

### AP 2.3 Machbarkeit aus städtebaulicher Sicht

---

Im Rahmen des Forschungsprojektes DALES – Data Analytics für den lokalen Einzelhandel in einer zukünftigen Smart City – sollen die Chancen und Potentiale von lokal zur Verfügung stehenden Daten untersucht werden, um die Konkurrenzfähigkeit des stationären Einzelhandels zu verbessern. Während das Projekt es im Kern zum Ziel hat, den lokalen und inhabergeführten Einzelhandel zu stärken, verstehen wir diesen auch als wichtigen Stadtbaustein einer durchmischten und nachhaltigen Stadtentwicklung. Die möglichen Zusammenhänge zwischen den einzelhandelspezifischen Daten, den Daten auf gesamtstädtischer Ebene und der Stadtentwicklung sollen in diesem Arbeitspaket 2.3 *Machbarkeit aus städtebaulicher Sicht* initial untersucht werden.

Der für das Forschungsprojekt untersuchte Bereich erstreckt sich vom Kölner Tor im Westen bis hin zur Atta-Höhle im Osten (vgl. Abbildung 2). Historisch bedingt befindet sich der Attendorner Stadtkern in der westlichen Innenstadt mit einem mittelalterlich geprägten Stadtbild mit Marktplatz, dichter Bebauung und engen Straßen. Auf diesen Bereich – insbesondere der Kölner Str., Wasserstr., Ennester Str. und Niederste Str. – konzentrieren sich auch überwiegend die Einzelhandelsangebote in Attendorn. Seit den 2000er Jahren wird allerdings zunehmend auch die östliche Innenstadt gestärkt, beispielsweise durch den Bau eines Einkaufszentrums (Allee-Center) vor ca. 15 Jahren. Während der Attendorner Einzelhandel im westlichen Bereich überwiegend von inhabergeführten Fachgeschäften geprägt ist, findet man im östlichen Bereich größtenteils Filialisten in mittelgroßen Ladenlokalen. Diese sogenannte "Knochentheorie" mit den zwei Enden im Westen und Osten war der Anstoß zum Attendorner Innenstadtentwicklungskonzept im Jahre 2014.

Im Zuge dessen wurden die für das Forschungsprojekt städtebaulich relevanten Aspekte untersucht und im Folgenden in Form von SWOT-Analysen erörtert. Das Instrument der SWOT-Analyse wird genutzt, um die Stärken (**Strengths**) und Schwächen (**Weaknesses**), sowie die Chancen (**Opportunities**) und Risiken (**Threats**) gegenüberzustellen, mit dem Ziel, innovative Strategien und Methoden zu entwickeln, welche die Stärken fördern und die Schwächen minimieren.

Aus Gründen der Übersichtlichkeit und Verständlichkeit in Bezug auf unsere Herleitung wurde die SWOT-Analyse in drei verschiedene Themenbereiche unterteilt. Die drei Themen – *Wirtschaft, Einzelhandel, Innenstadt; Infrastruktur, Verkehr, Tourismus; DALES Projekt* – haben wir im Rahmen unserer Recherche und der Auswertungen der durchgeführten Experteninterviews als relevante Themen identifiziert. Im ersten Teil werden wirtschaftliche und einzelhandelsrelevante Aspekte betrachtet, während sich die zweite Analyse mit infrastrukturellen Themen sowie dem Tourismus

auseinandersetzt. Schlussendlich folgt eine dritte SWOT-Analyse, in welcher die Stärken und Schwächen der Maßnahmen des Forschungsprojektes gegenübergestellt werden und zudem Nutzungspotentiale und Risiken – auch im Hinblick für die Zeit nach Projektabschluss – aufgezeigt werden.

