

Erarbeitung einer Prognoseuntersuchung zu verkaufsoffenen Sonntagen in Lüdinghausen

Stadt Lüdinghausen



Dortmund, 28. Februar 2018

Auftragnehmer

STADT+HANDEL

Beckmann und Föhler Stadtplaner PartGmbH

Standort Dortmund

Hörder Hafensstraße 11
44263 Dortmund
Fon: +49 231 8626890
Fax: +49 231 8626891

Standort Hamburg

Tibarg 21
22459 Hamburg
Fon: +49 40 53309646
Fax: +49 40 53309647

Standort Karlsruhe

Beierteimer Allee 22
76137 Karlsruhe
Fon: +49 721 14512262
Fax: +49 721 14512263

Standort Leipzig

Markt 9
04109 Leipzig
Fon: +49 341 92723942
Fax: +49 341 92723943

info@stadt-handel.de

www.stadt-handel.de

Amtsgericht Essen, Partnerschaftsregisternummer PR 3496, Hauptsitz: Dortmund

Verfasser

Dipl.-Bio. Ute Marks
Jonas Reimann M.Sc.

Kartographie

Marcel Peiß B.Sc.

Dortmund, 28. Februar 2018

Fotos Titelblatt: Stadt+Handel

Inhaltsverzeichnis

1	Einführung	5
2	Rechtliche Ausgangssituation verkaufsoffener Sonntage	6
3	Vorgehen und Methodik	8
4	Untersuchung der Veranstaltung	9
4.1	Veranstaltungsinhalte und Tradition - Veranstaltungsteckbriefe	9
4.2	Räumliche Bezüge zwischen Veranstaltungsfläche und Einzelhandelsbetrieben	17
4.3	Verhältnis Veranstaltungsfläche und geöffnete Verkaufsfläche	25
4.4	Besucherprognosen für die verkaufsoffenen Sonntage und Vergleichstage	28
4.4.1	Passantenfrequenzmessung Westfälischen Wintermarkt	30
4.4.2	Passantenfrequenzmessung am Lüdinghauser Frühlingsfest	35
4.4.3	Passantenfrequenzmessung am Stadtfest	37
4.4.4	Passantenfrequenzmessung am Kartoffelfest	40
4.5	Motivbefragung zur Bedeutung von Veranstaltungen als Anlass für den Besuch der Lüdinghauser Innenstadt	42
4.5.1	Befragung am Westfälischen Wintermarkt	43
4.5.2	Befragung am Lüdinghauser Frühlingsfest	45
4.5.3	Befragung am Stadtfest	47
4.5.4	Befragung am Kartoffelfest	49
5	Zusammenfassung und Ausblick	53
	Abbildungsverzeichnis	56

Aus Gründen der besseren Lesbarkeit wird im Folgenden auf eine geschlechtsneutrale Differenzierung (z. B. Mitarbeiterinnen bzw. Mitarbeiter) verzichtet. Entsprechende Begriffe gelten im Sinne der Gleichbehandlung grundsätzlich für beide Geschlechter. Die verkürzte Sprachform hat nur redaktionelle Gründe und beinhaltet keine Wertung.

Abkürzungsverzeichnis

bspw.	beispielsweise
bzw.	beziehungsweise
d. h.	das heißt
etc.	et cetera
ggf.	gegebenenfalls
gem.	gemäß
insb.	insbesondere
k. A.	keine Angabe
km	Kilometer
m	Meter
m ²	Quadratmeter
max.	maximal
Nr.	Nummer
o. g.	oben genannt
OVG	Oberverwaltungsgericht
p. a.	pro anno
rd.	rund
S.	Seite
s.	siehe
s. o.	siehe oben
sog.	sogenannt
u. a.	unter anderem
usw.	und so weiter
u. U.	unter Umständen
v. a.	vor allem
vgl.	vergleiche
VKF	Verkaufsfläche
ZVB	zentraler Versorgungsbereich
z. B.	zum Beispiel
z. T.	zum Teil

1 Einführung

Der stationäre Handel, vor allem in Klein- und Mittelstädten, sieht sich immer größerem Wettbewerbsdruck ausgesetzt. Neben den Einkaufszentren benachbarter Großstädte oder Outlet-Center jenseits der gerade in NRW nahen Grenzen zu den Niederlanden oder Belgien, nimmt der Onlinehandel seit Jahren immer mehr vom Umsatz in Anspruch. Die Öffnungszeiten sind hier nicht beschränkt.

Bereits jetzt zeichnet sich ab, dass der Onlinehandel trendverstärkend auf bestehende Wandlungsprozesse wirkt und die Diskrepanz zwischen großen und kleinen Städten, aber auch zwischen Innenstadt und Stadtteilzentren sowie zwischen Haupt- und Nebenlagen weiter steigt. Dabei fungieren Innenstädte, vor allem in Klein- und Mittelstädten nicht nur als Handelsstandorte, sondern auch als Räume urbaner Erlebnisqualität, Gastronomiestandorte, Lebens- und Wohnorte, etc. Der verkaufsoffene Sonntag ist aus dieser Perspektive mehr als der merkantile Anlass:

„[...] vielmehr stellt er eine erkennbare Einladung an Bewohner und Gäste dar, die Stadt in ihren vielschichtigen Funktionen als Raum der Begegnung, als Freizeitort, als Kulturraum, als Marktplatz und Kommunikationsort zu erleben. Den verkaufsoffenen Sonntagen kommt damit ein wichtiger Effekt im Standortmarketing insgesamt zu, sie leisten einen großen Beitrag zur Ansprache und Bindung von Besuchern an die Städte und übernehmen somit eine Schaufensterfunktion für die Innenstädte und Ortsteilzentren.“ (Positionspapier „Verkaufsoffenen Sonntage“ der Bundesvereinigung City- und Stadtmarketing Deutschland, bcsd).

Feste und Veranstaltungen gepaart mit verkaufsoffenen Sonntagen sind für die Stadt Lüdinghausen ein wichtiges Instrument zur Belebung der gesamten Innenstadt. Kapitel 2 beschreibt die aktuellen Rahmenbedingungen für die Ladenöffnung an Sonntagen.

Das Gutachten dient als Empfehlung und Entscheidungsgrundlage für die zukünftige Regelung der Sonntagsöffnung in der Stadt Lüdinghausen. Es kann eine professionelle anwaltliche Rechtsberatung nicht ersetzen. Aus diesem Grund kann das Gutachten etwaige Risiken der Stadt Lüdinghausen im Rahmen von Rechtsverfahren nicht vorwegnehmen bzw. berücksichtigen.

2 Rechtliche Ausgangssituation verkaufsoffener Sonntage

Die Ladenöffnungszeiten werden in Deutschland in den Ladenschluss- und Ladenöffnungsgesetzen der Länder festgelegt. Die gesetzlichen Ladenschlusszeiten sind bindend. Innerhalb dieses Rahmens ist es dem Unternehmer freigestellt, das Ladengeschäft zu öffnen.

Grundsätzlich sind Ladengeschäfte an Feiertagen geschlossen, wovon es aber ebenso – neben den oben genannten Verkaufsstellen – Ausnahmen gibt. So dürfen Bäckereien beispielsweise für die Abgabe dieser Waren auch an Feiertagen für einen begrenzten Zeitraum von fünf Stunden geöffnet sein. Dasselbe gilt für die Verpflegung bei Veranstaltungen, beispielsweise bei kulturellen Veranstaltungen, wo ebenso an Feiertagen für die Verpflegung der Besucher/innen gesorgt werden darf. Die genauen Ausnahmen für die Öffnung an Feiertagen regelt § 5 (Fn 3) Verkauf an Sonn- und Feiertagen sowie die Folgeparagrafen.

Mit dem Gesetz zur Regelung der Ladenöffnungszeiten (LÖG) hatte der Landtag unter Ministerpräsident Rüttgers 2006 die Ladenöffnungszeiten neu geregelt. In § 14 des LÖG wurde eine Evaluation der Änderungen gefordert, die Ende 2012 von der dann Rot/Grünen Landesregierung vorgelegt wurde.

In Nordrhein-Westfalen trat am 18. Mai 2013 das geänderte Ladenöffnungsgesetz (LÖG) in Kraft. Die wesentlichste und meistkritisierte Änderung war die Wiedereinführung des Anlassbezuges. Der § 6 wurde hier wie folgt geändert:

„An jährlich höchstens vier Sonn- oder Feiertagen dürfen Verkaufsstellen - aus Anlass von örtlichen Festen, Märkten, Messen oder ähnlichen Veranstaltungen - bis zur Dauer von fünf Stunden geöffnet sein.“

Das Oberverwaltungsgericht NRW entschied mit seinem Beschluss vom 10.06.2016 – Az. 4 B 504/16 – dass:

„Eine Freigabe von Sonntagen zur Öffnung von Verkaufsstellen aus Anlass von örtlichen Festen, Märkten, Messen oder ähnlichen Veranstaltungen nach § 6 LÖG NRW nur zulässig ist, wenn die öffentliche Wirkung der anlassgebenden Veranstaltungen gegenüber der Ladenöffnung im Vordergrund steht. Das setzt in der Regel voraus, dass die Ladenöffnung auf das Umfeld des Marktes begrenzt wird.“

Darüber hinaus bleibt die werktägliche Prägung der Ladenöffnung nur dann im Hintergrund, wenn nach der anzustellenden Prognose der Besucherstrom, den der Markt für sich genommen auslöste, die Zahl der Besucher überstiege, die allein wegen einer Öffnung der Verkaufsstellen kämen (Auszug aus amtlichen Leitsätzen). Weiter heißt es hier:

„Vor dem Hintergrund entsprechender Rechtsprechung des Bundesverwaltungsgerichts sei das Merkmal aus Anlass von Märkten, Messen oder ähnlichen Veranstaltungen in § 6 Abs. 1 LÖG NRW mit Blick auf das Erfordernis einer allenfalls geringen prägenden Wirkung der Ladenöffnung so zu verstehen, dass die öffentliche Wirkung der traditionell auch an Sonn- und Feiertagen stattfindenden Märkte, Messen oder ähnlichen Veranstaltungen gegenüber der typisch werktäglichen Geschäftigkeit der Ladenöffnung im Vordergrund stehen muss. Die Ladenöffnung entfalte dann eine geringe prägende Wirkung, wenn sie nach den gesamten Umständen als bloßer Annex zur anlassgebenden Veranstaltung erscheint.“

Das könne in der Regel nur dann angenommen werden, wenn die Ladenöffnung auf das Umfeld des Marktes begrenzt werde, weil nur insoweit ihr Bezug zum Marktgeschehen erkennbar bleibe. Je größer die Ausstrahlungswirkung des Marktes wegen seines Umfangs oder seiner besonderen Attraktivität sei, desto weiter reiche der räumliche Bereich, in dem die Verkaufsstellenöffnung noch in Verbindung zum Marktgeschehen gebracht werden könne. Darüber hinaus bleibe die werktägliche Prägung der Ladenöffnung nur dann im Hintergrund, wenn nach der anzustellenden Prognose der Besucherstrom, den der Markt für sich genommen auslöse, die Zahl der Besucher überstiege, die allein wegen einer Öffnung der Verkaufsstellen kämen. Zur Abschätzung der jeweiligen Besucherströme könne z. B. auf Befragungen zurückgegriffen werden.

3 Vorgehen und Methodik

Die Datengrundlage des Berichtes setzt sich sowohl aus qualitativen als auch quantitativen Untersuchungen zusammen. Zu Beginn steht eine Veranstaltungsrecherche, die wesentlichen Inhalte, Eigenschaften und Besucherzahlen der Veranstaltung zusammenstellt.

Entfernungsradien stellen räumliche Zusammenhänge mithilfe eines Geoinformationssystems Entfernungsradien und Veranstaltungsflächen dar. Ausgangspunkte sind dabei der räumliche Veranstaltungsschwerpunkt und die Ausdehnung der Veranstaltungsfläche.

Lüdinghausen Marketing e. V. hat am Westfälischen Wintermarkt mit verkaufsoffenem Sonntag sowie am vorhergehenden Samstag Passantenfrequenzmessungen durchgeführt, die im Gutachten ausgewertet und interpretiert werden. Die Zählungen für den Lüdinghauser Frühling, das Stadtfest und Kartoffelfest führt Stadt + Handel durch. Zur besseren Vergleichbarkeit wird hierzu jeweils an denselben Messpunkten gezählt. Die zwei Messpunkte befinden sich am Marktplatz und somit am räumlichen Schwerpunkt der Veranstaltungen.

Ergänzend zu der zuvor genannten Datengewinnung dienen Ergebnisse aus Zeitungs- und Internetrecherchen sowie weiterer grauer Literatur. Die zentralen Untersuchungsergebnisse finden sich zusammengefasst im abschließenden Ergebnis teil (vgl. Kapitel 5).

4 Untersuchung der Veranstaltung

Im Folgenden werden die Veranstaltungen auf ihre Inhalte und Tradition für Lüdinghausen in Form eines Steckbriefs dargestellt. Anschließend werden die räumlichen Bezüge zwischen geöffneten Einzelhandelsbetrieben und der Veranstaltung untersucht und kartographisch aufgearbeitet. Anhand von Daten die im Rahmen der Erstellung des Einzelhandelskonzepts für Lüdinghausen erhoben wurden und einer kartographischen Auswertung wird das Verhältnis zwischen geöffneter Verkaufsfläche und Veranstaltungsfläche ermittelt. Zuletzt legt das Gutachten dar, in welchem Verhältnis Besucher wegen der Veranstaltung selbst bzw. durch die geöffneten Betriebe die Innenstadt von Lüdinghausen besuchen. Ziel der Untersuchung ist es, zu prüfen, ob die aktuell gültigen Vorgaben zur Genehmigung des verkaufsoffenen Sonntags gegeben sind.

4.1 Veranstaltungsinhalte und Tradition - Veranstaltungsteckbriefe

Westfälischer Wintermarkt		
		
		
Fakten zur Veranstaltung		
Zeitraum/-punkt	Samstag 08. Januar 2017 (1 Tag) Veranstaltung: 11:00 bis 18:00 Uhr Geschäftsöffnung am Sonntag: 13:00 bis 18:00 Uhr	

Veranstaltungsort	Rund um Marktplatz und St. Felizitas-Kirche
Regelmäßigkeit	Findet seit 2007 jährlich statt
Veranstalter	Stadt Lüdinghausen und Lüdinghausen Marketing e.V.
Eintritt	Keiner
Verknüpfung mit verkaufsoffenem Sonntag	Ja
Durchschnittliche Besucherzahl	20.000 – 30.000 Personen ¹
Mitwirkende/Kooperationspartner	Mobile Gastronomie, Markthändler, Bürgerstiftung und Einzelhändler
Anlass	Neujahr
Allgemeine Beschreibung der Veranstaltung	
<p>Am ersten Sonntag des Jahres bieten ca. 60 – 80 Markthändler und Gastronomen Speisen und Getränke, Kunsthandwerk sowie weitere Accessoires zur Wintersaison an.</p> <p>Der Wintermarkt lädt trotz der kalten Jahreszeit zum Verweilen und bummeln in der Innenstadt ein und füllt diese zu Beginn des neuen Jahres mit Leben.</p> <p>Für Familien mit Kindern bietet ein Karussell eine beliebte Anlaufstelle.</p>	

¹ Schätzung von Lüdinghausen Marketing e. V.

Lüdinghauser Frühling



Fakten zur Veranstaltung

Zeitraum/-punkt	Samstag 22. April bis Sonntag 23. April 2017 (2 Tage) Veranstaltung: 11:00 bis 18:00 Uhr Geschäftsöffnung am Sonntag: 13:00 bis 18:00 Uhr
Veranstaltungsort	Innenstadt von Lüdinghausen
Regelmäßigkeit	Findet seit 2004 jährlich statt
Veranstalter	Stadt Lüdinghausen und Lüdinghausen Marketing e.V.
Eintritt	Keinen
Verknüpfung mit verkaufsoffenem Sonntag	Ja
Durchschnittliche Besucherzahl	30.000 – 35.000 Personen ²

² Schätzung von Lüdinghausen Marketing e. V.

Mitwirkende/Kooperationspartner	ADFC, Bürgerinnen und Bürger, Künstler, mobile Gastronomie, Marktbeschicker, Bürgerstiftung, Sport- und Karnevalsvereine, karitative Einrichtungen, DITIB Türkisch-Islamische Union der Anstalt für Religion e.V. und Einzelhändler
Anlass	Frühlingsbeginn
Allgemeine Beschreibung der Veranstaltung	
<p>Mit Beginn des Frühlings veranstaltet Lüdinghausen Marketing e.V. ein Stadtfest an der frischen Luft, das insbesondere Besucher aus der näheren Umgebung aber auch aus dem nördlichen Ruhrgebiet sowie dem südlichen Münsterland anzieht.</p> <p>Das Fest kann auf eine jahrzehntelange Tradition zurückblicken. Die Veranstaltung starten gewöhnlich bereits am Samstag mit geführten Rad- und Fußtouren, die den Teilnehmern aus Lüdinghausen und Umgebung die kulturellen Schönheiten von Stadt und Umland näherbringen sollen.</p> <p>An zwei Tagen bildet ein gemütlicher Biergarten das Ziel dieser Touren. Der Biergarten auf dem Markt bietet allen Besuchern einen Ort, an dem verweilt, gegessen und getrunken werden kann. Auf der Bühne vor dem Biergarten sorgen musikalische Beiträge und der „Grill-Contest“ für breite Unterhaltung. Beim Wettgrillen treten verschiedene Teams gegeneinander an, die von einer Fachjury bewertet werden.</p> <p>Ca. 100 Stände bilden den Frühlingsmarkt. Neben Verkaufsständen und gastronomischen Angeboten präsentieren sich hier auch lokale Vereine. Durch das Fest wird auch das kulturelle Miteinander gepflegt, was durch die aktive Mitwirkung des Vereins DITIB veranschaulicht wird, der seit Jahren u. a. türkische Spezialitäten anbietet, die bei den Besuchern sehr beliebt sind. Auch weitere Vereine können für ihre Arbeit werben und haben somit eine gute Gelegenheit, sich darzustellen und neue Mitglieder zu gewinnen. In der Vergangenheit wurden zudem Aktionen zum Sammeln von Spenden durchgeführt (z. B. „Schuhspende“ für „mehr Bewegung in der Steverstadt“).</p> <p>Zusätzlich organisieren die Händler kreative Aktionen innerhalb ihrer Straßengemeinschaften zur Belebung aller Straßen und Plätze.</p>	
Besonderheiten der Veranstaltung für das Jahr 2017	
<p>Im Vergleich zu den Vorjahren ergeben sich Veränderungen bzw. Zusätze für die diesjährige Veranstaltung: Im Jahr 2017 können aufgrund der Neugestaltung des Marktes und den damit verbundenen Bauarbeiten keine Touren sowie kein Biergarten realisiert werden. In den kommenden Jahren werden diese Veranstaltungselemente allerdings wieder aufgenommen und fortgeführt. Aus dem o.g. Grund ist die Veranstaltung dieses Jahr nur für den Sonntag geplant, zum jetzigen Kenntnisstand soll diese allerdings nach dem Umbau der Marktfläche auch wieder samstags stattfinden.</p>	

In diesem Jahr werden als ein Veranstaltungsschwerpunkt die Themen Kunst und Kulinarik gewählt. Anlass hierfür ist u.a. das 30jährige Bestehen der Städtepartnerschaft mit der französischen Stadt Tavery. Besuchern wird die Möglichkeit geboten, den französischen Lebensstil zu genießen. In diesem Rahmen wird ein enger Kontakt zu Schulen, Vereinen, kirchlichen Organisationen und einzelnen Bürgerinnen und Bürgern gepflegt. Der erstmals veranstaltete Künstlermarkt soll in den kommenden Jahren beibehalten und ausgebaut werden.

