

Ärzte/Apotheken



Einkaufsverhalten



Dienstleistungen



Kundenwünsche



**Ergebnisse &
Ausblick**

Planerwerkstätten

Nahversorgung sichern



Der Überblick – Das Inhaltsverzeichnis

Nach einem Jahr „Planerwerkstätten – Nahversorgung sichern“ im Nordkreis wird in dieser Abschlusszeitung Bilanz gezogen. Die drei Mega-Trends „Bevölkerungsrückgang und Alterung - Trends im Einzelhandel - Leerstände und Brachen“ waren der Anlass in den vier Samtgemeinden mit den Akteuren vor Ort Lösungen für die anstehenden Probleme zu finden. Kurz und knackig zusammengefasst finden Sie in den folgenden Kapiteln die wesentlichen Aussagen zu den Wirkungszusammenhängen der drei Mega-Trends und den vor Ort entwickelten Lösungen. Mit dem abschließenden Ausblick ist der erste Schritt für's weitere „Werkeln“ in den Städten und Gemeinden des Landkreises Osnabrück bereits getan...

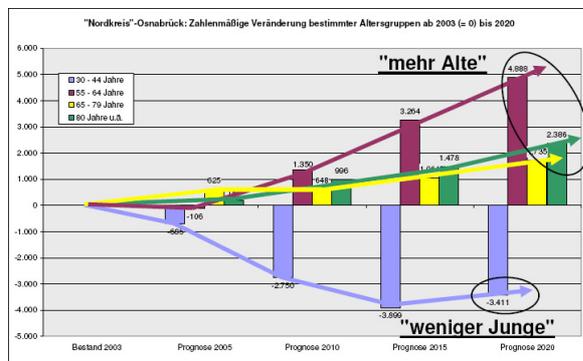
	Seite
Schneller als erwartet – Der demographische Wandel	2
Ziele und Optionen – Handeln und arbeiten	4
Rückblick der Bürgermeister – Wie war´s?	6
Ergebnisse – Tragfähig und übertragbar	8
Das Interview – Ist die Nahversorgung noch zu retten?	12
Ausblick – und weiter?	14

Schneller als erwartet – Der Demographische Wandel

Bevölkerungsrückgang und Alterung

Die neueste Prognose¹ besagt: Die Einwohnerzahl im Landkreis Osnabrück insgesamt wird ab 2013 sinken. Es fehlen die Kinder. Wir werden gemeinsam älter.

Dieser Trend trifft die Gemeinden je nach Altersaufbau, Geburtenraten und Wanderungsbilanz teils eher und teils später. In einigen Nordkreisgemeinden hat der Einwohnerrückgang schon eingesetzt. Andere stehen kurz davor.



Es wird in Zukunft „mehr Alte“ und „weniger Junge“ geben

Trends im Einzelhandel

Der Einzelhandel weiß Bescheid: In den nächsten rund zehn Jahren wird die Kaufkraft wegen der Stagnation/des Rückgangs der Bevölkerung sinken. Die Konsumausgaben werden vor allem wegen der gestiegenen Anforderungen an die Eigenvorsorge ebenfalls sinken. Vor diesem Hintergrund schwindet die Gemütlichkeit der kleinen Inhabergeführten Fachgeschäfte, die Zahl der netten Gemüsehändler und der schnuckeligen Supermärkte in besserer Wohnzimmergröße dahin. Außerdem wirkt der Einzelhandel selbst als Trendsetter und zieht so eine Vielzahl anderer Dienstleistungen mit! Andererseits werden die Anzahl und der Anteil der „gereiften Genießer“, der „Generation 50plus, 60plus...“, steigen – eine Chance für die

¹ Landkreis Osnabrück (Hrsg.): Bevölkerungsprognose 2006-2025; CD-Rom 2006; unentgeltlich erhältlich über Referat S: Heuwinkel@Lkos.de

Revitalisierung des kleinteiligen Einzelhandels im Ortszentrum!

Trends der Nahversorgung bei Bevölkerungsabnahme + Alterung → Perspektive 2010 / 2015	
Kaufkraft (wg. Bevölkerungsrückgang)	↘
Einzugsgebiete - Nahversorgung	↗
Zahl + Anteil älterer Menschen (50plus, 60plus, ...)	↗
Kaufkraft älterer Menschen (in der Summe)	↗
Konsumausgaben insgesamt (mehr Eigenvorsorge)	↘
Verkaufsflächenwachstum	↗ (abgeschwächt?)
Anteil der Discounter	↗ (zun. Anteil Nonfood)
Anteil der Supermärkte/Vollsortimenter	→ (oder Renaissance?)
Anteil der Fachgeschäfte/trad. Lebensmittel-EZH	↘
Wachstum des EZH-Umsatzes insgesamt	↗/↘ (max +1% p.a.)
Liberalisierung (Öffnungszeiten, Zulassungen etc.)	↗

Quellen: BBR, Stat. Bundesamt, GfK, BBE, CONVENT

Die wesentlichen Trends im Einzelhandel

Im Nordkreis sind die Veränderungen in der Nahversorgung schon heute deutlich ablesbar:

- **Standorte des Handels veröden**, weil ältere Einzelhändler ihre Geschäfte nicht an Jüngere übergeben können. Landärzte gehen in den Ruhestand ohne Nachfolge. Ist ein Standort erst einmal aufgegeben und haben sich die Kunden, Patienten und Klienten neu orientiert, dann ist der Standort kaum wieder neu zu beleben.
- Nicht nur **Handel und Dienstleistungen rücken an die Ortsränder**, auch die Mehrzahl der Einwohner lebt in den Neubaugebieten an den Ortsrändern. Viele pendeln von dort in die größeren Orte zur Arbeit. Sie nehmen das Angebot am eigenen Wohnort oft kaum wahr. Beides hat zur Folge, dass die Mitte der Orte weiter an Anziehungskraft verliert.
- **Neue Dienstleistungen orientieren sich am älter werdenden, kaufkräftigen und mobilen Kundenkreis:** Verbrauchermärkte gehen in die Grundzentren, Ärzte und andere Gesundheits-Dienstleister rücken in Gesundheitszentren zusammen. Die Konzentration auf weniger Standorte,

die autogerecht erschlossen sind, nimmt zu. Das folgt schon aus der betriebswirtschaftlichen Rationalität der großen Betreiberketten. Aber mehr Ältere sind auf wohnungsnahe Versorgungsangebote angewiesen.