Die Datengrundlage der vorliegenden Analysen basiert grundsätzlich auf zwei Säulen: zum einen wurden Interviews mit ExpertInnen aus den Themengebieten Stadtplanung, Einzelhandel und Stadtentwicklung geführt und ausgewertet. Der zweite Baustein beinhaltet die öffentlichen Bekanntmachungen der Stadt Attendorn, wie beispielsweise abgeschlossene Baumaßnahmen im Rahmen des Innenstadtentwicklungskonzeptes<sup>1</sup>. Ergänzt wird die Analyse durch öffentlich einsehbare, statistische Kennzahlen der Industrie- und Handelskammer<sup>2</sup>, der Kartendarstellung des Freifunk-Netzwerkes für Attendorn<sup>3</sup> sowie einer umfassenden Literaturrecherche.

---

<sup>1</sup> vgl. Innenstadtentwicklungskonzept der Stadt Attendorn: <https://attendorn-innenstadt2022.de/konzept/>  
[https://attendorn-innenstadt2022.de/wp-content/uploads/2015/11/Bericht\\_IHK\\_gesamt\\_Stand-20-11-2015-WEB.pdf](https://attendorn-innenstadt2022.de/wp-content/uploads/2015/11/Bericht_IHK_gesamt_Stand-20-11-2015-WEB.pdf)

<sup>2</sup> vgl. [https://www.ihk-siegen.de/fileadmin/user\\_upload/Presse/Pressemeldungen\\_2020/024-20\\_Kaufkraftzahlen\\_2019\\_Bericht.pdf](https://www.ihk-siegen.de/fileadmin/user_upload/Presse/Pressemeldungen_2020/024-20_Kaufkraftzahlen_2019_Bericht.pdf)

<sup>3</sup> vgl. <https://map.freifunk-winterberg.net/#!/de/map>

# SWOT-Analyse

- Wirtschaft, Einzelhandel, Innenstadt -

Stärken	Schwächen
<ul style="list-style-type: none"> <li>wichtiger Wirtschaftsstandort für die Region Südwestfalen</li> <li>Arbeitsplatzzentrum im Kreis Olpe</li> <li>hohe einzelhandelsrelevante Kaufkraft je Einwohner (7.901€) im Vergleich zur IHK-Region (7.118€) / NRW (7.058€) / Deutschland (7.086€)</li> <li>hohe Anzahl an inhabergeführten Fachgeschäften</li> <li>Grundbedarf kann abgedeckt werden</li> <li>Vorhandensein eines Wochenmarkts (Mittwoch &amp; Samstag)</li> <li>konzentrierte Einkaufslage von Rathaus bis Allee-Center mit den zwei "Armen" Wasserstraße und Ennester Tor (siehe Abbildung 2)</li> <li>Regionales Webkaufhaus mit Lieferservice</li> <li>Leerstandsbörse eingerichtet</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>geringer Einzelhandelsumsatz je Einwohner (5.782€) im Vergleich zur IHK-Region (6.311€) / NRW (6.261€) / Deutschland (6.202€)</li> <li>geringe Kaufkraftbindungsquote von 73,1%</li> <li>geringe Verkaufsfläche für den Einzelhandel aufgrund von kleinteiligen, städtebaulichen Strukturen → größere Einzelhandelsflächen stehen nicht zur Verfügung</li> <li>Frequenzbringer überwiegend in der östlichen Innenstadt (Allee-Center, Atta-Höhle, Hanse Hotel; siehe Abbildung 2)</li> <li>Parkraumanalyse: Besucher parken in Attendorn selten länger als 1 Stunde</li> <li>unterschiedliche Öffnungszeiten verunsichern die Kundschaft (vgl. Frau Birgitt Wachs, Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung mbH)</li> </ul>
Chancen	Risiken
<ul style="list-style-type: none"> <li>moderne, innovative Konzepte: Pop-Up-Stores, Shop-in-Shop-Konzepte, Concept-Stores</li> <li>Verweilqualität in der Innenstadt schaffen</li> <li>auf gemeinsame (Kern-)Öffnungszeiten einigen</li> <li>"Verfügungsfonds Attendorn Innenstadt": Zuschüsse für private Projekte in der Innenstadt (seit 09/2020) → Aufwertung der Innenstadt</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Wall-Center (in Planung) würde eine starke Dominanz in der östlichen Innenstadt entwickeln → Konkurrenzdruck</li> <li>Kern der Innenstadt (westlicher Bereich) trotz kleinteiliger Struktur beleben</li> </ul>

