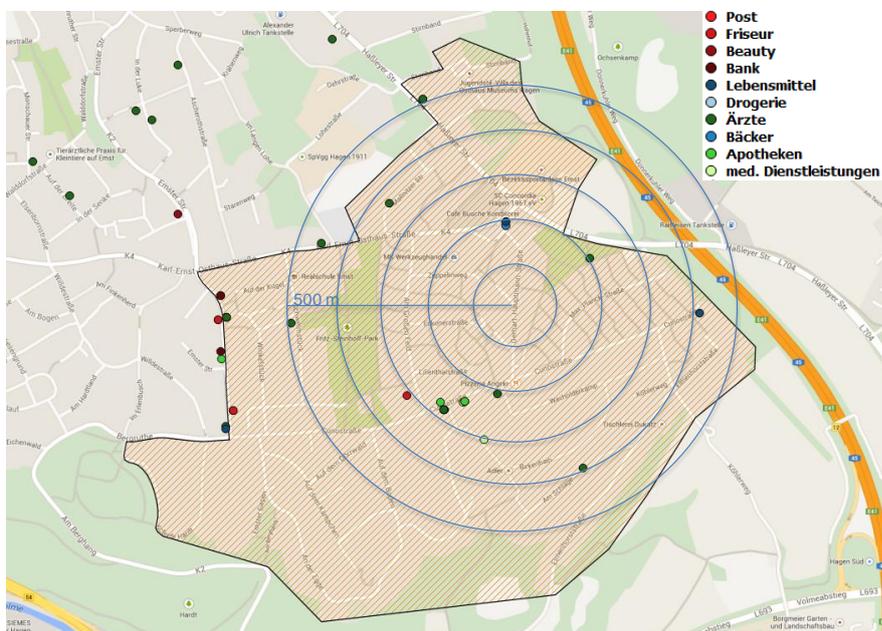
Tabelle 18: Rahmendaten des Quartiers „Emst“

Stand: 31.12.2013	Stadtteil 47 Essen-Leithe
Einwohner	10.749
Anteil Minderjähriger	15,2 %
Anteil der über 65-Jährigen	31,1 %
Ausländeranteil	4,1 %

Quelle: Statistikamt Stadt Hagen, eigene Darstellung

Hinsichtlich der Infrastrukturausstattung ist festzuhalten, dass das Quartier zwar noch über einen Lebensmittelmarkt und weitere Angebote in Form von Banken, Ärzten und weiteren Angeboten verfügt, die sogenannte „Emster Ladenzeile“ (in der sich neben dem Gastronomieangebot „Emster Quelle“ auch ein Kiosk und ein Friseur sowie die leerstehende Schlecker-Filiale befinden) jedoch Bestandteil einer größeren Diskussion im Stadtteil ist. Der Eigentümer der Ladenzeile, der Hagener Wohnungsverein, verfolgt Abrisspläne der gewerblich genutzten Einheiten und der angrenzenden Garagen, um neue, barrierearme Garagen an gleicher Stelle zu errichten. Diese Pläne stießen bei der Bevölkerung auf deutlichen Unmut und führten zu einer Protestaktion. Insbesondere die „Emster Quelle“ hat für das Quartier eine wichtige Funktion als Treffpunkt. Nach aktuellem Stand hat die Protestaktion der Bewohnerschaft dazu geführt, dass der Bereich, der die „Emster Quelle“, den Kiosk und den Friseur umfasst, kurzfristig nicht abgerissen werden soll. Der Hagener Wohnungsverein hat jedoch auch zum Ausdruck gebracht, dass er langfristig nicht in den Bestand investieren will und somit über Alternativkonzepte diskutiert werden müsste.

Abbildung 35: Das Quartier „Emst“ in Hagen



Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage von GoogleStreets und der Quartiersabgrenzung aus dem Projekt „Energieeffizienzquartiere“ im Auftrag der Wirtschaftsförderung metropoleruhr

Parallel findet hinsichtlich der Infrastrukturplanung im Stadtteil eine weitere Diskussion statt. Neben dem Thema „Schaffung eines Treffpunkts“ steht auch das Lebensmittelangebot im Fokus der Diskussion zwischen Quartiersbewohnern, Lokalpolitik und Stadtverwaltung. Im Rahmen der Aktualisierung des

Masterplans Einzelhandel wurden mögliche Standorte für die Platzierung eines Vollsortimenters diskutiert, der in langfristiger Perspektive den Lebensmittelbedarf des Quartiers decken könnte – gleichzeitig aber eine Konkurrenzsituation für den bestehenden Kaufpark und den kleinen Anbieter „Jetter“ im Quartier hervorrufen kann.

Bei dem Quartier handelt es sich somit zusammenfassend aus folgenden Gründen um ein interessantes Fallbeispiel:

- Das Quartier verfügt über eine sehr engagierte Bewohnerschaft und eine motivierte Lokalpolitik, die sich für die konkreten Bedarfe einsetzen und hierzu auch Diskussionen mit der Stadt und der Wohnungswirtschaft anstoßen.
- Nach Einschätzung der Stadtverwaltung Hagen handelt es sich um einen günstigen Moment, im Rahmen der Forschungsstudie die Bedarfslage näher zu untersuchen, da aktuell die Nahversorgungs- und Lebensmittelsituation auf dem Prüfstand steht.
- Aufgrund der aktuell laufenden Diskussionen zum Erhalt der Emster Ladenzeile und der möglichen Ansiedlung eines Vollsortimenters besteht die Möglichkeit, mögliche Wertschöpfungspotenziale zu ermitteln, z.B. indem die bestehenden Bedarfe im Rahmen der Konkretisierung der Planungen mit aufgegriffen werden und ggf. Angebotskoppelungen überdacht werden.

Abbildung 36: Ausgangslage und Chancen im Quartier „Emst“

Ausgangslage	<ul style="list-style-type: none"> • Wohnungsbestände des Wohnungsvereins Hagen und der ha.ge.we • Streit um die Zukunft der „Emster Ladenzeile“; Bürger haben gegen Abrisspläne des Wohnungsvereins demonstriert mit dem Resultat, dass die alte Schleckerfiliale und 22 Garagen abgerissen werden und der Bereich mit Kneipe, Kiosk und Friseur erhalten bleibt • Wohnungsverein stoppt seine Investitionen (fehlende Sanierungsfähigkeit) • Ziel des Wohnungsvereins: Neubau von Garagen (u.a. behindertengerecht)
Chancen	<ul style="list-style-type: none"> • aktuell beschäftigt sich die Stadt mit dem Thema Nahversorgung auf Emst im Rahmen der Aktualisierung des Masterplans Einzelhandel (bereits erfolgte Bürgerinformationsveranstaltung); drei unterschiedliche Standorte standen für die Neuansiedlung zur Verfügung (begrüßt würde eine neue Quartiersmitte) → Zeitpunkt für Bedarfserhebung ist hier ideal • sehr engagierte Bürgerschaft für den Erhalt der Infrastruktur im Stadtteil
Risiken/ Hindernisse	<ul style="list-style-type: none"> • Der im Quartier angesiedelte kleine Kaufpark sowie weitere kleinteilige Angebote im Quartier müssen in der Konzeptionierung für den Neubau Berücksichtigung finden

Quelle: Auswertung von Presseartikeln, Gespräche mit Akteuren, eigene Darstellung

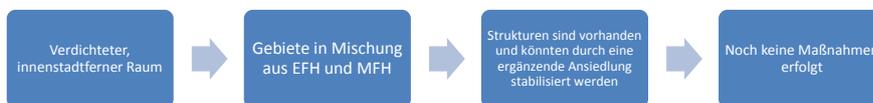
Hagen Spielbrink

Das Quartier „Spielbrink“ liegt im Hagener Stadtteil Haspe und zeichnet sich insbesondere durch seine Topographie aus. Die Erreichbarkeit des Quartiers ist durch seine Hanglage an einem steil verlaufenden Berg für in der Mobilität eingeschränkte Personen stark eingeschränkt und stellt dementsprechend eine besondere Herausforderung dar. Anders als im Quartier „Emst“ handelt es sich jedoch um keine Plateaulage, sondern der Berg steigt bis zum nördlichen Rand des Quartiers, das durch einen Wald gebildet wird, stark an. Die Hagener Innenstadt befindet sich in rd. 6 km Entfernung, der Stadtteil Haspe verfügt jedoch noch über ein eigenes Stadtteilzentrum, das wiederum in Tallage und in rd. 2,5 km Entfernung befindlich ist. In diesem Stadtteilzentrum werden aktuell durch die GWG Hagen Maßnahmen durchgeführt, um den Einzelhandel in diesem Bereich wieder zu stärken, da auch hier bereits Strukturen und Angebote weggebrochen sind. Zu diesen Maßnahmen zählen auch der Rückbau

eines ehemaligen Bunkers und die Neubebauung mit einer gewerblich genutzten Immobilie.

Bei dem betrachteten Quartier „Spielbrink“ handelt sich um einen verdichteten, eher innenstadtfernen Raum, der durch eine Mischung von Mehr- und Einfamilienhausstrukturen geprägt ist. Als wesentlicher Erfolgsfaktor für die Diskussion um Weiterentwicklungsmöglichkeiten des Quartiers ist zu nennen, dass zwei große Hagener Wohnungsunternehmen (GWG Hagen und ha.ge.we) Mietwohnungsbestände im Quartier besitzen, die zum Teil bereits modernisiert wurden und sich dementsprechend in einem guten Zustand befinden. Wohnungsbestände, die ehemals von der Deutschen Annington angekauft wurden, befinden sich derzeit in der Privatisierung und werden u.a. von privaten Haushalten erworben und oftmals mithilfe von Eigenleistung umgebaut (Mehrfamilienhäuser mit vier kleinen Wohnungen werden z.B. in Zweifamilienhäuser umgebaut).

Abbildung 37: Einbettung des Quartiers „Spielbrink“ in die Quartierstypologie

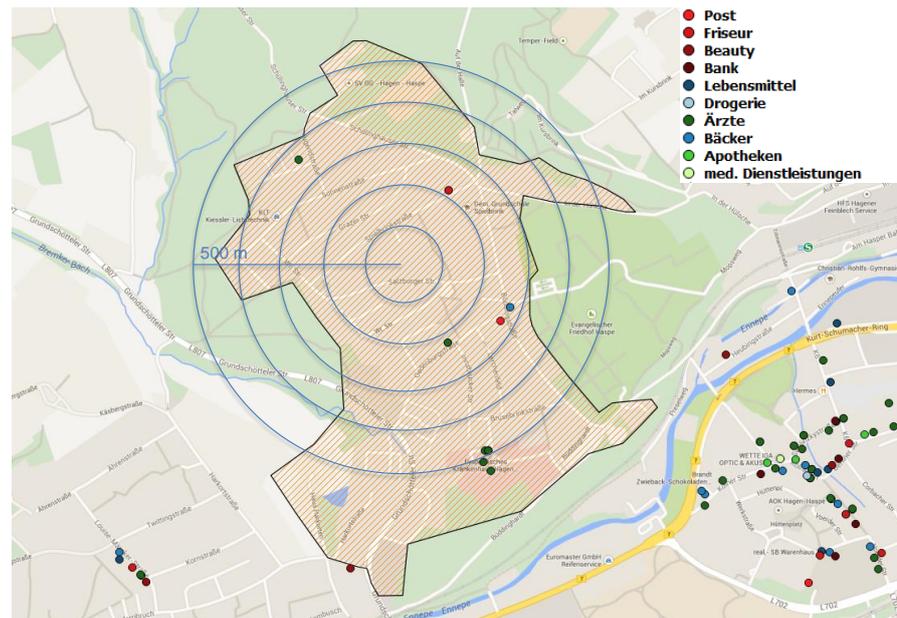


Quelle: eigene Darstellung

Das Quartier zeichnet sich durch eine sehr geringe infrastrukturelle Ausstattung aus: Aktuell sind neben einer Bäckerei (die sich in einer ehemaligen Sparkassenfiliale befindet), einer Lottoannahmestelle und einem Reisebüro keine weiteren nennenswerten Infrastrukturangebote im Quartier verortet. Aufgrund der ehemaligen Nutzung durch die Sparkasse wurde bei der Umwandlung in eine Bäckerei zumindest ein Geldautomat erhalten, Möglichkeiten, Überweisungen oder andere Aufgaben zu tätigen, bestehen hier allerdings nicht. Eine Schleckerfiliale im nördlichen Teilbereich des Quartiers konnte sich vor dem Hintergrund der regional vorgenommenen Schließungen ebenfalls nicht im Quartier halten.

Vor einigen Jahren befand sich im Quartier noch ein Lebensmittelhändler. Dieser konnte am Standort langfristig nicht aufrechterhalten werden, u.a. da in rd. 1,5 km Entfernung ein Discounter entstand. Dieser befindet sich allerdings in Tallage und ist somit nur für die mobilen Quartiersbewohner gut zu erreichen. Eine Nachnutzung durch einen ausländischen Einzelhändler, der spezifische Lebensmittelangebote offerierte, war am Standort ebenfalls nicht erfolgreich – mit der Folge, dass die Gewerbeimmobilie aktuell rückgebaut wurde. In der aktuellen Planung sollen an dieser Stelle durch eine der Wohnungsgesellschaften Garagen errichtet werden. Vor diesem Hintergrund stellen sich die infrastrukturelle Ausstattung und die Möglichkeit, diese künftig zu verbessern, als erschwert dar, da – anders als in weiteren Quartiersbeispielen – keine Bestandsimmobilie zur Verfügung steht, die als Grundlage für eine Neuansiedlung eines bedarfsgerechten Angebots genutzt werden könnte.

Abbildung 38: Das Quartier „Spielbrink“ in Hagen



Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage von GoogleStreets und der Quartiersabgrenzung aus dem Projekt „Energieeffizienzquartiere“ im Auftrag der Wirtschaftsförderung metropoluhr

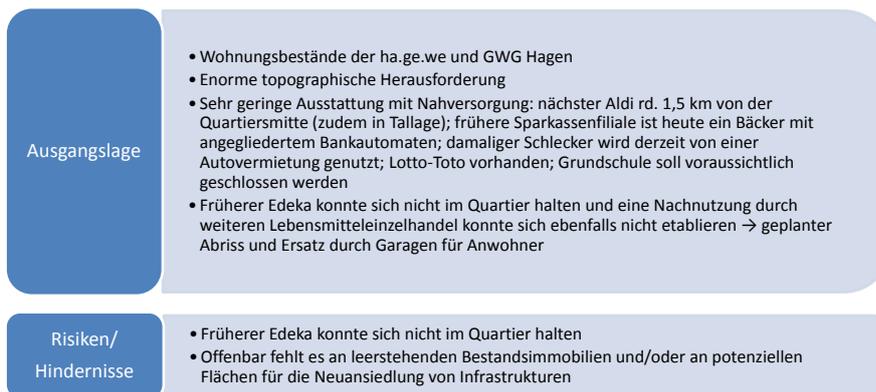
Neben den größeren Wohnungsgesellschaften bilden auch Kleineigentümer, die Eigenheime im Quartier besitzen, eine weitere wichtige Akteursgruppe. Eine Vielzahl der Wohneinheiten im Quartier ist zu Nachkriegszeiten und bis in die 1970er Jahre entstanden. Kleinere Nachverdichtungen in Form von Reihenhäusern zu Anfang des 21. Jahrhunderts haben zu einer städtebaulichen Ergänzung geführt. Der Blick auf die statistischen Zahlen belegt, dass in den Beständen noch ein nennenswerter Anteil an Erstbeziehern wohnhaft ist – so ist aktuell etwa jeder dritte Einwohner im Bereich Haspe-West (hierzu zählt auch das Quartier Spielbrink) bereits älter als 65 Jahre. Dies stellt bereits ein wichtiges Indiz für mögliche Bedarfe hinsichtlich der Nahversorgung dar.

Tabelle 19: Rahmendaten des Quartiers „Spielbrink“

Stand: 31.12.2012	Statistischer Bezirk Haspe-West	Stadtbezirk Haspe
Einwohner	12.412	29.410
Anteil Minderjähriger	19,2 %	20,1 %
Anteil der über 60-Jährigen	29,2 %	26,5 %
Ausländeranteil	9,6 %	15,7 %

Quelle: Statistikamt Stadt Hagen, eigene Darstellung

Abbildung 39: Ausgangslage und Chancen im Quartier „Spielbrink“



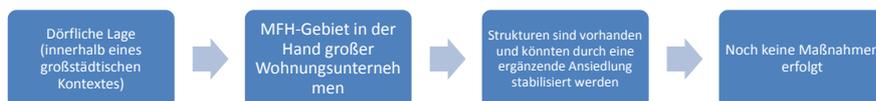
Quelle: Auswertung von Presseartikeln, Gespräche mit Akteuren, eigene Darstellung

Bochum-Langendreer „Sonnenleithe/Birkhuhnweg“

Das sechste Quartier, das in die Auswahl mit einbezogen worden ist, liegt administrativ in Bochum-Langendreer im Bereich Sonnenleithe/Birkhuhnweg. Grundsätzlich handelt es sich dabei um einen im östlichen Stadtgebiet von Bochum gelegenen Bereich. Das genannte Quartier ist unweit der Autobahn 44 und der Bundesstraße 226 zu verorten. Entsprechend bilden diese beiden Trassen automatisch dominante räumliche Grenzen.

Die Lage des Quartiers ist insgesamt als dörflich innerhalb des großstädtischen Kontextes zu bezeichnen. Dennoch prägen etwa drei- bis fünfgeschossige Mehrfamilienhäuser das Bild, die sich vor allem in der Hand der vbw Bauen und Wohnen GmbH aus Bochum befinden.

Abbildung 40: Einbettung des Quartiers „Sonnenleithe/Birkhuhnweg“ in die Quartierstypologie

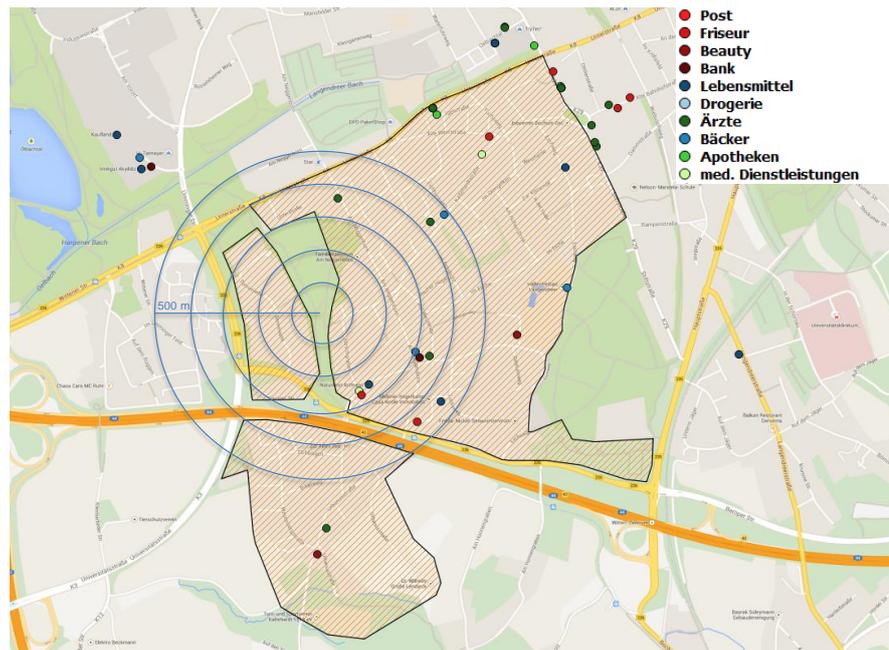


Quelle: eigene Darstellung

Dass dieses Quartier von einem Wegfall von Infrastrukturen betroffen ist, ist aus eigener Beobachtung hervorgegangen.

Insbesondere der westliche Bereich um die „Sonnenleithe“ weist keine relevanten Infrastruktureinrichtungen auf, der östliche Teilbereich hingegen verfügt über eine punktuell vorhandene Mischung aus medizinischer Dienstleistung, Bäcker, Arzt und Friseur. Zudem ist eine Grundversorgung mit Lebensmitteln durch einen Rewe-Markt mit angegliedertem Bio-Markt sowie durch eine Sparkassen-Filiale gegeben. Eine Reinigung mit einem integrierten Paketannahmeservice konnte sich in der Vergangenheit nicht halten und ist ersatzlos weggebrochen.

Abbildung 41: Das Quartier „Sonnenleithe/Birkhuhnweg“ in Bochum-Langendreer



Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage von GoogleStreets und der Quartiersabgrenzung aus dem Projekt „Energieeffizienzquartiere“ im Auftrag der Wirtschaftsförderung metropol Ruhr

Die noch vorhandenen Nutzungen würden einen guten Anknüpfungspunkt bieten, um ergänzende, passgenaue kleinteiligere (Dienstleistungs-)Angebote zur Stabilisierung und längerfristigeren gegenseitigen Sicherung zu initiieren. Maßnahmen oder Bestrebungen in dieser Hinsicht sind allerdings bislang noch nicht angestoßen worden. Auch in diesem Quartier deutet sich aber mit einem Durchschnittsalter von rd. 45 Jahren und einem Anteil von fast 30 Prozent an über 60-Jährigen an der Gesamtbevölkerung bereits die Tendenz zur Überalterung an. Insofern könnte künftig auch hier vermehrt die Fragestellung nach einer quartiersnahen Versorgung insb. seitens der älteren Bewohner in den Vordergrund treten.

Tabelle 20: Rahmendaten des Quartiers „Sonnenleithe/Birkhuhnweg“

Stand: 31.12.2013	Statistischer Bezirk 48 Langendreer
Einwohner	25.233
Einwohnerentwicklung 2008 bis 2013 in %	-2,4 %
Haushalte	12.580
Ø HH-Größe	1,98
Durchschnittsalter	45,1 Jahre
Anteil Minderjähriger	15,2 %
Anteil der über 60-Jährigen	28,6 %
Ausländeranteil	6,9 %
Arbeitslosenanteil	4,7 %

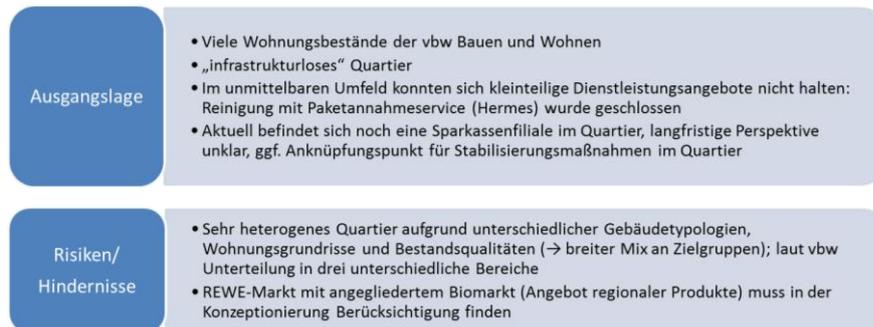
Quelle: Statistikamt Stadt Bochum, eigene Darstellung

Was die soziodemografischen Kennzahlen in Tabelle 20 nicht widerspiegeln, ist die sehr heterogene Bewohnerstruktur des Quartiers. Laut Aussage eines Mitarbeiters der vbw Bauen und Wohnen GmbH könnte das Quartier aufgrund dessen in drei Bereiche unterteilt werden. Dieser breite Mix ist Resultat der sehr unterschiedlichen Wohnungsgrößen, -zuschnitte und Objektqualitäten in dem Quartier. Insofern würde es eine Herausforderung darstellen, ein passge-

naues Konzept für dieses breite Zielgruppenspektrum zu etablieren. Mögliche leerstehende Gewerbeimmobilien sind im Quartier laut Aussage der vbw Bauen und Wohnen jedoch vorhanden und könnten daher zumindest in planungsrechtlicher Hinsicht eine gute Voraussetzung für die Neuansiedlung von Angeboten stellen.

Die nachfolgende Grafik stellt noch einmal die wichtigsten Aspekte zu den Oberthemen Ausgangslage, Chancen sowie Risiken und Hindernisse anschaulich zusammen.

Abbildung 42: Ausgangslage und Chancen im Quartier „Sonnenleithe/Birkhuhnweg“



Quelle: Auswertung von Presseartikeln, Gespräche mit Akteuren, eigene Darstellung

6. Bedarfsanalyse

Die Ergebnisse zu bereits bestehenden Nahversorgungskonzepten und wichtigen Erfolgsfaktoren der Implementierung und Durchführung sowie die ersten Erkenntnisse aus den sechs vorgestellten Quartieren wurden im Projektbeirat diskutiert. Im Rahmen dessen fand eine Verständigung auf vier Quartiere statt, die einer konkreten Bedarfsanalyse unterzogen werden sollen.

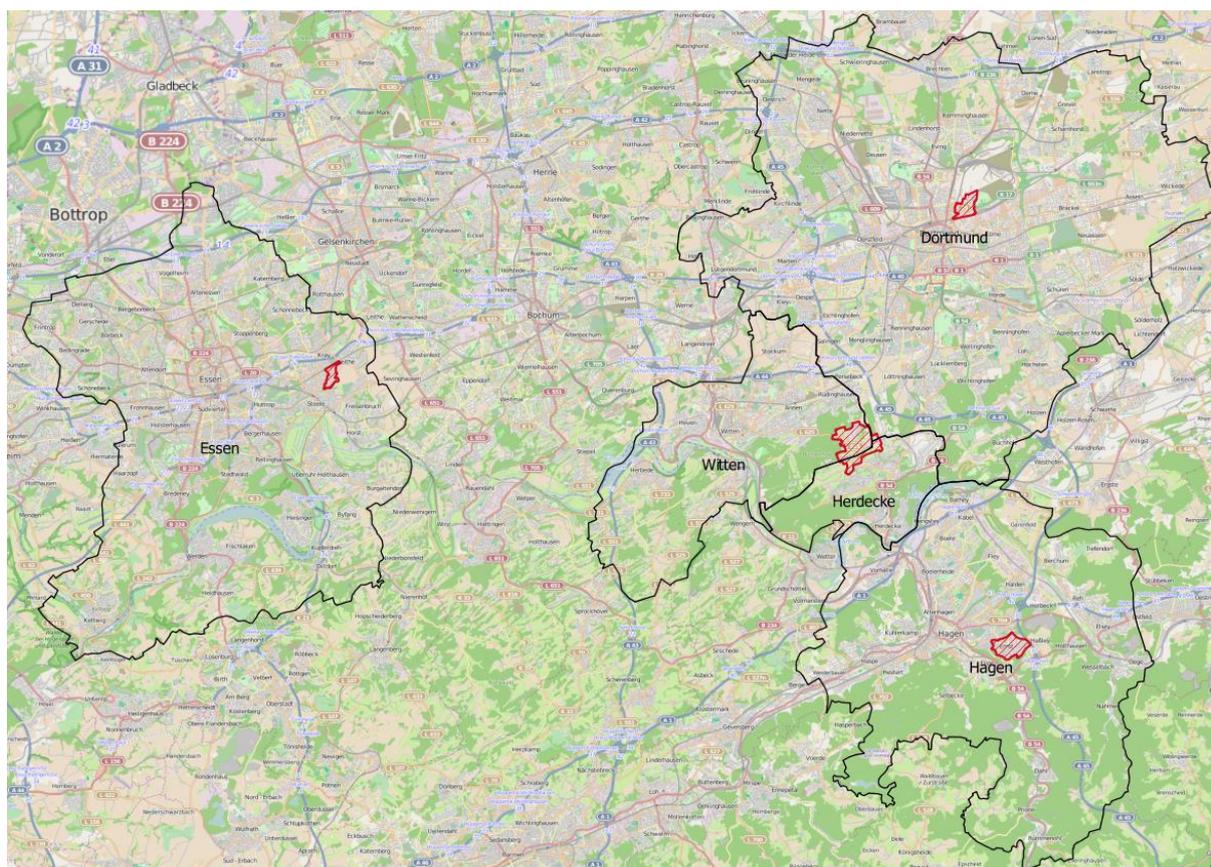
6.1. Auswahl von vier Fallbeispielen

Für die Auswahl der vier Fallbeispiele war es den Teilnehmern des Projektbeirats wichtig, Quartiere auszuwählen, die möglichst die unterschiedlichen für das Ruhrgebiet prägenden Typologien berücksichtigen. Vor diesem Hintergrund wurden die folgenden Quartiere festgelegt, die im Verlauf der weiteren Studie weiter untersucht und analysiert wurden:

- **Essen „Isinger Feld“** (kommunales Wohnungsunternehmen sowie große Wohnungsbaugesellschaften mit Beständen im Quartier, Bestands-gewerbeimmobilie konnte bislang noch nicht reaktiviert werden, Zwischenlösungen wie z.B. ein Bringdienst werden durch die Allbau angeboten)
- **Hagen „Emst“** (engagierte Bewohnerschaft und Lokalpolitik, zwei parallele Diskussionen um Schaffung eines ergänzenden Lebensmittelangebots, Erhalt von Treffpunktmöglichkeiten im Quartier)
- **Witten „Auf dem Schnee“** (peripheres, ländliches Quartier in Randlage von Witten, Prägung durch Einfamilienhäuser und zahlreiche Kleineigentümer, Bestandsimmobilie mit Wiedernutzungschance, großes Interesse der Stadtverwaltung an einer Angebotsneuschaffung)
- **Dortmund „Borsigplatz“** (hoher Anteil an Quartiersbewohnern mit Migrationshintergrund, leerstehende problematische Bestandsimmobilie, ggf. notwendige Bedarfe, die sich an Einkaufsverhalten und -wünschen der Quartiersbewohner orientieren)

Die nachfolgende kartografische Darstellung veranschaulicht zwecks eines besseren Überblicks und Eindrucks die konkrete Lage der ausgewählten Quartiere innerhalb der Region sowie innerhalb der jeweiligen Städte.

Abbildung 43: Lage der vier ausgewählten Fallbeispiele in der Region und der jeweiligen Stadt



Quelle: Kartengrundlage: RegioGraph Analyse 13; Bearbeitung durch InWIS Forschung & Beratung GmbH

6.2. Ergebnisse der Bewohnerbefragung

Im Anschluss an die Voruntersuchung erfolgte in einem weiteren Schritt eine qualifizierte Bedarfsanalyse mit dem zentralen Instrument der telefonischen Bewohnerbefragung. In den ausgewählten Quartieren wurde hierzu eine stichprobenbasierte Haushaltsbefragung durchgeführt, um im Wesentlichen zu erheben

- in welcher soziodemografischen Situation sich die Haushalte befinden (Bedürftigkeit, Leistungsfähigkeit),
- wie die Zufriedenheit mit dem vorhandenen Angebot in unterschiedlichen Sektoren (Einzelhandel, Dienstleistung, Gesundheit) und Themenfeldern (quantitativ, qualitative Ausstattung und Erreichbarkeit der Angebote, Service-Qualitäten, Öffnungszeiten usw.) ausgestaltet ist,
- für welche Leistungen das Quartier verlassen werden muss,
- welche Angebote konkret vermisst werden,

- welche Zahlungs-, Leistungs- und Beteiligungspotenziale bestehen (u.a. mit Blick auf die Möglichkeiten des ehrenamtlichen Engagements und der Akzeptanz hybrider Geschäftsmodelle).

Der verwendete Fragebogen befindet sich im Anhangband des Forschungsberichtes.

Insgesamt wurden 536 Bewohnerinterviews in den vier Quartieren durchgeführt, wobei im Quartier „Isinger Feld“ erst eine ergänzende Passantenbefragung eine ausreichende Anzahl an Interviews ermöglichte. Hinsichtlich der Repräsentativität der Ergebnisse ist Folgendes festzuhalten: da in der Darstellung der Ergebnisse auf eine weitere Differenzierung der Ergebnisse (z.B. nach Zielgruppen oder Altersgruppen) verzichtet wird, können Fallzahlen mit mindestens 100 Befragten pro Quartier als repräsentativ bezeichnet werden. Die tatsächlich erreichten Zielzahlen liegen durchgehend darüber. Ausschöpfungsquoten von über fünf Prozent können sogar als sehr hoch bezeichnet werden.

In der folgenden Tabelle sind die Rahmendaten der Befragung in den vier Untersuchungsquartieren zusammengeführt.

Tabelle 21: Rahmendaten der Befragung – soziodemografische und –ökonomische Struktur der Bewohnerhaushalte

	Dortmund „Borsigplatz“	Hagen „Emst“	Witten „Auf dem Schnee“	Essen „Isinger Feld“	Gesamt
Anzahl befragter Bewohner					
Anzahl geführter Interviews	141	180	113	102	536
Anteil erfolgreicher Interviews an recherchierten Telefonnummern	15%	18%	25%	32%	20%
Altersklassen					
18 bis unter 30 Jahre	6,4	1,7	0,9	3,1	3,0
30 bis unter 45 Jahre	20,7	3,4	9,8	20,8	12,6
45 bis unter 65 Jahre	32,9	37,3	44,6	33,3	37,0
über 65 Jahre	40,0	57,6	44,6	42,7	47,4
Migrationshintergrund					
Anteil Minderjähriger	79,7	94,4	99,1	94,1	91,5
Anteil der über 60-Jährigen	20,3	5,6	0,9	5,9	8,5
Durchschnittseinkommen, Ausgaben für den täglichen Bedarf					
Migrationshintergrund	1.704	2.612	2.757	2.469	2.364
Ausländeranteil	27,2	24,8	26,6	29,4	26,8

Quelle: eigene Darstellung

Zum Vergleich mit der tatsächlichen Altersstruktur sind in der folgenden Tabelle die statistischen Rahmendaten für die vier Untersuchungsquartiere zusammenfassend dargestellt. Zu beachten ist hierbei, dass es sich um die kleinstmögliche Möglichkeit der Darstellung handelt. Die statistischen Bezirke oder Baublöcke entsprechen daher nicht zu 100 Prozent den zugeschnittenen Quartiersbereichen, eignen sich aber für einen Vergleich der Befragungsergebnisse mit der tatsächlichen demografischen Situation in den Quartieren. Für das Untersuchungsquartier „Auf dem Schnee“ in Witten konnte nur das Wittener Stadtgebiet erfasst werden, da sich die statistischen Daten der Städte erheblich unterscheiden haben und somit eine Zusammenführung der Wittener und Herdecker Daten nicht möglich war. Nur ein kleiner Teil der nördlichen Quar-

tiersgrenze liegt auf dem Herdecker Stadtgebiet, daher ist dies weitgehend unproblematisch für die Darstellung der Ausgangssituation.

Im Vergleich wird deutlich, dass im Rahmen der telefonischen Befragung insbesondere ältere Haushalte ab 65 Jahren erreicht werden konnten. Diese bilden im Quartier „Emst“ auch den deutlich überwiegenden Anteil an den Bewohnern, während sie in den weiteren Untersuchungsquartieren geringer repräsentiert sind. Vor dem Hintergrund des Erkenntnisinteresses der Forschungsstudie und der Bedeutung von Nahversorgungsstrukturen in fußläufiger Entfernung insbesondere für Ältere ist diese Abweichung jedoch als unkritisch zu bewerten. Mit der Befragung konnten somit insbesondere diejenigen erreicht werden, die in besonderem Maße auf quartiersnahe Infrastrukturen angewiesen sind.

Tabelle 22: Altersstrukturen, Einwohner-/Haushaltszahlen der Untersuchungsquartiere

	Dortmund „Borsigplatz“ (statistischer Bezirk Borsigplatz)	Hagen „Emst“ (Hagen-Emst- Ost)	Witten „Auf dem Schnee“ (Ebene Baublock)	Essen „Isinger Feld“ (Stadtteilbereich 4 und 8)
Anteil Bewohner unter 18 Jahre	22,9	12,8	16,1	13,3
Anteil Bewohner 18 bis unter 30 Jahre	22,7	5,2	10,5	19,4
Anteil Bewohner 30 bis unter 45 Jahre	23,5	12,6	18,0	16,9
Anteil Bewohner 45 bis unter 65 Jahre	20,8	37,9	39,0	27,2
Anteil Bewohner über 65 Jahre	10,1	31,5	16,4	23,2
Einwohner gesamt	12.250	5.004	1.270	4.147
Anzahl der Haushalte	6.202	2.526	629	k.A.

Quelle: statistische Ämter der beteiligten Kommunen, eigene Zusammenstellung

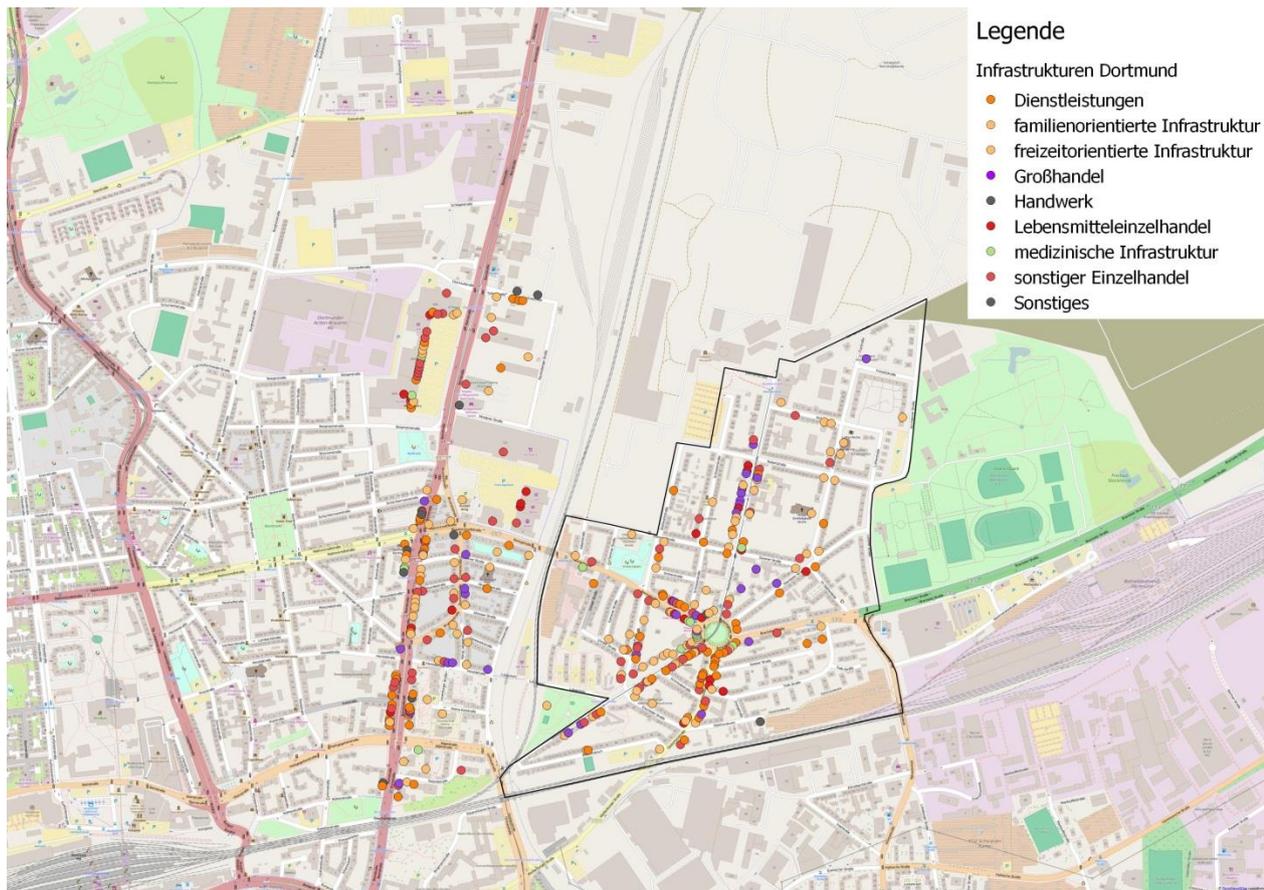
Für die Durchführung der Befragung wurden die Zuschnitte der Quartiere in Rücksprache mit örtlichen Experten in Abweichung zu den oben dargestellten Abgrenzungen aus dem RIN-Projekt noch leicht angepasst, da diese nicht ohne weiteres übertragbar waren. Den folgenden Erläuterungen zu den Ergebnissen der Bewohnerbefragung sind die Abgrenzungen der Quartiere vorangestellt. In den kartografischen Darstellungen sind des Weiteren die Ergebnisse der Quartiersbereisungen enthalten, bei denen alle Infrastrukturangebote in den Quartieren und den angrenzenden Bereichen erhoben wurden, um ein vollständiges Bild der Nahversorgungssituation aufzuzeigen.

6.2.1 Befragungsergebnisse Dortmund „Borsigplatz“

In der nachstehenden Abbildung ist neben der Abgrenzung des Quartiers für die Bewohnerbefragung zusammenfassend die aktuelle Versorgungssituation abgebildet, die mittels einer Vor-Ort-Begehung aufgenommen wurde.

Deutlich wird das kleinteilige Angebot, das von einem hohen Anteil an dienstleistungsgeprägten Angeboten geprägt wird. Das Angebot im Quartier selbst zeichnet sich des Weiteren durch u.a. eine große Anzahl an Kiosken aus. Des Weiteren finden sich im Quartier weitere ethnisch geprägte Angebote sowie einige Internet-/Call-Shops, Spielläden und Wettbüros, An- und Verkauf-Angebote sowie Gastronomieangebote mit überwiegend Imbiss-Charakter. Es handelt sich somit überwiegend um Angebote, die nur einen eingeschränkten Beitrag zur Nahversorgungssituation der Bewohner (insbesondere für ältere Bewohner) leisten können.

Abbildung 44: Infrastrukturen im Quartier „Borsigplatz“ in Dortmund

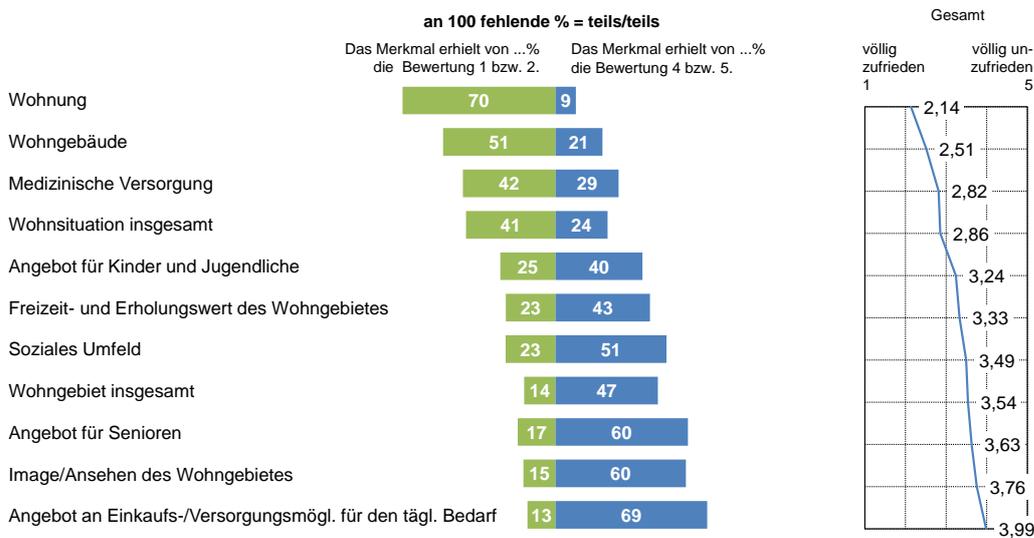


Quelle: eigene Erhebung und Darstellung

Im Allgemeinen, so gaben die 141 Befragten aus dem Quartier „Borsigplatz“ an, sind sie zufrieden mit ihrer Wohnsituation – insbesondere mit ihrer Wohnung. Deutlicher Handlungsbedarf zeichnet sich hingegen in Bezug auf das Ansehen bzw. Image des Viertels ab, welches fast zwei Drittel der Teilnehmer als nicht zufriedenstellend bewerteten, sowie im Bereich lokaler Einkaufs- und Versorgungsangebote (fast 70 % sind eher unzufrieden mit der aktuellen Situation).

Abbildung 45: Zufriedenheit mit der allgemeinen Wohnsituation im Quartier „Borsigplatz“

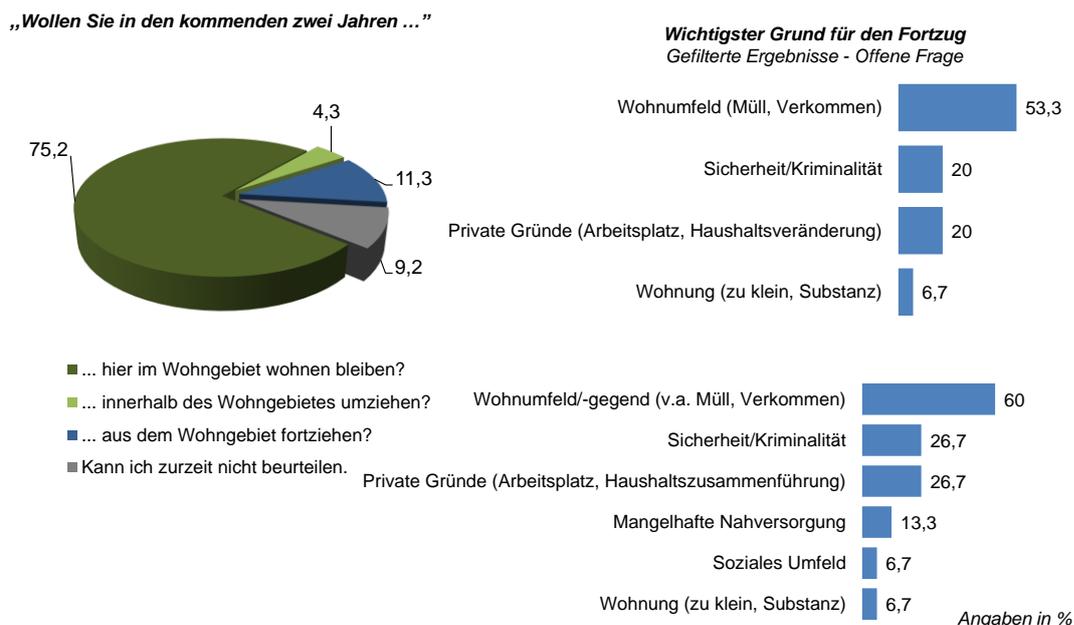
„Wie zufrieden sind Sie mit den folgenden Merkmalen Ihrer allgemeinen Wohnsituation? Bitte vergeben Sie für die folgenden Merkmale eine Note von 1 bis 5 mit der Bedeutung von völlig zufrieden (=1) bis völlig unzufrieden (=5).“



Quelle: eigene Darstellung

Rund 65 Prozent der Befragten zeigen eine deutliche Bindung an das Quartier, die mit einer hohen Verbleibswahrscheinlichkeit assoziiert ist. Tatsächlich geben drei Viertel der Teilnehmer an, auch in Zukunft im Quartier wohnen zu wollen. Unter den immerhin rund elf Prozent der Befragten, die eine Umzugsabsicht (höchster Anteil im Vergleich der vier Untersuchungsquartiere) äußern, fühlt sich ein Großteil nicht wohl im eigenen Wohnumfeld – unter anderem aufgrund von Verunreinigungen sowie empfundener Bedrohung durch Kriminalität.

