

Stadt Hameln  
Der Oberbürgermeister



## **Märkte- und Zentrenkonzept 2005**

(Fortschreibung von 1997)

**Fachbereich Planen und Bauen, Abteilung Stadtentwicklung und Planung**

**Hamelner Schriften zur Stadtentwicklung Heft 7, Mai 2005**

Herausgeber: Stadt Hameln  
Der Oberbürgermeister  
Rathausplatz 1  
31785 Hameln

Ansprech-  
partner: Fachbereich Planen und Bauen  
Abt. Stadtentwicklung und Planung  
Frau Blaschke, Tel. (0 51 51) 2 02-13 34  
Michaela Klank, Tel. (0 51 51) 2 02-14 87

# Märkte- und Zentrenkonzept 2005 (Fortschreibung von 1997)

## Inhalt

<b>1. Einleitung und Aufbau.....</b>	<b>S. 1</b>
<b>2. Märkte- und Zentrenkonzept 1997 und Stadtentwicklungskonzept 2000.....</b>	<b>S. 4</b>
2.1 Ziele der Konzepte.....	S. 4
2.2 Umgesetzte Maßnahmen der Konzepte.....	S. 5
<b>3. Bestandsaufnahme Zentren.....</b>	<b>S. 9</b>
3.1 Gesamtstadt Hameln.....	S. 9
3.2 Altstadt.....	S. 13
3.3 Subzentren (integriert und teilintegriert mit Zentrenrelevanz) .....	S. 19
3.3.1 Deisterstraße/Bahnhofstraße.....	S. 19
3.3.2 Hefehof.....	S. 21
3.3.3 Böcklerstraße und Werkstraße.....	S. 22
3.4 Teilintegrierte und nicht integrierte sonstige Einzelhandelsschwerpunkte (nicht zentrenrelevant) .....	S. 23
3.5 Leitbild für teilintegrierte und nicht integrierte Standorte 2005 bis 2010.....	S. 24
<b>4. Wohnungsnahe Grundversorgung.....</b>	<b>S. 25</b>
4.1 Wohnungsnahe Grundversorgung in der Kernstadt.....	S. 27
4.2 Wohnungsnahe Grundversorgung in den Ortschaften.....	S. 34
<b>5. Gewerbeflächen.....</b>	<b>S. 41</b>
5.1 Allgemeine Ziele für Einzelhandel in Gewerbeflächen.....	S. 41
5.2 Ziele für einzelne Gewerbeflächen 2005 bis 2010.....	S. 43
Literaturverzeichnis.....	S. 50

## 1. Einleitung und Aufbau

---

Das Märkte- und Zentrenkonzept der Stadt Hameln aus dem Jahr 1997 hat sich als Steuerungsinstrument des Einzelhandels in der Praxis bewährt. Um auch künftig auf die strukturellen Veränderungen im Einzelhandel reagieren zu können, wurde eine Aktualisierung des Konzeptes erforderlich.

Mit dieser Fortschreibung ist nicht nur eine aktuelle Bestandserhebung des Einzelhandels verbunden sondern auch eine Auswertung der bisherigen Maßnahmen sowie eine Neuformulierung der Ziele für den Zeitraum 2005 bis 2010.

Die Fortschreibung des Märkte- und Zentrenkonzeptes wird in Stellungnahmen der Regionalplanung des Landkreises Hameln-Pyrmont, der IHK Hannover und des Einzelhandelsverbandes Hannover-Hildesheim für sinnvoll erachtet und inhaltlich positiv beurteilt.

Die bereits in den 90er Jahren erkennbaren Merkmale des Strukturwandels im deutschen Einzelhandel, die auch in Hameln zu spüren sind, haben sich deutlich verschärft.

Auf der **Angebotsseite** sind dies:

- **sinkende Zahl der Einzelhandelsbetriebe:** dies wirkt sich u. a. verschlechternd auf die flächendeckende Nahversorgung aus.
- deutliche **Zunahme der Verkaufsfläche** insgesamt: In den letzten zehn Jahren ist die Verkaufsfläche in Deutschland von 95 Mio. m<sup>2</sup> auf 114 Mio. m<sup>2</sup> angewachsen (HDE 2004).
- **Maßstabsvergrößerung** der Betriebe: branchenabhängig steigt die ökonomisch mindestens erforderliche Verkaufsfläche pro Einzelhandelsbetrieb.
- verschärfter **Wettbewerb:** sinkender Umsatz und steigende Kosten (u. a. Mieten) führen zu geringeren Erträgen in weiten Teilen des Einzelhandels. Die Entwicklung der Einzelhandelsumsätze in der Vergangenheit variierte stark nach Betriebsart: Während die Einzelhandelsumsätze der kleinen und mittleren Fachgeschäfte und der Warenhäuser um mindestens ein Drittel stark geschrumpft sind, haben Discounter, SB-Verbrauchermärkte und filialisierte Fachgeschäfte in den letzten Jahren ihren Umsatz um über 50 % gesteigert.
- zunehmende **Filialisierung bzw. Unternehmenskonzentration:** Der Eindruck von Angebotsvielfalt ist teilweise eine Illusion, da viele Konkurrenten keine sind, sondern zu ein und demselben Unternehmen gehören. Im Lebensmitteleinzelhandel kann bereits von einer Oligopol-situation gesprochen werden (Heinritz/Klein/Popp 2003, S. 37 ff.).
- neue **Formen** des Einzelhandels (u. a. Shopping Malls, Internet)

Auch das Konsumentenverhalten hat sich stark verändert. Hier sind neben der allgemeinen Konsumzurückhaltung infolge der gesamtwirtschaftlichen Entwicklung (insb. Unsicherheiten am Arbeitsmarkt) auch Veränderungen im Kaufverhalten zu beobachten (u. a. steigende

Nutzung des Internets). Das wohl auffälligste Phänomen des geänderten Konsumverhaltens ist die Tatsache, dass „Geiz ist geil“ als neue Einkaufsphilosophie allgemein akzeptiert wird. Diese Abkehr vom bisherigen Prinzip, dass Waren ihren Preis wert sind, zum Prinzip möglichst billig einzukaufen, hat Konsequenzen nicht nur für die Produzenten von Gütern sondern auch für den Handel. Rabattschlachten führen dazu, dass die Gewinnmargen stetig sinken und der Wettbewerb sich weiter verschärft. Gewinner sind die „Großen“ und insbesondere in der Versorgung mit Gütern des täglichen Bedarfs die Discounter.

Der Anteil des Einzelhandelsumsatzes an den privaten Konsumausgaben hat sich seit 1990 von 42,2 % kontinuierlich auf nur noch 28,7 % im Jahr 2004 reduziert (HDE 2005), was sich in scharfem Konkurrenzkampf widerspiegelt. Die nachlassende Kaufkraft ist eine Ursache für die negativen Aspekte des Strukturwandels des Innenstadteinzelhandels<sup>1</sup> (u. a. Leerstände, Schließung von traditionellen Warenhäusern, rasche Nutzungsfolgen). Experten gehen von einem anhaltenden und sich verschärfenden Umschichtungs- und Verdrängungsprozess aus, da wirtschaftliche und demographische Eckdaten der Entwicklung keinen Anlass gäben, kurz- und mittelfristig von einer Zunahme der realen Einzelhandelsumsätze und Umsatzrenditen auszugehen (Giese 2003, S. 16).

#### **Die Fortschreibung des Märkte- und Zentrenkonzeptes verfolgt primär folgende Ziele:**

- Sicherung und Stärkung des Standortes Innenstadt
- Gewährleistung einer wohnungsnahen Grundversorgung
- Aussagen zum Umgang mit Einzelhandel außerhalb integrierter Standorte
- Sicherung der Funktion der Stadt Hameln als regionales Einkaufszentrum

Das Leitbild, die Funktionsfähigkeit der Innenstädte zu sichern und zu fördern, hat in den letzten Jahren starken Eingang in die verschiedenen Ebenen der Raumplanung gefunden:

Im **Baugesetzbuch (BauGB)** wurde durch eine Novellierung im Sommer 2004 ein neuer Absatz 3 in den § 34 (Zulässigkeit von Vorhaben innerhalb der im Zusammenhang bebauten Ortsteile) eingefügt. Demzufolge dürfen von Vorhaben nach Absatz 1 und 2 keine schädlichen Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche in der Gemeinde oder in anderen Gemeinden zu erwarten sein. In Absatz 3a werden explizit die verbrauchernahe Versorgung der Bevölkerung und zentrale Versorgungsbereiche in der Gemeinde geschützt.

§ 11 (3) der **Baunutzungsverordnung (BauNVO)** restringiert seit 1990, dass Einkaufszentren und großflächige Einzelhandelsbetriebe außer in Kerngebieten nur in für sie festgesetzten Sondergebieten zulässig sind. Die Großflächigkeit wird dabei in der Kommentierung zur BauNVO ab einer Verkaufsfläche von 700 m<sup>2</sup> angesetzt (sog. Vermutungsgrenze).

---

<sup>1</sup> Im Folgenden werden die Begriffe **Innenstadt**, **Versorgungskern**, **Altstadt** und **City** synonym verwendet. In den zehn **Ortschaften** Hamelns Afferde, Hilligsfeld, Halvestorf, Haverbeck, Hastenbeck, Sünteltal, Klein Berkel, Rohrsen, Tündern und Wehrbergen, die nicht zur Kernstadt gehören, lebt ca. ein Drittel der Bevölkerung Hamelns. Ca. zwei Drittel der 59.852 (31.12.2004) Einwohner Hamelns leben in der Hamelner **Kernstadt**, die aus den acht statistischen Bezirken Wangelist, West, Altstadt, Mitte, Wehl, Nord, Ost und Süd besteht.

Das **Landes-Raumordnungsprogramm Niedersachsen (LROP) Änderung und Ergänzung 2002** hat auf die bisher mangelhaften Steuerungsmöglichkeiten des großflächigen Einzelhandels reagiert und bessere Voraussetzungen zur Sicherung der Funktion der Innenstädte durch Reglementierungen für großflächige Einzelhandelsprojekte geschaffen. So fordert das LROP (Teil II C 1.6 03), großflächige Einzelhandelsprojekte mit innenstadtrelevanten Kernsortimenten nur an städtebaulich integrierten Standorten zuzulassen und die Einbindung in das ÖPNV-Netz. Hier werden zur Schaffung von Planungs- und Investitionssicherheit die Beurteilungsmerkmale von Einzelhandelsgroßprojekten präzisiert mit dem Ziel, die wohnungsnahе Versorgung im ganzen Land ebenso zu sichern wie die Attraktivität der Innenstädte als zentrale Handels- und Marktplätze. Das Land Niedersachsen verfolgt damit eine Politik für starke Innenstädte und konkurrenzfähige Mittelzentren mit einer vielfältigen Einzelhandelsstruktur.

Gemäß dem **Regionalen Raumordnungsprogramm (RROP) 2001 für den Landkreis Hameln-Pyrmont** ist die Leistungsfähigkeit und Attraktivität des Mittelzentrums Hameln durch Stärkung der zentralörtlichen Funktion zu erhalten und zu steigern. Einzelhandelsgroßprojekte haben der Stufe des Zentralen Ortes zu entsprechen, dürfen ausgeglichene Versorgungsstrukturen nicht wesentlich beeinträchtigen und sind nur an städtebaulich integrierten Standorten zulässig (RROP D 1.6).

Das RROP 2001 beschränkt im zeichnerischen Teil den zentralörtlichen Bereich Hamelns auf die Kernstadt und lenkt somit den räumlichen Standort zentraler Einrichtungen und Funktionen, zu denen großflächige Einzelhandelsprojekte zählen.

Eine entscheidende Einflussnahme zur Steuerung des großflächigen Einzelhandels erfolgt auf **kommunaler Ebene** über die Festlegung der Gebietstypen der BauNVO, nach der großflächiger Einzelhandel in aller Regel nur in Kern- und Sondergebieten zulässig ist.

Planerische Einflussnahme im Sinne konkreter Festsetzungen zu Verkaufsflächen und Sortimenten kann über textliche Festsetzungen eines B-Plans erfolgen oder, wenn kein B-Plan vorliegt (Fälle nach § 34 BauGB), im Rahmen von Baugenehmigungen erfolgen. Auch städtebauliche Verträge, in der Regel in Kombination mit einem B-Plan, können einzelhandelsrelevante Regelungen enthalten.

#### **Aufbau des Märkte- und Zentrenkonzeptes:**

Kapitel 2 bezieht sich auf das Märkte- und Zentrenkonzept von 1997 sowie den einzelhandelsrelevanten Teil des Stadtentwicklungskonzeptes aus dem Jahr 2000 und seither umgesetzte Maßnahmen. In Kapitel 3 wird die Einzelhandelsstruktur in der Stadt Hameln insgesamt sowie räumlich und funktional differenziert untersucht. Dabei wird auch die zeitliche Entwicklung aufgezeigt und die Einzelhandelssituation bewertet. Diese Strukturanalyse ist Basis der jeweiligen Zielaussagen und Handlungsmöglichkeiten zur Entwicklung der Einzelhandels- und Versorgungsstruktur. Kapitel 4 untersucht die wohnungsnahе Grundversorgung in Hameln, Kapitel 5 betrachtet Gewerbeflächen unter der hauptsächlichen Zielsetzung des Ausschlusses einer Einzelhandelsnutzung.

## 2. Märkte- und Zentrenkonzept 1997 und Stadtentwicklungskonzept 2000

---

### 2.1 Ziele der Konzepte

Die Stadt Hameln hat auf die negative Entwicklung der Innenstadt u. a. durch ein Märkte- und Zentrenkonzept 1997 als Leitlinie der künftigen Einzelhandelsentwicklung reagiert (Hamelner Schriften zur Stadtentwicklung, Heft 2). Mit den dort dargestellten Planungsempfehlungen sollte ein Beitrag zum Entgegenwirken struktureller Fehlentwicklungen geleistet werden. Das Märkte- und Zentrenkonzept verfolgt zwei Hauptziele:

- a) Sicherung und Stärkung der Funktionsfähigkeit der Innenstadt als regionales Einkaufszentrum
- b) Sicherung und Stärkung der wohnungsnahen Versorgung in den Stadtteilen/Ortsteilen.

Darüber hinaus wurden die Entwicklungsspielräume nicht integrierter Einzelhandelsgroßprojekte festgelegt und die Sicherung der vorhandenen Gewerbegebiete für produzierendes Gewerbe und Dienstleistungen angestrebt (Ausschluss von Einzelhandel). Diese Leitlinien verfolgt auch die Fortschreibung des Märkte- und Zentrenkonzeptes 2005.

Das Märkte- und Zentrenkonzept hat sich bewährt, obwohl es ohne offiziellen Beschluss durch den Rat der Stadt Hameln blieb: Es dient als Informationsquelle für Fachinteressierte, Ansiedlungswillige und Einzelhändler, als Argumentations- und Entscheidungshilfe für Politik und Verwaltung und nicht zuletzt als Ausdruck des Willens der Stadt Hameln, ein funktionsfähiges Standortgefüge mit einer starken Innenstadt als Kern des Mittelzentrums zu sichern.

Bereits das Märkte- und Zentrenkonzept 1997 verfolgte als Entwicklungsziel eine Erhöhung der Verkaufsfläche der Altstadt, darunter die Nachnutzung des zentral gelegenen Landkreisgeländes durch Einzelhandel in Form einer Einkaufspassage. Wie in Kapitel 2.2 dargelegt soll dieses Ziel durch die Errichtung einer Shopping Mall „Stadtgalerie Hameln“ erreicht werden.

Im **Stadtentwicklungskonzept (2000)** hat die Stadt Hameln ihre Position zum Einzelhandel im Kontext „Hameln als regionales Zentrum“ wie folgt definiert (S. 6):

„Die Innenstadt von Hameln ist mit ihrer Vielzahl von Einzelhandelsbetrieben das Einkaufszentrum nicht nur für die Stadt, sondern für die gesamte Region Weserbergland. Das Stadtzentrum verfügt mit seinem Stadtbild über unverwechselbare, identitätsstiftende Qualitäten und über eine angenehme Einkaufsatmosphäre mit großer Angebotsvielfalt. Diese Standortstärken zu pflegen, kundenorientiert auszubauen und das Zentrum zu einem Erlebnisraum für die Region zu entwickeln, ist zentrale Aufgabe der künftigen Stadtentwicklung.

Das Flächenangebot für den Einzelhandel muss in der Kernstadt erweitert werden, insbesondere sind großflächigen Einzelhandelsbetrieben mit überregionalem Einzugsbereich im Kernbereich Ansiedlungsspielräume in stadtverträglichem Umfang zu eröffnen. Auch ist die Attraktivität des Einzelhandelsangebots zu erhöhen und die Angebotspalette zu erweitern.

...

Die regionale Abstimmung der Einzelhandelsentwicklung mit den Nachbargemeinden ist ein wichtiger Aspekt, um das Ziel „räumliche und rechtliche Steuerung des Einzelhandels“ zu sichern. Vorrangiges Ziel ist hierbei aus Sicht der Stadt Hameln, einer unkoordinierte Einzelhandelsentwicklung „vor den Toren“ der Stadt entgegenzuwirken. Hierzu ist eine interkommunale Abstimmung erforderlich, die jeder Gemeinde in der Region ausreichende Entwicklungsmöglichkeiten für den Einzelhandel bietet. Ansatzpunkt hierfür ist aus Hamelner Sicht das im Rahmen der Städtenetzkooperation entwickelte Konsensprojekt großflächiger Einzelhandel für den gesamten Wirtschaftsraum Hannover.“

Zum Ziel der Förderung der Kernstadt Hameln als Einkaufszentrum für die Region Weserbergland wird im Stadtentwicklungskonzept folgende strategische Aussage getroffen (S. 11):

„Der Strukturwandel im Handel hin zu großflächigen Einzelhandelsbetrieben auf der „grünen Wiese“ hat zu einem Bedeutungsverlust der Innenstadt geführt, der sich auch in Hameln beobachten lässt. Dieser Bedeutungsverlust stellt eine große Herausforderung für den Cityeinzelhandel und für die Stadt dar. Die Erfahrungen der letzten Jahre haben gezeigt, dass der anhaltende Ansiedlungsdruck großflächiger Betriebe mit planungsrechtlichen Instrumenten nur sehr bedingt zu steuern ist.

Das Flächenangebot für den Einzelhandel muss in der Kernstadt erweitert werden, insbesondere sind großflächigen Einzelhandelsbetrieben mit überregionalem Einzugsbereich im Kernbereich Ansiedlungsspielräume in stadtverträglichem Umfang zu eröffnen.

Nach der Umsiedlung des Kreishauses an die Süntelstraße könnte auf dem freiwerdenden Grundstück zwischen Pferdemarkt und Kaufhaus real eine zusätzliche Einkaufsfläche mit hoher Erlebnisattraktivität entstehen.

Die Standortqualitäten zu pflegen und kundenorientiert auszubauen, die Altstadt zu einem Erlebnisraum zu entwickeln und über positives Image und Leistungsangebote die Attraktivität und Wettbewerbsposition der Altstadt verbessern, sollte Ziel des in Hameln bereits initiierten Entwicklungsprozesses Citymarketing sein. Die Bewahrung und Entwicklung einer lebendigen, erlebbaren Altstadt ist im Interesse der gesamten Region...“

## 2.2 Umgesetzte Maßnahmen der Konzepte

Eine Reihe von Maßnahmen, die im Märkte- und Zentrenkonzept 1997 und Stadtentwicklungskonzept 2000 genannt wurden, sind bereits umgesetzt worden:

- **Regionale Abstimmung:** Das „Konsensprojekt großflächiger Einzelhandel“ wurde 2003 verwirklicht. Auf Basis einer Verkaufsflächenerhebung im erweiterten Wirtschaftsraum Hannover 2002 ist eine interkommunale Abstimmung bei großflächigen Einzelhandelsvorhaben über ein Moderationsverfahren vereinbart worden und bereits zum Einsatz gekommen. Eine Fortschreibung des Konsensprojektes ist in Vorbereitung.
- Die Professionalisierung und Institutionalisierung des **Stadtmarketings** wurde 2002 durch Einstellung eines von einer Lenkungsgruppe Stadtmarketing begleiteten und unterstützten **Stadtmanagers** eingeleitet. Nach Ausscheiden des Stadtmanagers im Herbst 2004 befindet sich dieser Prozess in einer Phase der Neuüberlegung. Kernrichtlinie für das Stadtmarketing ist die Aufwertung und Stärkung der Innenstadt in seiner Funktion als Einzelhandelsstandort und gleichzeitig als kulturellem Zentrum.

2003 wurde in einem Leitbildprozess das Leitbild „Hameln – die starke Einkaufsmeile in Niedersachsen“ entwickelt. Darauf aufbauend fand eine Zukunftswerkstatt mit acht Denkprojekten statt, die über eine Projekt- und Themensammlung in verbindlichen Zielen und ersten konkreten Projekten für die zukünftige Arbeit resultierte. Das komplette Leitbild fungiert jetzt als zentraler Handlungsleitfaden.