Kernaussagen:

- gemeinsame (Kern-)Öffnungszeiten gelten als elementar wichtig, um Kundenfrequenzen zu erhöhen
- die vorhandene Kaufkraft kann nicht vor Ort gebunden werden
- inhabergeführte Fachgeschäfte prägen die Kernstadt

# SWOT-Analyse

- Infrastruktur, Verkehr, Tourismus -

Stärken	Schwächen
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Umgestaltung Rathaus-Umfeld: mehr Grünflächen, Skulpturen und Kunstobjekte für das Attendorner Brauchtum</li> <li>• mittelalterlicher Stadtgrundriss, historische Altstadt</li> <li>• attraktive Sehenswürdigkeiten</li> <li>• Gestaltungshandbuch mit gewissen Richtlinien entwickelt</li> <li>• Schaffung von mehr Grünflächen durch Entfernen von Parkplätzen</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• touristische Attraktionen hauptsächlich in der östlichen Innenstadt (Atta-Höhle, Hanse Hotel; siehe Abbildung 2)</li> <li>• Sanierungsstau der Immobilien</li> <li>• unzureichende Anbindung per ÖPNV</li> <li>• Parkraumanalyse: Besucher parken in Attendorn selten länger als 1 Stunde</li> </ul>
Chancen	Risiken
<ul style="list-style-type: none"> <li>• "Verfügungsfonds Attendorn Innenstadt": Zuschüsse für private Projekte in der Innenstadt (seit 09/2020) → Aufwertung der Innenstadt</li> <li>• "Fassaden- und Hofprogramm": privates Engagement zur Gestaltung und Aufwertung der Innenstadt</li> <li>• Tourismuspotential für den Handel nutzen z.B. durch gezieltes Sortiment für Touristen (vgl. Frau Angelina Sobotta, Stadtplanung Dr. Jansen GmbH)</li> <li>• Ärztehaus und Sanitätshaus in der Innenstadt ansiedeln</li> <li>• Mix aus Kultur, Gastronomie, Einzelhandel und Dienstleistung schaffen → Dienstleistungsbereich in Randlagen oder Obergeschoss</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Touristenstrom scheint nicht in der westlichen Innenstadt anzukommen (vgl. Frau Kristin Meyer, Stadtverwaltung Attendorn)</li> <li>• durch erhöhtes Baustellenaufkommen wird ein Baustellenmarketing, Übergangslösungen, neue Verkaufswege, o.ä. erforderlich</li> <li>• wenn westliche Innenstadt gestärkt wird, droht die östliche Innenstadt darunter zu leiden (und umgekehrt)</li> </ul>

Kernaussagen:

- ➔ Knochentheorie mit westlicher und östlicher Innenstadt (siehe Eingangstext) birgt Risiken eine der beiden Seiten zu schwächen
- ➔ unausgeschöpftes Tourismuspotential im historischen, westlichen Stadtkern
- ➔ viele positive Effekte infolge von Maßnahmen des Innenstadtentwicklungskonzeptes