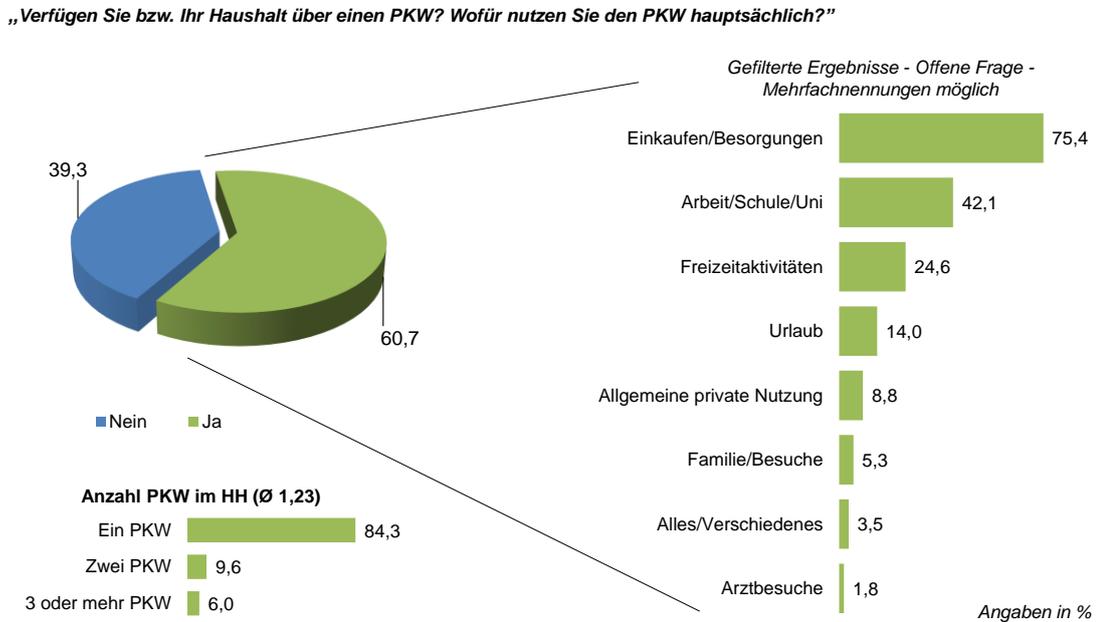
Abbildung 46: Umzugsabsichten und -gründe im Quartier „Borsigplatz“



Quelle: eigene Darstellung

Die Mehrheit der Befragten verfügt über einen PKW, den drei Viertel von ihnen zum Einkaufen nutzen. In Ermangelung adäquater Versorgungsstrukturen im Quartier werden viele alltägliche Bedarfe außerhalb des Wohnumfelds gedeckt. In diesem Fall sind insbesondere Menschen, die sich aufgrund geringen Einkommens kein Auto leisten können, benachteiligt.

Abbildung 47: Verfügbarkeit und Nutzung eines PKW im Quartier „Borsigplatz“



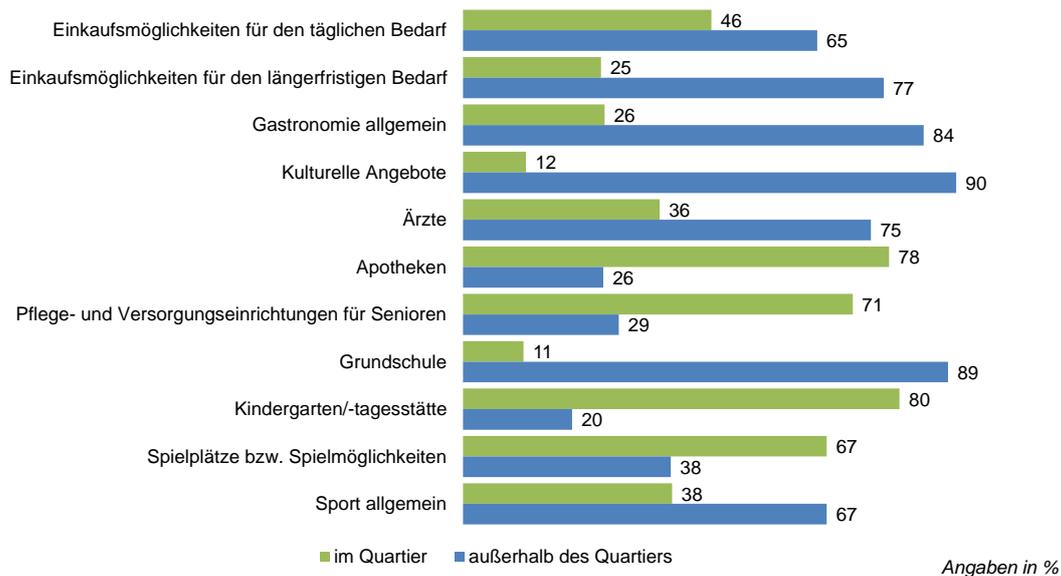
Quelle: eigene Darstellung

Im Hinblick auf Infrastrukturen für bestimmte Zielgruppen wie Kinder, Jugendliche und Senioren scheint das Quartier „Borsigplatz“ gut aufgestellt zu sein. Deutlich weniger bedarfsgerecht gestaltet sich das lokale Einkaufs-, Gastronomie- und Kulturangebot. Während eine ausreichende Versorgung mit Apotheken gewährleistet ist, werden von den Befragten vorrangig außerhalb des Quartiers angesiedelte Ärzte aufgesucht – vermutlich aufgrund fehlender Praxen in Wohnortnähe.

Abbildung 48: Ort der Ausübung der Aktivitäten im Quartier „Borsigplatz“ I

„Wo gehen Sie den genannten Aktivitäten in der Regel nach?“

Gefilterte Ergebnisse - nur Jene, die der Tätigkeit mind. mehrmals pro Jahr nachgehen - Mehrfachnennungen möglich



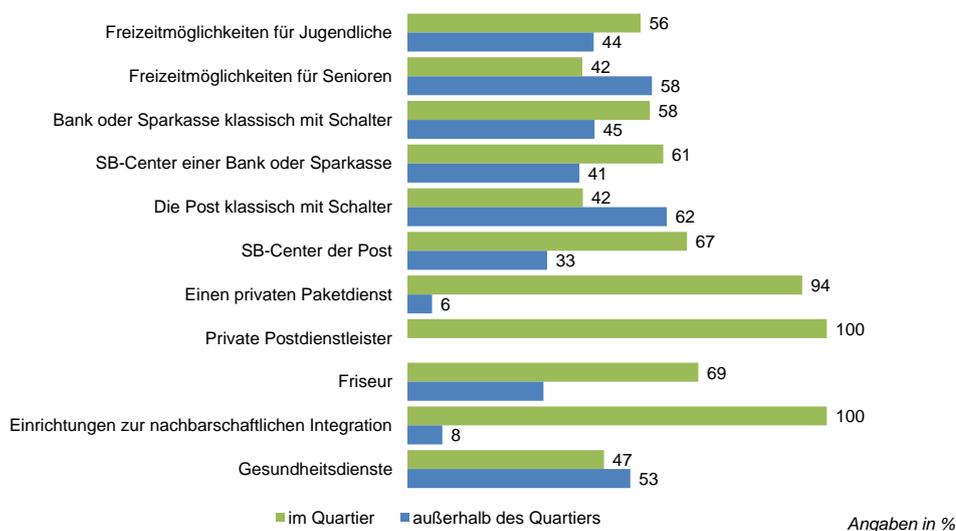
Quelle: eigene Darstellung

Die Mehrheit der Befragten nutzt zur Erledigung von Bankgeschäften vorhandene Angebote im Quartier. Wenig überraschend zeigt sich außerdem, dass Einrichtungen zur Förderung der Nachbarschaft vor allem im Wohngebiet aufgesucht werden. Hinsichtlich der gesundheitlichen Infrastrukturen und Versorgung ergibt sich ein differenziertes Bild. Einerseits scheint es nicht genügend Ärzte im Quartier zu geben, den Bedarf an Apotheken sowie Pflegeeinrichtungen hingegen deckt ein Großteil der Teilnehmer hingegen vor Ort. Ebenso können einige postalische Dienstleistungen in Wohnortnähe in Anspruch genommen werden, während es dort offenbar nicht genügend (zufriedenstellende) Poststellen im klassischen Sinne gibt.

Abbildung 49: Ort der Ausübung der Aktivitäten im Quartier „Borsigplatz“ II

„Wo gehen Sie den genannten Aktivitäten in der Regel nach?“

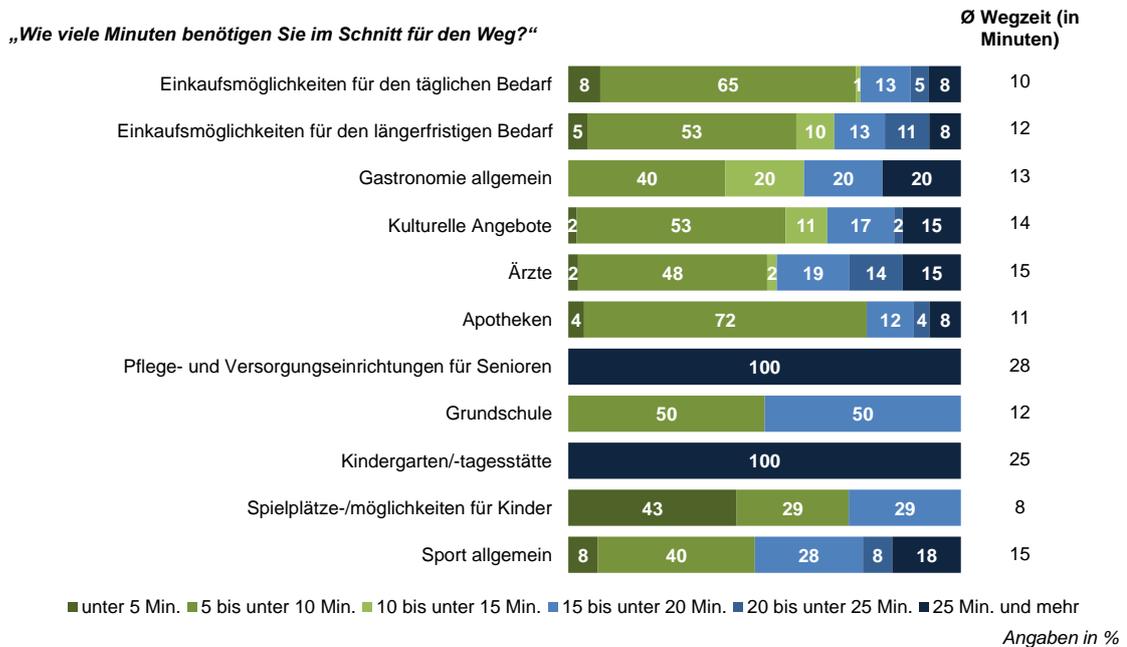
Gefilterte Ergebnisse - nur Jene, die der Tätigkeit mind. mehrmals pro Jahr nachgehen - Mehrfachnennungen möglich



Quelle: eigene Darstellung

Die zeitintensivsten Wege legen die Befragten zurück, um zu Institutionen der Kinder- und Seniorenbetreuung zu gelangen. Auch bei Arztbesuchen und der Nutzung kultureller Angebote müssen längere Wegzeiten bewältigt werden. Demgegenüber lassen sich Spielmöglichkeiten für Kinder durchschnittlich in acht Minuten und auch die Anbieter von Produkten des täglichen Bedarfs zügig erreichen.

Abbildung 50: Wegzeit zur Ausübung der Aktivitäten in Wohnumfeld und Quartier im Quartier „Borsigplatz“



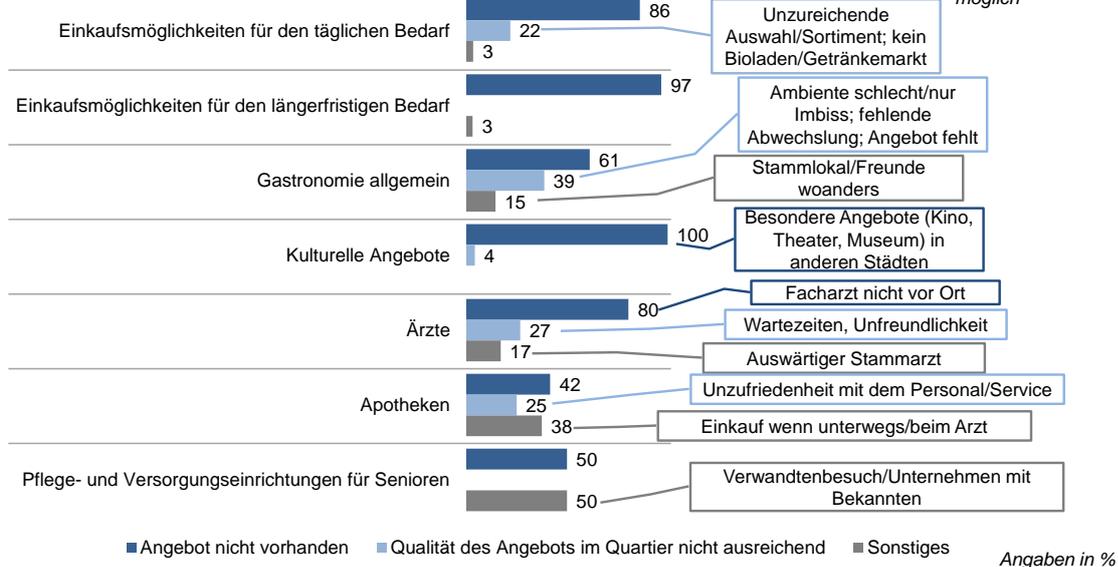
Quelle: eigene Darstellung

Als Gründe für die Ausübung der Aktivitäten außerhalb des Quartiers können wiederum Defizite im Bereich der Einkaufsmöglichkeiten identifiziert werden. Insbesondere im Segment des täglichen und längerfristigen Bedarfs gibt die deutliche Mehrheit der Befragten an, dass das jeweilige Angebot nicht im Quartier vorhanden ist oder die Auswahl als unzureichend bewertet wird – in der Folge müssen die Befragten auf Angebote in angrenzenden Quartieren oder Stadtteilen zurückgreifen. Auch im Bereich der gastronomischen und kulturellen Angebote zeigen sich Hinweise auf fehlende Angebote im Quartier. Bei den gastronomischen Angeboten bemängeln die Befragten des Weiteren eine fehlende Abwechslung. Des Weiteren zeigt sich im Segment der medizinischen Versorgung (Ärzte) ebenfalls ein Hinweis für fehlende Angebote – die Befragten verweisen z.B. auf ein fehlendes Angebot an Fachärzten im Quartier.

Abbildung 51: Gründe der auswärtigen Ausübung von Aktivitäten im Quartier „Borsigplatz“
I

„Wieso üben Sie die Aktivität außerhalb des Quartiers aus?“

Gefilterte Ergebnisse - nur Jene, die der Tätigkeit mind. mehrmals pro Jahr außerhalb des Quartiers nachgehen- Mehrfachnennungen möglich

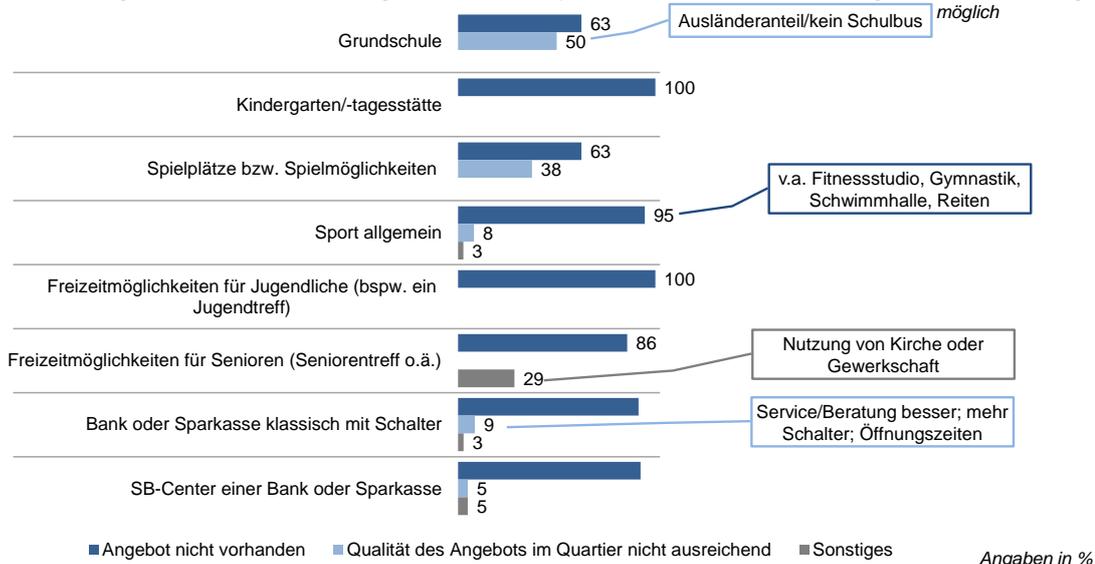


Quelle: eigene Darstellung

Über die Hälfte der Befragten gibt an, Freizeitmöglichkeiten für Jugendliche im Quartier zu nutzen. Diejenigen, die auf Angebote außerhalb des Quartiers zurückgreifen, verweisen jedoch im Gegenzug auf ein fehlendes Angebot im Quartier selbst. Eine ähnliche Situation ergibt sich auch bei den Kindergärten und Kindertagesstätten. Eine mögliche Begründung hierfür ist, dass das jeweilige Angebot als nicht im Quartier befindlich wahrgenommen wird oder diejenigen nicht über das Angebot im Quartier informiert sind. Optimierungsbedarf zeigt sich des Weiteren bei dem Angebot an Spielplätzen für Kinder, deren Qualität knapp 40 Prozent der Befragten als unzureichend empfinden. Zudem wird das Grundschulangebot im Quartier mit einem hohen Anteil an Schülern mit Migrationshintergrund assoziiert und das Fehlen eines Schulbus-Services bemängelt – in der Folge greifen die Befragten wiederum auf Angebote außerhalb des Quartiers zurück.

Abbildung 52: Gründe der auswärtigen Ausübung von Aktivitäten im Quartier „Borsigplatz“ II

„Wieso üben Sie die Aktivität außerhalb des Quartiers aus?“
 Gefilterte Ergebnisse - nur Jene, die der Tätigkeit mind. mehrmals pro Jahr außerhalb des Quartiers nachgehen - Mehrfachnennungen möglich

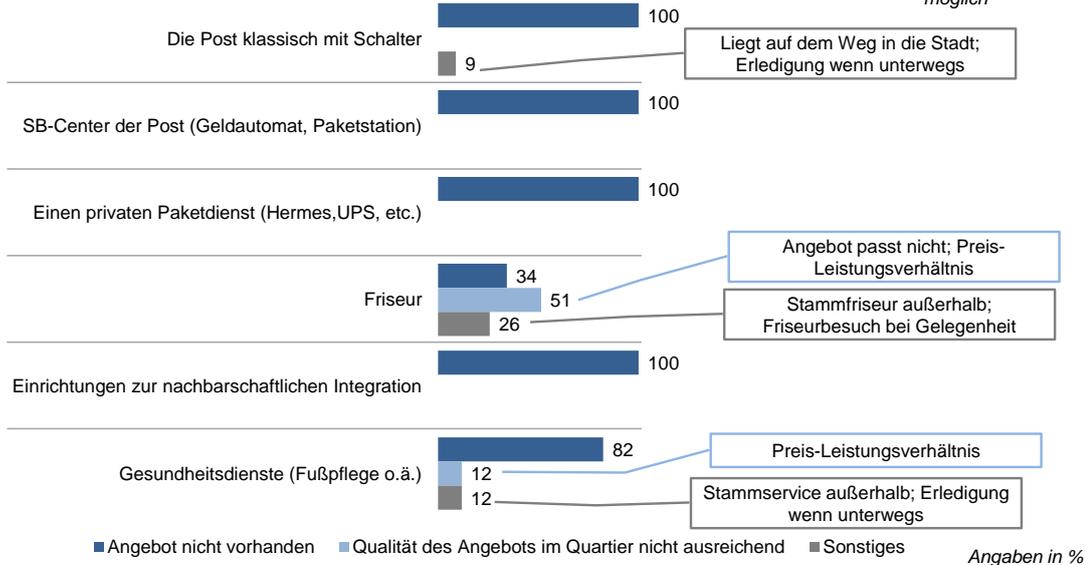


Quelle: eigene Darstellung

Der Vergleich der Abbildungen zum Ort der Ausübung von Aktivitäten und den Gründen der auswärtigen Ausübung gibt Hinweise darauf, dass zum einen Optimierungsbedarf bei der Information über vorhandene Angebote besteht und zum anderen eine Diversifizierung und Verbesserung der Qualität der jeweiligen Angebote zu einer stärkeren Wahrnehmung und Nutzung durch die Befragten führen kann.

Abbildung 53: Gründe der auswärtigen Ausübung von Aktivitäten im Quartier „Borsigplatz“ III

„Wieso üben Sie die Aktivität außerhalb des Quartiers aus?“
 Gefilterte Ergebnisse - nur Jene, die der Tätigkeit mind. mehrmals pro Jahr außerhalb des Quartiers nachgehen - Mehrfachnennungen möglich

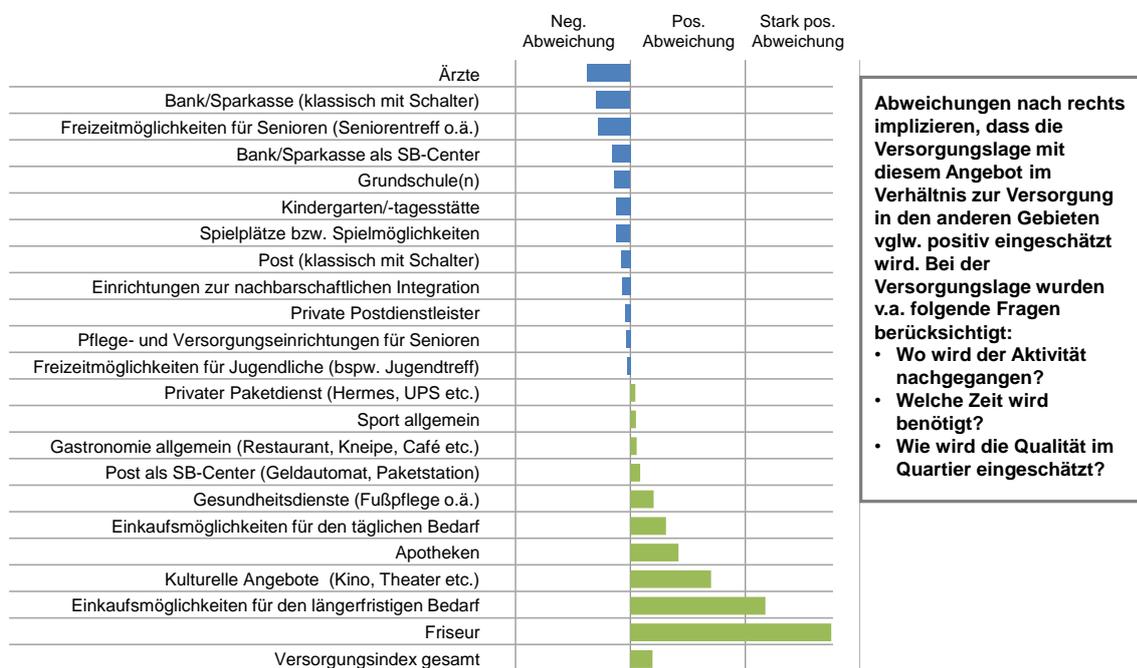


Quelle: eigene Darstellung

Der Versorgungsindex für das Quartier „Borsigplatz“ bestätigt weitgehend das bisher gezeichnete Bild. Abweichungen nach rechts implizieren, dass die Versorgungslage mit dem jeweiligen Angebot im Verhältnis zu den anderen vier Untersuchungsquartieren vgl. positiv eingeschätzt wird. Eine deutlich negative Abweichung, gemessen an dem Ort der Aktivität, der benötigten Wegzeit und der Qualität des Angebotes, ergibt sich u.a. bei dem Angebot an Ärzten, Banken/Sparkassen (klassisch mit Schalter) und auch bei den Freizeitmöglichkeiten für Senioren.

Bemerkenswert ist das im Vergleich zum Durchschnitt über alle Quartiere positiv bewerte Kulturangebot – gab doch ein Großteil der Befragten an, kulturellen Aktivitäten (insbesondere aufgrund der Angebotsvielfalt in der Innenstadt oder anderen angrenzenden Städten) außerhalb des Quartiers nachzugehen, da präferierte Angebote im Quartier nicht vorgefunden werden können.

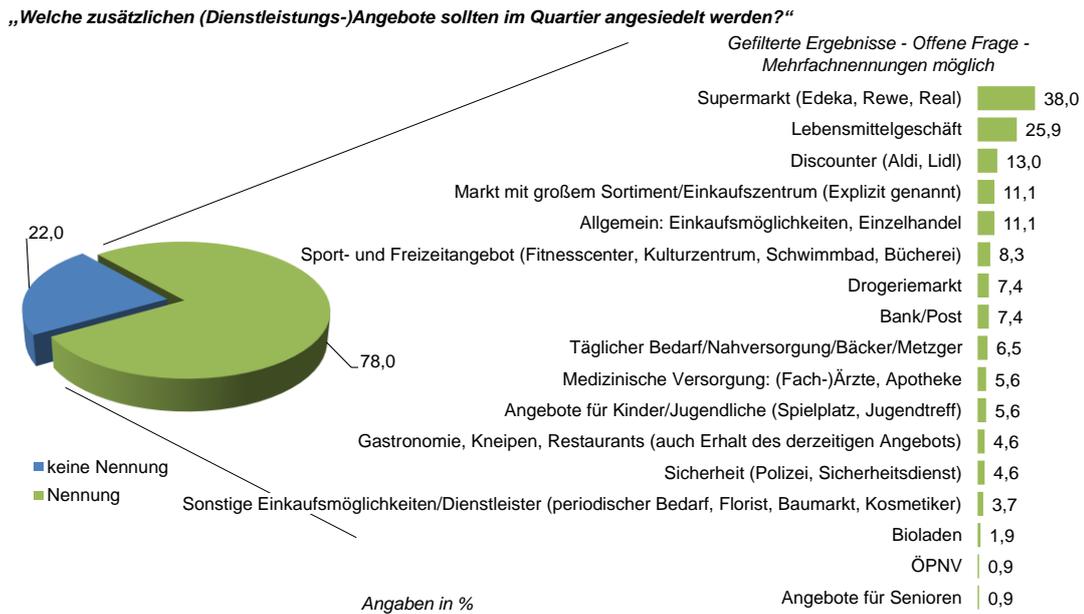
Abbildung 54: Wohnumfeld und Quartier – Versorgungsindex im Quartier „Borsigplatz“



Quelle: eigene Darstellung

Diverse Einkaufsmöglichkeiten führen die Liste der gewünschten zusätzlichen Angebote im Quartier an. Zu bemerken ist in diesem Zusammenhang, dass Mehrfachnennungen möglich waren. An oberer Stelle steht das Supermarktangebot, das gemäß der Einschätzungen der Befragten auch als Discountangebot ausgeprägt sein kann. 11 Prozent sprachen sich für eine Angebotsbündelung in Gestalt eines Einkaufszentrums oder Vollsortimenters aus. An dieser Stelle ergibt sich ein erster Hinweis auf die Thematik der Preisgünstigkeit, der im Folgenden noch weiter nachgegangen wird. Bemerkenswert ist des Weiteren, dass trotz der räumlichen Nähe zu den größeren Nahversorgungszentren an der Bornstraße (westfälisches Einkaufszentrum, Hornbachzentrum) ein quartiersnahes Angebot gewünscht wird. Dies unterstreicht die eingeschränkte Versorgungsfunktion der vorhandenen Angebote in räumlicher Nähe für das Untersuchungsquartier.

Abbildung 55: Gewünschte zusätzliche Leistungen in Wohnumfeld und Quartier im Quartier „Borsigplatz“

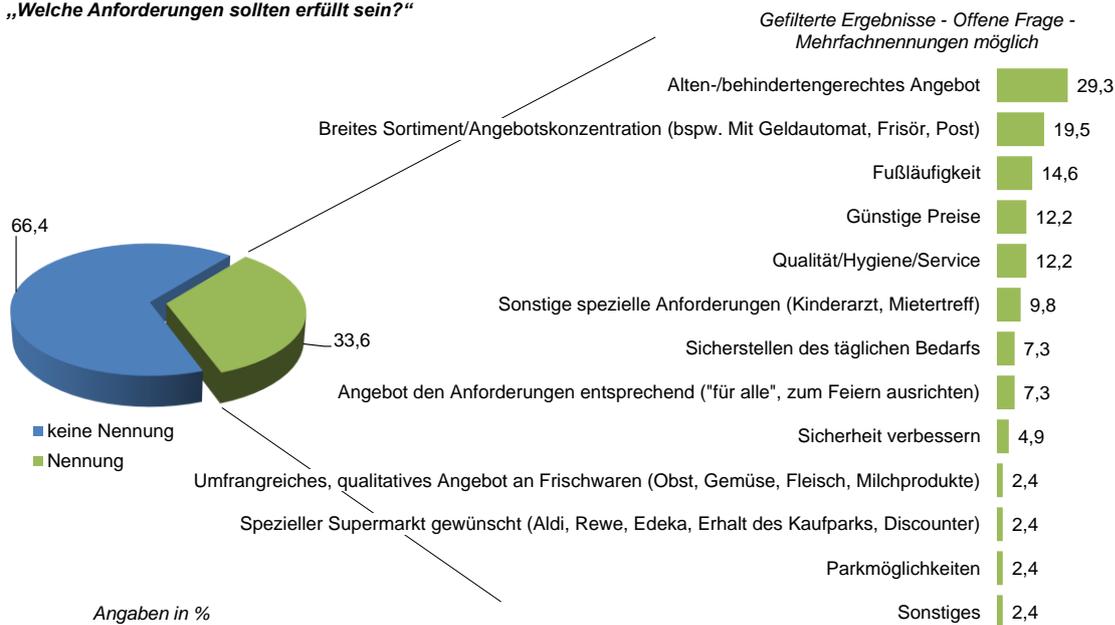


Quelle: eigene Darstellung

Rund ein Drittel der Teilnehmer äußerte sich darüber hinaus zu spezifischen Merkmalen der gewünschten Angebote. Eine fußläufige Erreichbarkeit gewährleistet einen Zugang auch für Bevölkerungsgruppen mit eingeschränkter Mobilität. Neu zu schaffende Strukturen sollten vor diesem Hintergrund – so auch das Ergebnis der Befragung – von allen Bewohnern des Quartiers nutzbar sein, d.h. möglichst barrierearm gestaltet werden. Außerdem wünscht sich knapp ein Viertel der Befragten eine räumliche Konzentration mannigfaltiger Angebote (d.h. die Kombination aus Lebensmitteleinzelhandel mit verschiedenen Dienstleistungsangeboten), um diverse Bedarfe unmittelbar vor Ort decken zu können. Deutlich zeigen sich zudem ein gewisses Preisbewusstsein der Kunden sowie ein hoher Anspruch an Qualität, die Einhaltung hygienischer Standards sowie eine Serviceorientierung des Angebotes.

Abbildung 56: Anforderungen an Wohnumfeld und Quartier im Quartier „Borsigplatz“

„Welche Anforderungen sollten erfüllt sein?“



Quelle: eigene Darstellung

Auch bei der Frage nach generell wichtigen Aspekten beim Einkauf von Waren des täglichen Bedarfs verdeutlicht sich wiederum die Bedeutung der Preisgünstigkeit. Neben einer hohen Qualität und einer breiten Auswahl an Produkten handelt es sich hierbei um ein Merkmal, das von 70 Prozent der Befragten als wichtig erachtet wird. Demgegenüber wird u.a. das Angebot regionaler Produkte von einem geringeren Anteil der Befragten als bedeutsam eingestuft.

Abbildung 57: Aspekte beim Einkauf von Waren des täglichen Bedarfs im Quartier „Borsigplatz“

„Wie wichtig sind Ihnen folgende Aspekte beim Einkauf von Waren des täglichen Bedarfs? Dabei kann es sich um Lebensmittel aber auch andere Güter handeln von 1 bis 5 mit der Bedeutung von sehr wichtig (=1) bis unwichtig (=5).“

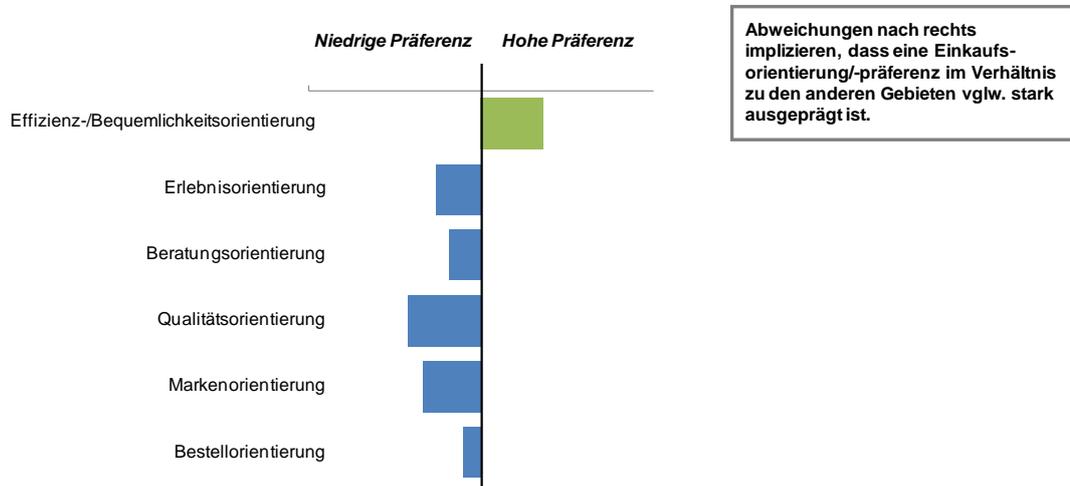


Quelle: eigene Darstellung

Im Vergleich zu den drei weiteren Untersuchungsquartieren zeigt sich, dass die Bewohner des Quartiers „Borsigplatz“ beim Einkaufen besonders viel Wert

auf Effizienz und Bequemlichkeit legen. Demgegenüber fallen ihre grundsätzlich eruierten hohen Qualitätsansprüche im Vergleich deutlich geringer aus, auch die Marken der von ihnen erstandenen Produkte sind den Befragten im Vergleich zu Teilnehmern aus anderen Quartieren eher unwichtig.

Abbildung 58: Einkaufsorientierungen und -präferenzen im Quartier „Borsigplatz“

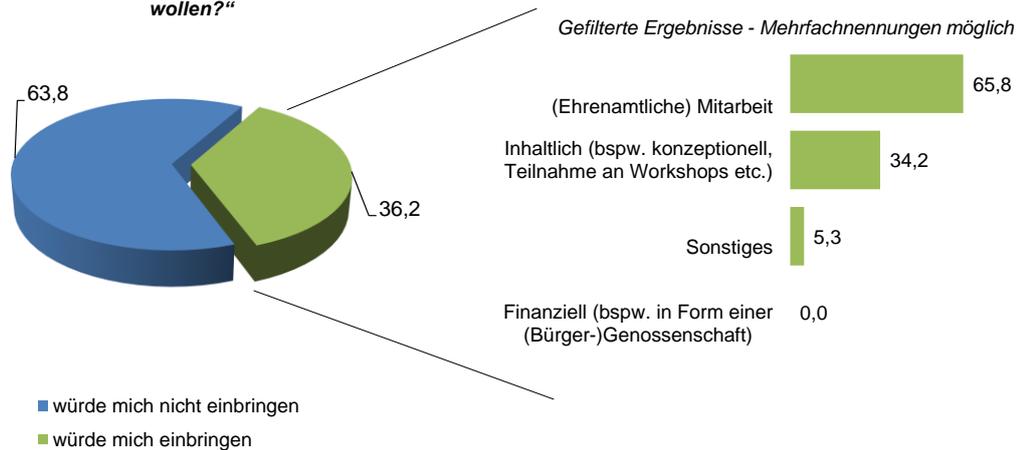


Quelle: eigene Darstellung

Ein Drittel der Befragten signalisiert die Bereitschaft, sich an der Entwicklung und Implementierung eines neuen Nahversorgungskonzepts zu beteiligen, bevorzugt im Rahmen einer ehrenamtlichen Mitarbeit.

Abbildung 59: Engagementbereitschaft im Quartier „Borsigplatz“

„Angenommen, in Ihrem Quartier würde ein Nahversorgungskonzept umgesetzt werden, das je nach bedarf mehrere Angebote (bspw. Lebensmittel, Dienstleistungen, medizinische Versorgung) bündelt, inwiefern würden sie sich engagieren bzw. einbringen wollen?“



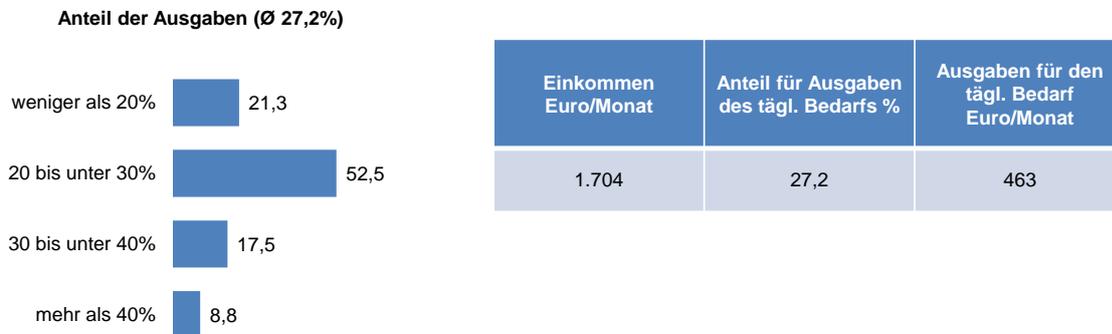
Quelle: eigene Darstellung

Die im Quartier „Borsigplatz“ befragten Personen geben mehrheitlich weniger als ein Drittel ihres monatlichen Haushaltsnettoeinkommens zur Deckung alltäglicher Bedarfe aus. Hochpreisige Produkte werden hier (u.a. aufgrund des

identifizierten Preisbewusstseins) möglicherweise nur eingeschränkt nachgefragt.

Abbildung 60: Aufwendungen für Einkäufe des täglichen Bedarfs im Quartier „Borsigplatz“

„Welche Summe bzw. wieviel % des Haushaltsnettoeinkommens geben Sie ungefähr für Einkäufe für den täglichen Bedarf pro Monat aus?“



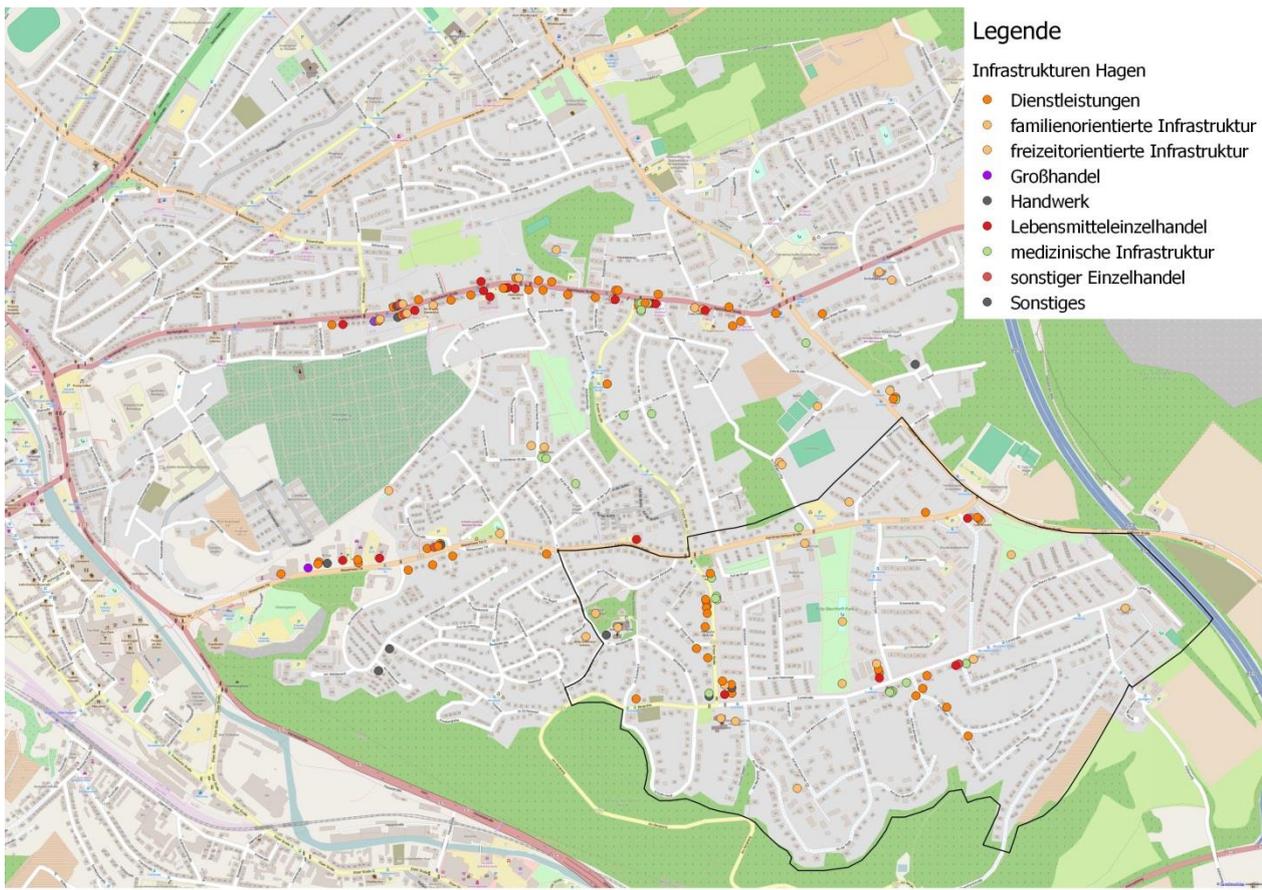
Quelle: eigene Darstellung

6.2.2 Befragungsergebnisse Hagen „Emst“

In der nachstehenden Abbildung ist neben der Abgrenzung des Quartiers für die Bewohnerbefragung zusammenfassend die aktuelle Versorgungssituation abgebildet, die mittels einer Vor-Ort-Begehung aufgenommen wurde.

Deutlich wird das kleinteilige Angebot, das sich entlang der Cunostraße im Westen des Quartiers erstreckt sowie die weiteren, wenigen Angebote, die sich stärker über das Quartier verteilen. Hinsichtlich der Nahversorgungslage ist als positiv herauszustellen, dass im Segment der medizinischen Versorgung unterschiedliche Angebote (Ärzte, Apotheke) noch im Quartier selbst verortet sind, ebenso wie z.B. eine Sparkassenfiliale. Im Segment der Lebensmittelversorgung ist der noch bestehende (vglw. kleine) Kaufpark sowie das Frischeangebot des Ladens „Jetter“ hervorzuheben. Anhand der untenstehenden Karte wird auch deutlich, dass die jeweiligen, teils kleinteiligen Angebote jedoch nicht für alle Quartiersbewohner gleich gut fußläufig zu erreichen sind.

Abbildung 61: Infrastrukturen im Quartier „Emst“ in Hagen

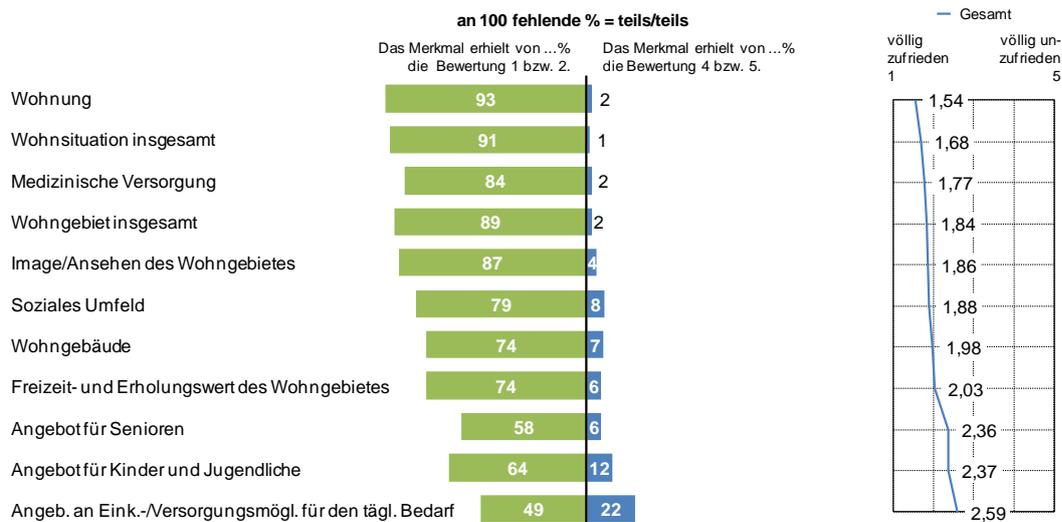


Quelle: eigene Erhebung und Darstellung

Im Quartier „Emst“ zeigt sich eine hohe Zufriedenheit mit der eigenen Wohnsituation, der überwiegende Teil der Befragten bewertet das Wohngebiet und die darin verortete eigene Wohnung sehr positiv. Geringere Zufriedenheitswerte zeigen sich bei den Angeboten für bestimmte Zielgruppen wie Kinder, Jugendliche und Senioren. 22 Prozent der Befragten bewerten das Einkaufsangebot für den täglichen Bedarfs als nicht zufriedenstellend. Dieses Merkmal wird im Vergleich mit den weiteren, abgefragten Einflussfaktoren der Wohnzufriedenheit am schlechtesten bewertet und gibt daher einen ersten, wichtigen Hinweis auf ggf. fehlende Angebote.

Abbildung 62: Zufriedenheit mit der allgemeinen Wohnsituation im Quartier „Emst“

„Wie zufrieden sind Sie mit den folgenden Merkmalen Ihrer allgemeinen Wohnsituation? Bitte vergeben Sie für die folgenden Merkmale eine Note von 1 bis 5 mit der Bedeutung von völlig zufrieden (=1) bis völlig unzufrieden (=5).“



Quelle: eigene Darstellung

Die hohe Wohnzufriedenheit der Befragten spiegelt sich auch in der Bindung an das Quartier wider. Nur rund ein Prozent der Befragten äußert den Wunsch, in naher Zukunft aus dem Quartier fortzuziehen. Demgegenüber planen 92 Prozent der Befragten einen Verbleib im Quartier. Hierbei handelt es sich im Vergleich mit den weiteren Untersuchungsquartieren um einen hohen Anteil, der für eine hohe Verbundenheit der Bewohner mit dem Quartier spricht.

Abbildung 63: Umzugsabsichten und -gründe im Quartier „Emst“

„Wollen Sie in den kommenden zwei Jahren ...?“

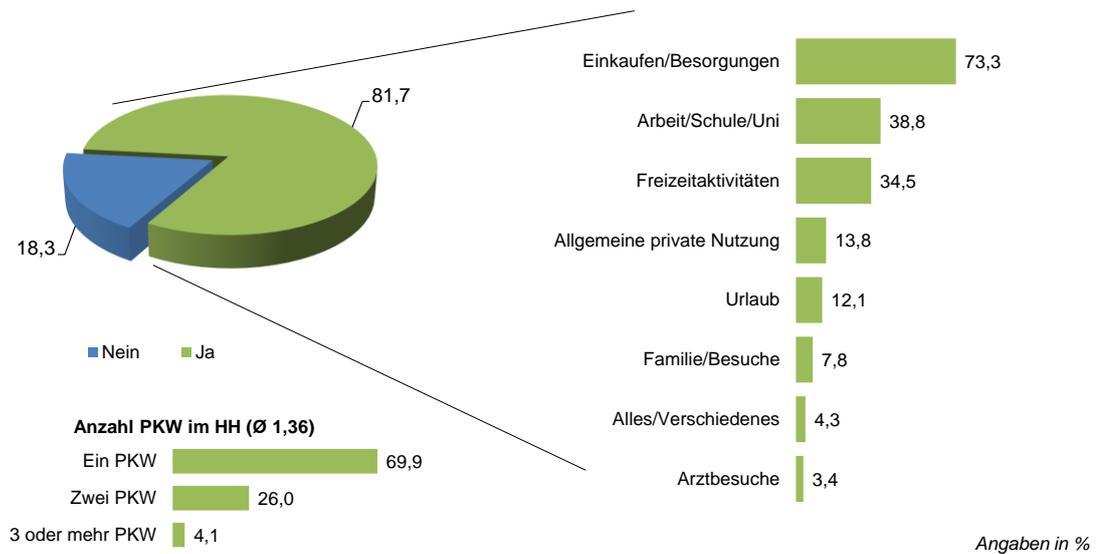


Quelle: eigene Darstellung

Die Mehrheit der Teilnehmer verfügt über einen PKW und verwendet diesen, um anstehende Einkäufe zu erledigen. Zudem dient das Auto vielen zur Bewältigung von Arbeitswegen bzw. um Bildungseinrichtungen zu erreichen sowie zur Freizeitgestaltung. In einem Viertel der befragten Haushalte befinden sich sogar zwei PKW.