Stadtfest



Fakten zur Veranstaltung

Zeitraum/-punkt	<p>Freitag 15. September bis Sonntag 17. September 2017 (3 Tage)</p> <p>Veranstaltung: Freitag, 11:00 bis 18:00 Uhr Samstag, 10:30 bis 01:00 Uhr Sonntag, 11:00 bis 18:00 Uhr</p> <p>Geschäftsöffnung am Sonntag: 13:00 bis 18:00 Uhr</p>
Veranstaltungsort	Innenstadt Lüdinghausen
Regelmäßigkeit	Findet seit den 1980er Jahren regelmäßig statt
Veranstalter	Stadt Lüdinghausen und Lüdinghausen Marketing e.V.
Eintritt	Keinen (seit 2016)
Verknüpfung mit verkaufsoffenem Sonntag	Ja
Durchschnittliche Besucherzahl	20.000 – 30.000 Personen ³

³ Schätzung von Lüdinghausen Marketing e. V.

Mitwirkende/Kooperationspartner	SC Union 08 Lüdinghausen e. V., Kindergärten, Musiker, Künstler, Lüdinghausen Global, Jugendräume Exil, Musikschule, Behindertensportgruppe, Kirche, Polizei, DRK, Ordnungsbehörden Vereine ehrenamtliche Helfer, Einzelhändler und weitere lokale Unternehmen
Anlass	Feier der Stadtkultur und Präsentation des Vereinslebens
Allgemeine Beschreibung der Veranstaltung	
<p>Das Stadtfest startet bereits am Freitag mit dem Stadtfestlauf. Der Lauf bietet allen Altersklassen die Möglichkeit, teilzunehmen, da verschiedene Läufe und Distanzen angeboten werden. Am Abend, nach dem Lauf, findet eine Party auf einer der insgesamt drei Bühnen statt.</p> <p>Der Samstag bietet der Initiative „Lüdinghausen Global“ eine Bühne, auf der Gesänge und Tänze aus verschiedenen Nationen vorgeführt werden. Zudem präsentieren sich Vereine der Öffentlichkeit und treten im Laufe des Tages bei Spielen gegeneinander an. Am Samstagabend finden Partys und Konzerte auf zwei Bühnen statt, die Jung und Alt zum Tanzen einladen.</p> <p>Der Sonntag ist den Kindern vorbehalten. Die Innenstadt wird als temporärer Spielplatz umfunktionierte, eine Kaffeetafel sorgt für Geselligkeit und der von Kindern bespielte „Kinderflohmarkt“ sowie der Altstadtmarkt mit ca. 60 Ständen laden zum Bummeln ein. Untermalt wird das Programm mit Live-Musik. Neben den Spielgeräten wird ein besonderes Bühnenprogramm für die Jüngeren angeboten. Hierzu gehören ein Kindertanztheater, Clowns und ein Figurentheater. Neben zahlreichen Marktständen, die zum Entdecken einladen, stellt das Stadtfest auch eine Messe für lokale Unternehmen dar, die über Produkte und Dienstleistungen aus dem Bereich Heim, Haus und Garten informieren.</p> <p>Das Stadtfest spricht mit seinem vielseitigen Programm ein breites Publikum an, bietet Kindern die Möglichkeit am Fest aktiv teilzunehmen und ermöglicht es Vereinen, sich zu präsentieren, um neue Mitglieder zu gewinnen.</p>	

Kartoffelfest



Fakten zur Veranstaltung

Zeitraum/-punkt	Sonntag 05. November (1 Tag) Veranstaltung: 11:00 bis 18:00 Uhr Geschäftsöffnung am Sonntag: 13:00 bis 18:00 Uhr
Veranstaltungsort	Auf und um den Marktplatz
Regelmäßigkeit	Findet seit 2001 jährlich statt
Veranstalter	Stadt Lüdinghausen und Lüdinghausen Marketing e.V.
Eintritt	Keinen
Verknüpfung mit verkaufs-offenem Sonntag	Ja
Besucherzahlen	5.000 – 10.000 Personen ⁴
Mitwirkende/Kooperations-partner	ADAFK, lokaler Bauernhof, mobile Gastronomie, Schlepperfreunde Olfen, Leiterrunde und Messdiener St. Ludger, Pfadfinder, ehren-amtliche Helfer und Einzelhändler
Anlass	Frühlingsbeginn

⁴ Schätzung von Lüdinghausen Marketing e. V.

Allgemeine Beschreibung der Veranstaltung

Bei dem Kartoffelfest steht der Bauernmarkt im Vordergrund, bei dem sich thematisch alles um die Kartoffel dreht. Neben Kartoffeln bietet der Markt auch Nützliches und Schönes für den Haushalt. Strohballen, Kinderkarusselle und singende Kiepenkerle sorgen für eine bodenständige Unterhaltung im Zentrum von Lüdinghausen. An ca. 50 Ständen können u. a. verschiedene Kartoffelsorten gekauft und Kartoffelgerichte verspeist werden. Vereine bieten Aktionen und Spiele an. Historische landwirtschaftliche Fahrzeuge können von allen Generationen unter die Lupe genommen werden.

Bereits im Vorfeld zu der Veranstaltung haben Gastronomen während der sogenannten „Kulinarischen Kartoffelwoche“ besondere Kartoffelgerichte in Ihrem Angebot.

4.2 Räumliche Bezüge zwischen Veranstaltungsfläche und Einzelhandelsbetrieben

Die Fläche aller Veranstaltungen befindet sich im Hauptzentrum der Innenstadt⁵. Somit besteht zunächst ein räumlicher Bezug zwischen den Haupteinkaufslagen und der geöffneten Veranstaltungsfläche. Der Veranstaltungsschwerpunkt befindet sich dabei im historisch gewachsenen Innenstadtkern rund um den Markt (vgl. Abbildung 1, Abbildung 2 und Abbildung 3).

Der Westfälische Wintermarkt und das Kartoffelfest sind von der räumlichen Ausdehnung die kleineren Veranstaltungen. Insgesamt nimmt die Veranstaltung rund 10.080 m² in Anspruch. Der räumliche Veranstaltungsschwerpunkt befindet sich auf dem Markt. Von dem zentralen Platz ausgehend dehnt sich die Veranstaltung über die Langenbrückenstraße, Kirchstraße, die Kleine Münsterstraße und Gartenstraße sowie Abschnitte der Wolfsberger Straße, Mühlenstraße, die Wilhelmstraße sowie die Münsterstraße aus (vgl. Abbildung 1).

Deutlich größer ist die Veranstaltungsfläche des Lüdinghauser Frühlings. Auf 17.750 m² erwartet die Innenstadtbesucher ein vielfältiges Programm. Hier werden zusätzlich die Straße Borg, der Rathausvorplatz und der Parkplatz an der Mühlenstever für die Veranstaltung genutzt.

⁵ Zur Abgrenzung des ZVB Innenstadt vgl. Gutachten zum kommunalen Einzelhandelskonzept für die Stadt Lüdinghausen, GMA mbH, S. 91

Flächenmäßig ist das Stadtfest die größte Veranstaltung. Mit insgesamt rund 21.900 m² Veranstaltungsfläche⁶ ist sie doppelt so groß wie beim Wintermarkt oder Kartoffelfest. Bei dem Fest wird zusätzlich zur Veranstaltungsfläche des Frühlingfests auch die gesamte Hermannstraße für Veranstaltungsangebote genutzt. Hinzu kommen ein weiterer Abschnitt der Straße Borg und Münsterstraße.

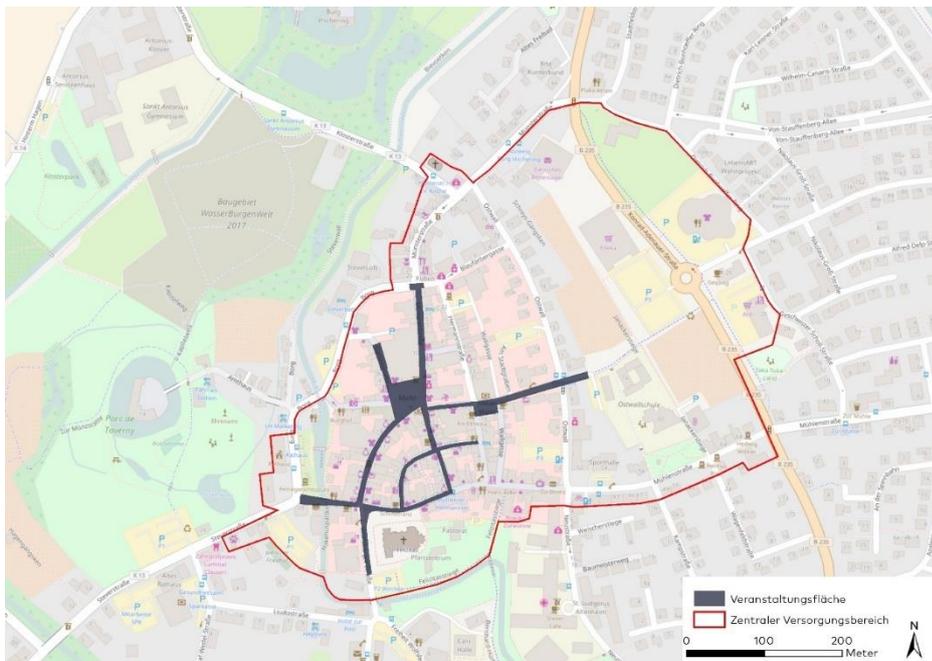


Abbildung 1 Veranstaltungsfläche Westfälischer Wintermarkt und Kartoffelfest zentralem Versorgungsbereich⁷

⁶ Die Veranstaltungsflächen beruhen auf Angaben von Lüdinghausen Marketing e. V.. Die Fläche in m² ist durch ein Geoinformationssystem ermittelbar.

⁷ Kartengrundlage: OpenStreetMap – Bearbeitet durch Stadt + Handel

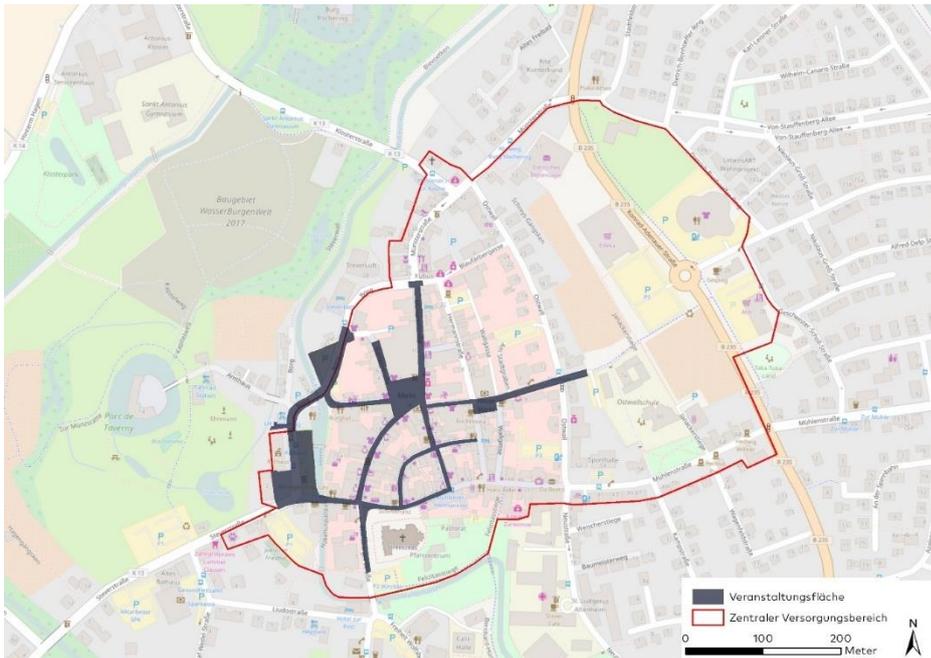


Abbildung 2 Veranstaltungsfäche Lüdinghauser Frühling mit zentralem Versorgungsbereich⁸

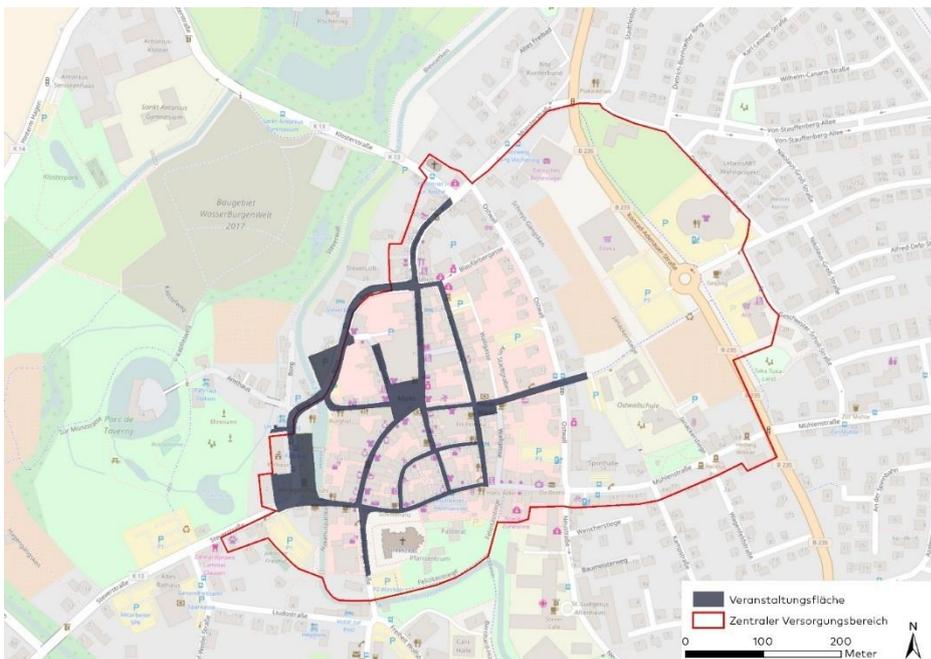


Abbildung 3 Veranstaltungsfäche Stadtfest mit zentralem Versorgungsbereich⁹

⁸ Kartengrundlage: OpenStreetMap – Bearbeitet durch Stadt + Handel

⁹ Kartengrundlage: OpenStreetMap – Bearbeitet durch Stadt + Handel

Folgende Karten verdeutlichen anhand von Radien die räumlichen Bezüge zwischen Veranstaltungsflächen und dem zentralen Versorgungsbereich (ZVB) - dem Hauptzentrum Innenstadt. Durch seine Einzelhandelsnutzungen kommt diesem Bereich in der Innenstadt als Standortgemeinschaft eine Versorgungsfunktion über den unmittelbaren Nahbereich hinaus zu.

Die Größe der Radien ist entsprechend der typischen Fortbewegungsweise auf dem Veranstaltungsgelände gewählt (300 m, 699 m und 750 m). Da der Veranstaltungsbereich größtenteils Fußgängerzone ist bzw. Straßenabschnitte während der Veranstaltung für den motorisierten Individualverkehr gesperrt sind, ist anzunehmen, dass sich räumliche Beziehungen innerhalb der Veranstaltungsfläche entsprechend von angemessenen fußläufigen Entfernungen etablieren. Bei der Entfernung sind Straßenverläufe, Topographie und mögliche Barrieren nicht berücksichtigt. Daher kann die tatsächliche fußläufige Entfernung einiger Betriebe von der kürzesten gedachten Entfernung (Luftlinie) abweichen.

Einzelhandelsbetriebe, die innerhalb des 300 m Radius liegen stehen demnach in direkter räumlicher Beziehung zu der Veranstaltung, da hier von einer maximalen zeitlichen Entfernung für durchschnittliche Fußgänger von ca. 5 Minuten ausgegangen werden kann¹⁰. Betriebe die innerhalb eines Radius von weniger als 700 m liegen, befinden sich weiterhin im Bereich einer zumutbaren fußläufigen Entfernung. Die durchschnittliche zeitliche Entfernung zu Fuß entspricht innerhalb des Radius max. rund 12 Minuten¹¹.

Einzelhandelsbetriebe innerhalb des 300 m Radius haben einen unmittelbaren räumlichen Bezug zu der Veranstaltung, da sie sehr wahrscheinlich direkte Lauf- bzw. Sichtbeziehungen zu den Veranstaltungsflächen vorweisen. Alle Betriebe, die sich innerhalb des 699 m Radius befinden weisen einen räumlichen Bezug zur Veranstaltung auf, da hier Laufbeziehungen zwischen Veranstaltungselementen bzw. Aktionen und Betrieben möglich sind. Einzelhandelsbetriebe innerhalb des 750 m-Radius sollten einzeln auf ihre tatsächliche fußläufige zeitliche Entfernung geprüft werden. Einzelhandelsbetriebe, die außerhalb des 750 m Radius liegen sollten lediglich unter den folgenden Voraussetzungen öffnen dürfen: [1] Ein räumlicher Bezug kann begründet werden. Hierzu kann die Entfernung zum Rand der Veranstaltungsfläche als Entscheidungsgrundlage herangezogen werden (vgl. Abbildung 5, Abbildung 6 und

¹⁰ Bei einer Fußgängergeschwindigkeit von 1 m/s

¹¹ Bei einer Fußgängergeschwindigkeit von 1 m/s

Abbildung 7). [2] Das Verhältnis von Veranstaltungsfläche und Verkaufsfläche fällt, durch die zusätzliche Verkaufsfläche, nicht zu Ungunsten (mindestens) einer Gleichwertigkeit von Veranstaltung und verkaufsoffenem Sonntag aus.

Hieraus ergeben sich die folgenden Priorisierungen bei der Sonntagsöffnung:

1. Priorität: Öffnung von Betriebe innerhalb des 300 m Radius
2. Priorität: Öffnung von Betriebe innerhalb des 700 m Radius
3. Priorität: Öffnung von Betriebe innerhalb des 750 m Radius
4. Priorität: Öffnung von Betriebe außerhalb des 750 m Radius, bei Erfüllung der o. g. Voraussetzungen (vgl. [1] und [2]).