Neben der konzeptionellen Arbeit der Leitbildfindung wurden 2003 fünf Veranstaltungen (Events) zur Vitalisierung der Innenstadt durchgeführt, die etabliert werden sollen (Hamelner Ostermarkt mit Autoschau, Herbst- und Bauernmarkt, Hamelner Lichterwelten, Hamelner Lachstafel, Hamelner Kunstwege) und die bewährten Veranstaltungen wie z. B. den Hamelner Weihnachtsmarkt im Jahresablauf abrunden.

Zum Stadtmarketing gehört auch das im Aufbau befindliche **Geschäftsflächenmanagement** unter Federführung des Stadtmanagers. Eine Datenbank soll Grundlage einer Übersicht der Geschäfte der Altstadt nach Standort, Branche, Verkaufsfläche und Leerständen bzw. freien Geschäftsflächen sein.

- **Bonuscard** (2003): Dieses Kundenbindungsinstrument ist ein Projekt der Stadtwerke, Stadtparkasse, Volksbank und Deister- und Weserzeitung. Über 70 Händler und Gastronomen überwiegend aus der Altstadt beteiligen sich an dieser 2003 gestarteten Aktion. Bei Einkäufen werden bei Bezahlung mit der Bonuscard Punkte im Wert von ca. 1-3 % gutgeschrieben, die bei späteren Einkäufen verwendet werden können. Mit der Bonuscard können auch Parkhausgebühren bezahlt werden, die zusätzlich um 10 % ermäßigt sind. Die Produkte Strom, Gas und piper:net (Internet aus der Steckdose) der Stadtwerke werden ebenfalls bonifiziert. Weitere Ermäßigungen für den Kunden erfolgen durch Kooperationen (Mehrwertprogramme). Die Stadtwerke Hameln haben bereits ca. 10.000 Bonuscards an Hamelner und Einwohner des näheren Umlands ausgegeben.
- **Ausschluss** von großflächigem Einzelhandel in **Industrie- und Gewerbegebieten** durch Anpassung der Bebauungspläne an die BauNVO von 1990. Die Anpassung der Bebauungspläne ist bei allen im Märkte- und Zentrenkonzept 1997 aufgeführten GE/GI-Gebieten erfolgt bis auf B-Plan Nr. 313 Stüvestraße.
- Einrichtung eines **Parkleitsystems** durch die Stadtwerke Hameln (1999): Dieses Parkraummanagement ist von großer Bedeutung, da Parkraum aufgrund fehlender Informationen oft nicht voll ausgenutzt wird. Klagen über mangelnden Parkraum treffen häufig die Realität nicht, beeinflussen aber das Image der Innenstadt negativ – der Kunden „lernt“, besser gleich anderenorts einzukaufen (Heinritz/Klein/Popp 2003, S. 198 f.).

#### **Weitere verkehrliche Maßnahmen:**

**Parktaler:** Der Parktaler wurde 1998 vom Werbe-Interesse-Ring, Einzelhandelsverband und den Stadtwerken Hameln eingeführt und lief Ende 2004 mit Blick auf das neue Instrument Bonuscard (siehe vorangegangene Seite) aus. Der an Kunden ausgegebene Taler erstattete Parkgebühren der Kunden, die in Parkhäusern der

Stadtwerke parken. Beim Einkauf im Wert ab 15 EUR wurden Parktaler ausgehändigt, die den Wert einer halben Stunde Parkzeit hatten.

**Freies Parken ab 17 Uhr:** Die Stadt Hameln hat 2003 ein Jahr lang probeweise das kostenfreie Parken ab 17 Uhr (sonst kostenpflichtig bis 19 Uhr) im gesamten Stadtgebiet auf öffentlichen Parkplätzen eingeführt.

Die relativ geringe Annahme der Kunden bzw. die kaum spürbaren Umsatzsteigerungen im Einzelhandel haben die Kosten in Höhe von 160.000 EUR jährlich nicht gerechtfertigt, so dass die Maßnahme nicht verlängert wurde. Ein vergünstigtes Feierabendticket des ÖPNV hat ebenfalls für keinen spürbaren positiven Effekt in der City gesorgt.

Zum Misserfolg der Maßnahme trug auch bei, dass der Einzelhandel nicht mit einer Ausdehnung der Öffnungszeiten reagiert hat: Aufgrund der unterschiedlichen Öffnungszeiten in der Innenstadt und dadurch, dass zahlreiche Geschäfte weiterhin vor 19 Uhr schließen, ist die Attraktivität der Altstadt für Kunden abends eingeschränkt.

**Brötchentaste:** Die Stadt Hameln hat im März 2004 im Bereich der Bahnhofstraße (zwischen Altstadt und Bahnhof gelegen) die sog. „Brötchentaste“ für eine einjährige Probephase eingeführt. Das Parken ist dadurch in den ersten 15 Minuten kostenfrei. Ein erster positiver Eindruck hat dazu geführt, dass die Probephase um ein weiteres Jahr verlängert wurde.

#### **Aktuelle Projekte zur Stärkung der Innenstadt sind:**

- **Vergrößerung der Verkaufsfläche in der Altstadt nach Umsiedlung der Kreisverwaltung:** Die Zielsetzung des Stadtentwicklungskonzeptes, die Attraktivität der Kernstadt durch eine Vergrößerung der Verkaufsfläche zu steigern, soll durch die geplante Ansiedlung eines innerstädtischen, zentral am Pferdemarkt/ZOH - u. a. auf der bisherigen Fläche des Kreishauses und des real,-Marktes - gelegenen Shopping Centers erreicht werden, das die Verkaufsfläche der Altstadt um rund 12.000 m<sup>2</sup> erhöhen wird und damit nach Aussage des Gutachters GfK Prisma die Konkurrenzfähigkeit der Altstadt gegenüber der Grünen Wiese und gegenüber anderen Innenstädten im Umland steigert. Investor für dieses Projekt „Stadtgalerie Hameln“ ist die ECE Projektmanagement GmbH & Co. KG mit Sitz in Hamburg. Das geplante dreigeschossige Center (Basement, EG, 1. OG) der ECE wird rd. 90 Läden auf einer Gesamtverkaufsfläche von max. 19.030 m<sup>2</sup> zuzüglich rd. 1.000 m<sup>2</sup> für Dienstleistungen und Gastronomie laut Baugenehmigung und Bebauungsplan aufweisen.

Die Größe der Verkaufsfläche nach Warengruppen ist im rechtswirksamen Bebauungsplan genau definiert.

Für den nachhaltig erfolgreichen Betrieb des Centers bestehen gemäß eines Gutachtens der GfK/Prisma (2003, S. 146) günstige standort-, markt- und potentialseitige Rahmenbedingungen. Das Einzugsgebiet der Hamelner Innenstadt kann durch die Centeransiedlung deutlich erweitert werden.

Der Gutachter bilanziert, dass die Position des innerstädtischen Einzelhandels in der Stadt Hameln und in der Region durch das Center wieder gestärkt werden kann, da das untersuchte Entwicklungsszenarium bis 2010 mit Center günstigere Perspektiven zeigt als das Szenarium ohne Center.

- **Gestaltungssatzung** für die Altstadt (2004):

Die Altstadt von Hameln zeigt in weiten Teilen ein geschlossenes und in seiner Maßstäblichkeit einheitliches und harmonisches Bild. Die örtliche Bauvorschrift soll einerseits die stadtgestalterischen Qualitäten sichern helfen, andererseits eine behutsame zeitgenössische Weiterentwicklung des historischen Stadtkerns ermöglichen. Dazu regelt sie das äußere Erscheinungsbild baulicher Maßnahmen mit dem Ziel, die individuellen Besonderheiten der Altstadt zu erhalten.

Ergänzt wird die Gestaltungssatzung durch eine Erhaltungssatzung, die von wenigen Ausnahmen abgesehen alle baulichen Maßnahmen unter einen generellen Genehmigungsvorbehalt stellen. Hierdurch sollen insbesondere auch Gebäudeabbrüche erfasst werden.

- Entwicklung eines **Gestaltleitkonzeptes** für die Fußgängerzone (2005): Die Stadt Hameln koordiniert die Entwicklung eines Gestaltleitkonzeptes für die Fußgängerzone bzw. Hauptgeschäftsbereiche der Altstadt, um zur Attraktivierung dieses Bereiches beizutragen. Als ersten Schritt hat der Rat der Stadt Hameln die Durchführung eines Architektenwettbewerbs beschlossen. Für die Erneuerung der in den 1970er Jahren entstandene Fußgängerzone könnten u. a. folgende Eckpunkte gelten: Entwicklung eines altstadttypischen Straßenraumprofils, das die Fußgängerzone besser strukturiert; klare Zuordnung der Nutzungen, z. B. definierte "Laufzonen", "Gastronomieinseln" sowie Spiel- und Aufenthaltsbereiche; Erarbeitung eines Beleuchtungskonzeptes, das Passanten "begleitet" und charakteristische Fassaden betont; Akzentuierung der Hauptzugänge am Tunnel "Grüner Reiter" und Tunnel Europaplatz; Ausprägung einer klar gegliederten Platzstruktur für den Pferdemarkt, der mehr als bisher das Zentrum der Altstadt werden soll.

### 3. Bestandsaufnahme Zentren

---

#### 3.1 Gesamtstadt Hameln

Hameln als eines der größten Mittelzentren Niedersachsens und Zentrum des Weserberglands ist ein für das weitere Umland bedeutender Einzelhandelsstandort. Der Einzelhandel ist als wesentliche Funktion des Mittelzentrums Stadt Hameln für die gesamte Stadtentwicklung von hoher Bedeutung.

Der einzelhandelsrelevante **Einzugsbereich** Hamelns bildet gemäß der Verträglichkeitsstudie von GfK/Prisma zum geplanten Einkaufszentrum „Stadtgalerie Hameln“ (2003, S. 86) ungefähr den Landkreis Hameln-Pyrmont ab und umfasst ca. 180.000 Menschen. Die Universität Göttingen schätzt in ihrer Forschungsarbeit „Einzelhandel & Citymarketing“ (1996, S. 9) das Potential etwas höher auf 233.000 Einwohner ein.

Am 30.06.2004 waren am Arbeitsort Hameln **2.313 sozialversicherungspflichtig Beschäftigte** im Einzelhandel tätig. Damit bietet der Einzelhandel jeden zehnten Arbeitsplatz der 23.431 sozialversicherungspflichtig Beschäftigten in Hameln (9,9 %). Dieser Anteil ist seit über 20 Jahren relativ konstant, während die absolute Beschäftigtenzahl sowohl im Einzelhandel als auch insgesamt tendenziell sinkt.

Im Vergleich mit anderen Städten (Mitgliedern des Städtetetzes EXPO-Region) zeigt Hameln folgende Potentialdaten (BBE-Unternehmensberatung GmbH 2003):

Stadt	Kaufkraftkennziffer (DL=100)	Marktpotential in Mio. EUR pro Jahr*	Pro-Kopf-Ausgaben in EUR pro Jahr* (2002)
<b>Hameln</b>	<b>108,1</b>	<b>310,7</b>	<b>5.261</b>
Celle	103,9	368,6	5.123
Hildesheim	106,2	539,3	5.199
Nienburg	98,3	160,4	4.942
Peine	100,0	247,3	4.997
Stadthagen	100,8	119,4	5.024
Walsrode	96,8	118,5	4.892

\* Einzelhandel i. e. S. und Ladenhandwerk insgesamt

Die Stadt Hameln weist dabei mit 5.261 EUR im Jahr 2002 die höchste Ausgabe pro Kopf für Einzelhandel i. e. S. und Ladenhandwerk insgesamt auf. Auch die Kaufkraftkennziffer ist in Hameln am höchsten (108,1 %).

Der einzelhandelsrelevante Kaufkraftindex 2003 lag in Hameln mit 110,2 % über dem Bundesdurchschnitt (100,0 %) und über dem Index Niedersachsens (104,1 %) (GfK/Prisma 2003, S. 21).

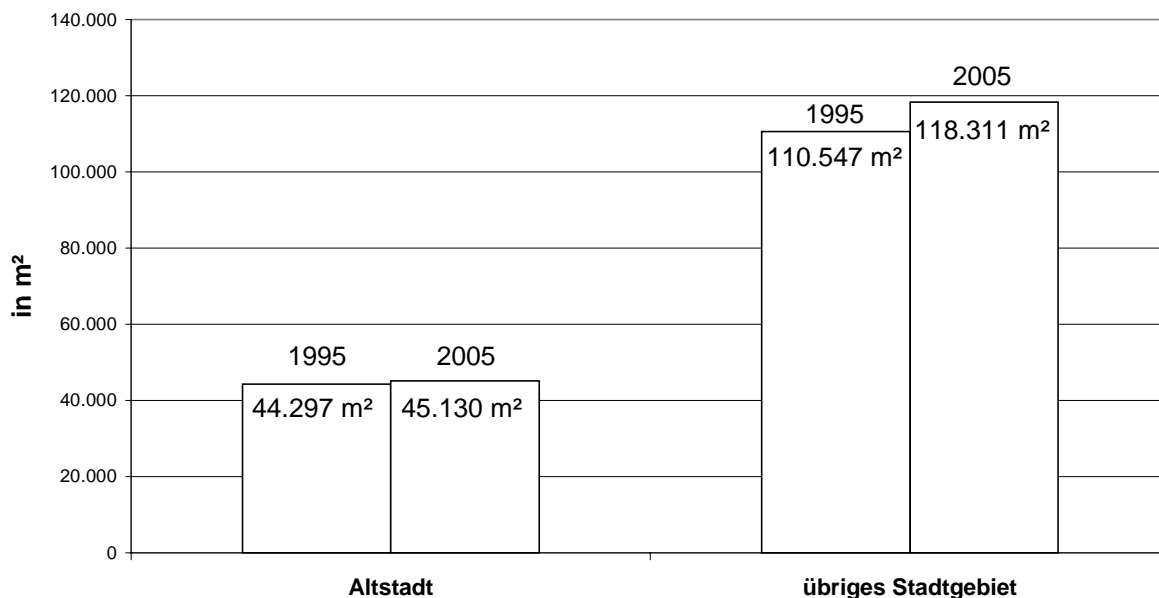
Eine Einzelhandelserfassung in der Stadt Hameln durch die Abteilung Stadtentwicklung und Planung im April 2005 zeigt folgende Ergebnisse.

	Verkaufsfläche in m <sup>2</sup>	Geschäfte	Leerstand in m <sup>2</sup>	Leerstände
Altstadt	45.130	259	1.473	25
übrige Stadt	118.311	313	9.408	37
<b>Stadt Hameln</b>	<b>163.441</b>	<b>572</b>	<b>10.881</b>	<b>62</b>

Die **Verkaufsfläche** in Hameln beträgt insgesamt 163.441 m<sup>2</sup> (zzgl. 10.881 m<sup>2</sup> Leerstand). Hiervon entfallen auf die Altstadt 45.130 m<sup>2</sup> (27,6 %) (zzgl. 1.473 m<sup>2</sup> Leerstand), 118.311 m<sup>2</sup> (72,4 %)(zzgl. 9.408 m<sup>2</sup> Leerstand) auf das übrige Stadtgebiet.

Die **Leerstandsquote** bezogen auf die Verkaufsfläche beträgt in der Stadt Hameln 6,2 %: in der Altstadt 3,2 %, in der übrigen Stadt 7,4 %.

**Entwicklung der Verkaufsfläche in m<sup>2</sup> in der Hamelner Altstadt und im übrigen Stadtgebiet zwischen 1995 und 2005**



Ein **Vergleich 2005 mit 1995** (vgl. Abbildung) ergibt ein **Wachstum der Verkaufsfläche** in Hameln um 5,6 % (8.597 m<sup>2</sup>) auf 163.441 m<sup>2</sup>. Die Verkaufsfläche in der Altstadt ist fast konstant geblieben (+1,9 %, im Zeitverlauf gab es bis ca. 2001 Flächenverluste, die in den letzten Jahren ausgeglichen wurden), während sie außerhalb der Altstadt deutlich zugenommen hat (+7,0 %). Die bedeutendsten Einzelhandelsstandorte außerhalb der Altstadt sind die teillintegrierten Agglomerationen in Wangelist/Klein Berkel (Böcklerstraße und Werkstraße/Multimarkt). Hier nahm die Verkaufsfläche seit 1995 um ca. ein Viertel zu.

Die **Zahl der Einzelhandelsbetriebe** in Hameln (ohne Leerstände) nahm von 1995 (588) bis 2005 (572) um 16 ab (-2,7 %). Dabei sank die Zahl in der Altstadt von 294 auf 259 um 35 Betriebe (-11,9 %), während sie im übrigen Stadtgebiet von 294 auf 313 um 19 Betriebe zunahm (+ 6,5 %).

Die Verkaufsfläche **nach Wirtschaftszweigen** gliedert sich entsprechend der Bestandsaufnahme im April 2005 wie folgt auf:

Altstadt VKF in m <sup>2</sup>	Außerhalb der Altstadt VKF in m <sup>2</sup>	Stadt Hameln VKF in m <sup>2</sup>	in % der VKF	Wirtschaftszweig
155	1.916	2.071	1,3	Kraftwagenteile und Zubehör, Krafträder, Teile und Zubehör, Tankstellen
2.700	3.360	6.060	3,7	Waren verschiedener Art
9.503	33.099	42.602	26,1	Nahrungsmittel, Getränke u. Tabakwaren
2.582	3.037	5.619	3,4	Apotheken, medizinische, orthopädische und kosmetische Artikel
19.268	5.396	24.664	15,1	Bekleidung und Textilien
1.723	2.463	4.186	2,6	Schuhe und Lederwaren
1.799	29.436	31.235	19,1	Möbel, Einrichtungsgegenstände und Hausrat
1.127	3.985	5.112	3,1	elektrische Haushalts-, Rundfunk- und Fernsehgeräte sowie Musikinstrumente
60	15.133	15.193	9,3	Metallwaren, Anstrichmittel, Bau- und Heimwerkerbedarf
1.661	850	2.511	1,5	Bücher, Zeitschriften, Zeitungen, Schreibwaren und Bürobedarf
4.552	19.636	24.188	14,8	sonstiger Facheinzelhandel, Antiquitäten und Gebrauchtwaren
<b>45.130</b>	<b>118.311</b>	<b>163.441</b>	<b>100,0</b>	<b>gesamt</b>
1.473	9.408	10.881		Leerstand
46.603	127.719	174.322		Verkaufsfläche incl. Leerstand

In der Stadt Hameln weisen „Nahrungsmittel, Getränke und Tabakwaren“ mit 42.602 m<sup>2</sup> die größte Verkaufsfläche auf (26,1 % der Gesamtverkaufsfläche), gefolgt von „Möbel, Einrichtungsgegenstände und Hausrat“ mit 31.235 m<sup>2</sup> (19,1 %) der Gesamtverkaufsfläche und „Bekleidung und Textilien“ mit 24.664 m<sup>2</sup> (15,1 %).

Ein räumlicher Vergleich der Sortimente verdeutlicht den unterschiedlichen Schwerpunkt der Verkaufsfläche: In der Altstadt nehmen „Bekleidung und Textilien“ den größten Flächenanteil ein, gefolgt von „Nahrungsmittel, Getränke und Tabakwaren“. Außerhalb der Altstadt hat dagegen der nicht zentrenrelevante Wirtschaftszweig „Möbel, Einrichtungsgegenstände und Hausrat“ nach „Nahrungsmittel, Getränke und Tabakwaren“ den größten Flächenanteil<sup>2</sup>. Dies liegt in den Standortvorteilen außerhalb integrierter Bereiche begründet, u. a. bzgl. Flächenverfügbarkeit und An- und Abtransportmöglichkeiten der Waren.

<sup>2</sup> Dies trifft auch auf „Metallwaren, Anstrichmittel, Bau- und Heimwerkerbedarf“ zu, die nach dem Wirtschaftszweig „(sonstiger) Facheinzelhandel, Antiquitäten und Gebrauchtwaren“ die viertgrößte Verkaufsfläche außerhalb der Altstadt einnehmen.

Einzelhandelssortimente werden in **zentrenrelevant** und **nicht zentrenrelevant** unterschieden.