Leerstände und Brachen

Der Handel und die Dienstleistungen gehen also raus aus der Ortsmitte! Sie hinterlassen mehr und mehr hässliche „Zahn-lücken“ in der städtebaulichen Struktur der ehemaligen 1a-Lagen der Ortszentren. Es müssen also Folgenutzungen her! Und zwar schnell! Und viele! Der Einzelhandel winkt als erstes dankend ab. Die verbliebenen Einzelhändler in der Ortsmitte schielen -oft sogar schon zusammen mit anderen Dienstleistern- selber umzugswillig auf die Ansammlungen von Geschäften am Ortsrand mit ihrer enormen Sogwirkung auf die Kunden. Gibt es also für die Ortszentren ein Leben nach dem Einzelhandel? Ja! Muss! Womit sollen die Bürgerinnen und Bürger ihren Ort, in dem Sie leben, wohnen und eventuell sogar arbeiten denn stattdessen identifizieren? Wohin soll es die Gäste eines Ortes denn ziehen? Auf die „Grüne (Einkaufs-) Wiese“? In die Gewerbegebiete? Hmm...?!? Es bedarf enormer Kraftanstrengungen ein solches „Leben nach dem Einzelhandel“ in den Ortsmitten anzustoßen. Aber gibt es dazu wirklich eine Alternative?

Die Idee zu den Planerwerkstätten: Nahversorgung sichern

Den aufgeworfenen Fragen müssen sich über kurz oder lang alle Kommunen stellen. Sie haben eine Koordinierungs- und Planungsfunktion zu erfüllen. Gefragt sind aber vor allem die Investoren und Grundeigentümer, der Handel und die Dienstleister als Anbieter sowie die Bürgerinnen und Bürger als Nachfrager.

Aus Sicht des Landkreises ist es wichtig, dass sich die Städte und Gemeinden möglichst früh mit diesen Veränderungen befassen. Deshalb hat er im Rahmen des

Handlungsschwerpunktes „Förderung der Kompetenzen der Städte und Gemeinden im Bereich Einzelhandelsstruktur“ mit den vier Samtgemeinden im Nordkreis Planerwerkstätten durchgeführt.

Als ausgewiesener Experte und Moderator wurde Dipl. Geogr. Klaus Mensing von der CONVENT Planungs- und Beratungsgesellschaft aus Hamburg beauftragt, der die Planerwerkstatt organisierte und die zahlreichen Ergebnisse zusammenfasste.

Wenn man weiß was kommt, kann man frühzeitig gegensteuern. Wenn man gegensteuern will, muss man wissen warum, wohin, wer steuert und womit. Aufgabe der Planerwerkstätten war es, Antworten auf die vielen Fragen zu finden. Und zwar möglichst konkret, bis man „etwas sieht“.

Die Nordkreis-Samtgemeinden benannten die örtlichen Gemeindegebiete, deren Nahversorgungssituation und die sich abzeichnenden Veränderungen untersucht werden sollten. Die Analyse und die Feststellung von Handlungsbedarf und Handlungsmöglichkeiten erfolgten dann in Vor-Ort-Planerwerkstätten. Einbezogen wurden je nach örtlicher Situation neben den Bürgermeistern und den Verwaltungsfachleuten, Vertreter der Räte, von Handel und Dienstleistungen, der Interessengemeinschaften, Vereine und Verbände. Begehungen wurden durchgeführt. Sachverhalte zu Leerständen, verfügbaren Flächen u. ä. ermittelt. Vorliegende bzw. aktuelle erhobene Einwohnerbefragungen zur Zufriedenheit mit der örtlichen Situation und zum Einkaufsverhalten wurden ausgewertet. Mit vergleichsweise geringem Mitteleinsatz und großem Engagement der vielen Beteiligten wurden so in den Werkstätten Zielsetzungen und umsetzungsfähige Maßnahmen zur Zielerreichung, Aufgaben-Patenschaften, Finanzierungs- und Zeitvorstellungen erarbeitet. Die Umsetzung der guten Ideen ist nun Sache der Akteure vor Ort. Einiges ist bereits geschehen. Diese umsetzbaren Einzelprojekte mit einer Gesamtstrategie der Ortsentwicklung miteinander zu verknüpfen, war und ist das Ziel der Planerwerkstätten. Gelungen? Fragen Sie (auch) vor Ort bei den Akteuren nach und/oder lesen Sie einfach weiter...

Ziele und Optionen – Handeln und arbeiten

Die große Abschlusswerkstatt im Schloss Fürstenau war im November 2006 der (vorläufige) Schlusspunkt eines lebendigen Arbeitsprozesses zur Sicherung der Nahversorgung im ländlichen Raum. In den Gemeinden Menslage und Neuenkirchen sowie den Städten Fürstenau und Bersenbrück wurde mit den Akteuren aus der Händlerschaft, den Vereinen, der Politik und Verwaltung vor Ort ein Jahr lang intensiv an umsetzbaren Lösungen zur Stärkung der Ortsmitten „gewerkelt“.



Gruppenfoto „mit Werkzeug“ auf der Abschlusswerkstatt

Die Städte und Gemeinden sind auf gutem Kurs! ...wenn auch mit unterschiedlichen Bordmitteln und Instrumenten. Die Aktivitäten der lokalen Institutionen wie Förderverein, Stadtmarketingorganisation usw. sowie der Verwaltung waren die solide Grundlage für zahlreiche Ideen, die zum Teil bereits in der Umsetzung sind. Bei allen Unterschieden in den „werkeltenden“ Städten und Gemeinden kristallisierten sich doch einige übertragbare Ziele und Handlungsoptionen heraus:

- **Bündelung bestehender und neuer Nutzungen** (nicht nur der Nahversorgung) im Ortskern, um „Zahnlücken“ zu schließen und Frequenz zu erzeugen. Hierfür ist „Bewegung“ notwendig in Form von Neuansiedlungen und Verlagerungen. Die Projektidee dazu heißt in Neuenkirchen „Börse Neuenkirchen in Bewegung“.
- **Folgenutzungen für Brachflächen** finden. Gerade auch durch temporäres

„Bespielen“. Hierfür eignen sich insbesondere Kunst, Kultur und Sport, aber auch Aktionen lokaler Akteure wie z.B. Schulen und Autohäuser.