Ein angemessenes Verhältnis zwischen Verkaufsfläche und Veranstaltungsfläche sollte als limitierender Faktor bei der Festlegung auf einen Bereich für die Sonntagsöffnung von Einzelhandelsbetrieben berücksichtigt werden. Idealerweise sind die Fläche der Veranstaltung und die Verkaufsfläche mindestens gleichwertig. Weitere Informationen enthält Kapitel 4.3.

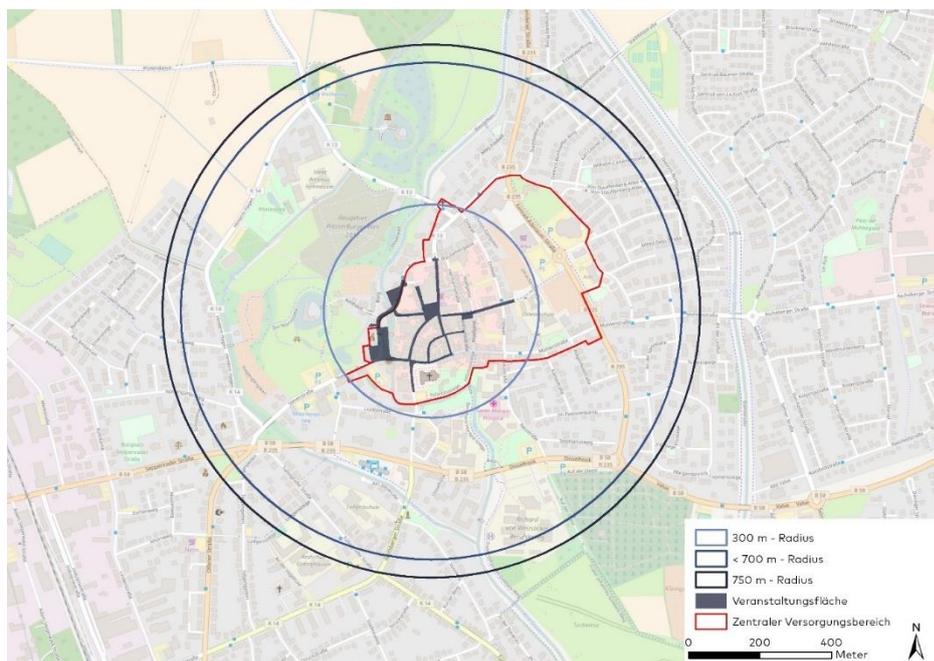


Abbildung 4 Radien um den Veranstaltungsschwerpunkt Markt¹²

Da der Schwerpunkt aller Veranstaltung traditionell der Markplatz ist, wird dieser als Ausgangspunkt für den räumlichen Bezug zur Veranstaltung herangezogen (vgl. Abbildung 4).

¹² Kartengrundlage: OpenStreetMap – Bearbeitet durch Stadt + Handel

Alle Betriebe im historischen Zentrum entlang der Haupteinkaufslagen stehen in unmittelbarem Bezug zur Veranstaltung und können hierdurch zu einer vitalen Veranstaltung beitragen. Betriebe rund um den Markt, an der Steverstraße, Borg, Münsterstraße, Gartenstraße, Burgstraße, Mühlenstraße, Kleine Mühlenstraße, Kirchstraße, Wolfsberger Straße, Hermannstraße und der Wilhelmstraße bis Wallgasse sind hierbei eingeschlossen.

Darüber hinaus sind sämtliche Einzelhandelsnutzungen des ZVB innerhalb des Radius von 699 m und stehen durch Lauf- oder Sichtbeziehungen im Bezug zur Veranstaltung. Über den ZVB sind räumliche Beziehungen im Norden bis zur Burg Vischering, im Osten bis ca. 100 m vor dem Dietrich-Bonhoeffer-Ring, im Süden bis auf die Höhe des Richard von Weizäcker Berufskollegs und im Westen bis Hinterm Hagen vorhanden.

Die folgenden Karten zeigen Radien um die Ränder der Veranstaltungsfläche. Bei Abbildung 6 sind die Radien um die Veranstaltungsfläche des Wintermarkts und das Kartoffelfest gezogen. Dies stellt den räumlichen Abstand zum ersten Kontakt von Besuchern mit der Veranstaltungsfläche dar. Eindeutig zu erkennen ist, dass der ZVB Innenstadt durch den 300 m Radius nahezu vollständig abgedeckt wird, sodass bei betreten des ZVB innerhalb von maximal drei Gehminuten die Veranstaltungsfläche erreicht werden kann – im Südwesten grenzt die Veranstaltungsfläche fast an die Abgrenzung des ZVB.

Richtung Norden reicht der < 700 m Radius bis zum Eichendorffring und im Osten bis über die Ostenstever – wobei durch die Barrierewirkung des Fließgewässers eine einzelne Prüfung der angemessenen fußläufigen Erreichbarkeit vom Einzelhandelsbetrieb zur Veranstaltungsfläche empfehlenswert ist. Aus südlicher Richtung kann der Rand der Veranstaltung von der Höhe Struckstraße/Ecke Stadionallee in einem angemessenen Zeitraum erreicht werden. Westlich ist ab ca. 50 m hinter dem Amtsgericht nicht mehr mit einem räumlichen Bezug zur Veranstaltung zu rechnen. Als räumliche Barriere bei der fußläufigen Erreichbarkeit sollte hier die Vischering Stever und Mühlenstever berücksichtigt werden.

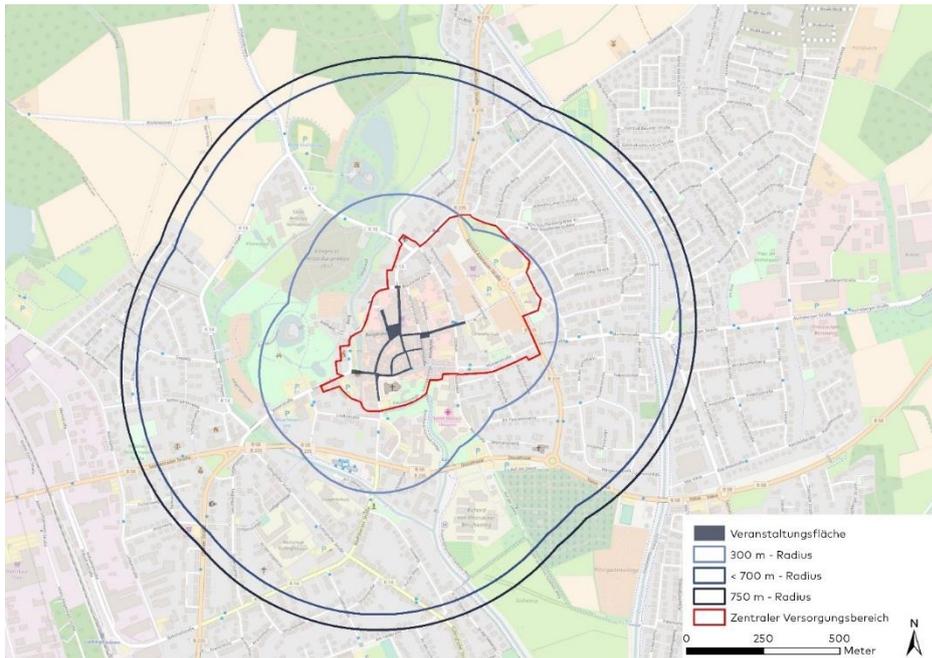


Abbildung 5 Radien um die Veranstaltungsfläche zum Wintermarkt und Kartoffelfest¹³

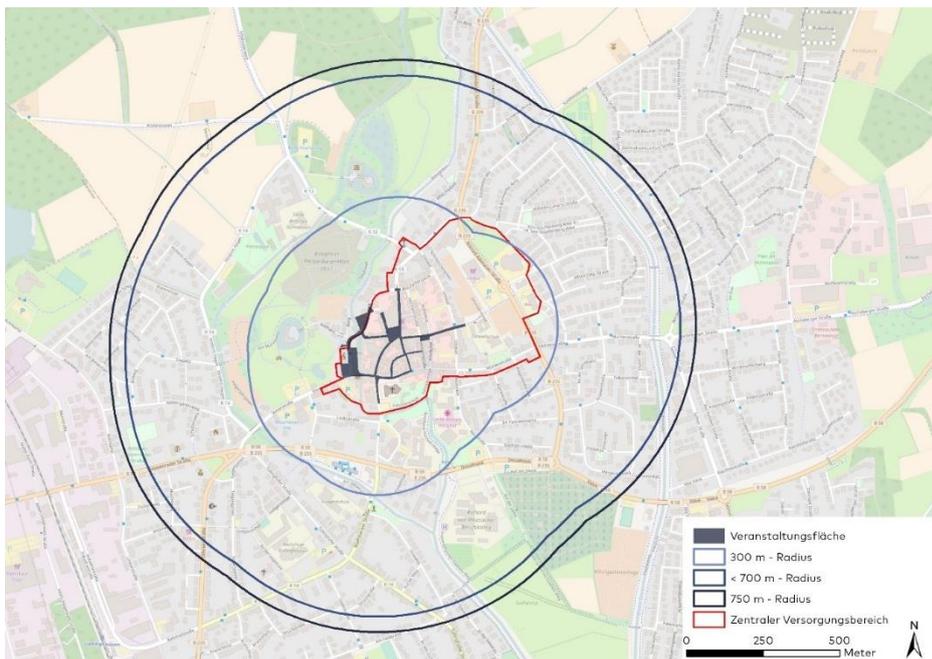


Abbildung 6 Radien um die Veranstaltungsfläche zum Lüdinghauser Frühling¹⁴

¹³ Kartengrundlage: OpenStreetMap – Bearbeitet durch Stadt + Handel

¹⁴ Kartengrundlage: OpenStreetMap – Bearbeitet durch Stadt + Handel

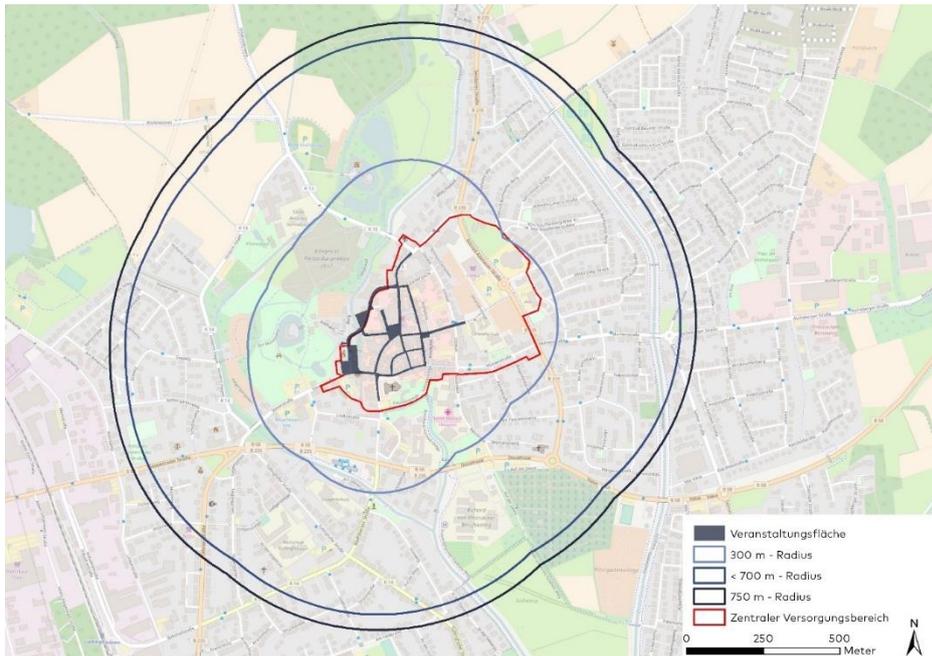


Abbildung 7 Radien um die Veranstaltungsfläche zum Stadtfest¹⁵

Im Vergleich zum Kartoffelfest und Wintermarkt kann die Veranstaltungsfläche des Lüdinghauser Frühlings aus Richtung Nordwesten schneller erreicht werden. Da sich hier vorwiegend landwirtschaftliche Fläche befindet, ist dieser Bereich für die verkaufsoffenen Sonntage nicht relevant (vgl. Abbildung 6).

Auch beim Stadtfest reicht der Radius < 700 m in nordwestliche Richtung weiter als beim Wintermarkt und Kartoffelfest. Beim Stadtfest umfasst der 300 m Radius den gesamten ZVB – bei allen weiteren Veranstaltungen wird die ostwestliche Spitze nicht abgedeckt.

Die Radien um die Veranstaltungsfläche bieten vor allem eine Entscheidungsgrundlage, wenn ein räumlicher Bezug außerhalb des 750 m Radius – vom Veranstaltungsschwerpunkt Markt ausgehend – hergeleitet werden soll. Die Verkaufsflächen innerhalb der < 700 m und 750 m Radien um die Ränder der Veranstaltungsfläche sind somit die 6. und 7. Priorität bei der Genehmigung von Sonntagsöffnungen. Der räumliche Bezug der Betriebe mit dem Veranstaltungsgelände sollte zusätzlich z. B. durch Laufbeziehungen, die Entfernung zu veranstaltungsrelevanten Parkplätzen und die Nähe zu ÖPNV-Knotenpunkten, im Einzelfall dargelegt werden.

¹⁵ Kartengrundlage: OpenStreetMap – Bearbeitet durch Stadt + Handel

4.3 Verhältnis Veranstaltungsfläche und geöffnete Verkaufsfläche

Die Genehmigung der verkaufsoffenen Sonntage am 2. Advent 2016 bis 2019 wurden für die Stadt Münster mit folgender Begründung abgelehnt:

„Ohnehin schreibe die Antragsgegnerin [Stadt Münster] dem Einzelhandel gerade in der Altstadt nach den Ausführungen in ihren Einzelhandels- und Zentrenkonzepten eine augenfällig zutreffende Magnetwirkung mit einer gewollten überregionalen Wahrnehmbarkeit zu. Dort befänden sich nach dem fortgeschriebenen Einzelhandels- und Zentrenkonzept 2016 etwa 616 Einzelhandelsbetriebe mit einer Gesamtverkaufsfläche von rd. 178.000 qm. All dies schließe es nach Auffassung des Gerichts bereits aus, ein offensichtliches Übergewicht der zu erwartenden Publikumsströme in der Innenstadt, ursächlich ausgelöst durch die Weihnachtsmärkte, annehmen zu können. Selbst eine etwaige Gleichgewichtigkeit sei nicht offensichtlich.“¹⁶

Die gesamtstädtische Erhebung der GMA vom April 2010 ergibt insgesamt eine Verkaufsfläche von 75.480 m² für die Stadt Lüdinghausen, die sich auf 200 Betriebe aufteilt.

Die Verkaufsfläche im ZVB Innenstadt Lüdinghausen beträgt insgesamt 20.065 m²¹⁷. Damit befinden sich 26,58 % der gesamtstädtischen Verkaufsfläche im ZVB Innenstadt. Mit 11.095 m² nimmt der Sortimentsschwerpunkt Bekleidung, Schuhe und Sport hierbei 39,6 % der gesamten Verkaufsfläche des ZVB ein. Dabei wird der historische Innenstadtkern zum Großteil von klein- bis mittelflächigem Einzelhandel geprägt. Größere Betriebe mit mehr Verkaufsfläche befinden sich entlang der Konrad-Adenauer-Straße.

Die Veranstaltungsfläche für den **Lüdinghauser Frühling** beträgt insgesamt rund 17.750 m². Der Markt nimmt davon rund 1.545 m² ein. Somit stehen Veranstaltungsfläche und Verkaufsfläche im ZVB Innenstadt in einem Verhältnis von 1 : 1,13¹⁸. Beim Kartoffelfest und Wintermarkt ist das Verhältnis von Veranstaltungs- zu Verkaufsfläche 1 : 1,99 und beim Stadtfest von Veranstaltungs- zu Verkaufsfläche 1,09 : 1.

¹⁶ Pressemitteilung zu den verkaufsoffenen Sonntagen im Stadtbezirk Münster-Mitte, Altstadt/Bahnhofsviertel, an den Sonntagen 4. Dezember 2016, 10. Dezember 2017, 9. Dezember 2018 und 8. Dezember 2019 (jeweils 2. Advent)

¹⁷ Erhebung GMA April 2010

¹⁸ Ohne den Markplatz – der sich ausschließlich in diesem Jahr in der Umgestaltung befindet - ergibt sich ein Verhältnis von 1 : 1,24.

Da nicht alle Betriebe an verkaufsoffenen Sonntagen teilnehmen, fällt die Verkaufsfläche geringer aus. Lüdinghausen Marketing e. V. gibt an, dass die teilnehmenden Betriebe eine Verkaufsfläche von 9.714 m² ausmachen. Hierdurch verschiebt sich das Verhältnis von Veranstaltungsfläche zu Verkaufsfläche beim **Lüdinghauser Frühling** auf 1,83 : 1, beim **Stadtfest** auf 2,26 : 1 und beim **Kartoffelfest sowie Wintermarkt** auf 1,07 :1 (vgl. Tabelle 1). Laut Lüdinghausen Marketing e. V. befinden sich die Einzelhandelsnutzungen, welche am Sonntag öffnen, innerhalb des ZVB.

Tabelle 1 Verhältnis Verkaufsfläche zu Veranstaltungsfläche bei gewöhnlicher Sonntagsöffnung

Veranstaltung	Verhältnis Veranstaltungsfläche : geöffnete Verkaufsfläche
Kartoffelfest	1,07 : 1
Wintermarkt	1,07 : 1
Lüdinghauser Frühling	1,83 : 1
Stadtfest	2,26 : 1

In der Vergangenheit hatten allerdings laut Lüdinghausen Marketing e. V. u. a. auch Einzelhandelsbetriebe mit dem Sortimentsschwerpunkt Hausrat/Einrichtung/Möbel geöffnet. Exklusive der innerstädtischen Verkaufsfläche befinden sich im übrigen Stadtgebiet 15.975 m² Verkaufsfläche mit dem o. g. Sortimentsschwerpunkt¹⁹.

Diese Verkaufsfläche zusammen mit der Verkaufsfläche des ZVB Innenstadt ergibt für den Lüdinghauser Frühling ein Verhältnis von Veranstaltungsfläche zu Verkaufsfläche von 1 : 2,03. Wird lediglich die Verkaufsfläche der teilnehmenden Betriebe berücksichtigt ergibt dies ein Verhältnis von 1 : 1,45 von Veranstaltungsfläche zu Verkaufsfläche für den Lüdinghauser Frühling.