**Zentrenrelevante Sortimente weisen folgende typischen Merkmale auf:**

- geringer Flächenanspruch (dadurch höheres Mietniveau der Innenstädte tragbar; erleichtert auch die städtebauliche Integration)
- gute Handlichkeit (kein Auto für den Transport erforderlich)
- hohe Kopplungsaffinität (werden oft in Kombination mit anderen Produkten in der Innenstadt gekauft bzw. mit anderen Innenstadtnutzungen gekoppelt)
- ziehen durch Attraktivität viel Publikum an

**Zu den zentrenrelevanten Sortimenten gehören:**

- Nahrungs- und Genussmittel
- Bekleidung/Textilien, Schuhe/Lederwaren
- Uhren/Schmuck, Foto/Optik
- Unterhaltungselektronik/Tonträger/EDV/PC und PC-Zubehör, Software
- Bücher/Zeitschriften/Schreibwaren
- Haushaltswaren/Glas/Porzellan
- Sportartikel/Sportbekleidung
- Spielwaren
- Apotheke/Drogeriebedarf
- Geschenkartikel/Kunstgegenstände/Musikinstrumente

**Typische nicht zentrenrelevante Sortimente umfassen:**

- Baumärkte, Gartencenter
- Möbelmärkte
- Heimtextilien
- Fahrräder
- Tapeten und Teppiche
- Elektrogroßgeräte („Weiße Ware“)
- Kfz-Handel
- Zoobedarf

Die Abgrenzung ist teilweise nicht eindeutig vornehmbar.

### 3.2 Altstadt

Das räumliche und funktionale Herz der Stadt, die Hamelner Altstadt, wird entscheidend durch den Einzelhandel geprägt und belebt. Diese überragende Bedeutung des Einzelhandels für die Attraktivität der Innenstädte wird z. B. durch eine Untersuchung der Fachhochschule Braunschweig/Wolfenbüttel „Image von Innenstädten“ (2002) belegt. Eine Befragung in den Innenstädten des Städteneetzes EXPO-Region<sup>3</sup> ergab dabei, dass gezieltes Einkaufen am Befragungstag die häufigste Aktivität in den Innenstädten des Städteneetzes war (39 % der Befragten), gefolgt von Schaufensterbummel (25 %), Arbeiten/Ausbildung (19 %) und Verwandte/Bekannte/Freunde treffen (18 %)(Mehrfachnennungen). In der Stadt Hameln lag gezieltes Einkaufen mit 35 % als wichtigste Aktivität knapp vor Schaufensterbummel mit 34 %.

Die hohe Bedeutung des Hamelner Versorgungskerns liegt u. a. in folgenden **Stärken** begründet:

- Traditionelles **historisches Zentrum** Hamelns.
  
- **Zentrale Lage** mit großem, bevölkerungsreichen Einzugsgebiet und guter Erreichbarkeit: In der Innenstadt von Hameln leben bei rückläufiger Tendenz 2.142 Einwohner. In den letzten fünf Jahren ist die Zahl um 10 % gesunken, die Einwohnerdichte ist mit 71 Ew./ha innerhalb der „Wälle“ (30,3 ha) aber weiterhin hoch. In der Kernstadt, deren Zentrum die Altstadt bildet, leben zwei Drittel aller Hamelner (37.978 von 59.852 Einwohnern der Stadt Hameln).  
Sowohl für Fußgänger und Radfahrer als auch den ÖPNV und den motorisierten Individualverkehr (MIV) ist die Innenstadt recht gut erreichbar, während die „Grüne Wiese“ bzw. nicht oder teilintegrierte Standorte i. d. R. nur für den MIV besonders geeignet sind.
  
- **Multifunktionalität** durch räumliche Konzentration von Waren und Dienstleistungen, der Einzelhandel ist dabei die dominierende Funktion. Kennzeichnend ist die Interaktion der Funktionen wie Wohnen, Arbeiten, Ausbildung, Freizeit/Kultur, Verwaltung, Verkehr und Versorgen. Zur Vielfalt gehört auch das erlebnissteigernde gastronomische Angebot. Die „Grüne Wiese“ weist diese Multifunktionalität nicht auf.
  
- **Vielfältiges Warenangebot** verschiedenster Sortimente. Branchengleiche Agglomerationen, insb. bei Bekleidung, bieten große Auswahl und einen Marktüberblick. Große überregionale Filialisten wie beispielsweise H&M und Karstadt signalisieren dem Besucher der Altstadt Vollständigkeit, Auswahl und Kompetenz. Inhabergeführte Geschäfte wie beispielsweise Kolle und Wellner (Bekleidung) schärfen das individuelle Profil der Altstadt.

---

<sup>3</sup> Mitgliedsstädte: Celle, Hameln, Hannover, Hildesheim, Nienburg, Peine, Stadthagen und Walsrode

- **Aufenthaltsqualität**, positive Atmosphäre und Einzigartigkeit durch die städtebauliche Situation (historische Altstadt). Der „Grünen Wiese“ fehlt dieses Flair, sie ist meist durch anspruchslose Architektur gekennzeichnet. Allerdings stellt ein attraktives historisches Stadtbild lediglich eine positive Rahmenbedingung zur Einkaufsentscheidung an diesem Standort dar; insb. für einheimische Einkäufer ist dieser Faktor nicht entscheidend.
- Hoher Bekanntheitsgrad und Anziehungspunkt insb. für Tagestouristen aufgrund der Rattenfängersage.

Zu den Stärken der Altstadt zählt auch das **positive Image** als Einkaufsstandort. Dieser wichtige Standortfaktor wird u. a. in zwei Studien empirisch durch Kundenbefragungen belegt:

Die Forschungsarbeit „Einzelhandel & Citymarketing“ der Universität Göttingen (1996, S. 55 ff.) im Auftrag der Stadt Hameln (Situationsanalyse des Hamelner Einzelhandels und konzeptionelle Grundlagen eines Citymarketing) bescheinigt der Altstadt ein „ausgesprochen positives“ Image, wobei die befragten Passanten insbesondere die Aufenthaltsqualität, das äußere Erscheinungsbild der Geschäfte sowie Angebotsstruktur und –vielfalt hervorgehoben haben.

Im o. g. Forschungsprojekt „Image von Innenstädten“ der Fachhochschule Braunschweig/Wolfenbüttel (2002) wurden in den Versorgungskernen der acht Mitgliedsstädte des Städtenetzes EXPO-Region (Celle, Hameln, Hannover, Hildesheim, Nienburg, Peine, Stadthagen und Walsrode) Passanten zu verschiedenen Imagefaktoren befragt. Hameln schnitt hinsichtlich des Images insbesondere als Einkaufsstandort überdurchschnittlich gut ab. Dies umfasst den Gesamteindruck und verschiedene Themen wie die Attraktivität für auswärtige Besucher, die Aufenthaltsqualität und Atmosphäre in der Innenstadt, die Gastronomie, Veranstaltungen und Feste in der Innenstadt und das Sicherheitsempfinden.

Weitere Ergebnisse der Befragung für Hamelns Versorgungskern:

#### Verhältnis von Einwohnern zu Besuchern

In Hameln sind deutlich mehr der 294 Befragten Besucher (45,6 %) als im Städtenetz (36,8 %), was auf die Bedeutung Hamelns als Tourismusstadt hinweist. Hierzu passt, dass deutlich mehr der Befragten am Befragungstag in Hameln eine Stadtbesichtigung durchführten als im Durchschnitt des Städtenetzes.

#### Mit welchem Verkehrsmittel kommen Sie im allgemeinen in die Innenstadt?

Das Fahrrad wird von den Einwohnern Hamelns nur halb so oft genutzt wie im Städtenetz, dafür wird häufiger zu Fuß gegangen und der PKW verwendet:

	<u>Städtenetz</u>	<u>Hameln</u>
PKW	34 %	40 %
Zu Fuß	23 %	28 %
ÖPNV	20 %	22 %
Fahrrad	23 %	11 %

#### Wie bewerten Sie die Parkplatzsituation?

Die Parkplatzsituation wird in Hameln etwas schlechter bewertet als im Städtenetz. Das korreliert mit der schlechteren Bewertung der Parkplätze bei einer anderen Frage.

#### Wie zufrieden sind Sie mit dem ÖPNV-Angebot?

Das ÖPNV-Angebot in Hameln ist deutlich häufiger nicht bekannt (55,0 %) als im Städtenetz (36,3 %). Dies betrifft insbesondere die Einwohner Hamelns: Den Einwohner Hamelns ist das Angebot zu 43,7 % nicht bekannt (Städtenetz 28,5 %), den Besuchern zu 68,7 % (50,2 %).

#### Aus welchem Grund sind in die Innenstadt gekommen? (Mehrfachnennungen möglich)

Einkaufen ist sowohl in Hameln als auch im Städtenetz der häufigste Grund, in die Innenstadt zu kommen: gezieltes Einkaufen 35,3 % (Städtenetz 39,0 % der Befragten), gefolgt von Schaufensterbummel 34,2 % (Städtenetz 25,3 %), Platz 3: Verwandte/Bekannte/Freunde treffen 18,8 % (Städtenetz 17,8 %) vor Arbeiten/Ausbildung 17,5 % (Städtenetz 18,7 %).

#### Wie attraktiv ist Ihrer Meinung nach die Stadt insgesamt für auswärtige Besucher?

Hameln wird als sehr attraktiv für Auswärtige eingeschätzt im Vergleich zum Städtenetz: 21,6 % der Befragten halten Hameln für sehr attraktiv (im Städtenetz insgesamt halten nur 15,0 % die jeweilige Innenstadt für sehr attraktiv), 59,1 % für attraktiv (Städtenetz nur 40,6 %).

#### Wenn Sie sich hier in der Innenstadt aufhalten, tun Sie das gerne?

Auch hier wird Hameln deutlich positiver beurteilt als das Städtenetz insgesamt: 93,8 % fühlen sich in der Hamelner Innenstadt wohl (80,3 % im Durchschnitt des Städtenetzes).

#### Wie fühlen Sie sich, wenn Sie durch die Innenstadt gehen?

Sowohl tagsüber als auch nachts fühlen sich die Befragten in Hameln sicherer als im Städtenetz:

- tagsüber fühlen sich 77,9 % (Städtenetz 66,4 %) sehr sicher
- nachts fühlen sich 27,1 % (Städtenetz 23,6 %) sehr sicher.

#### Bewertung verschiedener Aspekte der Innenstadt nach Schulnoten von 1 bis 5

Der Gesamteindruck der Hamelner Innenstadt (2,14) ist deutlich besser als der aller Innenstädte im Städtenetz (2,44). Bei 19 von 22 Einzelfaktoren wird Hameln besser bewertet (Ausnahmen: Öffnungszeiten, Barrierefreiheit, Parkplätze Innenstadt). Die besten Bewertungen im Vergleich zum Städtenetz erhalten: Besondere Veranstaltungen/Feste, Zusammenarbeit Einzelhändler und Gastronomie, die Atmosphäre der Innenstadt und der Gesamteindruck der Innenstadt.

Die besten Bewertungen (jeweils 2,12) in Hameln erhielten die Themen

- Restaurants/Café/Kneipen
- Atmosphäre in der Innenstadt
- Besondere Veranstaltungen/Feste in der Innenstadt.

Die schlechtesten Bewertungen erhielten

- Spielmöglichkeiten für Kinder (3,24)
- Parkplätze Innenstadt (3,41) (Ausschilderung, Anzahl, Nähe zu Geschäften, Kosten, Öffnungszeiten).

**Trotz dieser Stärken und hohen Attraktivität der Altstadt ist die Bedeutung als traditionelles Einzelhandelszentrum in der Vergangenheit zurückgegangen.**

Hierzu trugen insbesondere folgende drei Faktoren bei:

**1. Starkes Wachstum an Verkaufsfläche an nicht oder teilintegrierten Standorten** bei sinkender oder konstanter Verkaufsfläche im Standortbereich Innenstadt. Dadurch sinkt die Bedeutung des Innenstadteinzelhandels. In Hameln ist seit 1995 die Verkaufsfläche in den teilintegrierten Bereichen Böcklerstraße und Werkstraße um ca. ein Viertel gewachsen, in der Altstadt fast konstant geblieben.

Typische **Nachteile von Innenstädten** lassen sich dabei tendenziell auch auf Hameln übertragen:

Für Kunden:

- Verkehrsprobleme (Staus, Parkmöglichkeiten und -kosten)
- (zumindest subjektive) Sicherheits- und Sauberkeitsprobleme
- unübersichtliche und uneinheitliche Öffnungszeiten

Für Anbieter:

- hohe Flächenpreise
- begrenzte Fläche, nur bedingte räumliche Ansiedlungsmöglichkeiten
- kein gemeinsamer Auftritt, mangelnde Koordination von z. B. Werbung

**2. Trading Down**, d. h. Banalisierung in der Angebotsstruktur. Billiganbieter(-Ketten) insb. aus den Branchen Bekleidung/Textil, Schuhe und Geschenkartikel siedeln sich, auf hohen Umschlag setzend, zunehmend in Innenstädten und hier in 1a-Lagen an. In Hameln ersetzen z. B. „günsTIGER“ und „wicky“ in der Bäckerstraße ein Mode- und ein Schuhgeschäft. Hierunter leidet das Niveau der traditionell hochwertigen Innenstadtangebote.

**3. Zunehmende Filialisierung** durch Rückgang inhabergeführter Fachgeschäfte. Die Innenstädte werden dadurch beliebiger und verlieren Teile ihrer Unverwechselbarkeit. Der Filialisierungsgrad in der Hamelner Altstadt ist zwischen 1995 und 2005 von 24 % auf 31 % angestiegen (80 Filialisten von 259 Geschäften 2005 im Vergleich zu 71 Filialisten von 295 Geschäften 1995). Noch stärker ist die Filialisierung mit Blick auf die Verkaufsfläche. Der Flächenanteil der Filialisten betrug 1995 noch 42 % (18.309 m<sup>2</sup>), 2005 bereits 57 % (25.596 m<sup>2</sup>) und ist somit in zehn Jahren um ca. ein Drittel angestiegen.

Beispiele der Filialisierung alteingesessener Geschäfte in Hameln:

- Drogeriekette Douglas ersetzte 1995 Dierkes Kaufhausring (Haushaltsgegenstände aus Metall und Kunststoff) in der Bäckerstraße
- T-Punkt ersetzte 2001 Hermann Lohmann (Kurzwaren, Stoffe) in der Osterstraße
- Textilkette Basic ersetzte 2003 Steuber (Haushaltsgeräte, Porzellan, Spielwaren) in der Osterstraße
- H&M ersetzte 2003 Holtmann (Bekleidung) in der Bäckerstraße (dabei muss die Magnetwirkung von H&M positiv berücksichtigt werden)

Der auch bundesweit allgemein festzustellende Trend des Verlassens von Verwaltungen und des tertiären Sektors (wie Versicherungen und Banken, Dienstleister, Praxen, Kanzleien) der Innenstädte zeigt sich in Hameln u. a. in der Aufgabe der Hauptpost am Posthof und im Wegzug der Kreisverwaltung. Diese Entwicklungen sind nachteilig, da die Besucherfrequenz und die Angebotsattraktivität des Zentrums bei Dienstleistungen sinken, bieten jedoch auch Chancen. Am Posthof ist durch die Etablierung eines Ärzteentrums mit teilweise überregionaler Ausstrahlung eine hochwertige Nachnutzung erfolgt.

Auch am bisherigen Standort der Kreisverwaltung bietet sich die Chance, die Verkaufsfläche, Sortimentsvielfalt und Attraktivität der Altstadt zu erhöhen. Der Standort stellt derzeit die einzige größere zusammenhängende Fläche in der Altstadt dar, auf der ein Angebot für eine Attraktivitätssteigerung der Innenstadt entwickelt werden kann. Es sollten hier auch Warenangebote, die nicht mehr oder noch nicht in der Altstadt vertreten sind, in die Innenstadt (zurück)geholt werden.

Während in anderen Städten ein Rückgang der Verkaufsfläche im Zentrum zu verzeichnen ist, ist in Hameln die Fläche gegenüber 1995 leicht um 1,9 % angestiegen. Allerdings hat die BBE-Unternehmensberatung GmbH (Köln) 2003 in einer Bestandsanalyse „Konsensprojekt großflächiger Einzelhandel im erweiterten Wirtschaftsraum Hannover“ ermittelt, dass Hameln innerhalb des Städtenetzes EXPO-Region mit 26,6 % den geringsten Anteil der Verkaufsfläche der Innenstadt an der Gesamtverkaufsfläche besitzt (Walsrode, Stadthagen, Peine, Celle, Hildesheim, Nienburg, Hameln, ohne Hannover: Durchschnitt 35,5 %).

Beim Vergleich 1995 zu 2005 ist darauf hinzuweisen, dass von 1995 bis 2001 die Verkaufsfläche um über 10 % auf 39.260 m<sup>2</sup> gesunken und anschließend wieder auf das Niveau von 1995 angewachsen ist, u. a. durch die Veränderungen der Modehäuser Kolle und Wellner sowie die Ansiedlung von H&M.

Die Zahl der Geschäfte in der Altstadt ist zurückgegangen, was den Trend der Maßstabsvergrößerung im Einzelhandel belegt. Die Altstadt von Hameln wies im April 2005 259 Geschäfte mit 45.130 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche auf. Zuzüglich 1.473 m<sup>2</sup> momentan nicht genutzter Einzelhandelsfläche (Leerstand) beträgt die Gesamtfläche 46.603 m<sup>2</sup>.

Gegenüber 1995 hat sich die Zahl der Geschäfte von 294 um 35 reduziert (-12 %).

1995 befand sich mit 50 % genau die Hälfte aller Hamelner Geschäfte (294 von 588) in der Altstadt, der Flächenanteil lag bei 28,5 % (Universität Göttingen 1996, S. 12). 2005 lagen nur noch 45 % aller Geschäften in der Altstadt (259 von insg. 572). Auch der Flächenanteil ist mit 27,6 % gegenüber 1995 leicht gesunken.

Die weiterhin starke Position der Altstadt zeigt sich an relativ geringen Leerständen. Der Leerstand betrug im April 2005 1.473 m<sup>2</sup> in 25 Geschäften. Die Leerstandsquote liegt damit bei 3,2 % der insg. 46.603 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche der Altstadt. Sie ist als moderat zu betrachten und bewegt sich im Bereich der natürlichen Fluktuation (zum Vergleich: im Juni 2004 war die Quote mit 4,8 % ebenfalls moderat). Positiv zu bewerten ist, dass Leerstand auch ein Flächenangebot im Rahmen der begrenzten Fläche des Zentrums bedeutet.

**Tab.: Einzelhandel in der Hamelner Altstadt nach Wirtschaftszweigen 1995 und 2005**

1995 VKF in m <sup>2</sup>	1995 VKF in %	2005 VKF in m <sup>2</sup>	2005 VKF in %	Verände- rung 2005 zu 1995 in m <sup>2</sup>	Verände- rung 2005 zu 1995 in %	Wirtschaftszweig
2.733	6,2	2.855	6,3	+122	+4,5	Waren verschiedener Art <sup>4</sup>
8.872	20,0	9.503	21,1	+631	+7,1	Nahrungsmittel, Getränke und Tabak- waren <sup>5</sup>
2.014	4,5	2.582	5,7	+568	+28,2	Apotheken, medizinische, orthopädi- sche und kosmetische Artikel
17.801	40,2	19.268	42,7	+1.467	+8,2	Bekleidung und Textilien
3.337	7,5	1.723	3,8	-1.614	-48,4	Schuhe und Lederwaren
2.863	6,5	1.799	4,0	-1.064	-37,2	Möbel, Einrichtungsgegenstände und Hausrat
906	2,0	1.127	2,5	+221	+24,4	elektrische Haushalts-, Rundfunk- und Fernsehgeräte sowie Musikinstrumente
175	0,4	60	0,1	-115	-65,7	Metallwaren, Anstrichmittel, Bau- und Heimwerkerbedarf
1.180	2,7	1.661	3,7	+481	+40,8	Bücher, Zeitschriften, Zeitungen, Schreibwaren und Bürobedarf
4.416	10,0	4.552	10,1	+136	+3,1	(sonstiger) Facheinzelhandel, Antiqui- täten und Gebrauchtwaren
<b>44.297</b>	<b>100</b>	<b>45.130</b>	<b>100</b>	<b>+833</b>	<b>+1,9</b>	<b>Gesamt</b>

Bei einer Betrachtung nach Branchen haben die Sortimente „Bekleidung und Textilien“ mit 42,7 % der Verkaufsfläche den deutlich größten Flächenanteil in der Altstadt. In diesem Wirtschaftszweig gab es seit 1995 auch den größten absoluten Flächenzuwachs (+1.467 m<sup>2</sup>). Verluste über 1.000 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche gab es in den Bereichen „Schuhe und Lederwaren“ (-1.614 m<sup>2</sup>) und „Möbel, Einrichtungsgegenstände und Hausrat“ (-1.064 m<sup>2</sup>). Den relativ größten Verkaufsflächenzuwachs gab es in den Branchen „Bücher, Zeitschriften, Zeitungen, Schreibwaren und Bürobedarf“ (+40,8 %), gefolgt von „Apotheken, medizinische, orthopädische und kosmetische Artikel“ (+28,2 %). Die relativ größten Verkaufsflächenverluste in der Altstadt gab es in der Branche „Schuhe und Lederwaren“ (-48,4 %) sowie „Möbel, Einrichtungsgegenstände und Hausrat“ (-37,2 %) <sup>6</sup>.