- **Schaffung von Anlässen** („etwas Interessantes“), um das Zentrum zu besuchen. Neben den „klassischen“ Festen sind Veranstaltungen zu organisieren, die stärker auf lokale Besonderheiten und Alleinstellungsmerkmale setzen (z.B. Geschichte, Kunst, Wasser).
- **Auftritt des Einzelhandels** verbessern. Die Bandbreite reicht hierzu von A bis Ö. Von der Außengestaltung bis zu den Öffnungszeiten. Günstiger und gewollter Nebeneffekt solcher Aktionen ist in der Regel die Stärkung des „Wirkgefühles“ im Ort.
- **Intensivere Öffentlichkeitsarbeit** („Tue Gutes, aber rede auch darüber“), um die eigene Kommune stärker und vor allem kontinuierlicher ins Gespräch zu bringen.
- **Gezielte Ansprache und Bindung der eigenen Bevölkerung**, um so die Identifikation mit dem eigenen Zentrum zu erhöhen. Der geflügelte Arbeitstitel hierzu heißt in Neuenkirchen: „Du bist Neuenkirchen“. Das Marketing ist auch auf die eigenen Bewohner im Sinne des Binnenmarketings auszurichten. Insbesondere auch auf die Bewohner und Bewohnerinnen, die in den Einfamilienhausgebieten am Ortsrand wohnen, zur Arbeit auspendeln und auf der „Grünen (Einkaufs-)Wiese“ oder in den Gewerbegebieten einkaufen. Denn die sind in der Regel nur schwer für die Ziele der Orts(kern-)entwicklung zu begeistern...

- **Zentrumsnahes Wohnen von „Jung und Alt“** ...in Kombination von Service- und Dienstleistungsangeboten, insbesondere im Wachstumsmarkt Gesundheit.

An Zielen und Ideen hat es in den Werkstätten nie gemangelt. Der wirklich schwierige Schritt war immer der hin zur weiteren Konkretisierung und Umsetzung. Es stellte sich schnell heraus, dass ein Schlüssel dazu in der Schaffung professioneller Strukturen zur Unterstützung der lokalen Akteure seitens der Kommunen lag. Hierzu zählt die Qualifizierung der Akteure, die ja überwiegend „nebenbei“ arbeiten.

Ein Jahr lang wurde in den „Planerwerkstätten Nahversorgung sichern“ im Nordkreis kontinuierlich an den relevanten Themen der Orts(kern-)entwicklung gearbeitet. Aufgrund der Größe der Kommunen war ein Arbeiten im direkten Kontakt zur Gemeindegemeinschaft möglich. Das war gut so. Andererseits kann das aber auch zu Arbeitsüberlastungen führen, wenn der „Chef“ alles selbst macht und in allen Gremien vertreten ist. Hier muss die Arbeit auf mehr Schultern verteilt werden.

Letztlich geht es darum, den Prozess zur Stärkung der Ortszentren zu verstetigen. Denn der demographische Wandel ist das strategische Thema der Zukunft! Die beiden anderen Mega-Trends „Trends im Einzelhandel“ und „Leerstände und Branchen“ wirken sogar noch als Motor der Entwicklung... In der Regel gegen das Ortszentrum!

Rückblick der Bürgermeister – Wie war's?

	Was haben Sie in den Planerwerkstätten erreicht (Ergebnis und/oder Prozess)?
<p>Samtgemeinde Neuenkirchen Herr Brinkmann</p> 	<p>Information der Bevölkerung über die dörfliche Situation und Chancen der dörflichen Entwicklung, Stärkung des Wir-Gefühls und der Identifikation, temporäre Flächen-nutzung von Brachen, Bestandserfassung der Gewerbe-brachen und Aufzeigen möglicher Folgenutzungen, Er-stellung einer Markt- und Wirkungsanalyse im Zusam-menhang mit der Marktansiedlung (ALDI, Postenbö-rse...), Verbesserung & Erweiterung der Samtgemeinde-Präsentation, Herausgabe einer Samtgemeinde-Zeitung: „SG Neuenkirchen Aktuell“, Begleitung bei der Ansied-lung eines Gesundheitszentrums</p>
<p>Gemeinde Menslage Herr Kopmeyer</p> 	<p>Es wurde ein Diskussionsprozess -u. a. durch eine akti-vierende Befragung- angestoßen, der den Menschen im Dorf zunehmend die vor der Gemeinschaft liegenden Aufgaben und Herausforderungen des demographischen Wandels verdeutlicht. Die dringendsten Handlungsfelder sind von einer breiteren Gruppe erkannt und benannt: Dörfliches Familienzentrum, Anpassung von Wohnraum, Umzugsmanagement und Nachnutzung von Leerstän-den.</p>
<p>Samtgemeinde Fürstenau Herr Selter</p> 	<p>Wir haben erreicht, dass wir verstärkt in einen Kommuni-kationsprozess mit den Akteuren vor Ort eingestiegen sind. Die Herausforderungen und Aufgaben sind weitest-gehend bekannt, haben jedoch durch den strukturierten und kompetent begleiteten Ablauf eine „arbeitsfähige“ Struktur erlangt. Gerade der „Dreiklang“ zwischen dem Stadtmarketingverein, der Werbegemeinschaft sowie der Verwaltung hat eine konstruktive Aufwertung erlebt.</p>
<p>Samtgemeinde Bersenbrück Herr Dr. Lübbersmann</p> 	<p>Ziel der Planerwerkstatt war die Stärkung des Einzel-handels im Zentrum. Hier konnte die Basis für die Zu-sammenarbeit zwischen den Einzelhändlern und der Stadt Bersenbrück in neue Bahnen gelenkt werden. Die bisherigen Strukturen mit Fördergemeinschaft, Stadt-marketing und Gremien der Stadt Bersenbrück wurden als zu schwerfällig angesehen und werden neu geordnet. Dabei wurde insbesondere die Zuständigkeit in einem neuen Fachausschuss gebündelt. Mitglieder der Kauf-mannschaft und des Einzelhandels werden als bera-tende Mitglieder in den Ausschuss berufen, so dass eine direkte Vernetzung und der Dialog zwischen den Interes-sengruppen gewährleistet ist.</p>