¹⁹ Stand 2010 - Quelle: Gutachten zum kommunalen Einzelhandelskonzept für die Stadt Lüdinghausen 2011, S. 90

Branchen	Betriebe*		Verkaufsfläche*		Umsatz (brutto)**	
	abs.	in %	in m ²	in %	in Mio. €	in %
Nahrungs- und Genussmittel	9	8,5	2.965	14,8	13,3	17,7
Gesundheit, Körperpflege	9	8,5	745	3,7	11,3	15,1
Blumen, zoologischer Bedarf	3	2,8	115	0,6	0,4	0,6
kurzfristiger Bedarf	21	19,8	3.825	19,1	25,0	33,4
Bücher, Schreib-, Spielwaren	7	6,6	670	3,3	2,9	3,9
Bekleidung, Schuhe, Sport	42	39,6	11.095	55,3	32,0	42,7
mittelfristiger Bedarf	49	46,2	11.765	58,6	34,9	46,6
Elektrowaren	6	5,7	425	2,1	2,1	2,8
Hausrat, Einrichtung, Möbel	17	16,0	2.870	14,3	7,6	10,2
Bau-, Heimwerker-, Gartenbedarf	1	0,9	1)	1)	1)	1)
Optik, Uhren, Schmuck	11	10,4	560	2,8	4,0	5,3
sonstige Sortimente	1	0,9	1)	1)	1)	1)
langfristiger Bedarf	36	34,0	4.475	22,3	15,0	20,0
Einzelhandel gesamt	106	100,0	20.065	100,0	74,9	100,0
<p>* Zuordnung nach Sortimentsschwerpunkt</p> <p>** bereinigte Werte, d. h. Verkaufsflächen von Mehrbranchenunternehmen wurden den jeweiligen Branchen zugeordnet</p> <p>1) aus datenschutzrechtlichen Gründen kein Ausweis möglich</p> <p>Quelle: GMA-Erhebungen 2010 (ca.-Werte, gerundet)</p>						

Abbildung 8 Einzelhandelsbestand zentraler Versorgungsbereich Innenstadt LH²⁰

Tabelle 2 zeigt die die o. g. Verhältnisse für alle Veranstaltungen mit Sonntagsöffnung. Dabei zeigt sich, dass Einzelhandelsbetriebe mit dem Sortimentsschwerpunkt Hausrat/Einrichtung/Möbel sonntags nur am Stadtfest öffnen sollten – falls lediglich die reduzierte Verkaufsfläche von 9.714 m² in der Innenstadt öffnet. Daneben muss ein räumlicher Bezug zwischen Einzelhandelsbetrieb und Veranstaltungsfläche bestehen.

²⁰ Quelle: Gutachten zum kommunalen Einzelhandelskonzept für die Stadt Lüdinghausen 2011, S. 90

Tabelle 2 Verhältnis Verkaufsfläche zu Veranstaltungsfläche inklusive dem Sortiment Hausrat/Einrichtung/Möbel

Veranstaltung	VK ²¹ ZVB + VK Hausrat/Einrichtung/Möbel im Verhältnis zur Veranstaltungsfläche	Geöffnete VK an verkaufsoffenen Sonntagen + VK Hausrat/Einrichtung/Möbel im Verhältnis zur Veranstaltungsfläche
Kartoffelfest/Wintermarkt	3,58 : 1	2,55 : 1
Lüdinghauser Frühling	2,03 : 1	1,45 : 1
Stadtfest	1,65 : 1	1,17 : 1

Im Einzelhandelsgutachten der GMA von 2011 wird eine Kaufkraftbindung von ca. 75 % errechnet. D. h. das ca. 25 % der vorhandenen Kaufkraft an andere Einkaufsstandorte abfließen. Von einer starken überregionalen Magnetwirkung des Einzelhandels kann für Lüdinghausen daher nicht ausgegangen werden. Vielmehr bedarf es weiterer Aktivitäten des Marketings und Veranstaltungen, um größere Besucherströme für die Innenstadt auszulösen.

4.4 Besucherprognosen für die verkaufsoffenen Sonntage und Vergleichstage

Für die Abschätzung der Besucherzahlen dienen Passantenfrequenzzählungen des Lüdinghausen Marketing e. V., der zum Westfälischen Wintermarkt 2017 am Sonntag drei einstündige Messungen durchführt. Als Vergleichswert erfasst Lüdinghausen Marketing e. V. die Passanten am Samstag davor während der Kernöffnungszeiten. Auch hier werden drei einstündige Messungen an zwei Standorten durchgeführt (vgl. **Fehler! Verweisquelle konnte nicht gefunden werden.**). Der Wintermarkt beginnt um 11:00 Uhr und endet um 18:00 Uhr. Sonntags öffnen die Geschäfte um 13:00 Uhr und schließen gleichzeitig mit dem Wintermarkt um 18:00 Uhr. Laut Lüdinghausen Marketing e. V. ist der Grund für die Abnahme der Besucherzahlen um 20 % bis 30 % im Vergleich zu den vergangenen Jahren das Glatteis. Für die drei übrigen verkaufsoffenen Sonntage werden Passantenzählungen an denselben Messpunkten durchgeführt, um eine Vergleichbarkeit herzustellen. Passantenfrequenzen zum Lüdinghauser Frühling, Stadtfest und Kartoffelfest werden daran angepasst erhoben. Passanten werden in Zeiträumen gezählt, die an die Kernöffnungszeiten der Läden angepasst sind. Samstags ist der Zeitraum der Messungen 10:00 – 16:00 Uhr. Aufgrund der späteren Öffnungszeiten des Einzelhandels am Sonntag beginnen die

²¹ VK steht für Verkaufsfläche

Zählungen für den Westfälischen Wintermarkt 2017 um 12:00 Uhr und enden um 18:00 Uhr. Die Messungen zum Lüdinghauser Frühling sind hieran angepasst. Innerhalb von einem Zeitraum von sechs Stunden finden jeweils drei Zählungen an den Standorten Langenbrückenstraße und Wilhelmstraße statt. Die fehlenden Daten errechnen sich durch lineare Inter- bzw. Extrapolation.

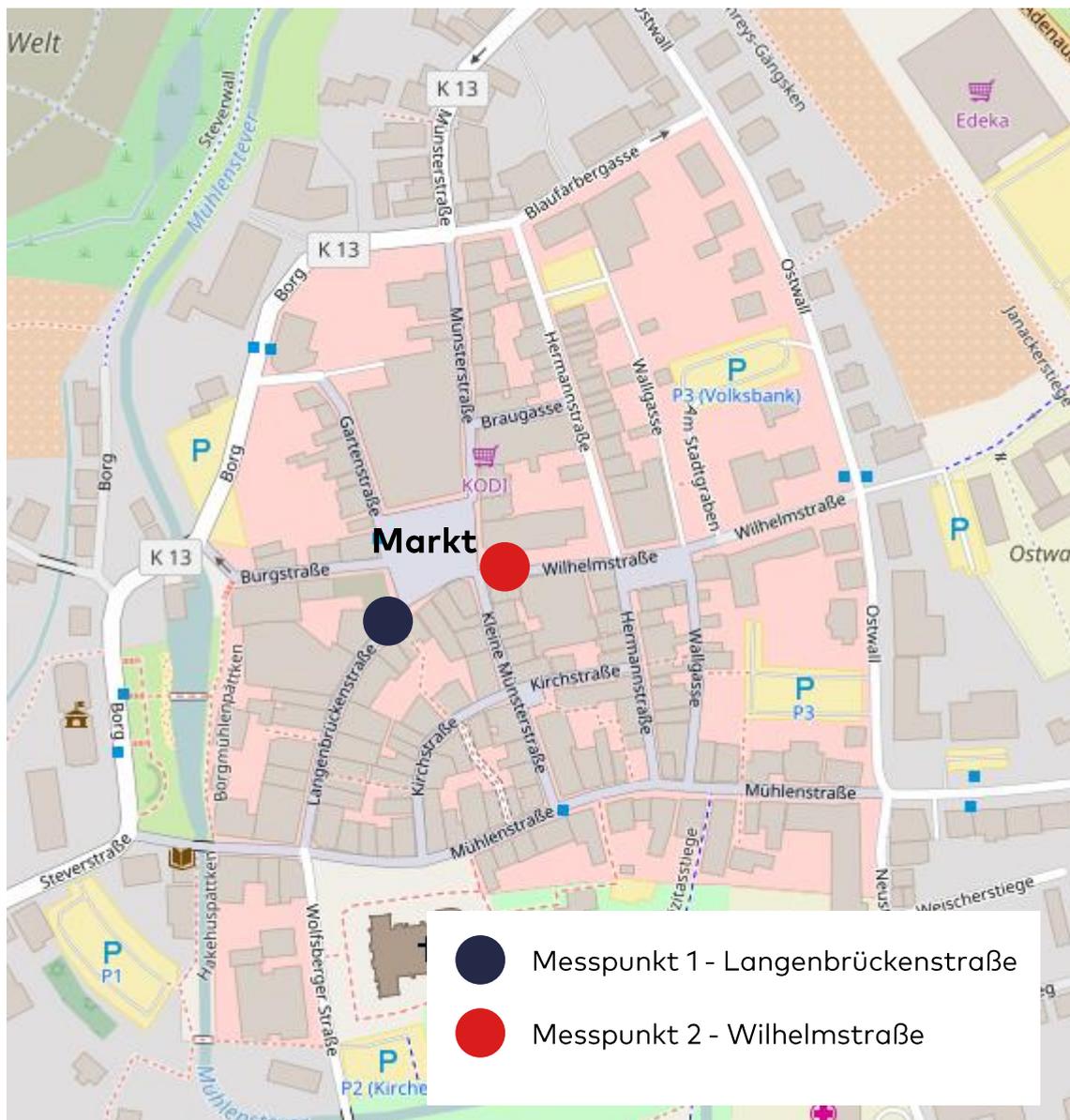


Abbildung 9 Messpunkte für die Passantenfrequenzmessung

Um ein genaueres Bild von den Passantenfrequenzen zu erhalten, finden die übrigen Zählungen zum Stadtfest, Kartoffelfest und Westfälischen Wintermarkt 2018 zwischen 11:00 Uhr – 18:00 Uhr statt. Die Zeitintervalle der Messungen konnten an

beiden Messpunkten gegenüber den Messungen zu den ersten beiden Wochenenden erhöht werden. Die ersten zwei Frequenzzählungen zum westfälischen Wintermarkt und Lüdinghauser Frühling bilden dabei die Untersuchungsgrundlage für alle weiteren Zählungen und stellen eine erste Entscheidungsgrundlage für die Fachverwaltung dar.

4.4.1 Passantenfrequenzmessung Westfälischer Wintermarkt

Vor dem verkaufsoffenen Sonntag zum Westfälischen Wintermarkt, am Samstag, 07.01.2017 passieren durchschnittlich rund 510 Personen pro Stunde den Messpunkt Langenbrückenstraße und 330 Personen pro Stunde den Messpunkt an der Wilhelmstraße. Somit passieren 3.060 Besucher den Messpunkt Langenbrückenstraße innerhalb von sechs Stunden. Am Messpunkt Wilhelmstraße sind es 1.982 Personen. Der Durchschnittswert pro Stunde für beide Messpunkte beträgt 420 Personen. Insgesamt werden 5.042²² Personen in dem o. g. Zeitraum gezählt. Abbildung 10 zeigt stundenweise die Passantenfrequenzen für beide Messpunkte separat und veranschaulicht den Mittelwert der beiden Messpunkte.

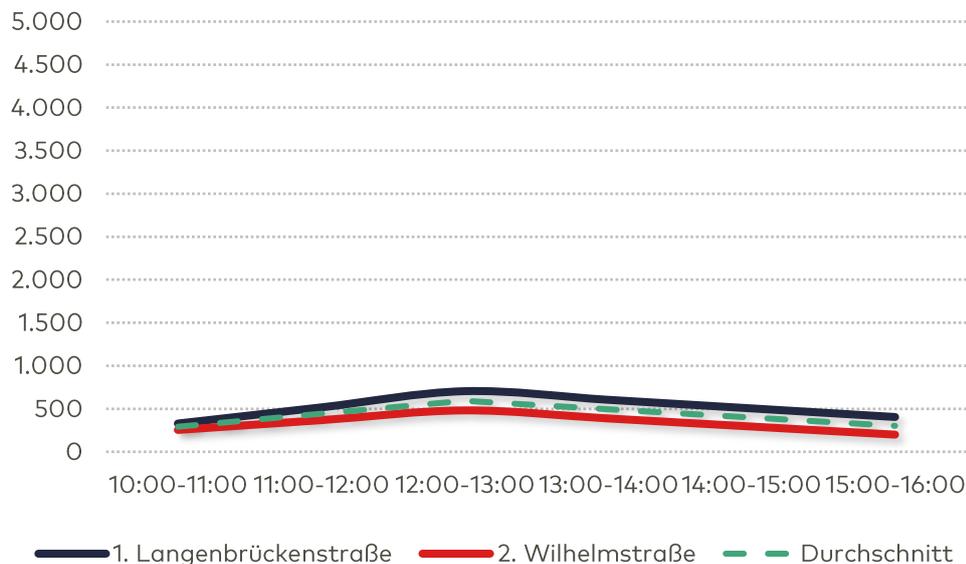


Abbildung 10 Frequenzmessung zum Westfälischen Wintermarkt am Samstag, 07.01.2017 an zwei Messpunkten

Am Sonntag, 8.01.2017 queren durchschnittlich 2.633 Personen pro Stunde den Messpunkt Langenbrückenstraße. Am zweiten Messpunkt Wilhelmstraße sind es – nach Inter- bzw. Extrapolation der Daten – 2.509 Personen pro Stunde. Insgesamt 15.795 Personen passieren die Messstellen an der Langenbrückenstraße und 15.054

²² Aufgrund der Straßenführung ist es wahrscheinlich, dass einige Personen doppelt gezählt wurden.

Personen den Zählpunkt an der Wilhelmstraße. Somit können für beide Messpunkte 30.849²³ Personen im o. g. Zeitraum ermittelt werden (vgl. Abbildung 11). Der Mittelwert für die beiden Messpunkte in dem Zeitraum von sechs Stunden beträgt 15.425 Personen. Abbildung 12 zeigt den Mittelwert der beiden Messpunkte mit Trendentwicklung über sechs Stunden. Pro Stunde bewegen sich im Mittel 2.571 Passanten über die beiden Messpunkte.

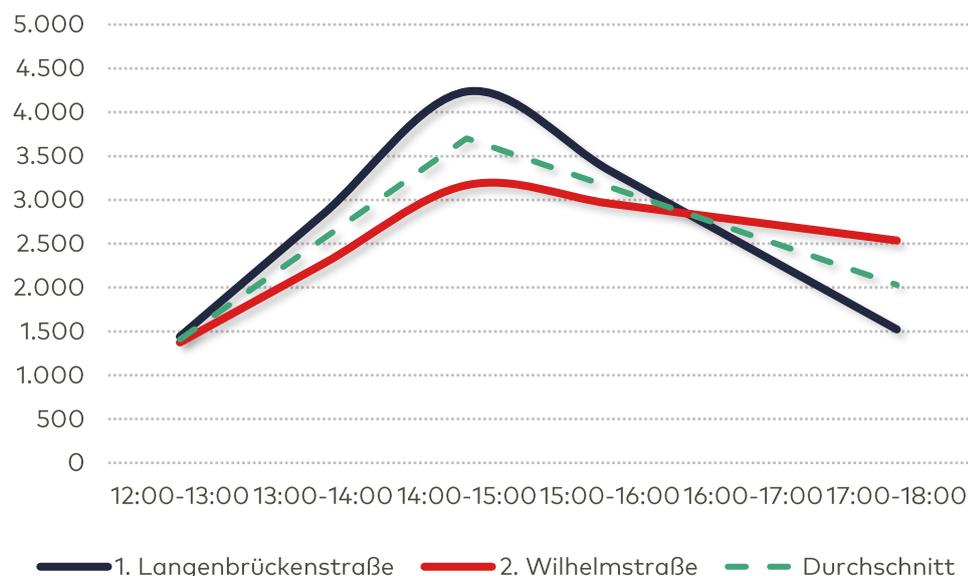


Abbildung 11 Frequenzmessung zum Westfälischen Wintermarkt am Sonntag, 08.01.2017 an zwei Messpunkten

Abbildung 12 veranschaulicht die insgesamt gezählten Passanten für den Samstag und den verkaufsoffenen Sonntag mit Veranstaltung. Am Samstag werden an beiden Messpunkten insgesamt 5.042 Personen und am Sonntag 30.849 Personen erfasst. Die Passantenfrequenzen zu den Kernzeiten des verkaufsoffenen Sonntags sind deutlich höher als die des vorhergehenden Samstags.

²³ Aufgrund der Straßenführung ist es wahrscheinlich, dass einige Personen doppelt gezählt wurden.

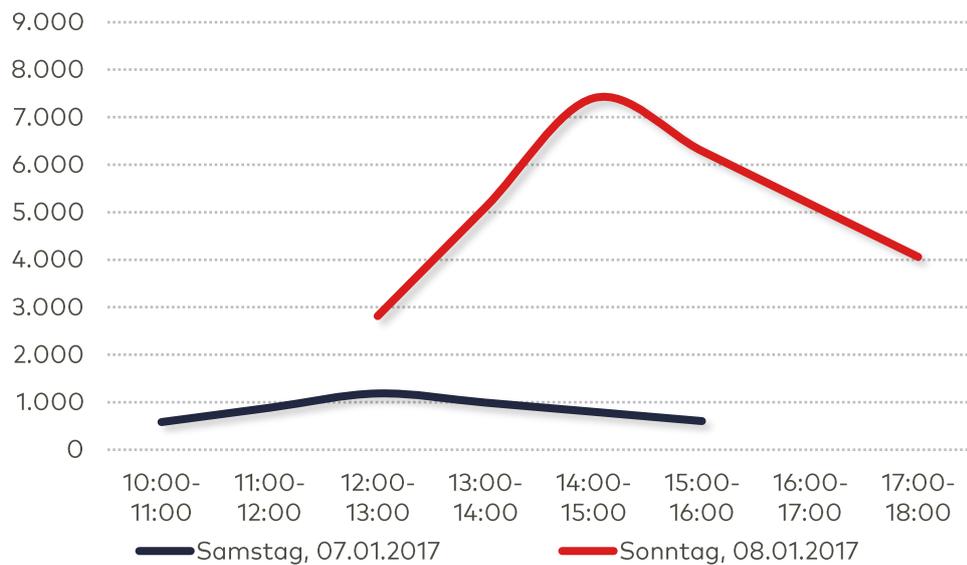


Abbildung 12 Vergleich der insgesamt gezählten Passanten an den zwei Messpunkten

Um die Daten von Lüdinghausen Marketing e.V. aus dem Jahr 2017 mit dem Folgejahr zu vergleichen, wird die Passantenfrequenzzählung mit erhöhten Zählintervallen im Jahr 2018 wiederholt.