<sup>4</sup> umfasst: Waren verschiedener Art ohne Nahrungsmittel (WZ 52121) und Waren verschiedener Art, Hauptrichtung Nicht-Nahrungsmittel (WZ 52122) sowie einen Betrieb „Kraftwagenteile und Zubehör“ (WZ 50.30.3)

<sup>5</sup> umfasst: Waren verschiedener Art, Hauptrichtung Nahrungsmittel, Getränke und Tabakwaren (WZ 5211) und Facheinzelhandel mit Nahrungsmitteln, Getränken und Tabakwaren (in Verkaufsräumen) (WZ 522)

<sup>6</sup> „Metallwaren, Anstrichmittel, Bau- und Heimwerkerbedarf“ weisen zwar den größten relativen Verlust auf, der Ausgangswert ist aber zu gering (175 m<sup>2</sup>) um aussagekräftig zu sein.

### 3.3 Subzentren (integriert und teilintegriert mit Zentrenrelevanz)

**Integrierte Standorte** umfassen die Altstadt und die übrige Kernstadt, soweit sie städtebaulich integriert sind und eine gute Anbindung sowohl für Individualverkehr als auch den ÖPNV gegeben ist. Dies gilt sowohl für Agglomerationen wie Deisterstraße/Bahnhofstraße und Hefehof als auch für Einzelstandorte in der Kernstadt.

Bei **teilintegrierten Standorten** handelt es sich um bestehende Einkaufszentren (Multi-Markt/Werkstraße, Böcklerstraße/Marktkauf) in stadtnahen Bereichen, die über eine gute Anbindung (ÖPNV, Individualverkehr) verfügen. Sie sind zumindest teilweise von geschlossener Bebauung umgeben und bilden eine gewachsene Agglomeration aus mehreren Einzelhandelsgeschäften.

Großflächiger Einzelhandel bevorzugte in den letzten Jahrzehnten (z. B. Multimarkt 1968) dezentrale Standorte aufgrund verschiedener **Vorteile für die Anbieter**:

- gegenüber zentralen Bereichen niedrigere Baukosten
- gegenüber zentralen Bereichen niedrigere Bodenpreise
- ausreichende Grundstücksgrößen
- zentrales Management in Shopping Centern (z. B. gemeinsame Werbung, abgestimmter Branchenmix. Ein Shopping Center lässt sich über ein Mindestmaß an gemeinsamer Organisation und Kooperation definieren).

Dies korrelierte mit einer Zunahme der Mobilität der Nachfrage, die die Reichweite und Transportkapazität der Kunden erhöhte. Die „Grüne Wiese“ bietet den Kunden dabei eine gute Erreichbarkeit mit dem Auto und eine ausreichende Zahl kostenloser Parkplätze.

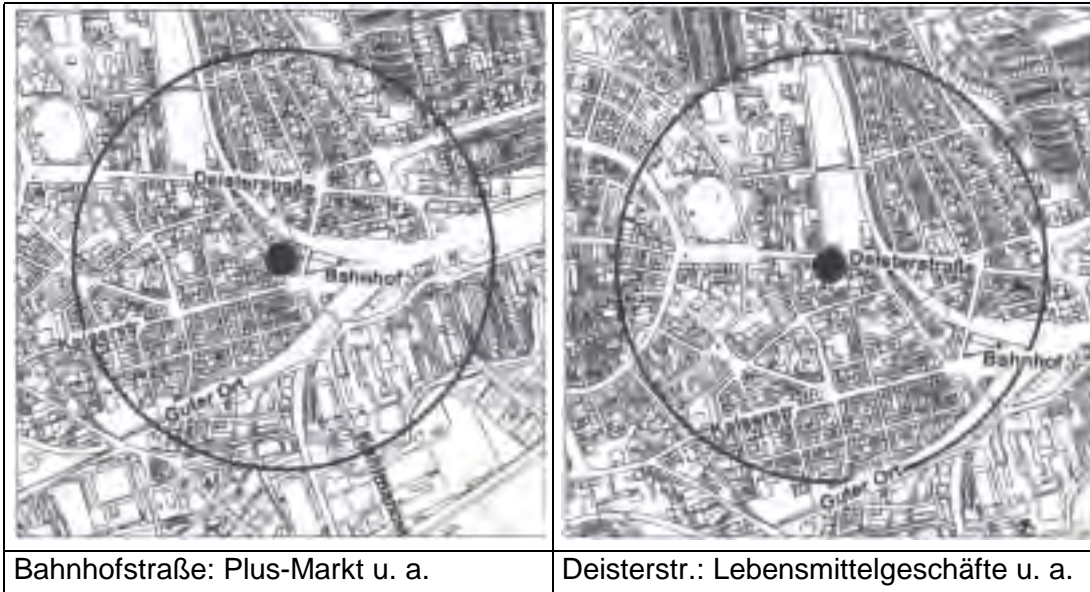
Der Anteil der Geschäftsfläche an verkehrsorientierten Standorten beträgt in den alten Bundesländern heute ca. 30 % (Heinritz/Klein/Popp 2003, S. 105). Ein positiver Effekt für die Versorgung der Bevölkerung ist hierbei die Versorgungsfunktion für Vorbeifahrende entlang der Ausfallstraßen.

In der jüngeren Vergangenheit ist jedoch ein Trend zurück in die Stadtkerne zu beobachten: Neueröffnungen von Einkaufszentren finden kaum noch nicht integriert sondern innerstädtisch statt. Nach Giese (2003, S. 4) lagen 2000 bis 2001 nur 12,8 % der neuen Einkaufszentren in Deutschland an nicht integrierten Standorten, 59 % dagegen in der Innenstadt (sowie 28,2 % in Stadtteilen).

#### 3.3.1 Deisterstraße/Bahnhofstraße

Das Subzentrum Deisterstraße/Bahnhofstraße erstreckt sich vom östlichen Rand der Altstadt bis zum Bahnhof. Der Bereich umfasst die Deisterallee, die Deisterstraße bis zur Eisenbahnbrücke, die Bahnhofstraße und den Bahnhofplatz mit insgesamt 6.235 m<sup>2</sup> Ver-

kaufsfläche in 51 Geschäften. Der Einzelhandel hat starke Nahversorgungsfunktion<sup>7</sup> (19 Geschäfte mit 1.952 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche): Plus-Markt, vier Bäcker, Fleischerei, vier weitere Lebensmittelgeschäfte (insb. Obst und Gemüse), vier Apotheken, zwei Drogerien, Tankstelle, Kiosk und Unterhaltungszeitschriften.



Es werden in 32 Geschäften mit 4.283 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche auch über die Nahversorgung hinausgehende Funktionen mit verschiedenen Sortimenten erfüllt:

- Medizinische und orthopädische Artikel
- Haustextilien/Bekleidung/Schuhe und Lederwaren
- Wohnmöbel
- Heimtextilien
- Elektrische Haushalts-, Rundfunk- und Fernsehgeräte sowie Musikinstrumente
- Metallwaren, Anstrichmittel, Bau- und Heimwerkerbedarf
- Bücher
- Kunstgegenstände, Bilder und kunstgewerbliche Erzeugnisse
- Blumen, Pflanzen, Zoologischer Bedarf
- Feinmechanische, Foto- und optische Erzeugnisse, Computer und Software
- Uhren, Edelmetallwaren und Schmuck

Unter dem Begriff „Einkaufsmeile Bahnhofstraße“ wird das Gebiet seit einigen Jahren von ansässigen Händlern gemeinsam vermarktet.

Trotz des umfassenden Einzelhandelsangebotes ist in den letzten Jahren eine spürbare Häufung von Leerständen festzustellen. Es stehen 1.272 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche in 11 Geschäf-

<sup>7</sup> zur Definition der wohnungsnahen Grundversorgung siehe Kapitel 4.

ten leer. Dies entspricht einer hohen Leerstandsquote von 16,9 % der Gesamtverkaufsfläche von 7.507 m<sup>2</sup>. 2001 lag die Quote noch bei 5,5 %, 2002 bereits bei 8,5 %, 2004 bei 13,7 %. In der Deisterstraße ermöglichten Leerstände die Ansiedlung von mehreren migrantengeführten Geschäften, die im Lebensmittelbereich Nahversorgungsfunktion übernehmen (vgl. Kap. 4.1).

### 3.3.2 Hefehof



Das Einkaufszentrum Hefehof wurde im Jahr 2000 in einem denkmalgeschützten ehemaligen Industriegebäude eröffnet. Bis dahin befanden sich auf dem Gelände ein Gartencenter und ein Extra-Markt mit Bäcker, die heute noch existieren. Neben dem Extra-Markt mit Bäcker dienen der Nahversorgung ein weiterer Bäcker, ein Bioladen, ein Zeitschriften- und ein Weingeschäft. Die Verkaufsfläche der Nahversorgung beträgt insgesamt 1.422 m<sup>2</sup>. 3.889 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche dienen nicht der Nahversorgung, in der Summe beträgt die genutzte Verkaufsfläche des Hefehofs 5.311 m<sup>2</sup>.

Als über die Nahversorgung hinausgehende Güter im Hefehof sind zu nennen:

- Elektrische Haushalts-, Rundfunk- und Fernsehgeräte sowie Musikinstrumente
- Anstrichmittel
- Schreib- und Papierwaren, Schul- und Büroartikel
- Kunstgegenstände, Bilder und kunstgewerbliche Erzeugnisse
- Blumen, Pflanzen, Zoologischer Bedarf
- Feinmechanische, Foto- und optische Erzeugnisse, Computer und Software

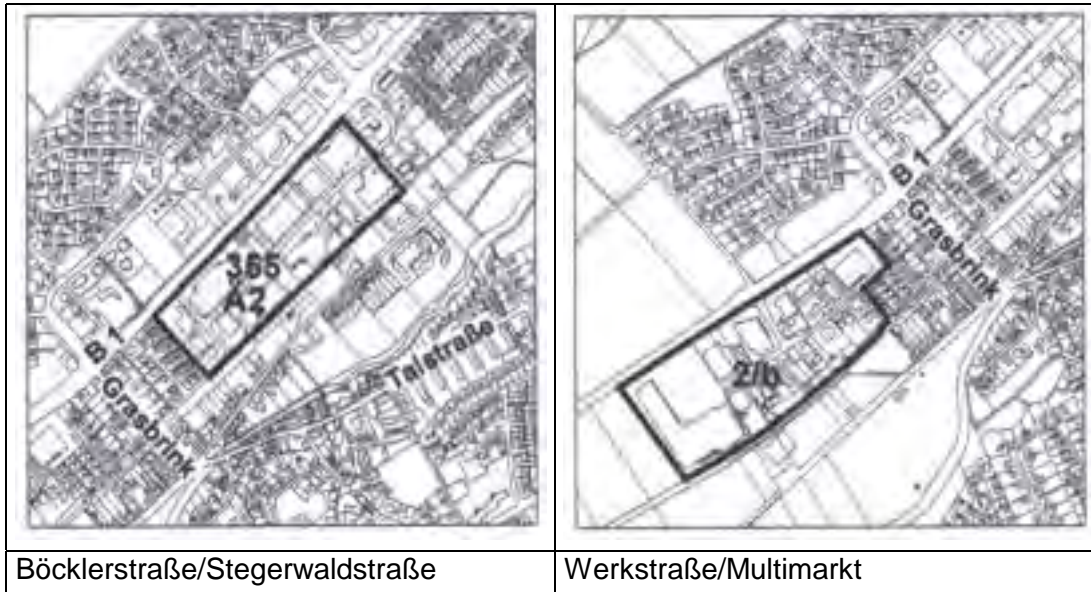
Ohne Gartencenter und Extra-Markt mit Bäcker (4.200 m<sup>2</sup>), die räumlich vom Hauptgebäude getrennt sind, beläuft sich die Verkaufsfläche im Hefehof auf 1.111 m<sup>2</sup>.

Der Leerstand im Hefehofgebäude, der 2001 noch bei null lag, beträgt heute 830 m<sup>2</sup>: Über 40 % der potentiellen Verkaufsfläche wird nicht mehr durch Einzelhandel genutzt und teilweise als Ausstellungsfläche verwendet. Die Funktion des Hefehofs als Einzelhandels-Subzentrum hat sich dadurch verschlechtert, während parallel verstärkt Büro- und Dienstleistungsnutzungen auf dem Gelände Einzug gehalten haben.

Durch die seit Ende 2004 verbesserte Verkehrsanbindung und -führung (u. a. Verbindung zur Bahnhofstraße) sind positive Effekte für die Entwicklung des Hefehofs zu erwarten.

Das Gebiet des Hefehofs soll mit der Aktualisierung des Flächennutzungsplans entsprechend seiner tatsächlichen Nutzung als Sondergebiet für Einzelhandel und für Dienstleistungen dargestellt werden (bisher Gewerbefläche).

### 3.3.3 Böcklerstraße und Werkstraße



Dieser teilintegrierte Bereich (vgl. Kap. 3.3) umfasst zum einen die Böcklerstraße in Wangenlist und die direkt angrenzende Stegerwaldstraße in Klein Berkel. Ca. 600 m entfernt befindet sich ein weiterer teilintegrierter Bereich, die Werkstraße in Klein Berkel mit dem Einkaufszentrum Multimarkt und weiteren Einzelhandelseinrichtungen (vgl. Kap. 5.2).

In der Böcklerstraße/Stegerwaldstraße konzentrieren sich 20.747 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche (darunter ein Leerstand mit 3.241 m<sup>2</sup>). Ungefähr die Hälfte der Fläche (9.698 m<sup>2</sup>) wird von Geschäften mit zentrenrelevanten Sortimenten genutzt: Media-Markt, Marktkauf (u. a. hohes Textilangebot, mit integriertem Bäcker, Blumengeschäft, Südländische Spezialitäten und Tabakladen), Bäcker im Bau-, Hobby- und Gartenmarkt und ein Sportgeschäft. Auch die Randsortimente des vorhandenen Bau-, Hobby- und Gartenmarktes sind teilweise zentrenrelevant.

Die Werkstraße verfügt über 31.554 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche (darunter drei Leerstände, alle außerhalb des Multimarktes, mit 1.433 m<sup>2</sup>). Gut ein Drittel der Verkaufsfläche (10.823 m<sup>2</sup>) befindet sich im Einkaufszentrum Multimarkt.

Außerhalb des Multimarktes weisen nur zwei Bekleidungs- sowie ein Schuhgeschäft und ein PC-Anbieter zentrenrelevante Sortimente auf (2.402 m<sup>2</sup> von 19.298 m<sup>2</sup> genutzter Verkaufsfläche); der Großteil der Werkstraße mit 87,6 % der Verkaufsfläche (außer Multimarkt) wird durch nicht zentrenrelevante Sortimente genutzt, insbesondere mehrere Wohnmöbelanbieter (u. a. Möbel Heinrich mit 9.500 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche), wobei die Randsortimente zu beachten sind.

Das Einkaufszentrum Multimarkt lässt sich als Subzentrum mit hoher Zentrenrelevanz einordnen: Fast alle 24 Geschäfte gehören zu zentrenrelevanten Wirtschaftszweigen. Dies betrifft sowohl kurzfristige Nahversorgungsgüter (insb. Kaufland, Aldi, zwei Bäcker, Drogerie) als auch differenzierte weitere zentrenrelevante Angebote aus dem nicht-periodischen Bereich (u. a. Bekleidung, Schuhe, Spielwaren).

Die Verkaufsfläche der beiden teilintegrierten Gebiete Böcklerstraße/Stegerwaldstraße und Werkstraße beträgt insgesamt 52.301 m<sup>2</sup>, darunter 4.674 m<sup>2</sup> Leerstand (8,9 %) in vier Geschäften. Die 47.627 m<sup>2</sup> genutzte Verkaufsfläche entsprechen 29,1 % der Gesamtverkaufsfläche in der Stadt Hameln (163.441 m<sup>2</sup>) bzw. 40,3 % der Verkaufsflächen außerhalb der Altstadt (118.311 m<sup>2</sup>).

### 3.4 Teilintegrierte und nicht integrierte sonstige Einzelhandelsschwerpunkte (nicht zentrenrelevant)



Im Duvenanger

Neben den Standorten Böcklerstraße und Werkstraße ist das Gebiet Im Duvenanger (B1/Hastenbecker Weg) als teilintegriert einzuordnen, jedoch ohne Zentrenrelevanz. Es handelt sich um großflächigen Einzelhandel ohne Lebensmittel (Baumarkt, Möbelmarkt) (vgl. Kap. 5.2).

Ein weiterer Baumarkt in teilintegrierter Lage befindet sich im Gebiet Böcklerstraße/Stegerwaldstraße, zwei weitere Baumärkte liegen relativ solitär, d. h. nicht integriert, im Gewerbegebiet im Süden Hamelns (Werftstraße und der Fluthamelstraße).

**Nicht integrierte Standorte** haben in der Regel folgende Kennzeichen:

- Kein oder bzw. ungenügender räumlicher Zusammenhang zu umgebenden Stadtquartieren
- Versorgungsgrad reicht über umgebenden Stadtteil hinaus
- Überwiegend PKW-orientiert



Nienstedter Weg/TÜV-Dreieck

Der einzige bedeutende zentrenrelevante Einzelhandel an einem nicht integrierten Standort in der Stadt Hameln ist ein Jawoll-Sonderpostenmarkt am Nienstedter Weg in Klein Berkel (vgl. Kap. 5.2).

### 3.5 Leitbild für teilintegrierte und nicht integrierte Standorte 2005 bis 2010

**Einzelhandel mit nicht zentrenrelevanten Sortimenten** ist auch in nicht integrierten und teilintegrierten Lagen vertretbar, insb. da er viel Fläche braucht (z. B. Möbel). Hier geht es darum, keine neuen Standorte auf der „Grünen Wiese“ zuzulassen, sondern räumliche Schwerpunkte in vorgeprägten Gewerbe- und Industriegebieten und in Sondergebieten entsprechend der derzeitigen Situation zu bilden und die zentrenrelevanten Randsortimente zu begrenzen (s. u.). Dies betrifft insbesondere die Standorte Böcklerstraße und Werkstraße sowie Im Duvenanger, der ein Schwerpunkt für die Sortimente Möbel und Baumarkt sein kann (vgl. Kap. 5).

Die bestehenden nicht zentrenrelevanten Einzelhandelsschwerpunkte Im Duvenanger, Böcklerstraße (Teile) und Werkstraße (Teil) sollen mit der Aktualisierung des Flächennutzungsplans entsprechend ihrer tatsächlichen Nutzung als „Sondergebiet Einzelhandel - nicht zentrenrelevant“ dargestellt werden (bisher Gewerbefläche).

**Einzelhandel mit zentrenrelevanten Sortimenten** soll nur in städtebaulich integrierten Lagen liegen. Dies betrifft insbesondere Lebensmittel (Nahversorgung, vgl. Kap. 4). Der räumliche Bezug orientiert sich dabei an den Wohngebieten in gesamten Stadtgebiet.

Demgegenüber ist die Entstehung neuer Fachmärkte und Einkaufszentren mit anderen zentrenrelevanten Sortimenten (Non-Food) außerhalb der Hauptversorgungsbereiche (Altstadt, Bahnhofstraße etc.) zu verhindern.

Die bereits durch zentrenrelevanten Einzelhandel genutzten Gebiete Multimarkt und Teile der Böcklerstraße (Marktkauf und Media Markt) sollen hierbei ebenfalls Berücksichtigung finden. Sie werden im Rahmen der Aktualisierung des Flächennutzungsplans entsprechend ihrer tatsächlichen Nutzung als „Sondergebiet Einzelhandel“ dargestellt.

Betriebe mit nicht zentrenrelevantem Hauptsortiment wie Gartencenter und Möbelhäuser führen zunehmend ein **zentrenrelevantes Randsortiment** in einer Größenordnung, die die Funktionsfähigkeit der Innenstadt gefährden kann. Hier sind die Verkaufsflächen für innenstadtrelevante Randsortimente im Rahmen der Bauleitplanung zu beschränken. Die Einhaltung von definierten maximalen Flächen für zentrenrelevante Randsortimente sollte stichprobenhaft überwacht werden.

#### 4. Wohnungsnahe Grundversorgung

---

Die Nahversorgung mit Lebensmitteln befindet sich bundesweit im Wandel. Die traditionellen integrierten Lagen werden verlassen, die bisherigen Größen verändern sich ebenso aufgrund geänderter Rahmenbedingungen wie die Verkehrsmittellorientierung: Lebensmittel-Discounter wie Aldi, Lidl, Penny und Plus, aber auch Edeka wandern bei gleichzeitiger Expansion der Verkaufsfläche in PKW-orientierte Lagen mit einem großzügigen Stellplatzangebot.

Die aus betriebswirtschaftlicher Sicht benötigten größeren Verkaufsflächen sind oft in Bestandlagen nicht erweiterbar, so dass zu kleine Filialen aufgegeben und neue Standorte gesucht werden.

Neu eröffnende Lebensmittel-Vollversorger benötigen heute Flächen ab ca. 1.300-1.500 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche. Bestehende Supermärkte um ca. 700 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche dagegen finden heute kaum noch eine wirtschaftliche Grundlage.