Wo liegen die größten Hemmnisse (Zeit, Prozess, Aktivierung Akteure, Geld etc.)?	Wie machen Sie nun konkret weiter?
<p>Zur Weiterführung der Prozesse ist eine fortlaufende Initiative durch einen „Kümmerer“ notwendig. Zur Umsetzung/ Realisierung von Vorhaben sind finanzielle Mittel erforderlich. Zur Realisierung von Projekten sind vor allem -möglichst lokale- Investoren gefordert. Zur Fortführung der „Planerwerkstatt“ sind Finanzmittel und Personaleinsatz erforderlich.</p>	<p>Fortführung des Arbeitskreises Nahversorgung „Planerwerkstatt Neuenkirchen“, Begleitung/Umsetzung der geplanten bzw. begonnenen Vorhaben, Einbindung weiterer Akteure aus der Bevölkerung (zusätzliche, weitere Ideengeber), Ansprache und Motivierung von potentiellen Investoren.</p>
<p>Besonders problematisch ist die Nachnutzung der Leerstände, das gilt für Wohnraum, aber auch für verschiedene gewerbliche Immobilien, die selbst bei geringsten Mietpreis- oder Kaufpreisforderungen keinen Nutzer finden.</p>	<p>Im Nachgang zu der Befragung und der Vorstellung der Ergebnisse haben sich im Dorf drei Arbeitsgruppen gebildet, die sich mit den o. g. Themen der dörflichen Entwicklung beschäftigen, Lösungsansätze formulieren und zur Umsetzung konkreter Maßnahmen kommen wollen. Diese Gruppen werden von der Gemeinde unterstützt und mit Hilfe der Wirtschaftsagentur Artland im Diskussionsprozess begleitet.</p>
<p>Aufgrund der Finanzsituation ist die Stadt Fürstenau nur sehr begrenzt in der Lage, selbst Entwicklungsräume in Verantwortung zu steuern. Es ist aber deutlich geworden, dass nicht nur die „harten Faktoren“ der Wirtschaftsförderung, sondern vor allem die „weichen Faktoren“ eines Standortes wesentlich die Erfolgsaussichten einer Entwicklungsarbeit bestimmen. In diesem Bereich hat Fürstenau große Potenziale.</p>	<p>Die früheren „Planungsbaustellen“ werden zusammengeführt. Das Thema wird auf zwei Spuren weiter verfolgt. Einerseits wird ein Stadtentwicklungskonzept erstellt und andererseits erste unstrittige Teilprojekte umgehend angegangen.</p>
<p>Die wesentlichen Hemmnisse der weiteren Aktivitäten liegen im Wesentlichen in den unterschiedlichen Ansprüchen an die notwendigen finanziellen Mittel. So wird von der Kaufmannschaft die Professionalisierung des Stadtmarketings gewünscht, wobei die Stadt Bersenbrück nicht in der Lage ist, die hierfür notwendigen finanziellen Mittel aufzubringen. Hier ist eine Verbesserung der ehren- bzw. nebenamtlichen Strukturen notwendig, um die vorhandenen Projektideen umzusetzen.</p>	<p>Konkret ist vorgesehen, dass zwischen Kaufmannschaft und dem Fachausschuss der Stadt Bersenbrück konkrete Aktivitäten und Projektideen in einer Prioritätenliste gebündelt werden und die Projekte nach und nach konkret umgesetzt werden. Ziel ist weiterhin durch eine Attraktivitätssteigerung der Innenstadt den Einzelhandel im Stadtkern zu stärken und damit den Standort Zentrum Bersenbrück längerfristig zu sichern.</p>

Ergebnisse – Tragfähig und Übertragbar

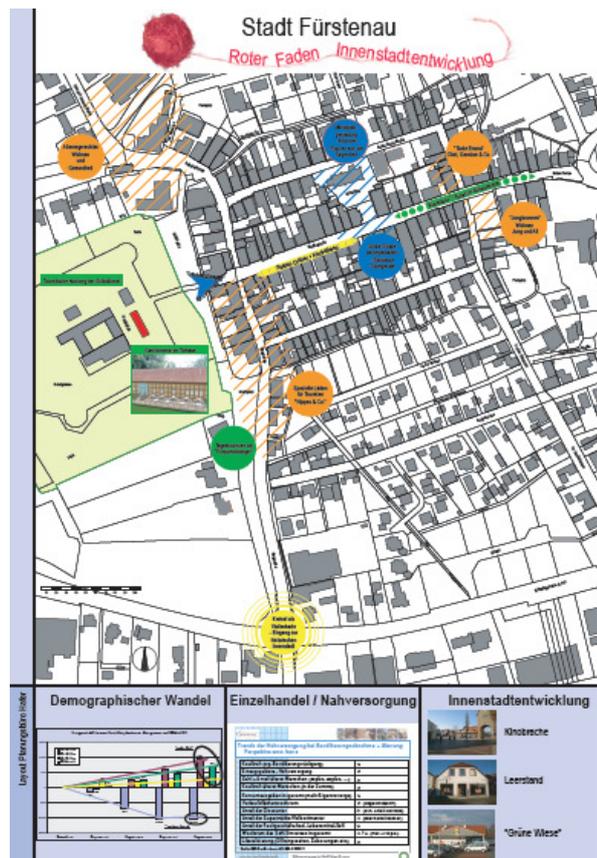
Fürstenau – Roter Faden Innenstadtentwicklung

Einerseits ist die Stadt Fürstenau auf gutem Kurs. Dies hat die Arbeit in den Planerwerkstätten gezeigt. Aufbauend auf den Leitbildprozess bestehen zahlreiche Ideen, die teilweise bereits in der Umsetzung sind. Flankiert durch die Aussagen des Standort-/Einzelhandelsgutachtens steht die Stärkung der Innenstadt auf der Tagesordnung.