Abbildung 64: Verfügbarkeit und Nutzung eines PKW im Quartier „Emst“

„Verfügen Sie bzw. Ihr Haushalt über einen PKW? Wofür nutzen Sie den PKW hauptsächlich?“



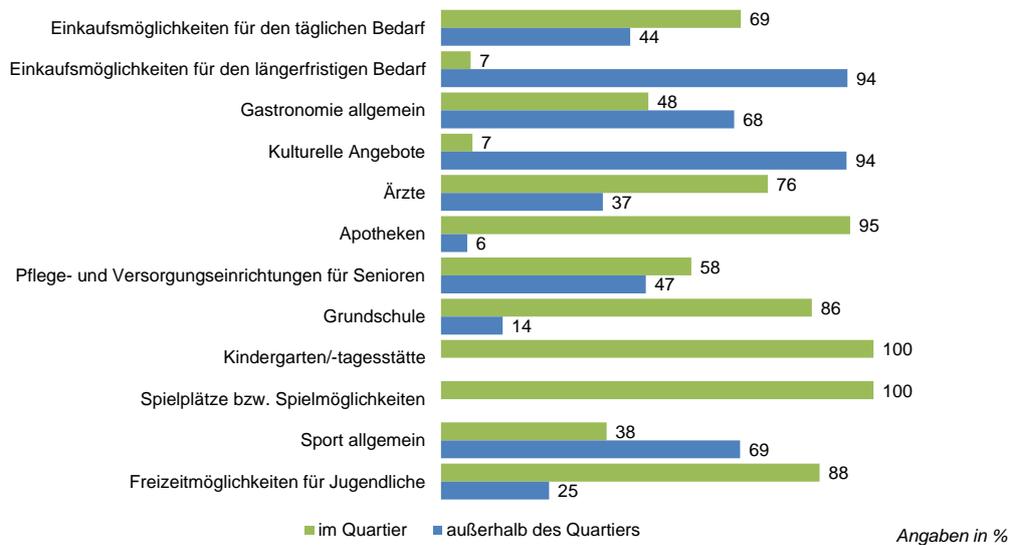
Quelle: eigene Darstellung

Spielplätze sowie Betreuungs- und Bildungseinrichtungen für Kinder suchen die Befragten nach Eigenangaben vermehrt (mitunter ausschließlich) im Quartier auf. Auch Apotheken scheint es im Quartier „Emst“ in ausreichender Anzahl zu geben. Defizite zeigen sich vor allem beim Kultur- und Sportangebot, hier greifen die Befragten überwiegend auf Angebote außerhalb des Quartiers zurück. Auch Einkaufsmöglichkeiten des längerfristigen Bedarfs sowie Gastronomieangebote werden überwiegend außerhalb des Quartiers wahrgenommen. Einkaufsmöglichkeiten des täglichen Bedarfs werden sowohl innerhalb als auch außerhalb des Quartiers aufgesucht – die folgenden Auswertungen sollen klären, welche Gründe für diese spezifische Situation ausschlaggebend sind.

Abbildung 65: Ort der Ausübung der Aktivitäten im Quartier „Emst“ I

„Wo gehen Sie den genannten Aktivitäten in der Regel nach?“

Gefilterte Ergebnisse - nur Jene, die der Tätigkeit mind. mehrmals pro Jahr nachgehen - Mehrfachnennungen möglich



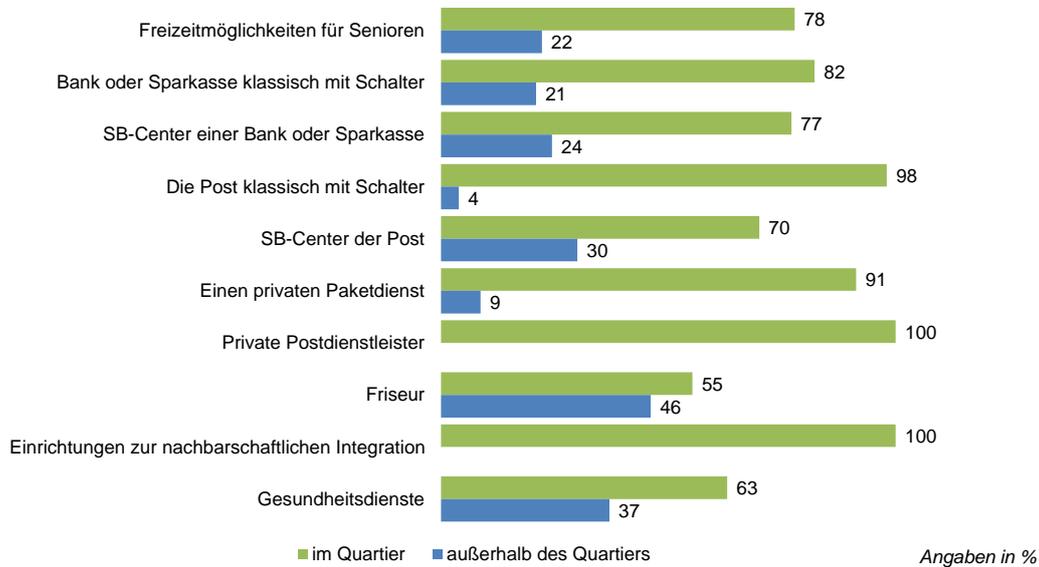
Quelle: eigene Darstellung

Postalische Angelegenheiten sowie Bankgeschäfte erledigt ein Großteil der Teilnehmer im Quartier. Hingegen werden Friseure verstärkt außerhalb des Quartiers in Anspruch genommen, dasselbe gilt für gesundheitliche Dienstleistungen.

Abbildung 66: Ort der Ausübung der Aktivitäten im Quartier „Emst“ II

„Wo gehen Sie den genannten Aktivitäten in der Regel nach?“

Gefilterte Ergebnisse - nur Jene, die der Tätigkeit mind. mehrmals pro Jahr nachgehen - Mehrfachnennungen möglich

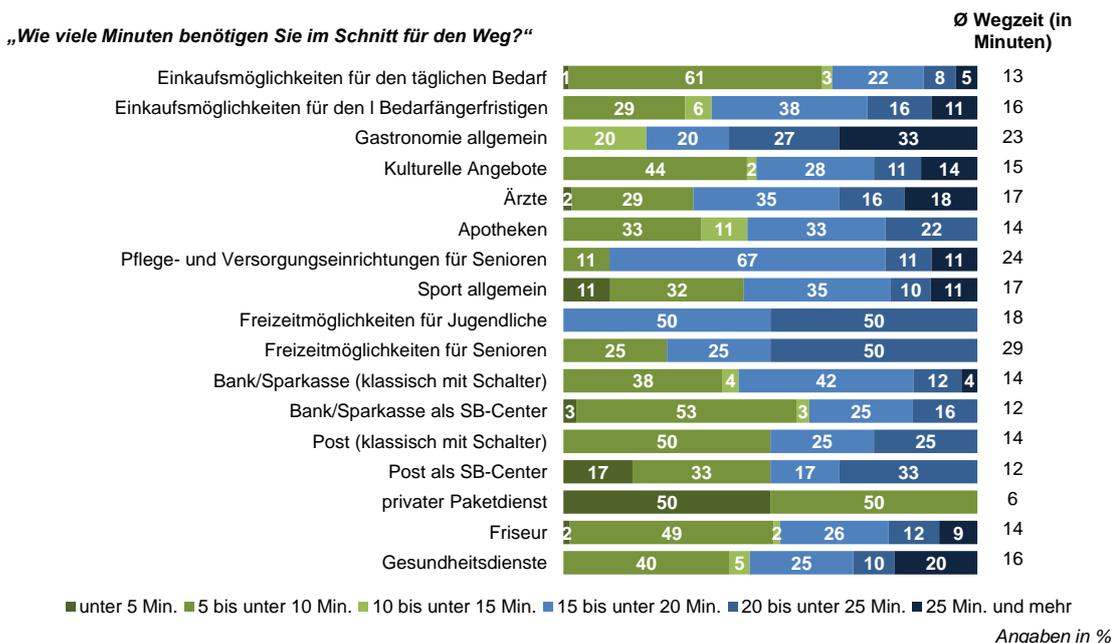


Quelle: eigene Darstellung

Die im Durchschnitt kürzeste Wegzeit müssen die Befragten bewältigen, wenn sie Pakete mittels privater Anbieterdienste abholen und versenden möchten. Auch Bank- und Postfilialen sind in durchschnittlich 12 Minuten erreichbar. Zum Friseur, zu Kulturangeboten und Ärzten benötigen die Teilnehmer im Durchschnitt etwa eine Viertel Stunde. Die längsten Wegzeiten müssen Befragte in Kauf nehmen, wenn sie Pflege- und Versorgungseinrichtungen oder zielgruppengerechte Möglichkeiten der Freizeitgestaltung nutzen möchten.

Einkaufsmöglichkeiten des täglichen Bedarfs sind mit durchschnittlich 13 Minuten Wegzeit schneller zu erreichen als diejenigen des längerfristigen Bedarfs – dies deckt sich mit den oben dargelegten Einschätzungen der Befragten zu dem Ort der Ausübung der genannten Tätigkeiten.

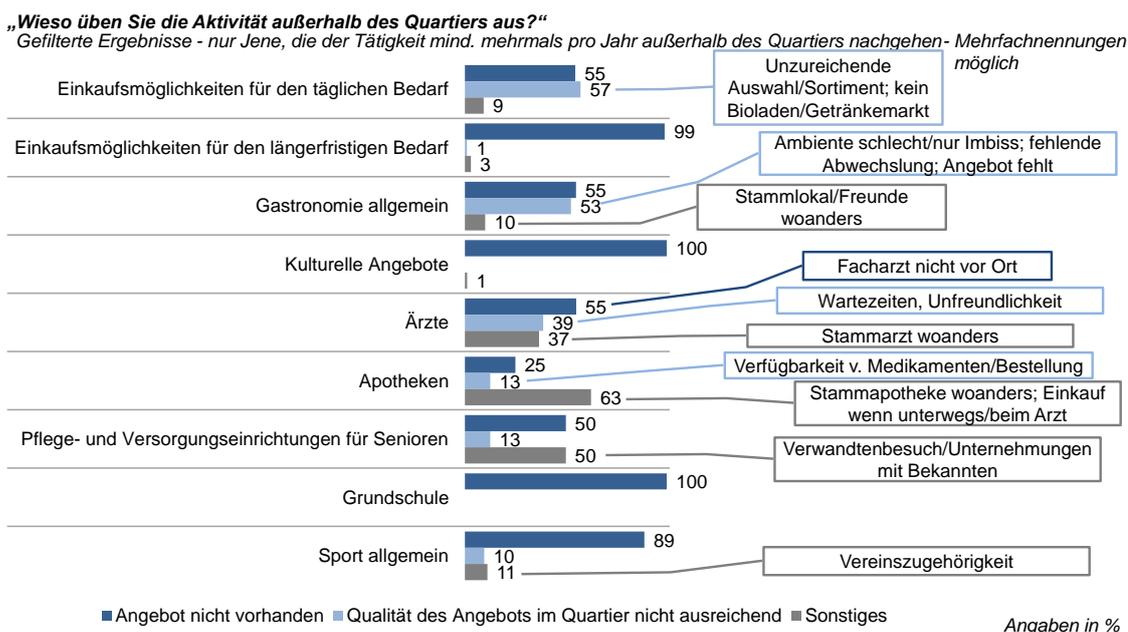
Abbildung 67: Wegzeit zur Ausübung von Aktivitäten der Aktivitäten in Wohnumfeld und Quartier im Quartier „Emst“



Quelle: eigene Darstellung

Diejenigen Befragten, die für den Einkauf täglicher Waren auf Angebote außerhalb des Quartiers zurückgreifen, geben neben dem im Quartier fehlenden Angebot auch die Qualität des vorhandenen Angebots als Gründe an. Die Angebotspalette wird als zu klein empfunden, verschiedene Produkte vermisst. Ähnlich gestaltet sich die Situation im Segment der gastronomischen Angebote. Auch hier weisen die Befragten u.a. auf eine fehlende Abwechslung im vorhandenen Angebot hin. Bei den im Quartier niedergelassenen Ärzten wurden längere Wartezeiten sowie der Service bemängelt.

Abbildung 68: Gründe der auswärtigen Ausübung von Aktivitäten im Quartier „Emst“ I



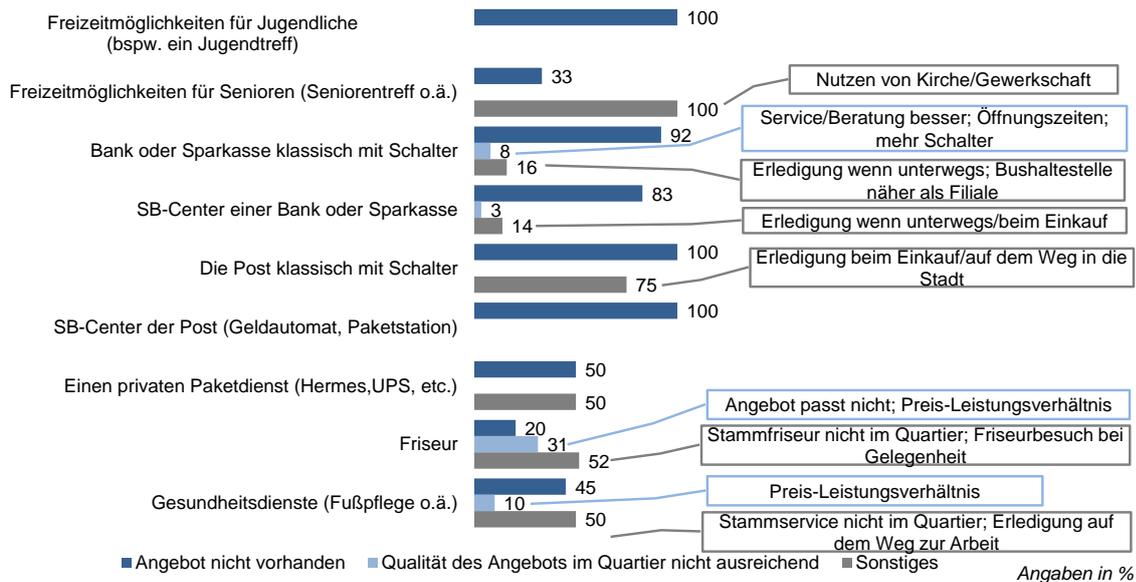
Quelle: eigene Darstellung

Zur Freizeitgestaltung nutzen Senioren neben Institutionen, die im Quartier verortet sind, auch Angebote in angrenzenden Bereichen, die z.B. durch Kirchen bereitgestellt werden. Obwohl rund 90 Prozent der Befragten angaben, Freizeitmöglichkeiten für Jugendliche im Quartier zu nutzen, scheinen diese nicht allen Teilnehmern bekannt zu sein, da 100 Prozent derjenigen, die Angebote außerhalb aufsuchen, darauf verweisen, dass entsprechende Angebote im Quartier nicht verortet sind. Bei Frisuren und gesundheitlichen Dienstleistungen orientieren sich Befragte verstärkt an Stammanbietern, die mitunter außerhalb des Quartiers angesiedelt sind.

Abbildung 69: Gründe der auswärtigen Ausübung von Aktivitäten im Quartier „Emst“ II

„Wieso üben Sie die Aktivität außerhalb des Quartiers aus?“

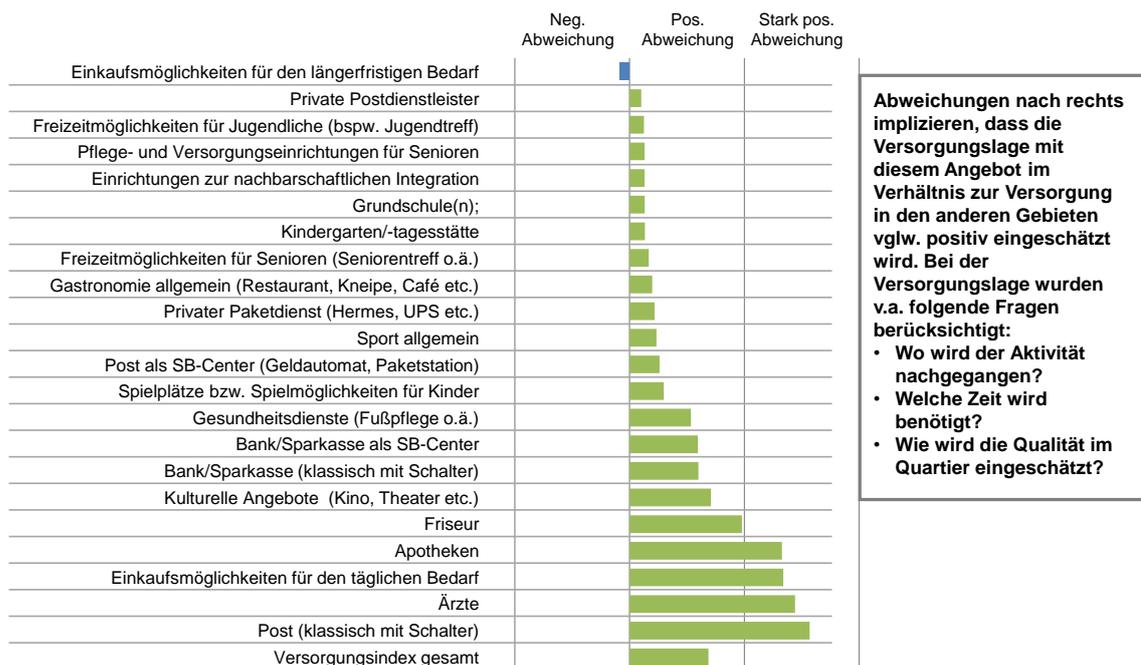
Gefilterte Ergebnisse - nur Jene, die der Tätigkeit mind. mehrmals pro Jahr außerhalb des Quartiers nachgehen



Quelle: eigene Darstellung

Im Vergleich mit den anderen Untersuchungsquartieren fällt „Emst“ in beinahe allen Kategorien durch positive Abweichungen auf. Besonders hervorzuheben ist die im Vergleich mit den weiteren Quartieren eher positiv eingeschätzte Versorgungslage mit Ärzten und Apotheken und Einkaufsmöglichkeiten zur Deckung täglicher Bedarfe.

Abbildung 70: Wohnumfeld und Quartier – Versorgungsindex im Quartier „Emst“

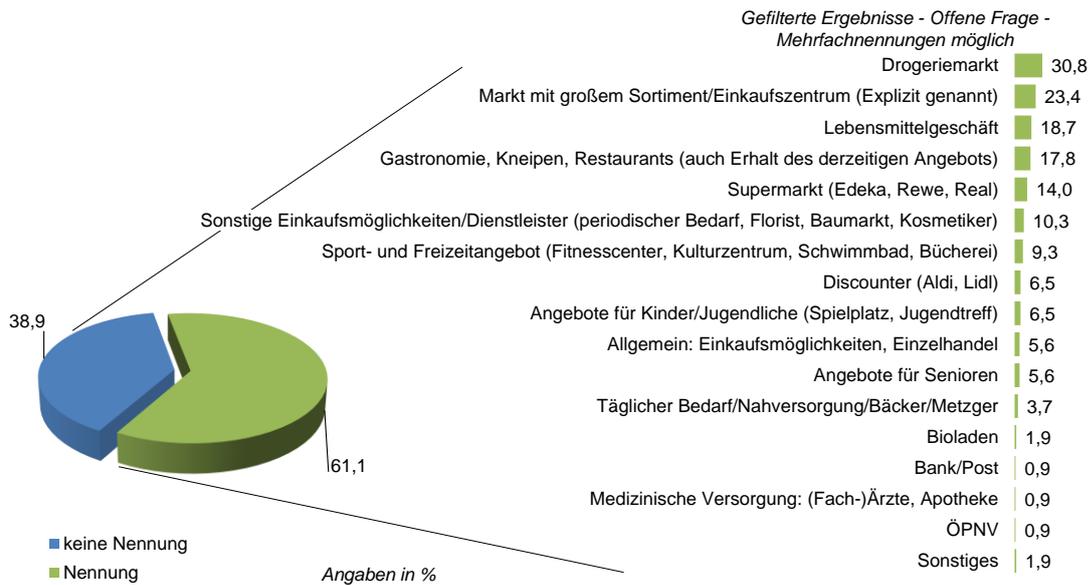


Quelle: eigene Darstellung

Wengleich sich die Versorgungssituation im Quartier „Emst“ anhand der Befragungsergebnisse positiver darstellt als bei den weiteren Untersuchungsquartieren, wird anhand der nachstehenden Abbildung deutlich, dass trotz vorhandener Angebote im Quartier rund 60 Prozent der Befragten ein zusätzliches Angebot im Quartier wünschen. Der Wunsch nach einem Drogeriemarkt steht im Zusammenhang mit der Schließung einer Schleckerfiliale im Quartier. Es handelt sich somit um ein Angebot, das vor einigen Jahren noch im Quartier ansässig war, aber aufgrund der beschriebenen Entwicklungen im Drogeriesegment weggebrochen ist. Auch der Wunsch nach einem weiteren Lebensmittelgeschäft wird von den Befragten häufig genannt. Hierbei steht ein Markt mit großem Sortiment (Vollsortimenter) im Vordergrund. Diese beschriebene Situation wurde bereits anhand der Potenzialanalyse deutlich, da die Ansiedlung eines Vollsortimenters im Quartier bereits seit längerem diskutiert wird. Die Befragungsergebnisse decken sich somit mit den Einschätzungen befragter lokaler Experten, die im Vorfeld bereits auf diese Diskussion hingewiesen haben.

Abbildung 71: Gewünschte zusätzliche Leistungen in Wohnumfeld und Quartier im Quartier „Emst“

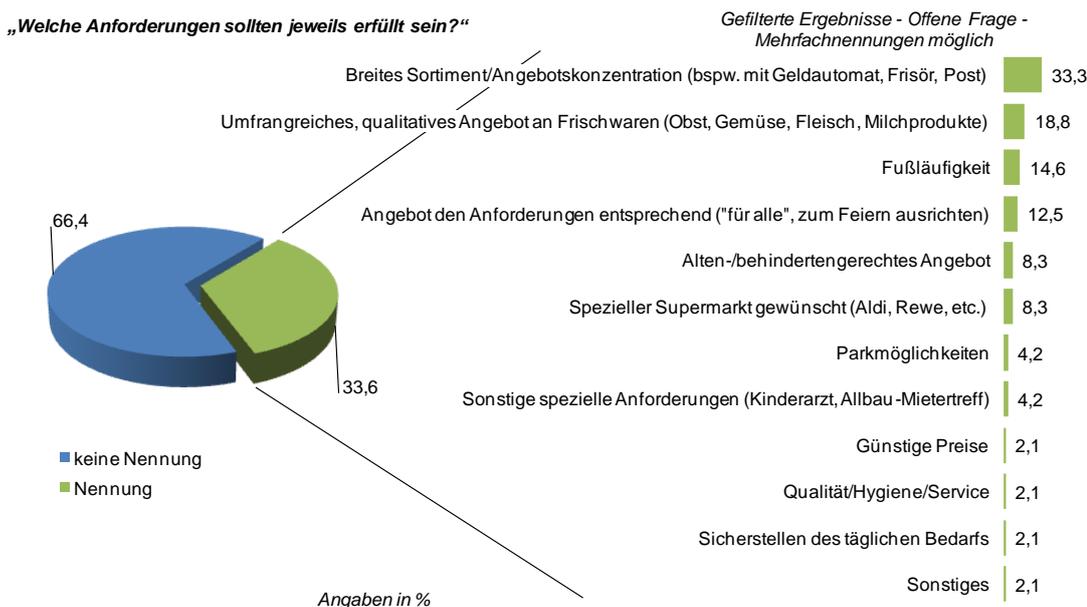
„Welche zusätzlichen (Dienstleistungs-)Angebote sollten im Quartier angesiedelt werden?“



Quelle: eigene Darstellung

Mehr als ein Drittel der Befragten äußerte spezifische Anforderungen an gewünschte neue Angebote im Quartier. So sollten nach Möglichkeit viele verschiedene Produkte und Dienstleistungen an einem Ort eingekauft werden können, das Thema Angebotsclusterung ist somit für das Untersuchungsquartier relevant. Ein weiteres wichtiges Anliegen der Befragten ist die bedarfsgerechte Gestaltung neu zu schaffender Strukturen, die unter anderem möglichst barrierearm sowie fußläufig erreichbar sein sollten. Der Wunsch nach Angeboten, die der Freizeitgestaltung dienen („zum Feiern ausgerichtet“) steht in Zusammenhang mit der Diskussion um den Erhalt des Gastronomieangebotes „Emster Quelle“ und verdeutlicht bereits an dieser Stelle, dass neben dem klassischen Nahversorgungsangebot auch weitere Strukturen und Angebote im Quartier gewünscht sind.

Abbildung 72: Anforderungen an Wohnumfeld und Quartier im Quartier „Emst“

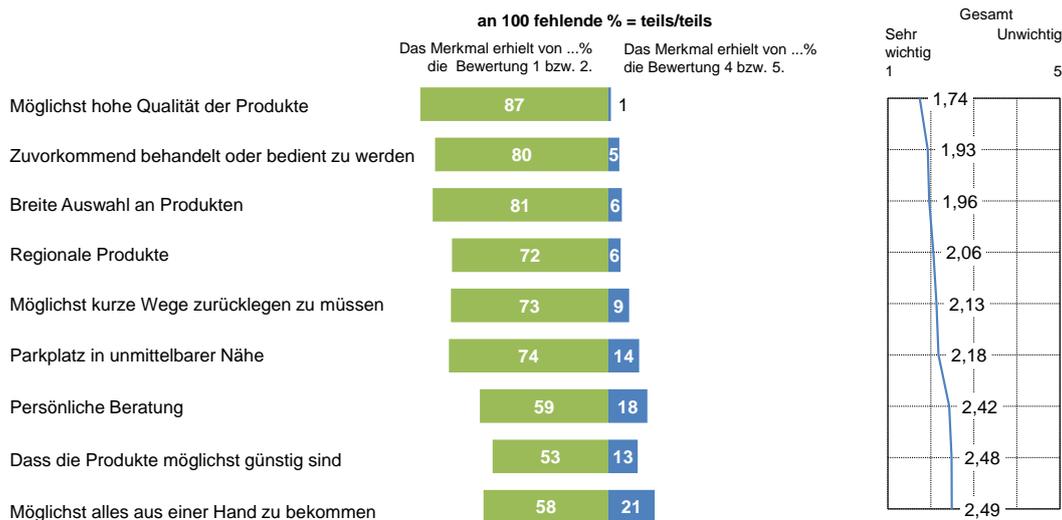


Quelle: eigene Darstellung

Im Quartier „Emst“ bewerten die Befragten mehrheitlich eine große Auswahl an qualitativ hochwertigen, auch regionalen Produkten sowie einen guten Kundenservice als wichtigste Faktoren beim Einkaufen. Diese Situation ist auch im Vergleich mit den weiteren Quartieren herauszustellen, die sich z.T. durch ein erhöhtes Preisbewusstsein auszeichnen. Das Quartier „Emst“ zeichnet sich demgegenüber durch einen hoch eingeschätzten Stellenwert der qualitätsorientierten Merkmale aus.

Abbildung 73: Aspekte beim Einkauf von Waren des täglichen Bedarfs im Quartier „Emst“

„Wie wichtig sind Ihnen folgende Aspekte beim Einkauf von Waren des täglichen Bedarfs? Dabei kann es sich um Lebensmittel aber auch andere Güter handeln von 1 bis 5 mit der Bedeutung von sehr wichtig (=1) bis unwichtig (=5).“

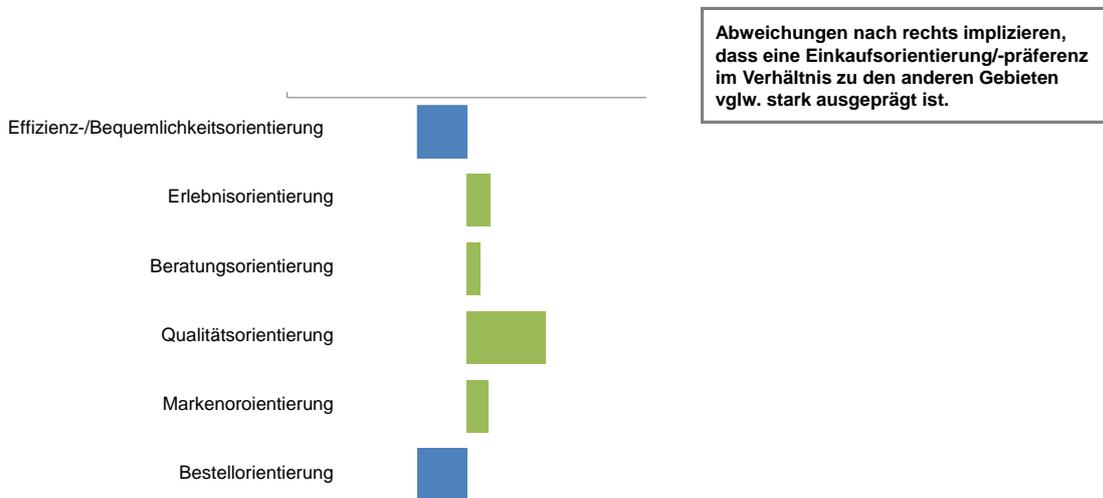


Quelle: eigene Darstellung

Diese Qualitätsorientierung wird anhand der nachstehenden Abbildung nochmals verdeutlicht, denn diese geht einher mit einem leicht gesteigerten Markenbewusstsein sowie einer erhöhten Wertschätzung guter Beratung beim

Einkaufen. Die Effizienz- und Bequemlichkeitsorientierung fällt hingegen geringer aus als in den weiteren Untersuchungsquartieren.

Abbildung 74: Einkaufsorientierungen und -präferenzen im Quartier „Emst“

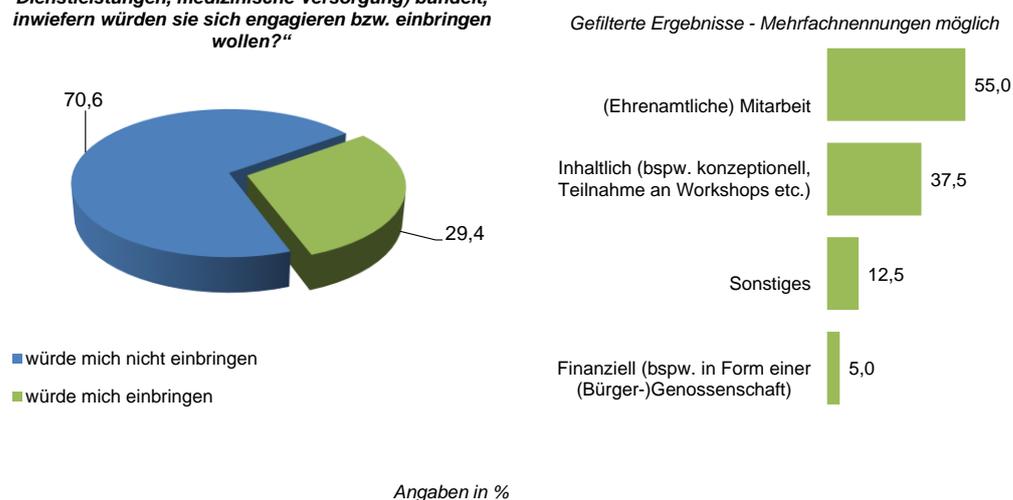


Quelle: eigene Darstellung

Knapp 30 Prozent der Befragten gaben an, dass sie sich bei der Erstellung und Realisierung eines neuen Nahversorgungskonzepts in ihrem Quartier einbringen würden, wobei bemerkenswerterweise auch eine gewisse Bereitschaft (fünf Prozent) besteht, dies in finanzieller Weise zu tun.

Abbildung 75: Engagementbereitschaft im Quartier „Emst“

„Angenommen, in Ihrem Quartier würde ein Nahversorgungskonzept umgesetzt werden, das je nach bedarf mehrere Angebote (bspw. Lebensmittel, Dienstleistungen, medizinische Versorgung) bündelt, inwiefern würden sie sich engagieren bzw. einbringen wollen?“

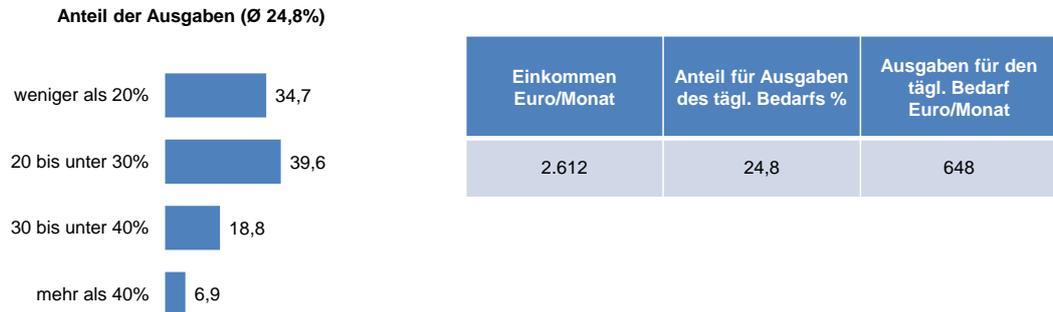


Quelle: eigene Darstellung

Über 70 Prozent der Teilnehmer geben weniger als 30 Prozent ihres monatlichen Nettohaushaltseinkommens zur Deckung alltäglicher Bedarfe aus. Allerdings ist das Durchschnittseinkommen in „Emst“ deutlich höher als beispielsweise im Quartier „Borsigplatz“, sodass hier für denselben Zweck im Durchschnitt 200 Euro mehr ausgegeben werden.

Abbildung 76: Aufwendungen für Einkäufe des täglichen Bedarfs im Quartier „Emst“

„Welche Summe bzw. wieviel % des Haushaltsnettoeinkommens geben Sie ungefähr für Einkäufe für den täglichen Bedarf pro Monat aus?“

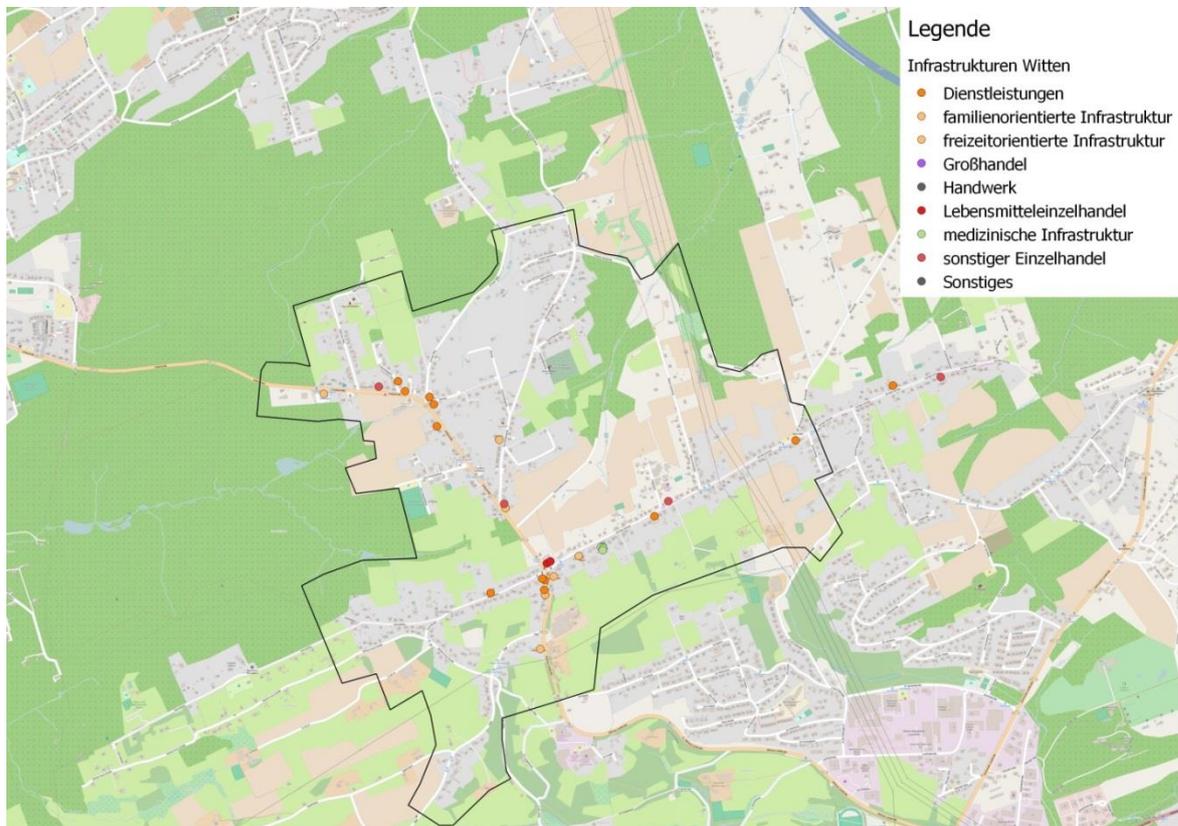


Quelle: eigene Darstellung

6.2.3 Befragungsergebnisse Witten „Auf dem Schnee“

In der nachstehenden Abbildung ist neben der Abgrenzung des Quartiers für die Bewohnerbefragung zusammenfassend die aktuelle Versorgungssituation abgebildet, die mittels einer Vor-Ort-Begehung aufgenommen wurde. Deutlich wird das nur äußerst geringe Infrastruktur- und Nahversorgungsangebot, das sich auf eine Bäckerei, einen Kiosk/Trinkhalle, eine Apotheke und angegliederte Arztpraxen, eine Sparkassenfiliale und einige kleinteilige Dienstleistungsangebote beschränkt. Insbesondere im Segment der Lebensmittelversorgung besteht somit ein deutliches Defizit.

Abbildung 77: Infrastrukturen im Quartier „Auf dem Schnee“ in Witten

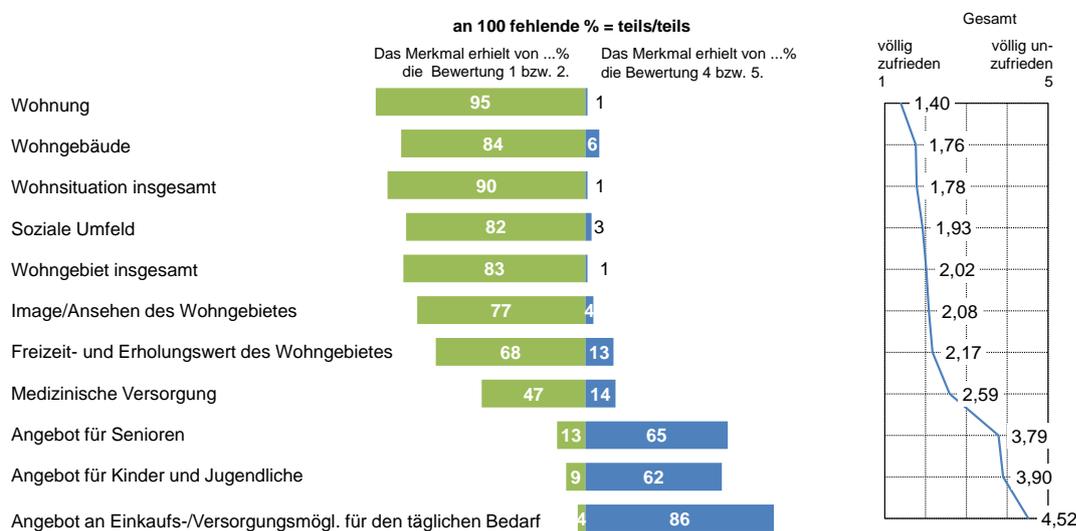


Quelle: eigene Erhebung und Darstellung

Im Untersuchungsquartier „Auf dem Schnee“ in Witten wurden insgesamt 113 telefonische Interviews geführt. Hinsichtlich der Zufriedenheit mit der allgemeinen Wohnsituation wird bei Betrachtung der nachstehenden Abbildung deutlich, dass die befragten Bewohner zum einen mit ihrem Wohnumfeld, der Wohnung, dem Image und Ansehen des Quartiers zu überwiegenderen Anteilen (rd. 80 bis 95 Prozent) zufrieden sind und daher die Note 1 oder 2 vergeben. Demgegenüber steht eine deutliche Unzufriedenheit mit der Versorgungssituation – auffällig ist hierbei neben dem Angebot an Einkaufs- und Versorgungsmöglichkeiten auch der Aspekt der medizinischen Versorgung und der zielgruppenspezifischen Angebote, sowohl für Kinder und Jugendliche als auch für Senioren. In diesen Themenfeldern gibt der deutlich überwiegende Anteil der Befragten (62 bis 86 Prozent) an, unzufrieden zu sein und vergibt daher die Note 4 oder 5.

Abbildung 78: Zufriedenheit mit der allgemeinen Wohnsituation im Quartier „Auf dem Schnee“

„Wie zufrieden sind Sie mit den folgenden Merkmalen Ihrer allgemeinen Wohnsituation? Bitte vergeben Sie für die folgenden Merkmale eine Note von 1 bis 5 mit der Bedeutung von **völlig zufrieden (=1)** bis **völlig unzufrieden (=5)**.“

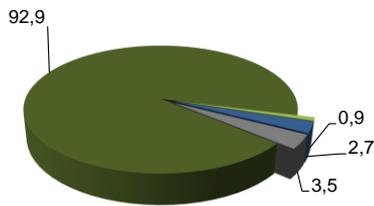


Quelle: eigene Darstellung

Das Quartier „Auf dem Schnee“ zeichnet sich durch seine prägende Bebauung mit Eigenheimformen aus und weist somit einen hohen Eigentümeranteil unter den Befragten auf. Die hohe Zufriedenheit mit der allgemeinen Wohnsituation steht hiermit in direktem Zusammenhang und begründet auch mit die Tatsache, dass die Befragten über eine hohe Bindung an das Quartier verfügen. Rd. 93 Prozent der Befragten wollen längerfristig im Quartier verbleiben, nur rd. ein Prozent gibt an, innerhalb der kommenden zwei Jahre aus dem Wohngebiet fortziehen zu wollen. Neben persönlichen Gründen wird hierbei jedoch auf die mangelhafte Nahversorgung verwiesen.

Abbildung 79: Umzugsabsichten und –gründe im Quartier „Auf dem Schnee“

„Wollen Sie in den kommenden zwei Jahren ...“



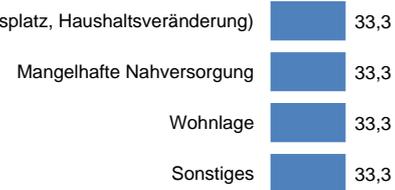
- ... hier im Wohngebiet wohnen bleiben?
- ... innerhalb des Wohngebietes umziehen?
- ... aus dem Wohngebiet fortziehen?
- Kann ich zurzeit nicht beurteilen.

Wichtigster Grund für den Fortzug
Gefilterte Ergebnisse - Offene Frage



Generelle Gründe für den Fortzug

Gefilterte Ergebnisse - Offene Frage - Mehrfachnennungen möglich

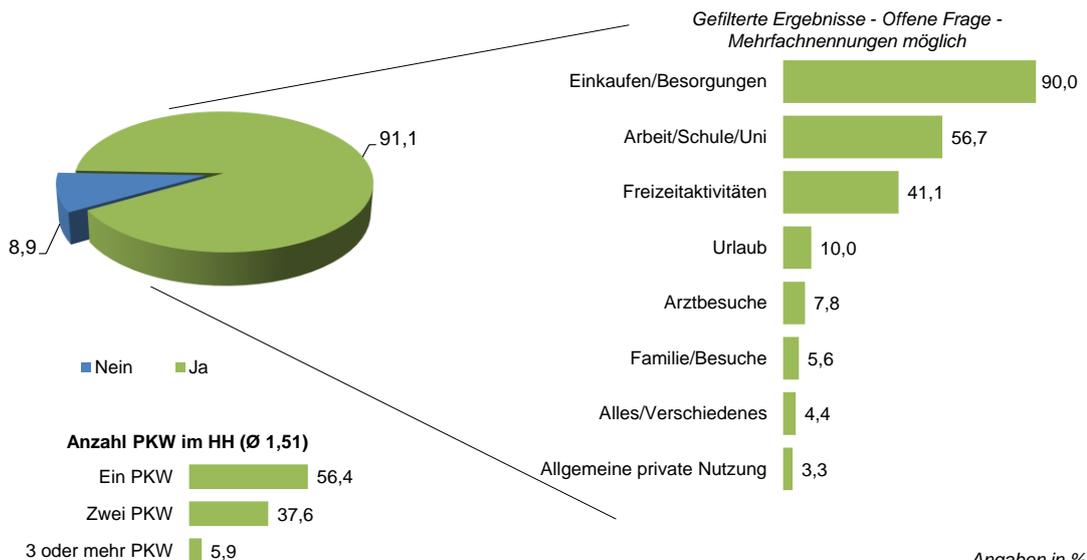


Quelle: eigene Darstellung
(Verteilung von 33,3% ist den niedrigen Fallzahlen zuzuschreiben)

Für die Bewohner positiv zu bewerten ist, dass diese mehrheitlich über ein (oder sogar zwei) Auto(s) verfügen (91%) und somit noch die Möglichkeit haben, auch angrenzende Nahversorgungsangebote, die nur mit dem Auto zu erreichen sind, aufzusuchen. Hierbei handelt es sich im Quartier „Auf dem Schnee“ um die Tätigkeit, der am häufigsten mithilfe des Autos nachgegangen wird (Einkaufen, Besorgungen) – u.a., da es im Quartier selbst kein entsprechendes Angebot gibt, das fußläufig bzw. auf kurzem Wege erreicht werden könnte.

Abbildung 80: Verfügbarkeit und Nutzung eines PKW im Quartier „Auf dem Schnee“

„Verfügen Sie bzw. Ihr Haushalt über einen PKW? Wofür nutzen Sie den PKW hauptsächlich?“



Angaben in %

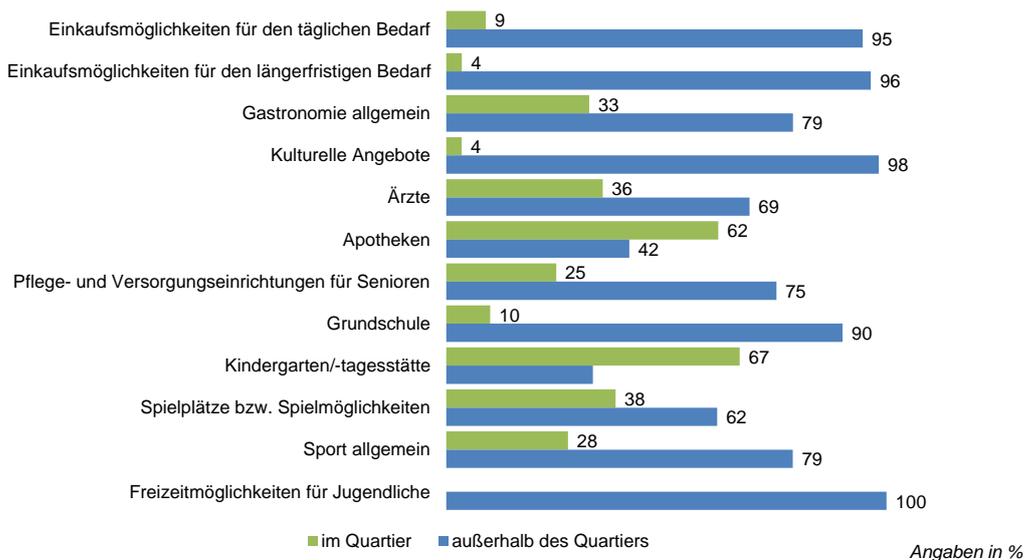
Quelle: eigene Darstellung

Diese Situation verdeutlicht sich auch an den folgenden zwei Abbildungen, die den Ort der Ausübung der jeweiligen Aktivitäten im Quartier darlegen. Anhand der überwiegenden blauen Balken wird ersichtlich, dass eine Vielzahl an ausgeübten Tätigkeiten außerhalb des Quartiers ausgeübt wird, hierzu zählen insbesondere Einkaufsmöglichkeiten für den täglichen und längerfristigen Bedarf, aber auch kulturelle Angebote, Gastronomieangebote, Ärzte und familienorientierte Angebote wie Schulen und Freizeitmöglichkeiten.