Abbildung 13 zeigt die erfassten Passantenfrequenzen am Samstag, 06.01.2018 für die zwei gewählten Messpunkte. Durchschnittlich passieren 604 Personen pro Stunde den Messpunkt Langenbrückenstraße und in der Wilhelmstraße rund 636 Personen pro Stunde. Insgesamt 3.624 Personen queren die Messstellen an der Langenbrückenstraße und 3.814 Personen den Zählpunkt an der Wilhelmstraße. Somit werden für beide Messpunkte 7.438²⁴ Personen innerhalb von sechs Stunden erfasst. Im Durchschnitt werden an den beiden Messpunkten in dem Zeitraum 619 Personen pro Stunde gezählt. Abbildung 13 zeigt den Frequenzverlauf nach Messpunkten und den Mittelwert aus beiden Messpunkten.

²⁴ Aufgrund der Straßenführung ist es wahrscheinlich, dass einige Personen doppelt gezählt wurden.

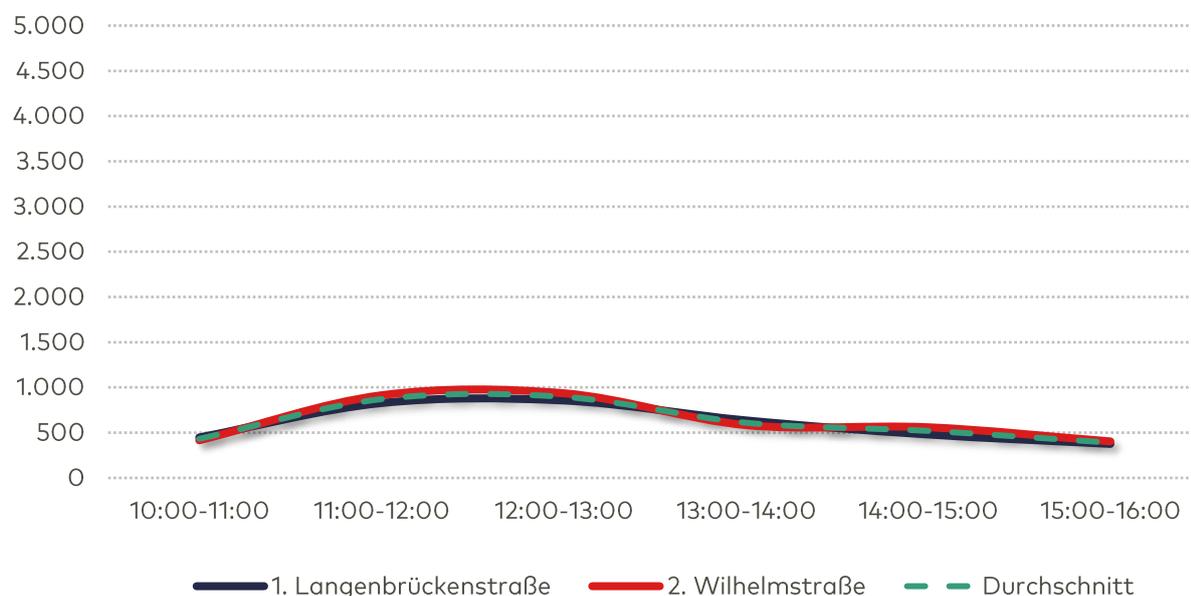


Abbildung 13 Frequenzmessung zum Westfälischen Wintermarkt am Samstag, 06.01.2018 an zwei Messpunkten

Am verkaufsoffenen Sonntag, 07.01.2018 werden im Mittel 2.154 Passanten pro Stunde für beide Messpunkt gezählt. Abbildung 14 zeigt die erfassten Passantenfrequenzen für die zwei gewählten Messpunkte. Durchschnittlich passieren rund 2.121 Personen pro Stunde den Messpunkt Langenbrückenstraße und in der Wilhelmstraße rund 2.186 Personen pro Stunde. Insgesamt 14.844 Personen passieren die Messstellen an der Langenbrückenstraße und 15.308 Personen den Zählpunkt an der Wilhelmstraße. Somit werden für beide Messpunkte 30.152²⁵ Personen innerhalb von sieben Stunden erfasst.

²⁵ Aufgrund der Straßenführung ist es wahrscheinlich, dass einige Personen doppelt gezählt wurden.

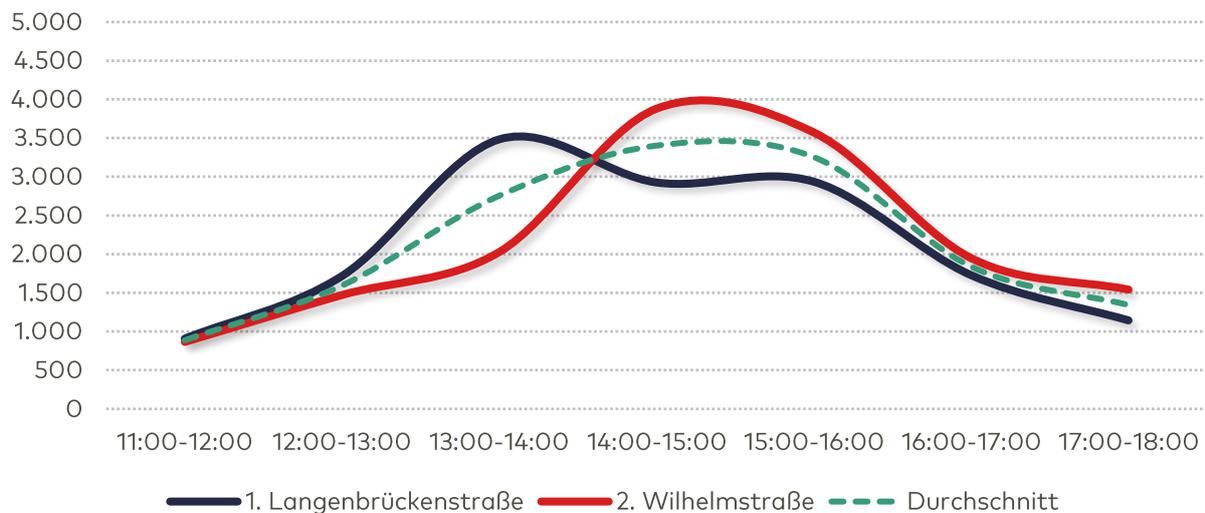


Abbildung 14 Frequenzmessung zum Westfälischen Wintermarkt am Sonntag, 07.01.2018 an zwei Messpunkten

Am Sonntag passieren mehr als viermal so viele Besucher die Messpunkte wie am vorherigen Samstag. Abbildung 15 verdeutlicht die unterschiedlichen Passantenfrequenzen zwischen Samstag und Sonntag. So zeigt der Samstag als Höchstwert 1.774 Personen für die beiden Messpunkte am Vormittag. Am verkaufsoffenen Sonntag beträgt der Höchstwert 6.806 Personen zwischen 14:00 und 15:00 Uhr. Der verkaufsoffene Sonntag mit Veranstaltung zieht also deutlich mehr Besucher in die Innenstadt als der vorhergehende Samstag mit gewöhnlichen Ladenöffnungszeiten.

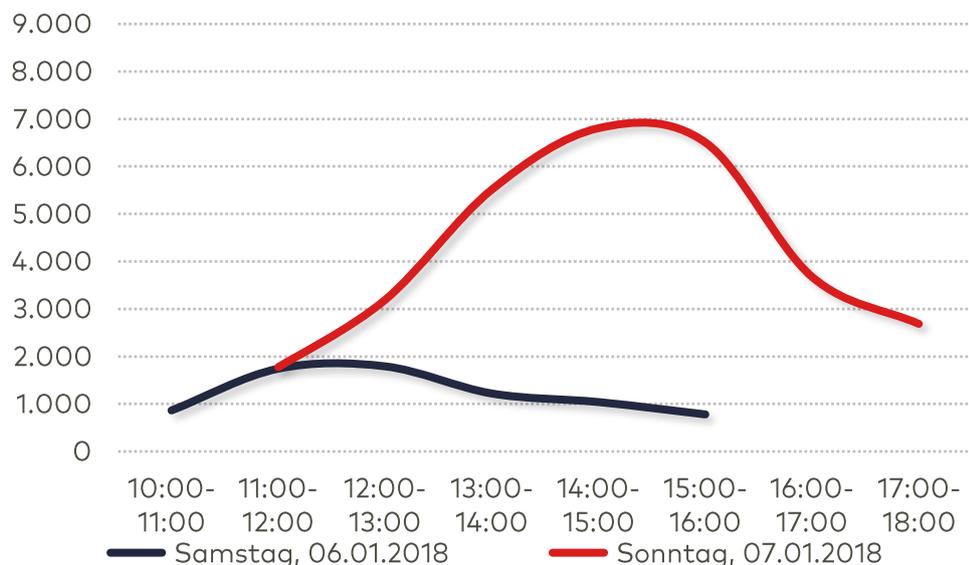


Abbildung 15 Vergleich der insgesamt gezählten Passanten am Samstag und Sonntag des Westfälischen Wintermarkt 2018

Vor Beginn der Geschäftsöffnung um 13:00 Uhr des Einzelhandles werden bereits 3.190 Passanten an den beiden Messpunkten erfasst.

Die Ergebnisse von der Messung am Wintermarkt aus dem Jahr 2017, die von Lüdinghausen Marketing e.V. erhoben und anschließend extrapoliert wurden, werden in der Gesamtaussage durch die Erhebung im Jahr 2018 bestätigt. Unterschiede bei den Ergebnissen können zu dieser Jahreszeit durch das Wetter hervorgerufen werden. So ist es bei der Erhebung im Jahr 2018 deutlich milder als im Vorjahr.

4.4.2 Passantenfrequenzmessung am Lüdinghauser Frühlingsfest

Am Samstag, 22.04.2017 passieren durchschnittlich rund 688 Personen den Messpunkt an der Langenbrückenstraße. An der Wilhelmstraße sind es durchschnittlich rund 922 Personen. In dem Zeitpunkt der Messung passieren 4.126 Personen den Messpunkt 1 „Langenbrückenstraße“. Insgesamt sind es an Messpunkt 2 „Wilhelmstraße“ 5.535 Personen. Die Summe von Messpunkt 1 und 2 beträgt 9.660 Passanten. Abbildung 17 veranschaulicht, dass die Wilhelmstraße gerade am Vormittag stärker frequentiert wird. Der Durchschnitt aus beiden Messpunkte ist 4.830 Personen, d. h. 805 Personen queren stündlich die Messpunkte.

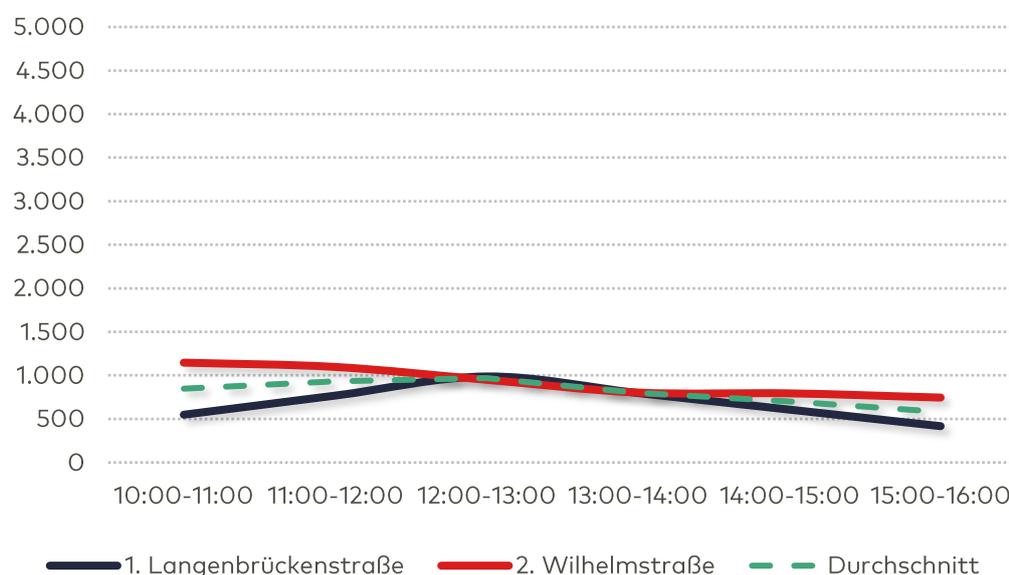


Abbildung 16 Frequenzmessung zum Lüdinghauser Frühlingsfest am Samstag, 22.04.2017 an zwei Messpunkten

Am Sonntag, 23.04.2017, dem Hauptveranstaltungstag des Lüdinghauser Frühlings, richtet sich der Messzeitraum ebenso nach den Kernöffnungszeiten der Sonntagsöffnung im Einzelhandel. Am Messpunkt 1 (Langenbrückenstraße) werden

12.049 Personen und am Messpunkt 2 (Wilhelmstraße) 17.832 Personen gezählt. Hieraus ergibt sich ein Durchschnitt aus beiden Messpunkten von 14.941 Personen. Der erste Messpunkt wird stündlich von 2.008 Passanten und Messpunkt 2 stündlich von 2.972 Besuchern passiert. Beide Messpunkte werden somit im Durchschnitt von 2.490 Personen pro Stunde gequert. Abbildung 17 verdeutlicht, dass insbesondere am Mittag und Nachmittag die Wilhelmstraße höhere Passantenfrequenzen vorweist. Der Durchschnitt der beiden Messpunkte ergibt einen Besucherhöchststand zwischen 15:00 – 17:00 Uhr mit 3.050 Passanten. Bereits vor Geschäftsöffnung (12:00 – 13:00 Uhr) queren durchschnittlich rund 1.980 Personen die Messpunkte an den südlichen Zugängen zum Markt (vgl. Abbildung 16 Abbildung 16 Frequenzmessung zum Lüdinghauser Frühlingsfest am Samstag, 22.04.2017 an zwei Messpunkten).

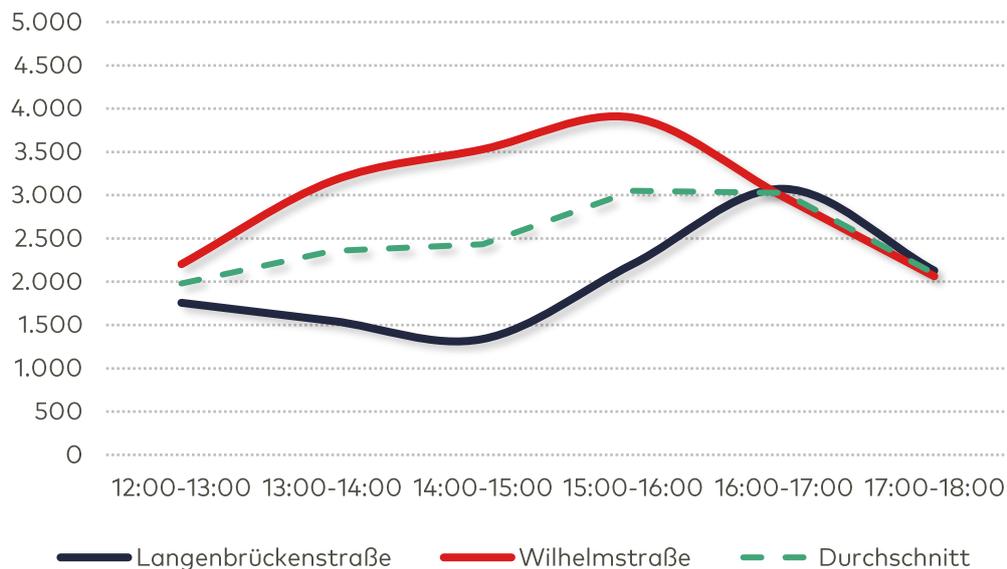


Abbildung 17 Frequenzmessung zum Lüdinghauser Frühlingsfest am Sonntag, 23.04.2017 an zwei Messpunkten

Die Gegenüberstellung der Frequenzmessungen vom Samstag zum verkaufsoffenen Sonntag verdeutlicht, dass mehr als dreimal so viele Personen den verkaufsoffenen Sonntag besuchen, wie am Samstag davor. Im Jahr 2017 wurde der Veranstaltungsschwerpunkt auf den Sonntag gelegt. Die geöffneten Geschäfte allein stellen also ein zusätzliches Angebot zu der Veranstaltung dar, können allerdings nicht allein als Erklärung für die eindeutig höheren Passantenfrequenzen herangezogen werden.

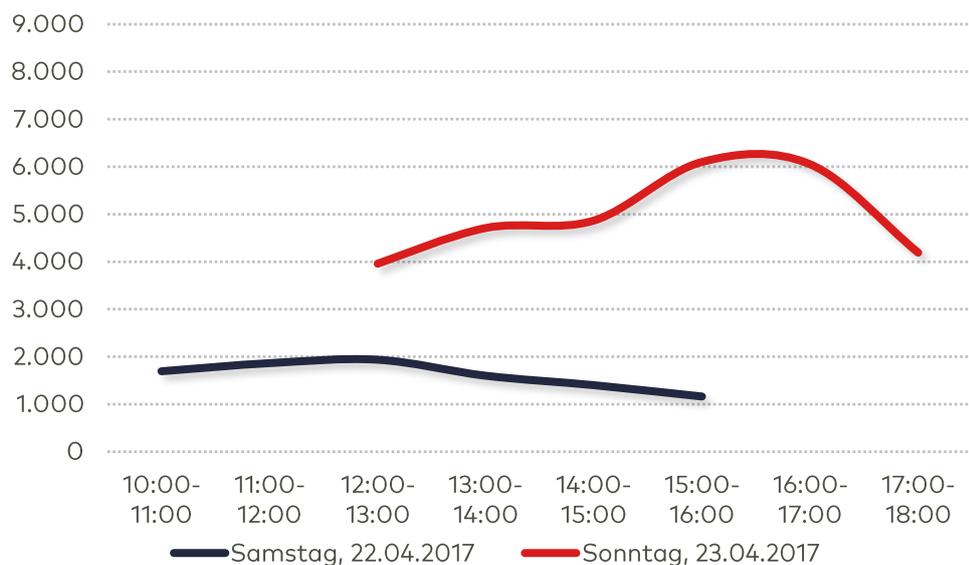


Abbildung 18 Vergleich der insgesamt gezählten Passanten am Samstag und Sonntag des Lüdinghauser Frühlingsfest

Obwohl Freitag und Samstag bereits ein französischer Markt zusätzlich zu der herkömmlichen Öffnung der Einzelhandelsbetriebe in der Innenstadt geöffnet ist, zieht erst das umfangreichere Programm des Lüdinghauser Frühlings größere Besucherströme in die Innenstadt. Dabei können bereits vor Öffnung des stationären Einzelhandels mehrere Tausend Besucher (3.959 Personen) in der Innenstadt gemessen werden.