Der „Rote Faden Innenstadtentwicklung“ soll als langfristig getragene Strategie die weitere Entwicklung planvoll beeinflussen, um die Position und den städtebaulichen Charme von Fürstenau zu erhalten. In diese Gesamtstrategie wurden die in den Werkstätten (weiter-)entwickelten Ideen quasi „eingehängt“:

- **Alte(r)nsgerechtes Wohnen und Gesundheit** als Nachnutzungsidee für die Brache „Haus Niedersachsen“,
- (Wieder-)aufgreifen der Konzepte zur **touristischen Nutzung der Schloßinsel**,
- Architektenentwurf inkl. Baukostenkalkulation für die **gastronomische Nutzung des südlichen Torhauses** als Basis für die notwendigen politischen Beschlüsse und ggf. die Akquisition eines Betreibers,
- Stärkere **Aktivierung der Tagestouristen als „Frequenzbringer“** für die Innenstadt – auch durch spezielle Läden im Angebotssektor „Nippes & Co“,
- (Weitere) Umsetzung der Ideen zur Umgestaltung der Kreisverkehrsplätze als **„Eingang zur Innenstadt“**,
- Erarbeitung eines städtebaulichen und funktionalen Konzeptes zur **Attraktivierung der Großen Straße**,

- Prüfung der Wirtschaftlichkeit und Realisierbarkeit für die **Nachnutzung der „Kinobrache“ am Hohen Tor** durch den Eigentümer („Jungbrunnen“: Wohnen für Alt und Jung)



Der „Rote Faden Innenstadtentwicklung“ als Richtschnur für die weitere Stadtkernentwicklung

Neben dieser Fülle an Ideen und Aktivitäten besteht andererseits der Wunsch der Stadt, südlich der Bundesstraße am bereits bestehenden Standort von LIDL, KiK „& Co“ das so genannte „Aue-Center“ zu etablieren. Eine Ansammlung von Einzelhandelsgeschäften mit voraussichtlich enormer Sogwirkung auf den Kunden. Wird diese geplante Agglomeration außerhalb der Innenstadt eine belebende Konkurrenz oder der Todesstoß für die Große Straße werden? Die (Gutachter-) Theorie und Erfahrung sprechen für die zweite Variante als Antwort. Die Praxis wird wohl -falls das Vorhaben so realisiert wird- in naher Zukunft zeigen, ob eventuell

doch die erste Antwortvariante zum Tragen kommt.

Aus den zahlreichen Projektideen ist die stärkere touristische Nutzung der Schlossinsel mit einer gastronomischen Nutzung des südlichen Torhauses hervorzuheben. Beide Elemente zielen darauf ab, die einmalige Attraktion Fürstenaus, das Schloss mit seinen Wehranlagen noch besser in Szene zu setzen.



Das südliche Torhaus: Die Umnutzung wurde vom Planungsbüro Hafer konzipiert und kalkuliert

Zusammen mit dem Dreiklang aus:

- Gesundheit und Wellness - auch in Form eines Gesundheitszentrums,
- der touristischen Attraktionen plus Cafés/Außergastronomie -auch Kunst und Kultur- und
- gezielten Angeboten für die „gereiften Genießer“, mithin die „Generation 50plus, 60plus...“

wird vor allem die Innenstadt/die Große Straße von den neuen attraktiven Angeboten profitieren.

Gemeinsam für ein starkes und lebendiges Neuenkirchen

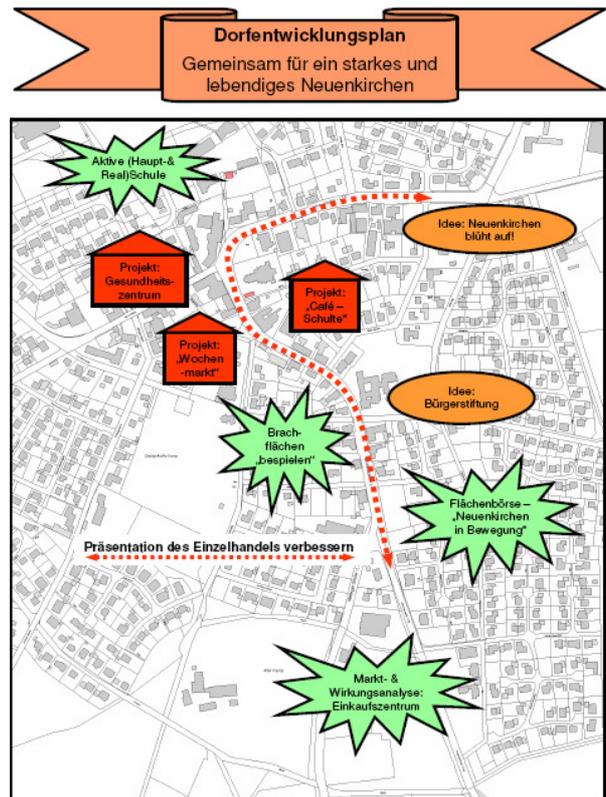
Mit dem Leitthema „Gemeinsam für ein starkes und lebendiges Neuenkirchen“ setzt Neuenkirchen auf Folgenutzungen für Leerstände und Brachen. Die Realisierung des zentral gelegenen Gesundheitszentrums wäre sicher als Highlight zu bezeichnen, da es unter einem Dach bestehende und neue Anbieter bündelt und Frequenz in einem Wachstumsmarkt ins Ortszentrum bringt. Weiteres gutes Beispiel war das „Bespielen“ brachliegender Flächen durch Vereine im Sommer. Die im Aufbau befindliche „Börse Neuenkirchen in Bewegung“ ist ein innovatives Instrument, um brach liegende Flächen zu mobilisieren und neue „Läden“ nach Neuenkirchen zu holen sowie gleichzeitig Unternehmen oder Existenzgründer in Rand-/Streulagen zu motivieren, ihren Sitz ins Zentrum zu verlagern. Insbesondere die breite Einbindung der lokalen Akteure ist ein weiterer Erfolg der Werkstätten. Die Energie der Akteure vor Ort war in den Werkstätten praktisch greifbar. Ein neues, attraktives Konzept für das Mitteilungsblatt der Samtgemeinde und die Idee einer Bürgerstiftung wurden quasi „folgerichtig“ auf den Weg gebracht.