Abbildung 81: Ort der Ausübung der Aktivitäten im Quartier „Auf dem Schnee“ I

„Wo gehen Sie den genannten Aktivitäten in der Regel nach?“

Gefilterte Ergebnisse - nur Jene, die der Tätigkeit mind. mehrmals pro Jahr nachgehen - Mehrfachnennungen möglich

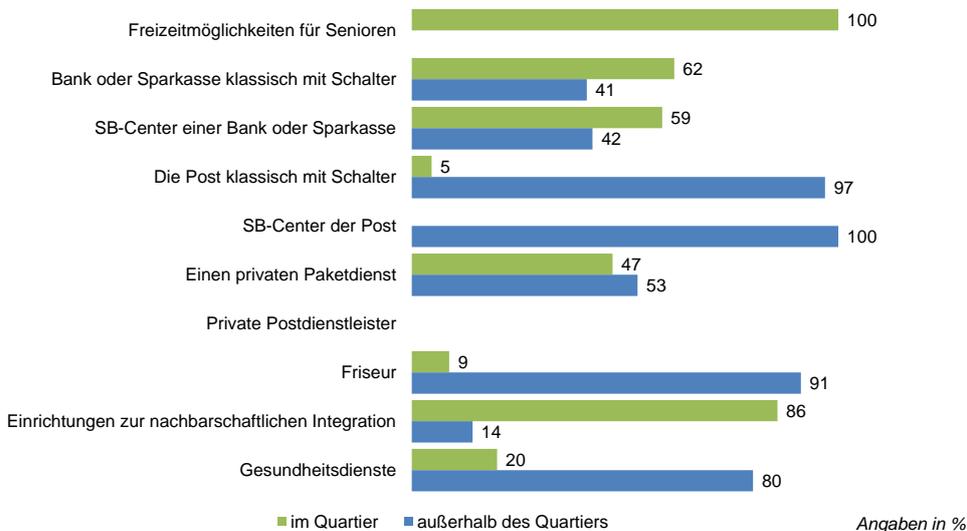


Quelle: eigene Darstellung

Eine Ausnahme bilden Freizeitmöglichkeiten für Senioren, Finanzdienstleistungen und Einrichtungen zur nachbarschaftlichen Integration. Zumindest in diesen Teilsegmenten scheint das Quartier über ein nennenswertes Angebot zu verfügen, das seitens der Befragten wahrgenommen und genutzt wird.

Abbildung 82: Ort der Ausübung der Aktivitäten im Quartier „Auf dem Schnee“ II

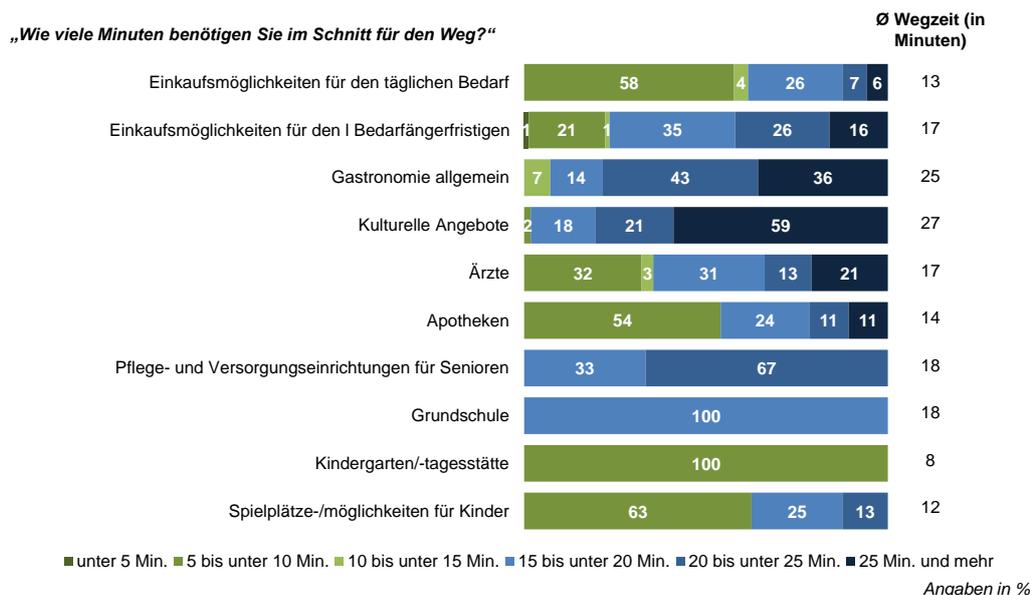
„Wo gehen Sie den genannten Aktivitäten in der Regel nach?“
 Gefilterte Ergebnisse - nur Jene, die der Tätigkeit mind. mehrmals pro Jahr nachgehen - Mehrfachnennungen möglich



Quelle: eigene Darstellung

Aufgrund der Lage im Städteck zwischen Witten, Dortmund und Herdecke haben die Bewohner des Quartiers, die über ein Auto verfügen, die Möglichkeit, die Angebote der angrenzenden Kommunen wahrzunehmen. Hierfür sind sie zwar auf das Auto angewiesen, Einkaufsmöglichkeiten können dann jedoch zumindest innerhalb einer vglw. kurzen Fahrzeit aufgesucht werden, ebenso wie Kindertagesstätten und Spielplätze für Kinder. Insbesondere bei den kulturellen, gastronomischen und medizinisch orientierten Angeboten sind jedoch im Vergleich auch längere Wegzeiten von bis zu 25 Minuten zu erbringen, bei den kulturellen Angeboten werden überwiegend auch noch längere Wegezeiten erforderlich.

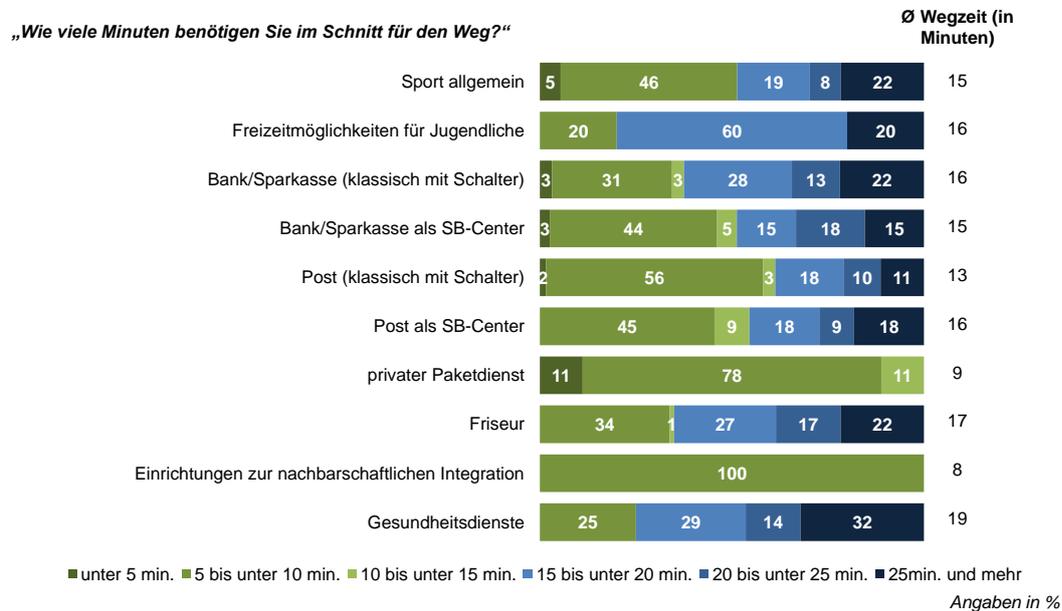
Abbildung 83: Wegzeit zur Ausübung der Aktivitäten in Wohnumfeld und Quartier im Quartier „Auf dem Schnee“ I



Quelle: eigene Darstellung

In unter 10 Minuten Wegzeit sind auch Dienstleistungsangebote wie Post- und Paket-, Finanz- und Friseurangebote zu erreichen. Es handelt sich hierbei jedoch mehrheitlich um Angebote, die, wie oben geschildert, nicht im Quartier ansässig sind.

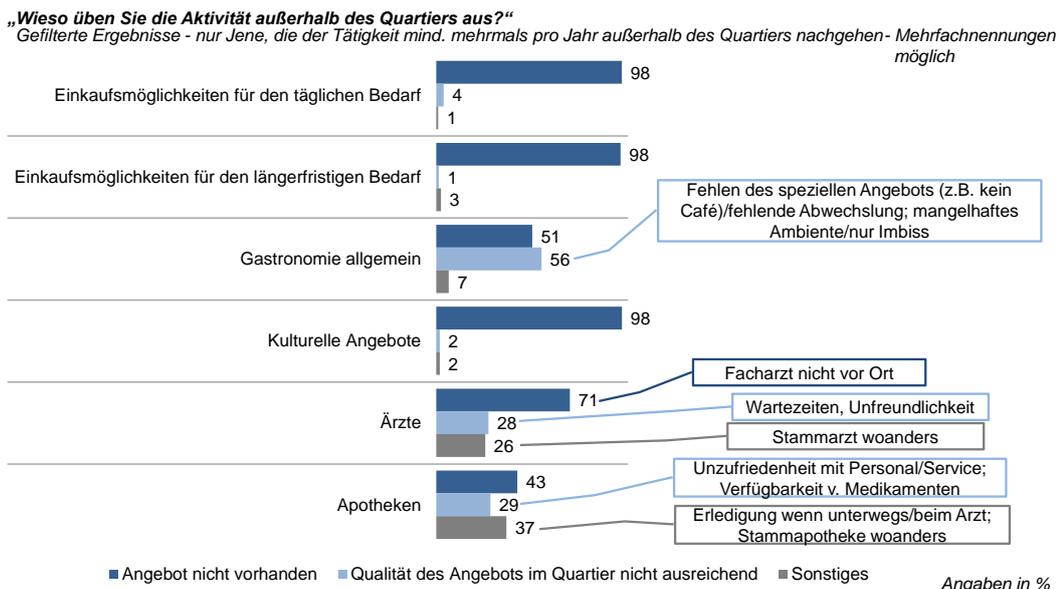
Abbildung 84: Wegzeit zur Ausübung der Aktivitäten in Wohnumfeld und Quartier im Quartier „Auf dem Schnee“ II



Quelle: eigene Darstellung

Die Gründe für die auswärtige Ausübung von Aktivitäten (hier ist nur eine Auswahl an Aktivitäten dargestellt) verdeutlicht nochmals, dass die jeweiligen Angebote überwiegend nicht im Quartier verortet sind und demnach hier nicht aufgesucht werden können. Während bei den Einkaufsmöglichkeiten des täglichen und längerfristigen Bedarfs kaum eine Wahl besteht, werden bei den weiteren Aktivitäten auch eher subjektiv geprägte Gründe angeführt (wie z.B. die Unzufriedenheit mit dem Service oder längeren Wartezeiten), so z.B. bei der Frage nach Ärzten und Apotheken, bei denen es noch eine Grundversorgung im Quartier gibt.

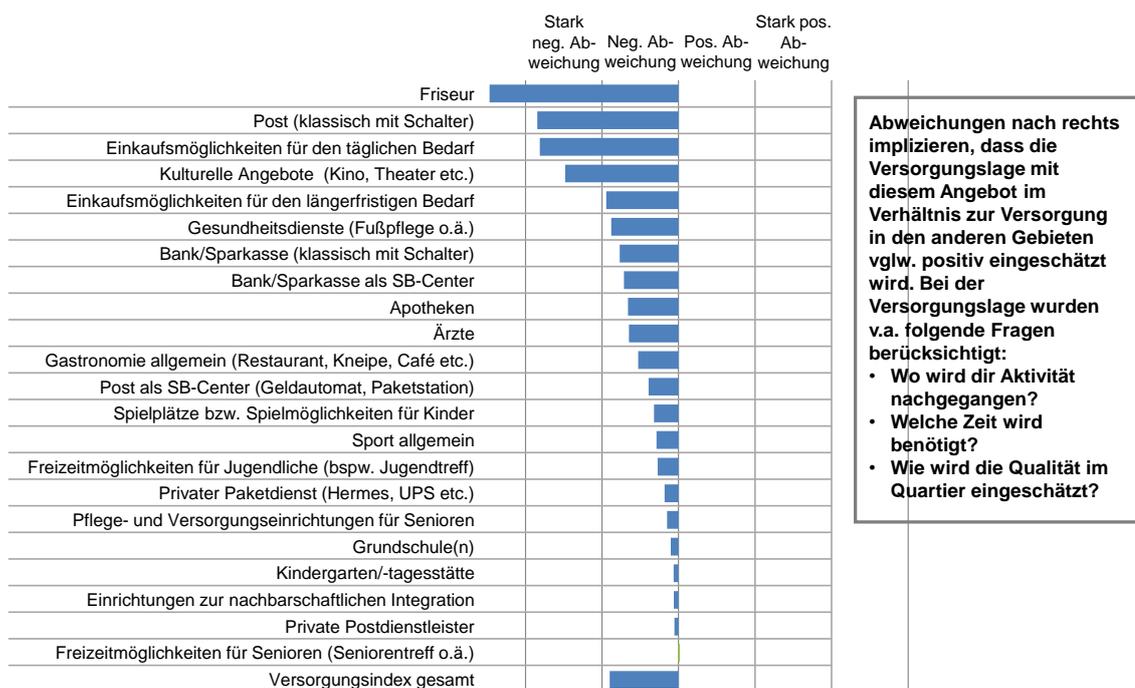
Abbildung 85: Gründe der auswärtigen Ausübung von Aktivitäten im Quartier „Auf dem Schnee“ I



Quelle: eigene Darstellung

Die aktuelle und dringliche Bedarfslage im Quartier „Auf dem Schnee“ wird anhand der folgenden Abbildung bestätigt. Dargestellt ist der Versorgungsindex für die einzelnen, abgefragten Nahversorgungs- und Dienstleistungsangebote im Vergleich mit den weiteren drei Untersuchungsquartieren. Die zum Teil stark negativen Abweichungen implizieren eine im Vergleich mit den weiteren Quartieren dringliche Versorgungslage. Für die Bewertung wurden der Ort der Ausübung der jeweiligen Aktivität, die benötigte Zeit und die Einschätzung der Qualität des Angebotes herangezogen.

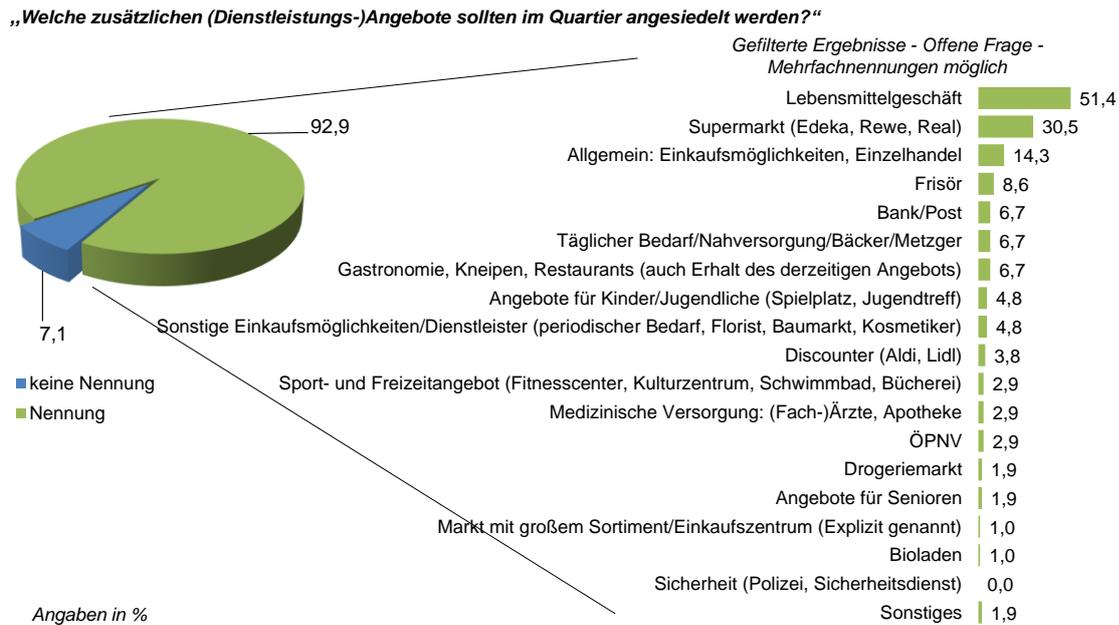
Abbildung 86: Wohnumfeld und Quartier – Versorgungsindex im Quartier „Auf dem Schnee“



Quelle: eigene Darstellung

Aufgrund der bisherigen Erkenntnisse aus der Befragung, die auf ein fehlendes Angebot insbesondere im Segment des Lebensmitteleinzelhandels hinweisen, ist es nicht verwunderlich, dass rd. 93 Prozent aller Befragten ein zusätzliches Angebot im Quartier wünschen. An vorderer Stelle stehen hier Lebensmittelangebote aber auch angrenzende Angebote wie Dienstleistungen in Form von Frisören, Bank und Post und medizinische Angebote werden häufig genannt und bestätigen somit die Einschätzung einer mangelhaften Versorgungslage im Quartier.

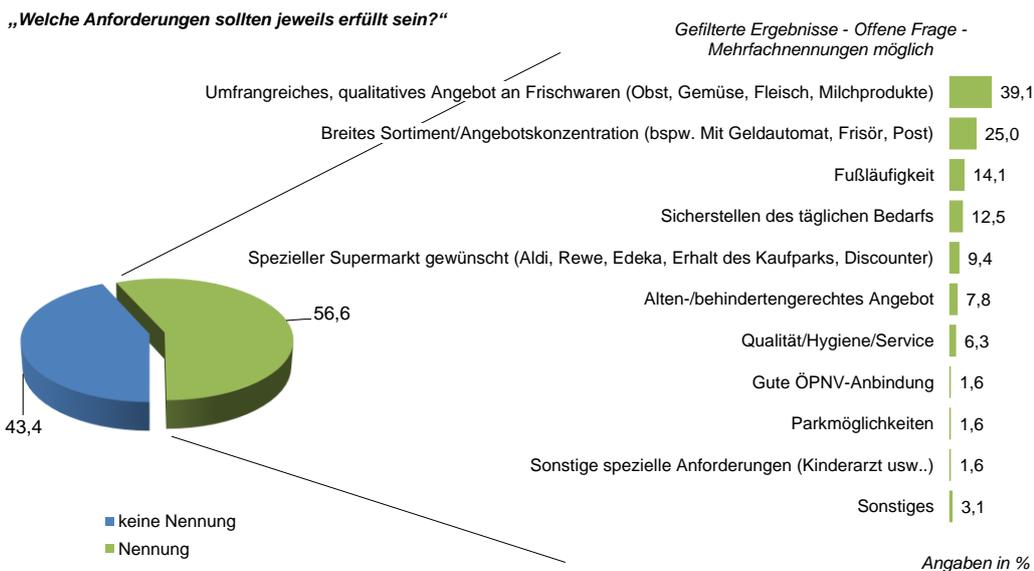
Abbildung 87: Gewünschte zusätzliche Dienstleistungen in Wohnumfeld und Quartier im Quartier „Auf dem Schnee“



Quelle: eigene Darstellung

Hinsichtlich der Frage, welche Anforderungen die Befragten an das Nahversorgungsangebot im Quartier stellen, stehen ein umfangreiches qualitatives Angebot an Frischwaren und ein generell breites Sortiment im Vordergrund. Hierbei stehen Angebote des täglichen Bedarfs im Fokus, wobei den Befragten eine Angebotskopplung entgegenkommt – auch vor dem Hintergrund der fußläufigen Erreichbarkeit und der Gewährleistung kurzer Wege.

Abbildung 88: Anforderungen an Wohnumfeld und Quartier im Quartier „Auf dem Schnee“



Quelle: eigene Darstellung

Beim Einkauf von Waren des täglichen Bedarfs ist den Befragten insbesondere eine hohe Qualität der angebotenen Produkte von Bedeutung. 94 Prozent der Befragten haben dieses Merkmal mit „sehr wichtig“ oder „wichtig“ beurteilt. Von ähnlich hoher Bedeutung ist der Aspekt der kurzen Wege, ebenso wie ein Parkplatzangebot in unmittelbarer Nähe. Dies lässt den Schluss zu, dass auch ein wohnortnahes Nahversorgungsangebot innerhalb des Quartieres von einer Vielzahl der Befragten mit dem Auto angefahren werden würde (ggf. Aspekt des „bequemeren“ Transports der Einkäufe). Hervorzuheben ist jedoch auch die Bedeutung, die regionalen Produkten zugesprochen wird und die zu der Einschätzung passt, dass insbesondere Waren mit hoher Qualität gewünscht werden. Für eine Angebotsbündelung am Standort spricht auch, dass die Mehrheit der Befragten sich einen effizienten zeitlichen Ablauf wünscht.

Abbildung 89: Aspekte beim Einkauf von Waren des täglichen Bedarfs im Quartier „Auf dem Schnee“

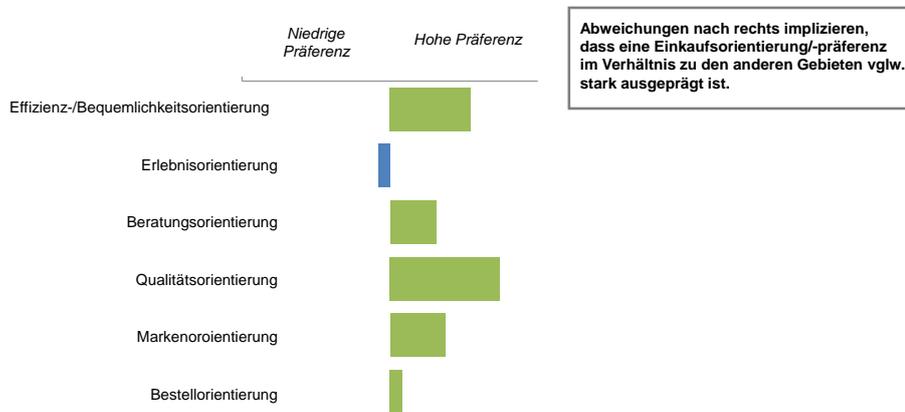
„Wie wichtig sind Ihnen folgende Aspekte beim Einkauf von Waren des täglichen Bedarfs? Dabei kann es sich um Lebensmittel aber auch andere Güter handeln von 1 bis 5 mit der Bedeutung von sehr wichtig (=1) bis unwichtig (=5).“



Quelle: eigene Darstellung

Anhand der folgenden Abbildung werden die Einkaufsorientierungen und -präferenzen im Quartier „Auf dem Schnee“ im Vergleich zu den weiteren vier Untersuchungsquartieren dargestellt. Deutlich wird, dass insbesondere die Qualitäts- und Markenorientierung, aber auch die Effizienzorientierung im Vergleich zu den weiteren Untersuchungsräumen vglw. stark ausgeprägt ist.

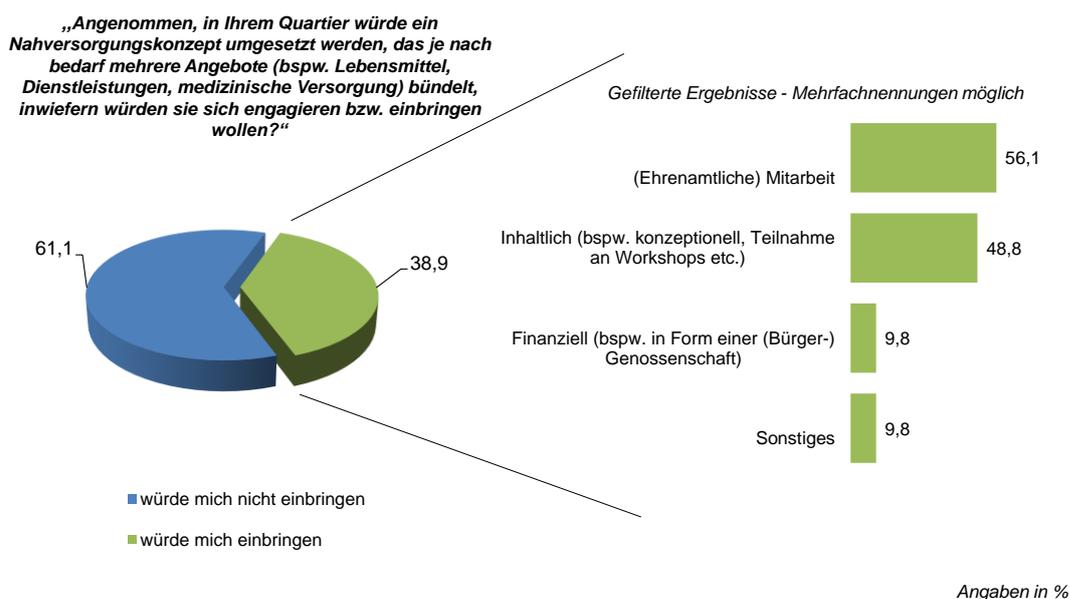
Abbildung 90: Einkaufsorientierungen und -präferenzen im Quartier „Auf dem Schnee“



Quelle: eigene Darstellung

Der im Quartier stark ausgeprägte Wunsch nach einem zusätzlichen Nahversorgungsangebot spiegelt sich auch an einer erhöhten Engagementbereitschaft der Befragten wider. Rund 39 Prozent – und damit der größte Anteil der Befragten im Vergleich der vier Untersuchungsquartiere – können sich eine Einbringung bei Prozessen zur Schaffung eines Nahversorgungsangebotes im Quartier vorstellen. Die Mehrheit spricht sich hierbei für eine ehrenamtliche Tätigkeit aus, aber mit fast 10 Prozent ist auch eine gewisse finanzielle Bereitschaft, z.B. für die Umsetzung alternativer Konzepte, (u.a. Bürgergenossenschaften), spürbar.

Abbildung 91: Engagementbereitschaft im Quartier „Auf dem Schnee“

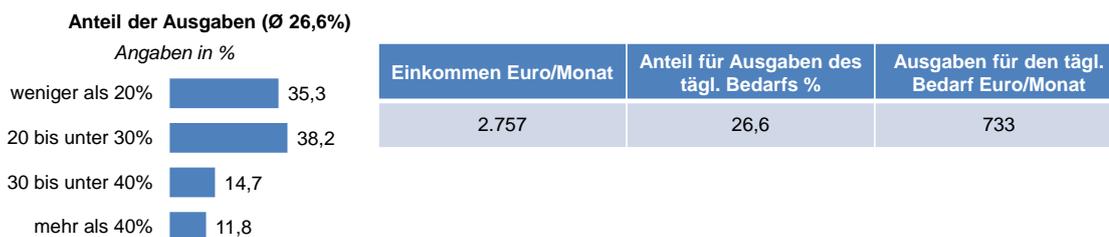


Quelle: eigene Darstellung

Die hohe Eigentumsquote im Quartier „Auf dem Schnee“ geht einher mit einem im Vergleich überdurchschnittlichen Haushaltseinkommen von rd. 2.700 Euro im Monat. Hierbei entfällt nach Aussage der Befragten rd. 27 Prozent des Einkommens auf Ausgaben des täglichen Bedarfs. Gelänge es somit, ein entsprechendes Nahversorgungsangebot im Quartier zu etablieren, würde somit ebenfalls auch ein nennenswerter Anteil der Kaufkraft im Quartier selbst verbleiben.

Abbildung 92: Aufwendungen für Einkäufe des täglichen Bedarfs im Quartier „Auf dem Schnee“

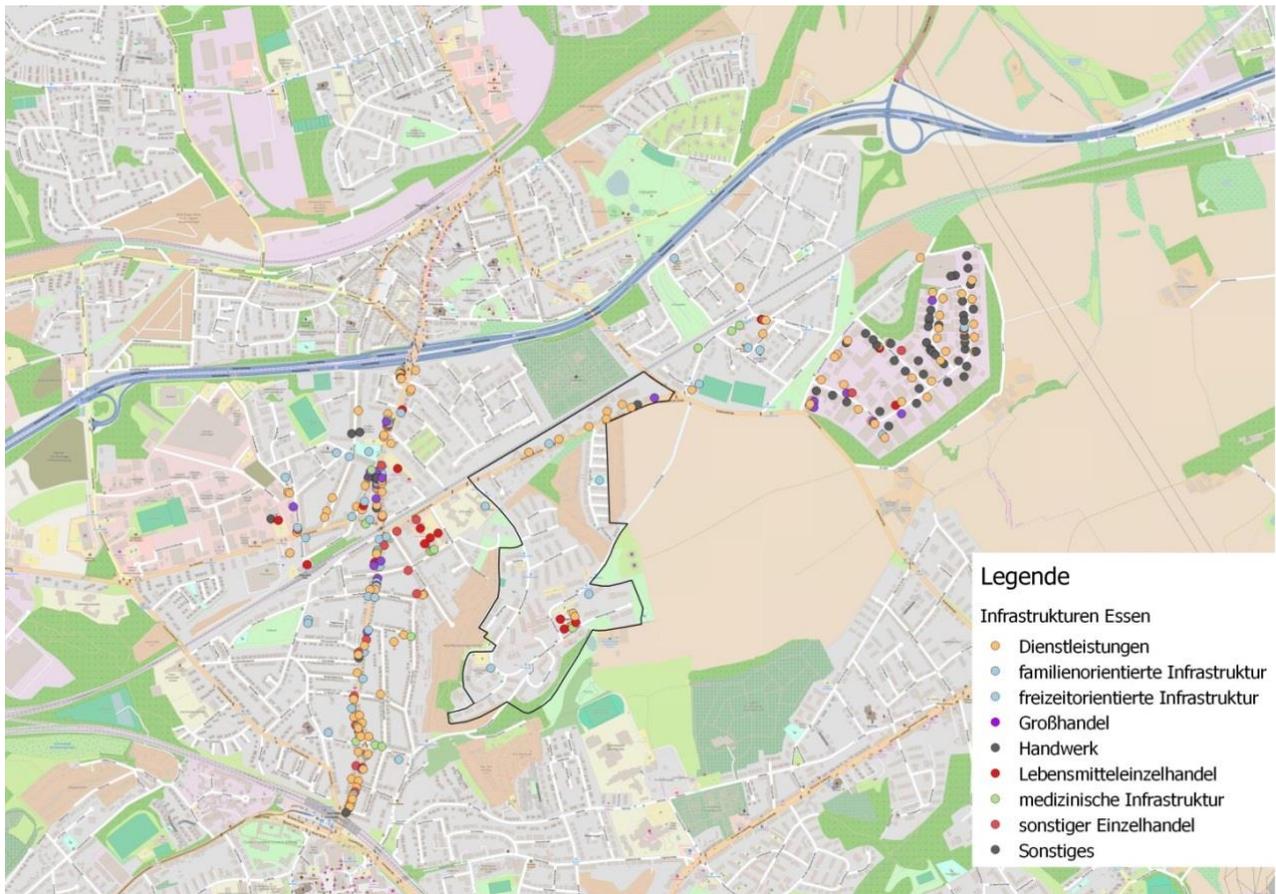
„Welche Summe bzw. wieviel % des Haushaltsnettoeinkommens geben Sie ungefähr für Einkäufe für den täglichen Bedarf pro Monat aus?“



Quelle: eigene Darstellung

6.2.4 Befragungsergebnisse Essen „Isinger Feld“

In der nachstehenden Abbildung ist neben der Abgrenzung des Quartiers für die Bewohnerbefragung zusammenfassend die aktuelle Versorgungssituation abgebildet, die mittels einer Vor-Ort-Begehung aufgenommen wurde. Deutlich wird das nur geringe Nahversorgungsangebot im Untersuchungsquartier. Dieses bezieht sich auf eine Bäckerei, einen Getränkemarkt, einen Sparkassenautomaten sowie gastronomische Angebote. Im Quartier verortet ist auch eine leerstehende Gewerbeimmobilie, die vormals als Supermarkt genutzt wurde. Die Angebote im Umfeld bündeln sich entlang der Krayer Straße im Westen und im Industriegebiet an der Adlerstraße im Nordosten des Quartiers.

Abbildung 93: Infrastrukturen im Quartier „Isinger Feld“ in Essen


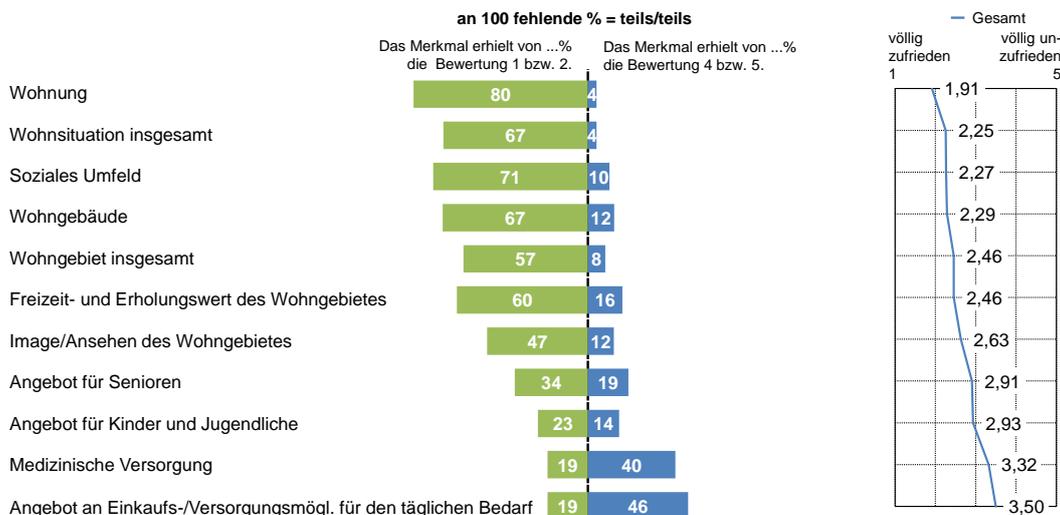
Quelle: eigene Erhebung und Darstellung

Im Quartier „Isinger Feld“ in Essen, das durch einen überwiegenden Anteil an Mehrfamilienhausbeständen in Hand einiger größerer Wohnungsunternehmen befindlich ist, wurden insgesamt 102 Bewohnerinterviews geführt, wobei erst eine ergänzende, persönliche Passantenbefragung ein hinreichendes Ergebnis gewährleisten konnte, da per telefonischer Ansprache nur wenig Befragte für das Interview gewonnen werden konnten.

Die Auswertung der Frage nach der Zufriedenheit mit der Wohnsituation und der Ausstattungslage im Quartier gibt bereits erste Hinweise auf einen gewissen Anteil unter den Befragten, die eher unzufrieden mit der Wohnsituation, dem sozialen Umfeld, dem Wohngebäude, dem Freizeit- und Erholungswerte des Quartiers und dem Angebot an Nahversorgungs- und medizinischen Angeboten sind.

Abbildung 94: Zufriedenheit mit der allgemeinen Wohnsituation im Quartier "Isinger Feld"

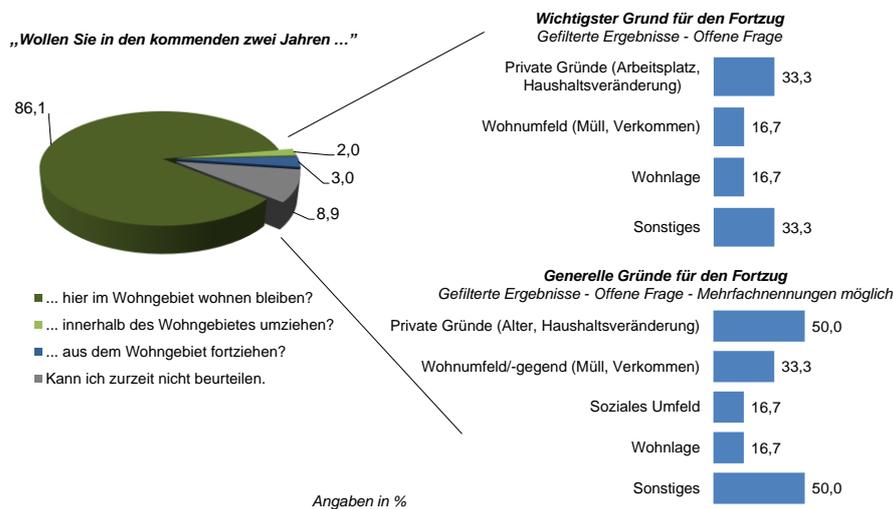
„Wie zufrieden sind Sie mit den folgenden Merkmalen Ihrer allgemeinen Wohnsituation? Bitte vergeben Sie für die folgenden Merkmale eine Note von 1 bis 5 mit der Bedeutung von völlig zufrieden (=1) bis völlig unzufrieden (=5).“



Quelle: eigene Darstellung

Der Anteil derjenigen, die kurz- bis mittelfristig aus dem Quartier wegziehen wollen, liegt mit rd. 3 Prozent, ähnlich wie bei den weiteren Untersuchungsquartieren, auf einem eher geringen Niveau. Für das Quartier „Isinger Feld“ ist hierbei allerdings herauszustellen, dass diejenigen, die mit dem Gedanken des Umzugs spielen, diesen eher auf die Wohnsituation und das Wohnumfeld sowie auf persönliche Gründe beziehen, die Nahversorgung wird hier zumindest nur selten explizit genannt.

Abbildung 95: Umzugsabsichten und –gründe im Quartier „Isinger Feld“

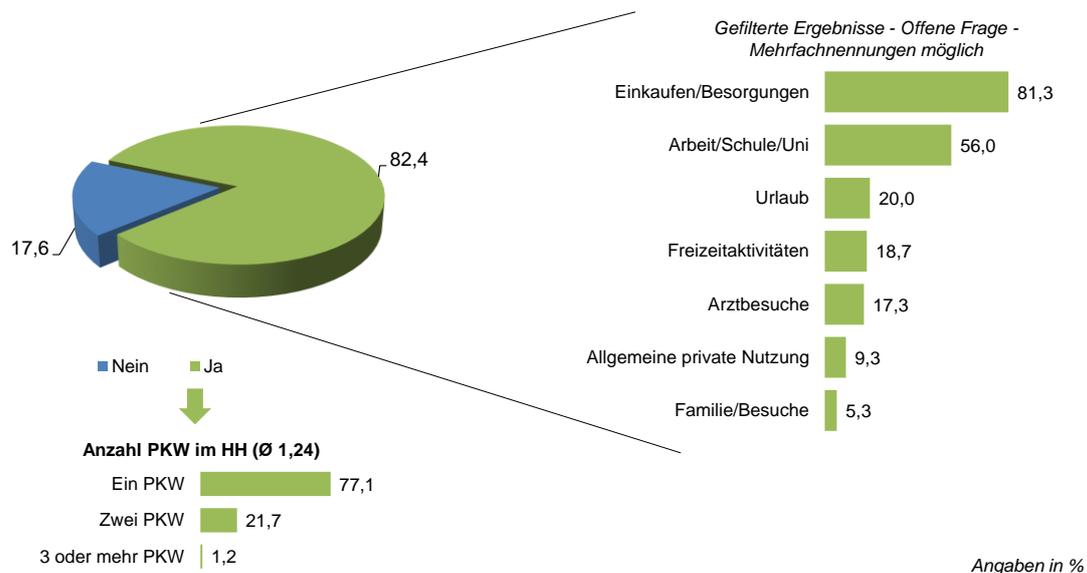


Quelle: eigene Darstellung

Etwa 82 Prozent der befragten Bewohner des Quartiers „Isinger Feld“ verfügen über ein Auto, das u.a. für das Einkaufen und Erledigen von Besorgungen sowie für die Wege zur Arbeit, Schule oder Uni genutzt wird.

Abbildung 96: Verfügbarkeit und Nutzung eines PKW im Quartier „Isinger Feld“

„Verfügen Sie bzw. Ihr Haushalt über einen PKW? Wofür nutzen Sie den PKW hauptsächlich?“



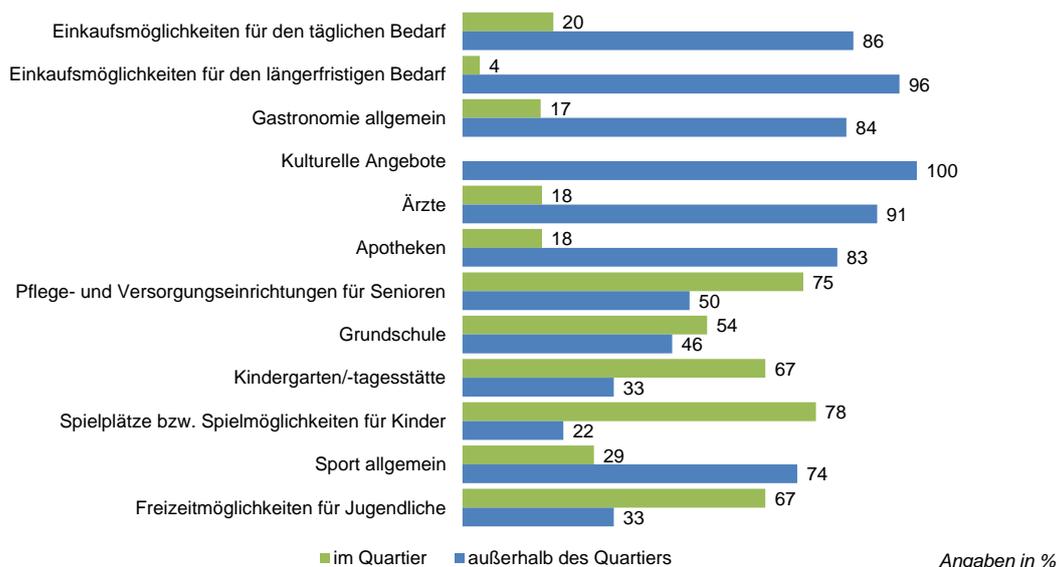
Quelle: eigene Darstellung

Erforderlich wird der PKW, dies belegt auch die nachfolgende Abbildung, insbesondere für Einkäufe des täglichen und längerfristigen Bedarfs. Hierbei handelt es sich um Aktivitäten, die zu deutlich überwiegendem Anteil nicht im Quartier selber ausgeübt werden. Ähnlich gestaltet sich jedoch die Situation in den Bereichen kultureller, gastronomischer und medizinischer Angebote.

Abbildung 97: Ort der Ausübung der Aktivitäten im Quartier „Isinger Feld“ I

„Wo gehen Sie den genannten Aktivitäten in der Regel nach?“

Gefilterte Ergebnisse - nur Jene, die der Tätigkeit mind. mehrmals pro Jahr nachgehen - Mehrfachnennungen möglich



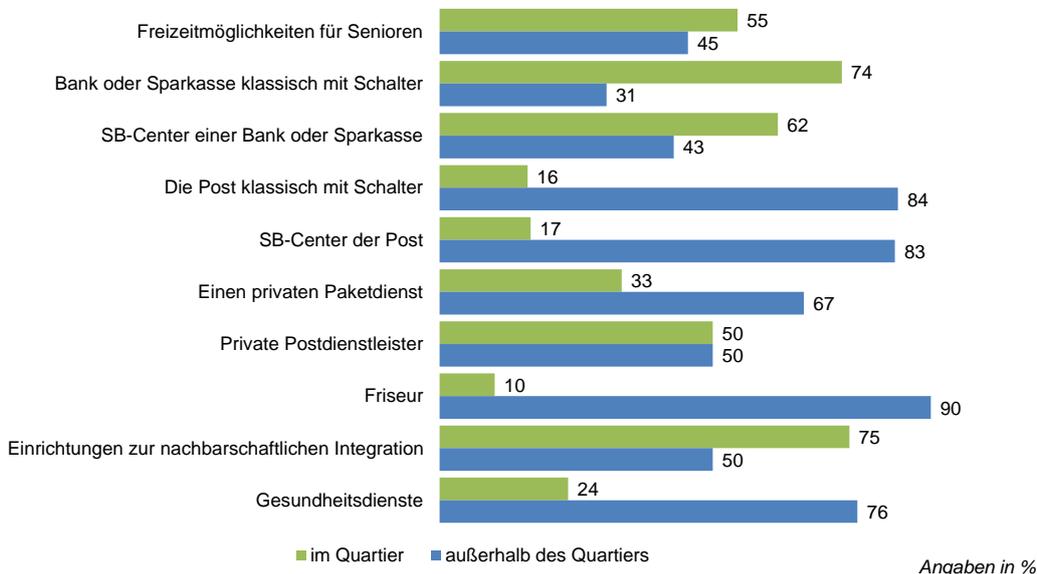
Quelle: eigene Darstellung

Im Gegenzug werden Freizeitmöglichkeiten für Senioren, Bank- oder Sparkassenangebote und Einrichtungen zur nachbarschaftlichen Integration zu überwiegendem Anteil im Quartier selbst wahrgenommen. Dies spricht für eine

bestehende Grundversorgung in diesen eher sozialen Teilssegmenten der Nahversorgung.

Abbildung 98: Ort der Ausübung der Aktivitäten im Quartier „Isinger Feld“ II

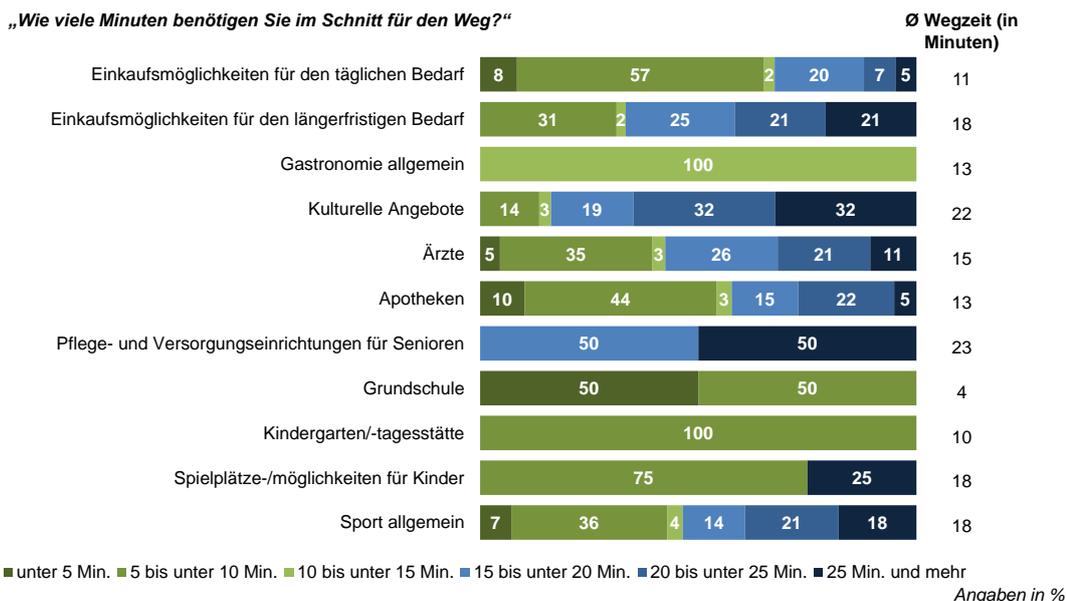
„Wo gehen Sie den genannten Aktivitäten in der Regel nach?“
 Gefilterte Ergebnisse - nur Jene, die der Tätigkeit mind. mehrmals pro Jahr nachgehen - Mehrfachnennungen möglich



Quelle: eigene Darstellung

Während Einkaufsmöglichkeiten für den täglichen Bedarf im Durchschnitt etwa innerhalb von rd. 10 Minuten erreichbar sind, entfällt auf das Erreichen von Gütern des längerfristigen Bedarfs, von kulturellen Einrichtungen sowie von Pflege- und Versorgungseinrichtungen für Senioren eine längere Wegzeit von bis zu 23 Minuten.