# SWOT-Analyse

- DALES-Projekt -

Stärken	Schwächen
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mehrwert von DALES ist erkennbar, da Händler sich mehr mit Themen wie Präsentation ihres Geschäfts, Außenwirkung, etc. auseinandersetzen</li> <li>• Rückschlüsse anhand des Vergleichs der Kassenvorgänge ziehen, inwiefern sich die Öffnungszeiten lohnen → gesamtstädtischen Umsatz nach den Öffnungszeiten bewerten</li> <li>• Analyse von Social-Media-Aktivitäten möglich</li> <li>• Verknüpfung von Kassendaten, Frequenzdaten und Social-Media-Aktivitäten zur Optimierung von Personaleinsatz-, bzw. Wareneinsatzplanung oder Marketingmaßnahmen</li> <li>• Beitrag zur Attraktivität des Handelsstandortes</li> <li>• Bedürfnisse der Kunden können besser verstanden werden</li> <li>• Freifunk-Daten (siehe Abbildung 1) zeigen, wie viele Endgeräte zu welchem Zeitpunkt an welchem Router eingewählt sind</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Anfänglich vereinzelt fehlende Bereitschaft der Händler sich mit der Digitalisierung auseinanderzusetzen</li> <li>• Freifunk-Daten (siehe Abbildung 1) teilweise zu unstrukturiert bzw. schwierig Rückschlüsse möglich → Passantenströme lassen sich nicht abbilden</li> <li>• Datenmengen aufgrund der Corona-Pandemie schwierig vergleichbar</li> <li>• jeder Einzelhändler nutzt unterschiedliche Kassensysteme und übermittelt somit unterschiedliche Kassendaten</li> </ul>
Chancen	Risiken
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Freifunk-Analyse am Rathausplatz: zu Beginn des Projektes war dort ein Parkplatz, zum Ende des Projektes werden dort Grünflächen mit Wasserspielen und Skulpturen sein. Wie hat sich in diesem Zeitraum die Frequenz verändert? Können die Einzelhändler von der Umgestaltung profitieren?</li> <li>• erster Baustein für die Entwicklung einer Smart City</li> <li>• Freifunk-Analyse: Frequenzen an der Atta-Höhle als touristischen Anziehungspunkt und Frequenzen in der Innenstadt in Relation setzen. Wie viel Prozent der Besucher der Atta-Höhle erreichen die Innenstadt?</li> <li>• Verknüpfung von Frequenzdaten des Einzelhandels mit anderen,</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Rückkehr zu alten Mustern</li> <li>• Unbegründete Datenschutzbedenken bzgl. der Erhebung der Daten</li> <li>• Übertragbarkeit auf andere Kommunen muss im Einzelfall auf Grund der vorhandenen Daten geprüft werden (das kann aber auch eine Chance bedeuten, falls die Datengrundlage besser ist)</li> </ul>

<p>publikumswirksamen Einrichtungen wie z.B. Atta-Höhle, Rathausöffnung, Kreditgewerbe, etc. → Synergien nutzen</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Frequenzen in unterschiedlichen Innenstadtbereichen miteinander vergleichen → welche Bereiche muss man beleben?</li><li>• Anwendungsbeispiel Osnabrück: systematisches Innenstadt-Monitoring; Frequenzdaten werden aus Beleuchtung erhoben; Mischung aus einzelbetrieblichen Daten und Frequenzmessungen im öffentlichen Raum</li><li>• Anwendungsbeispiel Bensberg: Umgestaltungsprozess der Städtebauförderung</li></ul>	
--	--

Kernaussagen:

- ➔ Maßnahmen des Forschungsprojektes bieten den Händlern schon jetzt einen positiven Mehrwert
- ➔ mittels einer Freifunk-Analyse können Frequenzen zu unterschiedlichen Projektzeitpunkten miteinander verglichen werden
- ➔ Vernetzung mit anderen Regionen/Kommunen könnte weitere Chancen und Potentiale bieten