4.4.3 Passantenfrequenzmessung am Stadtfest

Das Stadtfest erstreckt sich insgesamt über drei Tage (Freitag bis Sonntag), wobei sich der räumliche Veranstaltungsschwerpunkt am Sonntag um den Markt konzentriert. Mit einem Kinderflohmarkt und diversen Spielmöglichkeiten werden vor allem Familien angesprochen. Diese Schwerpunktsetzung spiegelt sich in den Passantenfrequenzen wieder.

Am Samstag, 16.09.2017 queren durchschnittlich 1.234 Personen den Messpunkt an der Langenbrückenstraße. An der Wilhelmstraße sind es durchschnittlich 1.393 Personen. In Summe werden an Messpunkt 1 und 2 insgesamt 15.763 Besucher gemessen. Abbildung 19 veranschaulicht, dass ab Mittag konstante Passantenfrequenzen von jeweils rund 1.400 Passanten an der Langenbrückenstraße und Wilhelmstraße zu messen sind. Von 10:00 Uhr an queren stündlich durchschnittlich 1.314 Personen die o. g. Messpunkte.

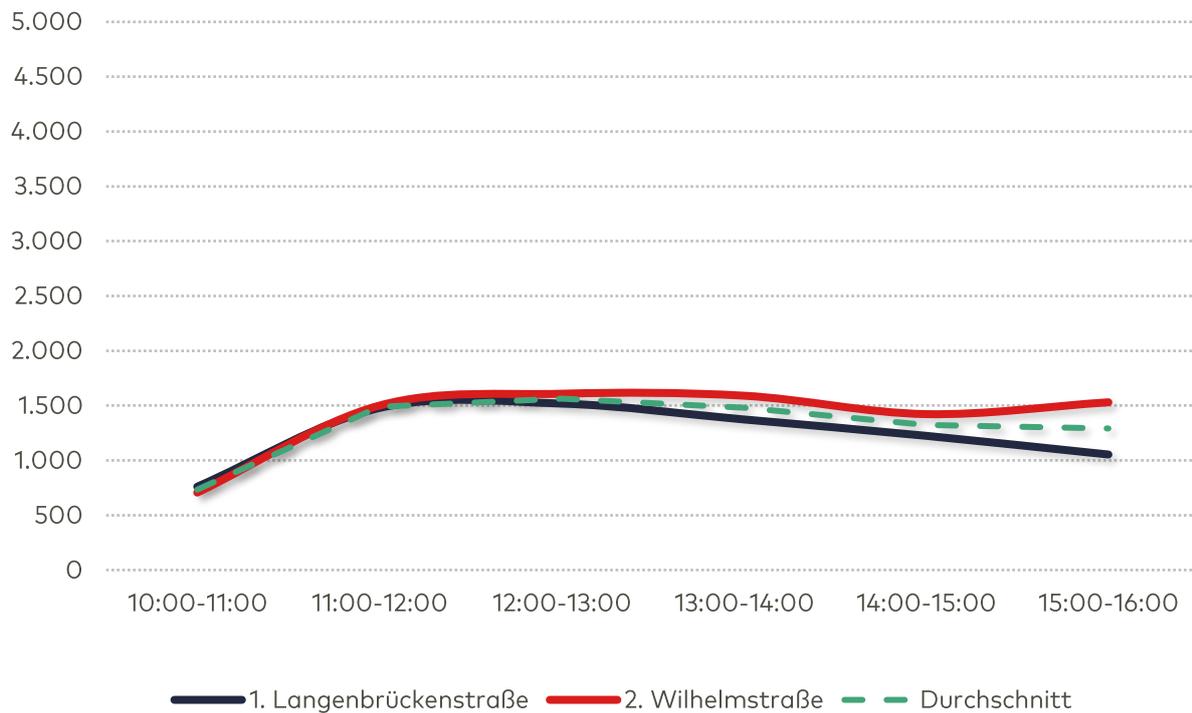


Abbildung 19 Frequenzmessung zum Stadtfest am Samstag, 16.09.2017 an zwei Messpunkten

Am Sonntag sind die durchschnittlichen stündlichen Passantenfrequenzen mit 2.877 Passanten mehr als doppelt so hoch wie am Samstag davor (vgl. Abbildung 20). Zwischen 14:00 – 15:00 Uhr werden die höchsten Passantenfrequenzen gemessen. Der Mittelwert aus beiden Messpunkten beträgt zu diesem Zeitpunkt 3.920 Passanten und an der Langenbrückenstraße werden 4.158 Passanten gemessen. Am Nachmittag nehmen die Passantenfrequenzen analog zum Anstieg am Vormittag wieder gleichmäßig ab.

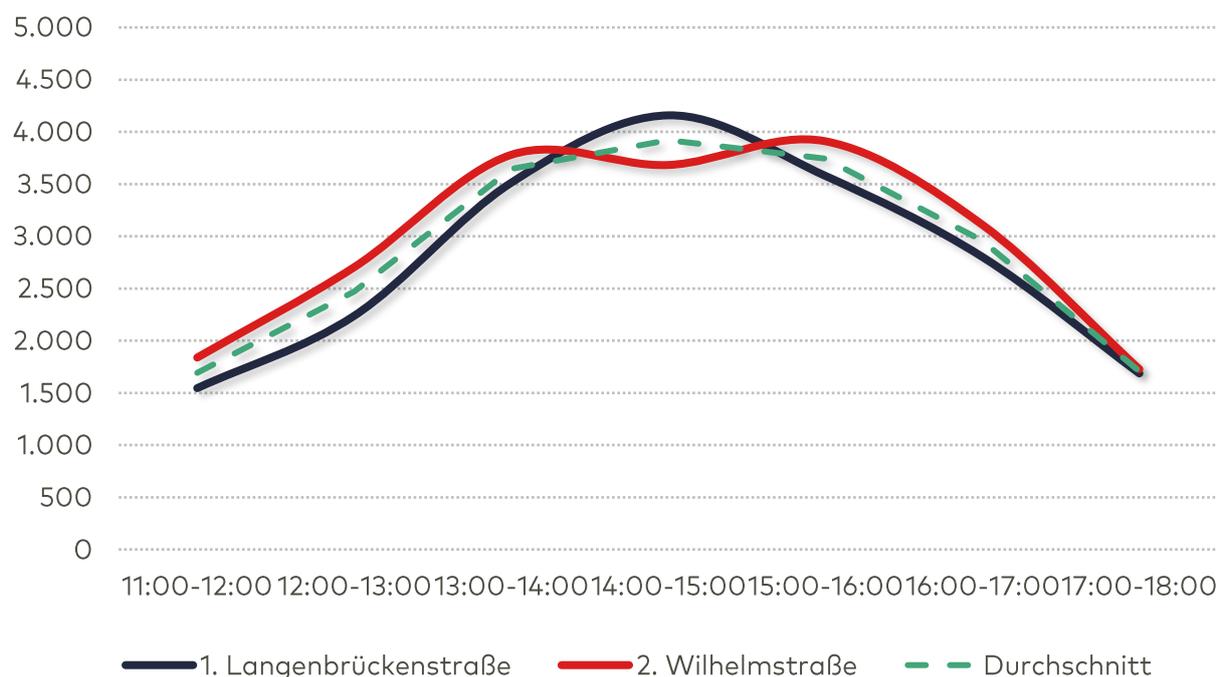


Abbildung 20 Frequenzmessung zum Stadtfest am Sonntag, 17.09.2017 an zwei Messpunkten

Die Gegenüberstellung der beiden Tage mit Frequenzmessungen verdeutlicht, dass am Sonntag während der Kernöffnungszeiten der Geschäfte mehr Besucher in der Innenstadt sind (vgl. Abbildung 21). Im Vergleich zu Samstagen ohne besondere Programmpunkte - vor dem Westfälischen Wintermarkt, Lüdinghauser Frühlingsfest und Kartoffelfest - liegen die Passantenfrequenzen ab der Mittagszeit konstant über 2.500 Passanten. Ab 12:00 Uhr ergibt sich hierdurch ein Mittelwert von 2.830 Personen. An den übrigen o. g. Samstagen liegt dieser Mittelwert zwischen 1.208 Passanten und 1.547 Passanten pro Stunde.

Die Veranstaltung am Samstag und Sonntag zieht demzufolge zusätzliche Besucher an den Marktplatz. Der Sonntag mit seinem Veranstaltungsschwerpunkt in der Innenstadt löst insgesamt deutlich höhere Frequenzen aus. Am Samstag passieren aufsummiert 2.627 Besucher pro Stunde Messpunkt 1 und 2, am Sonntag sind es mit 5.753 Passanten mehr als doppelt so viele (Abbildung 21).

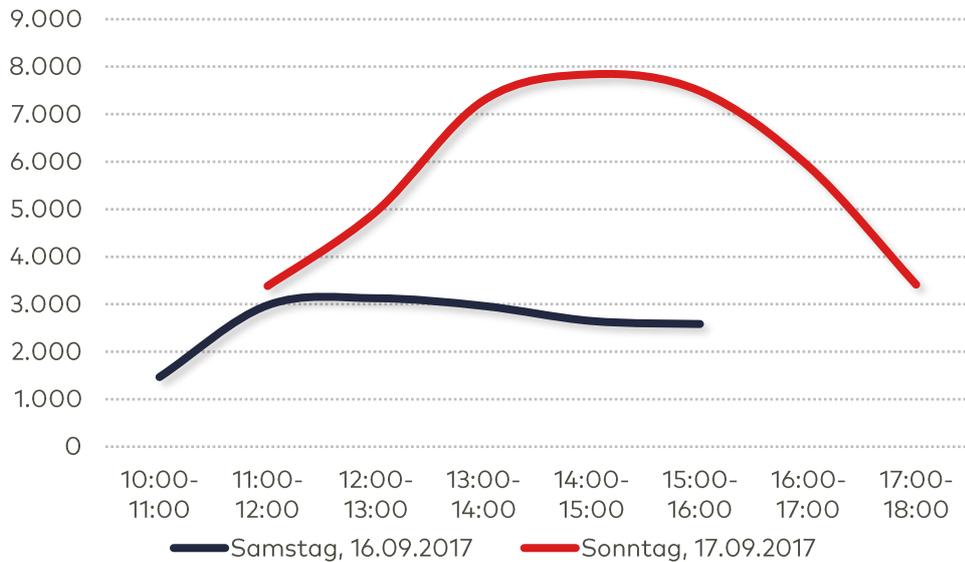


Abbildung 21 Vergleich der insgesamt gezählten Passanten am Samstag und Sonntag des Stadtfest

Die Passantenfrequenzen am Samstag und Sonntag sind deutlich höher als an den vergleichbaren Samstagen mit gewöhnlichen Geschäftsöffnungen. Am Sonntag werden eine Stunde vor Beginn der Geschäftsöffnung des Einzelhandles bereits insgesamt 4.942 Passanten an den beiden Messpunkten gezählt. Dies lässt den Schluss zu, dass die Veranstaltungen der hauptsächliche Anlass für einen Innenstadtbesuch sind.

4.4.4 Passantenfrequenzmessung am Kartoffelfest

Das Kartoffelfest ist die letzte Veranstaltung zu einem verkaufsoffenen Sonntag im Jahreskalender. Am Samstag, 04.11.2017 vor dem Kartoffelfest werden durchschnittlich 810 Personen an der Langenbrückenstraße und 789 an der Wilhelmstraße pro Stunde gezählt. In Summe passieren Messpunkt 1 und 2 insgesamt 9.594 Besucher. Abbildung 22 zeigt auch, dass die Passantenfrequenzen 1.000 Personen pro Stunde nur zwischen 11:00 und 13:00 Uhr knapp überschreiten.

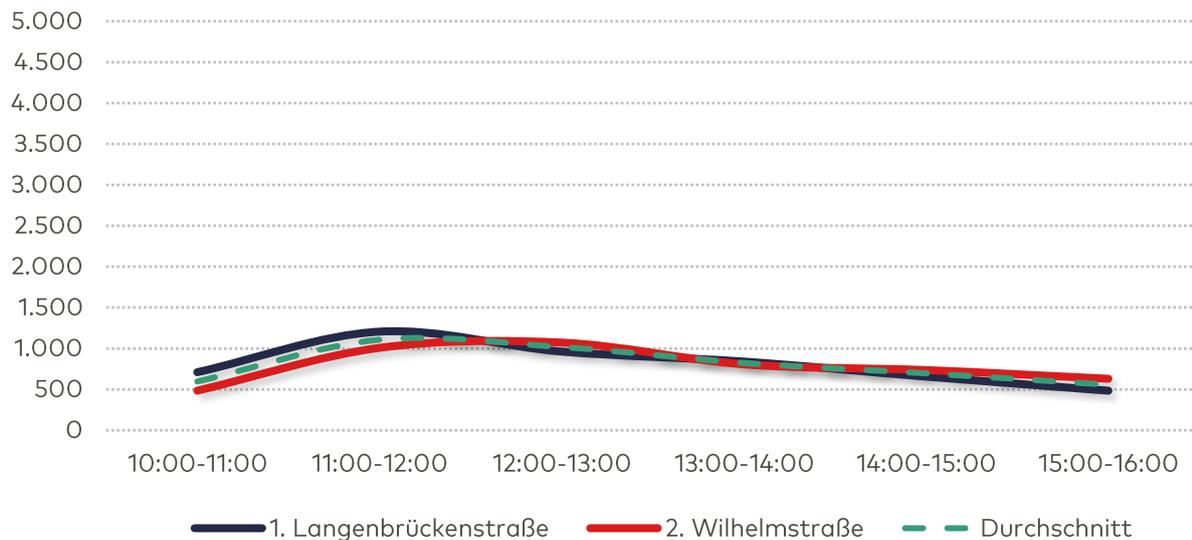


Abbildung 22 Frequenzmessung zum Kartoffelfest am Samstag, 04.11.2017 an zwei Messpunkten

Am Sonntag, 05.11.2018 ist die durchschnittliche Passantenfrequenz pro Stunde mit 2.579 Passanten mehr als dreimal so hoch wie am Samstag davor. Zwischen 15:00 und 16:00 Uhr werden die höchsten Passantenfrequenzen erreicht. An der Langenbrückenstraße werden in diesem Zeitraum 4.486 Passanten gemessen. Nach 16:00 Uhr nehmen die Frequenzen wieder ab, sodass in der Stunde vor Ladenschluss noch durchschnittlich 2.329 Passanten an beiden Messpunkten erfasst werden.

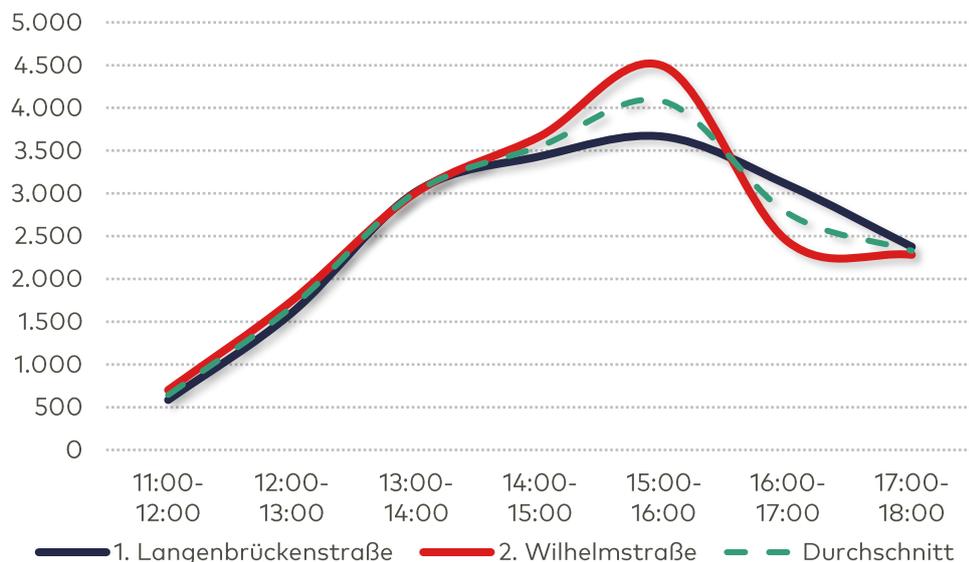


Abbildung 23 Frequenzmessung zum Kartoffelfest am Sonntag, 05.11.2017 an zwei Messpunkten

Der Sonntag des Kartoffelfests zeigt im Vergleich zum vorherigen Samstag deutlich höhere Passantenfrequenzen. Ähnlich wie bei den vorherigen verkaufsoffenen Sonntagen werden an beiden Messpunkten aufsummiert über 3.000 Personen (3.352 Personen) eine Stunde vor Geschäftsöffnung gezählt. Am Samstag davor sind es zum selben Zeitpunkt, zwei Stunden nach Geschäftsöffnung, lediglich 2.034 Passanten. Anschließend nehmen die Passantenfrequenzen im Laufe des Samstags kontinuierlich ab und am Sonntag rapide zu.

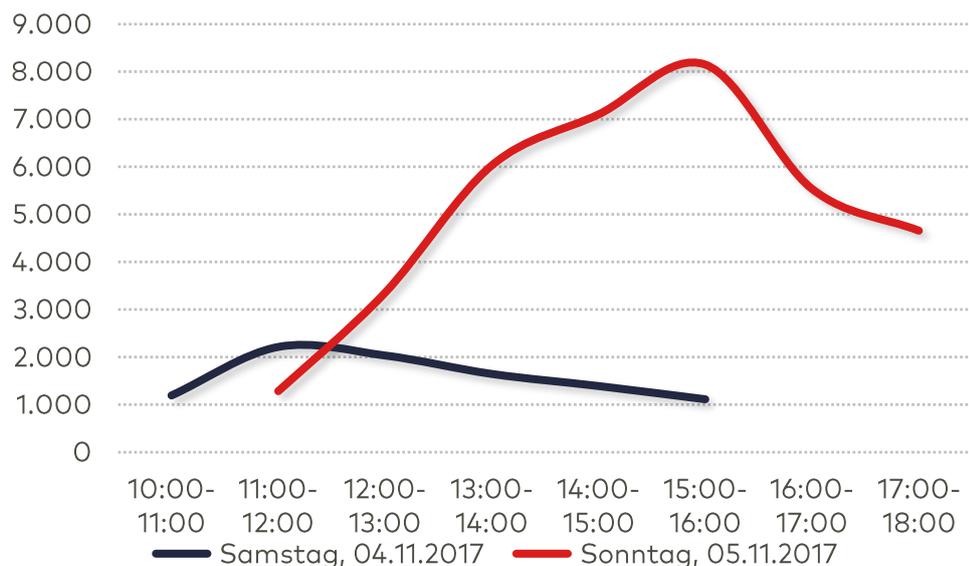


Abbildung 24 Vergleich der insgesamt gezählten Passanten am Samstag und Sonntag des Kartoffelfests

Auch am Kartoffelfest werden Besucher nicht ausschließlich durch geöffnete Verkaufsfläche am Sonntag in die Innenstadt gezogen. Am Sonntag ist die Passantenfrequenz fast viermal so hoch wie am Samstag davor, ohne besonderen Veranstaltungsschwerpunkt. Auch zeitlich funktioniert das Kartoffelfest unabhängig von der sonntäglichen Verkaufsöffnung. Die Öffnung der Geschäfte am Sonntag ist auf Datengrundlage der Passantenfrequenzmessung daher nicht Hauptanlass für einen Innenstadtbesuch.