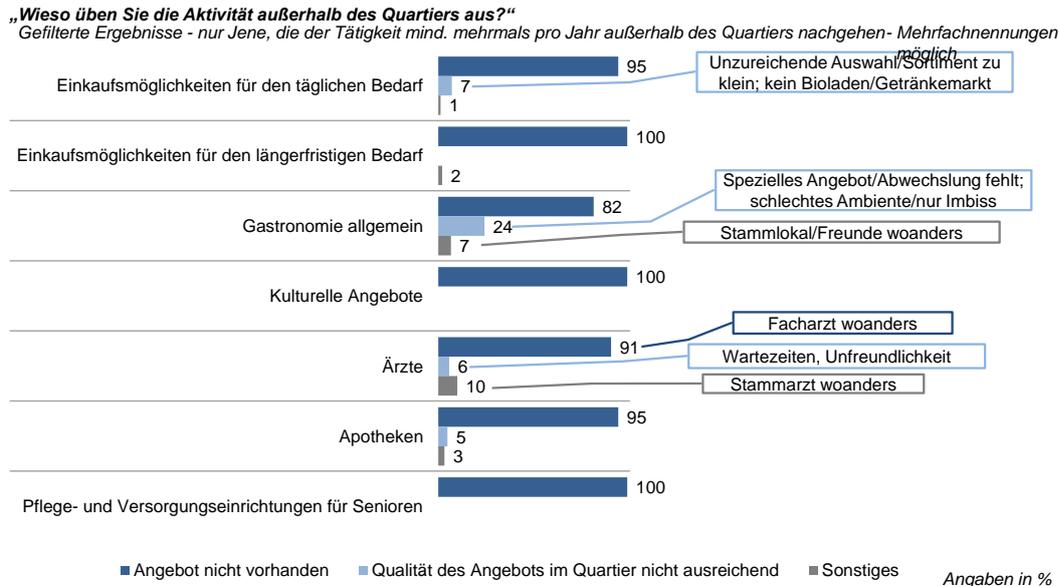
Abbildung 99: Wegzeit zur Ausübung der Aktivitäten in Wohnumfeld und Quartier im Quartier „Isinger Feld“



Quelle: eigene Darstellung

Bei der Auswertung der Gründe für die auswärtige Ausübung von Aktivitäten wird deutlich, dass bei einer Vielzahl der abgefragten Aktivitäten das fehlende Angebot im Quartier genannt wird. Dies betrifft neben den Einkaufsmöglichkeiten für den täglichen und längerfristigen Bedarf auch gastronomische, kulturelle und medizinische Angebote. Ergänzend kommt bei einigen Aktivitäten hinzu, dass z.B. der Stammarzt oder die Stammkneipe außerhalb des Wohnquartiers verortet sind.

Abbildung 100: Gründe der auswärtigen Ausübung von Aktivitäten im Quartier „Isinger Feld“ I

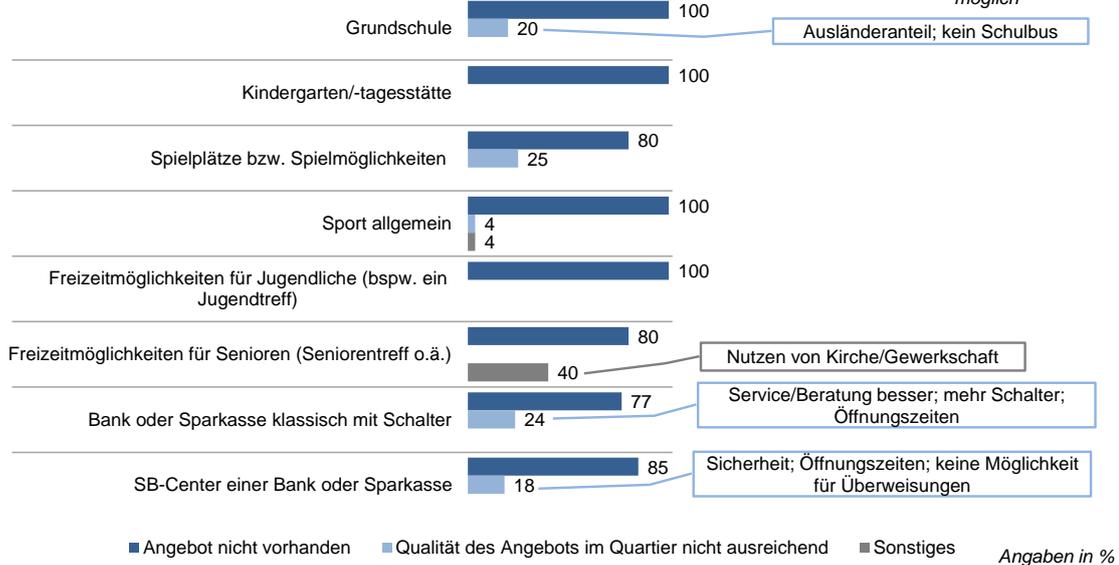


Quelle: eigene Darstellung

Auch familienorientierte Angebote werden überwiegend außerhalb des Quartiers in Anspruch genommen, darunter schulische oder freizeitorientierte Angebote. Bei den Bank- und Finanzierungsangeboten, die generell mit Angeboten im Quartier verortet sind, wird seitens der Befragten auf den Sicherheitsaspekt, bessere Serviceleistungen und andere Öffnungszeiten bei Angeboten außerhalb des Quartiers hingewiesen.

Abbildung 101: Gründe der auswärtigen Ausübung von Aktivitäten im Quartier „Isinger Feld“ II

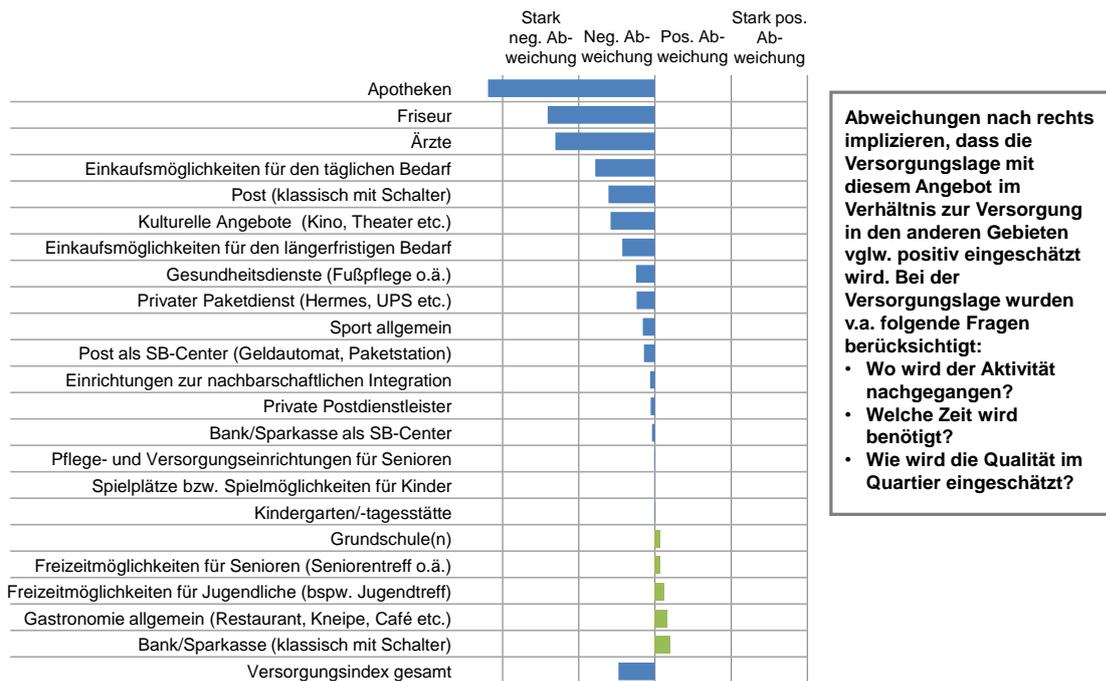
„Wieso üben Sie die Aktivität außerhalb des Quartiers aus?“
 Gefilterte Ergebnisse - nur Jene, die der Tätigkeit mind. mehrmals pro Jahr außerhalb des Quartiers nachgehen - Mehrfachnennungen möglich



Quelle: eigene Darstellung

Der Vergleich der vier Untersuchungsquartiere anhand eines Versorgungsindezes impliziert, dass die Versorgungslage im Quartier „Isinger Feld“ insbesondere bei dem Angebot an Apotheken, Friseuren, Ärzten und Einkaufsmöglichkeiten für den täglichen Bedarf im Verhältnis zur Versorgung in den drei anderen Untersuchungsquartieren als vgl. negativ eingeschätzt wird. Demgegenüber wird das Angebot an Freizeitmöglichkeiten, Gastronomie und Banken und Sparkassen im Vergleich geringfügig positiver eingeschätzt.

Abbildung 102: Wohnumfeld und Quartier – Versorgungsindex im Quartier „Isinger Feld“

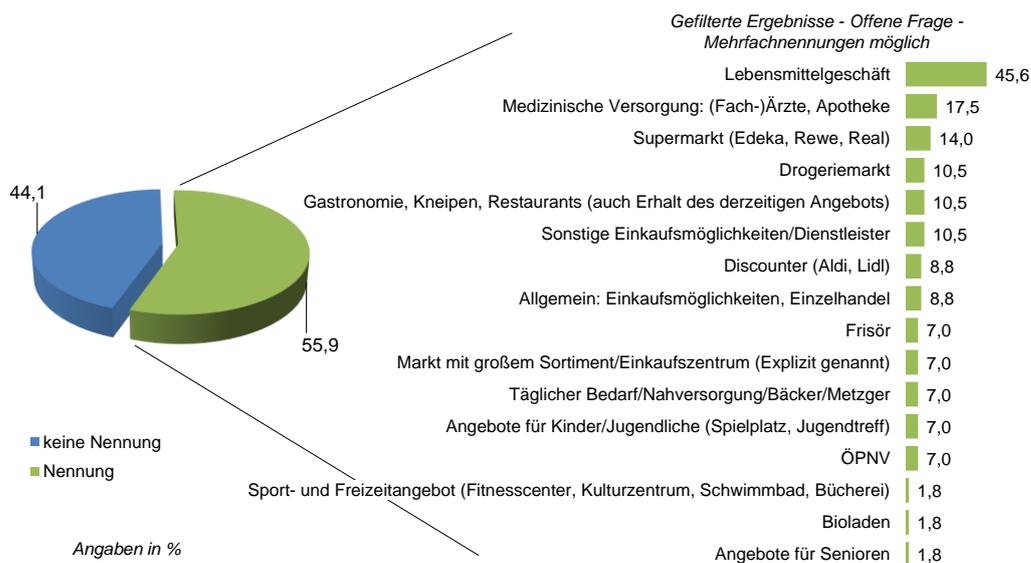


Quelle: eigene Darstellung

56 Prozent der Befragten des Quartiers „Isinger Feld“ wünschen sich ein zusätzliches Nahversorgungsangebot. Im Vergleich mit den weiteren Untersuchungsquartieren der Forschungsstudie handelt es sich hierbei um den geringsten Anteil. Wie sich in den obigen Auswertungen bereits ableiten ließ, steht hierbei insbesondere der Wunsch nach einem Lebensmittelgeschäft und einem verbesserten medizinischen Angebot im Fokus der Befragten.

Abbildung 103: Gewünschte zusätzliche Leistungen in Wohnumfeld und Quartier im Quartier „Isinger Feld“

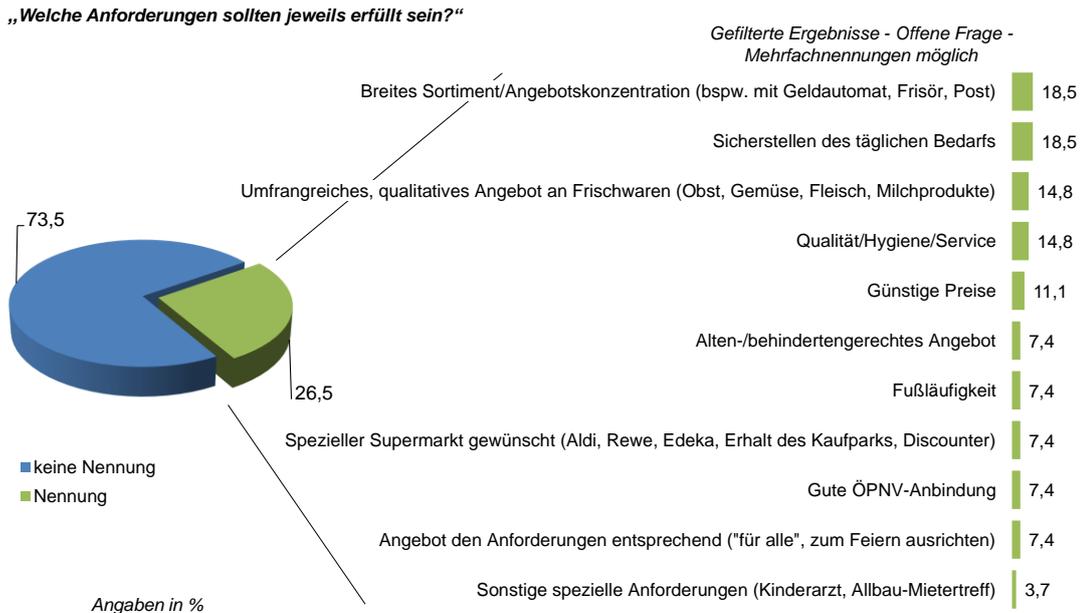
„Welche zusätzlichen (Dienstleistungs-)Angebote sollten im Quartier angesiedelt werden?“



Quelle: eigene Darstellung

Die Bündelung von Angeboten und ein möglichst breites Sortiment sind des Weiteren zwei der zentralen Anforderungen an ein zusätzliches Nahversorgungsangebot. Angebote des täglichen Bedarfs mit einem umfangreichen Angebot an Frischwaren sowie Aspekte von Hygiene und Qualität sind jedoch weitere Aspekte, die häufig von Befragten genannt wurden (Mehrfachnennungen möglich). Im Vergleich zu den weiteren Quartieren sticht in diesem Zusammenhang der Aspekt der Preisgünstigkeit hervor, die sich zumindest 11 Prozent der Befragten wünschen.

Abbildung 104: Anforderungen an Wohnumfeld und Quartier im Quartier „Isinger Feld“



Quelle: eigene Darstellung

Dieser Wunsch spiegelt sich auch in der Frage nach Aspekten beim Einkauf von Waren des täglichen Bedarfs wider. Der Qualitätsaspekt steht im Quartier „Isinger Feld“ im Vergleich mit den weiteren Untersuchungsquartieren nicht an oberer Stelle – kurze Wege, ein breites Sortiment und Preisgünstigkeit sind Aspekte, die mit „sehr wichtig“ oder „wichtig“ bewertet werden.

Abbildung 105: Aspekte beim Einkauf von Waren des täglichen Bedarfs im Quartier „Isinger Feld“

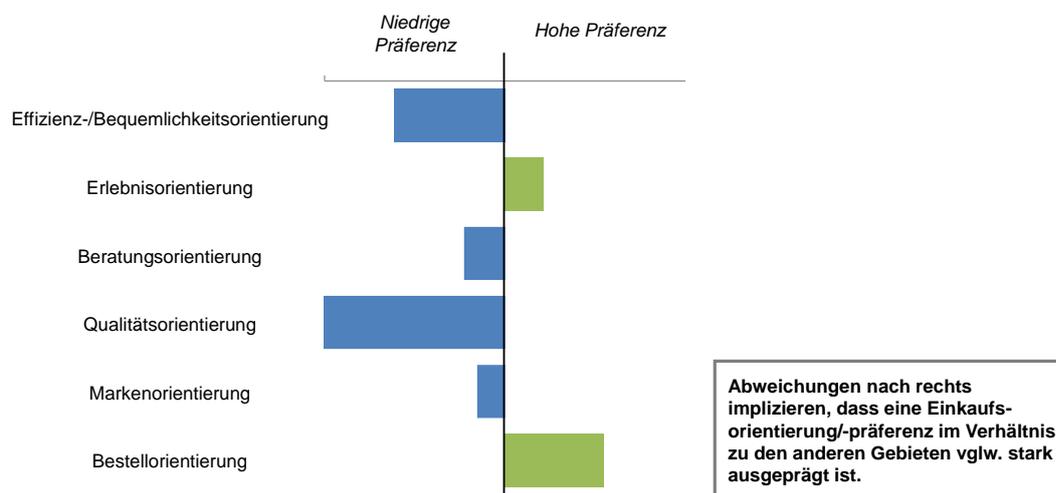
„Wie wichtig sind Ihnen folgende Aspekte beim Einkauf von Waren des täglichen Bedarfs? Dabei kann es sich um Lebensmittel aber auch andere Güter handeln von 1 bis 5 mit der Bedeutung von sehr wichtig (=1) bis unwichtig (=5).“



Quelle: eigene Darstellung

Bei Betrachtung der Einkaufsorientierungen und -präferenzen im Quartier „Isinger Feld“ bestätigen sich die oben getroffenen Aussagen hinsichtlich der Qualitätsorientierung. Diese ist im Verhältnis zu den anderen Gebieten vgl. gering ausgeprägt. Demgegenüber steht die Erlebnis- und Bestellorientierung, die im Verhältnis wiederum stärker im Quartier „Isinger Feld“ ausgeprägt ist.

Abbildung 106: Einkaufsorientierungen und -präferenzen im Quartier „Isinger Feld“

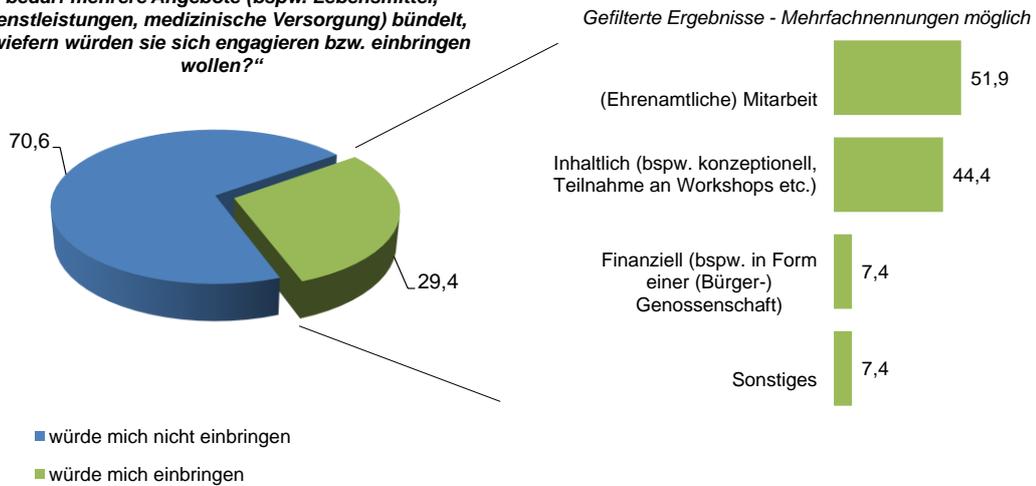


Quelle: eigene Darstellung

Etwa jeder dritte Befragte wäre bei der Etablierung eines neuen Nahversorgungsangebotes gewillt, hieran mitzuwirken. Die Engagementbereitschaft bezieht sich jedoch insbesondere auf ehrenamtliche oder eine inhaltliche Mitarbeit (z.B. in Form von Workshops oder ähnlichen konzeptionellen Bausteinen).

Abbildung 107: Engagementbereitschaft im Quartier „Isinger Feld“

„Angenommen, in Ihrem Quartier würde ein Nahversorgungskonzept umgesetzt werden, das je nach Bedarf mehrere Angebote (bspw. Lebensmittel, Dienstleistungen, medizinische Versorgung) bündelt, inwiefern würden sie sich engagieren bzw. einbringen wollen?“



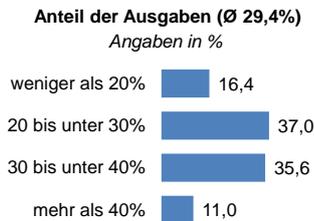
Angaben in %

Quelle: eigene Darstellung

Das durchschnittliche Haushaltseinkommen der befragten Quartiersbewohner beläuft sich auf rd. 2.470 Euro im Monat. Mit fast 30 Prozent entfällt hiervon ein nennenswerter Anteil auf Ausgaben für den täglichen Bedarf.

Abbildung 108: Aufwendungen für Einkäufe des täglichen Bedarfs im Quartier „Isinger Feld“

„Welche Summe bzw. wieviel % des Haushaltsnettoeinkommens geben Sie ungefähr für Einkäufe für den täglichen Bedarf pro Monat aus?“



Einkommen Euro/Monat	Anteil für Ausgaben des tägl. Bedarfs %	Ausgaben für den tägl. Bedarf Euro/Monat
2.469	29,4	726

Quelle: eigene Darstellung

6.3. Kurzzusammenfassung der Rahmenbedingungen und Handlungsbedarfe in den vier Untersuchungsquartieren

Im Folgenden werden die zentralen Ergebnisse aus der Potenzial- und Bedarfsanalyse für die vier Untersuchungsquartiere übersichtsartig gegenübergestellt. Diese wurden im Weiteren genutzt, um eine Verständigung auf zwei Quartiere herbeizuführen, die im Rahmen der weiteren Implementierungsvorbereitung weiter verfolgt werden sollten.

Tabelle 23: Gegenüberstellung von Chancen und Herausforderungen im Quartier „Borsigplatz“ in Dortmund

Gegenüberstellung von Chancen und Herausforderungen	
Rahmenbedingungen und Handlungsbedarfe	
<ul style="list-style-type: none"> • Zahlreiche Schließungen von Nahversorgern im Quartier in den vergangenen Jahren, keine fußläufig erreichbare Nahversorgung mit größerem Sortiment im Umfeld • Rahmenbedingungen spiegeln sich in Befragungsergebnissen wider: Hinweise auf Unzufriedenheit mit dem Image des Quartiers, der Wohnsituation und der Versorgungslage → Überlagerung mehrerer Handlungsbedarfe, nicht nur das Thema Nahversorgung ist in diesem Quartier akut • Im Vergleich mit den weiteren Quartieren höchste Umzugsneigung, Nahversorgung als einer der Gründe • Für viele der abgefragten Aktivitäten liegt der Grund für die Ausübung außerhalb des Quartiers im fehlenden Angebot im Quartier • Wichtige Aspekte beim Einkauf von Waren des täglichen Bedarfs: Qualität, breite Auswahl, kurze Wege, Angebotsbündelung, Bedeutung der Preisgünstigkeit • Gewünschtes zusätzliches Angebot: Lebensmitteleinzelhandel (behinderten-/altengerecht), nachgeordnet Dienstleistungen und medizinische Angebote bzw. beides in Kombination 	
Chancen	Herausforderungen
<ul style="list-style-type: none"> • Hohes Interesse verschiedener Akteure (Stadtplanung, WiFö, Politik) und der Bevölkerung an neuer Nahversorgung • Engagement für die Etablierung eines neuen Angebotes ist auch von Bewohnerseite vorhanden, fokussiert sich jedoch auf eine ehrenamtliche Beteiligung 	<ul style="list-style-type: none"> • Erschwerte Erreichbarkeit der Eigentümer der leerstehenden Einzelhandelsimmobilie (Erbengemeinschaft) • Problematische bauliche Vorgaben (kleine und ungünstig zugeschnittene Verkaufsfläche, schwierige Parkplatz- und Anlieferersituation)

Quelle: eigene Zusammenstellung

Tabelle 24: Gegenüberstellung von Chancen und Herausforderungen im Quartier „Emst“ in Hagen

Gegenüberstellung von Chancen und Herausforderungen	
Rahmenbedingungen und Handlungsbedarfe	
<ul style="list-style-type: none"> • Kleinere Nahversorgungsstrukturen sind im Quartier in den vergangenen Jahren weggebrochen oder drohen wegzubrechen (aktuelle Diskussion um Emster Ladenzeile), demgegenüber steht jedoch die Neuplanung eines Vollsortimenters im Quartier, für die die Akteure im Quartier die Forschungserkenntnisse berücksichtigen wollen • Hohe Wohnzufriedenheit mit dem Wohnquartier, geringe Umzugsabsichten, hohe Bindung an das Quartier • Vielzahl der Aktivitäten findet im Quartier statt, Ausnahme: langfristiger Bedarf, Gastronomie, Kultur • Bemänglung der Auswahl und des Sortiments bestehender Angebote im Quartier • Generell wird ein hoher Wert auf die Qualität der Angebote/des Sortiments gelegt; regionale Produkte, Bio-Produkte, breite Auswahl sind wichtige Kriterien für den Einkauf von Waren des täglichen Bedarfs • Zusätzlich gewünscht wird im Quartier: Drogeriemarkt, Markt mit großem Sortiment, Gastronomieangebote, Angebote zum „Feiern“ → Anforderungen: Angebotsbündelung, um kurze Wege zu ermöglichen 	
Chancen	Herausforderungen
<ul style="list-style-type: none"> • Wohnungsbestände des Wohnungsvereins Hagen und der ha.ge.we → größere Akteure sind im Quartier ansässig und tätig • Hohes Engagement der Bewohnerschaft: Demonstration gegen Abrisspläne der „Emster Ladenzeile“, aktive Einbringung bei Stadtentwicklungsplanungen (Planung Nahversorger) • Bestehender Arbeitskreis „Wohnen und Leben auf Emst“ • Starkes Interesse der Stadtverwaltung an Aufgreifen der Ergebnisse der Forschungsstudie für die konkrete Planung im Stadtteil 	<ul style="list-style-type: none"> • Aktuelle Neuplanung eines Nahversorgers (Vollsortimenter) sollte die bestehenden Angebote im Quartier berücksichtigen, um keine Konkurrenzsituation entstehen zu lassen • Nicht nur das Thema Nahversorgung, auch das Thema „Treffpunkte“ ist akut, beteiligte Akteure der Wohnungswirtschaft zeigen hier allerdings bislang wenig Kompromissbereitschaft zum langfristigen Erhalt bestehender Angebote

Quelle: eigene Zusammenstellung

Tabelle 25: Gegenüberstellung von Chancen und Herausforderungen im Quartier „Auf dem Schnee“ in Witten

Gegenüberstellung von Chancen und Herausforderungen	
Rahmenbedingungen und Handlungsbedarfe	
<ul style="list-style-type: none"> • Schließung eines Vollsortimenters (Edeka) mit 800 m² Verkaufsfläche und integrierten Nutzungen (Bäcker, Reinigung, Lotto-Annahme); aktuell leerstehende Immobilie • Aktuellste Entwicklung: Verkauf der Fläche und der Immobilie an ein Immobilienunternehmen, weitere Schritte derzeit noch unklar • Befragung liefert Hinweise auf deutliche Bedarfe an medizinischen Angeboten, Nahversorgung und zielgruppenübergreifenden Angeboten für Senioren und Kinder/Jugendliche • Geringer Anteil an Personen, die wegziehen wollen → diejenigen, die Fortzug planen, benennen jedoch Nahversorgung als einen der entscheidenden Gründe • Die überwiegende Anzahl an Aktivitäten und Tätigkeiten findet außerhalb des Quartiers statt, da die jeweiligen Angebote nicht im Quartier vorhanden sind • Gewünschtes zusätzliches Angebot: Lebensmitteleinzelhandel mit Angebot an Frischwaren sowie Dienstleistungen; gerne Bündelung des Angebotes • Generelle Anforderungen: hohe Qualität, kurze Wege, Parkplatz, „alles aus einer Hand bekommen“ 	
Chancen	Herausforderungen
<ul style="list-style-type: none"> • Die Anpassung des B-Plans ist in der Vorbereitung (Aufstellungsbeschluss), wünschenswert wäre eine Neuansiedlung eines Nahversorgungsangebots • Möglichkeit eines Neubaus nicht ausgeschlossen und damit Vergrößerung des Interessentenkreises • Im Vergleich der Quartiere weist „Auf dem Schnee“ die höchste Mitwirkungsbereitschaft seitens der Bewohner auf, darunter auch finanzielle Beteiligung als Option • Hohes Interesse der Stadtverwaltung an einer Neuansiedlung eines Angebotes, generelles Interesse an alternativen Nahversorgungs-konzepten 	<ul style="list-style-type: none"> • Bisherige potenzielle Investoren (vorwiegend „klassische“ Anbieter“) sind bislang am Standort abgesprungen • Vorliegendes Gutachten mit Empfehlungen zur planungsrechtlichen Anpassung der Verkaufsfläche (nur eingeschränkt möglich) • Periphere Lage des Quartiers • Finden eines Investors bzw. Betreibers • Abstimmung mit neuem Eigentümer der Fläche und der Bestandsimmobilie

Quelle: eigene Zusammenstellung

Tabelle 26: Gegenüberstellung von Chancen und Herausforderungen im Quartier „Isinger Feld“ in Essen

Gegenüberstellung von Chancen und Herausforderungen	
Rahmenbedingungen und Handlungsbedarfe	
<ul style="list-style-type: none"> • Eigentümerstruktur des Quartiers ist durch mehrere Wohnungsunternehmen geprägt: Allbau (bereits Modernisierungsaktivitäten im Bestand durchgeführt), Gagfah, Deutsche Annington, WEG, heterogene Altersstruktur der Mieterschaft • Aktuell große Lücke in der Nahversorgung → Busservice als aktuelle Überbrückung des Problems • Befragung hat Hinweise auf Unzufriedenheit mit der Wohnsituation, dem generellen Wohnquartier und der Versorgungslage aufgezeigt (insbesondere medizinische Angebote, Einkaufs-/Versorgungsmöglichkeiten) • Finanzdienstleistungen werden überwiegend im Quartier selbst wahrgenommen; Tätigkeiten außerhalb des Quartiers: Einkauf täglicher und längerfristiger Bedarf, Gastronomie, Kultur, medizinische Angebote, weitere Dienstleistungen → Hinweise auf fehlende Angebote und z.T. unzureichende Qualität • Zusätzlicher Wunsch: Lebensmitteleinzelhandel und medizinische Angebote (Ärzte, Apotheke); gerne Angebotsbündelung mit weiteren Dienstleistungen • Bewohner legen vermehrt auch Wert auf Preisgünstigkeit der Angebote 	
Chancen	Herausforderungen
<ul style="list-style-type: none"> • Vorliegendes Quartiersentwicklungskonzept und bereits stattgefundenen Maßnahmen der Modernisierung und Bereitstellung von Räumlichkeiten als Treffpunkt im Quartier • Akteursstruktur vor Ort: Kooperation der Allbau AG mit der AWO und Kirchengemeinden • Sensibilisierung für das Thema ist bereits erfolgt • Leerstehende Immobilien, die für eine Angebotsetablierung genutzt werden könnten 	<ul style="list-style-type: none"> • Versuch der Etablierung eines alternativen Konzeptes (CAP-Markt) ist aus Größen- und Konkurrenzgründen gescheitert → Herausforderung, kleinteiliges Angebot im Konkurrenzfeld von Discountern anzusiedeln • Im Vergleich mit den weiteren Quartieren vglw. schwache Bindung der Bewohner an das Quartier • Im Vergleich der vier Quartiere am geringsten ausgeprägter Wunsch der Bewohner nach einem zusätzlichen Nahversorgungsangebot

Quelle: eigene Zusammenstellung

Modul 2: Umsetzung, Dokumentation und Ergebnistransfer

Nachdem anhand der vier Beispielquartiere mittels des genannten Methodenmixes wesentliche Chancen und Risiken bzw. Restriktionen im Zusammenhang mit der Entwicklung von wohnortnaher Versorgungsstruktur ermittelt worden sind, werden im Modul 2 konkrete Handlungsansätze und Schlüsselstrategien erarbeitet. Neben der Implementierungsvorbereitung geeigneter Strategien in zwei der vier näher untersuchten Quartiere ist auch die Evaluation der Umsetzungsphase elementarer Baustein des Moduls 2.

7. Zwischenevaluation: Ergebnisse der Implementierungsvorbereitung

In dem folgenden Schritt werden die Erfahrungen aus der Implementierungsvorbereitung in den zwei Untersuchungsquartieren hinsichtlich der hemmenden und begünstigenden Faktoren dokumentiert. Folglich leistet dieser Arbeitsschritt den Abgleich zwischen Theorie und Praxis. Auf diese Weise lassen sich die Potenziale aber auch generelle Restriktionen bspw. mit Blick auf die Ausgangssituation im Quartier sowie deren Relevanz bei der Aktivierung und Steigerung von Wertschöpfung in Quartieren ermitteln.

7.1. Reduzierung auf zwei Quartiere

Die Auswahl der weiter zu verfolgenden Quartiere erfolgte in enger Abstimmung mit dem Auftraggeber und dem begleitenden Projektbeirat. Dieser regte an, nicht nur zwei der Untersuchungsquartiere weiter zu begleiten, sondern möglichst alle vier Quartiere in die Implementierungsphase miteinzubeziehen, da diese gemeinsam die Vielschichtigkeit des Ruhrgebiets darstellen. Aufgrund der zeitlichen Rahmenbedingungen war es jedoch nicht möglich, im Rahmen der vorliegenden Forschungsstudie alle vier Quartiere weiter zu begleiten (wenngleich die Ausgangs- und Bedarfslagen Potenzial für eine tiefergehende Analyse böten). Für die praktische Umsetzungsbegleitung sollten vor allem die Quartiere in den Fokus genommen werden, deren Konstellationen (Ausgangslage, Akteure, Chancen für Neuansiedlung) geeignet erscheinen. Die Beurteilung der Eignung resultierte insbesondere aus den Ergebnissen der in Modul 1 durchgeführten Bewohnerbefragung. In Abstimmung mit dem Auftraggeber und dem Projektbeirat wurden letztendlich die folgenden zwei Quartiere für die Phase der Implementierungsvorbereitung ausgewählt:

Tabelle 27: Auswahl der weiter zu vertiefenden Untersuchungsquartiere

Quartier	Zentrale Herausforderungen
„Emst“ in Hagen	<ul style="list-style-type: none"> Abgestimmte Angebotsausweitung im Quartier im Rahmen der Planung und Umsetzung des anvisierten Vollsortimenters (Berücksichtigung Konkurrenzsituationen, bedarfsgerechte Angebotsgestaltung, Kopplung mit weiteren fehlenden Angeboten im Quartier → Clusterbildung) Diskussion von Handlungsalternativen für die Schaffung von Quartierstreiffpunkten Berücksichtigung fehlender Angebote und Strukturen vor dem Hintergrund der Überalterungstendenzen im Quartier Erhalt der Attraktivität des Quartiers für unterschiedliche Zielgruppen in ganzheitlicher Betrachtung der Quartiersentwicklung (Nahversorgung nur als ein Baustein) Aktive Einbindung der Wohnungswirtschaft als ein zentraler Akteur im Quartier
„Auf dem Schnee“ in Witten	<ul style="list-style-type: none"> Schaffung eines neuen Nahversorgungsangebotes vor dem Hintergrund der geringen Infrastrukturausstattung des Quartiers und dem gleichzeitig hohen Anteil älterer Bewohner und Immobilienbesitzer im Quartier Identifizierung geeigneter Nahversorgungsmodelle für die Bestandsimmobilie Diskussion über Neubaumöglichkeiten am Standort Vernetzung der Akteure, insbesondere zwischen Stadt und neuem Eigentümer der Fläche und der Immobilie Identifizierung weiterer wichtiger Akteure, da Akteure der professionellen Wohnungswirtschaft im Quartier nicht ansässig sind

Quelle: eigene Zusammenstellung

7.2. Ziele und Arbeitsschritte der Implementierungsphase

Zentrale Zielsetzung der Phase der Implementierungsvorbereitung in den zwei näher betrachteten Quartieren ist die Erarbeitung konkreter Handlungsansätze sowie die Identifizierung konkreter Maßnahmen zur Schaffung und Sicherung wohnortnaher Versorgungsstrukturen. Dabei gilt es, anknüpfend an die seitens der Wohnbevölkerung identifizierten Bedarfe und Potenziale die konkreten Ansatzmöglichkeiten für spezielle Synergieeffekte in den Quartieren zu erarbeiten und zu pointieren. Die Erkenntnisse aus dieser Arbeitsphase werden im Rahmen der Evaluation hinsichtlich identifizierter hemmender und begünstigender Faktoren dokumentiert.

Folgende Arbeitsschritte wurden in der Phase der Implementierungsvorbereitung in den zwei Quartieren durchgeführt (Mitte März bis Ende Mai 2015):

- Vor-Ort-Begehungen mit Erhebung aller Infrastrukturen und Fotodokumentation
- Information der Stadtverwaltung über die Auswahl der Quartiere für die Phase der Implementierungsvorbereitung
- Information der Stadtverwaltung, der Politik und weiterer Akteure im Quartier über die Ergebnisse der Bewohnerbefragung
- Expertengespräche mit lokalen Akteuren und Ansprechpartnern für alternative Nahversorgungskonzepte
- Ansprache relevanter Akteure und Netzwerke im Quartier und Rückkopplung der Befragungsergebnisse
- Durchführung eines Workshops zu möglichen Perspektiven der Nahversorgung im Quartier (betrifft das Quartier „Emst“ in Hagen)
- Erarbeitung von Handlungsempfehlungen für Wohnungswirtschaft und Kommune

Als für den Projekterfolg notwendige Umsetzpartner sind die vor Ort tätigen Wohnungsunternehmen sowie darüber hinaus lokale Partner und Initiativen mit in den Prozess einbezogen worden. Eine wichtige Funktion übernimmt die Wohnungswirtschaft in Form von Wohnungsunternehmen im Quartier „Emst“ in Hagen, während im Wittener Quartier „Auf dem Schnee“ die Struktur durch eine Vielzahl von Einzeleigentümern geprägt wird. Da es sich bei Einfamilienhausquartieren jedoch ebenfalls um eine für das Ruhrgebiet typische Akteurs- und Baukonstellation handelt, wurde diese ebenfalls in der Implementierungsphase aufgegriffen. Zielsetzung war hierbei die Gegenüberstellung von Rahmenbedingungen und Akteurskonstellationen. Aus den vor Ort gesammelten Erfahrungen lassen sich wiederum Erfolgsfaktoren und Hemmnisse ableiten, die sich auch auf andere Quartiere übertragen lassen und damit einen „Lerncharakter“ aufweisen.

7.3. Erkenntnisse aus der Phase der Implementierungsvorbereitung und Erarbeitung von Handlungsansätzen

7.3.1 Quartier „Emst“ in Hagen

Im Quartier „Emst“ in Hagen wurden während der Phase der Implementierungsvorbereitung in der Zeit zwischen März und Ende Mai 2015 verschiedene Arbeitsschritte durchgeführt, die im Folgenden mit ihrem wesentlichen Ergebnis kurz vorgestellt werden:

- Information der Stadtverwaltung und der Politik über die Ergebnisse aus der Bewohnerbefragung: Seitens der Stadtverwaltung wurde bereits bei dem ersten Gespräch ein großes Interesse an den Ergebnissen der Forschungsstudie vermittelt. Die ursprüngliche Terminierung der Entscheidung für einen Standort des geplanten Vollsortimenters wurde aus diesem Grund verschoben, um zunächst die Erkenntnisse aus der Befragungsphase abzuwarten. Nach Übermittlung der Ergebnisse an die Stadtverwaltung und Politik wurde die Entscheidung unter Berücksichtigung der Ergebnisse getroffen: Für die Ansiedlung eines Vollsortimenters an der Haßleyerstraße (zur Auswahl stand noch eine Fläche in Angrenzung an den Emster Marktplatz) besteht daher aktuell Planungssicherheit.
- Vorstellung der Ergebnisse der Bewohnerbefragung beim bestehenden Arbeitskreis „Wohnen und Leben auf Emst“: Bei dem Arbeitskreis, der die unterschiedlichen Akteure im Quartier bündelt, handelt es sich um eine wichtige Institution, die im Rahmen monatlicher Treffen unterschiedliche Maßnahmen im Quartier plant und auch gemeinsam umsetzt. Aus diesem Grund wurde auch der Arbeitskreis von Anfang an in die Untersuchungs- und Implementierungsphase eingebunden und die Ergebnisse der Bewohnerbefragung im Rahmen eines Treffens des Arbeitskreises vorgestellt.
- Unter Mitwirkung der Leitung des Arbeitskreises „Wohnen und Leben auf Emst“ wurde im Anschluss ein Vertiefungsworkshop im Quartier durchgeführt, der sich den unterschiedlichen Handlungsbedarfen zum Thema Nahversorgung widmete und bei dem erste Lösungsansätze zu den diskutierten Themen gemeinsam mit den Quartiersakteuren erarbeitet wurden.

Abbildung 109: Eindruck aus dem durchgeführten Workshop im Quartier „Emst“



Quelle: Aufnahmen InWIS

Erkenntnisse aus dem durchgeführten Workshop

Zielsetzung des Workshops war es, Möglichkeiten der Angebotsgestaltung zu konkretisieren, die Bedarfslage zu vertiefen, weitere Handlungsbedarfe zu identifizieren und mögliche Lösungsansätze zu diskutieren.

Hierbei erfolgte keine reine Fokussierung auf die Thematik der Versorgung mit Lebensmitteln, da sich bereits im Rahmen der Recherchen herauskristallisierte, dass die Ausgangslage im Quartier von einem vielschichten Diskussionsbedarf geprägt ist. Aus diesem Grund erfolgte eine möglichst ganzheitliche Betrachtung notwendiger Nahversorgungsstrukturen. Mit insgesamt rd. 20 Vertretern unterschiedlicher Institutionen (Bürger, Stadtverwaltung, Wohnungsunternehmen, soziale Einrichtungen, Politik, Einzelhandel) wurde die aktuelle Bedarfslage im Quartier vertiefend diskutiert.

Als Einstieg wurden die Teilnehmer der Veranstaltung seitens des städtischen Vertreters über den aktuellen Verfahrensstand hinsichtlich der Ansiedlung des geplanten Vollsortimenters und die anstehenden Schritte bei der Umsetzung informiert.

Im Anschluss wurden innerhalb einer Diskussionsrunde drei Handlungsschwerpunkte der Nahversorgungsthematik im Quartier herausgegriffen. Hierbei handelt es sich zum einen um den langfristigen Erhalt kleinteiliger Nahversorgungsstrukturen im Quartier. In der Vergangenheit sind bereits einige (Dienstleistungs-)Angebote weggebrochen, auch die ehemals im Quartier ansässige Schleckerfiliale wurde nicht durch ein anderes Drogerieangebot ersetzt. Das Quartier weist jedoch den Vorteil auf, dass es an unterschiedlichen Stellen im Quartier noch kleinteilige Angebote bereitstellt (Bäckerei, Ärzte, Apotheke, Sparkassenfiliale, Frischemarkt). Für die abgestimmte und ganzheitliche Entwicklung eines zukunftsfähigen und attraktiven Wohnquartiers besteht daher die Herausforderung, diese Angebote möglichst zu halten.

Abbildung 110: Handlungsschwerpunkt 1 im Quartier „Emst“: Langfristiger Erhalt kleinteiliger Nahversorgungsstrukturen



Quelle: Aufnahmen InWIS

Eine wichtige Ergänzung für das bestehende Angebot, das gleichzeitig jedoch auch eine gewisse Konkurrenzsituation schafft, ist die aktuelle Planung für den Vollsortimenter auf der bestehenden Neubaufäche im Quartier. Hier besteht die Herausforderung, ein abgestimmtes Angebotskonzept zu entwickeln, das die Angebote im Umfeld berücksichtigt, um möglichst wenig Konkurrenz zu schüren und zur Schaffung von Synergien beizutragen.

Abbildung 111: Handlungsschwerpunkt 2 im Quartier „Emst“: Abgestimmte Neubauplanung für den Vollsortimenter



Quelle: Aufnahmen InWIS

Der dritte Handlungsschwerpunkt bezieht sich auf die aktuelle Diskussion um den Erhalt der Emster Ladenzeile mit den hier noch befindlichen Angeboten. In Teilbereichen der Ladenzeile besteht aktuell bereits Leerstand (ehemalige Schleckerfiliale), eine Ladeneinheit wird jedoch bereits langjährig durch das Gastronomieangebot der „Emster Quelle“ genutzt – hierbei handelt es sich um eine für die Bewohner des Quartiers wichtige Institution mit Treffpunktcharakter. Bei der Diskussion um eine zukunftsfähige Gestaltung der Nahversorgungs- und Infrastruktursituation vor Ort ist dies somit ebenfalls zu berücksichtigen.

Abbildung 112: Handlungsschwerpunkt 3 im Quartier „Emst“: Nicht nur der Lebensmitteleinzelhandel steht im Fokus – Erhalt von Treffpunkten



Quelle: Aufnahmen InWIS

Im Rahmen der Diskussion im Workshop sind Ideen und Handlungsansätze seitens der Teilnehmer formuliert worden, die im Folgenden um weitere gutachterliche Einschätzungen ergänzt werden. Seitens InWIS wird für das Quartier eine ganzheitliche Betrachtung der skizzierten Herausforderungen empfohlen, um die Attraktivität des Quartiers für unterschiedliche Zielgruppen zu erhalten. Hierfür bildet die Nahversorgungssituation eine wichtige Säule.

Empfehlungen

Fortführung des Austausches zwischen den quartiersrelevanten Akteuren für die Entwicklung eines ganzheitlichen Versorgungsansatzes

Im Quartier „Emst“ ist das Netzwerk zwischen den Quartiersakteuren im Arbeitskreis „Wohnen und Leben auf Emst“ herauszustellen. Es handelt sich um eine Initiative, die bereits eine Vielzahl wichtiger Akteure in aktuelle Prozesse miteinbezieht und mithilfe derer unterschiedliche Maßnahmen im Quartier umgesetzt werden (darunter z.B. auch Quartiersfeste). Auch im Rahmen der Untersuchungsstudie diente der Arbeitskreis als wichtiger Anker, über den die Zwischenergebnisse auch weiter in das Quartier hineingetragen wurden. Darüber hinaus fand die Einladung zum durchgeführten Workshop unter gemeinsamer Einladung des Arbeitskreises und InWIS statt, um eine größere Zielgruppe erreichen zu können. Der Arbeitskreis bildet darüber hinaus eine wichtige Schnittstelle zur Stadtverwaltung und zur Politik, deren Vertreter im Arbeitskreis ebenfalls regelmäßig vertreten sind. Vor diesem Hintergrund ist eine Fortführung dieser Netzwerkstrukturen anzuraten. Für die Umsetzung unterschiedlicher Maßnahmen ist eine Erweiterung des Kreises in Richtung eines „Runden Tisches“ empfehlenswert, um z.B. eine stärkere Einbindung der Einzelhändler und Gewerbetreibenden in den aktuellen Prozess zu gewährleisten. Zu beachten ist allerdings, dass die ehrenamtliche Tätigkeit der Verantwortlichen nicht überfrachtet werden darf, so dass ggf. eine Unterstützung in der Moderation von außen oder durch die Stadtverwaltung andiskutiert werden sollten, z.B. wenn größere Veranstaltungen zur Einbindung weiterer Akteure umgesetzt werden sollen.

Schaffung eines Treffpunktes

Die Abkehr von traditionellen Familienstrukturen hin zu neuen Formen familiärer Netzwerke, welche nicht mehr bis bisher unter einem Dach zusammen leben, sondern häufig auch über weitere räumliche Distanzen voneinander getrennt sind, führt zu einer Verringerung der Leistungsfähigkeit von Familien. Angelegenheiten, die früher innerhalb einer Familie in Form des intergenerationellen Austauschs kompensiert werden konnten, sind mittlerweile häufig aufgrund voneinander entfernter Wohnorte unerledigt. Gehen die zunehmende Singularisierung und der beschriebene Wandel in den familiären Bindungen einher mit dem Fehlen intakter nachbarschaftlicher Strukturen und mangelndem bürgerschaftlichem Engagement, forciert dies die Wahrscheinlichkeit des Eintretens sozialer Isolation speziell für Menschen mit altersbedingten Funktionseinschränkungen.