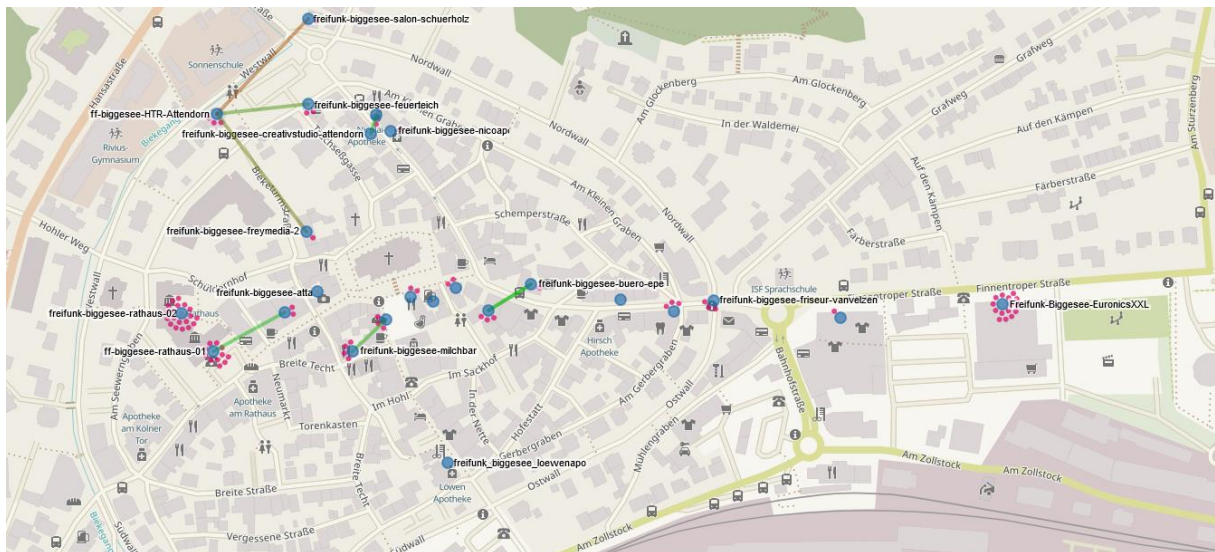


Abbildung 1: Übersichtskarte Freifunk-Router in Attendorn (Quelle: <https://map.freifunk-winterberg.net/#!/de/map>)

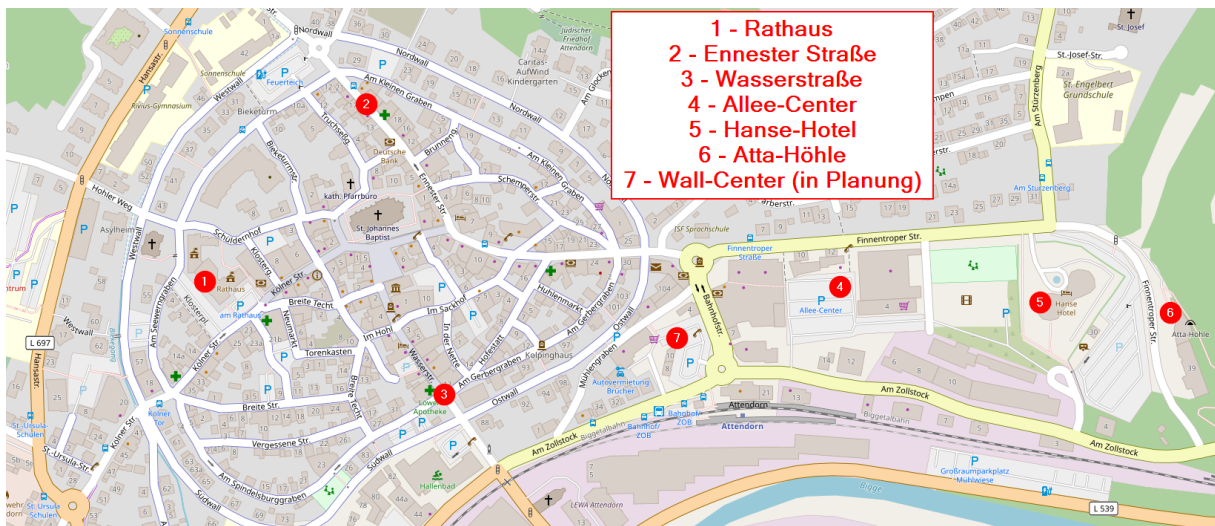


Abbildung 2: Übersichtskarte Innenstadt Attendorn (Quelle: <https://www.openstreetmap.de/karte.html#>)