Die Flächenansprüche der Teilversorger (Lebensmittel-Discounter) liegen zwar mit ca. 850 m<sup>2</sup> Mindestverkaufsfläche unter denen der Vollversorger, sind aber in den letzten Jahren ebenfalls deutlich gestiegen, so dass bestehende Filialen unter ca. 600 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche als aus betriebswirtschaftlicher Sicht zu klein gelten.

Diese Situation führte in den letzten Jahren zu zahlreichen einzelhandelsrelevanten Anfragen bei der Stadt Hameln.

Mit dieser Entwicklung geht eine sich verändernde Nachfrage einher, bei der die Grundversorgung immer seltener zu Fuß sondern mit dem PKW vorgenommen wird. Hierzu werden verstärkt die Lebensmittel-Discounter genutzt, die wiederum ihr Angebot anpassen und z. B. Frischfleisch und andere Produkte des täglichen Bedarfs anbieten.

##### **Inhaltliche Definition:**

Unter wohnungsnaher Grundversorgung sind **Güter des täglichen Bedarfs** zu verstehen, insbesondere Nahrungs- und Genussmittel und kurzfristige Verbrauchsgüter wie Zeitungen und Zeitschriften sowie Apotheken- und Drogeriebedarf. Dabei ist der Begriff „täglich“ nicht wörtlich zu nehmen. Im Gegensatz zu Luxusartikeln ist ein echter Bedarf vorhanden. Für die folgende Beurteilung wird sich auf diese engere Definition beschränkt und kurzfristige Güter wie z. B. Blumen nicht einbezogen.

Tankstellen können durch ihr deutlich erweitertes Warenangebot zwar teilweise wohnungsnaher Versorgungslücken ersetzen, obwohl ihr Standort verkehrorientiert ist. Insbesondere das hohe Preisniveau schmälert aber die Nahversorgungsfunktion im Sinne der (regelmäßigen) Deckung des täglichen Bedarfs.

## **Bedeutung der wohnungsnahen Grundversorgung, Ziele und Strategien:**

Wichtigster Aspekt der wohnungsnahen Grundversorgung ist die Sicherung der Versorgung der Menschen, die nicht oder eingeschränkt mobil sind und die deshalb Versorgungsalternativen schlechter in Kauf nehmen können als andere. Wohnungsnaher Grundversorgung verringert zudem den Einkaufsverkehr (ökologische Vorteile, Verkehrsentlastung).

Ziel ist das Aufrechterhalten, Sichern und Stärken der wohnungsnahen Grundversorgung. Generell soll die Standortsicherung und -entwicklung Vorrang haben vor Verlagerung oder Neueröffnung.

Zur Zielerreichung dient u. a. die Verhinderung von zentrenrelevantem Einzelhandel, zu dem die Nahversorger zählen, in nicht integrierten Lagen (vgl. Kap. 3.5), die einschränkende Einzelhandelssteuerung in Gewerbegebieten (vgl. Kap. 5) und die steuernde Begleitung von Ansiedlungsvorhaben durch die Stadt. Letzteres einerseits restriktiv durch das Ausschöpfen der planungsrechtlichen Bindungen und Möglichkeiten, aber auch positiv: soweit möglich, unterstützt die Stadt die Standortsicherung und Stärkung vorhandener Betriebe (z. B. durch Hilfe bei der Erweiterung der Verkaufsfläche oder Verbesserung der Standortbedingungen wie Zufahrt, Anbindung etc.). Eine Einzelfallbetrachtung ist jedoch unumgänglich. So haben die jüngeren Neueröffnungen dreier Discount-Märkte in den Statistischen Bezirken Mitte und Nord der Kernstadt sowie im Ortsteil Rohrsen mit jeweils ca. 800-900 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche die lokale Nahversorgungssituation verbessert.

Die im Folgenden durchgeführte Analyse der wohnungsnahen Grundversorgung im gesamten Hamelner Stadtgebiet soll durch die Bewertung der lokalen Situation als Grundlage zur Sicherung und Stärkung der Nahversorgung beitragen.

## **Räumliche Definition wohnungsnaher Grundversorgung:**

Heinritz/Klein/Popp (2003, S. 183) definieren wohnungsnaher Versorgung über max. zehn Minuten Fußweg vom Wohnstandort. Nach dieser Definition verfügt jeder dritte Haushalt in Deutschland nicht mehr über eine wohnungsnaher Versorgung. Bei angenommener Gehgeschwindigkeit von 5 km/h entspricht dies einer zurückzulegenden Distanz von ca. 833 m.

Im Märkte- und Zentrenkonzept der Stadt Hameln (1997) wurde wie im Folgenden ein pauschaler Radius<sup>8</sup> von 600 m zugrunde gelegt, davon ausgehend, dass der tatsächliche Weg innerhalb dieses Kreises von der Wohnung zum Geschäft im Zentrum in der Regel nicht die in zehn Minuten Fußweg zurücklegbaren ca. 833 m überschreitet. Gebiete etwas außerhalb des Kreises können in der Regel, soweit keine Barrierewirkungen vorliegen, durch die tatsächlich vorhandenen Gehverbindungen in einer Distanz von 833 m vom Geschäft erreicht werden.

Barrierewirkungen insb. durch Bahnlinien, die Weser und Hauptverkehrsstraßen mit wenigen Querungsmöglichkeiten werden berücksichtigt.

---

<sup>8</sup> Die Stadt Aachen (2003) beispielsweise geht von einem Radius von 700 m um den Wohnungsstandort für eine zumutbare fußläufig erreichbare Grundversorgung aus.

Der so um einen Nahversorger gezogene Kreis mit 1.200 m Durchmesser als Indiz der wohnungsnahen Versorgung sagt lediglich etwas über die räumliche Erreichbarkeit aus. Er differenziert zunächst nicht nach Art des Nahversorgers und nach der Verkaufsfläche, die vom Kiosk bis zum vollausgestatteten Supermarkt erhebliche Unterschiede aufweisen kann. Die Qualität und Quantität der Nahversorgung kann somit sehr unterschiedlich sein und erfordert eine detaillierte Betrachtung der einzelnen Gebiete der Stadt Hameln.

#### 4.1 Wohnungsnahe Grundversorgung in der Kernstadt

In der Hamelner Kernstadt ist in weiten Teilen eine (sehr) gute bis ausreichende wohnungsnah Grundversorgung gewährleistet (vgl. Tabelle).

**Tabelle: Nahversorgungsqualität in der Kernstadt der Stadt Hameln**

Statistischer Bezirk der Kernstadt	Einwohner 31.12.2004	Teilbereiche	Angebot
Altstadt	2.141		sehr gut
Wehl	3.717	bis auf nördlichster Teil Rotenberg/Rotenberg-Ost	sehr gut
Mitte	10.139		gut
Süd	1.547		sehr gut
West	5.007	bis auf südlich Klütstraße/Kaninchenberg	gut
Nord	4.860	bis auf östlichen Teil/Am Schöt	gut
Ost	7.555	südwestlicher Teil	gut
		westlicher Teil	zufriedenstellend
		östlich Ahornweg	zufriedenstellend
		Riesackweg, Schillingsgrund, Am Borberg	ausreichend bis schlecht
Wangelist	3.012	bis auf fußläufig zu Marktkauf oder Multimarkt	schlecht

**Karte 1** zeigt die wohnungsnah Grundversorgung in der Kernstadt und stadtnahen Bereichen nach verschiedenen Betriebstypen ab 150 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche.

**Karte 2** zeigt die wohnungsnah Grundversorgung in der Kernstadt und stadtnahen Bereichen komplett, es werden alle Nahversorger unabhängig von der Betriebsgröße und -art dargestellt.

In beiden Karten sind als Marktbereiche mit Zentrenqualität die Altstadt, das Subzentrum Deisterstraße/Bahnhofstraße und das Subzentrum Einkaufszentrum Multimarkt dargestellt.

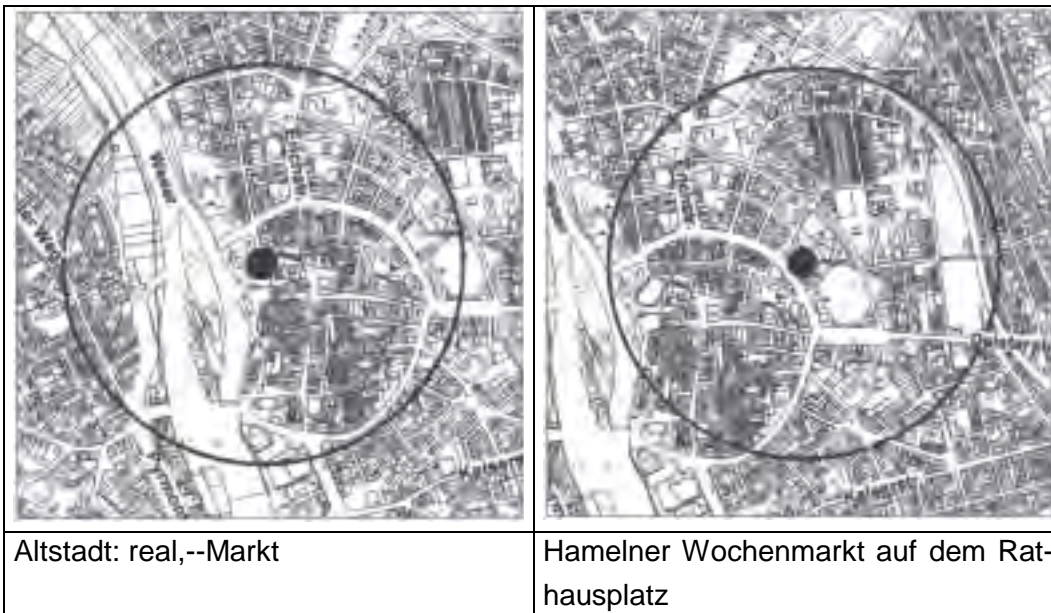
In den letzten Jahren hat sich die Situation der Nahversorgung durch mehrere Neuansiedlungen verbessert. Hier sind insbesondere zwei Lidl-Märkte an der Ohsener Straße/Hafenstraße und am Reimerdeskamp und ein Penny-Markt Am Ludwigsee zu nennen.

Als unterversorgt sind zwei Bereiche der Kernstadt zu betrachten:

- Südlicher Bereich des Bezirks West (Kaninchenberg), Klütsüdhang und Teile von Wangelist
- Bereich um das Schulzentrum Nord im Statistischen Bezirk Ost (Schillings Grund). Hier sollte zur Verbesserung der Nahversorgung im Falle der Entstehung eines Wohngebietes am Apenberg/Schillings Grund ein Standort für einen Nahversorger angeboten werden.

### **Statistischer Bezirk Altstadt**

Die Altstadt weist eine sehr gute Nahversorgung mit ca. 50 Anbietern auf. Größter Nahversorger ist der real,--Markt. Weitere größere Nahversorger (ab 400 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche) sind ein Plus-Markt und zwei Drogerien.



Der **Hamelner Wochenmarkt** auf dem Rathausplatz am Rande der Altstadt hat eine wichtige Funktion für die Nahversorgung der Altstadt und weiterer Straßen im Statistischen Bezirk Mitte zwischen der Weser im Westen und der Bahnlinie Richtung Löhne im Osten. Der Hamelner Wochenmarkt findet zweimal in der Woche mittwochs und samstags statt und bietet ein vielfältiges Warenangebot insbesondere an frischen Lebensmitteln. Wochenmärkte stellen eine Mischform aus stationärem und ambulantom Handel dar, bei der sich Anbieter und Kunden räumlich entgegenkommen.

### **Statistischer Bezirk Mitte südlicher Teil**

#### **(südlich und südöstlich der Altstadt) incl. Subzentrum Deisterstraße/Bahnhofstraße**

Das Gebiet wird wie folgt begrenzt:






im Westen die Weser

im Süden Gewerbeflächen

im Osten die Nord-Süd-Bahnlinie Löhne-Hildesheim

# Märkte- und Zentrenkonzept

**Karte 1**  
**Wohnungsnahe Grundversorgung**  
Kernstadt und stadtnahe Bereiche  
Bestandserfassung  
> 150m<sup>2</sup> Verkaufsfläche

-  Verbrauchermärkte/  
SB - Warenhäuser  
VKF > 1.500m<sup>2</sup>
-  Vollversorger  
VKF 500 - 1.200m<sup>2</sup>
-  Lebensmittel -  
Discounter  
VKF 400 - 900m<sup>2</sup>
-  Nachbarschaftsläden  
VKF > 150m<sup>2</sup>
-  Sondermärkte

Anmerkung: Verkaufsstellen, die infolge Angebot und Größe keine gebietsversorgenden Funktionen übernehmen, sind nicht erfasst.

 Marktbereiche mit Zentrenqualität

1. Altstadt
2. Subzentrum  
Deisterstraße/  
Bahnhofstraße
3. Subzentrum  
Einkaufszentrum  
Multimarkt

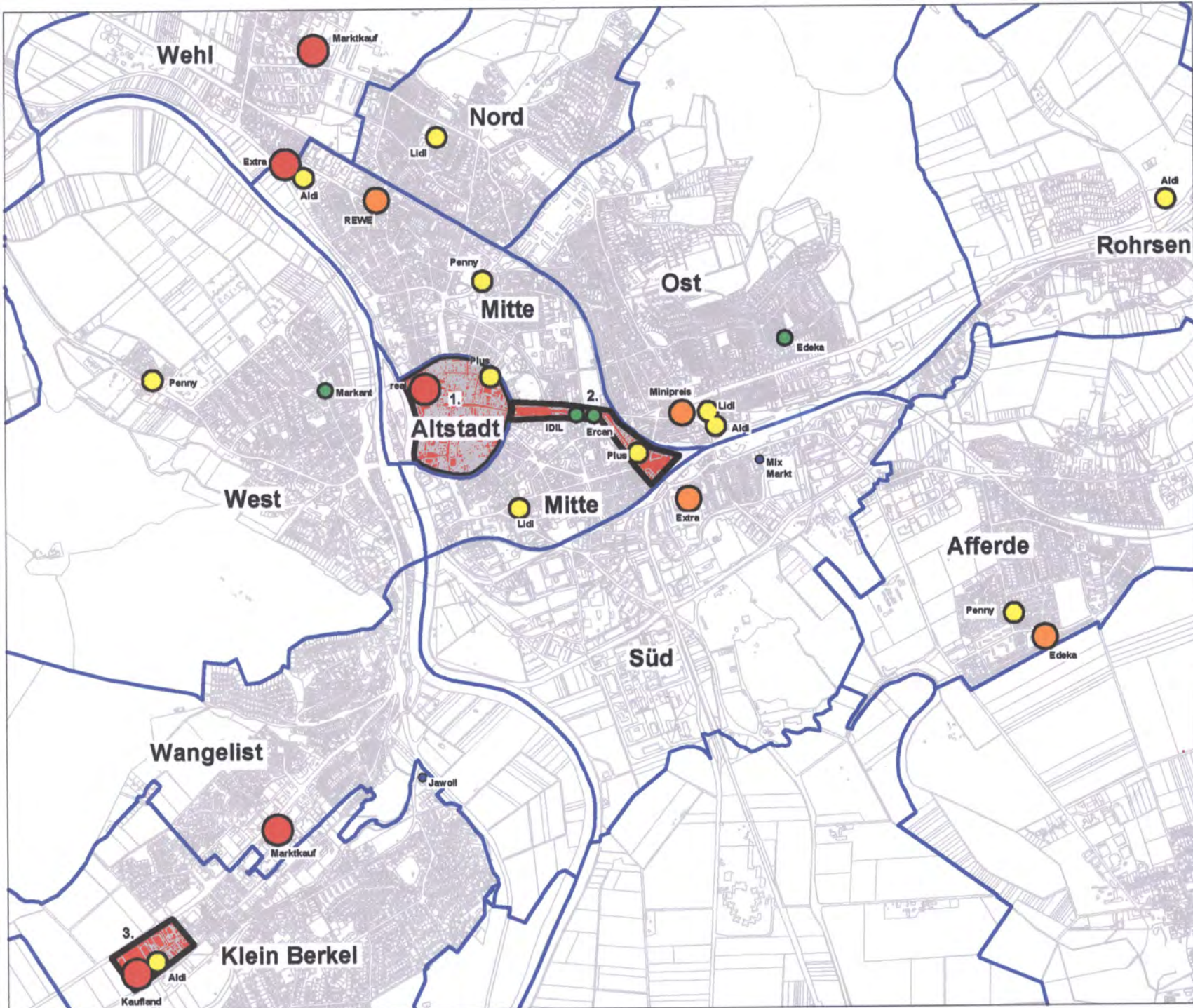
 Grenzen der statistischen Bezirke

ohne Maßstab

Stand: April 2005

Stadt Hameln

Fachbereich Planen und Bauen  
Stadtentwicklung und Planung



# Märkte- und Zentrenkonzept

## Karte 2

Wohnungsnahe Grundversorgung  
Kernstadt und stadtnahe Bereiche  
Bestandserfassung

 Nahversorger

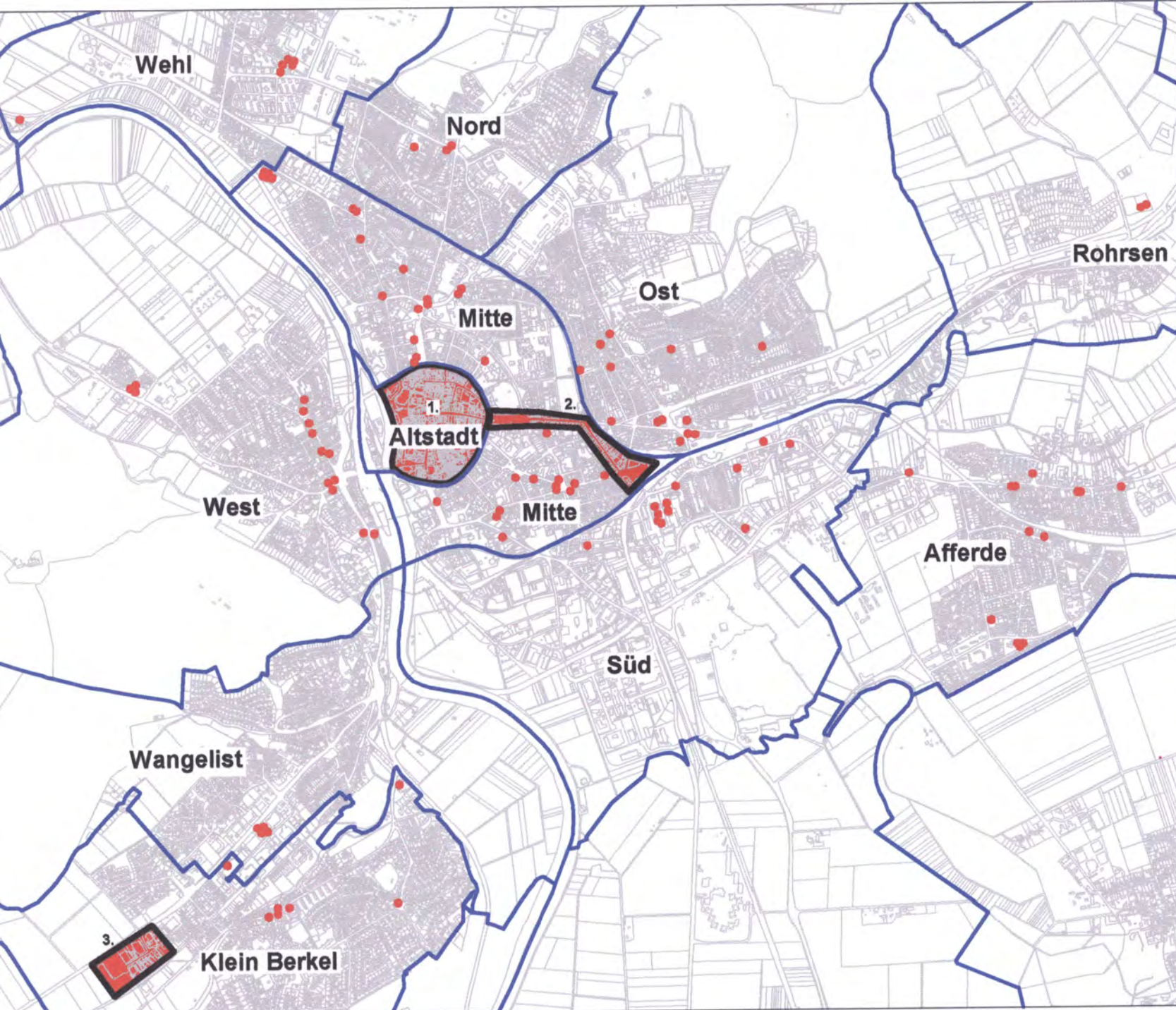
 Marktbereiche mit Zentrenqualität

1. Altstadt

2. Subzentrum  
Deisterstraße/  
Bahnhofstraße

3. Subzentrum  
Einkaufszentrum  
Multimarkt

 Grenzen der statistischen Bezirke



ohne Maßstab

Stand: April 2005

Stadt Hameln

Fachbereich Planen und Bauen  
Stadtentwicklung und Planung

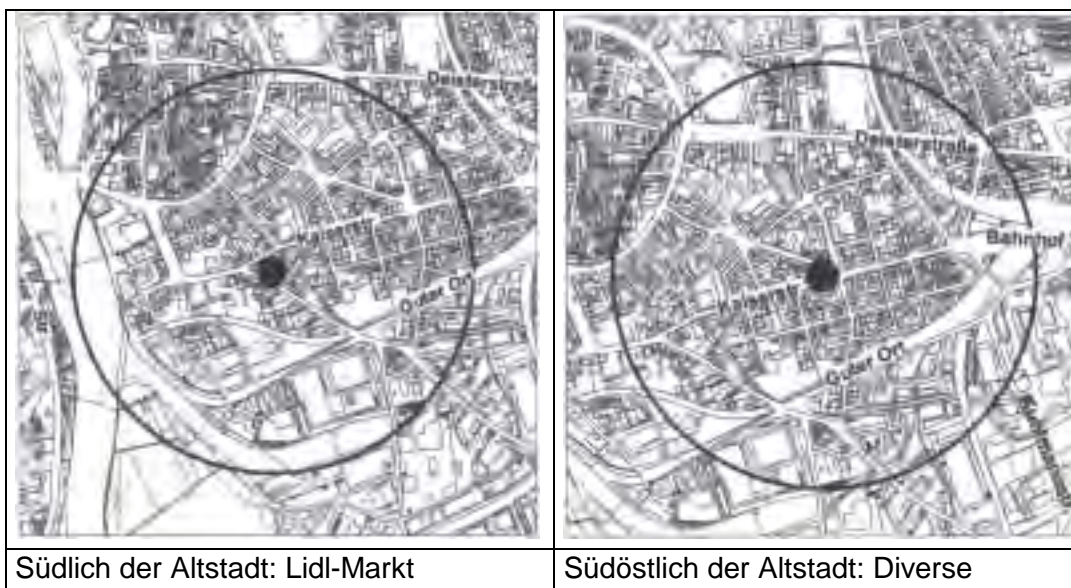


im Norden die Deisterallee und Deisterstraße

Der Bereich verfügt über eine gute Nahversorgung. Die Altstadt ist fußläufig für die angrenzenden Straßen erreichbar. An der Ohsener Straße existiert seit 2003 ein Lidl-Markt, seit 2005 eine Tankstelle. Weitere Nahversorger, verstärkt entlang der Verbindung Wilhelmsplatz-Bahnhof, umfassen zwei Apotheken, zwei Bäcker und Kioske bzw. kleine (migrantengeführte) Geschäfte. Der Hefehof (u. a. Extra-Markt), zu dessen Erreichen die Bahn unterquert werden muss, ist für Bereiche des untersuchten Raumes ebenfalls fußläufig zu erreichen (vgl. Kap. 3.3.2).