Bereits in der Recherchearbeit möglicher Untersuchungsquartiere für die Forschungsstudie stach das Quartier „Emst“ hervor, da es zwei unterschiedliche Diskussionsstränge bedient: So ist im Quartier sowohl die Thematik der Ansiedlung eines zusätzlichen Nahversorgungsangebotes, als auch die Herausforderung des Haltens wichtiger Treffpunktfunktionen im Quartier aktuell. In Abweichung zu den obig skizzierten Entwicklungstrends ist jedoch für „Emst“

herauszustellen, dass hier das nachbarschaftliche Engagement und nachbarschaftliche Strukturen positiv ausgeprägt sind. Konkret geht es bei dieser Fragestellung um die Strukturen und Funktionen des Gastronomieangebotes „Emster Quelle“, die ebenfalls im Rahmen des durchgeführten Workshops diskutiert wurden. In den Gesprächen wurde sehr deutlich, dass die Bedeutung des Angebotes nicht nur in dem tatsächlichen Gastronomieangebot und z.B. dem „Feierabendbier“ besteht, sondern darüber hinaus in dem Treffpunktcharakter begründet liegt. So sind die Räumlichkeiten für private Feierlichkeiten anzumieten, es wird ein Mittagstisch angeboten, der insbesondere für Ältere relevant ist und die „Emster Quelle“ dient als Treffpunkt für unterschiedliche Ziel- und Altersgruppen.

Aufgrund der aktuell verhärteten Fronten zwischen dem tätigen Wohnungsunternehmen als Eigentümer der Ladenzeile und der Immobilie der „Emster Quelle“ wurde daher auch im Rahmen des Workshops darüber diskutiert, inwiefern langfristig Alternativen für das Angebot an anderer Stelle im Quartier bestehen. Auch innerhalb des Projektbeirates wurde über diese zentrale Herausforderung diskutiert. Die Möglichkeit, ein ähnliches Angebot innerhalb der Neubauplanung für den Vollsortimenter zu berücksichtigen (z.B. bei einer Zweigeschossigkeit in der oberen Etage), wurde allerdings kritisch beurteilt, u.a. aufgrund der Problematik, ein gewachsenes Angebot innerhalb des Quartiers zu „verpflanzen“.

Da zum aktuellem Zeitpunkt noch nicht abschließend geklärt ist, ob und wann es zu einem Abriss der Ladenzeile und des hier noch angesiedelten Angebotes kommt, wird die Empfehlung ausgesprochen, langfristig zumindest Alternativen zur Sicherung des Angebotes zu diskutieren. Bestehende, aktuell noch anderweitig genutzte Bestandsimmobilien könnten z.B. bei einem möglichen Wegfall umgenutzt werden, z.B. um langfristig eine Art „Bürgerhaus“ im Quartier zu implementieren. Ein solches Angebot könnte sich an den Strukturen der Mehrgenerationenhäuser orientieren, die soziale Angebote (darunter auch Anmietung von Räumlichkeiten, Mittagstisch, Betreuungsangebote etc.) „unter einem Dach“ kombinieren. Es handelt sich um ein Beispiel, das im Rahmen der sozialen Angebote im Quartier ebenfalls Synergieeffekte schaffen kann, da mehrere Betreiber unterschiedlicher Angebote innerhalb einer Immobilie gebündelt agieren und somit zur Wertschöpfung im Quartier beitragen können. Des Weiteren handelt es sich um ein Beispiel, bei dem die Wohnungswirtschaft als zentraler Akteur miteinbezogen werden kann (z.B. wenn sie Eigentümer jeweiliger Immobilien sind oder eine Verknüpfung z.B. mit haushaltsnahen Dienstleistungen oder weiteren wohnbegleitenden Angeboten planen).

Clusterbildung bei der Verwirklichung des Neubaus mit Vollsortimenter

Die Begleitung der Implementierungsphase im Untersuchungsquartier „Emst“ in Hagen erlaubte aufgrund des fortgeschrittenen Prozesses zur Ansiedlung eines Vollsortimenters zwar keine Diskussion mehr um mögliche alternative Nahversorgungskonzepte im Bereich des Lebensmittelangebotes, allerdings wurde innerhalb der Gespräche mit den relevanten Quartiersakteuren deutlich, dass die Planung und Umsetzung des Vollsortimenters im Rahmen eines Neubaus in einen integrierten Quartiersansatz eingebettet werden sollte.

Für die Umsetzung des Neubaus an der Haßleyer Straße haben sich im Rahmen der geführten Gespräche, der Bewohnerbefragung und des durchgeführten

Workshops vor Ort Handlungsansätze herauskristallisiert, die im Folgenden kurz skizziert werden sollen.

Empfehlenswert ist es, den Neubau unter Berücksichtigung einer Kopplungs- und Clustermöglichkeit umzusetzen, die mögliche Konkurrenzen mit bestehenden Angeboten im Quartier möglichst gering hält und Synergien schafft.

An Standorten, wo alternative Nahversorgungskonzepte aufgrund bestehender Nachfragepräferenzen und auch City-Konzepte „klassischer“ Anbieter ggf. nicht umgesetzt werden können, kann durch eine entsprechende strategische Herangehensweise rechtzeitig ein Vermietungskonzept entwickelt werden, das ggf. benachbarte Ladeneinheiten (so wie im Quartier „Emst“ vorliegend) mit berücksichtigt und aufeinander abstimmt. Ein möglicherweise nicht mehr vermietbarer Lebensmittelmarkt, der an benachbarter Stelle durch einen größeren Anbieter ersetzt wird, kann wiederum Platz für ein anderes Angebot mit ergänzendem Sortiment bieten, das die aktuelle Nachfrage im Quartier befriedigt. Bereits bei zwei aufeinander abgestimmten Anbietern können Koppelungseffekte erzielt werden, die zu einer gegenseitigen Stärkung und der Schaffung von Synergien führen. So kann z.B. ein Getränkemarkt in Verbindung mit einem Metzger oder einem Obst- und Gemüseladen bereits eine gewisse Grundversorgung bieten. Auch die Kopplung mit Dienstleistungen (Postdienste, Ärzte, Gesundheitsleistungen etc.) ist denkbare und wichtiges Element einer Clusterbildungsstrategie.¹⁸⁶

Für den Standort im Untersuchungsquartier „Emst“ ist vor diesem Hintergrund die bereits angedachte Strategie, auf die Nachfrage nach Drogerieartikeln zu reagieren und ein entsprechendes Angebot vor Ort zu integrieren (z.B. im ggf. leerfallenden Lebensmittelmarkt in der aktuellen Nutzung durch Kaufpark), empfehlenswert. Die Auswertung der Standortanforderungen von Drogerien hat aufgezeigt, dass auch in diesem Segment inzwischen mindestens 400 m² Verkaufsfläche erforderlich sind, zzgl. notwendiger Lagerflächen (vgl. hierzu Kap. 3.2).

Die Stadt Hagen fungiert jedoch nicht als Inhaber des gesamten Grundstückes, sondern ist nur Eigentümer der skizzierten Neubaufäche. Aus diesem Grund ist die Entwicklung eines möglichst abgestimmten Angebotes auch von der Bereitschaft der Eigentümer der Bestandsimmobilien (insbesondere Kaufparkimmobilie und Café-Immobilie) abhängig. Empfehlenswert ist eine frühzeitige Beteiligung der Eigentümer, um auch die jeweiligen Ergebnisse in der Angebotsausschreibung für die Neubaufäche berücksichtigen zu können. Ratsam ist in diesem Zusammenhang der Erhalt des Café-Angebotes. Gespräche mit Experten haben aufgezeigt, dass insbesondere ältere Menschen gerne die Möglichkeit nutzen, nach einem erfolgten Einkauf noch im Café zu verweilen und dieses als wichtige Kontaktmöglichkeit eingeschätzt wird.

Eine wichtige Institution im Quartier ist auch der wöchentlich stattfindende Markt. Es ist davon auszugehen, dass von diesem keine Konkurrenz für den geplanten Vollsortimenter oder andersherum entsteht, da der Markt zum einen mit seinem umfangreichen Frischwarensortiment ein spezielles Angebot bereitstellt und zum anderen auch eine wichtige Treffpunktfunktion im Quartier erfüllt, die möglichst erhalten bleiben sollte.

¹⁸⁶ Wotruba 2011b: 18

Abbildung 113: Aktuelle Ideen zur Angebotskopplung im Quartier „Emst“

Berücksichtigung
Bedarf Drogerie
(ggf. Nutzung
Bestandsimmobilie
Kaufpark),
Angebots-
kopplung



Quelle: Stadt Hagen, eigene Ergänzung

Ausstattungs- und Umfeldgestaltung

Innerhalb der Gesprächsrunde mit Bewohnern und weiteren Akteuren des Quartiers wurde im durchgeführten Workshop auch über die Anforderungen an einen Vollsortimenter diskutiert. Vor dem Hintergrund des Altersdurchschnitts im Quartier kam hier insbesondere die Anregung auf, das neu zu gestaltende Angebot möglichst barrierefrei umzusetzen. Die barrierefreie Erschließung bezieht sich hierbei nicht nur auf das Erreichen des Ladenlokals, sondern auch auf die Gestaltung im Inneren, z.B. durch das Bereitstellen von Sitzmöglichkeiten zum Verweilen während des Einkaufens oder durch möglichst große Beschriftung. Eine generationengerechte Ausstattung umfasst auch die Bereitstellung gut zugänglicher Toiletten. Die ausgewerteten Nahversorgungskonzepte belegen des Weiteren, dass auch der Möglichkeit von Einkaufslieferung eine wichtige Relevanz zukommt. Einkaufsbegleitungen stellen eine weitere Möglichkeit dafür dar, dass ältere, ggf. in der Mobilität eingeschränkte Personen ihren Einkauf noch selbst gestalten können, hierbei jedoch unterstützt werden. Des Weiteren gibt es Beispiele aus der Praxis, bei denen Mitarbeiter in Ladengeschäften gezielt darauf geschult werden, mit den Bedarfen älterer Kunden umzugehen. Eine besondere Bedeutung kommt hierbei auch dem Umgang mit demenziell erkrankten Personen zu. Auch hier können Schulungen dazu beitragen, mit diesen Herausforderungen ggf. besser umzugehen.

Schaffung von Synergien

Die Schaffung eines Vollsortimenters im Quartier ist aus Sicht der Bewohner positiv zu bewerten, da hierdurch das Nahversorgungsangebot in fußläufiger Erreichbarkeit deutlich vergrößert wird. Auf der anderen Seite werden hierdurch jedoch auch Konkurrenzen mit bestehenden, kleinteiligen Angeboten hervorgerufen. Aus diesem Grund ist vor dem Hintergrund der Umsetzung eines integrierten Ansatzes auf die Schaffung von Synergien Wert zu legen und bei einer möglichen Angebotskopplung ist die Berücksichtigung von Branchen und Angeboten wünschenswert, die es möglichst noch nicht im Quartier gibt (Vermeidung von Konkurrenz zu Café, Floristen, Sparkassenfiliale etc.).

Zur Schaffung von Synergien ist des Weiteren zu empfehlen, die Erreichbarkeit des Angebotes für Fußgänger und Nutzer des ÖPNV zu verbessern. Die fußläufige Erreichbarkeit zielt auf die bestehenden Wegeverbindungen, die bei einer

ganzheitlichen Entwicklung des Flächenkonzeptes mit berücksichtigt werden sollten – unter dem Aspekt, dass das neue Angebot von möglichst vielen Quartiersbewohnern fußläufig zu erreichen ist. Bei der Gestaltung der Fußwegeverbindungen und des weiteren Wohnumfeldes handelt es sich um eine Aufgabe, die ggf. gemeinsam mit Eigentümern und den vor Ort tätigen Wohnungsunternehmen geplant und umgesetzt werden kann. Insbesondere Wohnungsunternehmen können durch Investitionen in den öffentlichen Raum (Fußwegeverbindungen, Bereitstellung von Bänken, verbesserte Beleuchtung) dazu beitragen, Angsträume zu verhindern und Barrieren im Wohnumfeld abzubauen.

Zu empfehlen ist darüber hinaus, die Anbindung des Angebotes per ÖPNV zu prüfen. Von den Quartiersbewohnern ist in diesem Zusammenhang die Anregung in den Prozess hineingebracht worden, die bestehende Bushaltestelle „Fernheizwerk“ der Linie 534 so zu verlegen, dass sowohl das (neu entstehende) Angebot innerhalb des Quartiers als auch bestehende Angebote in direkter Angrenzungen an das Quartier (Raiffeisenmarkt) besser erschlossen werden.

Hinsichtlich der Thematik bestehender Angebote im Quartier wurde des Weiteren die Anregung gegeben, insbesondere neu Hinzuziehende stärker über das bestehende Angebot im Quartier zu informieren. Flyer, z.B. zu Sportangeboten im Quartier, bestehen bereits und werden über unterschiedliche Wege zur Verfügung gestellt. Denkbar ist in diesem Zusammenhang eine Erweiterung dieses Angebotes in Richtung Nahversorgungsangebote. In einem Flyer könnte auf die bestehenden, kleinteiligen Nahversorgungs- und Dienstleistungsangebote aufmerksam gemacht werden. Insbesondere bei den kleinteiligen Angeboten im Quartier ist hierbei auf die kundenfreundlichen und serviceorientierten Merkmale hinzuweisen (z.B. persönliche Beratung, Lieferdienste etc.). Eine Schlüsselrolle könnte hierbei dem bestehenden Arbeitskreis „Wohnen und Leben auf Emst“ zukommen. Allerdings sind insbesondere bei dieser speziellen Fragestellung die Gewerbetreibenden und Einzelhändler im Quartier in den Prozess miteinzubeziehen (z.B. über die Lieferung kleinerer Textbausteine für den Flyer, Auslegen des Flyers im Ladenlokal etc.). Im Rahmen von „Willkommenspaketen“ könnten Neu Hinzuziehende über das bestehende Angebot ganzheitlich informiert werden. Empfehlenswert ist hierbei eine weitergehende Zusammenarbeit und Kooperation zwischen der Stadt und den quartiersrelevanten Akteuren. Um diese Kooperation zu verstärken, ist auch eine Erweiterung des bestehenden Arbeitskreises für neu Hinzuziehende und Gewerbetreibende empfehlenswert.

Eine weitere Möglichkeit, Synergien im Quartier zu schaffen und bestehende Kooperationen weiter auszubauen, ist auch die Förderung des nachbarschaftlichen Engagements. Aufgrund des funktionierenden Generationenwechsels im Quartier profitiert dieses noch von einem Zuzug unterschiedlicher Alters- und Zielgruppen. Vor dem Hintergrund des gleichzeitig erhöhten Anteils an älteren Personen in den Mehr- und Einfamilienhausgebäuden des Quartiers ergibt sich ggf. die Möglichkeit für den Aufbau eines Vereins zur Förderung der Nachbarschaftshilfe. Es handelt sich um ein Angebot, das sich zumeist aus der Bewohnerschaft heraus entwickelt, aber auch seitens der Wohnungswirtschaft unterstützt werden kann (vgl. hierzu das Beispiel der Nachbarschaftsagentur des Wohnungsunternehmens DOGEWO21 im Kap. 4.9).

7.3.2 Quartier „Auf dem Schnee“ in Witten

Das Quartier „Auf dem Schnee“ zeichnet sich, wie oben bereits skizziert, durch seine Lage im Städteck zwischen Witten, Herdecke und Dortmund aus. Es handelt sich um eine eher räumlich isolierte Lage mit einer Prägung durch Einfamilienhausbebauung. Eine größere Wohnungsgesellschaft ist daher als möglicher Akteur nicht im Quartier ansässig. Der letzte Lebensmittelmarkt im Quartier wurde im November 2013 geschlossen, seitdem steht die Immobilie (s. untenstehende Abbildung) leer.

Da das Quartier insbesondere im Segment des Lebensmittelangebotes über kein nennenswertes größeres Angebot verfügt, ist die zentrale Herausforderung die Schaffung eines generellen neuen Angebotes, das über kleinteilige vorhandene Strukturen (Sparkasse, Bäcker, Kiosk, Apotheke) hinausgeht.

Abbildung 114: Handlungsschwerpunkt im Quartier „Auf dem Schnee“: Schaffung eines bedarfsgerechten neuen Angebots



Quelle: Aufnahmen InWIS

Während der Phase der Implementierungsvorbereitung wurden im Quartier die folgenden Arbeitsschritte durchgeführt:

- Information der Stadtverwaltung und der Politik über die Ergebnisse der Befragung: Die zentralen Ergebnisse der Bewohnerbefragung wurden in zwei Schritten sowohl der Stadtverwaltung als auch der Politik (Umwelt- und Planungsausschuss der Stadt Witten) vorgestellt. Die Diskussion um die leerstehende Immobilie und die defizitäre Versorgungslage ist bereits seit längerem aktuell. Eine Sensibilisierung für die Thematik musste aus diesem Grund bei den genannten Akteuren nicht mehr geleistet werden. Die Befragungsergebnisse untermauern jedoch noch einmal deutlich die Bedarfslage im Quartier und die seitens der Bewohnerschaft formulierten Wünsche für ein neues Angebot im Quartier.

- Bestandteil der Implementierungsphase waren auch Expertengespräche mit relevanten Akteuren im Quartier, um die aktuellen Entwicklungen zu erfassen und bewerten zu können.
- Die Befragungsergebnisse wurden in einem weiteren Schritt auch an den neuen Eigentümer der Fläche und der Bestandsimmobilie übermittelt, um diesen über die aktuelle Forschungsstudie und mögliche Schritte der Zusammenarbeit zu informieren. Hierzu erfolgte eine telefonische Kontaktaufnahme. Aufgrund des erst kürzlich stattgefundenen Erwerbs durch den Eigentümer bestand im Rahmen der Implementierungsvorbereitung allerdings noch keine Möglichkeit des Zusammenkommens. Da der Eigentümer zurzeit noch die Realisierbarkeit eines klassischen Einzelhandelsmodells prüft, besteht daher aktuell noch kein Interesse an Vorschlägen zu alternativen Nahversorgungsmodellen. Zum aktuellen Zeitpunkt kann daher noch nicht bewertet werden, in welche Richtung sich die weitere Situation am Standort konkret entwickeln wird. Ein Neubau liegt aufgrund des Aufstellungsbeschlusses für den B-Plan im Bereich des Möglichen und Wahrscheinlichen. Die aktuelle Presseberichterstattung zu dem Thema verweist in diesem Zusammenhang des Weiteren auf laufende Verhandlungen mit möglichen Betreibern oder Investoren.

Die Stadt Witten, die hier nicht als Eigentümer fungiert, hat im Vergleich zum Quartier „Emst“ deutlich weniger Einflusspotenzial. Sie hat jedoch ein Interesse an innovativen und alternativen Nahversorgungsmodellen geäußert, das sich auch in der Durchführung einer Tagung des Netzwerkes Innenstadt zu Beginn des Jahres 2015 zum Thema „Die digitale Stadt – Wie sich urbane Räume verändern“ widerspiegelt. Hier war unter anderem ein Vertreter des Konzeptes „Emmas Enkel“ anwesend, der die Grundidee des Konzeptes vorstellte.

Die aktuelle Bedarfslage im Quartier führte jedoch während der durch InWIS erfolgten Bestrebungen zur Implementierungsbegleitung zu der Einrichtung eines Wochenmarktes durch das Stadtmarketing der Stadt Witten. Dieser kann auf dem Gelände der leerstehenden Bestandsimmobilie durchgeführt werden. Es handelte sich hierbei um einen Wunsch der Quartiersbewohner, der an das Stadtmarketing herangetragen wurde. Dieses hat Wochenmärkte in der Vergangenheit bereits an anderen Stellen in der Stadt umgesetzt. Bei diesen Beispielen wurde u.a. auch ein Wohnungsunternehmen aktiv, die den Bedarf für einen Wochenmarkt an das Stadtmarketing herangetragen haben.

Nachdem im Mai 2015 eine Bürgerversammlung im Quartier durchgeführt wurde, bei der die Nahversorgungsproblematik erneut aufgegriffen wurde, ist das weitere Vorgehen (auch hinsichtlich der Anpassung der Vorgaben im Bebauungsplan) insbesondere vom Ergebnis der Betreiber- bzw. Investorensuche abhängig. Eine Anpassung des B-Plans hinsichtlich einer möglichen Erweiterung der Verkaufsfläche muss jedoch wiederum mit der Konkurrenzsituation in den zwei weiteren Kommunen Herdecke und Dortmund abgestimmt werden.

Empfehlungen

Anhaltendes Bestreben nach Kooperation

Die Implementierung eines neuen Nahversorgungsangebotes im Quartier „Auf dem Schnee“ ist zusammenfassend vom Interesse und den Entscheidungen des neuen Eigentümers abhängig. In Richtung der Stadtverwaltung ist daher ein anhaltendes Bestreben der Kontaktsuche zu empfehlen, um in einem möglichst kooperativen Verfahren ein nachhaltiges Konzept für den Standort zu entwickeln.

Angebotskopplung

Unter Berücksichtigung der Ergebnisse aus der Befragung ist die Umsetzung eines innovativen Ansatzes, der eine Angebotskopplung ermöglicht, empfehlenswert. Die Befragung im Quartier hat sehr deutlich herausgestellt, dass nicht nur im Segment des Lebensmittelsegmentes ein Bedarf besteht, sondern auch Dienstleistungen seitens der Bewohner im Quartier gewünscht werden.

Neben der Umsetzung alternativer Nahversorgungskonzepte, für die vor dem finanziellen Hintergrund insbesondere die Bestandsimmobilie eine Option böte, ist auch bei einem Neubau eine Angebotsclusterung möglich.

Positive Beispiele anderer Quartiere belegen, dass z.B. eine zweigeschossige Nutzung eine gute Angebotskopplung ermöglicht. Hierbei handelt es sich häufig um altersgerechte Wohnprojekte, die im Erdgeschoss Lebensmittel- oder weitere Angebote bieten. Umgesetzt wurde ein solches Konzept u.a. in Castrop-Rauxel-Henrichenburg. Hier ist im alten Stadtkern ein betreutes Wohnprojekt entstanden, das neben 18 barrierefreien Wohnungen auch ein Lebensmittelgeschäft (Discounter) umfasst. In direkter räumlicher Nähe befinden sich weitere Angebote wie eine Apotheke, eine Post und Arztpraxen. Bei einer umfassenden Neugestaltung des Geländes im Quartier „Auf dem Schnee“ ist eine solche Clusterung von Angeboten empfehlenswert, um die unterschiedlichen Bedarfe im Quartier aufzugreifen und Synergien zwischen den unterschiedlichen Angeboten herzustellen.

Für die Umsetzung eines alternativen Nahversorgungskonzeptes, das sich hinsichtlich des Trägermodells von klassischen Anbietern im Lebensmittelbereich abgrenzt, ist eine frühzeitige Kontaktaufnahme zu möglichen Betreibern sinnvoll und empfehlenswert. Die Durchführung einer Informationsveranstaltung, bei der unterschiedliche Best-Practice-Beispiele vorgestellt und diskutiert werden, kann zu mehr Transparenz in diesem Themenfeld beitragen. Hierfür ist jedoch – ebenso wie bei möglichen Konzepten für einen Neubau – der Eigentümer oder ein möglicher Investor zu gewinnen.

Empfehlenswert ist jedoch bei einer ggf. anstehenden Anpassung des B-Plans, die in der Befragung gewonnenen Erkenntnisse aufzugreifen und eine mögliche Angebotsclusterung mehrerer Dienstleister oder Anbieter zu berücksichtigen.

Erhalt und Fortführung des eingerichteten Wochenmarktes

Die kürzlich durchgeführte Etablierung des Wochenmarktes stellt einen ersten wichtigen Schritt zur Stabilisierung der Nahversorgungssituation im Untersu-

chungsquartier da. Insbesondere vor dem Hintergrund, dass aktuell noch nicht abzuschätzen ist, wann die bestehende Fläche einer Neunutzung zugeführt wird (auch, da für ein B-Plan-Verfahren mehrere Monate eingeplant werden müssen), handelt es sich um einen sinnvollen Beitrag zur Sicherung der Grundversorgung im Segment der Lebensmittel. Empfehlenswert ist ein Erhalt des Wochenmarktes über die Neuansiedlung eines Angebotes am Standort hinweg, da der Wochenmarkt aufgrund seiner nur wöchentlichen Durchführung keine direkte Konkurrenz für einen weiteren Anbieter darstellt und hier eher die Schaffung von Synergien zu erwarten ist. Aus diesem Grund wird empfohlen, frühzeitig alternative Standorte für den Wochenmarkt im Quartier zu identifizieren. Auch hierfür ist möglicherweise eine Abstimmung mit den angrenzenden Kommunen notwendig, insofern sich Potenzialflächen auf angrenzendem Stadtgebiet befinden.

Bildung eines Arbeitsgremiums

Je nach Ausgang der Verhandlungen um die Fläche und das Bestandsgebäude ist für den weiteren Verlauf im Quartier die Bildung eines Arbeitsgremiums empfehlenswert. Der Arbeitskreis aus dem Hagener Untersuchungsquartier kann hier als gutes Beispiel dienen, wie eine Vernetzung der Quartiersakteure erfolgen kann. Auch im Untersuchungsquartier „Auf dem Schnee“ gibt es eine Bürgerinitiative und damit eine Gruppe interessierter und engagierter Bürger. Die Bildung einer Arbeitsgruppe kann dabei unterstützend wirkend, die Planungen für das Quartier unter einem ganzheitlichen Ansatz zu betrachten. Ein mögliches Thema, das mit der Nahversorgungsdiskussion verknüpft werden könnte, ist z.B. der Bedarf altersgerechten Wohnraums im Quartier. Aufgrund der Eigentümerstrukturen und dem erhöhten Anteil Älterer im Quartier ist hier langfristig ggf. ein Ansatz zu wählen, der den Bewohnern einen möglichst langen Verbleib im angestammten Quartier ermöglicht. In diesem Zusammenhang könnten z.B. die Möglichkeiten altersgerechten Wohnens in der Verbindung mit anknüpfenden Dienstleistungs- und Nahversorgungsangeboten diskutiert werden.

7.4. Erreichte Zwischenergebnisse in den Quartieren

Als Zwischenfazit kann an dieser Stelle festgehalten werden, dass in den zwei Untersuchungsquartieren sowohl Erfolgsfaktoren als auch Stolpersteine für die Implementierung neuer Nahversorgungsangebote identifiziert werden konnten.

Im Untersuchungsquartier „Emst“ konnte während der Implementierungsphase ein Anknüpfen an bestehende Netzwerkstrukturen im Quartier, eine Verbesserung des Kenntnisstands über Bedarfe in der Nahversorgung, eine stärkere Vernetzung der Quartiersakteure und eine Sensibilisierung für weitere relevante Thematiken im Rahmen der Nahversorgungsdiskussion erzielt werden. Darüber hinaus wurde ein Beitrag zur Standortentscheidung für den geplanten Vollsortimenter geleistet. Positiv zu bewerten ist des Weiteren, dass die Stadt Hagen die Erkenntnisse aus der Forschungsstudie nutzen möchte, um das konkrete Angebot vor Ort im Rahmen des geplanten Neubaus näher zu gestalten. Für die Handlungsschwerpunkte wurden im Nachgang zum durchgeführten Workshop Handlungsansätze skizziert, die sich sowohl an die engagierte Bewohnerschaft des Quartiers, als auch an die Stadt Hagen und die vor Ort tätigen Wohnungsunternehmen richten. Eine konkrete Lösung für die Problematik

der „Emster Quelle“ konnte zwar nicht erarbeitet werden, jedoch wurde herausgearbeitet, welche Funktionen der Institution den Bewohnern wichtig sind. Angeregt wurde in diesem Zusammenhang eine Diskussion über langfristige Alternativen. Aufgrund des bereits fortgeschrittenen Planungsstandes im Quartier zur Ansiedlung eines zusätzlichen Vollsortimenters konnte am Standort keine Sensibilisierung mehr für alternative Nahversorgungskonzepte erreicht werden, allerdings wurde eine Sensibilisierung für die Vorteile von Angebotsclustern erzielt, die Eingang in die Ausschreibung für die Neubaufäche finden soll. Herauszustellen ist an dieser Stelle, dass die Implementierung eines Vollsortimenters im Quartier aus Sicht der Bewohner eine sinnvolle Angebotsergänzung darstellt, zu einem früheren Zeitpunkt jedoch auch kooperative, kleinteilige Nahversorgungskonzepte ggf. eine Alternative hätten darstellen können. Die Übertragbarkeit der Maßnahme im Quartier „Emst“ auf andere Quartiere ist somit eingeschränkt, insbesondere da es in nur wenigen Quartieren Neubaufächen in einer Größenordnung von über 1.000 m² gibt, die für die Ansiedlung eines neuen Nahversorgungsangebotes zur Verfügung stehen.

Hervorzuheben ist jedoch der Ansatz der Stadt Hagen, Bewohner des Quartiers frühzeitig in die Planungen miteinzubeziehen. Aus diesem Grund ist der Erhalt der geschaffenen Kommunikationsstrukturen empfehlenswert und sollte künftig um eine stärkere Einbindung der Einzelhändler und Gewerbetreibenden vor Ort ergänzt werden, wenn es um die Umsetzung des Vollsortimenters, die Vermeidung von Konkurrenzen und die Schaffung von Synergien geht.

Im Quartier „Auf dem Schnee“ stellen sich die Rahmenbedingungen aufgrund der Eigentümerverhältnisse anders dar. Während in Hagen der Stadt aufgrund ihres Flächeneigentums eine stärkere Einflussnahme obliegt, ist die künftige Entwicklung am Wittener Standort stark von den Tätigkeiten des neuen Eigentümers der Fläche und des Grundstücks abhängig.

Die Stadt Witten hat während der begleitenden Phase eine Offenheit hinsichtlich der Implementierung alternativer Nahversorgungskonzepte geäußert und sucht hier auch den direkten Kontakt zu möglichen Betreibern und Ideengebern. Die Ergebnisse der Analysephase und der Bewohnerbefragung wurden sowohl der Stadtverwaltung als auch der Politik für die weitere Arbeit im Quartier vorgestellt und dem neuen Eigentümer der Bestandsimmobilie zur Verfügung gestellt. Der weitere Verlauf ist jedoch von den Ergebnissen möglicher Verhandlungen mit Investoren oder Betreibern und den planungsrechtlichen Anpassungen im B-Plan-Verfahren für die Fläche abhängig. Positiv ist zu bewerten, dass aufgrund der akuten Bedarfslage vor Ort ein Wochenmarkt implementiert wurde, der auch langfristig eine gute Ergänzung zu einem möglichen neuen Angebot darstellen kann.

8. Wissenstransfer

Zielsetzung des letzten Arbeitsschrittes ist die Einbettung der Erkenntnisse aus der Recherchearbeit, der Befragungen in den Untersuchungsquartieren, der Implementierungsphase und der Evaluation in den Forschungskontext sowie die Ableitung von Handlungsempfehlungen für die Wohnungswirtschaft, Politik und weitere relevante Akteure. Auch die gewonnenen Erkenntnisse aus den Untersuchungsquartieren werden zusammenfassend so dargestellt, dass eine Übertragbarkeit von Erfolgsfaktoren und Herausforderungen auf andere Quartiere gegeben ist und somit ein Lerneffekt eintritt.

8.1. Erfolgsfördernde Rahmenbedingungen für die Implementierung eines neuen, kooperativen oder alternativen Nahversorgungsangebotes

Generell kann ein zusätzliches Nahversorgungsangebot ein vorhandenes Angebot im Quartier ergänzen und stabilisieren oder zu einer generellen Versorgung von Quartieren führen, in denen es bislang noch kein Angebot gab oder bestehende Angebote aus den geschilderten Gründen und Trends im Einzelhandel nicht mehr wohnortnah vorhanden sind.

Aus den gewonnenen Erkenntnissen der Forschungsstudie können zusammenfassend Erfolgsfaktoren und Rahmenbedingungen für die Implementierung eines neuen Nahversorgungskonzeptes auf Ebene urbaner, gewachsener Quartiere benannt werden. Auf der anderen Seite wurden während der exemplarischen Begleitung der Prozesse in den Untersuchungsquartieren auch Stolpersteine und Herausforderungen deutlich, die ebenfalls im Folgenden zusammenfassend benannt werden sollen.

Problemwahrnehmung und Analyse der Ausgangs- und Bedarfssituation vor Ort

Die Problemwahrnehmung im betroffenen Quartier ist für die Etablierung eines neuen Nahversorgungsangebotes der erste, wesentliche Schritt. Diese kann durch die im Quartier tätigen Schlüsselakteure in Richtung Stadtverwaltung und Politik kommuniziert werden. Diese Kommunikation hat in den zwei Untersuchungsquartieren der Implementierungsphase bereits stattgefunden und wurde insbesondere von den Bewohnern des Quartiers weitergetragen. Im Beispiel „Auf dem Schnee“ in Witten führte die formulierte und diskutierte Bedarfslage bereits zu einer Implementierung eines Wochenmarktes, der den akuten Bedarf zumindest mildern soll.

Die Umsetzung alternativer und kooperativer Nahversorgungsangebote eignet sich des Weiteren insbesondere für Standorte, die durch „klassische“ Nahversorger im Rahmen der geschilderten Rahmenbedingungen und Trends (insbesondere Vergrößerung der Verkaufsfläche) verlassen wurden und sich hieraus eine Problem- und Bedarfslage für die im Quartier wohnhafte Bevölkerung ergibt, z.B. wenn dieses durch einen hohen Anteil älterer, ggf. in der Mobilität eingeschränkter Personen, geprägt ist. Diese Situation trifft auch auf die meisten der untersuchten Ruhrgebietsquartiere zu, denn hier befinden sich in drei von vier Fällen (eine Ausnahme bildet das Quartier „Auf dem Emst“) leerste-

hende Gewerbeimmobilien, die vor einigen Jahren noch durch klassische Nahversorgungsanbieter (wie z.B. EDEKA) genutzt wurden.

Am Anfang eines Prozesses zur Ansiedlung eines neuen Nahversorgungsangebotes in den Quartieren steht daher die sorgfältige Analyse der Ausgangs- und Bedarfssituation. Viele der ausgewerteten Fallbeispiele aus anderen Städten und Regionen Deutschlands setzen im Rahmen von Standortanalysen und Befragungen an, um die konkrete Bedarfslage vor Ort zu bestimmen und hieran ausgerichtet ein passgenaues Angebot zu entwickeln.

Unter dem Stichwort „bedarfsgerecht“ ist auch die konkrete Angebotsgestaltung eines möglichen ergänzenden oder stabilisierenden Nahversorgungsangebotes gefasst. **Befragungen unter Bewohnern**, die Durchführung von thematischen Workshops oder anderen Veranstaltungsformaten kann dazu beitragen, die Kenntnis über die konkrete Bedarfslage im Quartier zu erhöhen. Die Einbindung der Bewohnerschaft und künftigen Kunden eines Angebotes sollte möglichst **ab Beginn einer Planungsphase** erfolgen und gebunden sein an eine sorgfältige **Analyse der Ausgangs- und Bedarfssituation** vor Ort. Aus diesem Grund war auch im Rahmen der vorliegenden Forschungsstudie die Durchführung einer Bewohnerbefragung ein zentraler Baustein, der zu belastbaren Ergebnissen für die vier Untersuchungsquartiere geführt hat.

Kommunikation und Darstellung von alternativen Nahversorgungsangeboten

Bei einer frühzeitigen Erkennung der Problem- und Bedarfslage ist für die Implementierung alternativer Konzepte die **Darstellung und Kommunikation von Möglichkeiten** erforderlich. Dies kann z.B. im Rahmen von öffentlichkeitswirksamen Veranstaltungen erfolgen, zu denen Vertreter erfolgreicher Fallbeispiele eingeladen werden (beroma, DORV, Emmas Enkel, Beispiele aus der Wohnungswirtschaft). Hiermit kann das Wissen über alternative Wege zur Sicherung und Stabilisierung der Nahversorgungssituation vergrößert werden, so dass eine stärkere Diskussion über Alternativen angestoßen wird. In der Stadt Witten wurde mit der Durchführung der Tagung zum Netzwerk Innenstadt und der Platzierung eines Vortrags zum Konzept „Emmas Enkel“ hierfür bereits ein erster Schritt gegangen, der noch weiter verfolgt werden sollte.

Einbettung in Einzelhandelskonzepte und kommunale Strategien

Die Arbeit in den Untersuchungsquartieren hat des Weiteren aufgezeigt, dass die Implementierung eines neuen Angebotes (unabhängig davon, ob es sich um ein „klassisches“ oder „alternatives“ Konzept handelt), von Rahmenbedingungen abhängig ist, die in Gutachten und **Einzelhandelskonzepten** benannt sind. Die Implementierung eines neuen Angebotes muss hiermit frühzeitig und eng abgestimmt werden, um mögliche Konkurrenzen zu weiteren bestehenden oder künftigen Angeboten zu vermeiden.

Die **Besitzverhältnisse von Grundstücken und Immobilien** stellen eine weitere wesentliche Rahmenbedingung für die Umsetzung konkreter Ideen dar. Die Arbeit in den Untersuchungsquartieren hat in diesem Zusammenhang deutlich aufgezeigt, dass eine Kommune deutlich mehr Einfluss auf eine Entwicklung hat, wenn ihr die entsprechende Fläche oder eine Bestandsimmobilie gehört oder wenn sich die Immobilie in Hand eines Eigentümers befindet, der gewillt ist, gemeinsam eine Handlungsstrategie zu erarbeiten (vgl. hierzu die Er-

kenntnisse aus dem Quartier „Auf dem Schnee“). Nicht nur für klassische Nahversorgungskonzepte ist die **Einbettung in kommunale Strategien** erforderlich, auch bei möglichen alternativen Konzepten, die ggf. leerstehende Immobilien wiederbeleben, ist auch der politische Wille für die konkrete Umsetzung der Ideen entscheidend. Von Bedeutung sind auch die generellen **planungsrechtlichen Vorhaben** und Rahmenbedingungen, die u.a. in Bebauungsplänen festgelegt sind. Diese Vorgaben müssen bei der Planung berücksichtigt werden, da z.B. die Ausweisung von Parkflächen, eine Vergrößerung der Verkaufsfläche oder weitere Aspekte nicht losgelöst von den Rahmenvorgaben verändert werden können (vgl. hierzu die Erkenntnisse aus dem Quartier „Auf dem Schnee“).

Herauszustellen ist jedoch nicht nur der politische Wille, für die Etablierung eines Nahversorgungsangebotes, das sich ggf. durch eine Angebotskopplung oder ein hybrides Geschäftsmodell auszeichnet, ist auch die **Akzeptanz der weiteren Akteure** im Quartier notwendig. Insbesondere Bewohner eines Quartiers sollten frühzeitig „mitgenommen“ werden, da es sich hierbei um die Kunden und Nutznießer handelt, die – je nach Trägermodell eines neuen Angebotes – auch in die Umsetzung und den Betrieb miteinbezogen werden können. Die ausgewerteten Fallbeispiele haben deutlich aufgezeigt, dass Bürgervereine oder andere Institutionen zwar Impulse für die Etablierung neuer Angebote setzen können, aber hinsichtlich der hiermit verbundenen Aufgaben nicht überfrachtet werden dürfen. Auch der bestehende Arbeitskreis im Untersuchungsquartier „Emst“ stellt hierfür ein konkretes Beispiel dar und hat eine wichtige Netzwerkfunktion. Das Beispiel der **Bürgergenossenschaften**, das bei einigen der vorgestellten Nahversorgungskonzepte als Trägermodell fungiert, stellt im Rahmen der Einbindung der Bewohnerschaft eine Möglichkeit dar, die **Selbstverantwortung und die Identifikation** mit dem jeweiligen Projekt zu erhöhen. Bereits ein kleiner Genossenschaftsanteil bietet hierfür bereits einen Impuls. Bürgerinitiativen stellen des Weiteren eine wichtige Schnittstelle zu weiteren **Schlüsselakteuren** im Quartier da und sollten daher ebenfalls frühzeitig in Prozesse zur Etablierung von Nahversorgungskonzepten im wohnortnahen Umfeld miteinbezogen werden.

Auch die Rolle der Kommunen kann vielfältig ausgestaltet sein. In einigen wenigen der ausgewerteten Fallbeispiele hat sie auch durch **monetäre Förderung** zum Aufbau eines neuen Angebotes in Wohnortnähe beigetragen, indem sie als Träger des Angebotes fungiert und auch die notwendigen Stellen für den Betrieb des Ladens zur Verfügung stellt. Aber auch in Fällen, in denen die Kommune keine monetären Mittel zur Verfügung stellen kann, hat sie wichtige Funktionen, die über die Bereitstellung von Flächen und Immobilien hinausgeht: Sie hat eine wichtige **Schnittstellenfunktion zu den Bewohnern** eines Quartiers und kann somit für interessierte Betreiber für neue Konzepte Kontakte in das Quartier vermitteln. Kommunen können des Weiteren eine **moderierende Rolle** und Funktion im Quartier übernehmen, wo z.B. strukturierte Bürgerinitiativen noch nicht vorhanden sind. Die Durchführung von Informationsveranstaltungen ist ein Beispiel, das in vielen Fällen durch die Kommune angeleitet und durchgeführt wurde – unter anderem auch im Untersuchungsquartier „Emst“ in Hagen. Hier hat bereits bei der Suche nach einem geeigneten Standort für die geplante Neuansiedlung eines Supermarktes eine Einbindung der Bewohnerschaft, z.B. durch moderierte Bürgerversammlungen, stattgefunden. Die Einbindung mündete in der Formulierung von Empfehlungen an die Politik, die wiederum die Einschätzungen der lokalen Akteure und Bewohner

sowie der Forschungsstudie aufgriff, um eine Entscheidung für den Standort herbeizuführen.

Bildung von Arbeitsgremien

Aus diesem Grund ist ein frühzeitiges Zusammenkommen der relevanten Quartiersakteure von elementarer Bedeutung. Zu nennen sind an dieser Stelle neben der Stadtverwaltung, Bürgern, Einzelhändlern und Dienstleistern auch Vertreter der Wohnungswirtschaft. Die **Bildung von Arbeitsgremien** kann, insofern noch nicht erfolgt, eine wichtige Basis für quartiersbezogene Entscheidungen darstellen. Runde Tische oder Arbeitskreise werden in unterschiedlichen Städten des Ruhrgebietes bereits durchgeführt und widmen sich zum Teil sehr unterschiedlichen Fragestellungen. Diese Form der regelmäßigen Kommunikation kann jedoch auch bei Fragestellungen der Nahversorgung dazu beitragen, frühzeitig Problemlagen zu identifizieren und Handlungsansätze in gemeinsamen Dialog zu entwickeln. Als nachahmbares Beispiel ist u.a. der Arbeitskreis „Wohnen und Leben auf Emst“ zu nennen, der sich den vielfältigen Themen der Quartiersentwicklung widmet, gemeinsam Maßnahmen umsetzt (z.B. Quartiersfest) und die Forschungsstudie durch seine Mitwirkung unterstützt hat.

Einbindung der Bewohnerschaft in die Ideenfindung und Umsetzung von neuen Angeboten im Quartier

Die Quartiersbewohner stellen eine der zentralen Akteursgruppen dar, die gleichzeitig Nutznießer und Mitgestalter eines neuen, bedarfsgerechten Nahversorgungsangebotes im Quartier sein können. Aus diesem Grund – dies zeigen auch die Erfahrungen weiterer alternativer Nahversorgungskonzepte – sollten die Bewohner eines Quartiers von Anfang an in Prozesse rund um die Gestaltung des Nahversorgungsangebotes und möglicher Wertschöpfungsketten im Quartier miteinbezogen werden. Hierfür gibt es ganz unterschiedliche Methoden, die letztlich zu einer stärkeren Identifikation der Kunden mit dem Projekt beitragen und letztlich bewirken können, dass sie sich nicht ausschließlich als **Nutznießer** sondern auch als **Träger** des Konzeptes verstehen.

Die Aktivierung und Einbindung der Bürgerschaft wird in der Literatur als einer der zentralen Erfolgsfaktoren benannt. Hierbei kann die Einbindung auf unterschiedlichen Ebenen erfolgen, die in der folgenden Abbildung dargestellt sind. Die Einbindung reicht von der reinen Information über mögliche Vorhaben und Maßnahmen über die Konsultation (z.B. in Form einer Befragung) bis hin zur Mitgestaltung (Durchführung von Workshops und ähnlichen Veranstaltungen) und Mitbestimmung. Hierbei können bereits kleine Entscheidungsprozesse (wie z.B. die Mitbestimmung über eine farbliche Gestaltung oder ähnliche kleine Entscheidungen) zu einer hohen Akzeptanz der Bewohnerschaft führen. Aus diesem Grund war auch im Rahmen der Forschungsstudie die Einbindung der Bewohnerschaft in den identifizierten Quartieren ein wichtiger Baustein. Neben einer Haushaltsbefragung wurde so z.B. im Quartier „Emst“ ein Vertiefungsworkshop durchgeführt, der eine Einbindung der Bewohnerschaft und weiterer im Quartier aktiven Akteure ermöglichte.

Abbildung 115: Vier Ebenen zur Einbindung von Bewohnern in Quartiersprozesse

Information

- Elementarste Ebene der Beteiligung
- Grundpfeiler aller weiteren Ebenen der Einbindung
- Informationserfordernisse von der Planungsphase bis hin zur Nutzungsphase

Konsultation

- Meinungen, Wünsche, Bedürfnisse, Anregungen, Vorschläge der Bewohner ermitteln und Rückmeldung zur Umsetzbarkeit geben



Befragung

Mitgestaltung

- Projektträger stellt organisatorischen Rahmen zur Verfügung
- Durchführung z.B. in Form eines Workshops, eines runden Tisches



Fokus-
gruppen-
gespräche

Mitentscheidung

- Höchste Ebene der Einbindung von Bewohnern
- Möglichkeit, über einzelne Maßnahmen mitzubestimmen
- Projektträger verzichtet damit auf seine alleinige Entscheidungskompetenz
- Mitbestimmung in kleinem Rahmen: z.B. Wahl der Farbe des Anstrichs

Quelle: Europäisches Institut für Energieforschung: Leitfaden für Wohnbaugesellschaften und Wohnbaugenossenschaften. Möglichkeiten der Bewohnerbeteiligung bei energetischen Sanierungen

Berücksichtigung der „Hardware“ – Nutzen von Bestandsimmobilien

Neben der Angebotsstruktur, sozusagen der „Software“ ist auch die **Beschaffenheit einer ggf. vorhandenen Immobilie** – die „Hardware“ – relevant für die Etablierung eines Angebotes (relevant sind **bauliche Gegebenheiten** und die **Lage**). Jedes der aufgeführten und dargestellten (alternativen) Konzepte greift auf unterschiedliche Raumgrößen, Verkaufsflächen und Grundrisse zurück bzw. kann unterschiedlich flexibel auf Gegebenheiten in Bestandsimmobilien reagieren. Generell gelten aber eine gute verkehrliche Erreichbarkeit, ein ausreichendes Parkraumangebot sowie eine möglichst barrierefreie Erschließung als wichtige Rahmenbedingungen (auch aufgrund des Anlieferverkehrs). Zudem muss (und dieser Faktor spielt auch bei der Schaffung eines bedarfsgerechten Angebotes eine wichtige Rolle) eine ausreichende Distanz zum nächstgelegenen Wettbewerber gegeben sein, bei gleichzeitig ausreichendem Mindesteinzugsgebiet. Viele der vorgestellten Alternativkonzepte greifen auf bestehende und leerstehende Einzelhandelsimmobilien innerhalb der Quartiere zurück. Dementsprechend flexibel müssen alternative Konzepte mit der Substanz arbeiten, die Ihnen vor Ort zur Verfügung gestellt wird (sofern für ein neues Angebot kein Neubau errichtet werden kann). Die unterschiedlichen Konzepte haben jedoch aufgezeigt, dass bereits mit kleinen Verkaufsflächen unterschiedliche Angebote offeriert werden können. Gute Beispiele für eine Kombination von Lebensmittelangebot und weiterführenden Dienstleistungen stellen hierbei u.a. „Emmas Enkel“ und die DORV- bzw. quartVier-Konzepte dar.

Im Quartier „Auf dem Schnee“ steht – wie skizziert – eine Bestandsimmobilie leer, die Bestandteil der geführten Diskussion um eine Neuansiedlung eines Angebotes ist. Während „klassische“ Anbieter bislang aufgrund der Verkaufsfläche von rd. 800 m² kein Interesse an einer Neuentwicklung haben (und aktuell auch noch nicht klar ist, ob die Immobilie für einen Discounter infrage kommt), böte sich hier generell die Möglichkeit für die Umsetzung eines alternativen Konzeptes. Die Umsetzung ist allerdings stark vom Willen des neuen

Eigentümers abhängig. Die geführte Diskussion mit Quartiersakteuren und die Auswertung von Presseartikeln zeigte jedoch auf, dass bei einer Neuansiedlung (insbesondere, falls es ein Neubau werden sollte, mit entsprechender vorangegangener Anpassung des B-Plans) die Konkurrenzsituation zu Angeboten in den weiteren angrenzenden Kommunen (Dortmund, Herdecke) Berücksichtigung finden muss.