4.5 Motivbefragung zur Bedeutung von Veranstaltungen als Anlass für den Besuch der Lüdinghauser Innenstadt

Die erste Motivbefragung wird zum Lüdinghauser Frühling durchgeführt. Hierbei steht im Mittelpunkt, eine erste Prognose darüber zu erlangen, ob die Besucher hauptsächlich wegen der Veranstaltung zum verkaufsoffenen Sonntag (Lüdinghauser Frühling, Stadtfest, Kartoffelfest und Westfälischen Wintermarkt) in die Innenstadt

von Lüdinghausen kommen. Daher wird die Besuchsmotivation für alle vier verkaufsoffenen Sonntage abgefragt. Die Befragten werden zu allen vier Veranstaltungen gefragt, ob sie aufgrund der Veranstaltung nach Lüdinghausen kommen.

Da sich die Besuchergruppen von Veranstaltung zu Veranstaltung - je nach Zielgruppe der Veranstaltung - ändern kann, wird zur Kontrolle an den übrigen verkaufsoffenen Sonntagen einer geringeren Stichprobe dieselbe Frage, allerdings nur in Bezug auf die jeweils stattfindende Veranstaltung, gestellt.

Zur Einschätzung der Bedeutung der Veranstaltungen als Anlass eines Innenstadtbesuchs dienen also folgende Motivbefragungen:

- Lüdinghauser Frühling (23.04.2017) – Befragung zu allen vier Veranstaltungen
- Stadtfest (17.09.2017)
- Kartoffelfest (05.11.2017)
- Westfälischen Wintermarkt (07.01.2018)

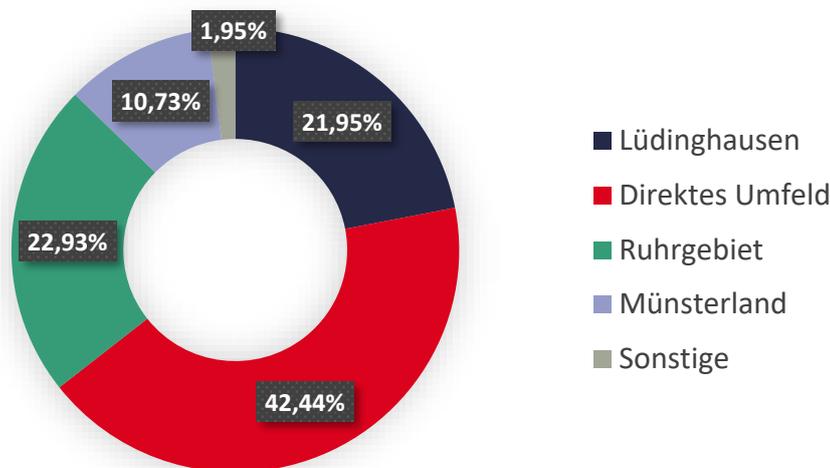
Die erste Motivbefragung im April wird während des gesamten Veranstaltungszeitraums von 11:00 – 18:00 Uhr realisiert. An diesem Tag werden 451 der 29.881 an beiden Messpunkten insgesamt gezählten Passanten befragt.

Insbesondere zu Beginn und gegen Ende der Veranstaltung sind die Besucherzahlen und somit die Teilnahme an der Befragung gering. Aus diesem Grund konzentrieren sich die Kontrollbefragungen der folgenden drei Termine auf die Kernzeit der Veranstaltung 12:00 – 17:00 Uhr.

4.5.1 Befragung am Westfälischen Wintermarkt

Im Januar 2018 findet zum Abgleich der Ergebnisse vom April 2017 eine zweite Befragung statt. Dabei werden 205 der insgesamt 30.152 gezählten Innenstadtbesucher befragt.

Das folgende Diagramm (Abbildung 25) zeigt die Herkunft der Befragten am Westfälischen Wintermarkt (07.01.2018). Die meisten befragten Besucher (64,39 %) kommen aus Lüdinghausen selbst und Kommunen aus dem direkten Umland (Selm, Senden, Olfen, Dülmen, Nordkirchen, Haltern am See oder Ascheberg). Davon stamme 42,44 % aus dem Umland und 21,95 % aus Lüdinghausen. Die meisten befragten Besucher aus dem Umland wohnen in Senden (14,48 %). Zusammengenommen besuchen 33,66 % Lüdinghausen aus dem Ruhrgebiet und Münsterland, wobei doppelt so viele Besucher aus dem Ruhrgebiet kommen (22,93 %) wie aus dem Münsterland (10,73 %). Mit 1,95 % kommt ein geringer Besucheranteil aus Kommunen außerhalb des klassischen Einzugsgebiets nach Lüdinghausen.

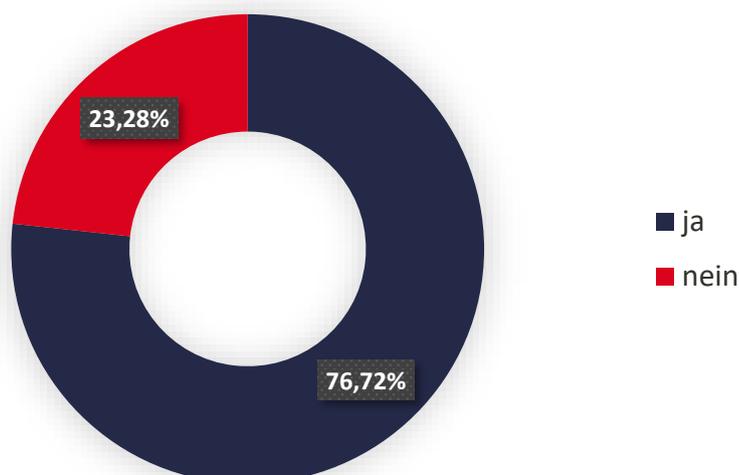


n=205

Abbildung 25 Herkunft der Befragten Besucher am Westfälischen Wintermarkt (07.01.2018)

Am Lüdinghauser Frühling bejahen mehr als drei Viertel der befragte Besucher (76,72 %) folgende Aussage und 23,28 % nehmen den Westfälischen Wintermarkt nicht als Anlass in die Innenstadt zu kommen (vgl. Abbildung 26):

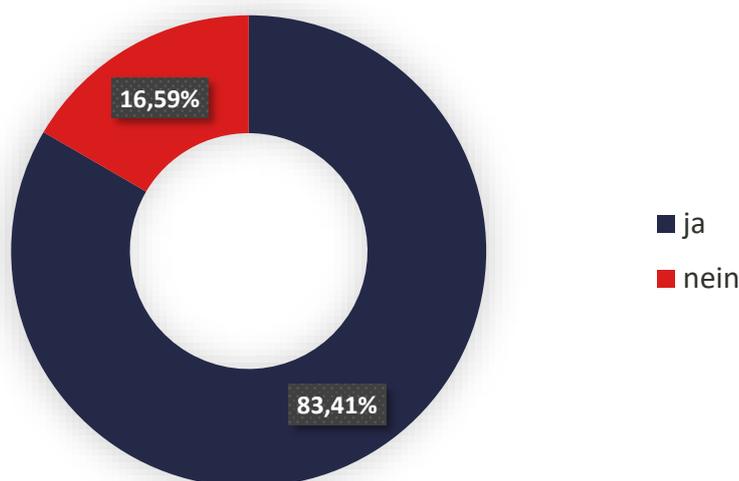
„Der ‚Westfälische Wintermarkt‘ mit den zahlreichen Marktständen mit Kunsthandwerk und regionalen Spezialitäten wie Struwen, Grünkohl, Pfefferpotthast oder Erbsensuppe ist für mich eine besondere Winterfreude und ich würde zu diesem Anlass sonntags in die Stadt kommen.“



n = 451

Abbildung 26 Motivbefragung zum Westfälischen Wintermarkt am Lüdinghauser Frühling (23.04.2017)

Am Westfälischen Wintermarkt selbst bestätigen 83,41 % der Befragten dieselbe Frage mit „ja“. Im Vergleich zur Befragung im April sind das 6,69 Prozentpunkte mehr. Die Prognose zu den Besuchsgründen der Innenstadt am verkaufsoffenen Sonntag kann somit bestätigt werden (vgl. Abbildung 35).



n = 205

Abbildung 27 Kontrollbefragung am Westfälischen Wintermarkt (07.01.2018)

Von den 30.152²⁶ Besuchern, die insgesamt für den Zeitraum 11:00 – 18:00 Uhr für die beiden Messpunkte im Januar 2018 gezählt werden, bildet die Veranstaltung für 25.150 Besucher (83,41 %) den vorwiegenden Anlass für den Besuch der Innenstadt.

4.5.2 Befragung am Lüdinghauser Frühlingsfest

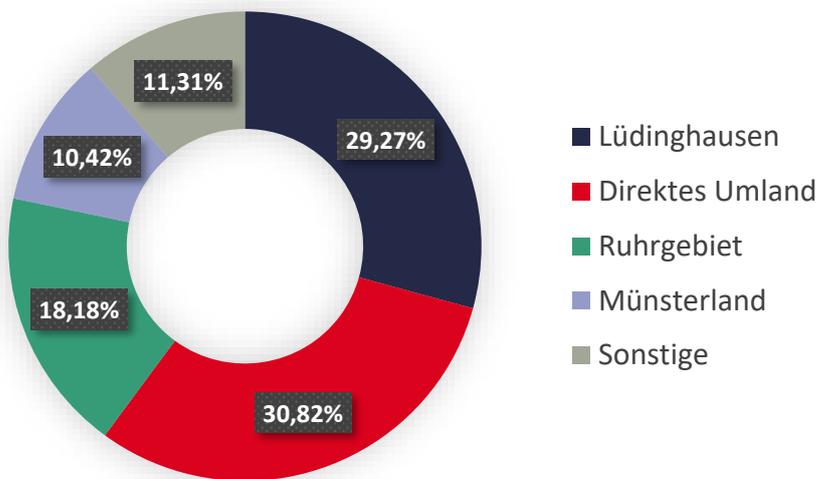
Zum Lüdinghauser Frühling wird die erste Motivbefragung und Passantenfrequenzmessung Anfang 2017 durchgeführt. Da am Tag der Veranstaltung befragt wird, ist eine Kontrollbefragung nicht notwendig. Insgesamt werden 451 Passanten von 29.881 ermittelten Passanten befragt²⁷.

Abbildung 28 zeigt die Herkunft der Teilnehmer der Motivbefragung am Lüdinghauser Frühling. Der größte Anteil, insgesamt 60,09 %, kommt aus Lüdinghausen selbst und aus Kommunen aus dem direkten Umland. Davon stammen 28,60 % aus dem Umland und 29,27 % aus Lüdinghausen. Die meisten befragten Besucher aus dem

²⁶ Die doppelte Zählung eines Passanten kann nicht ausgeschlossen werden

²⁷ Da es sich um die erste Befragung von Innenstadtbesuchern in Lüdinghausen handelte, die als erste Entscheidungsgrundlage für die Stadtverwaltung diente, wurde eine größere Stichprobe als bei den folgenden Kontrollbefragungen gewählt.

Umland wohnen in Selm (9,31 %). Zusammengenommen besuchen 28,60 % Lüdinghausen aus dem Ruhrgebiet und Münsterland wobei beinahe doppelt so viele Besucher aus dem Ruhrgebiet kommen (18,18 %) wie aus dem Münsterland (10,42 %). Mehr als ein Zehntel (11,31 %) der Besucher kommen wahrscheinlich aus Kommunen außerhalb des klassischen Einzugsgebiets, da ihre Wohnorte nicht in der Liste mit dem klassischen Herkunftsorten vorhanden sind oder können keinem Wohnort aus der Liste zugeordnet werden²⁸.



n = 451

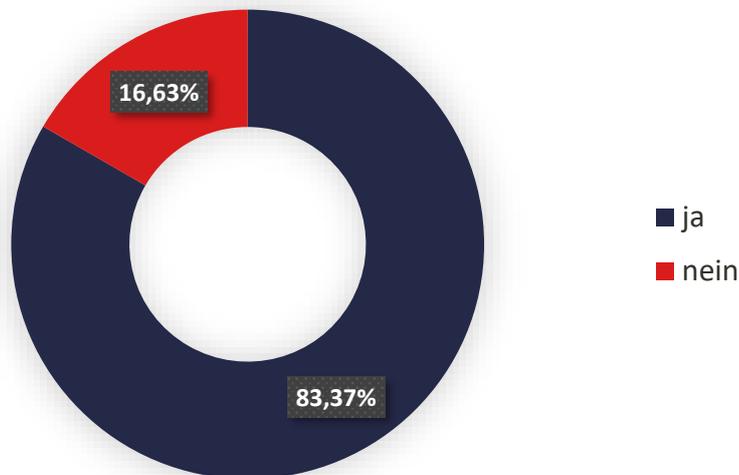
Abbildung 28 Herkunft der Befragten Besucher am Lüdinghauser Frühling (23.04.2017)

Der größte Teil der befragten Besucher (83,37 %) bestätigt folgende Aussage:

„Der ‚Lüdinghauser Frühling‘ mit Marktständen, dem Kunstboulevard und dem normalerweise auf dem Markt platzierten Biergarten bietet mir ein besonders Erlebnis und ich bin heute zu diesem Anlass in die Stadt gekommen.“

Lediglich 16,63 % suchen die Innenstadt an dem Sonntag aus anderen Gründen auf (vgl. Abbildung 29).

²⁸ Bei der ersten Befragung im April wurde Anhand einer Liste mit den voraussichtlich am häufigsten genannten Kommunen nach der Herkunft gefragt. Hierdurch konnte zunächst ein großes Einzugsgebiet festgestellt werden. In den folgenden Befragungen konnte daraufhin die Abfrage von Postleitzahlen dieser Erkenntnis gerecht werden.



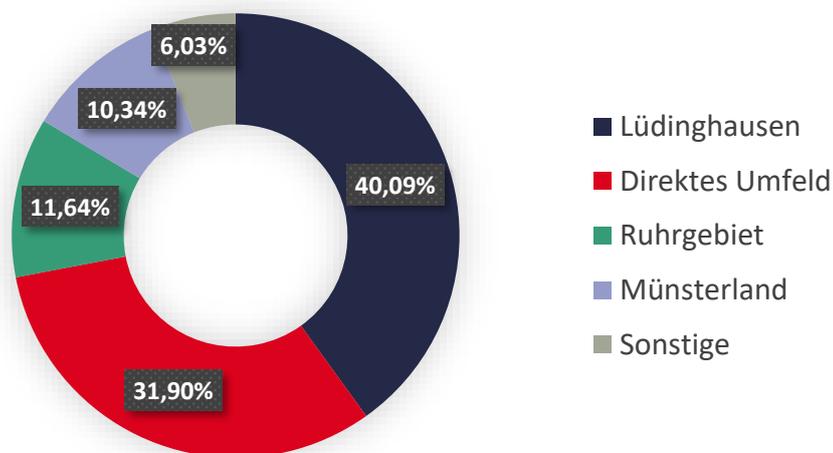
n = 451

Abbildung 29 Motivbefragung Lüdinghauser Frühling (23.04.2017)

Von allen, an beiden Messpunkten, gezählten Besuchern (29.881 Personen) ist es demnach wahrscheinlich, dass 25.019 Personen (83,73 %) die Veranstaltung Lüdinghauser Frühling als Motiv für einen Innenstadtbesuch haben.

4.5.3 Befragung am Stadtfest

Im September 2017 wird während des Stadtfestes befragt, um Vergleichsdaten für die Ergebnisse vom April 2017 zu erlangen. Dabei werden 232 der insgesamt 40.272 gezählten Innenstadtbesucher befragt.



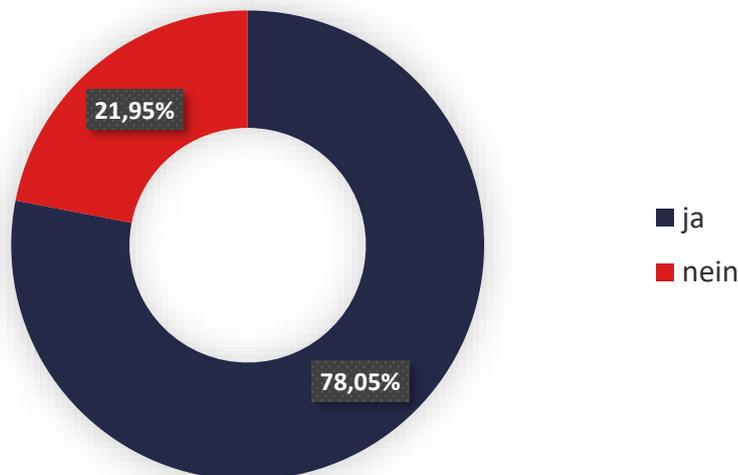
n=232

Abbildung 30 Herkunft der Befragten Besucher am Stadtfest (17.09.2017)

Abbildung 30 zeigt die Herkunft der Teilnehmer der Motivbefragung am Stadtfest. Die meisten Besucher des Stadtfestes kommen aus Lüdinghausen selbst (40,09 %). Davon stammen 31,90 % aus dem Umland von Lüdinghausen. Die meisten befragten Besucher aus dem Umland wohnen in Selm (7,76 %) und Dülmen (7,33 %). Zusammengekommen besuchen 21,98 % Lüdinghausen aus dem Ruhrgebiet (11,64 %) und Münsterland (10,34 %). Rund 6 % der Besucher kommen aus Kommunen außerhalb des klassischen Einzugsgebiets (z. B. Hannover oder Wiefelstede).