Im Osten des Gebietes ist insbesondere die Einzelhandelsagglomeration Deisterstraße/Bahnhofstraße (u. a. Plus-Markt) von großer Bedeutung für die Nahversorgung. Das Subzentrum dient primär der Nahversorgung, besitzt aber teilweise über die Nahversorgung hinausgehende Funktionen (vgl. Kap. 3.3.1).

Zwischen Deisterallee und Eisenbahnbrücke, auch entlang der Kaiserstraße, gibt es einen hohen Anteil an von Migranten geführten Geschäften. Dies wirkt sich nicht nur positiv auf die Versorgung mit von dieser Bevölkerungsgruppe besonders nachgefragten Gütern aus. Insb. die Frischeartikel (Obst, Gemüse, Backwaren) dienen der Nahversorgung aller Einwohner der Umgebung.



**Statistischer Bezirk Süd (südlich Bahnlinie Hannover-Paderborn)**

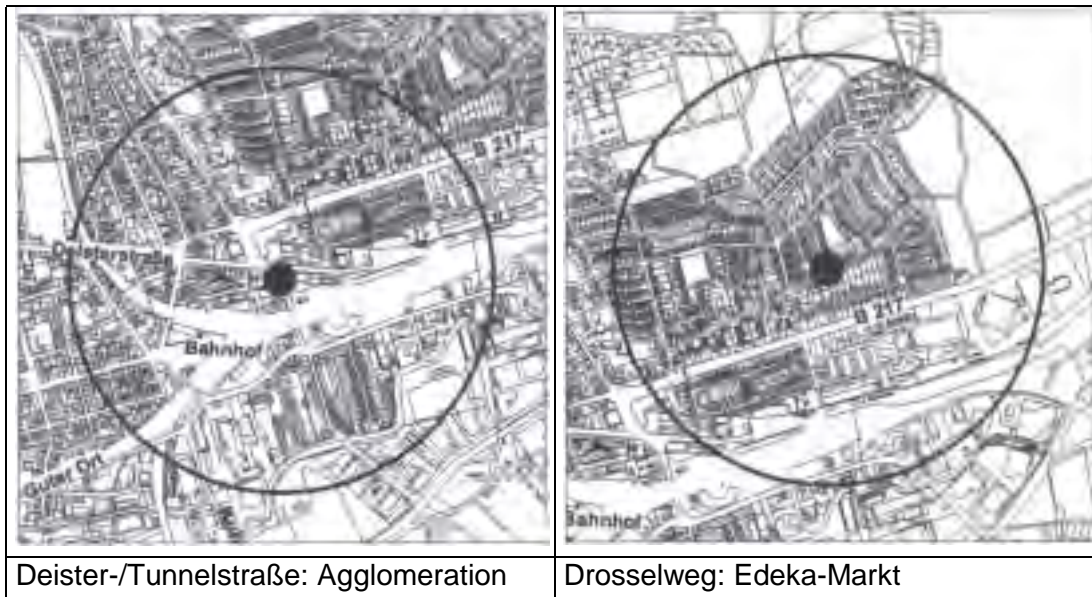
Die Wohnnutzung beschränkt sich in diesem Bezirk fast ausschließlich auf einen Bereich östlich des Hefehofs, südlich des Hastenbecker Weges (Stüvestraße). Dieses Gebiet befindet sich in der Nähe des Hefehofs (insb. Extra-Markt, vgl. Kap. 3.3.2) und liegt überwiegend in fußläufiger Distanz zur Einzelhandelsagglomeration nördlich der Tunnelstraße (vgl. Analyse des Statistischen Bezirks Ost), zu deren Erreichen allerdings die Bahnlinie unterquert werden muss. In der Stüvestraße befindet sich ein Getränkemarkt, am Hastenbecker Weg

gibt es einen MIX-Markt und weiter östlich zwei Tankstellen, so dass die wohnungsnah Grundversorgung insgesamt sehr gut ist.

### **Statistischer Bezirk Ost**

Der Bezirk Ost wird im Süden durch die Bahnlinie nach Hannover, im Westen durch die Bahnlinie nach Löhne, nördlich anschließend durch die Süntelstraße/Knabenburg begrenzt und weist eine sehr unterschiedliche Nahversorgungsqualität auf.

Die Einzelhandelsagglomeration im Bereich Ecke Deisterstraße/Tunnelstraße (Aldi-Markt, Lidl-Markt, Minipreis mit Bäcker, Drogerie, Getränkemarkt) bietet eine mindestens gute Grundversorgung für das umliegende Gebiet südlich der Springer Landstraße (das im Osten auch durch den Edeka-Markt am Basberg/Drosselweg versorgt wird) und westlich der Basbergstraße bis ca. Sedemünderstraße. Letztgenanntes Gebiet wird auch durch die Einkaufsmeile Bahnhofstraße versorgt und seit Schaffung der Querungsmöglichkeit des Deisterfriedhofs in Teilen durch den Wochenmarkt.



Nördlich anschließend bis zur Linsingenkaserne (nördlicher Teil der Karlstraße, Sprengerstraße) befinden sich zwei Bäcker, ein Getränkemarkt und eine Tankstelle. Ein Penny-Markt in der Süntelstraße kann noch fußläufig erreicht werden, ebenso ein Tante-Emma-Laden am Steigerturm (beide im Bezirk Mitte gelegen), so dass in diesem Bereich westlich der Basbergstraße eine noch als zufriedenstellend zu bezeichnende Nahversorgung geboten wird.

Östlich der Basbergstraße bis ca. südlich des Riesackwegs im Norden und Ahornweg im Osten wird die Agglomeration Deisterstraße/Ecke Tunnelstraße genutzt und bietet eine gute Nahversorgung. In diesem Gebiet liegt ein kleiner Frischmarkt am Hammelstein. Östlich ca. des Ahornwegs ist die Nahversorgung eingeschränkter und besteht aus einem Edeka-Markt, der als Nachbarschaftsladen mit 145 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche eine zufriedenstellende wohnungsnah Grundversorgung liefert. Der Frischmarkt an der Straße Hammelstein deckt dieses Gebiet in Teilen ebenfalls ab.

Der Riesackweg und der nördlich angrenzende Bereich (Schillings Grund) haben nur eine als ausreichend zu bezeichnende Grundversorgung (kleiner Frischmarkt/Nahversorger am Hammelstein, Tankstelle, zwei Bäcker westlich der Basbergstraße, die Barrierewirkung hat). Die Straße Am Borberg besitzt keinen Einzelhandel in fußläufiger Entfernung.

Zur Verbesserung der Nahversorgung sollte im Falle der Entstehung eines Wohngebietes am Apenberg/Schillings Grund ein Standort für einen Nahversorger angeboten werden.

**Statistischer Bezirk Mitte (Teil nördlich und nordöstlich der Altstadt)**

Dieser Bereich ist durch die Altstadt und den Wochenmarkt bis zur Bahnlinie im Osten und die Fischbecker Straße im Norden gut versorgt.



Süntelstraße: Penny-Markt

Hier bzw. am Mertensplatz und Umgebung befinden sich eine Drogerie und weitere kleine Nahversorger (zwei Bäcker, zwei Apotheken), an der Süntelstraße ein Penny-Markt mit Bäcker. Der nördlich angrenzende Bereich wird insbesondere von einem Rewe-Markt (mit Bäcker) in der Wehrberger Straße sowie Extra- (mit Bäcker) und Aldi-Markt an der Fischbecker Landstraße versorgt. Diese drei Geschäfte haben auch für die angrenzenden Bezirke Wehl und Nord eine wichtige Nahversorgungsfunktion.



Wehrberger Straße: Rewe-Markt



Fischbecker Landstr. (Extra-Markt, Aldi)



Lemkestraße: Marktkauf u. a.

### **Statistischer Bezirk Wehl**

Ein großer Marktkauf mit Bäcker und Fleischer, weiterhin eine Apotheke und ein Bäcker bieten eine sehr gute Nahversorgung des ganzen Bezirks Wehl. In Bezug auf den zugrunde gelegten räumlichen Radius stellt eine Ausnahme der nördlichste Teil des Rotenbergs und Rotenberg-Osts dar. Der Bezirk Wehl wird im südlichen Teil auch durch den Extra- und Aldi-Markt des Bezirks Mitte mit versorgt.

### **Statistischer Bezirk Nord**

Der Bezirk Nord wird weitgehend durch einen neuen Lidl-Markt (1999) versorgt, der hier ein im Märkte- und Zentrenkonzept 1997 festgestelltes Nahversorgungsdefizit beseitigt hat. Ergänzt durch den Rewe-Markt im Bezirk Mitte bietet sich eine gute Nahversorgung bis zum Reimerdeskamp und zur Schillerstraße.



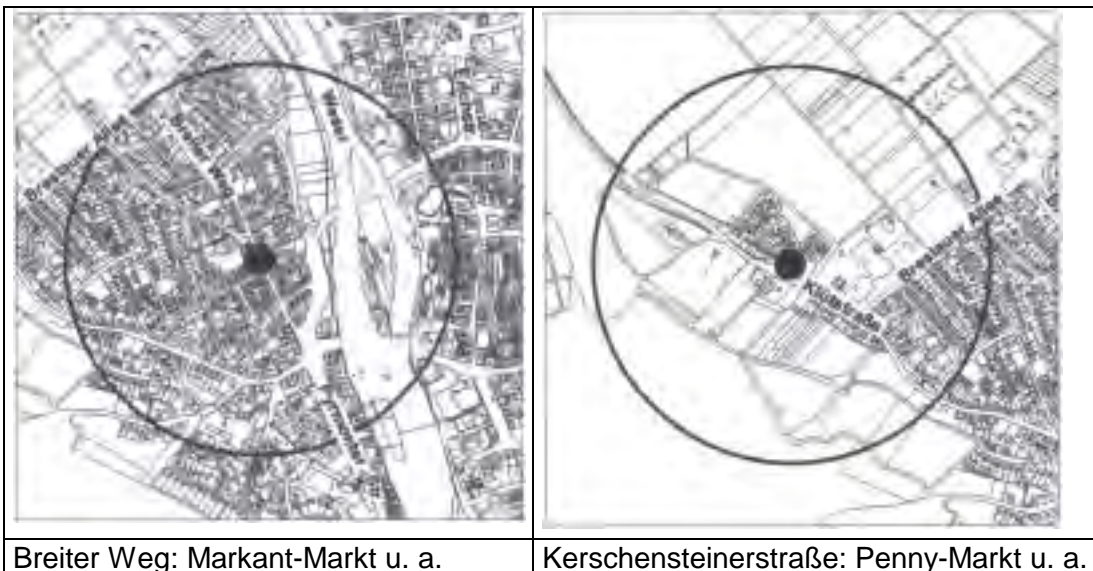
Reimerdeskamp: Lidl-Markt

Der Bereich östlich der Schillerstraße bis zur Fahlte im Norden wird durch den Penny-Markt im Bezirk Mitte mit versorgt.

Darüber hinaus existieren am Reimerdeskamp eine Tankstelle und ein Bäcker, der jedoch östlich der Holtenser Landstraße nur im südlichen Teil bis ca. zur Münchhausenstraße fußläufig erreichbar ist. Der nordöstliche Teil des Bezirks Nord bietet keine Nahversorgung. Ähnlich wie beim Rotenberg betrifft dies jedoch nur ein recht dünn besiedeltes Einfamilienhausgebiet.

### **Statistischer Bezirk West**

Das Klütviertel westlich der Weser weist eine gute Nahversorgung auf. Von 15 Geschäften sind zwölf der Nahversorgung zuzurechnen. Der Penny-Markt am westlichen Ortsausgang ist verkehrsorientiert ausgerichtet, was an der relativ geringen Wohnbebauung im 600m-Radius erkennbar wird. Er wird jedoch, begünstigt durch die Verbindung mit einem Bäcker und Getränkemarkt, für eine Pkw-gestützte Nahversorgung im Klütviertel genutzt. Von der Nachfrageseite her stärker als am früheren Standort am Breiten Weg, der zwar fußläufig leichter zu erreichen war, jedoch aufgrund der nur halb so großen Verkaufsfläche weniger attraktiv für die Grundversorgung war.



Breiter Weg: Markant-Markt u. a.

Kerschensteinerstraße: Penny-Markt u. a.

Die Nahversorgungseinrichtungen insb. am Breiten Weg versorgen das ganze Klütviertel bis einschließlich direkt südlich der Klütstraße. Neben einem Markant-Markt mit 170 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche sind zwei Apotheken vorhanden, drei Bäcker, eine Drogerie, eine Fleischerei und ein Kiosk. Die in der Nähe der Weserbrücken lebenden Bewohner können im Rahmen der definierten zumutbaren Entfernungen Teile der Altstadt für die Nahversorgung nutzen.

Für den Bereich südlich Klütstraße und entlang der Pyrmonter Straße können zwei Tankstellen mit beträchtlichem Warenangebot eine gewisse Nahversorgungsfunktion entfalten, wenn nicht die Altstadt aufgesucht wird, die allerdings die definierte fußläufige Erreichbarkeit etwas übersteigt.

Dennoch verschlechtert sich die Nahversorgung weiter nach Süden und Westen (südlicher Teil des Bezirkes West, Kaninchenberg) in den Randbereichen. Die Struktur macht jedoch die Ansiedlung eines Nahversorgers in diesem Bereich schwierig.

### **Statistischer Bezirk Wangelist (Klütsüdhang und Wangelist)**

Die Bereiche Klütsüdhang und der übrige Bezirk Wangelist weisen Nahversorgung räumlich peripher in der Böcklerstraße auf (Marktkauf). Auch der Multimarkt in Klein Berkel ist nur über die vielbefahrene B 1 mit den Kreuzungsmöglichkeiten Böcklerstraße, Grasbrink und Werkstraße erreichbar, so dass die Nahversorgung nur für die Teilbereiche des Bezirkes gut ist, die sich in fußläufiger Entfernung zu den zwei teintegrierten Standorten befinden. Der Klütsüdhang ist ungenügend versorgt.

## 4.2 Wohnungsnahe Grundversorgung in den Ortschaften

In den Hamelner Ortschaften<sup>9</sup> ist eine klare Beziehung zwischen Einwohnerzahl und wohnungsnaher Grundversorgung festzustellen (vgl. Tabelle). In den größten Ortschaften, Afferde, Klein Berkel und Tündern, ist jeweils eine Reihe von Einzelhandelsgeschäften mit Nahversorgungsfunktion vorhanden. In Rohrsen und Holtensen gibt es eine zufriedenstellende Grundversorgung. In Hastenbeck, Groß Hilligsfeld, Halvestorf und Haverbeck gibt es kaum Nahversorgung, in den übrigen, zugleich einwohnerschwächsten Ortsteilen existiert gar keine wohnungsnahe Grundversorgung durch stationären Einzelhandel.

**Tabelle: Nahversorgungsqualität in den Ortsteilen der Stadt Hameln**

Ortsteil	Einwohner 31.12.2004	Anzahl EH- Betriebe	darunter Grund- versorgung	Angebot
Tündern	2.780	10	9	gut
Afferde	5.457	17	13	gut bis zufriedenstellend
Klein Berkel*	5.131	8	6	zufriedenstellend
Rohrsen	1.250	2	2	zufriedenstellend
Holtensen	1.218	2	2	zufriedenstellend
Hastenbeck	1.702	4	1	ausreichend
Groß Hilligsfeld	884	2	2	ausreichend
Halvestorf	1.164	2	1	schlecht
Haverbeck	814	1	1	schlecht
Wehrbergen	453	2	0	schlecht
Unsen	465	0	0	schlecht
Welliehausen	411	0	0	schlecht
Klein Hilligsfeld	145	0	0	schlecht

\* ohne Werkstraße/Multimarkt und Stegerwaldstraße

In Ortsteilen ohne eigene Versorgung kann der PKW-Anteil beim Einkaufen bis zu fast 100 % betragen. In Hameln ist eine Korrelation zwischen der PKW-Dichte und dem Nahversorgungsangebot in den Ortsteilen festzustellen: Die höchsten PKW-Dichten gibt es tendenziell in Ortsteilen mit schlechtem Nahversorgungsangebot (höchster Wert Welliehausen (678 PKW/1.000 Ew.), gefolgt von Unsen, Halvestorf, Wehrbergen, Haverbeck), die geringsten PKW-Dichten in gut versorgten Ortsteilen (geringster Wert Rohrsen (441 PKW/1.000 Ew.), gefolgt von Tündern und Afferde). Allerdings ist der Grad des Einflusses von anderen Faktoren wie Entfernung zur Kernstadt, ÖPNV-Anbindung oder Einkommensniveau auf die PKW-Dichte nicht eindeutig zu klären, so dass eine Scheinkorrelation zwischen PKW-Dichte und Nahversorgungsangebot nicht auszuschließen ist.

In mehreren Ortsteilen (sowie Teilen der Kernstadt) wird die Nahversorgung auch durch verschiedene Anbieter des ambulanten Handels abgedeckt. Dieser hat i. d. R. ein vergleichsweise breites Angebot kurzfristiger Waren wie Backwaren, Wurst, Eier, Gemüse und Obst und erfüllt insbesondere für immobile Bevölkerungsgruppen eine wichtige Nahversorgungsfunktion. Sicherung und Ausbau des ambulanten Handels sind deshalb anzustreben. Auch

<sup>9</sup> Die Ortschaft Hilligsfeld besteht aus den Ortsteilen Groß Hilligsfeld und Klein Hilligsfeld, die Ortschaft Süntel aus den Ortsteilen Holtensen, Unsen und Welliehausen.

Hofläden können die Nahversorgung verbessern: In einigen Ortsteilen verkaufen Landwirte ihre Produkte (insb. Kartoffeln) direkt vom Hof.