Die Rahmenbedingungen in den urbanen und gewachsenen Quartieren des Ruhrgebietes für die Schaffung eines Nahversorgungsangebotes sind somit sehr unterschiedlich ausgeprägt. An Standorten, an denen vor einigen Jahren noch klassische Anbieter verortet waren, bestehen oftmals nicht mehr genutzte Gewerbeimmobilien, die für eine **Revitalisierung und Neunutzung** durch alternative, hybride Geschäftsmodelle ggf. infrage kommen. Auch Wohnungsunternehmen fungieren in größeren Wohnquartieren oftmals als Eigentümer von gewerblich genutzten, kleineren Ladeneinheiten (oftmals in Erdgeschosslage einer Wohnimmobilie), die bei einem Leerzug durch alternative Konzepte genutzt werden könnten. Für die Umsetzung einer konkreten Idee ist auch hier die frühzeitige Kontaktaufnahme zu Eigentümern von Immobilien erforderlich, um Möglichkeiten auszuloten. Je nach Lage der Immobilie und einem ggf. bereits bestehenden Leerstand hat die Auswertung der Fallbeispiele aufgezeigt, dass Eigentümer zum Teil ihre Immobilien für ein alternatives Konzept auch zu reduzierter Miete zur Verfügung stellen, entweder, da sie den Mehrwert des Konzeptes für das Quartier sehen und unterstützen wollen oder sozusagen aus der „eigenen Not heraus“, um die betreffende Immobilie überhaupt noch vermieten zu können.

Schaffung eines bedarfsgerechten Angebotes

Einer der zentralen Erfolgsfaktoren für die Implementierung eines neuen Nahversorgungskonzeptes im Quartier ist, zunächst unabhängig vom Trägermodell, die **Schaffung eines bedarfsgerechten Angebotes**. Dabei hat sich gezeigt, dass auf Ebene des Wohnquartiers im Zuge der Schaffung eines Versorgungsangebotes veränderte Kriterien in Hinblick auf sich verändernde Nachfrageentwicklungen heranzuziehen sind. Die Analyse der bestehenden Versorgungskonzepte und der weiteren Literatur zu diesem Thema hat ergeben, dass ein günstiger Preis, eine besonders große Sortimentsauswahl sowie eine möglichst große Zahl an Stellplätzen für die autoaffine Kundschaft allein nicht maßgeblich für ein bedarfsgerechtes und „nachhaltiges“ Angebot sind. Vielmehr kann es im Quartier je nach dort wohnhafter Zielgruppe, Bedarfen und Ausgestaltung des bereits bestehenden Angebotes bspw. relevant sein, die fußläufige Erreichbarkeit eines speziellen Angebotsmix auf übersichtlicher Ladengröße und -gestaltung mit kurzen Wegen zu bieten. Auch qualitätsvolle Ankunftszone sowie im Zuge der Bedeutungsverschiebung des Einkaufens hin zum „Treffpunkt“ können attraktive Kommunikations- und Ausruhmöglichkeiten eine Rolle spielen. Zudem können Angebote für bestimmte Haushaltstypen (bspw. Single-Haushalte) im Rahmen der Konzeptionierung relevant sein, ebenso wie die Bereitstellung von regionalen Produkten und die Möglichkeit von internet- oder telefonbasierter Bestellung und späterer Abholung der bereits konsolidierten Ware.

Die ausgewerteten Fallbeispiele alternativer und kooperativer Nahversorgungsmodelle zeigen auf, dass es bei der Entwicklung eines passgenauen und ggf. neuartigen Angebotes vor Ort auch darauf ankommt, die Etablierung als Prozess zu verstehen, der ggf. eine Anpassung oder Umstrukturierung (z.B. des

konkreten Sortiments) erfordert und somit auch nach der Etablierung eine flexible Reaktion auf nötige Veränderungen nötig sein kann.

Kenntnis über das sozioökonomische Potenzial der Quartiersbewohner

Als elementare Voraussetzung für die Schaffung eines bedarfsgerechten Angebotes ist die **Kenntnis über das sozioökonomische Potenzial der Quartiersbewohner** zu nennen. Zum einen ist die grundsätzliche Entscheidung für die Etablierung einer zukunftsfähigen Nahversorgung aus unternehmerischer Sicht an eine hohe Kaufkraftbindung geknüpft und zum anderen wirkt sich diese maßgeblich auf das zu schaffende Angebot aus (bspw. Sortimentsgestaltung im Einzelhandel). In diesem Zusammenhang haben die befragten Experten darauf verwiesen, dass auch die Bereitstellung eines Angebotes mit marktgerechten Preisen ein Erfolgsfaktor für die Etablierung darstellen kann. Die Bewohnerbefragung, die in den vier Untersuchungsquartieren der Studie durchgeführt wurde, hat die heterogene Ausgangslage der Kaufkraft ebenfalls betont, an die die spezifischen Bedarfe direkt geknüpft sein können. Während z.B. in den Quartieren „Emst“ und „Auf dem Schnee“ ein im Vergleich der Quartiere überdurchschnittliches Haushaltseinkommen vorliegt, das sich auch in dem Wunsch nach hochwertigen Produkten widerspiegelt, zeigen sich in den Quartieren „Isinger Feld“ und „Borsigplatz“ hiervon abweichende Präferenzen der Befragten, denn hier hat das Thema „Preisgünstigkeit“ z.B. eine starke Bedeutung.

Treffpunkt- und Kommunikationsfunktion von Nahversorgungsangeboten

Wie bereits im Zusammenhang mit dem bedarfsgerechten Angebot erwähnt, rückt die Kommunikationsfunktion des Einkaufens zunehmend in den Fokus. Das heißt das Einkaufen wird längst nicht mehr nur auf die notwendige Beschaffung und Konsumierung von Gütern und Waren reduziert, sondern fungiert als Treffpunkt und kann so – vor allem bei der älteren Generation – auch das Bedürfnis nach Kontakten und Gemeinschaft stillen. Folglich geht es bei der Etablierung oder Stärkung von quartiersnahen Angeboten um die **Schaffung von räumlicher aber auch sozialer Nähe**. So werden gute Voraussetzungen geschaffen, um eine Stammkundschaft zu gewinnen, was sich wiederum positiv auf die langfristige Tragfähigkeit eines alternativen Nahversorgungskonzeptes auswirken kann.

Wirtschaftlichkeit, Tragfähigkeit und Nachhaltigkeit

Effizienz und **Nachhaltigkeit** stellen des Weiteren zwei wichtige Schlagworte dar. Bei den vorgestellten alternativen Nahversorgungskonzepten geht es oftmals nicht darum, größere wirtschaftliche Gewinne einzubringen. Die Konzepte sind jedoch von wirtschaftlich tragfähigen Konstrukten abhängig, die eine langfristige und nachhaltige Verankerung im Quartier gewährleisten. Zusammenfassend lässt sich daher an dieser Stelle bereits als wesentliche Grundlage ableiten, dass ein Angebot entwickelt wird,

- das von einer gemeinschaftlichen Akteurskonstellation getragen wird,
- bei dem die Akteure Nutznießer und Kontrolleure der Infrastruktur sind,
- das am Bedarf der Bürger ausgerichtet ist (bedarfs- statt profitorientiert) und

- das eine Teilhabe der Bevölkerung an der Daseinsvorsorge in sozialer Verantwortung garantiert.¹⁸⁷

Gut und bereits in einigen Fällen erprobt, ist in diesem Zusammenhang bspw. das **hybride Geschäftsmodell** (vgl. Kapitel 2.4).

Der Anstoß zu interkommunaler Kooperation zwischen den unterschiedlichen Akteuren kann – dies hat die Auswertung der Literatur gezeigt – von einer überörtlichen Initiative ausgehen.

Insbesondere bei der Entwicklung von alternativen Trägerkonstrukten ist es von Bedeutung, die möglichen Initiatoren nicht mit Aufgaben zu „überfrachten“. Das Beispiel des Bergischen Regionalladens (beroma) in Solingen zeigt in diesem Zusammenhang deutlich auf, dass z.B. ein Bürgerverein mit viel ehrenamtlicher Arbeit nicht alle Aufgaben, die mit dem Betrieb eines Nahversorgungsangebotes verbunden sind, übernehmen kann. Des Weiteren kommt es darauf an, ein Konstrukt zu entwickeln, das auch bei einem möglichen Scheitern einen Bürgerverein nicht wirtschaftlich trifft oder ihm gar schadet.

Passgenaue Kopplung von Angeboten bei „hybriden“ Modellen

Je nach Zusammensetzung der Zielgruppen im Quartier sollte folglich eine **passgenaue Angebotskombination** erfolgen, um den Bedarf der Haushalte genau abbilden und berücksichtigen zu können. Allerdings ist hinsichtlich der Kombination dieser Angebote eine reine Konzentration auf das Sortiment im Einzelhandel möglichst zu vermeiden. Je nach konkretem Bedarf sollten in die Konzeptionierung eines bedarfsgerechten Versorgungsangebotes auch die in Abbildung 4 aufgeführten einzelhandelsbegleitenden Dienstleistungen und Infrastrukturen mit berücksichtigt werden. So kann bspw. zusätzlich zum Lebensmitteleinzelhandel eine Bäckerei oder ein Café eröffnet werden, sofern ein Treffpunkt im Quartier fehlt oder ein Lieferservice oder Ärzte-/medizinisches Zentrum eingerichtet werden, wo die Erreichbarkeit bestehender Angebote sehr eingeschränkt ist. Das Untersuchungsquartier „Emst“ hat in diesem Zusammenhang aufgezeigt, dass die Bedarfe der Bewohner über den reinen Lebensmittelhandel hinausgehen und sich u.a. auf ein verbessertes Drogerieangebot beziehen. Auch im Quartier „Auf dem Schnee“, in dem die Versorgungslage in vielerlei Hinsicht deutlich eingeschränkt ist, ergibt sich der Bedarf nach einer Angebotskopplung mit zielgruppenspezifischen (Dienstleistungs-)Angeboten.

Die Angebotskopplung kann sich des Weiteren auch auf die Bereitstellung eines Lieferdienstes oder das Bereitstellen einer Einkaufsbegleitung beziehen, z.B. in Quartieren, die durch einen hohen Anteil Älterer geprägt sind.

Kooperation als wesentlicher Erfolgsfaktor

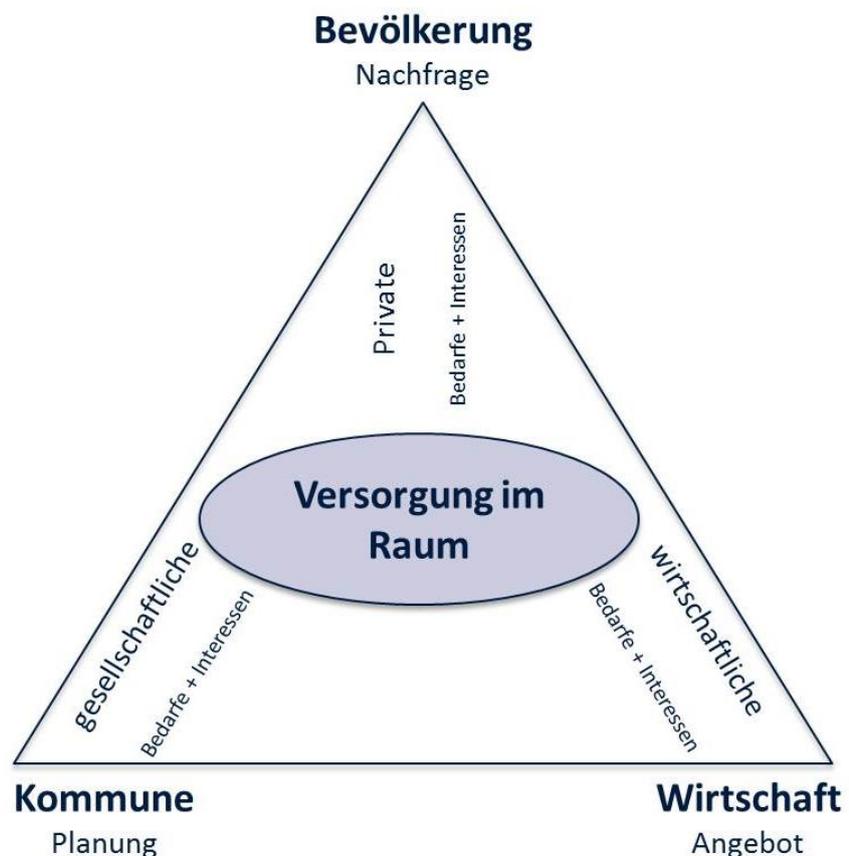
Für die Aktivierung von Wertschöpfungspotenzialen in den Quartieren ist insgesamt betrachtet die **Kooperation** einer der wesentlichen Bausteine. Diese Kooperationen beziehen sich neben dem wichtigen Dreieck aus Bevölkerung (Generierung der Nachfrage), Kommune (Planung) und Wirtschaft (Angebot) auch auf die weiteren Akteure im Quartierskontext. So können durch Kooperationen von Wohnungsunternehmen mit Anbietern sozialer Einrichtungen und Dienstleistungen ebenso Wertschöpfungspotenziale gehoben werden wie

¹⁸⁷ Leibniz Universität Hannover 2014: 59, ILS 2007: 49ff

durch ein abgestimmtes Zusammenarbeiten der Einzelhändler vor Ort. Die gegenseitige Unterstützung im Rahmen von **Öffentlichkeitsarbeit** ist hierbei eine Wertschöpfungsmöglichkeit, die in der Zusammenarbeit in Netzwerken münden kann. Auch bei der Neuschaffung eines Nahversorgungsangebotes ist der Erfolg maßgeblich von der Kooperation der relevanten Akteure mitbestimmt. Die Netzwerkbildung zwischen Gewerbetreibenden, möglichen Betreibern, der Kommune, der Wohnungswirtschaft und den Bewohnern ist hier ein Weg, aber auch die Angebotskopplung und -bündelung mit weiteren Dienstleistungen erfordert ein Zugehen auf mögliche Kooperationspartner (Lieferdienste, Anbieter von Dienstleistungen, Anbieter regionaler Produkte etc.). Ein konkretes Beispiel der Umsetzung hat in diesem Zusammenhang das Konzept „Emmas Enkel“ geliefert: Hier wurde eine Kooperation mit einem im Quartier ansässigen Metzger eingegangen, der seine Produkte über die Online-Plattform von „Emmas Enkel“ mitvermarktet. Auf diese Weise hat „Emmas Enkel“ ein Frischfleischangebot im Repertoire und der Metzger erhält die Möglichkeit gesteigerter Verkäufe, wodurch wiederum ein Beitrag zur Wertschöpfung einzelner Angebote geleistet wird.

Verteilung der Verantwortung auf „mehrere Schultern“

Zudem haben die Erfahrungen aus der Vergangenheit gezeigt, dass eine nachhaltige Entwicklung von Angeboten im Quartier eng an die soziale Verantwortung geknüpft ist. „Soziale Innovation“ und auch Kooperation – folglich die Verteilung der Last auf mehrere Schultern – spielt in dem Zusammenhang eine große Rolle. Die tragfähige Versorgung im Raum, so zeigt es nachfolgende Abbildung, setzt sich vor allem aus drei Komponenten zusammen. Die **Bevölkerung** „formuliert“ durch ihre Nachfrage die privaten Bedarfe und Interessen. Die **Kommune** schafft mit ihrer Planungshoheit durch die Bereitstellung von Flächen die notwendigen Voraussetzungen, um die gesellschaftlichen Bedarfe und Interessen umsetzen zu können bzw. diesen Raum zu geben. Die **wirtschaftliche** Komponente setzt schließlich unter Berücksichtigung der ökonomischen Sichtweise das entsprechende Angebot um. Wesentliches wirtschaftliches Ziel bei der Schaffung von Versorgung im Raum ist neben dem Anspruch an die Daseinsvorsorge aber auch eine hohe oder zumindest für die Tragfähigkeit ausreichende Effizienz der Angebote, um sich langfristig halten zu können.

Abbildung 116: Sicherung der Nahversorgung als Gemeinschaftsaufgabe


Quelle: Leibniz Universität Hannover: „ZukunftNAH – Zukunftschancen bedarfsgerechter Nahversorgung in ländlichen Räumen Niedersachsens“, S. 59

Kooperation ist somit eines der zentralen Schlagworte, wenn es um den Erfolg nachhaltiger und neuartiger Nahversorgungskonzepte geht. Folgende Akteure sind im Rahmen der Umsetzung von kooperativen Nahversorgungsmodellen zusammenfassend zu nennen:

- Bewohner des betroffenen Quartiers,
- Politik und Kommune (wesentliche Einflussmöglichkeiten durch planungsrechtliche Vorgaben, u.a. in Einzelhandelskonzepten und ggf. durch Besitz betroffener Immobilien und Grundstücke),
- Einzelhändler im Quartier (Nutzen von Synergien durch Zusammenarbeit, Kooperationen auch mit Einzelhändlern in benachbarten Quartieren),
- soziale Institutionen, Einrichtungen und Anbieter sozialer Einrichtungen (Schaffung von Netzwerken),
- Quartiers- und Bürgerzusammenschlüsse in Form von Bürgervereinen oder anderen Institutionen,
- Wohnungswirtschaft in Form von Wohnungsunternehmen und privater Eigentümer (sowohl gewerbliche als auch wohnungsbezogene Nutzung),
- Eigentümer von Schlüsselimmobilien oder Grundstücken, die für eine Neuentwicklung eines Angebotes infrage kämen.

Insbesondere die Kommune mit ihren planungsrechtlichen Einflussmöglichkeiten und der politische Wille innerhalb einer Kommune stellen für grundlegende Entscheidungen eine wesentliche Rahmenbedingung für die Umsetzung von Nahversorgungskonzepten dar. Es handelt sich somit um wesentliche Schlüsselpersonen, die möglichst von Anfang an in den Prozess miteinbezogen werden und bei der Konkretisierung um weitere relevante Akteure des jeweiligen Quartiers ergänzt werden sollten. Der Kommune kommt in diesem Zusammenhang eine wichtige Schlüsselfunktion zu, da ihre Aufgabe auch in der Organisation von partizipativen Prozessen liegt.

Bei der Konkretisierung der Umsetzung eines alternativen Nahversorgungskonzeptes und der Suche nach geeignetem Personal kann auch ein Zugehen auf das jeweilige Arbeitsamt vor Ort erfolgsversprechend sein, z.B. um Personen wieder in die Arbeit einzugliedern, die lange arbeitslos sind. Das Beispiel der CAP-Märkte zeigt in diesem Zusammenhang auf, dass auch die Ansprache von Behindertenvertretungen in den Kommunen ein Weg ist, alternative Nahversorgungskonzepte unter Einbindung von verschiedenen Zielgruppen umzusetzen.

Ganzheitliche Betrachtung der Quartiersprozesse und Verknüpfung der Nahversorgungsthematik mit weiteren Querschnittsthemen

Hierbei ist eine **ganzheitliche Betrachtung der Quartiersprozesse** sinnvoll. Die Recherche- und Analysephase in den Untersuchungsquartieren der Forschungsstudie hat aufgezeigt, dass das Thema Nahversorgung eng mit weiteren Themen zusammenhängt. Von elementarer Bedeutung ist das Thema Wohnen, aber auch Fragen der Wohnumfeldgestaltung, der generationengerechten Weiterentwicklung von Quartieren, sowie weitere Infrastrukturangebote sind hiermit eng verknüpft und sollten zwecks einer bedarfsgerechten und zukunftsfähigen Quartiersentwicklung möglichst gemeinsam betrachtet werden.

Im Segment des Wohnens greifen Kommunen zur bedarfsgerechten Entwicklung von Flächen und Quartieren immer mehr auf sogenannte „Konzeptausreibungen“ zurück. Diese stellen auch für das Segment Einzelhandel und Nahversorgung eine Möglichkeit dar, die quartiersbezogene Entwicklung unter einem ganzheitlichen Ansatz zu betreiben. Auch integrierte Handlungskonzepte, wie sie im Rahmen von Städtebauförderungsmaßnahmen Anwendung finden, stellen ein Beispiel dafür dar, sich themenübergreifend mit den Herausforderungen und Entwicklungsperspektiven eines Quartiers auseinander zu setzen und Handlungsansätze zu formulieren.

8.2. Ableitung von Herausforderungen

Neben den Erfolgsfaktoren können im Umkehrschluss auch einige Herausforderungen formuliert werden. Die wichtigsten sollen im Folgenden kurz vorgestellt werden.

Zusätzliche Zahlungsbereitschaft bei höheren Preisen als im „klassischen“ Nahversorgungssegment

Alternative Nahversorgungskonzepte zur Verdichtung oder generellen Sicherung der Infrastrukturen in Quartieren werden zumeist in Form von Kleinflächenkonzepten umgesetzt. Denn dort, wo sich aufgrund eines fehlenden Bevölkerungspotenzials „klassische“ Anbieter nicht mehr interessieren oder sich

aus den bestehenden, kleineren Immobilien zurückziehen, können diese alternativen, oftmals kooperativ angelegten Konzepte greifen.

Damit hängt aber unmittelbar zusammen, dass von dem Betreiber nicht so große Warenmengen abgenommen werden können, wie es Supermärkte mit gängigen Flächengrößen um mind. 800 m² bewerkstelligen. Mit der Abnahme kleinerer Mengen steht unmittelbar ein höherer Stückpreis der Waren im Zusammenhang, der oftmals auf die Kunden umgelegt werden muss. Das heißt, die Kunden von Kleinflächenkonzepten oder ähnlichen Angeboten müssen zusätzlich zum vglw. eingeschränkten Sortimentsumfang gegenüber anderen Supermärkten ggf. höhere Preise in Kauf nehmen. Folglich muss bei der Etablierung eines solchen Angebotes gewährleistet werden können, dass die Kunden zugunsten eines vielleicht fußläufig erreichbaren Ergänzungssortiments eine **zusätzliche Zahlungsbereitschaft** generieren.

Demgegenüber stehen die Vorteile der quartiersnahen und fußläufigen Erreichbarkeit eines neu geschaffenen Angebotes. Wenngleich dieses ggf. höhere Preise aufweist als der Anbieter „auf der grünen Wiese“ oder im benachbarten Stadtteil, entfallen zumindest die Fahrtkosten durch die fußläufige Erreichbarkeit, die wiederum den Mehrpreis für die Güter z.T. ausgleichen können. Auch die gewonnene Zeit, die durch die nicht mehr nötige Auto- oder Busfahrt entsteht, ist ein entscheidender Mehrwert. Diese Vorteile, die sich durch die Ansiedlung eines quartiersnahen Angebotes ergeben, sollten daher im Rahmen einer öffentlichkeitswirksamen Darstellung betont werden. Neben der Kommune kann hier auch dem jeweiligen Anbieter oder einem im Quartier tätigen Wohnungsunternehmen eine Rolle zukommen.

Finden von Betreibern und Lieferanten

Nicht nur das Finden eines Betreibers für ein möglicherweise hybrides oder kooperatives Geschäftsmodell ist eine wesentliche Herausforderung. Auch das Finden von Lieferanten ist für kleine Einzelhändler häufig erschwert. Befragte Experten verweisen in diesem Zusammenhang darauf, dass alternative und kooperative Nahversorgungsmodelle insbesondere dann erfolgsversprechend sind, wenn die Nahversorgung „nicht zu teuer“ wird. Das **Einbinden auch regionaler Anbieter** kann in dem Zusammenhang eine mögliche Lösung sein und hat sich in einigen der Best-Practice-Beispiele bewährt. Nicht zuletzt kann der Rückgriff auf regionale Produkte schließlich auch der Profilierung der Angebote gegenüber vermeintlicher Konkurrenz dienen und zu einer Win-Win-Situation beitragen, da auch die jeweiligen regionalen Anbieter hierdurch höhere Absatzzahlen erzielen können.

Insbesondere bei Modellen, die unter einem Dach mehrere Leistungen und Angebote bündeln, ist auch die Suche nach geeignetem Personal eine Herausforderung, da zumeist eine erhöhte Flexibilitätsbereitschaft erforderlich ist. Ein gutes Beispiel hierfür ist das KOMM-IN-Konzept in der Gemeinde Sternenfels, bei dem Angestellte der Stadtverwaltung die Aufgaben übernehmen, die vom Verkauf bis hin zur Beratung in unterschiedlichen Fragestellungen reichen.

Umgang mit und Möglichkeiten von Bestandsimmobilien

Zumeist greifen die Investoren und Betreiber von alternativen Nahversorgungsmodellen auf Bestandsimmobilien zurück. Zum einen ist hierdurch be-

reits häufig die **Einbindung in das Einzelhandelskonzept** der Stadt gegeben und somit eine wichtige rechtliche Rahmenbedingung geschaffen und zum anderen lassen sich ggf. erforderliche Umbaumaßnahmen in den meisten Fällen wirtschaftlich besser darstellen als die Investition in einen Neubau. Hiermit stehen aber wiederum zwei andere Herausforderungen in Verbindung, nämlich:

- die Verfügbarkeit von Parkplätzen und
- die Kooperationsbereitschaft der jeweiligen Eigentümer (vgl. hierzu Erkenntnisse aus dem Quartier „Auf dem Schnee“). In manchen Fällen sind die Rahmenbedingungen aufgrund von einer Vielzahl privater Kleineigentümer oder Erbgemeinschaften (vgl. hierzu Erkenntnisse aus dem Quartier „Borsigplatz“) besonders erschwert.

Kooperationsbereitschaft ist jedoch nicht nur seitens möglicher Eigentümer von Bestandsimmobilien gefragt. Die Zusammenstellung der Erfolgsfaktoren zeigte bereits auf, dass die Beteiligung der Bewohnerschaft ein zentrales Element darstellt, um eine hohe Identifikation mit einem zu etablierenden Angebot zu schaffen. Bei **fehlender Akzeptanz** und fehlender Mitwirkungsbereitschaft seitens der Quartiersbewohner können gleichzeitig auch die weiteren Umsetzungsschritte und die Perspektive des Projektes deutlich eingeschränkt sein.

Planungsrechtliche Vorgaben

Auch planungsrechtliche Vorgaben können die Umsetzung von Ideen und Projekten hemmen, u.a. wenn Bebauungspläne keine Vergrößerung der Verkaufsfläche, der Parkflächen oder weiterer Rahmenbedingungen erlauben und zunächst ggf. Anpassungen vorgenommen werden müssen, die wiederum mit den Vorgaben bestehender Einzelhandelskonzepte abgestimmt werden müssen. An dieser Stelle spielt auch die Thematik der Konkurrenz eine wesentliche Rolle, die, je nach Lage des Quartiers, auch mit angrenzenden Kommunen abgestimmt werden muss, wie das Beispiel „Auf dem Schnee“ aufgezeigt hat.

Festlegung auf eine Rechtsform und ein Finanzierungsmodell

Die Wahl der geeigneten **Rechtsform** und eines **Finanzierungsmodells** steht des Weiteren in engem Zusammenhang mit dem Finden eines potenziellen Betreibers und Investors für ein Nahversorgungsangebot. Finanzielle Hilfen in Form von Anreizen und Fördermöglichkeiten können dazu beitragen, Investitionen von ansässigen Akteuren anzuregen. Die größte Herausforderung hierbei ist, bestehende gute Ideen und finanzielle Mittel zusammenzubringen. Nicht nur alternative Versorgungskonzepte, sondern auch **alternative Finanzierungsmodelle** sind daher immer häufiger Bestandteil der vorgestellten Best-Practice-Beispiele. Die Vielfalt der Betreiber- und Finanzierungsmodelle ist hierbei groß und reicht von der ehrenamtlichen Vereinsorganisation bis hin zum professionellen Genossenschaftsmodell. Nicht selten werden die Bewohner eines Quartiers auch im Rahmen des Betriebs und der Finanzierung eines neuen Angebotes mit berücksichtigt, z.B. bei der Gründung von Genossenschaften, bei denen Bewohner mit eigenen Anteilen nicht nur Nutzer eines Angebots sind, sondern auch Mitfinanzierer und somit eine stärkere Bindung an das Projekt entsteht.

Auch der aktuelle Landesförderplan des MGEPA NRW zum Bereich „Alter“ hält konkrete **Ansätze zur Förderung von Nahversorgung** im Quartier vor. Gefördert

wird die Entwicklung und Erprobung von innovativen (Nah-) Versorgungsangeboten, die die Deckung des täglichen Bedarfs älterer Menschen sichern. Im Fokus stehen Regionen und Quartiere, in denen Versorgungsstrukturen bereits weggebrochen sind. Für dieses Angebot stellt das Land jährlich 200.000 Euro zur Verfügung. Der maximale Förderbetrag für die Konzeptentwicklung beträgt 15.000 Euro, wobei sich die Anteilfinanzierung auf maximal 50 Prozent der projektbezogenen Sachkosten bezieht. Die Förderquote kann bei gemeinnützigen Trägern und einer ehrenamtlichen Basis auf bis zu 90 Prozent erhöht werden. Für die Erprobung kann ein Investitionskostenzuschuss von bis zu 30.000 Euro gewährt werden.¹⁸⁸

Hieran wird zusammenfassend deutlich, dass für Quartiere standortangepasste, individuelle Wege gefunden werden müssen, um flexible Lösungen zur Steigerung von Wertschöpfungsketten im Quartier zu entwickeln – und dies trifft sowohl auf periphere, ländlich geprägte Quartiere als auch auf urbane, städtische Quartiere des Ruhrgebietes (die Forschungsgegenstand sind) zu.

Diese individuellen Wege können nur unter Einbindung der relevanten Akteure identifiziert und umgesetzt werden. Neben der Bereitstellung von konventionellen, bekannten Angeboten können auch Alternativkonzepte, von denen bereits einige im Rahmen dieses Endberichtes vorgestellt wurden, tragfähige Möglichkeiten zur Sicherung der Grundversorgung in Wohnquartieren darstellen. Eine Frage, die im Folgenden beantwortet werden soll, ist, welche konkrete Rolle die professionelle Wohnungswirtschaft in Form von Wohnungsunternehmen bei der Etablierung von neuen Nahversorgungskonzepten und -angeboten im Quartier übernehmen kann.

Entwicklung der Wettbewerbssituation

Wesentlich für die Entwicklung und auch den nachhaltigen Betrieb eines neu installierten Angebotes ist, wie sich die Wettbewerbssituation nach Eröffnung und Implementierung entwickelt, d.h. ob zusätzliche Konkurrenzen durch weitere Angebote im nahen Umfeld entstehen. Aus diesem Grund sind eine genaue Abstimmung mit Einzelhandelskonzepten und den jeweiligen Kommunen von Bedeutung und ein möglichst abgestimmtes Handeln erforderlich, um neu implementierte Angebote auch langfristig in den Quartieren halten zu können. Andersherum hat das Beispiel „Emst“ auch aufgezeigt, dass ein neu entstehendes Angebot (wenn es großformatiger geplant ist) auch zu einer Konkurrenzsituation für bestehende kleinteilige Angebote führen kann. Demnach ist ein mit den bestehenden Angeboten abgestimmtes, ganzheitliches Konzept (ggf. auch für die von der Konkurrenz betroffenen Einzelhändler) zu entwickeln.

Neuartigkeit von Angeboten und Produkten an die Kunden heranbringen

In einigen der ausgewerteten Fallbeispiele zu Nahversorgungsmodellen wird das Angebot vor Ort durch Online-Dienste und Lieferdienste ergänzt (so z.B. bei dem Konzept „Emmas Enkel“). Solch neuartigen Angebote stoßen jedoch, so die befragten Experten, nicht immer von Anfang an auf ein reges Interesse und müssen erst an die Kunden und Nutzer herangetragen werden. Ggf. bestehende Hemmnisse in der Nutzung müssen durch aktive Ansprache abgebaut

¹⁸⁸ MGEPA NRW: Förderangebot 4: Innovative (Nah-)Versorgungskonzepte entwickeln und erproben

werden. Ein Beispiel hierfür ist die Nutzung von Lieferdiensten. Insbesondere Ältere haben bei der Inanspruchnahme Vorbehalte, da die Nutzung dieses Serviceangebotes die Herausgabe persönlicher Angaben (Adresse) erfordert und der Lieferdienst ggf. Einsicht in die Wohnsituation erlangt. Eine sensible Ansprache mit Benennung von festen Ansprechpartnern und eine öffentlichkeitswirksame Werbung für die neuartigen Angebote können unterstützend wirken, um solche Vorbehalte abzubauen und zu einer Verbesserung der Versorgungssituation im Quartier beizutragen.

8.3. Rolle, Funktion und Möglichkeiten von Wohnungsunternehmen bei der Sicherung und Etablierung von Nahversorgungsangeboten im Quartier

Die Auswertung und Analyse bestehender Ansätze zur Sicherung und Etablierung quartiersbezogener Nahversorgungsangebote sowie die Erprobung und Begleitung von Ansätzen in den ausgewählten Fallbeispielen der Forschungsstudie haben deutlich aufgezeigt, dass Engagement und die Unterstützung durch die Kommune und die Wohnungsunternehmen im Quartier den Erfolg eines Nahversorgungsangebotes maßgeblich mitbestimmen können.

Wohnungsunternehmen können als **wichtige und verantwortliche Akteure der Quartiersentwicklung** auf unterschiedliche Rahmenbedingungen im Quartier einwirken. Investitionen in die Wohnungsbestände oder der Neubau von Wohnungen stellen eine wichtige Säule dar, die in den vergangenen Jahren bereits zunehmend um die Etablierung wohnbegleitender Dienstleistungen und die Aufwertung des Wohnumfeldes ergänzt wurde. In jüngster Vergangenheit gewinnt auch das Thema der Nahversorgung für die Wohnungsunternehmen und die Quartiere, in denen diese tätig sind, an Bedeutung, insbesondere vor dem Hintergrund der vielerorts zu beobachtenden Überalterungsstrukturen der Mieterschaft sowie dem ggf. ausbleibendem Zuzug jüngerer Zielgruppen.

Für Unternehmen der Wohnungswirtschaft bedeutet dies, dass mittelfristig eine wachsende Zahl von Kunden auf Versorgungsinfrastrukturen in ihrer Wohnung und ihrem nahen Umfeld angewiesen sind und bei Ermangelung von Optionen vor der Entscheidung stehen, die Wohnung zu verlassen. Demgegenüber steht das Interesse vieler Wohnungsunternehmen an einer **Fortsetzung der oftmals langjährigen Mietbeziehungen** zu ihren Kunden. Dies ist nicht nur dadurch zu erklären, dass eine steigende Fluktuation auch mit Kosten einhergeht – von Bedeutung ist auch der Verlust und Fortzug von langjährigen Mietern, die sich mit dem Quartier identifizieren. Dies führt dazu, dass ein erhöhtes Augenmerk auf die Sicherung und Verbesserung der sozialen Stabilität innerhalb eines Quartiers gelegt werden muss.

Wohnungsunternehmen stellen in vielen Fällen die Schnittstelle zwischen den Akteuren bei der Bewältigung demografischer Herausforderungen in Wohnquartieren dar. Über zahlreiche langjährige Mietverhältnisse bestehen häufig ein enger Kontakt und ein Vertrauensverhältnis zwischen Mietern und Wohnungsunternehmen. Gleichzeitig verfügen viele Wohnungsunternehmen, darunter auch die „WIR-Unternehmen“, über größere zusammenhängende Quartiersbestände. In diesen Quartieren lässt sich eine ausreichend große Nachfragergruppe für die Etablierung von Netzwerken im Rahmen einer integrierten

Quartiersversorgung besser umsetzen als in dispersen Bestandsstrukturen. Durch einen **integrierten Ansatz** bei der Entwicklung von Nahversorgungs- und Infrastrukturen in den Quartieren können Wohnungsunternehmen nicht nur unmittelbar Vorteile und Mehrwerte (z.B. da die Verweildauer der Mieter erhöht wird), sondern gleichzeitig auch positive Effekte auf ihr Image erzielen und bessere Vermarktungschancen ihrer Wohnungen realisieren.

Investitionen der Wohnungswirtschaft, die über die Wohnungsbestände und das Wohnumfeld hinausgehen und auch Infrastrukturen mit berücksichtigen, können sich für die Wohnungsunternehmen in mehrerer Hinsicht lohnen: So können entsprechende Maßnahmen zu einer höheren Mieterbindung und einer damit einhergehenden geringeren Fluktuation führen, die wiederum Kosteneinsparungen bei den Wohnungsunternehmen bewirken kann.

Insbesondere auf schwachen Wohnungsmärkten müssen Wohnungsunternehmen des Weiteren zunehmend in den Quartieren mehr bieten, um attraktiv für Mieter und Kunden zu sein. Oftmals ist das Werben um Kunden notwendig, das bei einer ganzheitlichen Entwicklung eines Quartiers besser funktionieren kann als bei einer reinen Betrachtung und Entwicklung einzelner Wohnungsbestände. Insgesamt gesehen bietet das Einwirken der Wohnungswirtschaft **Potenzial zur Erhöhung der Lebensqualität in den Wohnquartieren** – auch vor dem Hintergrund, dass der gesellschaftliche Wandel monostrukturierte Wohngebiete zunehmend unattraktiv werden lässt. Nicht nur für Ältere gewinnen kurze Wege an Bedeutung, auch für andere Zielgruppen ist dies ein wichtiges Standortkriterium. Infrastrukturen und Nahversorgungsangebote im Umfeld der (möglichst barrierearmen Wohnsituation) stellen jedoch insbesondere für ältere Zielgruppen wichtige **Merkmale für die Wohnstandortwahl** dar. Neben dem reinen Lebensmittelangebot erfahren auch darüber hinausgehende Angebote einen Bedeutungszuwachs. Im Fokus stehen unter anderem Mittagstisch-Angebote, gastronomische Angebote, Cafés und Quartierstreffpunkte.¹⁸⁹

Zusammengefasst geht es in der aktuellen Diskussion um moderne Quartiersentwicklung zunehmend nicht mehr nur um die reine Bereitstellung von Wohnraum, sondern um die **Schaffung einer Funktionsmischung** mit ergänzenden Dienstleistungsangeboten und Infrastrukturen, die maßgeblich zur Attraktivität von Wohnquartieren beitragen kann¹⁹⁰. Bei der Etablierung von Nahversorgungs- oder Dienstleistungsangeboten können des Weiteren Synergien geschaffen werden, z.B. wenn durch die Ansiedlung neuer Infrastrukturen zusätzliche Arbeitsplätze im Quartier geschaffen werden. Diese können zur zusätzlichen Belebung und zur Schaffung von Anlaufpunkten führen. Insbesondere soziale Angebote, wie Quartierstreffpunkte können dafür sorgen, dass auch neue Quartiersbewohner im Quartier „ankommen“.

Die Wohnraumförderung des Landes Nordrhein-Westfalen bietet in diesem Zusammenhang Förderansätze, die sich nicht auf die einzelne Wohnung oder das Gebäude beziehen, sondern z.B. auf die Bereitstellung von quartiersbezogenen Gemeinschaftsräumen oder Räumen, die von sozialen Trägern genutzt werden.¹⁹¹

¹⁸⁹ MBWSV NRW 2014: 75

¹⁹⁰ ebd. 2014: 76

¹⁹¹ ebd. 2014: 76

Die Möglichkeiten von Wohnungsunternehmen, die Nahversorgungssituation im Quartier zu sichern, zu stabilisieren oder positiv zu beeinflussen, sind vielfältig und lassen sich grob in vier Kategorien einteilen:

- Unterstützungs- und Beratungsfunktion
- Mitwirkungsfunktion
- Kooperationen
- Bereitstellung von Räumlichkeiten im Neubau und Bestand.

Im Folgenden werden konkrete Maßnahmen und Handlungsempfehlungen für Wohnungsunternehmen ausgesprochen, die diesen Kategorien zuzuordnen sind.

Unterstützungs- und Beratungsfunktion

Wohnungsunternehmen sind in der Regel professionell aufgestellte Unternehmen, die einen guten Zugang zu den Bedürfnissen und Bedarfen ihrer Mieter und Kunden haben. Zahlreiche Beispiele belegen, dass sie mithilfe von Mieterbefragungen zunehmend Wohnwünsche, die Wohnzufriedenheit und die Bindung an das Unternehmen hinterfragen, um passgenauere Angebote bereitstellen zu können. Dieses Instrument bietet Verknüpfungsmöglichkeiten mit weiteren Fragestellungen. So sollten **z.B. Mieterbefragungen** bei bestehender Relevanz zielgerichtet mit Fragen zur Bedarfssituation hinsichtlich der Nahversorgung verknüpft werden. Die Auswertung der bestehenden Nahversorgungskonzepte hat deutlich aufgezeigt, dass Bewohnerbefragungen ein wichtiges Instrument darstellen, um ein bedarfsgerechtes Angebot zu etablieren und eine erfolgreiche Implementierung zu begünstigen.

Wohnungsunternehmen sind zudem in der Lage, die Etablierung spezifischer Angebote im Quartier anregen, da sie sich in einer wichtigen Schnittstellenfunktion zur Kommune befinden. In Expertengesprächen identifizierte Beispiele belegen, dass Wohnungsunternehmen z.B. die **Etablierung eines Wochenmarktes** anregen können, wenn Mieter diesen konkreten Wunsch und Bedarf geäußert und an das Wohnungsunternehmen herangetragen haben. Ausschlaggebend hierfür ist jedoch die Etablierung einer **Kommunikationsstruktur und -kultur** zwischen den Mietern und dem jeweiligen Wohnungsunternehmen.

Wohnungsgesellschaften können darüber hinaus auch bei der Etablierung eines neuen Nahversorgungsangebotes beratend agieren. Ein positives Beispiel hierfür stellt wiederum das Fallbeispiel „beroma“ in Solingen dar. Das hier etablierte Nahversorgungsangebot musste im Prozessverlauf hinsichtlich des Trägerkonstruktes angepasst werden – die Gründung einer Bewohnergenossenschaft wurde hierbei beratend von der Wohnungsgenossenschaft begleitet. Diese hat dem Bürgerverein einen externen Berater zur Seite gestellt, der **bei der Gründung der Genossenschaft** Hilfestellung geleistet hat.

Mitwirkungsfunktion

Zahlreiche Fallbeispiele, in denen die Wohnungswirtschaft an der Etablierung oder Sicherung eines Nahversorgungskonzeptes mitgewirkt hat, zeigen auf, dass insbesondere die Vernetzung und der Austausch mit weiteren Akteuren im Quartier ein Erfolgsfaktor sein kann. Auch die begleitete Implementierungsphase im Hagener Quartier „Emst“ verdeutlicht, dass Wohnungsunter-

nehmen Teil von quartiersbezogenen **Netzwerken** sein und diese auch aktiv bespielen sollten.

Die Mitwirkungsfunktion kann jedoch auch deutlich konkreter ausgestaltet sein, wie die Beispiele der Ansätze unterschiedlicher WIR-Unternehmen aufzeigen. So haben Wohnungsunternehmen bei einer konkreten Bedarfslage im Quartier die Möglichkeit, (z.B. wenn Nahversorgungsangebote im Quartier fehlen, da sie in der Vergangenheit weggebrochen sind, aber aufgrund der Altersstrukturen im Quartier notwendig wären), an **Übergangslösungen** aktiv mitwirken. Beispielhaft sei hier die Lösung eines **Hol- und Bringdienstes** genannt, z.B. indem durch Einrichtung eines Shuttle-Busses die Bewohner eines Quartiers zu der nächstgelegenen Nahversorgungssituation gebracht werden (vgl. hierzu das Untersuchungsquartier „Isinger Feld“). Insbesondere Bringdienste haben gegenüber klassischen Lieferdiensten den Vorteil, dass sie die soziale Funktion des Einkaufens erhalten, die besonders für Ältere wichtig ist.

Eine Mitwirkungsfunktion können Wohnungsunternehmen auch bei Themen einnehmen, die über das reine Lebensmittelangebot hinausgehen. Das Beispiel des aktuell in der Umsetzung befindlichen Modells in Fröndenberg durch die UKBS belegt, dass Wohnungsunternehmen auch in der **medizinischen und ärztlichen Versorgung** ihrer Mitglieder aktiv werden und hier in Anlehnung an bestehende Konzepte wie dem „Bielefelder Modell“ eine tragende Rolle in der Bereitstellung bedarfsbezogener Dienstleistungsangebote übernehmen können. Es handelt sich jedoch um ein Beispiel, das neben der Rolle des Wohnungsunternehmens auch auf das Engagement der Bewohner setzt, z.B. wenn es um die Ausgestaltung und den Betrieb des Nachbarschaftstreffs geht, der zentraler Baustein des ganzheitlichen Ansatzes dieses Fallbeispiels ist.

Kooperationen

Bereits die Benennung der oben skizzierten Beispiele für Maßnahmen zeigt auf, dass die Einflussmöglichkeiten von Wohnungsunternehmen bei der Sicherung oder Etablierung von Nahversorgungsangeboten im Quartier in hohem Maße von **Kooperationen mit weiteren Akteuren** im Quartier abhängig sind.

Die Kooperationen können sich je nach konkreter Angebotsausgestaltung z.B. auf **Anbieter sozialer Dienstleistungen und Betreiber sozialer Einrichtungen** im Quartier beziehen (z.B. bei dem Betrieb von Nachbarschaftstreffs). Wie im Beispiel der geplanten Umsetzung des „Bielefelder Modells“ in Fröndenberg durch die UKBS deutlich wurde, kann die Kooperation aber auch darüber hinausgehen und z.B. unter Ärzten stattfinden oder sich auf den Dialog zwischen dem Wohnungsunternehmen und dem Krankenhaus beziehen. Kooperationen können auch einen **Netzwerkcharakter** haben, wenn z.B. ein Wohnungsunternehmen durch Bereitstellung eines **Concierge-Services** eine Vernetzung mit bestehenden Dienstleistungsangeboten im Quartier herbeiführt. Hier können gleichzeitig Synergien entstehen, wenn Mieter durch Nutzen der Dienstleistungsangebote nicht darauf angewiesen sind, eine andere Wohnung zu suchen und das Wohnungsunternehmen so von langfristigen Mietverhältnissen und geringerer Fluktuation profitieren kann.

Stellt das Wohnungsunternehmen des Weiteren Angebote in der Wohnung zur Verfügung (z.B. **technische Unterstützungsmaßnahmen** im Rahmen von Ambient Assisted Living), kann ebenfalls ein langfristiger Verbleib älterer Menschen in der Wohnung gewährleistet werden. Hiervon profitieren wiederum

die bestehenden Infrastruktur- und Nahversorgungsangebote, da hiermit die Nachfrage nach diesen Angeboten gesichert werden kann. Kooperationen sollten jedoch auch mit den Kommunen eingegangen werden, z.B. im Rahmen der **Wohnumfeldgestaltung**. Plant die Kommune in Kooperation mit den weiteren Quartiersakteuren die Etablierung eines neuen Nahversorgungsangebotes, kommt hierbei auch der **Gestaltung des Wohnumfeldes** eine Bedeutung zu, z.B. wenn es um die Verbesserung der Fußwegeverbindungen geht. Die Wohnungsunternehmen können hier einen Beitrag leisten, indem sie die Kommune dabei unterstützen, **Angsträume abzubauen** und die fußläufige Erreichbarkeit von Angeboten im Quartier zu verbessern (bspw. allein durch eine Verbesserung der Beleuchtungssituation oder durch die Bereitstellung von Bänken entlang der Fußwege). Eine kooperierende Funktion können Wohnungsunternehmen auch beim Querschnittsthema „Treffpunkte im Quartier“ einnehmen. Im Rahmen der Wohnumfeldgestaltung werden Wohnungsunternehmen z.B. bei der **Gestaltung von Mehrgenerationenspielplätzen** oder ähnlichen Angeboten tätig. Synergien können geschaffen werden, wenn diese Angebote in räumlicher Nähe zu bestehenden Treffpunkten oder Nahversorgungsangeboten platziert werden.