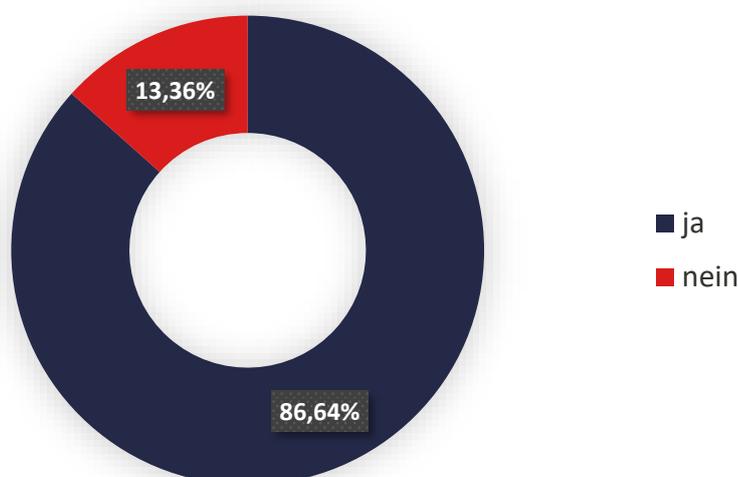
Neben dem Lüdinghauser Frühling ist insbesondere das Stadtfest für die meisten Passanten ein Anlass für den Innenstadtbesuch. Nur 21,95 % der Befragten kommen nicht wegen des Stadtfestes in die Innenstadt. Die große Mehrheit 78,05 % antwortet mit „ja“ auf folgende Aussage (vgl. Abbildung 31):

„Das Stadtfest im September mit Musik, Marktständen und vor allem dem Kindertag in der Borg und auf dem Rathausplatz ist für mich ein gelungenes Fest für die ganze Familie. Für diesen Anlass würde ich sonntags in die Stadt kommen.“



n = 451

Abbildung 31 Motivbefragung zum Stadtfest am Lüdinghauser Frühling (23.04.2017)



n = 232

Abbildung 32 Motivbefragung zu Stadtfest am Stadtfest (17.09.2017)

Die Motivbefragung am Stadtfest selbst unterstützt die Prognose vom April 2017 (vgl. Abbildung 32). Die deutliche Mehrheit (86,64 %) der Befragten gibt an, dass sie wegen der Veranstaltung in der Innenstadt sind. Der Anteil der positiven Antworten ist mit rund um rund 8,59 Prozentpunkte höher als bei der Motivbefragung im April 2017.

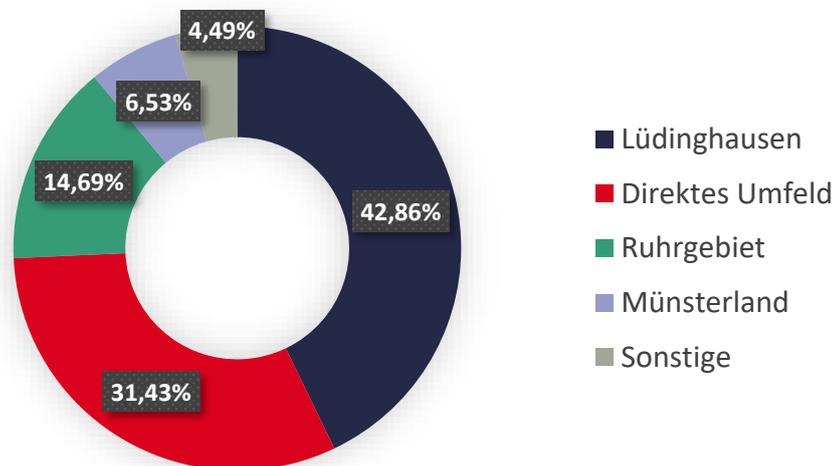
Von allen 40.272 Besuchern, die an beiden Messpunkten gezählt werden konnten, kommen wahrscheinlich 34.892 Personen (86,64 %) hauptsächlich wegen des Stadtfests in die Innenstadt. Dahingegen sehen 5.380 der Befragten das Stadtfest nicht als Hauptanlass für ihren Besuch der Innenstadt.

4.5.4 Befragung am Kartoffelfest

Die letzte Befragung im Jahr 2017 findet im November zum Kartoffelfest statt. Die Vergleichswerte zum April 2017 sind in den folgenden Abbildungen dargestellt. Dabei werden 245 der insgesamt 36.112 gezählten Innenstadtbesucher gefragt.

Rund 64 % der Besucher des Kartoffelfests kommen aus Lüdinghausen selbst (42,86 %) und dem direkten Umfeld (31,43 %). Abbildung 30 zeigt die Herkunft der Teilnehmer der Motivbefragung am Stadtfest. Die meisten befragten Besucher aus dem Umland kommen aus Nordkirchen (13,47 %) und Senden (4,90 %). Zusammengefasst besuchen 21,22 % Lüdinghausen aus dem Ruhrgebiet (14,69 %) und

Münsterland (6,53 %). Insgesamt 4,49 % der Besucher kommen aus Kommunen außerhalb des klassischen Einzugsgebiets.

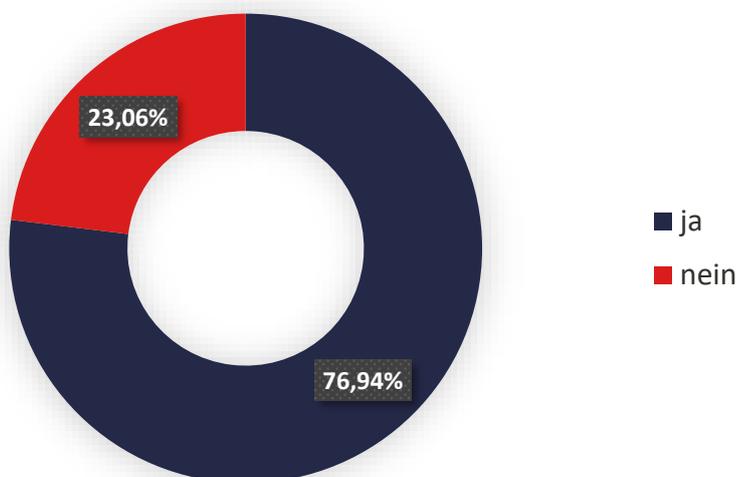


n=245

Abbildung 33 Herkunft der Befragten Besucher am Kartoffelfest (05.11.2017)

Der Großteil der Befragten des Lüdinghauser Frühlings nimmt das Kartoffelfest zum Anlass, die Innenstadt von Lüdinghausen zu besuchen. Insgesamt 76,94 % bejahen und 23,06 % verneinen folgende Aussage (vgl. Abbildung 34):

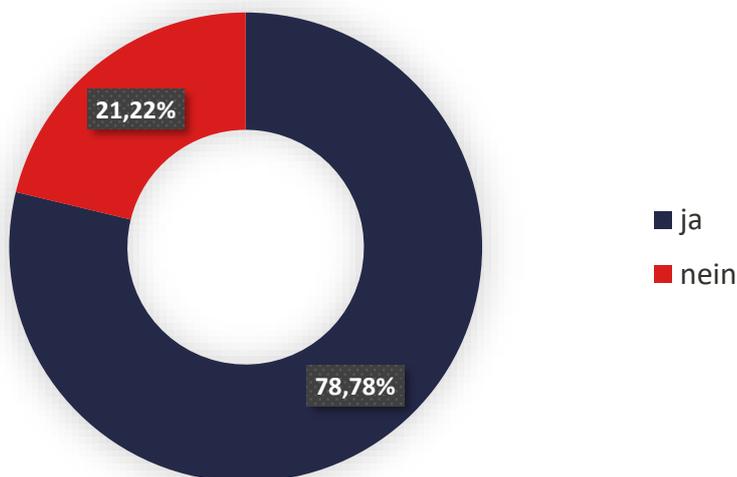
„Das ‚Kartoffelfest‘ im November ist ein traditionelles Fest rund um die Knolle. Der Herbstmarkt, Stände mit Kartoffelspezialitäten und das bunte Kinderprogramm bieten eine schöne Herbststimmung. Für diesen Anlass würde ich sonntags in die Stadt kommen.“



n = 451

Abbildung 34 Motivbefragung zum Kartoffelfest am Lüdingerhaus Fröhling (23.04.2017)

Von den 36.112 Besuchern am Kartoffelfest die an den beiden Messpunkten gezählt wurden, kommen wahrscheinlich 28.449 Personen (78,78 %) hauptsächlich wegen des Kartoffelfests in die Innenstadt, 7.664 Befragte sehen das Kartoffelfest nicht als Hauptanlass ihres Innenstadtbesuchs.



n = 245

Abbildung 35 Motivbefragung zum Kartoffelfest am Kartoffelfest (05.11.2017)

Am Veranstaltungstag selbst bestätigen mit rund 79 % der Befragten rund 1,84 Prozentpunkte mehr, dass Sie wegen des Kartoffelfests in der Innenstadt Lüdingerhausens sind (vgl. Abbildung 35).

5 Zusammenfassung und Ausblick

Aus gutachterlicher Sicht können auf Grundlage des aktuellen Datenstandes und Informationsstands folgende Aussagen getroffen werden:

1. Die Veranstaltungen weisen alle eine lange und regelmäßige Tradition auf und ziehen vor allem Besucher aus dem näheren Umland, der Umgebung sowie aus dem nördlichen Ruhrgebiet und dem südlichen Münsterland an.
2. Die Veranstaltungsfläche ist beim Lüdinghauser Frühling (Verhältnis 1,83 : 1) und **Stadtfest** (Verhältnis 2,26 : 1) deutlich größer als die Verkaufsfläche der teilnehmenden bzw. geöffneten Betriebe im zentralen Versorgungsbereich. Somit ist eine Erweiterung auf einen größeren Bereich – in dem eine Sonntagsöffnung genehmigt werden kann – vertretbar, solange das Verhältnis von Verkaufsfläche und Veranstaltungsfläche angemessen bleibt und ein räumlicher Bezug gewährleistet werden kann. Beim Westfälischen Wintermarkt und Kartoffelfest fällt das Verhältnis der beiden Flächen ebenso zugunsten der Veranstaltungsfläche aus (Verhältnis 1,07 : 1). An diesen Sonntagen sollte keine weitere Verkaufsfläche öffnen dürfen bzw. in dem Fall einer Ausweitung der Verkaufsfläche sollte eine größere Veranstaltungsfläche angemessen bespielt werden und weiterhin Hauptanlass für den Innenstadtbesuch sein.
3. Ein räumlicher Bezug ist für alle Betriebe im ZVB Innenstadt gegeben. Betriebe, die sich innerhalb des 699 m-Radius vom Marktplatz ausgehend befinden, weisen darüber hinaus ebenso einen räumlichen Bezug mit der untersuchten Veranstaltung auf (vgl. Abbildung 4). Sie liegen in einer angemessenen fußläufigen Entfernung zum Veranstaltungsschwerpunkt. Fußläufige Beziehungen zwischen Veranstaltungsflächen, Stellplätzen, Dienstleistern und Einzelhandelsbetrieben sowie kulturellen, gastronomischen und freizeitorientierten Angeboten können in diesem Radius angemessen stattfinden. Bei der jetzigen Sonntagsöffnung besteht zu allen Einzelhandelsbetrieben ein räumlicher Bezug, da diese sich laut Lüdinghausen Marketing e. V. im ZVB Innenstadt befindet. Bei den flächenmäßig größten Veranstaltungen (Lüdinghauser Frühling und Stadtfest) ist es möglich, weitere Betriebe innerhalb des 699 m Radius sonntags zu öffnen, ohne das angemessene Verhältnis von Verkaufs- zu Veranstaltungsfläche zu beeinträchtigen.

4. Alle Veranstaltungen an Tagen mit verkaufsoffenen Sonntagen sind bei mindestens mehr als 2/3 der Befragten ein Anlass, die Innenstadt zu besuchen. Durchschnittlich rund 83 % der Innenstadtbesucher geben an, aufgrund der Veranstaltung in die Innenstadt zu kommen. Die Kontrollbefragungen an den übrigen verkaufsoffenen Sonntagen bestätigen die Ergebnisse der Erstbefragung vom April. An den sonntäglichen Veranstaltungstagen selbst geben mehr Befragte an, dass sie wegen der Veranstaltung am Marktplatz seien, als bei der Erstbefragung zum Lüdinghauser Frühling. Durchschnittlich sind 5,71 Prozentpunkte mehr, die als Anlass des Innenstadtbesuchs die jeweilige Veranstaltung angeben. Die Öffnung der Einzelhandelsbetriebe an Samstagen mit oder ohne zusätzliche Angebote zieht den Passantenfrequenzmessungen zufolge deutlich weniger Besucher in die Innenstadt.

Der **Westfälische Wintermarkt** zog 2017 im Mittel pro Stunde mehr als sechsmal so viele Besucher an wie die alleinige Öffnung der Ladenlokale am Samstag davor. Im Jahr 2018 waren es 3,5-mal so viele Besucher am Sonntag.

Zum **Lüdinghauser Frühling** kamen dieses Jahr dreimal so viele Besucher pro Stunde wie am vorhergehenden Samstag mit französischem Markt. Bei der Motivationsbefragung für den Innenstadtbesuch gaben über 80 % der Befragten an, dass Sie wegen der Veranstaltung in der Innenstadt seien.

Am Sonntag des **Stadtfests** konnten pro Stunde mehr als doppelt so viele Besucher um den Markt gezählt werden, wie am Samstag davor. Das Stadtfest findet über das gesamte Wochenende statt. Sonntags konzentrieren sich die Veranstaltung mit einem Kinder und Familienfest auf den Marktplatz und dessen Umgebung. Die Aktionen an den anderen Tagen verteilen sich weiträumiger über die Innenstadt.

Das **Kartoffelfest** zieht am Sonntag mehr als dreimal so viele Besucher zum Marktplatz wie der Samstag davor.

An den gemessenen Samstagen passieren durchschnittlich rund 792 Personen die beiden Messpunkte pro Stunde, an den Sonntagen sind es durchschnittlich 2.534 Passanten. Die stündliche Passantenfrequenz ist also im Durchschnitt für beide Messpunkte dreimal so hoch.

Nach den o. g. Punkten steht die öffentliche Wirkung der anlassgebenden Veranstaltung gegenüber der Ladenöffnung im Vordergrund. Allerdings sollte eine räumliche Begrenzung der Ladenöffnung idealerweise innerhalb des Radius von 699 m liegen

(vgl. Abbildung 4). Unter den genannten Voraussetzungen erfüllt der Wintermarkt und Lüdinghauser Frühling die derzeit bekannten gesetzlichen Vorgaben.

Das Büro Stadt + Handel wurde von der Stadt Lüdinghausen damit beauftragt, weitere Frequenzzählungen durchzuführen und das Gutachten dementsprechend zu ergänzen.

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1	Veranstaltungsfläche Westfälischer Wintermarkt und Kartoffelfest _____ zentralem Versorgungsbereich _____	18
Abbildung 2	Veranstaltungsfläche Lüdinghauser Frühling mit zentralem _____ Versorgungsbereich _____	19
Abbildung 3	Veranstaltungsfläche Stadtfest mit zentralem Versorgungsbereich _____	19
Abbildung 4	Radien um den Veranstaltungsschwerpunkt Markt _____	21
Abbildung 5	Radien um die Veranstaltungsfläche zum Wintermarkt und Kartoffelfest _____	23
Abbildung 6	Radien um die Veranstaltungsfläche zum Lüdinghauser Frühling _____	23
Abbildung 7	Radien um die Veranstaltungsfläche zum Stadtfest _____	24
Abbildung 8	Einzelhandelsbestand zentraler Versorgungsbereich Innenstadt LH _____	27
Abbildung 9	Messpunkte für die Passantenfrequenzmessung _____	29
Abbildung 10	Frequenzmessung zum Westfälischen Wintermarkt am _____ Samstag, 07.01.2017 an zwei Messpunkten _____	30
Abbildung 11	Frequenzmessung zum Westfälischen Wintermarkt am _____ Sonntag, 08.01.2017 an zwei Messpunkten _____	31
Abbildung 12	Vergleich der insgesamt gezählten Passanten an den zwei _____ Messpunkten _____	32
Abbildung 13	Frequenzmessung zum Westfälischen Wintermarkt am _____ Samstag, 06.01.2018 an zwei Messpunkten _____	33
Abbildung 14	Frequenzmessung zum Westfälischen Wintermarkt am _____ Sonntag, 07.01.2018 an zwei Messpunkten _____	34
Abbildung 15	Vergleich der insgesamt gezählten Passanten am Samstag _____ und Sonntag des Westfälischen Wintermarkt 2018 _____	34
Abbildung 16	Frequenzmessung zum Lüdinghauser Frühlingsfest am _____ Samstag, 22.04.2017 an zwei Messpunkten _____	35
Abbildung 17	Frequenzmessung zum Lüdinghauser Frühlingsfest am _____ Sonntag, 23.04.2017 an zwei Messpunkten _____	36
Abbildung 18	Vergleich der insgesamt gezählten Passanten am Samstag _____ und Sonntag des Lüdinghauser Frühlingsfest _____	37
Abbildung 19	Frequenzmessung zum Stadtfest am _____ Samstag, 16.09.2017 an zwei Messpunkten _____	38
Abbildung 20	Frequenzmessung zum Stadtfest am _____ Sonntag, 17.09.2017 an zwei Messpunkten _____	39
Abbildung 21	Vergleich der insgesamt gezählten Passanten am Samstag und _____ Sonntag des Stadtfest _____	40

Abbildung 22	Frequenzmessung zum Kartoffelfest am _____ Samstag, 04.11.2017 an zwei Messpunkten _____	41
Abbildung 23	Frequenzmessung zum Kartoffelfest am _____ Sonntag, 05.11.2017 an zwei Messpunkten _____	41
Abbildung 24	Vergleich der insgesamt gezählten Passanten am Samstag und _____ Sonntag des Kartoffelfests _____	42
Abbildung 25	Herkunft der Befragten Besucher am Westfälischen _____ Wintermarkt (07.01.2018) _____	44
Abbildung 26	Motivbefragung zum Westfälischen Wintermarkt am _____ Lüdinghauser Frühling (23.04.2017) _____	44
Abbildung 27	Kontrollbefragung am Westfälischen Wintermarkt (07.01.2018) _____	45
Abbildung 28	Herkunft der Befragten Besucher am _____ Lüdinghauser Frühling (23.04.2017) _____	46
Abbildung 29	Motivbefragung Lüdinghauser Frühling (23.04.2017) _____	47
Abbildung 30	Herkunft der Befragten Besucher am Stadtfest (17.09.2017) _____	47
Abbildung 31	Motivbefragung zum Stadtfest am Lüdinghauser Frühling (23.04.2017) _____	48
Abbildung 32	Motivbefragung zu Stadtfest am Stadtfest (17.09.2017) _____	49
Abbildung 33	Herkunft der Befragten Besucher am Kartoffelfest (05.11.2017) _____	50
Abbildung 34	Motivbefragung zum Kartoffelfest am _____ Lüdinghauser Frühling (23.04.2017) _____	51
Abbildung 35	Motivbefragung zum Kartoffelfest am Kartoffelfest (05.11.2017) _____	51