Eine Untersuchung der wohnungsnahen Grundversorgung in den Ortsteilen Hamelns außerhalb der Kernstadt zeigt in vielen Ortsteilen deutliche Defizite (vgl. Tabelle). Nur in Tündern ist eine gute Nahversorgung vorhanden, in Afferde ist sie gut bis zufriedenstellend, in Klein Berkel, Rohrsen und Holtensen zufriedenstellend. Hastenbeck und Groß Hilligsfeld können immerhin noch als ausreichend versorgt eingestuft werden.

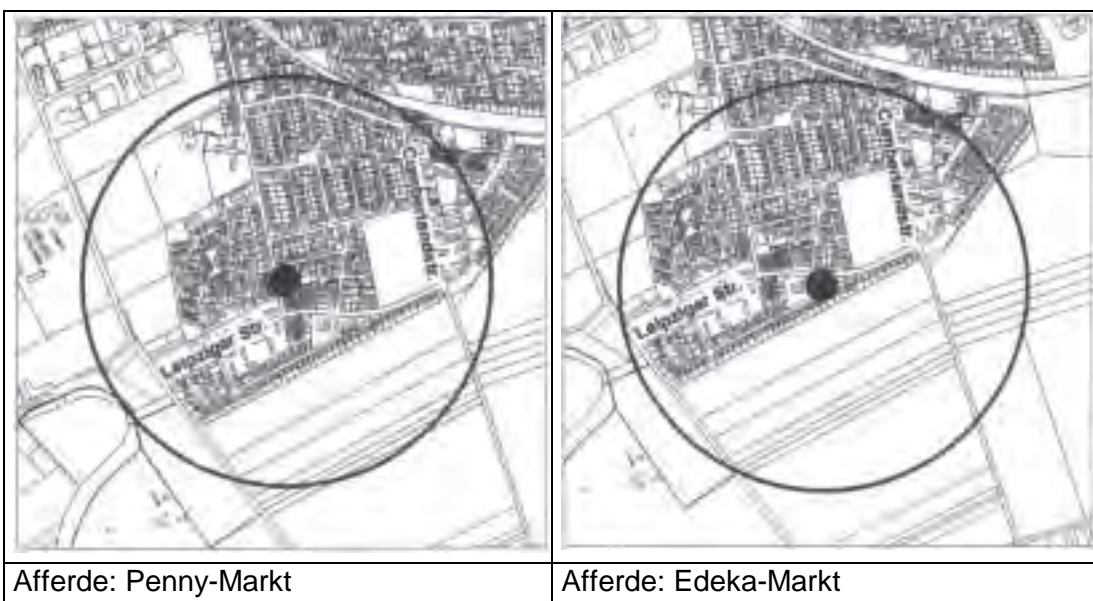
In allen übrigen sechs Ortsteilen ist die Nahversorgung schlecht oder gar nicht vorhanden.

Die Verschlechterung der wohnungsnahen Grundversorgung z. B. in Rohrsen (bis zur Eröffnung eines Lebensmittel-Discounters mit Bäcker im Februar 2005), Haverbeck und Holtensen in der Vergangenheit zeigt, dass wohnungsnaher Versorgung zwar in der Regel vom Kunden gewünscht aber teilweise nicht angenommen wird. Hier wirken sich u. a. das relativ geringe Angebot und die Preisgestaltung aus.

Andererseits zeigen Besitzerwechsel und Neueröffnungen wie in Holtensen und Groß Hilligsfeld, dass Einzelhändler die Nachfrage als wirtschaftlich betrachten können.

### **Afferde**

Afferde als einwohnerstärkste Ortschaft verfügt über eine Reihe von Einzelhandelsgeschäften, die der wohnungsnahen Grundversorgung dienen. Die bedeutendsten sind ein Edeka-Markt (ca. 613 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche) mit Bäcker und ein Penny-Markt (ca. 500 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche, Erweiterung 2003). Beide Märkte versorgen Afferde südlich der Bahnlinie bis auf den westlichen Bereich der Hamelner Straße. Ergänzt wird das Angebot südlich der Bahnlinie um eine Drogerie, eine Apotheke und einen Kiosk, so dass hier eine gute Nahversorgung angeboten wird.



Der Extra-Markt am Hastenbecker Weg (Hefehof) in Hameln wird von Pendlern aus Afferde genutzt.



Afferde: Bäcker und Fleischerei

Nördlich der Bahnlinie gibt es einen Getränkemarkt, zwei Bäcker, eine Fleischerei, einen Kiosk und eine Tankstelle (eine weitere westlich der Bahnlinie an der Hamelner Straße), die eine zufriedenstellende fußläufige Nahversorgung gewährleisten.

Da es sich hierbei überwiegend nur um kleine Lebensmittelhandwerksbetriebe handelt, soll im alten Ortskern von Afferde (der einen hohen Bevölkerungsanteil älterer Menschen aufweist) ein Lebensmittelgeschäft mit breiterem Warenangebot angesiedelt werden.

Ein B-Plan-Verfahren Am Remtebach ist bereits eingeleitet.

### **Halvestorf**



Halvestorf: Edeka-Markt Bannensiek

Im Ortsteil Bannensiek befindet sich ein Edeka-Markt (ca. 100 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche) mit Poststelle, der dem Ortsteil eine wohnungsnah Grundversorgung grundsätzlich sicherstellt. Die Ortsteile Hope und Halvestorf verfügen dagegen über keinerlei Einzelhandel, so dass die wohnungsnah Grundversorgung insgesamt schlecht ist.

Halvestorf wird von ambulantem Handel befahren. Ziel sollte die Sicherung des ambulanten Handels und die Förderung von Hofläden sein.

Für die Grundversorgung wird auch das Einzelhandelsangebot in Hessisch Oldendorf genutzt.

Der neue Penny-Markt mit Getränkemarkt an der Klütstraße in Hameln wird von Pendlern aus Halvestorf genutzt und hat somit zu einer Angebotsverbesserung beigetragen.

## Hastenbeck



Hastenbeck: Hajener Landbrot

Hastenbeck bietet in der wohnungsnahen Grundversorgung einen aus einem Bäcker hervorgegangenen zentral gelegenen Einzelhandelsbetrieb. Dieses Geschäft mit dem Charakter eines „Tante-Emma-Ladens“ (ca. 77 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche) versorgt im Prinzip ausreichend den ganzen Ort fußläufig, bietet aber nur ein begrenztes Warenangebot.

Hastenbeck wird von ambulantem Handel befahren, den es zu sichern gilt.

Für die Grundversorgung wird auch das Einzelhandelsangebot in Emmerthal genutzt.

Der Extra-Markt am Hastenbecker Weg (Hefehof) in Hameln wird von Pendlern aus Hastenbeck genutzt, ebenso die Angebote in Afferde (Edeka- und Penny-Markt).

## Haverbeck



Haverbeck: Bäcker

In Haverbeck ist bis auf einen Bäcker keine Grundversorgung vorhanden. Er ist zwar fußläufig erreichbar, durch eine Reduzierung der Öffnungszeiten auf zwei Tage in der Woche hat sich die Nahversorgung jedoch deutlich verschlechtert.

Da ein Generalist mit ausreichender Verkaufsfläche fehlt, ist die Versorgung als schlecht zu bewerten.

Haverbeck wird von ambulantem Handel befahren. Ziel sollte die Sicherung des ambulanten Handels und die Förderung von Hofläden sein.

Für die Grundversorgung wird auch das Einzelhandelsangebot in Hessisch Oldendorf genutzt.

Der neue Penny-Markt mit Getränkemarkt an der Klütstraße in Hameln wird von Pendlern aus Haverbeck genutzt und hat somit zu einer Angebotsverbesserung beigetragen.

## Hilligsfeld



Groß Hilligsfeld: Generalist

In Groß Hilligsfeld befindet sich in zentraler Lage ein ca. 100 m<sup>2</sup> großer Generalist mit recht breitem Angebot, der ganz Groß Hilligsfeld ein begrenztes Warenangebot für eine noch als ausreichend zu bezeichnende wohnungsnaher Grundversorgung bietet (weiterhin ein Weingeschäft).

Klein Hilligsfeld wird - vom nördlichsten Rand abgesehen - durch dieses Geschäft nicht in fußläufiger Entfernung versorgt.

Die Ansiedlung eines Lebensmittel-Discounters in Rohrsen (Hottenbergfeld) hat für Pendler aus Hilligsfeld eine Angebotsverbesserung bewirkt.

## Sünteltal



Holtensen: Elli Nebenan



Holtensen: Fleischerei

In Holtensen bieten ein Gemischtwarenladen mit ca. 150 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche und eine Fleischerei (die allerdings seit Anfang 2005 nur noch einmal in der Woche geöffnet ist) ein zufriedenstellendes fußläufig erreichbares wohnungsnahes Einzelhandelsangebot. Unsen und Welliehausen als weitere Ortsteile der Ortschaft Sünteltal verfügen über keinen Einzelhandel.

Ambulanter Handel befährt Holtensen, Welliehausen und Unsen und sollte insbesondere in den beiden Ortsteilen ohne Einzelhandelsgeschäfte gesichert werden.

## Klein Berkel

Klein Berkel stellt durch den teilintegrierten Standort Multimarkt und den an der Ortsgrenze liegenden Bereich Böcklerstraße (Marktkauf) an der B 83 einen Sonderfall dar, der jedoch die wohnungsnah Grundversorgung kaum beeinflusst. Der Multimarkt spielt aufgrund seiner peripheren Lage für eine fußläufige Versorgung in Klein Berkel quasi keine Rolle. Auch die Böcklerstraße (insb. Marktkauf), im Bezirk Wangelist gelegen, spielt für die wohnungsnah Grundversorgung in Klein Berkel kaum eine Rolle, da die Distanz zu Wohngebieten durch die Lage im Gewerbegebiet und wenige Querungsmöglichkeiten recht hoch ist.



Klein Berkel: Zentrum (Bäcker u. a.)

Die wohnungsnah Grundversorgung Klein Berkels ist räumlich unterschiedlich. Das Zentrum ist zufriedenstellend ausgestattet und bietet vier Einzelhandelsgeschäfte der wohnungsnahen Grundversorgung: Bäcker, Apotheke, Drogerie und Getränkemarkt. Hier findet donnerstags ein Wochenmarkt statt. Dieses Zentrum ist jedoch vom Südwesten und östlichen Teil Klein Berkels nicht in zehn Minuten zu Fuß erreichbar, so dass im Südwesten eine schlechte Nahversorgung besteht. Die Schließung eines Edeka-Marktes (jetzt Getränkemarkt) in der Grabbestraße hat die Versorgung im östlichen Teil des Ortes verschlechtert. Hier liegt ein Sonderpostenmarkt in fußläufiger Entfernung.

Mehrere ambulante Wagen befahren Klein Berkel (Fischwagen, zwei Bäcker und ein Gemüsewagen) und verbessern damit das Nahversorgungsangebot.

## Rohrsen



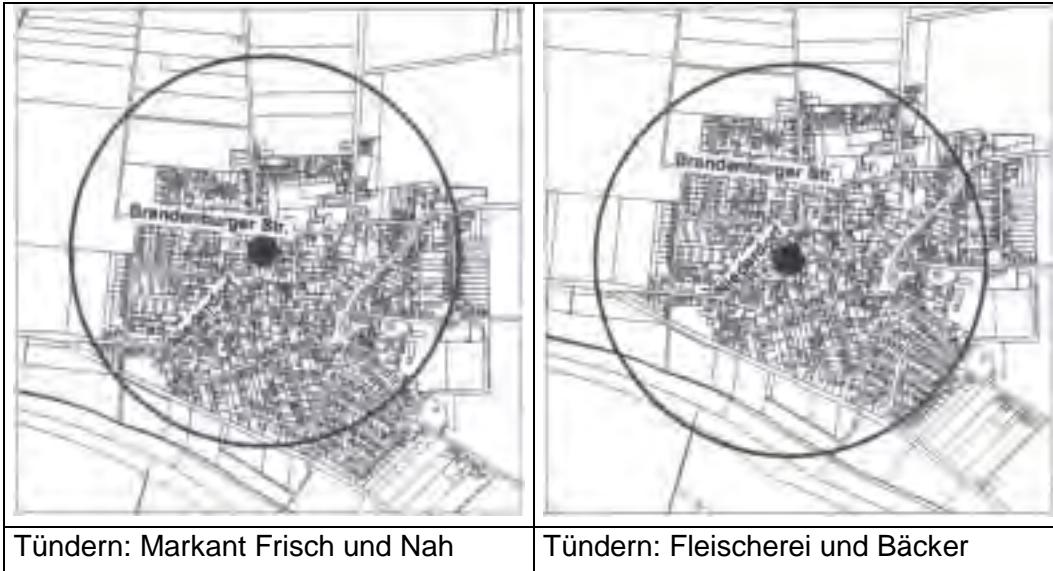
Rohrsen: Aldi-Markt mit Bäcker

Nachdem 2003 ein Nahversorger geschlossen hatte, gab es in Rohrsen keinen Einzelhandel mehr. Im Neubaugebiet Hottenbergsfeld, in dem Einzelhandel ansonsten ausgeschlossen ist, wurde im Februar 2005 ein Nahversorger (760 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche) mit Bäcker errichtet, der die Versorgungslücke in Rohrsen geschlossen hat und eine zufriedenstellende Grundversorgung bietet; vom westlichen Teil Rohrsens ist der Markt jedoch nicht fußläufig erreichbar.

Zur Zeit besuchen zwei ambulante Händler die Ortschaft Rohrsen. Diese Versorgung sollte sichergestellt werden.

## Tündern

In Tündern bietet ein ca. 420 m<sup>2</sup> großer Edeka-Markt eine wohnungsnaher Grundversorgung, die nur im südöstlichsten Teil Tünderns eine akzeptable fußläufige Erreichbarkeit leicht überschreitet. Mit weiteren Geschäften für den täglichen Bedarf – Tante-Emma-Laden, zwei Fleischereien, Bäcker, Apotheke, ökologischer Lebensmittelladen, Weinhandlung, Obst-/Gemüseverkauf – verfügt Tündern über eine gute wohnungsnaher Grundversorgung. Für die Grundversorgung wird auch das Einzelhandelsangebot in Emmerthal genutzt.



## Wehrbergen

Wehrbergen verfügt über keine Grundversorgung. Eine freie Tankstelle an der Wehrberger Warte liegt außerhalb der definierten fußläufigen Erreichbarkeit.

Der Extra-Markt an der Fischbecker Landstraße (B 83) wird von Pendlern aus Wehrbergen genutzt.

## 5. Gewerbeflächen

---

### 5.1 Allgemeine Ziele für Einzelhandel in Gewerbeflächen

Bereits das Märkte- und Zentrenkonzept 1997 verfolgte das Ziel der Einzelhandelssteuerung in Gewerbegebieten (GE/GI), um einerseits die Flächen für das produzierende Gewerbe zu sichern, andererseits die Ansiedlung solchen Einzelhandels zu verhindern, der die Funktion der Innenstadt und die wohnungsnahе Grundversorgung gefährden könnte. Diese Steuerung geschah in einem ersten Schritt durch **Ausschluss von Einzelhandel bei Neuaufstellung eines B-Plans oder Änderung eines B-Plans** und/oder **Anpassung an die BauNVO 1990** (vgl. Tabelle unten).

**Bei Neuaufstellung eines B-Plans oder Änderung eines B-Plans** soll möglichst auch Einzelhandel unterhalb der Schwelle der Großflächigkeit in Gewerbe- und Industriegebieten ausgeschlossen werden, um funktionsfähige und für die gewerbliche Nutzungen attraktive Gewerbe- und Industriegebiet zu erhalten. Dies ist bei neuen Gewerbeflächen in den letzten Jahren im Rahmen der textlichen Festsetzungen des B-Plans regelmäßig geschehen:

„Im Gewerbe-/Industriegebiet sind Einzelhandelsnutzungen nicht zulässig. Der Verkauf an Endverbraucher kann in Ausnahmefällen zugelassen werden, wenn er nach Art und Umfang in eindeutigem Zusammenhang mit der Produktion, Ver- und Bearbeitung von Gütern einschließlich Reparatur- und Serviceleistungen der Betriebsstätte im Geltungsbereich dieses Bebauungsplanes steht. (§ 1 Abs. 5 und 9 BauNVO)“

Grund für die **Anpassung an die BauNVO 1990** ist, dass Probleme durch die Ansiedlung großflächiger Einzelhandelsbetriebe in Gewerbe- und Industriegebieten entstehen, in denen altes Planungsrecht gilt (Inkrafttreten des Bebauungsplans vor der Baunutzungsverordnung 1977). Für diese alten Bebauungspläne gelten nicht die mit der BauNVO 1977 eingeführten Restriktionen für großflächige Einzelhandelsbetriebe, weswegen die Kommunen großflächigen Einzelhandel hier kaum steuern oder verhindern können. Durch die Anpassung an die BauNVO 1990, die gegenüber der Fassung von 1977 hinsichtlich Einzelhandel weiter verschärft wurde, wird mit dem § 11 Abs. 3 ein Mindestmaß an Steuerungsmöglichkeit sichergestellt, da Einzelhandel hiernach nur in Sondergebieten und Kerngebieten angesiedelt werden darf, wenn Auswirkungen auf bestehende Versorgungsstrukturen zu erwarten sind. Abweichungen von der regelhaften Zulässigkeit von großflächigen Einzelhandelsbetrieben oder vergleichbarer Betriebsformen in Kern- oder Sondergebieten (§ 11 Abs. 3 BauNVO 1990) sind bei einem qualifizierten Nachweis darüber, dass keine negativen Auswirkungen bestehen, auch weiterhin zulässig. Betriebe mit nicht zentrenrelevanten Sortimenten sind ebenfalls auch weiterhin zulässig, da sie i.d.R. keine negativen Auswirkungen nach sich ziehen.

**Karte 3** stellt die **Gewerbeflächen mit Bebauungsplan** in der Stadt Hameln dar, unterteilt nach Kategorien hinsichtlich der Anpassung an die BauNVO 1990 durch (geplante) Änderung eines B-Plans, Ausschluss von Einzelhandel bei Neuaufstellung oder Änderung eines B-Plans oder in Kombination.

**Karte 4** stellt die **unbeplanten gewerblich genutzten Gebiete** in der Stadt Hameln dar, unterteilt nach Flächen, für die ein Aufstellungsbeschluss B-Plan gefasst ist, und Flächen ohne Aufstellungsbeschluss, d. h. Flächen ohne B-Plan.