Bereitstellung von Räumlichkeiten im Neubau und im Bestand

Wohnungsunternehmen sind in vielen Fällen nicht nur Eigentümer von Wohnungen, sondern auch von gewerblich genutzten Einheiten, die auch für Nahversorgungsangebote genutzt werden können. Beispielhaft seien an dieser Stelle einzelne **Ladenlokale im Erdgeschoss** von Gebäuden oder aber auch **ganze Ladenzeilen** (wie z.B. im Untersuchungsquartier Hagen-„Emst“) genannt. In diesem Fall sind die Einflussmöglichkeiten der Wohnungsunternehmen wiederum vielfältig ausgeprägt. So können (und sollten) sie durch regelmäßige **Pflege und Instandhaltung der Räumlichkeiten** dazu beitragen, dass die Ladenlokale entsprechende Nutzer finden. Ist dies (z.B. aufgrund zu kleiner Verkaufsflächen, nachlassender Nachfrage oder weiterer Rahmenbedingungen) nicht mehr möglich, ist die Führung einer Diskussion um potenzielle **Nachnutzungsmöglichkeiten** empfehlenswert. Die Kontaktaufnahme zu Vertretern alternativer Nahversorgungskonzepte kann hier ein empfehlenswerter Weg sein, um eine Diskussion seitens der Wohnungswirtschaft im Quartier anzuregen. Zeichnet sich der Bestand eines Wohnungsunternehmens durch eine große Anzahl an Wohneinheiten und einen nur kleinen Anteil gewerblich genutzter Ladeneinheiten aus, sind die Prozesse innerhalb des Unternehmens zumeist auf die Entwicklungen im Wohnungssegment fokussiert. Um die Gefahr zu mildern, dass Gewerbeeinheiten unbemerkt an Qualität verlieren und Teil eines möglichen Trading-Down-Prozesses werden, ist in diesem Zusammenhang ein kontinuierliches **Monitoring der Handelstrends** im Allgemeinen und der Veränderungen im eigenen Wohnungsbestand sinnvoll.¹⁹²

Insofern ein Wohnungsunternehmen auf im Wohnungsbestand integrierte Gewerbeeinheiten zurückgreifen kann, ist es ratsam, sich qualifiziert mit der Weiterentwicklung dieses Teilbestands auseinanderzusetzen. Aufgrund des oftmals nur geringen Anteils gewerblicher Einheiten im Gesamtbestand, differierender Rahmenbedingungen im Einzelhandel und der erforderlichen Branchenkenntnisse können hierfür auch **externe Berater** herangezogen werden.¹⁹³ Beispielhaft sei an dieser Stelle die Herangehensweise des Wohnungsunternehmens GEWOFAG München genannt, die in ihrem Gesamtportfolio auch 364

¹⁹² Wotruba 2011a: 19

¹⁹³ ebd.

Gewerbeeinheiten beherbergt. Aufgrund der Trends und Entwicklungen im Einzelhandelsbereich sind jedoch einige dieser Einheiten weniger wertig genutzt oder auch von Leerstand bedroht. Um Problematiken zu vermeiden, die hieraus resultieren, hat das Unternehmen eine **Nachnutzungskonzeption** extern beauftragt. In einem begleitenden Workshop wurden Vorgehensweisen für den Umgang mit von Leerstand bedrohten Gewerbeeinheiten diskutiert und Ideen zur Zwischen- und Nachnutzung erarbeitet.¹⁹⁴

Folgende Strategien sind für Wohnungsunternehmen als Eigentümer bzw. Vermieter von Ladeneinheiten mit kleinen Verkaufsflächen grundsätzlich denkbar und je nach Ausgangslage empfehlenswert:

- Zusammenlegung von Verkaufsflächen benachbarter Ladeneinheiten, um eine größere Verkaufsfläche und damit eine größere Vermietungschance zu generieren
- Strategische Bündelung von Angeboten (Clusterbildung), z.B. von Bäcker, Metzger, Getränkemarkt etc., um eine Grundversorgung zu ermöglichen (kommt dann ggf. infrage, wenn klassische Nahversorger, City-Konzepte oder auch Discounter kein Interesse an einer Anmietung haben).

Eine **Erhöhung der Kenntnis** über die Funktion von Magnetbetrieben und den unterschiedlichen Anforderungen von Anbietern des täglichen, mittelfristigen und periodischen Bedarfs kann zu einer verbesserten Vermietungsfunktion führen. So sind z.B. Anbieter von mittel- oder langfristigen Bedarfsgütern besser zwischen Anbietern des täglichen Bedarfs aufgehoben, da dies eine verbesserte Frequenz ermöglicht.¹⁹⁵

Beschäftigt sich ein Wohnungsunternehmen im Rahmen einer (ggf. beauftragten) Analyse mit den Nutzungsmöglichkeiten ihrer gewerblichen Immobilien, sind in der Analysetiefe die Rahmenbedingungen der jeweiligen Immobilien (u.a. Verkaufsfläche, lebensmittelrechtliche Rahmenbedingungen) zu überprüfen. Nahversorgungsangebote können sich u.a. auch auf die medizinische Versorgung beziehen. Apotheken z.B. haben wiederum andere Anforderungen an einen Standort als ein Lebensmittelanbieter. Neben der Verkaufsfläche sind z.B. Ansiedlungen von Apotheken auch vom weiteren Umfeld und der Ärztedichte abhängig. Hierbei handelt es sich um exemplarische Rahmenbedingungen, die bei der Diskussion um Nachnutzungsvarianten von gewerblichen Immobilien berücksichtigt werden sollten. Auch das stetige **Monitoring von Mietverträgen und Vertragslaufzeiten** kann helfen, strategische Handlungsmaßnahmen zur Sicherung der Wohnzufriedenheit und dem Werterhalt der Immobilien zu identifizieren.¹⁹⁶

Wohnungsunternehmen als Eigentümer und Vermieter von gewerblichen Einheiten im Wohnquartier können des Weiteren auch beim **Aufbau hybrider Geschäftsmodelle oder alternativer Nahversorgungskonzepte** eine wichtige Rolle übernehmen. Bei der Umsetzung alternativer Konzepte mit besonderen Trägermodellen (Bürgergenossenschaft oder ähnliche Trägerkonstrukte) stellt oftmals die **Anschubfinanzierung** für die Verwirklichung eines neuen Angebotes eine Hürde dar. Analyisierte Fallbeispiele haben aufgezeigt, dass durch

¹⁹⁴ Wotruba 2011d: 16-17

¹⁹⁵ ebd.

¹⁹⁶ Wotruba 2011d: 17-18

eine **Mietpreisminderung** oder einen -erlass Impulse gesetzt werden können, damit sich bestehende Angebote ggf. halten oder auch neu etablieren können (insbesondere in der Startphase).

Auch bei Neubauplanungen ist es empfehlenswert, die Thematik der Nahversorgung und des damit verbesserten Infrastrukturangebotes im Quartier aufzugreifen. Die **Integration von Ladeneinheiten im Erdgeschoss eines Wohnungsneubauprojektes** ist bei vielen Wohnungsunternehmen in städtischen Gebieten bereits umgesetzte Praxis. Insbesondere bei altersgerecht angelegten Wohnprojekten, z.B. des betreuten Wohnens, werden häufig medizinische Angebote im Projekt mit untergebracht, wenn das direkte Umfeld diese Angebote ggf. nicht bieten kann. Für die Wohnungsunternehmen ergeben sich bei der Planung und Umsetzung solcher Projekte jedoch auch Herausforderungen: Professionelle Projektentwickler im Einzelhandel planen Neubauprojekte oftmals bereits so, dass eine spätere Umnutzung oder auch Zusammenlegung von Verkaufsflächen möglich ist, um bedarfsgerecht nachsteuern zu können, wenn sich Angebote langfristig nicht halten oder sich Nachfragestrukturen verändern. Entscheidend für eine mögliche Flexibilität ist jedoch die jeweilige Zugriffsmöglichkeit auf die Immobilien. Bei einem Einzelverkauf von Ladeneinheiten wird diese flexible Umnutzung von Flächen erschwert. Als Herausforderung ist auch der Branchenmix zu nennen, der auf die konkreten Bedarfe im Quartier abgestimmt sein sollte.¹⁹⁷ Bei der Integration gewerblicher Nutzung im Bestand oder Neubau von Wohnungsunternehmen ergeben sich jedoch auch **neue Wirtschaftlichkeitsbetrachtungen**, aus denen Mehrwerte resultieren, die wiederum für weitere Quartiersmaßnahmen eingesetzt werden können.¹⁹⁸

In der folgenden Tabelle sind den Handlungsfeldern der Wohnungswirtschaft im Rahmen der Nahversorgungsdiskussion konkrete Maßnahmen zusammenfassend zugeordnet.

¹⁹⁷ Wotruba 2011a: 20

¹⁹⁸ MBWSV NRW (Hrsg.) 2014: 76

Tabelle 28: Handlungsfelder und Maßnahmen der Wohnungswirtschaft im Themenfeld „Nahversorgung im Quartier“

Handlungsfeld	Maßnahme
Unterstützung & Beratung	<ul style="list-style-type: none"> • Mieterbefragungen mit Themen zur Nahversorgungsbedarfslage verknüpfen • Anregen spezifischer Angebote, z.B. Wochenmärkte • Etablierung einer Kommunikationsstruktur mit den Mietern, um die Bedarfslage zu erfassen (Bereitstellung eines Forums, Bereitstellung eines Quartierstreffs mit Ansprechpartnern des Wohnungsunternehmens) • Bereitstellung externer Berater, z.B. zum Thema „Neugründung einer Genossenschaft“
Mitwirkungsfunktion	<ul style="list-style-type: none"> • Aktives Einbringen und Mitgestalten von Arbeitskreisen (falls diese bereits auf Quartiersebene bestehen) • Initiierung von Arbeitskreisen und Übernahme einer moderierenden Rolle • Etablierung von Übergangslösungen bei einer akuten Bedarfslage, z.B. Hol- und Bringdienste • Mitwirken an der Umsetzung alternativer Wege, z.B. in Anlehnung an das „Bielefelder Modell“ (Berücksichtigung der Bedarfe, die über den klassischen Einzelhandel hinausgehen)
Kooperationen	<ul style="list-style-type: none"> • Kooperationen mit sozialen Dienstleistern und Betreibern sozialer Einrichtungen im Quartier (z.B., um in Anlehnung an Mehrgenerationenhäusern einen Treffpunkt im Quartier bereitzustellen) • Initiierung von Nachbarschaftstreffs, unterstützende Hilfeleistungen für Nachbarschaftshilfe • Bereitstellung von Concierge-Services und Verknüpfung mit Dienstleistern im Quartier • Technische Unterstützungsmaßnahmen in den Wohnungen (AAL), Kooperationen mit technischen Dienstleistern • Gestaltung des Wohnumfeldes, Abbau von Barrieren im Bestand und im Umfeld, Bau von Sitzgelegenheiten, Verbesserung der Beleuchtungssituation, Gestaltung von Mehrgenerationenspielflächen oder ähnlichen Treffpunkten im Quartier in Nähe zu Nahversorgungsangeboten
Räumlichkeiten	<ul style="list-style-type: none"> • Pflege und Instandhaltung gewerblich genutzter Einheiten • Diskussion um mögliche Nachnutzungspotenziale • Kontaktaufnahme zu Vertretern alternativer Nahversorgungskonzepte als mögliche Betreiber von Ladeneinheiten in Hand von Wohnungsunternehmen • Monitoring der Veränderungen im Bestand und der Miet- und Vertragslaufzeiten bei den gewerblich genutzten Einheiten • Heranziehen externer Berater für die Erstellung von Nachnutzungskonzepten (unter Einbindung der Mieter) • Anschubfinanzierung oder Mietpreisminderung/-erlass bei Nutzung der Ladenflächen durch alternative Konzepte • Integration von Nahversorgungsangeboten im Erdgeschoss bei Neubauplanungen

Quelle: eigene Zusammenstellung

9. Zusammenfassung

Zielsetzung der Forschungsstudie war es, aktuelle Trends und Entwicklungen auf der Anbieter- und Nachfragerseite zu identifizieren, die Einfluss auf den Rückzug von Einzelhandels- und Infrastrukturen aus den Quartieren ausüben. Des Weiteren sollten im Rahmen des Rechercheauftrags der Studie alternative und innovative Nahversorgungskonzepte identifiziert werden, die bereits in verschiedenen Räumen und Regionen Deutschlands angewandt wurden, um den Verlust von Infrastrukturen auf Ebene der Wohnquartiere zu mildern. Im Fokus standen hierbei hybride Geschäftsmodelle, die auf einer Angebotskoppelung beruhen und unterschiedliche Akteure in die Planung und Umsetzung miteinbeziehen. In diesem Rahmen wurden insbesondere die Erfolgsfaktoren hinsichtlich der Einflussmöglichkeiten von Wohnungsunternehmen als ein zentraler Akteur im Quartierskontext abgeleitet. Neben der Literaturlauswertung und weiteren Recherche stand ferner die vertiefende Analyse von Quartieren des Ruhrgebietes im Fokus. In vier Untersuchungsquartieren wurde mithilfe einer Bewohnerbefragung eine Bedarfsanalyse durchgeführt. Unter Berücksichtigung der Akteurskonstellationen vor Ort wurde untersucht, welche Rahmenbedingungen bestehen müssen, um integrierte Nahversorgungs- und Infrastrukturansätze in den Quartieren umzusetzen. Hierzu erfolgte in zwei der vier untersuchten Quartiere eine Begleitung der Implementierungsvorbereitung. Hierdurch sollten begünstigende und hemmende Faktoren für die Umsetzung von geeigneten Handlungsansätzen identifiziert werden.

Die Forschungsstudie zeigt auf, dass es sich beim Einzelhandel um eine besonders dynamische Branche handelt, die auch bereit ist, aktuelle Anforderungen mit der Verlagerung ihrer Standorte zu verbinden. Diese Entwicklung geht einher mit steigenden Verkaufsflächen, sowohl bei Discountern und Supermärkten als auch bei Drogerien und weiteren Anbietern. Während mobile Kunden diese Entwicklungen, die oftmals mit einem Verlust kleinteiliger Angebote in den Wohnquartieren einhergehen, noch in Kauf nehmen und neue Formate annehmen, stehen insbesondere mobilitätseingeschränkte Zielgruppen in den Wohnquartieren vor deutlichen Herausforderungen, wenn Infrastrukturen wegbrechen und damit im Kontext des Themenfeldes „sich versorgen“ auch der Komplex „Gemeinschaft erleben“ und letztlich die Möglichkeit „sich zu beteiligen“ beeinträchtigt werden.

Durch den dargestellten Trend der Vergrößerung von Verkaufsflächen besteht die Gefahr, dass wohnungsnah Angebote zugunsten neuer Ansiedlungen außerhalb der Quartiere geschlossen werden. Auch Wohnanlagen mit einer gewerblichen Nutzung im Erdgeschoss können von dieser Entwicklung betroffen sein und somit potenziell einem erhöhten Leerstandsrisiko gegenüberstehen.

Insbesondere die Versorgung mit Gütern des täglichen Bedarfs zählt zu den Daseinsgrundfunktionen. Ein Fehlen oder eine Verschlechterung des Angebotes kann sich negativ auf die Wohnqualität und die Vermietbarkeit von gewerblichen Ladeneinheiten und Wohnungen auswirken. Auch eine Veränderung des Branchenmixes, wenn z.B. ein kleinteiliges Dienstleistungsangebot durch ein anderes, ggf. nicht nachfragegerechtes Angebot ersetzt wird, kann negative Folgen mit sich bringen.¹⁹⁹

¹⁹⁹ Wotruba 2011a: 18-19

Vor diesem Hintergrund stehen auch Wohnungsunternehmen, die gewerblich genutzte Ladeneinheiten in Quartieren besitzen und vermieten, vor Herausforderungen. Wohnungsunternehmen, die in den Quartieren oftmals größere und zusammenhängende Wohnungsbestände besitzen, können einen der zentralen Akteure darstellen, wenn es darum geht, integrierte und ganzheitlich angelegte Infrastrukturangebote mit zu initiieren, zu planen und umzusetzen. Das Engagement und die Unterstützung durch Kommunen und Wohnungsunternehmen im Quartier können den Erfolg für die Ansiedlung eines Nahversorgungsangebotes maßgeblich mitbestimmen. Hierbei stellt jedoch die Problemwahrnehmung einen der wesentlichen ersten Schritte dar. Die Auswertung und Analyse der alternativen Nahversorgungskonzepte, die in unterschiedlichen Räumen Deutschlands umgesetzt wurden sowie die Erprobungsphase in den Untersuchungsquartieren der Studie belegen in diesem Kontext insbesondere die Bedeutung der Kooperation zwischen den relevanten Quartiersakteuren.

Beteiligung und kommunaler Konsens sind zwei zentrale Stichworte, die in diesem Zusammenhang von Bedeutung sind. Eine der wesentlichen Rahmenbedingungen für die Umsetzung eines innovativen Nahversorgungskonzeptes ist daher die Einbettung in und Abstimmung mit bestehenden Einzelhandelskonzepten einer Stadt. Denn nur dort, wo auch die planerischen Rahmenbedingungen für die Ansiedlung oder Reaktivierung eines Angebotes bestehen, ist die Umsetzung realistisch. Die Begleitung der Implementierungsvorbereitung in den zwei Untersuchungsquartieren in Witten und Hagen hat deutlich aufgezeigt, dass die kommunalen Einflussmöglichkeiten größer sind, wenn es eine Immobilie oder eine Fläche gibt, die sich im Besitz der Kommune befindet. Andernfalls, so das Ergebnis im Quartier „Auf dem Schnee“ in Witten, ist der Erfolg stark vom Interesse und der Planung des jeweiligen (privaten) Eigentümers abhängig. Das Beispiel „Emst“ in Hagen hat demgegenüber aufgezeigt, dass eine enge Abstimmung mit den Bewohnern vor Ort zu einem konkreten Umsetzungsergebnis im Quartier führen kann. Zwar handelt es sich hierbei um die Planung für einen Vollsortimenter und damit um ein „klassisches“ Nahversorgungskonzept, dieses soll jedoch unter Berücksichtigung der bestehenden Angebote und der Bedarfe im Quartier umgesetzt werden, um möglichst allen Bewohnern eine fußläufige Erreichbarkeit von Nahversorgungsangeboten bieten zu können. Positiv und erfolgsfördernd ist im Quartier „Emst“ auch die Akteurskonstellation hervorzuheben. In dem bestehenden Arbeitskreis werden bereits zahlreiche Akteure im Quartier, darunter auch die professionelle Wohnungswirtschaft, gebündelt, um unterschiedliche Herausforderungen im Quartier zu diskutieren. Deutlich wurde anhand des Fallbeispielquartiers auch, dass das Thema Nahversorgung nicht losgelöst von weiteren Entwicklungen im Quartier zu betrachten ist. Die ansässigen Bewohner schätzen auch gastronomische Angebote, die gleichzeitig als wichtiger Treffpunkt fungieren. Dies stellt wiederum eine Schnittstelle zur möglichen, künftigen Angebotsgestaltung vor Ort dar, denn die Schaffung von Treffpunkten in der Nähe von Nahversorgungsangeboten kann wiederum zu gegenseitigen Synergien beitragen. Beispielhaft sei an dieser Stelle die Rolle von Wochenmärkten oder Cafés in Nähe zu Nahversorgungsangeboten genannt.

Kommunen sind jedoch angehalten, den Angebots- und Flächenbedarf zur Sicherung der wohnortnahen Versorgung realistisch zu reflektieren und bei der Planung neuer Angebote im Quartier zu berücksichtigen. Die Schaffung eines Vollsortimenters ist keine Lösung, die sich standardisiert für jedes Quar-

tier eignet, sondern immer vor dem Hintergrund der konkreten, kleinräumigen Bedarfslage abzuwägen ist. Empfehlenswert sind eine frühzeitige Prüfung der Bestandssituation und eine Eignung für ein alternatives Nahversorgungskonzept. Konzeptausschreibungen für Flächen und integrierte Handlungskonzepte, wie sie im Rahmen von Städtebauförderungsmaßnahmen Anwendung finden, stellen Beispiele dafür dar, sich themenübergreifend mit den Herausforderungen und Entwicklungsperspektiven eines Quartiers auseinander zu setzen und Handlungsansätze zu formulieren.

Neben den Kommunen und den Bewohnern der Quartiere stellen somit auch Wohnungsunternehmen wichtige Akteure der Quartiersentwicklung dar. Die Rolle der Wohnungswirtschaft bei der Etablierung von innovativen Nahversorgungsstrukturen und der Sicherung von quartiersnahen Angeboten kann zusammenfassend als vielschichtig bezeichnet werden, denn sie reicht von der Unterstützungs- und Beratungsfunktion über eine konkrete Mitwirkung bis hin zur Bereitstellung von Räumlichkeiten im Neubau und Bestand. Viele der kommunalen Wohnungsunternehmen des Vereins „WIR - Wohnen im Revier“, der als Auftraggeber der Studie fungierte, sind in diesen Themenfeldern bereits aktiv.

Die identifizierten Tätigkeiten reichen von der Mitwirkung an Arbeitskreisen im Quartier über die Bereitstellung von gewerblich nutzbaren Räumlichkeiten bei altersgerechten Neubauvorhaben bis hin zur Umsetzung alternativer Konzepte in Anlehnung an das „Bielefelder Modell“. Auch thematisch sind die Tätigkeiten der Wohnungsunternehmen somit vielschichtig, denn oftmals steht nicht das reine Lebensmittelangebot im Fokus, sondern auch die Angebotskopplung mit Dienstleistungen oder medizinischen Angeboten. Darüber hinaus sind die Wohnungsunternehmen auch bei der Unterstützung des nachbarschaftlichen Engagements tätig, z.B. indem professionelle Strukturen zur Etablierung von Nachbarschaftsbörsen bereitgestellt werden. Auch die Vermittlung von Angeboten und die Kooperation mit sozialen Dienstleistungen sind in diesem Zusammenhang zu nennen, da auch diese zu einer Sicherung der Versorgungslage im Quartier beitragen. Auch bei der Etablierung von quartiersbezogenen Lebensmittelangeboten können die Wohnungsunternehmen stärker mitwirken. Neben der Bereitstellung konkreter Räumlichkeiten steht hierbei auch die Mitwirkung bei der Erfassung der Bedarfslage im Fokus (z.B. über Bewohnerbefragungen).

Die Tätigkeiten von Wohnungsunternehmen bei der Etablierung oder Sicherung von Nahversorgungsangeboten können zu einer Win-Win-Situation beitragen, denn eine verbesserte Angebotssituation im Quartier kann zu einer Erhöhung der Wohnzufriedenheit und einer Verringerung von Fluktuation führen. Diese Vorteile für die Wohnungsunternehmen haben auch einen direkten Nutzen für die Mieter selbst, die ebenfalls von einer verbesserten Versorgungssituation im Quartier profitieren.

Die Etablierung eines stetigen Monitorings in den Wohnquartieren des Ruhrgebietes stellt somit eine der zentralen Handlungsempfehlungen der Forschungsstudie dar, um frühzeitig einer Abwärtsspirale entgegenzuwirken. Hierbei handelt es sich um ein Handlungsfeld, das gemeinsam von Kommune, Wohnungswirtschaft, Bewohnern und Einzelhändlern im Quartier bespielt werden kann. Empfehlenswert sind hierbei eine ganzheitliche Betrachtung der Quartiersstrukturen und eine Abstimmung der Planungen mit den weiteren

Bedarfen und angrenzenden Themenfeldern (Schulinfrastrukturen, Wohnumfeld, Bedarfe Älterer etc.) im Quartier.

Abschließend ist festzuhalten, dass lokale Wertschöpfung im Quartier noch weiter gedacht werden kann. Die Diskussion aktueller Entwicklungstrends im begleitenden Projektbeirat hat aufgezeigt, wie vielschichtig diese Thematik ist. So besteht über den vorliegenden Forschungsbericht hinaus noch weitergehender Forschungsbedarf hinsichtlich der Rolle von Kreativwirtschaft im Zuge von Nachnutzungs- und Zwischennutzungskonzepten von Bestandsimmobilien, des aktuellen Trends der Entwicklung neuer Kleingewerbe sowie der urbanen Produktion in städtischen Quartieren – auch hierbei handelt es sich um Themen, die im Zusammenhang mit der Aktivierung lokaler Ökonomie und von Wertschöpfungsketten stehen.

Literaturverzeichnis

- Alisch, Monika 2002: Soziale Stadtentwicklung – Politik mit neuer Qualität?, in: Walther, U. (Hrsg.): Soziale Stadt – Zwischenbilanzen. Ein Programm auf dem Weg zur sozialen Stadt? S. 57-69. Opladen
- Agentur für erneuerbare Energien e.V. (Hrsg.) 2009: Regionale Wertschöpfung durch die Nutzung Erneuerbarer Energien. Berlin
- Bayrisches Staatsministerium für Wirtschaft und Medien, Energie und Technologie (Hrsg.) 2014: Nahversorgung in Bayern. Bedeutung – aktuelle Situationen – Alternativen. München
- Bernhardt, Kristin; Schwartz, Dr. Michael 2014: Filialnetz von Deutschlands Banken lichtet sich. Erschienen in: KFW ECONOMIC RESEARCH. Fokus Volkswirtschaft. Nr. 49. o.O.
- Bienzeisler, Bernd; Hamann, Karin (Hrsg.) 2008: Perspektiven hybrider Wertschöpfung. Eine Broschüre aus dem Projekt „Serv.biz“. Stuttgart
- Borcherdt, Christoph; Bauer, Jürgen 1994: Standorte von Ladengeschäften und Dienstleistungsbetrieben sowie Versorgungsbeziehungen der Bevölkerung: Beispiele aus dem Raum Winnenden/Berglen. Materialien: Geografisches Institut der Universität Stuttgart, Heft 37. Stuttgart
- Bundesinstitut für Bau-, Stadt- und Raumförderung BBSR (Hrsg.) 2013: Ziele nachhaltiger Stadtquartiersentwicklung. Querauswertung städtebaulicher Forschungsfelder für die Ableitung übergreifender Ziele nachhaltiger Stadtquartiere. Bonn
- Bundesministerium für Familien, Senioren, Frauen und Jugend (Hrsg.) 2011: Wo Menschen aller Generationen sich begegnen. Broschüre Programmbeschreibung Aktionsprogramm Mehrgenerationenhäuser II. Berlin
- Büscher, Andreas; Emmert, Stefanie; Hurrelmann, Klaus 2009: Die Wohnvorstellungen von Menschen verschiedener Altersgruppen. Bielefeld
- Deilmann, Clemens (Hrsg.) 2002: Zukunft Wohngebiet: Entwicklungslinien für städtische Teilräume. Berlin
- Deutsche Bundesbank (Hrsg.) 2013: Bankstellenbericht 2012. Entwicklung des Bankstellennetzes im Jahr 2012. Online verfügbar unter https://www.bundesbank.de/Redaktion/DE/Downloads/Veroeffentlichungen/Bericht_Studie/bankstellenbericht_2012.pdf?__blob=publicationFile (letzter Zugriff am 01.06.2015)
- Deutsche Post DHL (Hrsg.) 2013: Deutsche Post DHL. 1990-2013. Bonn
- Deutsches Seminar für Städtebau und Wirtschaft im Deutschen Verband für Wohnungswesen, Städtebau und Raumordnung (DSSW) e.V. (Hrsg.) 2008: Angebotsorientierte Flächenentwicklung. Berlin
- Dirk Rossmann GmbH (Hrsg.) 2013: ROSSMANN Expansion. Wachstum schafft Zukunft. Online verfügbar unter https://www.rossmann.de/unternehmen/ueber_uns/expansion-immobilien/rossmann-als-mieter.html (letzter Zugriff am 08.06.2015)
- Einzelhandelsverband Baden-Württemberg e.V. (Hrsg.) o.J.: Der Nahversorgung eine Chance! Bewährte Konzepte aus Baden-Württemberg. Stuttgart
- ews group GmbH (Hrsg.) 2014: Handbuch „MarktTreff – Lebendige Marktplätze im ländlichen Raum“. Lübeck
- Frey, Heinz 2014: Poster-Präsentation „Das Konzept des DORV-Zentrums“ im Rahmen der 1. Kommunalen Nachhaltigkeitstagung NRW – Zukunftsfähig-

ges Handeln der nordrhein-westfälischen Städte, Gemeinden und Kreise am 31.10.2014

- Frey, Heinz 2013: Präsentation „Multifunktionale Nahversorgung sichert die Lebensqualität im Stadtteil – das quartVier“ im Rahmen der Veranstaltungsreihe Stadtentwicklungsforschung des ILS mit dem Titel „Nahmobilität und Versorgung – Wiederbelebung der Stadt als Lebensraum in Zeiten des Wandels“ am 12.12.2013
- Galster, George 2001: On the Nature of Neighbourhood. In: Urban Studies, 38 (12), S. 2.111-2.124
- Ganz, Walter; Bienzeisler, Bernd (Hrsg.) 2010: Management hybrider Wertschöpfung. Potenziale, Perspektiven und praxisorientierte Beispiele. Stuttgart
- GMA Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung (Hrsg.) 2011: Das 1 x 1 der Nahversorgung. Ludwigsburg
- Grünewald, Anne 2010: Alternative Nahversorgungsmodelle in ausgewählten Städten Westfalens. Westfalen regional. Münster: Landschaftsverband Westfalen-Lippe
- HafenCity Universität Hamburg (Hrsg.) 2013: Qualifizierte Nahversorgung im Lebensmitteleinzelhandel. Endbericht. Eine Studie im Auftrag des Handelsverbands Deutschland (HDE) und des Bundesverbands des Deutschen Lebensmittelhandels (BVL). Hamburg/Regensburg
- Heinze, Rolf G.; Hilbert, Josef; Paulus, Wolfgang 2009: Der Haushalt – ein Gesundheitsstandort mit Zukunft, in: Goldschmidt, Andreas J.W./Hilbert, Josef (Hrsg.): Gesundheitswirtschaft in Deutschland. Die Zukunftsbranche. Beispiele über alle wichtigen Bereiche des Gesundheitswesens in Deutschland zur Gesundheitswirtschaft. S. 772-800. Wegscheid
- Heinze, Rolf G. 2013: Zur neuen Bedeutung des Wohnquartiers. 12. Wohnungspolitischer Kongress in Niedersachsen. Vortrag in Hannover, 06.11.2013
- Heinze, Rolf G. 2011: Die erschöpfte Mitte. Zwischen marktbestimmten Soziallagen, politischer Stagnation und Eigenverantwortung. Weinheim
- Heinze, Rolf G.; Naegele, Gerhard (Hrsg.) 2010: Ein Blick in die Zukunft – Gesellschaftlicher Wandel und Zukunft des Alterns im Ruhrgebiet. Münster/Berlin
- Heinze, Rolf G.; Naegele, Gerhard; Schneiders, Katrin 2011: Wirtschaftliche Potentiale des Alters. Stuttgart
- IFB Institut für Bauforschung e.V. (Hrsg.) 2010: Meinungsumfrage unter Wohneigentümern. Wohnwünsche und barrierefreier Wohnkomfort. Gemeinschaftsprojekt vom Bauherren-Schutzbund e.V., dem Verband Wohneigentum e.V. und dem Institut für Bauforschung e.V.. Hannover
- Institut für Landes- und Stadtentwicklungsforschung und Bauwesen des Landes Nordrhein-Westfalen (ILS NRW) (Hrsg.) 2007: Nahversorgung im Quartier. Dokumentation des 7. Fachgesprächs „Wohnungsunternehmen als Akteure in der integrierten Stadt(teil)entwicklung“. Dortmund/Essen
- Institut für Landes- und Stadtentwicklungsforschung und Bauwesen des Landes Nordrhein-Westfalen (ILS NRW) (Hrsg.) 1997: Lokale Ökonomie und Wirtschaftsförderung in Stadtteilen mit besonderem Erneuerungsbedarf. Dortmund
- Innovationsagentur Stadtumbau NRW (Hrsg.) 2009: Einzelhandel im Wandel – Innovative Nahversorgungskonzepte für eine bewohnernahe Versorgung. 2. überarbeitete Auflage. Düsseldorf

- Jakubowski, Peter; Koch, Annika 2009: Stärkung der lokalen Ökonomie – eine stadtentwicklungspolitische Aufgabe, in: Bundesamt für Bauwesen und Raumordnung (Hrsg.): Nationale Stadtentwicklungspolitik und Ressortforschung. Informationen zur Raumentwicklung 3-4/2009, S. 241-253
- Junker und Kruse Stadtforschung – Planung (Hrsg.) 2013: Stadt Dortmund Masterplan Einzelhandel im Auftrag der Stadt Dortmund. Dortmund
- Junker und Kruse Stadtforschung – Planung (Hrsg.) 2012: Masterplan Einzelhandel Bochum. Fortschreibung 2012 im Auftrag der Stadt Bochum, der Industrie- und Handelskammer Mittleres Ruhrgebiet und des Einzelhandelsverbands Ruhr-Lippe e.V.. Dortmund
- Junker und Kruse Stadtforschung – Planung (Hrsg.) 2009: Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Stadt Hagen. Entwicklungsspielräume und Entwicklungsperspektiven für den Einzelhandel. Dortmund
- Kempermann, Hanno; Lichtblau; Karl 2012: Definition und Messung von hybrider Wertschöpfung. Erschienen in: IW-Trends – Vierteljahresschrift zur empirischen Wirtschaftsforschung aus dem Institut der deutschen Wirtschaft Köln. 39. Jahrgang, Heft 1/2012. Köln
- KPMG AG (Hrsg.) 2012: Trends im Handel. Online verfügbar unter <https://www.kpmg.de/docs/20120418-Trends-im-Handel-2020.pdf> (letzter Zugriff am 04.05.2015)
- KPMG AG (Hrsg.) 2006: Einkaufsverhalten im Drogeriemarkt. Online verfügbar unter <http://www.lebensmittelzeitung.net/studien/pdfs/50.pdf> (letzter Zugriff am 04.05.2015)
- Köhler, Matthias; Lang, Gunnar 2008. Trends im Retail-Banking: Die Bankfiliale der Zukunft – Ergebnisse einer Umfrage unter Finanzexperten. Zentrum für Europäische Wirtschaftsforschung. Mannheim
- Kreuzer, Volker; Scholz, Tobias 2011: Altersgerechte Stadtentwicklung. Eine aufgaben- und akteursbezogene Untersuchung am Beispiel Bielefeld. Dortmund
- Kühner, Anja; Mosch, Anita 2012: Präsenz muss sich rechnen. Erschienen in: Bankmagazin 7/2012, S. 8-14
- Lütke Lordemann, Markus: Präsentation „Der Bergische Regionalladen bermo: Ein Nahversorgungsangebot für städtische Problemgebiete?“ im Rahmen der DSSW Fachtagsreihe mit dem Titel „Was bleibt, wenn der Supermarkt geht? Konzepte und Projekte zur Wiederbelebung der Nahversorgung“ am 15.11.2006
- Leibniz Universität Hannover (Hrsg.) 2014: ZukunftNAH – Zukunftschancen bedarfsgerechter Nahversorgung in ländlichen Räumen Niedersachsens. Abschlussbericht. Hannover
- MARKANT (Hrsg.) o.J.: Broschüre „Nahversorgung im Aufwind! Das Konzept 100plus – macht Sie zum Convenience-orientierten Nahversorger mit Zukunft“. Offenburg
- Ministerium für Bauen, Wohnen, Stadtentwicklung und Verkehr des Landes Nordrhein-Westfalen (Hrsg.) 2014: Zuhause im Quartier. Quartiersentwicklung durch wohnungswirtschaftliche Investitionen. Düsseldorf
- Ministerium für Gesundheit, Emanzipation, Pflege und Alter (Hrsg.) 2015: Selbstbestimmt leben – Gemeinsam Teilhabe ermöglichen. Entwurf des vorläufigen Landesförderplans „Alter und Pflege“ des Landes Nordrhein-Westfalen 2015-2017. Düsseldorf

- Moersch, Karl-Friedrich 2007: Wohnen im Alter von A-Z. Möglichkeiten, Kosten, Fallstricke, Wohnung und Haus altersgerecht gestalten. Regensburg/Berlin
- Närdemann, Claudia 2012: Leitfaden „BewohnerInnenbeteiligung bei energetischen Sanierungen“. Erschienen in: Modernisierungs-Magazin 5/2012, S. 24-27
- Neumann, Günter 2009: Supply Chain Management für die Immobilienwirtschaft. Unternehmensübergreifendes Management von Wertschöpfungsketten zur Optimierung von Immobilienbeständen. VDM Verlag Dr. Müller. Saarbrücken
- Deutsche Post: Schließung aller eigenen Filialen. Stern online, 15.08.2009. Online verfügbar unter <http://www.stern.de/wirtschaft/news/deutsche-post-schliessung-aller-eigenen-filialen-1503551.html> (letzter Zugriff am 04.05.2015)
- Schneiders, Katrin 2010: Vom Altenheim zum Seniorenservice. Institutioneller Wandel und Akteurskonstellationen im sozialen Dienstleistungssektor. Baden-Baden
- Schneiders, Katrin; Eisele, Björn 2006: Den Senioren auf der Spur: Aktuelle Befragungsergebnisse zu Wohn- und Dienstleistungswünschen älterer Menschen in Deutschland. Erschienen in: Die Freie Wohnungswirtschaft, Heft 4.
- Schneiders, Katrin; Eisele, Björn 2007: Altersgerechte Wohnformen und Dienstleistungen – beliebt bei niedriger Zahlungsbereitschaft. Erschienen in: Die Wohnungswirtschaft, Heft 4, S. 28 – 29.
- Schnur, Olaf 2008: Quartiersforschung: Zwischen Theorie und Praxis. 1. Auflage. VS Verlag für Sozialwissenschaften/GWV Fachverlage GmbH, Wiesbaden
- ServiceBarometer AG (Hrsg.) 2013: Kundenmonitor Deutschland. Serviceprofil: Drogeriemärkte 2013. o.O.
- Spahn, Günther 2011: Vom kleinen Drogeriegeschäft zu den überregionalen Drogeriemärkten. Erschienen in: Der WirtschaftsReport, 3. Jahrgang. Online verfügbar unter <http://www.zielgruppenmedien.de/images/stories/firmen/drogerien.pdf> (letzter Zugriff am 04.05.2015)
- Stadt + Handel 2012. Was kommt nach Schlecker? Planerisch-konzeptionelle Anpassung des Drogeriewaren-Versorgungsnetzes, in: Planung Aktuell 9/2012. Online verfügbar unter http://www.stadt-handel.de/fileadmin/stadt_handel/downloads/Stadt_Handel_Planung_Aktuell.pdf (letzter Zugriff am 04.05.2015)
- Stadt Essen, Amt für Stadtplanung und Bauordnung (Hrsg.) 2011: Masterplan Einzelhandel 2011. Essen
- Statistisches Bundesamt 2014: Volkswirtschaftliche Gesamtrechnungen (VGR) – Private Konsumausgaben und verfügbares Einkommen 3. Vierteljahr 2014. Wiesbaden
- Steffen, Gabriele; Baumann, Dorothee; Fritz, Antje 2007: Attraktive Stadtquartiere für das Leben im Alter. Ein Projekt des Forschungsprogramms „Experimenteller Wohnungs- und Städtebau“ des Bundesministeriums für Verkehr, Bau und Stadtentwicklung (BMVBS) und des Bundesamtes für Bauwesen und Raumordnung. Stuttgart

- Steinführer, Anette 2002: Selbstbilder von Wohngebieten und ihre Projektion in die Zukunft. In: Deilmann, Clemens (Hrsg.): Zukunft Wohngebiet: Entwicklungslinien für städtische Teilräume. S. 3-20. Berlin
- Vormbrock, Christian 2012: Nun könnte doch ein neuer Supermarkt nach Ardey kommen. Online verfügbar unter http://www.ukbs.de/relaunch/cms/upload/presse/120816_Ardey_1_HA.pdf (letzter Zugriff am 27.04.2015)
- Walther, Uwe-Jens (Hrsg.) 2002: Soziale Stadt – Zwischenbilanzen. Ein Programm auf dem Weg zur sozialen Stadt? Opladen
- Wotruba, Markus 2011a: Dynamik im Einzelhandel – Gefahr für den Wert von Wohnimmobilien? Erschienen in: Wohnungswirtschaft heute. Fakten und Lösungen für Profis. Juli 2011, Ausgabe 34, S. 18-20
- Wotruba, Markus 2011b: Integrierter Einzelhandel in Wohnimmobilien: Lösungen für den urbanen Raum. Erschienen in: Wohnungswirtschaft heute. Fakten und Lösungen für Profis. August 2011, Ausgabe 35, S. 17-20
- Wotruba, Markus 2011c: Einzelhandel und Wohnungszufriedenheit: Funktionierende Nahversorgung: Wohnqualität im ländlichen Raum. Erschienen in: Wohnungswirtschaft heute. Fakten und Lösungen für Profis. September 2011, Ausgabe 36, S. 21-22
- Wotruba, Markus 2011d: Einzelhandel und Wohnzufriedenheit: Integrierter Einzelhandel in Wohnimmobilien – Beispiele für die Umsetzung nachhaltiger Bestandsentwicklung: GEWOFAG München. Erschienen in: Wohnungswirtschaft heute. Fakten und Lösungen für Profis. Oktober 2011, Ausgabe 37, S. 15-18
- Zielgruppen-Medien Verlag (Hrsg.) 2011: Der WirtschaftsReport Oktober 2011, 3. Jahrgang. Online verfügbar unter <http://www.zielgruppenmedien.de/images/stories/firmen/drogerien.pdf> (letzter Zugriff am 08.06.2015)

Homepages und Presseartikel:

Homepage Ackermannbogen e.V.

<http://www.ackermannbogen.de/> (letzter Zugriff am 12.12.2014)

Homepage Berliner Bau- und Wohnungsgenossenschaft von 1892 eG

www.1892.de (letzter Zugriff am 12.06.2015)

Homepage BGW Bielefeld

<http://www.bgw-bielefeld.de/start-news.html> (letzter Zugriff am 12.12.2014)

Homepage Brand Trust

<http://www.brand-trust.de/de/insights/artikel/2011/Tod-Marke-Schlecker-Markenfuehrung.php> (letzter Zugriff am 04.05.2015)

Homepage Bundesverband der Regionalbewegung e.V.

<http://www.regionalbewegung.de/> (letzter Zugriff am 12.12.2014)

Homepage CAP-Markt

<http://www.cap-markt.de/> (letzter Zugriff am 12.12.2014)

Homepage DORV Zentrum

<http://www.dorv.de/> (letzter Zugriff am 12.12.2014)

Homepage Emmas Enkel

<http://www.emmas-enkel.de/> (letzter Zugriff am 12.12.2014)

Homepage Lebensmittelzeitung

[http://www.lebensmittelzeitung.net/business/standorte/handelsformate/Drog
eriemaerkte--im-Marktueberblick_631_0.html](http://www.lebensmittelzeitung.net/business/standorte/handelsformate/Drog
eriemaerkte--im-Marktueberblick_631_0.html) (letzter Zugriff am
04.05.2015)

Homepage Mehrgenerationenhäuser a

<http://www.mehrgenerationenhaeuser.de/programmhistorie> (letzter Zugriff
am 26.05.2015)

Homepage Mehrgenerationenhäuser b

<http://www.mehrgenerationenhaeuser.de/921> (letzter Zugriff am 26.05.2015)

Homepage Nachbarschaftsagentur

<http://www.nachbarschafts-agentur.de/> (letzter Zugriff am 12.12.2014)

Homepage Nordstadtblogger

<http://nordstadtblogger.de/3343> (letzter Zugriff am 10.12.2014)

Homepage Regionale Wertschöpfung

[http://www.regionale-
wertschoepfung.info/index.php?tpl=page&id=42&lng=de](http://www.regionale-
wertschoepfung.info/index.php?tpl=page&id=42&lng=de) (letzter Zugriff
am 12.12.2014)

Homepage Rossmann

[https://www.rossmann.de/unternehmen/ueber_uns/expansion-
immobilien/standortanforderungen-im-in-und-ausland.html](https://www.rossmann.de/unternehmen/ueber_uns/expansion-
immobilien/standortanforderungen-im-in-und-ausland.html) (letzter Zu-
griff am 04.05.2015)

Homepage Spiegel

[http://www.spiegel.de/wirtschaft/unternehmen/zerschlagung-von-schlecker-
gruende-fuer-die-pleite-a-835436.html](http://www.spiegel.de/wirtschaft/unternehmen/zerschlagung-von-schlecker-
gruende-fuer-die-pleite-a-835436.html) (letzter Zugriff am 04.05.2015)

Homepage steg NRW

[http://www.steg-nrw.de/projekte/konzepte/integriertes-
quartiersentwicklungskonzept-isinger-feld-essen.html](http://www.steg-nrw.de/projekte/konzepte/integriertes-
quartiersentwicklungskonzept-isinger-feld-essen.html) (letzter Zugriff am
12.12.2014)

Homepage Stern

[http://www.stern.de/wirtschaft/news/deutsche-post-schliessung-aller-
eigenen-filialen-1503551.html](http://www.stern.de/wirtschaft/news/deutsche-post-schliessung-aller-
eigenen-filialen-1503551.html) (letzter Zugriff am 08.06.2015)

Homepage Tossehof

http://www.tossehof.de/index.php?article_id=243 (letzter Zugriff am
13.12.2014)

Homepage UKBS

http://www.ukbs.de/relaunch/cms/upload/presse/120816_Ardey_1_HA.pdf
(letzter Zugriff am 08.06.2015)

Homepage VBW Bauen und Wohnen GmbH

<http://www.vbw-bochum.de/startseite/> (letzter Zugriff am 01.06.2015)

Homepage Verband deutscher Drogisten

<http://www.drogistenverband.de/public/marktdaten.php?kz=dat> (letzter Zugriff am 04.05.2015)

Homepage Wanzl

http://www.wanzl.com/de_DE/produkte/zubehoer-fuer-einkaufswagen/lupen.html (letzter Zugriff am 05.12.2014)

Homepage WAZ

<http://www.derwesten.de/staedte/dortmund/anwohner-klagen-da-am-borsigplatz-geschaefte-schliessen-und-drogenhandel-blueht-id6714567.html> (letzter Zugriff am 08.12.2014)

Homepage WAZ 2

<http://www.derwesten.de/staedte/witten/schnee-supermarkt-ein-ladenhueter-id8904688.html> (letzter Zugriff am 12.12.2014)

Homepage WAZ 3

<http://www.derwesten.de/staedte/witten/neuer-lebensmittelladen-in-witten-schnee-rueckt-wieder-naeher-id10026986.html> (letzter Zugriff am 12.12.2014)

Homepage WAZ 4

<http://www.derwesten.de/staedte/witten/netto-hat-interesse-am-standort-witten-schnee-id9496572.html> (letzter Zugriff am 12.12.2014)

Homepage WAZ 5

<http://www.derwesten.de/staedte/essen/ost/mit-dem-shuttle-bus-in-den-supermarkt-id9747854.html> (letzter Zugriff am 12.12.2014)

Homepage WAZ 6

<http://www.derwesten.de/panorama/wochenende/emmas-enkel-gehen-online-und-liefern-lebensmittel-nachhause-id8621950.html> (letzter Zugriff am 12.12.2014)

Homepage Welt

<http://www.welt.de/wirtschaft/article108816237/Der-Tante-Emma-Laden-kommt-zurueck-als-Kette.html> (letzter Zugriff am 12.12.2014)

Homepage Werbegemeinschaft Altenbochum e.V.

www.wir-in-altenbochum.de (letzter Zugriff am 12.06.2015)

Homepage Wirtschaftslexikon

<http://www.daswirtschaftslexikon.com/d/wertsch%C3%B6pfung/wertsch%C3%B6pfung.htm> (letzter Zugriff am 12.12.2014)

Homepage Wirtschaftswoche

<http://www.wiwo.de/unternehmen/handel/drogeriemarkt-dm-die-erfolgsrezepte-des-drogeriegiganten/11637782.html> (letzter Zugriff am 04.05.2015)

Homepage Zeit

<http://www.zeit.de/wirtschaft/unternehmen/2013-06/amazon-lebensmittel-handel> (letzter Zugriff am 12.12.2014)