Im ersten Entwurf eines Dorfentwicklungsplans sind die bereits umgesetzten und die weiter zu verfolgenden Aktivitäten und Ideen „verortet“ worden:

- (weitere) **Aktivitäten der Haupt- und Realschule** - auch in Kooperation mit den vor Ort ansässigen Betrieben,
- Akquisition eines Investors für das erarbeitete **Konzept eines Gesundheitszentrums** auf der zentralen Brachfläche „Pinke“,
- Umsetzung der Projektidee eines **Wochenmarktes** der mobilen Einkaufswagen/-händler,
- (Weitere) Qualifizierung der örtlichen Feste - auch in Verbindung mit ortstypischen Merkmalen und Aktivitäten (z.B. „**Neuenkirchen blüht auf!**“),

- Erarbeitung eines **Architektenentwurfs** mit Baukostenkalkulation für das „Café Schulte“,
- Fortsetzung des erfolgreichen **Bespiels der Brachflächen** - auch nach dem „WM-Fieber“,
- Einleitung und Fortsetzung der Idee einer **Bürgerstiftung**,
- Erarbeitung einer **Flächenbörse** „Neuenkirchen in Bewegung“,
- Aufstellen der **Markt- und Wirkungsanalyse** für das Einkaufszentrum,
- Maßnahmen zur Verbesserung der **Präsentation**/des gemeinsamen Auftretts **des Einzelhandels**.

Doch auch Neuenkirchen wandert auf einem schmalen Grat. Während der Planerwerkstätten wurden die Beschlüsse zur Ansiedlung eines ALDI-Marktes sowie weiterer Fachmärkte an dem bereits bestehenden Standort des Coma-Marktes auf den Weg gebracht. Wie in Fürstenau wird dadurch aller Voraussicht nach ein enormer Kundenmagnet vor den Toren des eigentlichen (Einkaufs-)Ortes entstehen. Unter der Parole „Jetzt erst recht...!“ ergibt sich dadurch so eine Art Doppelstrategie: Einerseits wird die Nahversorgung des Ortes gesichert – wenn auch am Ortsrand! Andererseits werden Impulse und insbesondere das solidarische Auftreten der Händler für die Ortsmitte gefördert und gefordert. Ob diese Gratwanderung gelingt wird die Zukunft zeigen müssen.



Der Dorfentwicklungsplan als strategisches Maßnahmen- und Ideenbündel

Menslage – Wunsch & Wirklichkeit und der Weg dorthin

In Menslage standen sehr konkrete Lösungen für den Umgang mit den Leerständen im Vordergrund. Unter dem Leitthema „Wunsch & Wirklichkeit und der Weg dorthin“ wurde auf Basis eines Architektenentwurfs mit Wirtschaftlichkeitsberechnung ein Nutzungskonzept für die Umnutzung der ehemaligen Grundschule für das Altenwohnen erarbeitet.



*Altenwohnen in der ehemaligen Grundschule ist möglich und finanzierbar
(Entwurf: Planungsbüro Hafer)*

Eine Übersicht über die Alterstruktur im Dorf zeigt die Notwendigkeit, sich des Themas Altenwohnen anzunehmen. Damit es nicht nur beim „Wunsch“ bleibt, sondern auch die „Wirklichkeit“ greifbar wird, müssen „neue Potenziale“ mobilisiert werden. Den Zuzug neuer Bewohner wünschen



sich alle Gemeinden. Doch ist das realistisch? „Umzugsmanagement“ heißt also das Zaub-

berwort! Es geht darum, umzugsbereite Bürger/-innen und leerstehende/untergenutzte Häuser „zusammen zu bringen“. Ziel ist es, im Dorf „näher zusammen zu rücken“, damit die Auslastung der bestehenden Infrastruktur auch künftig gewährleistet ist. Ein innovativer Ansatz! Landauf-landab bisher ohne Vorbild. Die aktivierende Befragung „Menslage – Die Zukunft gemeinsam gestalten“ und die Erarbeitung der Projektskizze „Umzugsmanagement zur Stabilisierung der Siedlungs- und Versorgungsstruktur“ sind die ersten, wichtigen Bausteine für den weiteren Weg vom „Wunsch“ zur „Wirklichkeit“.

Auf einer großen Bürgerversammlung wurden nicht nur alle Projektideen und Aktivitäten nochmals angeregt diskutiert, sondern auch der Aufbruch zu deren weiteren Umsetzung und Konkretisierung eingeleitet. Die Stationen im Fahrplan für „Menslage 2020“ waren bzw. sind:

- Erarbeitung eines Konzeptes zur **Umnutzung der ehemaligen Grundschule** für das Altenwohnen (Architektenentwurf plus umfassende Wirtschaftlichkeitsbetrachtung),
- Sensibilisierung der Bevölkerung für die **Perspektiven ihres Dorfes** - nicht nur im Hinblick auf die Nahversorgung,
- **Durchführung der aktivierenden Befragung** „Wohnen und Leben in Menslage – Die Zukunft gemeinsam gestalten“ mit der Präsentation und weiteren Diskussion der Ergebnisse auf der Bür-

gerversammlung plus Organisation eines „Follow up“,

- Ideensammlung für die **Folgenutzung des Objektes „Kirchplatz“** mit ersten Kontakten zu potenziellen Nutzern.



Unter dem Motto „Die Zukunft gemeinsam gestalten“ diskutierte die Menslager Bevölkerung angeregt über die Entwicklungsmöglichkeiten ihres Dorfes

Bersenbrück – Stärkung des Einzelhandels im Zentrum

Dominierten in Bersenbrück während der ersten Werkstatt noch „Frusterscheinungen“ die Diskussion, so konnte in der Folgewerkstatt ein gewisser Aufbruch zu neuen Ufern moderiert werden. Neben einigen Projektideen wurde als wesentlicher Punkt die Initiative zur Verbesserung



der Akteursstrukturen erarbeitet, um die Umsetzung der Projektideen zu unterstützen. Dies betrifft vor allem die bessere Ver-

zahnung zwischen Politik/Verwaltung und Kaufmannschaft sowie die Verteilung der Aktivitäten auf noch mehr Schultern. Kurzfristig wurde ganz im Sinne des Mottos „Kürzere Wege - Engere Dialoge“ die bessere Verankerung des Stadtmarketing im zuständigen Ausschuss erreicht.