**Tabelle: Gewerbeflächen mit Bebauungsplan und unbeplante gewerblich genutzte Gebiete in Hameln**

Gewerbeflächen mit Bebauungsplan			Unbeplante gewerblich genutzte Gebiete	
Anpassung an BauNVO 1990 erfolgte durch Änderung eines B-Plans	Ausschluss von Einzelhandel erfolgte bei Neuaufstellung eines B-Plans	Anpassung an BauNVO 1990 und Ausschluss von Einzelhandel erfolgte durch Änderung eines B-Plans	Aufstellungsbeschluss B-Plan gefasst	Gewerbeflächen ohne Aufstellungsbeschluss
321 A Reichardstraße Ä 2 (2/1971, 10/2002)	448 Scheckfeldweg Afferde (2/1996)	349 Ruthenstraße/Am Hafen Ä 1 (3/1966, 10/1998)	18 (an) zwischen Werftstraße und Fluthamel (12/1992)	Bahngelände nördlich Hastenbecker Weg
355 Böckerstraße Ä 2 (6/1967, 12/1992)	535/2 Hottenbergfeld (3/2001)	509 Am Fretholz (südlich) Ä 1 (10/1978, 10/1998)	3 (c) AEG (7/2000)	Fläche südlich Union Sinram & Wendt, Fluthamelstraße
392 A Eugen-Reintjes-Straße Ä 3 (7/1971, 5/2003)	701 Afferde West (9/1989)	586 Am Fretholz (nördlich) Ä 1 (8/1986, 10/1998)	8 (i) Marienthaler Straße (3/2002)	Am Güterbahnhof
465 Hastenbecker Weg/Marienthaler Straße Ä 1 (9/1973, 10/2002)	567 Fischbecker Landstraße/ Reherweg (11/1994)		72 (bu) Sondergebiet Entsorgung, Wehrbergen (2/1993)	Faurecia Marienthaler Straße
457 Böckerstraße/Rövekamp Ä 1 (12/1973, 12/1992)	709 Industriegebiet Süd II (12/1997)		2 (b) Bereich Werkstraße, Klein Berkel (2/1996)	Stephan-Werke bzw. südl. Stephanplatz
560 Langes Feld Ä 1 (10/1983, 10/2002)	441 Hastenbeck Nord (8/1995)		4 (d) Laubholz –Meier (12/2000)	gewachsenes Gewerbegebiet Süd*
585 Hastenbecker Weg/im Duvenanger Ä 1 (10/1986, 10/2002)	717 Holz-Müller (10/2001)		32 (g) Union Sinram & Wendt (8/1993)	Klütstraße zw. Breslauer und Neumarkter Allee (Mischgebiet)
<b>Anpassung an BauNVO 1990 durch Änderung eines B-Plans geplant</b>	716 Hefe- und Spritwerke (8/1999) (tw. Gewerbefl. mit Ausschluss EH, tw. SO EH)		76 (by) Güterbahnhof am Hastenbecker Weg (10/1987)	Wehrberger Straße/Ziesenisstraße
313 Stüvestraße/Kuhlmannstraße (4/1964)	434 nördlich Schwarzer Weg (8/1994)		(Zeitpunkt des VA-/Ratsbeschlusses)	TÜV-Dreieck
<b>Ausschluss von Einzelhandel erfolgte durch Änderung eines B-Plans</b>	555 Ottostraße (5/1989)			Gewerbefläche im Nordosten von Tündern
526 Industriegebiet Süd Ä 5 (7/1980, 3/1990)				






\* südlich ehem. Lager Bahn, westlich Bahnlinie nach Altenbeken

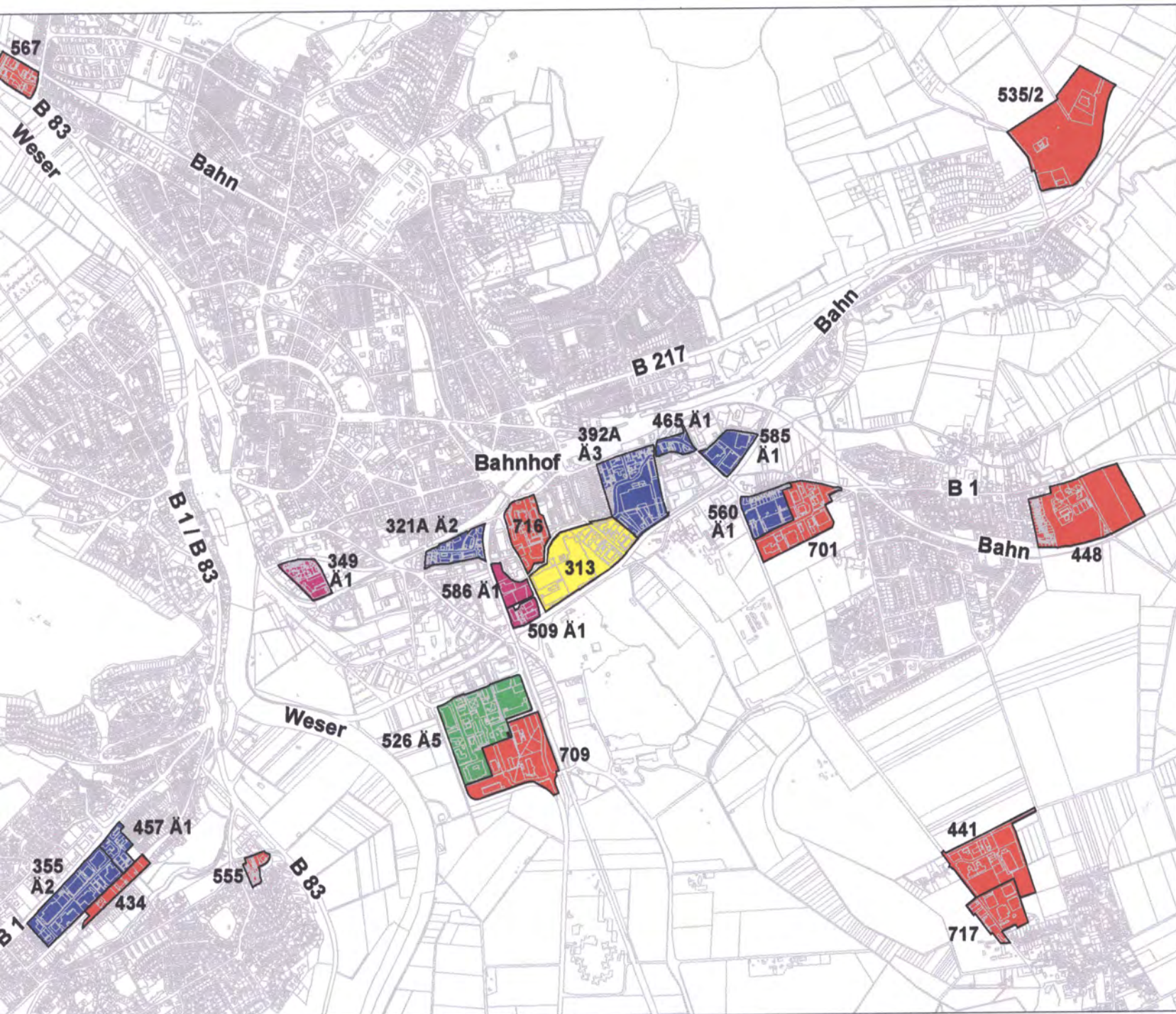
(Zeitpunkt der Rechtskraft des B-Plans, Zeitpunkt der Rechtskraft der Änderung des B-Plans)

# Märkte- und Zentrenkonzept

## Karte 3

### Gewerbeflächen mit Bebauungsplan

-  Anpassung an BauNVO 1990 erfolgte durch Änderung eines B-Planes
-  Anpassung an BauNVO 1990 durch Änderung eines B-Planes geplant
-  Ausschluß von Einzelhandel erfolgte bei Neuaufstellung eines B-Planes
-  Ausschluß von Einzelhandel erfolgte durch Änderung eines B-Planes
-  Anpassung an BauNVO 1990 und Ausschluß von Einzelhandel erfolgte durch Änderung eines B-Planes



ohne Maßstab

Stand: April 2005

Stadt Hameln


Fachbereich Planen und Bauen  
Stadtentwicklung und Planung




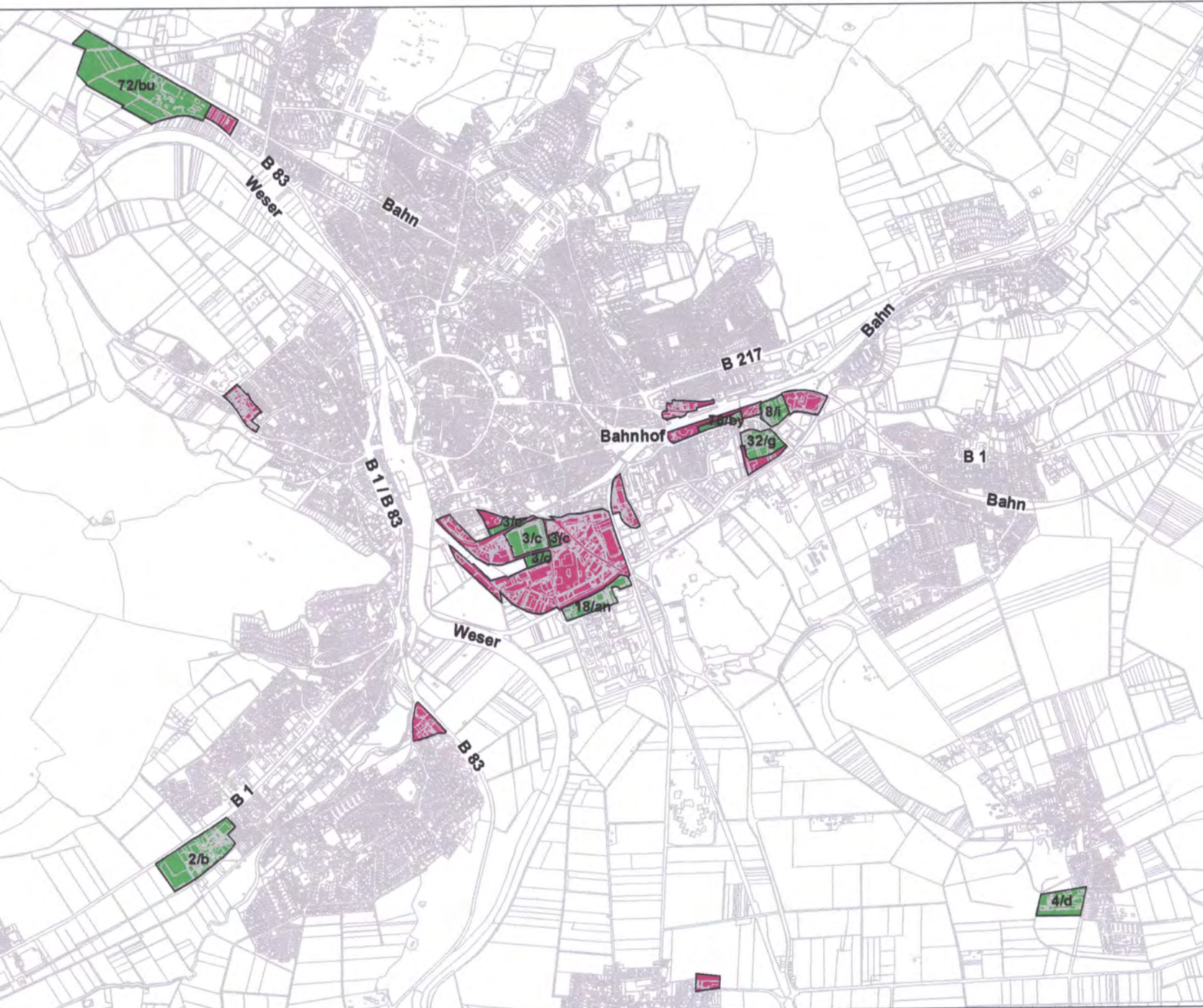
# Märkte- und Zentrenkonzept

## Karte 4

### Unbeplante gewerblich genutzte Gebiete

 Aufstellungsbeschluss B-Plan

 Gewerbefläche ohne B-Plan



ohne Maßstab

Stand: April 2005

Stadt Hameln

Fachbereich Planen und Bauen  
Stadtentwicklung und Planung



## 5.2 Ziele für einzelne Gewerbeflächen 2005 bis 2010



Böcklerstraße

### **B-Plan Nr. 355 Böcklerstraße:**

Ziel ist in diesem Gebiet die Festschreibung des Staus Quo, d. h. die Beschränkung des zentrenrelevanten und des nicht zentrenrelevanten Einzelhandels auf den Bestand.

Die entsprechende Darstellung als Sondergebiete zentrenrelevanter bzw. nicht zentrenrelevanter Einzelhandel im Flächennutzungsplan ist angestrebt.

Im übrigen Gebiet (GE) soll Einzelhandel grundsätzlich nur in Zusammenhang mit einer Dienstleistung oder Produktion zugelassen werden (vgl. Kap. 3.3.3 und 3.5).



Hastenbecker Weg/Im Duvenanger

### **B-Plan Nr. 585 Hastenbecker Weg/Im Duvenanger:**

Bei dem im B-Plan festgesetzten Einzelhandelsausschluss ist nicht auszuschließen, dass er einer gerichtlichen Auseinandersetzung nicht standhält. Deshalb soll der B-Plan geändert werden. Ziel ist, zentrenrelevanten Einzelhandel auszuschließen. Das Gebiet könnte einen räumlichen Schwerpunkt für die Sortimente Möbel und Baumarkt mit entsprechender Begrenzung der Randsortimente bilden (vgl. Kap. 3.4 und 3.5).



Stüvestraße/Kuhlmannstraße

### **B-Plan Nr. 313 Stüvestraße/Kuhlmannstraße:**

Die Anpassung an die BauNVO 1990 durch Änderung des B-Plans Nr. 313 ist zwingend erforderlich, um Fehlentwicklungen zu vermeiden.



Ottostraße (Klein Berkel)

**B-Plan Nr. 555 Ottostraße (Klein Berkel):**

Der B-Plan soll hinsichtlich seiner textlichen Festsetzungen für den Bereich des eingeschränkten Gewerbegebietes im Nordosten überprüft werden. Ziel ist in diesem Gebiet, zentrenrelevanten Einzelhandel auszuschließen. Derzeit ist nur Lebensmittel-Einzelhandel ausgeschlossen.

Nicht zentrenrelevanter Einzelhandel ist städtebaulich vertretbar.



AEG

**Aufstellungsbeschluss 3 (c) AEG:**

Ziel ist in diesem Gebiet, zentrenrelevanten und nicht zentrenrelevanten Einzelhandel auszuschließen. Das Gebiet soll weiter für produzierendes Gewerbe oder Dienstleistungen sowie ergänzende Freizeitnutzungen vorgehalten werden.



Güterbahnhof am Hastenbecker Weg

**Aufstellungsbeschluss 76 (by) Güterbahnhof am Hastenbecker Weg:**

Eine Aktualisierung des Aufstellungsbeschlusses von 1987 ist erforderlich. Ziel ist, zentrenrelevanten Einzelhandel insgesamt auszuschließen.

Demgegenüber ist die Entwicklung nicht zentrenrelevanter Einzelhandelsnutzungen, die auch schon in Teilen vorhanden sind, vertretbar.



Bahngelände nördl. Hastenbecker Weg

### **Bahngelände nördlich Hastenbecker Weg:**

Für dieses weitgehend brachliegende Gebiet zwischen Tunnelstraße und Marienthaler Straße sollte eine Erweiterung der in diesem Bereich liegenden Fläche des Aufstellungsbeschlusses 76 (by) Güterbahnhof am Hastenbecker Weg erfolgen. Ziel ist, zentrenrelevanten Einzelhandel insgesamt auszuschließen.

Demgegenüber ist die Entwicklung nicht zentrenrelevanter Einzelhandelsnutzungen, die auch schon in Teilen vorhanden sind, vertretbar.



Werkstraße (Klein Berkel)

### **Aufstellungsbeschluss 2 (b) Werkstraße (Klein Berkel):**

Die Umsetzung des Aufstellungsbeschlusses ist zur Verwirklichung folgender Ziele anzustreben: Beschränkung des zentrenrelevanten Einzelhandels im Multimarkt auf den Bestand (Darstellung als Sondergebiet Einzelhandel im Flächennutzungsplan ist angestrebt). Beschränkung des nicht zentrenrelevanten Einzelhandels direkt östlich an den Multimarkt angrenzend auf den Bestand (Darstellung als Sondergebiet nicht zentrenrelevanter Einzelhandel im Flächennutzungsplan ist angestrebt).

Im übrigen Gebiet (GE) soll Einzelhandel grundsätzlich nur in Zusammenhang mit einer Dienstleistung oder Produktion zugelassen werden (vgl. Kap. 3.3.3 und 3.5).



(Südlich) Union Sinram & Wendt

**Südlich Union Sinram & Wendt Fluthamelstraße und Aufstellungsbeschluss 32 (g) Union Sinram & Wendt:**

Es ist eine Erweiterung des Aufstellungsbeschlusses 32 (g) Union Sinram & Wendt um die südlichen Flächen bis zur Fluthamelstraße anzustreben. Ziel ist es, in diesem Gebiet Einzelhandel grundsätzlich nur in Zusammenhang mit einer Dienstleistung oder Produktion zuzulassen.



Am Güterbahnhof

**Am Güterbahnhof:**

Für diesen Bereich sollte ein Aufstellungsbeschluss gefasst werden. Ziel ist der Ausschluss von zentrenrelevantem Einzelhandel in diesem unbeplanten Gebiet.

Im Bereich des westlich angrenzenden B-Plans Nr. 563 Berliner Platz ist ein Änderungsbeschluss anzustreben, um im Mischgebiet die Sortimente auf periodische, nahversorgungsrelevante Sortimente festzuschreiben. Der bereits ansässige zentrenrelevante Einzelhandel (Discounter) mit überwiegend periodischen Sortimenten ist verträglich.

Es soll verhindert werden, dass hier zukünftig nicht-periodische Sortimente (Schuhe o. ä.) angesiedelt werden, z. B. bei einer möglichen Verlagerung des jetzigen Einzelhandels.

Nicht zentrenrelevanter Einzelhandel ist städtebaulich vertretbar.



Faurecia Marienthaler Straße

### **Faurecia Marienthaler Straße:**

Es sollte überprüft werden, ob ein Aufstellungsbeschluss für einen B-Plan erforderlich ist, ggf. kann eine Erweiterung der angrenzenden Fläche des Aufstellungsbeschlusses 8 (i) Marienthaler Straße erfolgen. Ziel ist in diesem Gebiet, zentrenrelevanten und nicht zentrenrelevanten Einzelhandel auszuschließen.



Stephan-Werke/südlich Stephanplatz

### **Stephan-Werke/südlich Stephanplatz:**

Es sollte überprüft werden, ob die Aufstellung eines B-Plans erforderlich ist. Ziel ist in diesem Gebiet, zentrenrelevanten und nicht zentrenrelevanten Einzelhandel auszuschließen.



Gewachsenes Gewerbegebiet Süd

### **Gewachsenes Gewerbegebiet Süd:**

Es sollte insgesamt überprüft werden, ob die Aufstellung eines B-Plans in diesen südlich der ehemaligen Lager Bahn und westlich der Bahnlinie nach Altenbeken gelegenen gewachsenen Gewerbeflächen erforderlich ist. Dabei sind die vorhandenen Brachen in diesem Gebiet besonders zu berücksichtigen. Ziel ist in diesem Gebiet, zentrenrelevanten und nicht zentrenrelevanten Einzelhandel auszuschließen.



Klütstraße zwischen Breslauer und Neumarkter Allee

**Klütstraße zwischen Breslauer und Neumarkter Allee (Mischgebiet):**

Es sollte überprüft werden, ob die Aufstellung eines B-Plans erforderlich ist. Ziel ist in diesem Mischgebiet, zentrenrelevanten Einzelhandel auszuschließen.

Nicht zentrenrelevanter Einzelhandel ist städtebaulich vertretbar.



Wehrberger Straße/Ziesenisstraße

**Wehrberger Straße/Ziesenisstraße:**

Es sollte überprüft werden, ob ein Aufstellungsbeschluss für einen B-Plan erforderlich ist. Ziel ist in diesem Gebiet, zentrenrelevanten Einzelhandel auszuschließen. Demgegenüber ist die Entwicklung nicht zentrenrelevanter Einzelhandelsnutzungen, die auch schon in Teilen vorhanden sind, vertretbar.



TÜV-Dreieck (Klein Berkel)

**TÜV-Dreieck (Klein Berkel):**

Für dieses Gebiet, das durch einen Sonderpostenmarkt geprägt ist, sollte ein Aufstellungsbeschluss gefasst werden. Nicht zentrenrelevanter Einzelhandel ist städtebaulich vertretbar (vgl. Kap. 3.4).



Gewerbefläche im Nordosten von Tündern

**Gewerbefläche im Nordosten von Tündern:**

Zur Zeit sind in diesem Gebiet keine Maßnahmen erforderlich.

## **Literaturverzeichnis:**

BBE-Unternehmensberatung GmbH (2003): Konsensprojekt großflächiger Einzelhandel im erweiterten Wirtschaftsraum Hannover. Köln.

Bericht der Arbeitsgruppe Strukturwandel im Lebensmitteleinzelhandel und § 11 Abs. 3 BauNVO (von der Arbeitsgruppe verabschiedet und zur Veröffentlichung freigegeben am 30.04.2002).

Fachhochschule Braunschweig/Wolfenbüttel, Prof. Dr. H.-D. Quack (2002): Forschungsprojekt „Image von Innenstädten“ in Kooperation mit dem Städtenetz EXPO-Region.

GfK/Prisma Institut für Handels-, Stadt- und Regionalforschung GmbH & Co. KG Büro Hamburg (2003): Geplantes Einkaufszentrum „Stadtgalerie Hameln“, Hameln. Verträglichkeitsstudie/Wirkungsanalyse.

Giese, E. (2003): Auswirkungen integrierter großflächiger Shopping-Center auf den innerstädtischen Einzelhandel in Mittelstädten Westdeutschlands. Studien zur Wirtschaftsgeographie. Gießen.

Hauptverband des Deutschen Einzelhandels e. V. (HDE)(2005, 2004): Zahlenspiegel 2005 (2004). Daten zum Einzelhandel in Deutschland. Berlin.

Heinritz/Klein/Popp (2003): Geographische Handelsforschung. Studienbücher der Geographie. Berlin/Stuttgart.

Hameln Marketing & Tourismus GmbH (2004): Jahresbericht Stadtmarketing 2003.

Popp, M. (2003): Der „Forschungsbericht innenstädtischer Einkaufszentren“ – Anmerkungen zu einem interdisziplinären Forschungsprojekt. In: Berichte des Arbeitskreises Geographische Handelsforschung, Nr. 14, Dezember 2003, S. 20-22. Berlin.

Stadt Aachen (2003): Positionspapier der Stadt Aachen zur Situation des Aachener Einzelhandels.

Stadt Hameln (1996): Forschungsarbeit „Einzelhandel & Citymarketing“ der Universität Göttingen im Auftrag der Stadt Hameln, Hamelner Schriften zur Stadtentwicklung Heft 1.

Stadt Hameln (1997): Märkte- und Zentrenkonzept, Hamelner Schriften zur Stadtentwicklung Heft 2.

Stadt Hameln (2000): Stadtentwicklungskonzept, Hamelner Schriften zur Stadtentwicklung Heft 6.