Das Interview – Ist die Nahversorgung noch zu retten?

Herr Mensing², was heißt heute eigentlich noch „Nahversorgung“?

Nun, eine ganz einfache Antwort ist: Da wo die Leute wohnen oder wo sie zumindest schnell hinkommen.

Zu Fuß?

Nein, wo denken Sie hin? Die Zeiten sind vorbei. Mit dem Auto natürlich! Tante Emma ist tot – es lebe die „Grüne Wiese“! „Um die Ecke“ werden nur noch Brötchen, Butter, Milch und Vergessenes gekauft. „Nahversorgung“ wird auch künftig das Ergebnis von Kundenwünschen und attraktiven, wirtschaftlichen Betriebsformen sein. Die Discounter haben sich als „Nahversorger“ etabliert. Ohne es im wirklichen Wortsinne zu sein! „Grüne Wiese“ oder auch „Graue Wiese“ sind heute Alltag geworden.

Ist das der Abgesang auf die alten Ortszentren?

Nun, die neuen so genannten „Nahversorgungszentren“ draußen vor den Toren der Stadt sind in der Regel Agglomerationen mit Vollsortimenter plus Discounter plus weiteren Fachmärkten für Schuhe, Drogerieartikel usw. Die brauchen schnell mal 10.000 bis 15.000 qm große Grundstücke. Kennen Sie eine Mittel- oder Kleinstadt, die solche Flächen in ihrer Ortsmitte vorhält? Es gibt mittlerweile nur noch wenige unbeugsame Städte und Gemeinden, die „Genosse Trend“ im Einzelhandel trotzen.



Wie denn?

Die setzen weiterhin auf attraktive Zentren mit Potenzial und Frequenz. Rücken enger zusammen aufgrund der Alterung und Schrumpfung ihrer Bevölkerung und gestalten durch eine vorausschauende Flächenpolitik und ein Besatzmanagement aktiv die Investitionsbedingungen in den Zentren. Etwa für frequenzbringende Neunutzungen außerhalb des Einzelhandels, speziell außerhalb des Lebensmitteleinzelhandels.

Die meisten Ortszentren sehen also bald alt aus?

Im demographischen Sinne auf jeden Fall! Immer mehr Best und Silver Ager mit besonderen Ansprüchen und Lust zum niveauvollen Einkauf suchen nach attraktiven Angeboten. Da nützen das Streetball-Turnier für die Kids auf dem historischen Markt oder die medienwirksame

² Klaus Mensing ist Partner und Geschäftsführer der CONVENT Planung und Beratung GmbH und hat die Planerwerkstätten in Zusammenarbeit mit dem LKOS organisiert und moderiert

Einweihung der neuen Halfpipe erst einmal wenig. Die „Junge Familie mit Kind“ bleibt wichtig, wird aber schlicht weniger – das merken wir in den Neubaugebieten. Der Handel steht somit definitiv vor dramatischen Änderungen, weil sein wichtigster Erfolgsfaktor, der Kunde, in die Jahre kommt und sich rar macht. Das verschärft den Wettbewerb und macht neue Ideen für Sortimente, Ladengestaltung, Service, Standorte und eben auch Events für die Kundschaft nötig.

Dann sind also neue Strategien für den innerörtlichen Einzelhandel gefragt?

Eine rethorische Frage! Na klar! Es gilt, neue Strategien für die Mehrheit von morgen zu entwickeln. Angebote für die „reifen Genießer“. Diese sind auf kurzem Wege an das Ortszentrum anzubinden, ebenso wie die Familien. Ein Mix aus Alt und Jung ist angesagt. Dazu am besten noch Gesundheitsdienstleistungen und Freizeitangebote. Das Motto vieler Best und Silver Ager heißt „Gut versorgt und mittendrin, statt nur dabei“. Die sogenannten „empty nesters“ verkaufen nach dem Auszug ihrer Kinder ihr Eigenheim am Ortsrand und ziehen zurück ins Zentrum.



Gerade die attraktiven Mittelzentren können von diesem jetzt schon zu beobachtenden Trend profitieren. Und so kann dann auch für den Einzelhandel wieder ein Schuh ´draus werden: Mit den neuen Kunden, die ja durchaus über Kaufkraft verfügen und aufgrund ihrer Lebenserfahrung nicht auf jedes „Geiz ist geil-Angebot“ anspringen, wird die echte Nahversorgung in den Ortszentren wieder tragfähig.

Klingt ja geradezu phantastisch!! Das soll also der Selbstläufer der Zukunft sein?

Nein, von alleine läuft da ´gar nichts! Ein Schlüssel ist neben der flächenbezogenen Ortsentwicklung ein aktives Stadtmarketing und eine Händlerschaft, die an einem Strang zieht. Ich meine dabei nicht Stadtmarketing als Spielwiese allein für die Diskussion über die Straßenmöblierung, die Begrüßungsschilder am Ortsrand oder den neuen Radwanderweg. Das Engagement der Leute – nach Feierabend! – muss ernst genommen werden. Ideen gibt´s in der Regel genug. Für die weitere Umsetzung ist die Verzahnung des Stadtmarketing mit der Politik und Verwaltung besonders wichtig. Denn meistens geht es ja gerade auch um´s Geld. In welchem Ausschuss werden die Initiativen der Ehrenamtlichen beraten und beschlossen? Wer ist der richtige Ansprechpartner in der Verwaltung? Der Bürgermeister? Der hat oft genug um die Ohren. Da platzt dann schnell mal ein Termin. Hier hilft nur die „operationelle Grundierung“. Ein eher akademischer Fachbegriff, der hier allerdings wie die Faust auf´s Auge passt. Es kann eben nicht alles „Chefsache“ sein.

Ausblick – und weiter?

Feedback

Von den teilnehmenden Städten und Gemeinden wurden die Werkstätten insgesamt als gutes Instrument eingeschätzt, Themen und Projekte mit externer Unterstützung qualifiziert



(weiter) zu bearbeiten. Professionelle externe Moderation sei hilfreich, ersetze aber nicht die weitere Arbeit am konkreten Projekt vor Ort. Weiterhin seien die Schaffung gemeinsamer Verantwortlichkeiten zwischen privater Initiative und Politik/Verwaltung sowie die immer wieder notwendige Verknüpfung von „(Geld-)Mitteln und Mehrheiten“ wichtig. Man müsse die Projektideen stetig weiter konkretisieren und wirtschaftlich machen. Unterschiedliche Wege führen hierbei zum Erfolg: Von der schlagkräftigen Kerntuppe bis zur breiten Beteiligung und Begeisterung als demokratischer Prozess.

Die externe Prozessteuerung durch den Landkreis Osnabrück und die CONVENT Planungs- und Beratungsgesellschaft hätte Verbindlichkeit und Kontinuität geschaffen. Im Ergebnis seien beispielhafte Ideen und Lösungen für die ausgewählten „Werkstattkommunen“ erarbeitet worden. Hier heiße es nun, am Ball zu bleiben und die Ergebnisse in der (Landkreis-)Politik zu präsentieren. Denn die drei Mega-Trends

- **Bevölkerungsrückgang und Alterung**
- **Trends im Einzelhandel** und
- **Leerstände und Brachen**

werden auch weiterhin die Ortsentwicklung maßgeblich beeinflussen!

...und weiter?

Die vier Samtgemeinden bleiben beim Thema am Ball – wenn auch in jeweils unterschiedlicher Ausgestaltung vor Ort. Denn es geht letztlich um ihre zukunftsfähigen Ortskerne mit attraktivem Besatz und Lebensqualität für Bewohner/-innen und Besucher/-innen und somit um ein „Ab in die Mitte!“, aber ernst gemeint und dauerhaft.

Getreu dem immer wiederkehrenden Motto „Nichts beflügelt mehr als der sichtbare Erfolg!“ plädierten alle Akteure auf der Abschlusswerkstatt für die weitere Umsetzung der Ideen und die Fortsetzung des Werkstattprozesses in ihren Städten und Gemeinden.

Vor allem in Neuenkirchen und Fürstenau werden die vorhandenen lokalen Strukturen und Institutionen genutzt, um die Projektideen weiter zu konkretisieren und umzusetzen, bis man „etwas sieht“. Dabei half der Rückenwind der Werkstätten mit, die einzelnen Projekte (noch) besser in der Politik zu platzieren.

„Altenwohnen“ war gestern

Wurde in der ersten Werkstattzeitung noch über die Notwendigkeit eines Masterplans „Altenwohnen“ berichtet, so wird dieser Projektansatz nunmehr mit dem Titel „Integriertes wohnungswirtschaftliches Management im ländlichen Raum“ geadelt. Was soll das denn sein?

Es ist schon lange und hinreichend bekannt, dass ältere Menschen möglichst lange in ihren eigenen vier Wänden leben möchten. Der Wechsel in stationäre Wohnformen „steht nicht zur Debatte“. Das trifft sich gut, da zukünftig diese Wohnform für die hohe Zahl älterer Menschen auch gar nicht zu finanzieren wäre. Es ist also nötig, sowohl aus sozialen wie auch aus ökonomischen Gründen, (neue) Angebote für alter(n)sgerechtes Wohnen zu entwickeln.

Das trifft sich wieder gut, da in absehbarer Zeit die (Wohn-)Siedlungsentwicklung in den Kommunen im Wesentlichen durch zwei Impulse bestimmt wird. Erstens: Durch den Ansiedlungsdruck junger Familien und solventer Investoren für Alteneinrichtungen. Zweitens: Durch die zunehmende Verfügbarkeit von Einfamilienhäusern aus den siebziger Jahren. Das ruft ja geradezu nach einer wirtschaftlichen und sozialen win-win-Situation!

Und zwar ungefähr so: Junge Familien ziehen in alte Einfamilienhäuser und modernisieren diese (mit staatlichen Zuschüssen?). Ältere Menschen ziehen entweder aus ihren alten Einfamilienhäusern in neue alter(n)sgerechte Wohnungen oder lassen ihr angestammtes Häuschen für eine „Alten-WG“ (o.ä.) umbauen (auch mit staatlichen Zuschüssen?). Als durchaus gewollter Nebeneffekt bleibt die Siedlungsstruktur in den Städten und Gemeinden trotz Stagnation/Rückgang der Bevölkerung stabil und die Nahversorgung behält eine realistische Chance zum Überleben.

Die wesentlichen Vokabeln für die Arbeit am „Integrierten wohnungswirtschaftliches Management im ländlichen Raum“ sind „informieren – aktivieren – beraten“. Die dazugehörigen Arbeitsschritte lauten:

- Identifizierung der Zielgruppen und Einschätzung des Bedarfs,
- Aktivierung und Qualifizierung lokaler Akteure aus Wohnungswirtschaft, Handwerk etc,
- Aktivierung der verschiedenen Zielgruppen älterer Menschen,
- Vermittlung familiengerechter Wohnungen/Häuser im Bestand.

In den Planerwerkstätten wurden bereits viele Vorarbeiten erledigt, so dass der doch recht sperrige Titel des Projekts rasch mit Leben gefüllt werden kann.

Ansprechpartner:



**LANDKREIS
OSNABRÜCK**

Landkreis Osnabrück
Am Schölerberg 1
49082 Osnabrück
Fachdienst Planen und Bauen
Arndt Hauschild
hauschild@Lkos.de
Referat für Strategisches Steuerung
und Kreisentwicklung
Dr. Dirk Heuwinkel
Telefon (0541) 501-3065
heuwinkel@Lkos.de
www.landkreis-osnabrueck.de



Planung und Beratung GmbH
CONVENT Planung und Beratung GmbH
Haubachstraße 74
22765 Hamburg
Dipl.-Geogr. Klaus Mensing
Tel. 040-38 99 64-0
mensing@convent-hamburg.de
www.convent-hamburg.de